

PUBLICITÉ / PRÊT-À-PORTER / INNOVATION TEXTILE

# Damart reprend la parole en TV pour soutenir l'accélération de sa transformation



« Damart is back » ! Collab' créateurs, développement des ventes web et du réseau magasins, digitalisation des services, engagement sur le chemin de la mode durable... L'inventeur du Thermolactyl accélère sa transformation sur tous les fronts et soutient cette dynamique par une campagne de publicité ambitieuse cet hiver. Ancré dans l'air du temps, le nouveau film de Damart affirme la singularité de la marque dans l'univers du prêt-à-porter et sa raison d'être depuis 65 ans : l'innovation textile au service d'un confort absolu. Pour la première fois commune aux 3 marchés-clés de Damart - France, Belgique, Royaume-Uni - cette campagne s'appuie sur un plan média conjuguant TV/affichage/digital et social media. Objectif : conquérir les nouvelles générations de femmes qui placent style et confort au même niveau d'exigence, et (re)placer Damart au cœur des conversations de l'hiver.

— COUP D'ENVOI LE 4 NOVEMBRE —  
EN FRANCE SUR TF1 ET FRANCE TÉLÉVISION



“

Le confort est aujourd'hui une tendance de fond dans le prêt-à-porter, pour toutes les générations. Une tendance sur laquelle Damart a une expertise unique et 65 ans d'avance ! C'est le moment de l'affirmer à travers cette nouvelle campagne, une reprise de parole qui ponctue plusieurs années de profonde refonte du modèle Damart et de travail sur le style de nos collections. Un plan de transformation à 360° dont nous récoltons ce dernier trimestre les premiers fruits avec un état des ventes encourageant à +1,1%. Sur nos 3 marchés historiques - France, Belgique, Grande Bretagne -, les voyants sont au vert pour accélérer et amplifier - avec cette reprise de parole en médias - notre dynamique de conquête. L'enjeu est double : image et pro-business. Ambition ? Devenir la marque préférée des 55+ !

Christophe Gaigneux, Directeur Général  
Damart international

”

## UNE CAMPAGNE QUI AFFIRME DAMART EN MARQUE « ÉVIDENCE » DU CONFORT

Le nouveau film de Damart met en scène les produits emblématiques du dressing de l'hiver : des vêtements-solutions « qui n'ont rien à voir avec les autres vêtements » comme le souligne la voix off, à l'instar du Thermolactyl bioactif qui interagit avec la peau ou du jean morphologique Perfect Fit qui sculpte la silhouette. Le message souligne la singularité de la marque et appuie sa nouvelle signature « Damart ».

Rien à ajouter », avec une double signification : celle de la marque évidence et celle de la performance thermique de vêtements, qui se suffisent à eux-mêmes pour procurer un confort inégalé. Ambition : conquérir les nouvelles quinquas et plus généralement toutes les femmes qui veulent affirmer leur style sans faire de concession sur leur confort.



67 BOULEVARD HAUSSMANN 75008 PARIS



“

Porter un Damart » est une expression du langage courant. C'est l'illustration d'un formidable capital notoriété et d'une dimension de marque référente sur son marché. C'est le moment de réveiller ce lien affectif pour lui redonner un sens actuel. À travers cette campagne, nous revenons aux fondamentaux pour nous positionner en marque « solution », unique par son offre de vêtements simplement beaux et incroyablement confortables, et nous mettons en lumière nos labels technologiques : le Thermolactyl, l'étendard de Damart, le jean Perfect Fit galbant et sculptant, et les baskets Amortyl qui absorbent les chocs liés à la marche. Notre champ d'innovation actuel est large : Damart invente des vêtements secondes peaux « intelligents » à porter en toutes saisons, pour homme femme et enfant.

En conclusion de cette prise de parole, notre nouvelle signature « Rien à ajouter » affirme Damart en marque « évidence » du confort : son territoire historique et son formidable terrain de jeu pour demain !

Katy Willaume, Directrice Communication  
Damart international

”

## UN DISPOSITIF MEDIA À 360° : TV, AFFICHAGE, DIGITAL

Le comeback de Damart joue la carte de l'impact : plan TV sur les chaînes leaders, affichage urbain au cœur de 50 villes et grandes métropoles, campagne digitale, activation influenceurs, stratégie réseaux sociaux et relations presse.... L'objectif est double : transformer l'image et générer du business.

