

crieur publ!c

WEDI

Février 2022

Rédactionnel : Actu site

Olivier Thumy, DG wedi France : « Distributeurs, installateurs, particuliers... En 2022, nous allons multiplier les points de rencontre ! »

Après une période post-Covid de forte reprise d'activité (+15% de croissance en 2021), wedi reste sur sa lancée et vient de lancer une belle année 2022 : wedi Tour avec 257 jours d'animations chez les distributeurs, plan média radio et télé, wedi Experts en régions, accompagnement technique des acteurs de la construction, projets 5 étoiles... Olivier Thumy, DG wedi France, dévoile les projets et ambitions de l'entreprise pour les mois à venir, avec en fil rouge toujours la proximité avec les clients.

2021 n'est pas encore trop loin, si l'on regarde dans le rétroviseur, quel bilan tirez-vous de cette année écoulée ?

Olivier Thumy : Je dirais qu'elle a été relativement intense. Il a fallu gérer l'après-Covid avec une certaine forme d'incertitude par rapport à la reprise d'activité sur les marchés du négoce et du bâtiment. On ne pouvait pas imaginer qu'il y aurait une telle pandémie en France et qu'elle bloquerait l'activité pendant plusieurs mois en 2020. Heureusement, nous avons élaboré une stratégie un peu disruptive par rapport à ce qui se pratiquait depuis des années au sein de wedi France. Il s'agissait de ne plus travailler sur 1 seul pilier mais sur 4 : le négoce, la prescription, le digital et la GSB. Cette stratégie nous a permis de faire une très belle année 2021 avec une croissance à deux chiffres. Par rapport à l'année 2019, nous avons atteint +15% d'évolution. Alors bien sûr, comme tous les industriels, nous sommes passés aussi par différents niveaux de stress avec des pénuries de matières premières et des hausses de prix sur lesquels nos distributeurs ont su nous accompagner et je les en remercie.

Cette stratégie davantage tournée vers la prescription et la GSB a donc été particulièrement payante ?

Olivier Thumy : Sur la partie prescription, lancée en 2020, c'est un véritable apprentissage pour wedi et il a fallu s'adapter à la situation qui n'a pas facilité le démarrage de cette activité. Ce n'est qu'un début, l'équipe sera au complet au mois de mars et, on le sait, son action ne commencera à porter ses fruits que cette année. Mais nous sommes très confiants.

Sur la partie GSB, c'est le déploiement qui est complexe. Il s'agit de gérer des volumes extrêmement importants. C'est un fonctionnement proche de celui du négoce mais qui nécessite, là aussi, un temps d'adaptation. Avec les volumes de commandes que nous avons connus en 2021 et que nous constatons encore pour 2022, nous devons faire face à un nouveau challenge : celui de la logistique et de la production pour honorer les commandes.

Il est en tout cas passionnant d'ouvrir ces nouvelles voies de développement et nous sommes tous enthousiastes en nous projetant sur la croissance des deux prochaines années.

Le wedi tour 2022 : « 257 jours d’animations chez nos distributeurs pour un événement jamais réalisé ! »

Pour faire face à ce développement, comment le groupe assure-t-il l’augmentation du volume de production ?

Olivier Thumy : D’abord, le groupe wedi poursuit ses investissements dans l’outil industriel en agrandissant les sites de production en Allemagne pour anticiper les croissances de l’ensemble de ses filiales. Et puis parallèlement, en France, nous continuons à nous structurer au niveau des équipes de vente pour assurer la proximité avec nos clients. Par exemple, nous doublons l’équipe de vente négoce. C’est un point très important pour 2022. Nous avons créé un poste de compte clé. Nous recrutons aussi un chef des ventes supplémentaire. Maintenant que la croissance est assurée, tout est prévu dans le plan de développement de l’entreprise pour être plus proches de nos distributeurs négoce. Aussi, pour assurer la croissance cette année, nous avons un plan de communication qui sera également très soutenu. Nous renouvelons nos investissements en publicité radio et en publicité TV et surtout nous avons imaginé un événement très important : le wedi Tour.

Présentez-nous le wedi Tour 2022.

Olivier Thumy : C’est un événement qui n’a tout simplement jamais été fait par une entreprise de notre taille. Nous allons proposer 257 jours d’animations à nos distributeurs ! 2 camions vont sillonner la France de mars à décembre. L’objectif est d’aller à la rencontre de nos clients pour leur présenter nos produits, mais aussi pour les former et les informer sur les différentes évolutions du marché. Sur le wedi Tour, nous allons ainsi concentrer nos efforts sur [l’arrêté zéro ressaut](#) qui est une révolution dans notre secteur.

