



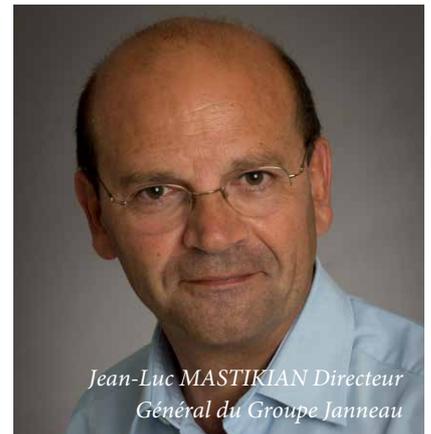
INDUSTRIE

Janneau déploie sa stratégie de croissance

TEXTE STÉPHANIE DREUX-LAISNÉ

Le site du Loroux-Botttereau en 2017. 3 000 m² supplémentaires prévus en 2018.

La stratégie du spécialiste des fenêtres et portes d'entrée est basée sur trois grands piliers : l'expansion de son réseau de Partenaires, une notoriété entretenue par des plans de communication réussis et des innovations régulières. Pour soutenir son développement, le fabricant de menuiseries, qui fêtera ses 45 ans cette année, s'appuie sur des équipes dynamiques et un outil de production qui bénéficie d'investissements constants.



Jean-Luc MASTIKIAN Directeur
Général du Groupe Janneau

10 nouveaux Partenaires

Déjà présent au travers de 92 points de vente répartis dans toute la France, Janneau a étoffé son réseau en 2017, avec dix nouveaux distributeurs indépendants labellisés «Partenaires Certifiés Janneau». Par ce biais, le fabricant français étend son maillage territorial en région parisienne, en

Centre - Val de Loire, dans les Hauts-de-France, en Bourgogne Franche-Comté et en Auvergne Rhône-Alpes. En 2018, l'objectif est de recruter 10 nouveaux Partenaires.

3 millions d'investissements

Pour accompagner la croissance de son réseau, de ses marchés et donc



La première promotion de l'école de formation interne : 22 collaborateurs certifiés.

La gamme PVC 3 joints de Janneau a obtenu la certification A2P R2.



Grâce à sa stratégie offensive, Janneau enregistre une croissance de ses prises de commande de 8 % en 2017.

L'innovation sur les produits et services

Convaincu que l'innovation est un excellent levier de croissance et de différenciation, Janneau mise massivement sur le développement de nouveautés et l'amélioration de ses produits. Récemment, sa gamme PVC 3 joints a obtenu la certification A2P R2 (attestant d'un haut degré de retard à l'effraction) et vient d'être enrichie d'une fenêtre connectée.

L'industriel annonce une première gamme de portes d'entrée monobloc qui sera lancée en 2018.

En 2017, un configurateur de portes a vu le jour sur le site Internet Janneau.com. En 2018, de nouveaux outils digitaux viendront transformer l'expérience client et les techniques de ventes.

Une école de formation

En avril dernier, l'intégralité de la première promotion a terminé et validé la formation qui dure près d'un an. Ainsi, les 22 collaborateurs ont reçu leur certificat de qualification professionnelle (CQP).

La finalité de cette initiative est de renforcer les compétences internes et de favoriser l'employabilité des salariés.

Une nouvelle promotion débutera sa formation en 2018.

Des campagnes de communication fortes

Enfin, afin de consolider sa notoriété auprès du grand public, Janneau va intensifier ses investissements en matière de communication. Ainsi, après le parrainage de la série Plus Belle La Vie sur France 3 en 2017, Janneau a parrainé les 12 coups de midi sur TF1 en Janvier 2018. Une belle visibilité auprès des 5 millions de téléspectateurs. Janneau exploite également d'autres formats publicitaires comme la radio (trois vagues menées de janvier à septembre sur RTL) et l'affichage urbain (en mars). Ces campagnes seront menées au niveau national.

LE GROUPE JANNEAU EN CHIFFRES

CA : 56 M€

Janneau Industrie : +4%

430 salariés

92 points de vente à travers son réseau de Partenaires Certifiés Janneau

1 000 professionnels installateurs