

Dunlopillo,
la marque de literie iconique préférée des Français,
nomme Thierry Preschoux au poste de
directeur commercial et développement produits

3 ans après avoir intégré le groupe Finadorm, l'entreprise, fleuron de la literie française, accélère sa transformation en confiant la direction commerciale et le développement produits à Thierry Preschoux dont le parcours dans l'univers de l'habitat servira les ambitions de la marque.



Après une formation en économie de la construction – spécialité bois, Thierry Preschoux est rapidement entré dans le commerce en faisant ses armes au sein de l'entreprise But. Il poursuit son expérience chez Blanc Brun puis intègre Darty en tant que chef des ventes. En 2002 il développe, Eco Literie, un réseau indépendant de 4 magasins spécialisé dans le destockage de marques, qu'il gère pendant 10 ans. Il lance alors DECO SOM, spécialisé dans la vente de sommiers et têtes de lit décoratives.

Au fil des années, il a su mettre au service de ses clients, tant professionnels que particuliers, toute son expertise technique et développer une oreille attentive à leurs besoins. Cette parfaite connaissance du secteur de la literie et des attentes consommateurs seront un grand atout pour le développement de la marque.

Outre le développement de la force commerciale de l'entreprise et la gestion des grands comptes, Thierry Preschoux aura pour mission de **créer de nouveaux produits et nouvelles gammes**. Il soutiendra également le déploiement de sa **nouvelle identité de marque** qui s'appuie sur ses fondamentaux historiques : un univers vintage, un esprit impertinent, et un lien affectif avec les Français. Il rejoint Dunlopillo à quelques semaines du salon **Esprit Meuble**, rendez-vous professionnel clé pour l'entreprise.

Romuald Lambert, Directeur Général de Dunlopillo France salue son arrivée « *Dunlopillo est une marque iconique pour les Français depuis plus de 90 ans ! L'expertise du métier de Thierry et sa vision éclairée du marché rendra à Dunlopillo sa place de référent. Il aura la chance de pouvoir compter sur des collaborateurs qui ont, eux aussi, un lien étroit avec la marque avec parfois plus de 30 ans de maison !* »

Informations lecteurs

<https://dunlopillo.fr/>
01 30 98 77 50



Contact presse

Mia Bertier
06 43 78 09 10
m.bertier@finadorm.com

A propos de Dunlopillo

Marque de literie préférée des Français, Dunlopillo fabrique avec passion 100% de ses produits en France depuis 1932 ! Chaque jour, Dunlopillo s'attache à offrir à tous, le meilleur des confort en fabriquant des matelas avec des produits de qualité en France, dans les Yvelines. Dunlopillo, c'est aussi un état d'esprit décalé, impertinent et un univers vintage intemporel. Son mot d'ordre : dormez comme vous aimez ! Dans toutes les situations, pour toutes les générations.

Dunlopillo en chiffres

- 110 000 matelas fabriqués chaque année
- Collection de 14 matelas
- Disponible dans plus de 800 points de vente
- 11 millions d'euros de CA en 2022
- Index de l'égalité professionnelle femmes/hommes de 94/100

A propos de Finadorm

Dunlopillo est une entreprise du Groupe Finadorm, fondé en 1984 par Jean-Rémy Bergounhe alors menuisier et fabricant de sommiers à lattes. Il développe sa petite entreprise et dès 1993 commence à confectionner des matelas, première activité du groupe Finadorm qui, grâce à de la croissance externe, rassemble aujourd'hui une dizaine d'entreprises. Elles couvrent les secteurs de la production de literie (Dunlopillo et Le Sommeil Français avec les marques Technilat et Biotex), de la distribution de literie (La Compagnie du Lit et France Literie), de l'habitat de loisirs (avec Sunshine Habitat), de la Petite Enfance (Mathou, Loxos) et de la Construction bois (Sicob). Chacune de ces entreprises provient à l'origine du travail artisanal du bois et crée des produits durables et utiles au bien-être de tous. Elles cultivent toutes cette énergie et cet esprit de bâtisseurs.

Finadorm en chiffres :

- Fabrication 100% française
- 1200 salariés
- 250 millions de chiffre d'affaires 2022
- 13 sites de production
- 200 points de vente (dont 70 succursales)