



wallonie design

ENTREPRISE EN LUMIÈRE

// Décembre 2015

LA NOUVELLE GAMME D-LINE DE DALEMANS OU QUAND DESIGN ET TECHNIQUE FONT BON MÉNAGE.

L'entreprise Dalemans est le leader du marché belge de la détection de gaz. Malgré son domaine d'activité, a priori peu enclin au design, la société a réussi à créer une synergie entre designers et techniciens pour concevoir une gamme de produits innovants à plusieurs égards.



Fondée en 1985, la société liégeoise Dalemans se décrit comme une entreprise pionnière du marché de la détection de gaz en Belgique. Elle équipe les chaufferies, parkings publics, installations de froid, laboratoires et industries d'appareils de détection de gaz ainsi que d'asservissements associés tels que coupures automatiques de vannes d'alimentation gaz,



ventilation, signaux lumineux ou sonores... Les affaires se portent bien et la société enregistre chaque année une progression constante. Cette année, en 2015, Dalemans fête ses 30 ans. Soucieuse de pérenniser ses activités et d'affirmer sa présence sur le marché, elle a mis en place une série d'actions pour marquer les esprits. Design graphique et design de produit dépoussièrent le secteur, offrant à l'entreprise une image qualitative et innovante destinée à lui ouvrir la porte pour « entrer dans la cour des grands ».

Dès le début des années 2010, Dalemans souhaite se différencier de ses concurrents et améliorer la visibilité de ses produits et services. Si l'objectif est unique - la progression de l'entreprise -, les moyens à mettre en place sont divers. Pour l'aider dans cette micro-révolution, la société s'entoure de professionnels de la communication et du design. A partir de 2013, un travail de fond rassemble l'ensemble des acteurs de l'entreprise (techniciens, ingénieurs, commerciaux...), l'agence de design graphique DEfour et les designers industriels d'iol Strategic Design sur un projet ambitieux: la création d'un nouveau détecteur. L'objectif étant d'une part de rassembler dans un seul détecteur toute une série de fonctionnalités généralement présentes isolément dans les produits de la concurrence, et d'autre part, d'intégrer une réflexion "design" dès le départ du processus de développement. C'est sur cette base de réflexion et d'exigence que naît la D-Line, nouvelle gamme destinée aux applications HVAC¹.

La société insiste : « Nous voulions innover et faire la différence pour affirmer notre leadership dans le secteur. Pour cela, nous avons étudié la qualité de nos produits sous tous ses aspects : fonctionnalités, ergonomie, robustesse, types de matériaux employés, adaptabilité. Mais nous avons aussi misé sur un design attractif qui nous permettra de nous différencier dans un secteur où l'esthétique n'est pas la préoccupation majeure ».

La D-line propose une gamme de 4 détecteurs distincts mais utilisant tous un boîtier issu du même moule. « Nous avons voulu rationaliser au maximum la fabrication et le mode de fonctionnement des appareils. Nous avons aussi poussé l'exercice de la rationalisation dans le packaging : le modèle est le même pour les 4 détecteurs et l'identification du type de produit qu'il contient se fait en cochant manuellement des cases prévues à cet effet. Ses dimensions sont également optimisées pour le transport et le stockage, ce qui réduit les coûts de

¹ HVAC (heating, ventilating, and air conditioning)





livraison et diminue l'impact environnemental. Enfin, outre sa fonction d'emballage, il présente aussi sur sa face arrière l'illustration d'un gabarit permettant aux installateurs de forer avec précision les points de fixation du détecteur ».

« De mon point de vue, c'est l'interaction continue entre les différents partenaires qui a permis d'atteindre les objectifs », explique Michel Defour, designer graphique et consultant en communication pour la société. « Les processus de conception et de fabrication, les modes de distribution et de maintenance, les interactions et la communication entre les différents services ont été réorganisés. L'ensemble des activités de Dalemans a été remodelé pour offrir au client la gamme de produits et de services la plus large, la plus performante, et la plus compétitive possible. Nous voulions mettre en place une réflexion globale qui dépasse le produit fini et je pense que nous y sommes parvenus », ajoute-t-il.



Enfin, élément indispensable au succès de la marque, l'image globale de la société a fait l'objet d'un travail de design graphique pour accompagner le lancement des produits. Commercialisés dès mai 2015, les premiers échos émis par la clientèle et les techniciens sont extrêmement positifs et encourageants. Comme quoi, design et technique font bon ménage...

Rédaction Sylvie Reversez pour Wallonie Design

Dalemans

rue Jules Mélotte 27
B-4350 Remicourt (Belgique)

TEL. : +32 (0)19 33 99 43
sales@dalemans.com

