



DÉGLON DÉVOILE SA NOUVELLE PLATEFORME DE MARQUE !

Forte de sa solide expertise dans le secteur de la coutellerie française depuis plus de 100 ans, la marque consolide le positionnement de son image de marque premium destinée aux professionnels des métiers de bouche et amateurs passionnés, en collaboration avec l’agence [FOOD DESIGN](#). La nouvelle plateforme de marque révèle ainsi son manifeste axé autour du geste :

Nous croyons que le geste est à l’origine de toute création.
C’est lui qui transforme l’inspiration en action,
la vision en réalité, l’idée en matière.
Nos couteaux et ustensiles sont bien plus que des outils,
ils sont le prolongement de la main.
Pour nous et depuis toujours,
c’est le geste qui donne vie à une recette, un savoir-faire, une émotion.
Le geste rend vivant !

Dégлон, entre vos mains depuis 1921.

« Cette nouvelle plateforme de marque est le fruit d’un long voyage que nous poursuivons depuis plus de 100 ans. Un voyage que nous entreprenons chaque jour aux côtés de nos clients, en leur proposant des outils fiables et un service attentif. Génération après génération, chacun a contribué à construire notre entreprise et aujourd’hui, nous redéfinissons notre identité pour mieux imaginer l’avenir. Cette nouvelle identité visuelle vient renforcer notre univers de marque et nous permet de partager ce qui fait notre savoir-faire et nos valeurs. » déclare Moïse Dégлон, président.

Avec sa nouvelle baseline « **Dégлон, entre vos mains depuis 1921** », la marque conforte son appui sur ses piliers en la déclinant sur tous ses supports de communication : une **entreprise familiale**, installée à Thiers, engagée au service des professionnels des métiers de bouche, pour les accompagner dans leurs pratiques pendant toute une vie ; **un partenaire fiable** qui les comprend, anticipe leurs besoins et leurs exigences au quotidien en cuisine ; **un facilitateur du geste** proposant le bon outil pour le bon geste et le bon usage.

En un mot, Dégлон s’est recentrée sur sa promesse : être un allié quotidien des professionnels, mais aussi des particuliers, en proposant des outils durables pour chaque main et des solutions innovantes pour chaque geste. À travers cette signature, la marque transmet **ses valeurs « rationnelles » : assurance (taux de service de 98%), garantie à vie, fiabilité, longévité (label Longtime®), innovation (60 brevets, marques et modèles) ; tout en véhiculant aussi des valeurs plus axées sur l’émotion : la confiance, le soin, l’originalité, le sur-mesure.**

Quant aux nouvelles accroches comme « **Manufacture du geste** » ou encore « **Outil de caractère** », **présentes sur les nouveaux supports de communication**, elles se réfèrent au manifeste : le geste à l’origine de toute création et qui transforme l’inspiration en action. Les couteaux et ustensiles Dégлон deviennent ainsi le prolongement de la main sur tous les supports visuels. Ils sont fonctionnels, ingénieux, innovants, fiables, durables pour permettre à son usager de faire exister sa créativité.



À compter de janvier 2026, Dégлон déploie sa nouvelle plateforme de marque autour de nouveaux logo, catalogue, visuels de marque et packagings.

Objectif de la stratégie de Dégлон : rendre la marque à la fois plus experte et plus accessible dans son domaine, en affirmant son positionnement de coutelier professionnel à disposition du grand public.

À propos de l’agence FoodDesign :

Citoyenne du monde, passionnée de gastronomie, diplômée de l’ENSCI, Sylvie Amar – directrice de création – pilote en mode projet l’équipe d’experts au service de tous les acteurs du secteur, “du champ à l’assiette”.
Quelle que soit la problématique de marque Food & Beverage à résoudre, l’agence crée des solutions sur-mesure de design global et communication. Et ce, toujours avec une culture 100% food, du cœur et du bon sens.

À propos de Dégлон:

Originaire de Curtilles, petit village près de Lausanne en Suisse, Jean Dégлон arrive en France au début du 20e siècle. Il découvre rapidement l’univers de la coutellerie dans le village des Sarraix, près de Thiers, en Auvergne. En quelques mois, il se passionne pour cet art séculaire et crée en 1921 son propre atelier à Thiers, capitale française de cette industrie. Quatre générations plus tard, l’entreprise familiale a su grandir, évoluer, et devenir une marque de référence auprès des professionnels des métiers de bouche (bouchers, poissonniers, pâtisseries, fromagers...), des écoles hôtelières mais aussi des particuliers, toujours à la recherche d’accessoires culinaires et de couteaux de qualité. La marque centenaire s’est faite connaître au fil des décennies pour ses produits majeurs tels que les séries Meeting, Stop’ Glisse®, Silux Premium®, HighWoods ou encore le couteau à tomate cranté. Cette année, Moïse Dégлон, qui a pour ambition de faire perdurer le savoir-faire familial, dévoile une nouvelle plateforme de marque axée sur les valeurs de cette dernière, et celle du geste avec le bon outil, à l’origine de toute création culinaire.

Retrouvez l’ensemble des visuels sur :
<https://bit.ly/DEGLONPLATEFORME>