**En France, la campagne débutera le lundi 4 novembre pour une durée d'1 mois :**

- **Plan TV** : TF1, France Télévision, M6 et Chérie 25 - Via un film de marque de 30 secondes et des capsules de 15 secondes. 1<sup>re</sup> diffusion le 4/11 sur TF1, à 12h30 et 20h30.

- **Affichage urbain** « drive to store » pour soutenir le réseau de magasins dans 50 villes et grandes métropoles, notamment Paris et l'Île-de-France.

- **Plan digital** : bannières, carrousels Facebook, ... pour créer du trafic sur le site marchand damart.fr

- **Social media** : élan de fierté « J'ai un Damart » sur les réseaux sociaux (collaborateurs et clients ambassadeurs) avec les hashtags #jaiundamart #rienàajouter

## LA RSE AU CŒUR DE LA TRANSFORMATION DE DAMART, QUI REJOINT AUJOURD'HUI LES MARQUES SIGNATAIRES DU FASHION PACT

Collaboration avec des créateurs comme Christian Lacroix cet hiver, virage style et segmentation de l'offre, innovations textile, développement d'une nouvelle plateforme web puissante et worldwide, élargissement des marchés via des partenariats avec Amazon - La Redoute - Sarenza, déploiement de corners « shop in shop » en France et en Europe chez des distributeurs leaders comme Galerie Lafayette ou El Corte Inglés, digitalisation des services, ouvertures de nouveaux magasins et test d'un nouveau format 180 m2 pensé pour l'hyper-centre...

# FASHION PACT



Damart poursuit son plan de transformation global au cœur duquel la marque inscrit cette année la RSE. **Via le programme « Change our world » de Damartex, Damart adopte 3 engagements phares : zéro plastique d'emballage**

**à usage unique d'ici 2022, et une offre passée au prisme de l'éco-responsabilité.**

Objectif : des collections 100% durables et un modèle neutral carbone d'ici 2030. **Damartex annonce ce vendredi 25 octobre 2019 son engagement officiel au sein du Fashion Pact initié lors du G7 2019.**



### À PROPOS DE DAMART

Née en 1953 avec la mise au point du Thermolactyl®, "la première fibre à chaleur active", DAMART est implantée en France, Belgique, Angleterre et Suisse. Elle poursuit aujourd'hui son développement international : après le Japon, la marque s'implante en Espagne, en Allemagne, en Pologne, à Chypre, au Liban, en Australie et cette année en Italie. Toujours aux mains de ses fondateurs, Damart est la seule entreprise de cette taille à diffuser ses collections de prêt-à-porter en multi canal – magasins, catalogue, et web. Damart est une marque du Groupe Damartex.

**CHIFFRES CLÉS :** 413 M€ de CA HT. 2 000 collaborateurs. 150 magasins en Europe dont 93 en France et 600 points de vente partenaires dans le monde.

[www.damart.fr](http://www.damart.fr)

**Damart est une marque du Groupe Damartex :** Le groupe Damartex avec ses dix enseignes Damart, Afibel, La Maison du Jersey, Xandres pour l'activité « Mode & Prêt-à-porter », 3Pagen, Vitrine Magique Coopers of Stortford, Jours Heureux, Delaby et Sedagyl pour l'activité « Home & Lifestyle », figure parmi les principaux distributeurs européens pour seniors (segment 55+). Le Groupe développe une stratégie omni-canal différenciée selon l'enseigne et le pays. Il est principalement présent en France, Grande-Bretagne, Belgique et Allemagne. [www.damartex.com](http://www.damartex.com)



**CONTACTS PRESSE FRANCE : Agence Mot Compte Double - 03 20 74 95 23**

**Alexandra Breyne - 06 30 81 90 17 - [abreyne@motcomptedouble.fr](mailto:abreyne@motcomptedouble.fr) // Émilie Van Durme - 07 87 94 96 11 - [evandurme@motcomptedouble.fr](mailto:evandurme@motcomptedouble.fr)**