Cette tournée démontre bien une nouvelle fois la place centrale du négoce chez wedi. Nous avons d’ailleurs reçu un accueil très favorable de la part des distributeurs quand nous leur avons présenté le dispositif. C’est grâce à cette démarche et grâce à nos partenaires que nous allons une fois de plus affirmer notre place de leader sur le marché et convaincre nos installateurs de la valeur ajoutée des produits wedi.

Objectif : « 200 nouveaux wedi Experts en 2022 »

Arrêté 0 ressaut, nouveaux modes constructifs, RE2020... Les évolutions du secteur de la salle de bain sont importantes actuellement, quel regard portez-vous sur cette situation ?

Olivier Thumy : Oui, c’est clairement un marché dynamique et en pleine évolution. Avec les [besoins d’adaptation du logement au maintien à domicile des personnes âgées](#), la prise de conscience collective du confort dans son habitation et le développement de la construction bois, il est certain que les salles d’eau concentrent de nombreux enjeux actuellement. Et cela va dans le bon sens à mes yeux car ces évolutions répondent aux attentes directes des utilisateurs. Le rôle de l’industriel que nous sommes est d’accompagner ce mouvement en apportant une expertise et des produits de haute qualité. Mais aussi en formant les installateurs qui sont de plus en plus nombreux à s’intéresser à ce secteur. Même si c’est à prendre avec mesure et recul, j’ai des échos qui montrent, par exemple, qu’en raison du manque de disponibilité de chaudières et de pompes à chaleur, les plombiers privilégient plutôt l’installation de salles de bain où il y a une demande croissante.

La proximité de wedi avec les artisans, plombiers et carreleurs, fait partie de votre ADN. Quelles sont vos ambitions pour le programme wedi Experts en 2022 ?

Olivier Thumy : Là encore, la Covid et les règles sanitaires en vigueur ont ralenti le développement des wedi Experts. Jusqu’à présent, notre programme de formation se déroulait exclusivement à Lyon, au siège de l’entreprise ce qui pouvait représenter une contrainte pour certains artisans qui habitent loin. Mais nous faisons évoluer le cadre en nous renforçant avec un animateur-formateur qui va

former des wedi Experts en région. Et cela va se faire encore une fois aussi grâce au support de nos distributeurs. La formation est gérée conjointement avec eux puisqu'ils font la promotion auprès de leurs clients plombiers et carreleurs. Nous ambitionnons de former 200 wedi Experts sur l'année. Je rappelle qu'ils bénéficient d'une extension de garantie de 15 à 20 ans sur nos produits et d'un accompagnement personnalisé sur leurs chantiers spécifiques. Nous avons d'ailleurs un responsable technique qui est à leur disposition pour répondre à chacune de leurs demandes.

« Des projets de complexes sportifs, de centres aquatiques ou de l'hôtellerie haut-de-gamme qui seront de belles vitrines de notre savoir-faire ! »

Cette expertise est justement reconnue par les acteurs de la construction...

Olivier Thumy : Oui, tout à fait, c'est un point fort de wedi aujourd'hui. Ce niveau de service vis-à-vis de la maîtrise d'ouvrage et de la maîtrise d'œuvre : promoteurs, bailleurs, architectes, bureaux d'études... est relativement élevé pour une structure comme la nôtre. Grâce à l'accompagnement technique de notre équipe prescription, nous sommes en mesure de répondre à des problématiques chantier très particulières. C'est ainsi que nous travaillons sur des projets extrêmement intéressants avec des acteurs comme Vinci ou Bouygues par exemple.

Côté produits, quels sont les axes de wedi pour 2022 ?

Olivier Thumy : Nous poursuivons notre logique de proposer à nos distributeurs et nos installateurs des solutions globales et très performantes en matière d'étanchéité, d'acoustique ou de mise en œuvre. Le catalogue wedi est large et répond aujourd'hui aux besoins de nos clients. Et nous allons d'ailleurs présenter cette année aux distributeurs les nouveautés produits qui seront mises en vente en 2023.

Pour résumer, peut-on dire qu'en 2022 wedi a la volonté d'aller, plus que jamais, à la rencontre de ses publics ?

Olivier Thumy : C'est exact, l'idée est bien de multiplier les moments de rencontre avec nos différents publics. Je vous ai parlé du wedi Tour, qui est très important, du plan média avec la radio et la télévision, et on va aussi faire en sorte d'être à nouveau sponsor du concours du Meilleur artisan de France qui devrait se dérouler durant Idéo Bain.

Et puis tout au long de l'année, nous allons participer à de très beaux projets. Il ne faut pas oublier que wedi est toujours très présent sur le marché du bien-être. Nous avons dans les tuyaux des commandes pour des complexes sportifs, des centres aquatiques ou de l'hôtellerie haut-de-gamme, à Paris, à Lyon et dans de nombreuses villes. Ces projets seront, là aussi, de belles vitrines de notre savoir-faire... Et nous avons hâte de pouvoir vous les dévoiler !