



A 25 ans, Weldom révèle sa promesse : *Mieux habiter ensemble*

A l'occasion de ses 25 ans, Weldom dévoile sa plateforme de marque élaborée avec Score DDB et résumée dans sa nouvelle signature : *Mieux habiter ensemble*. Par ces mots, l'enseigne de proximité du groupe Adeo affiche clairement son terrain de jeu - l'habitat - et souligne ses ambitions fédératrices pour coconstruire, avec ses écosystèmes locaux, un avenir plus durable.

Mieux habiter ensemble, la promesse de Weldom

Depuis 25 ans, Weldom affine son modèle, celui d'un commerce de proximité attaché à répondre aux enjeux de son époque. Aujourd'hui, à la croisée des questions de responsabilité sociale, sociétale et environnementale de pouvoir d'achat et d'omnicanalité, l'enseigne a commencé par poser son nouveau concept magasin. Baptisé C9, il apporte aux habitants des réponses concrètes pour mieux habiter chez soi, dans son logement, son quartier, son village, sa ville, sa région. Déjà présent dans 100 points de vente, il combine expérience client personnalisée, offre accessible pensée en valeur d'usage et services engagés (récupération, réparation, location...).

Forte de ce parc magasins, reflet de ses engagements, l'enseigne est désormais prête à faire savoir sa différence. **Avec Score DDB, elle a redéfini sa plateforme de marque et sa signature : *Mieux habiter ensemble***. Cette promesse, Weldom la fait aux habitants. Avec les 5000 collaborateurs des 267 magasins de son réseau, l'enseigne s'engage à leur apporter les bonnes solutions, à des prix accessibles, et à leur proposer les services utiles et vertueux pour que chacun puisse vraiment *Mieux habiter chez soi*. Cette promesse, Weldom et ses partenaires la font aussi aux territoires résolus à tisser des liens, en local, pour permettre collectivement le *Mieux habiter ensemble*.

« Depuis 2022, pour faire connaître son périmètre métier – Bricoler – Jardiner – Décorer – et sa culture de la proximité, Weldom a multiplié les actions de communication. Résultats : l'enseigne a décroché, le trophée de la meilleure chaîne de magasins de bricolage deux années de suite, celui de la meilleure satisfaction client en 2023 et a obtenu, la même année, les meilleures notes sur Google dans l'univers du bricolage, selon Vasano. Sur ses zones de chalandise, Weldom est aussi devenue l'enseigne leader de son secteur tant en notoriété qu'en réputation. Pour conforter ces résultats, et à l'occasion des 25 ans de Weldom, nous insufflons à notre communication une nouvelle dimension. En 2024, nous partons en campagne pour revendiquer la promesse que nous adressons aux habitants et aux territoires : agir pour le *Mieux habiter ensemble*. A compter d'avril, sous le chapeau Célébrons le *Mieux habiter ensemble*, opérations événementielles en point de vente et nouveau film de la marque jalonnent l'année.

Lucie FREAL

Directrice Marketing Stratégique
Weldom



A propos de WELDOM

Entreprise du Groupe Adeo depuis 2004, Weldom en est l'enseigne française de proximité spécialisée dans le bricolage, la décoration et le jardinage. Ses 5 000 collaborateurs partagent avec Leroy Merlin et Kbane une même ambition : *Construire avec tous les nouvelles façons d'habiter pour mieux vivre demain*. Dans les 267 magasins du réseau, majoritairement animés par des entrepreneurs - commerçants indépendants, ils proposent aux habitants des produits, des services et des conseils, pour les aider à prévenir, entretenir et améliorer leur maison. En 2023, avec ses magasins sous enseigne et les 523 membres de son Club Partenaires, Weldom affiche un volume d'affaires de 1,735 milliard d'euros, en hausse de 24%.