



Communiqué de presse
Lyon, le jeudi 28 mars 2024

DEWALT, une marque centenaire aux ambitions sans limite

DEWALT, pionnière de l'outillage électroportatif, a célébré ses 100 ans au Matmut Stadium de Lyon, le 26 mars dernier. À cette occasion, la marque phare du Groupe mondial Stanley Black & Decker a réaffirmé ses ambitions pour renforcer sa présence en France, l'un de ses marchés prioritaires. Pour répondre à sa mission première - faciliter le quotidien des professionnels - elle accélère l'électrification sur batterie des usages les plus énergivores en lançant POWERSHIFT. Cette gamme d'outils électroportatifs est destinée au secteur du BTP. DEWALT entend également se recentrer sur l'utilisateur final et accroître sa notoriété en s'entourant d'un ambassadeur sportif qui fera rayonner l'ADN et les valeurs de la marque dans l'hexagone.

Un virage stratégique et des ambitions fortes pour ancrer sa présence en France

DEWALT, première marque du groupe américain Stanley Black & Decker qui représente 16,9 milliards de dollars de chiffre d'affaires est l'atout majeur du géant mondial de l'outillage mécanique et électroportatif. La marque souhaite tirer parti de sa position dominante en Europe et aux États-Unis pour consolider sa présence sur le marché français et se positionner auprès de ses secteurs cibles.

« Nous avons de fortes ambitions de développement sur le long terme aussi bien à l'international qu'en France. Dans l'hexagone nous voulons faire de DEWALT le moteur de notre croissance, en renforçant notre présence auprès de nos 4 secteurs stratégiques : la construction, l'automobile, l'aménagement paysager et l'industrie » indique Antoine Champinot, Directeur général Stanley Black & Decker France et Afrique.

En 2024, l'utilisateur final est placé au cœur de la stratégie d'entreprise. DEWALT, veut simplifier toujours plus son quotidien et anticiper ses besoins. La marque entend se positionner comme un fournisseur de solutions complètes – outils, batteries, accessoires et rangements - destinés à tous les secteurs. Pour gagner en clarté et illustrer cette volonté, l'offre retravaillée se présente désormais par famille de métiers (travail du bois, second œuvre, industrie, automobile...) et non plus par produit. DEWALT va consolider sa présence autour des utilisateurs finaux, en renforçant ses équipes de vente sur le terrain et en augmentant ses investissements marketing.

L'électrification de tous les chantiers pour plus de sécurité et de durabilité

Stanley Black & Decker vise 100% d'outils électroportatifs à l'horizon 2030. DEWALT, s'inscrit dans cette trajectoire avec la volonté de sécuriser les chantiers grâce à des solutions sans fil plus durables. L'entreprise continue d'accompagner la transformation des usages. Son savoir-faire technologique et sa forte dynamique d'innovation, lui donnent la capacité de basculer des applications thermiques lourdes, comme le démolissage, vers l'électrification sur batterie, sans compromis de puissance et de performance.

« Grande robustesse, puissance décuplée, besoin de sécurité : nous voulons conquérir tous les marchés où ces trois paramètres sont pertinents et électrifier tous les usages qui ne le sont pas encore. Les outils DEWALT ont marqué les cent dernières années et nous travaillons déjà sur ceux qui marqueront les cent prochaines » assure Antoine Champinot, Directeur général Stanley Black & Decker France et Afrique.

DEWALT continue d'innover avec POWERSHIFT, une nouvelle gamme de batteries et d'outils destinés au secteur du Bâtiment et Travaux Publics

Après le lancement de POWERSTACK en 2022, la première batterie dotée de cellules plates, DEWALT marque de nouveau un tournant pour son centième anniversaire en lançant POWERSHIFT. Destinée au secteur du bâtiment et des travaux publics, cette gamme est composée de 5 outils pour le béton (pilonneuse, plaque vibrante, aiguille vibrante, règle vibrante et carotteuse) qui fonctionnent tous avec la même batterie ultra-puissante de 554 Wh et du même chargeur à grande vitesse. Pensée et conçue pour des applications très énergivores, la gamme POWERSHIFT permet aux outils sur batterie de s'adresser à de nouveaux utilisateurs qui jusque-là ne travaillaient qu'avec des outils thermiques ou filaires.



Un nouvel ambassadeur de choix pour répondre aux enjeux de visibilité et de notoriété

Le groupe Stanley Black & Decker veut porter, en France, la visibilité de DEWALT à un niveau encore jamais atteint. Le groupe s'en donne les moyens en activant plusieurs leviers : des investissements médiatiques massifs couplés à des actions de sponsoring. DEWALT célèbre ses 100 ans en s'entourant d'un nouvel ambassadeur sportif : Antoine Dupont, capitaine de l'équipe de France de rugby. Avec ses nombreux titres, notamment meilleur joueur du monde World Rugby 2021 et vainqueur du Tournoi de Los Angeles en 2024 (rugby à 7), Antoine Dupont va propulser la notoriété de la marque DEWALT auprès d'un très large public, grâce à sa forte popularité. Ce partenariat est né naturellement des valeurs communes partagées par la star de rugby, son sport et l'ADN DEWALT : performance, robustesse, challenge.

Pour télécharger des visuels : [cliquez ici](#).

--

A propos de DEWALT

Depuis 100 ans, DEWALT s'est taillé une réputation mondiale en concevant, fabriquant et commercialisant des machines particulièrement robustes et puissantes. La combinaison des couleurs noire et jaune est déposée pour les outils et accessoires de la marque qui devient rapidement une référence pour tous les professionnels du bâtiment. Aujourd'hui, DEWALT offre à ses utilisateurs une gamme complète d'outils électroportatifs et d'accessoires hautement performants : perforateurs, scies, ponceuses, meuleuses etc. que ce soit pour le travail du métal, du béton, du bois ou autre. Avec POWERSHIFT, gamme tout juste lancée en 2024, DEWALT annonce clairement sa volonté d'électrifier les applications même les plus complexes pour répondre aux enjeux du bâtiment performant.