

WELDOM passe le cap du milliard d'euros sous enseigne et confirme son ambition : être l'enseigne de bricolage la plus proche des Français

En 2020, WELDOM dévoilait sa feuille de route autour d'une ambition forte : atteindre, en 2025, les 600 magasins intégrés, franchisés ou partenaires pour être l'enseigne la plus proche des Français. A fin 2021, l'enseigne confirme cette trajectoire avec 384 points de vente fédérés dans son écosystème de proximité, dont 42 nouveaux ces 12 derniers mois. L'ensemble affiche un volume d'affaires de 1,2 milliard d'euros, en croissance de 13% par rapport à 2021 et de 33% sur les 3 dernières années. Pour poursuivre dans cette voie, l'enseigne vient de lancer le déploiement de son nouveau concept, accélère sa digitalisation, a revisité sa plateforme de marque et renforce ses synergies avec LEROY MERLIN.

13,6% de croissance sous pavillon Weldom

Après avoir passé le cap du milliard d'euros de volume d'affaires en 2020, WELDOM poursuit sa croissance soutenue en 2021. Portée par un marché du bricolage toujours dynamique (+11,6%*) et par le développement de son réseau, l'enseigne affiche un volume d'affaires de 1,2 milliard d'euros, en hausse de 13%. Les magasins sous enseigne Weldom enregistrent même une croissance de 13,6% franchissant ainsi la barre du milliard d'euros de chiffre d'affaires.

*FMB - Indice GSB de la Banque de France

Un nouveau concept, ultra-modulaire

Pour son concept magasin, WELDOM affiche sa différence. Fini le modèle unique plus ou moins adapté aux réalités locales. WELDOM pose une nouvelle règle, celle de l'ultra modularité. Tout part des habitants et de leurs profils selon qu'ils résident dans l'un des 5 environnements cartographiés par l'enseigne : village, commune, ville, métropole ou quartier. Puis l'équation intègre les critères de concurrence locale et de surface pouvant aller de 400 à 4 000 m². Au final, l'offre de produits et de services s'ajustent précisément aux besoins du terrain. Les secteurs incontournables - Peinture, Jardin, Outillage et Quincaillerie - peuvent ainsi être complétés par des gammes Luminaire, Sol, Sanitaire, Rangement et même par des produits utiles localement comme des articles d'accastillage ou de montagne... Côté services, le principe est le même. Chaque format est assorti d'un éventail de solutions comme le Point Relais, les lockers, le drive, la livraison en vélo, la location de matériel, la retouche rideaux, les cours de bricolage... L'ouverture, en juillet dernier, d'un magasin de 400 m², en centre-ville d'Angers, illustre la capacité du concept WELDOM à s'exprimer sur des petites surfaces. A l'autre bout du spectre, les refontes en cours des magasins intégrés de Mâcon et d'Aurillac viendront démontrer sa pertinence sur des surfaces avoisinant les 4 000 m². 60 magasins adopteront ce nouveau concept d'ici fin 2022.

Chiffres-clés 2021

1,2 milliard d'euros de volume d'affaires

13% de croissance (vs 2021) et 33% en 3 ans

218 magasins sous enseigne WELDOM (+5 versus 2020)

167 magasins membres du Club Partenaires (+ 27 versus 2020)

Un nouvel écosystème digital

Le site WELDOM a fait peau neuve. Adossée à ADEO, l'enseigne bénéficie de sa puissance de frappe pour déployer les systèmes d'information innovants et robustes. En octobre 2021, elle a ainsi mis en service son nouveau site, devenu *marchand à la demande*. Selon leurs besoins, les franchisés ont le choix des modules qu'ils peuvent actionner : la e-réservation ou la vente en ligne.

Une nouvelle plateforme de marque, synonyme de néo-proximité

La marque change, elle aussi, de paradigme. Jusque-là reflet d'une forte proximité géographique et relationnelle, elle devient synonyme de néo-proximité. Et ce n'est pas qu'une figure de style. Car derrière ce terme, WELDOM entend contribuer plus encore au dynamisme des territoires, ruraux comme urbains, en y créant des emplois directs et indirects. Avec ses partenaires, l'enseigne est aujourd'hui présente dans 1 257 communes de moins de 10 000 habitants. Elle travaille également au référencement de fournisseurs locaux qui viendront compléter ses offres nationales. La néo-proximité c'est aussi tisser des partenariats utiles en local à l'image du magasin de Mâcon qui coopère avec le Repair Café Val de Saône pour organiser des ateliers de réparation en magasin. Une manière d'inviter les habitants à réparer plutôt que de jeter. La néo-proximité c'est encore apporter sa pierre à la transition écologique. Le simple fait de se trouver à moins de 20 minutes de chaque Français est déjà un réducteur efficace de CO2.

Des synergies renforcées avec LEROY MERLIN

Maillon de proximité au sein de l'écosystème ADEO, WELDOM est connectée à LEROY MERLIN d'un point de vue logistique et le sera plus encore demain. A titre d'exemple, des réflexions sont en cours pour que les magasins WELDOM deviennent des points de retrait des commandes passées sur le site leroymerlin.fr. Dans d'autres domaines, les magasins voisins expérimentent d'autres types de coopération. A Lannion, le magasin WELDOM teste un corner de poêles avec le concours des équipes LEROY MERLIN de Saint-Brieuc. Le principe pourrait être dupliqué ailleurs. WELDOM Orange et LEROY MERLIN Avignon co-réalisent des tutos qui sont diffusés sur leurs pages Facebook. D'autres unissent leurs forces sur les questions du recrutement, de l'alternance et de la formation.

A propos de WELDOM

Entreprise du Groupe ADEO depuis 2004, WELDOM est l'enseigne française de proximité spécialisée dans le bricolage, la décoration et le jardinage. Elle propose à chaque habitant des produits, des services et des conseils, pour les aider à prévenir, entretenir et améliorer leur maison. Les 4 000 collaborateurs des 218 magasins du réseau WELDOM, dont la majorité est animée par des entrepreneurs - commerçants indépendants, servent une même ambition partagée avec les enseignes LEROY MERLIN et KBANE : *Construire avec tous les nouvelles façons d'habiter pour mieux vivre demain.*

En 2021, avec les 217 magasins sous enseigne et les 167 membres de son Club Partenaires, WELDOM affiche un volume d'affaires de 1,2 milliard d'euros, en hausse de 13%.