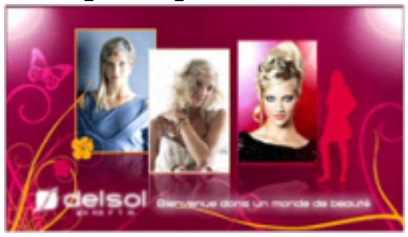

Delsol : "the french clip" se fabrique depuis 100 ans dans la Vienne

jeudi 18 juin 2009, par lpe

La société DELSOL vient de fêter ses 100 ans. Basée dans la Vienne, à **Chasseneuil du Poitou**, elle emploie sur le site une centaine de personnes et aussi extraordinaire que ça puisse paraître, continue à fabriquer les pinces et autres barrettes à cheveux qui ont fait sa réputation et celle de la French clip : "**barrette imperdable**" née en 1920 de l'imagination de Charles et Léona Delsol, fondateurs en 1909 de l'entreprise.

Alors comment cette société a t-elle su résister à la concurrence des pays émergents sur ce segment de l'accessoire de beauté ?

Elle a su garder ce qui fait sa force : **ses créations**. Saviez-vous que dans la pince à cheveux comme dans le tailleur ou la chaussure, on a des collections au fil des saisons ? D'ici un mois, Delsol va présenter ses modèles pour l'été 2010.

Ensuite, la société poitevine a su **s'adapter au marché** : si la plupart de ses produits sont fabriqués sur son site de Chasseneuil du Poitou (photo ci-contre) ou d'Oyonnax, ils ne sont pas tous commercialisés sous la marque DELSOL ; on retrouve aussi Dolce Linea, Chic et Plus, l'Atelier du coiffeur. Certains modèles sont aussi vendus sous la marque de distributeurs ou de magasins : Galeries Lafayette, Elle...

Mettre son savoir-faire au service des autres, et parfois de concurrents, c'est peut être ça aussi qui a fait la réussite Delsol ?

De plus, la société s'est dotée d'environ 200 commerciaux qui sont chargés de promouvoir et de mettre en avant les produits portés par l'enseigne dans la grande ou moyenne distribution.

Pour ceux (il y a aussi des accessoires comme les serre-tête pour les garçons) et celles qui souhaiteraient en savoir plus sur ces collections, voici les **tendances de cet été 2009** :
- un esprit romantique décalé : pastels, fleurs... ,
- des effluves d'orient : couleurs chaudes, rouges marrons, beiges...
- urban chic : du gris, du noir, pour la ville

Si le slogan de DELSOL est " ***développer notre passion créative pour mieux anticiper l'avenir*** " ce n'est pas un hasard : **plus de 500 produits nouveaux par an** sont créés. Pourtant, il n'a pas été facile d'affronter la concurrence mondiale et après quelques difficultés dans les années 90, l'entreprise, aujourd'hui propriété du **Groupe FDG** (leader de la mercerie en grande surface) et d'**Hervé Sylvestre** (qui en assure la direction générale), connait une croissance régulière de son chiffre d'affaires et emploie

120 personnes. Elle a d’ailleurs reçu en 2008 le prix de l’ambition du journal la Tribune.

Aujourd’hui, la société a investi sur son site de Chasseneuil dans un **bâtiment logistique moderne** qui lui permet d’assurer les réassorts auprès de ses clients partout dans le monde : **60 pays clients** (40% du CA à l’export).

Plus sur www.delsol.fr