



Weldom est distinguée meilleure chaîne de magasins et meilleure franchise de l'année dans le secteur du bricolage

Les consommateurs se sont exprimés en masse. 1 million de votes a été comptabilisé pour l'édition 2023 des trophées Meilleure chaîne de magasins et Meilleure franchise de l'année. Dans la catégorie bricolage, Weldom décroche la double palme. Une distinction qui vient saluer l'engagement de 4000 collaborateurs et d'un collectif de 210 franchisés directement impliqués dans la stratégie de l'enseigne.

Être l'enseigne la plus proche des Français

En 2020, Weldom dévoilait sa feuille de route autour d'une ambition forte : être l'enseigne la plus proche des Français. Pour tenir cette promesse, l'enseigne étoffe son réseau de magasins sous pavillon Weldom. Ils sont 243 aujourd'hui (24 de plus qu'en janvier dernier) et seront 300 en 2025. Elle déploie aussi son nouveau concept. Ultra-modulaire, il s'exprime sur 400 m² comme sur 4000 m² pour s'adapter à chaque contexte, au plus près des besoins des habitants et laisser la place aux gammes de fabricants locaux. La proximité, c'est aussi créer des liens, en local, entre les habitants et les associations de leur territoire. Les magasins invitent ainsi leurs clients à s'impliquer avec eux dans des initiatives responsables. Ils organisent des repair café, participent à des chantiers solidaires, contribuent à des collectes...

« Cette double distinction est une grande fierté. Elle vient récompenser le travail accompli par nos partenaires, leurs équipes et les nôtres pour faire de Weldom une enseigne différente. Une enseigne qui se transforme en permanence autour d'une ambition collective : être l'enseigne la plus proche des Français tant géographiquement que dans le lien étroit que nous nous attachons à entretenir chaque jour avec chacun de nos clients. »

Eric BÉCHU

Directeur Général de Weldom

Une mobilisation collective

L'obtention de ce double trophée tient largement à la mobilisation des équipes Weldom en magasin durant la période de vote. D'avril à juillet, elles ont invité leurs clients à les positionner sur la première marche du podium.

Que ce soit au siège ou dans les magasins, les Weldomiens ont rapidement été sensibles à cette initiative et ont pleinement saisi l'intérêt pour l'image de marque. Pour accompagner les équipes en magasin, des kits de communication avec affiches, stickers ou encore messages sur tickets de caisse ont été déployés dans l'ensemble des points de vente.

« Dans notre magasin Weldom à Bagnols sur Cèze, nous avons mis en place un dispositif de communication pour inciter nos clients à voter pour leur magasin de bricolage préféré. Nous avons également sensibilisé nos équipes pour communiquer sur le sujet avec le plus grand nombre de clients et notamment en caisse avec les stickers collés à proximité. La démarche a été bien accueillie par nos clients qui ont trouvé ça très bien de pouvoir récompenser leur magasin de proximité»

Antoine LUCCA
Franchisé Weldom

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 243 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 218 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%.