

Nouveau directeur chez Geberit Belgique

Geberit, Meise, Août 2020

Depuis le 1^{er} juillet 2020, José Wyns est le nouveau directeur général de Geberit Belgique. Fort de treize années d'expérience au sein du groupe international, il bénéficie d'une excellente connaissance du marché.



José Wyns, directeur général de Geberit Belgique

Acteur international dans le domaine des solutions sanitaires et des articles de salle de bains en céramique, Geberit est actif dans 120 pays. Le champ d'action de José Wyns s'étendait jusqu'à présent essentiellement au marché européen. Depuis qu'il a rejoint le groupe en 2007, il a occupé différents postes en Belgique, en Allemagne et en France dans les domaines de la vente et du marketing. « Ces centres d'intérêt m'ont été transmis dès mon plus jeune âge », déclare-t-il.

Mais il y a également une autre raison pour laquelle José Wyns a souhaité postuler au sein du groupe à l'époque. « L'accent que met Geberit sur la notion de service avait déjà attiré mon attention lorsque je travaillais pour d'anciens employeurs », se souvient-il. « Ce goût prononcé pour le service clientèle a toujours été, et reste, ma motivation personnelle. Nous plaçons toujours nos clients, à savoir les grossistes, les installateurs, les concepteurs et les architectes, au centre de nos priorités. Nous entendons leur fournir un soutien maximal : aménagement des showrooms et promotions aux comptoirs d'enlèvement, manuels d'installation, brochures techniques et commerciales, fiches de spécifications, études sur mesure en matière d'évacuation (y compris Pluvia) et d'arrivée des eaux, contenu vidéo, applications numériques (Geberit Pro) et formations à la fois chez Geberit et chez nos clients. Nous souhaitons à l'avenir proposer ce soutien dans un format davantage digitalisé en lançant notamment en 2021 un campus numérique (avec apprentissage en ligne, podcasts, webinaires, etc.).

Technologie et design

Depuis le rachat de Sanitec et l'intégration des marques associées, les solutions sanitaires de Geberit forment un ensemble uniforme devant et derrière le mur. La gamme de salles de bains révolutionnaire Geberit ONE en est la parfaite illustration. Elle allie le meilleur des deux mondes : d'une part, la technologie Geberit et, d'autre part, le design fonctionnel. Le système de rinçage silencieux du WC et le siphon peu encombrant à encastrer dans le mur du lavabo sont des exemples caractéristiques. Élégants, pratiques et faciles à installer. « Notre service clientèle en est la force motrice », affirme José Wyns. « Nous recherchons sans cesse des solutions pour répondre aux nouveaux besoins. Cela dit, nous tenons également compte de la connaissance et de l'expérience de nos clients dans tous nos développements et toutes les améliorations que nous apportons à nos produits. » Viser l'excellence en terme de satisfaction client est la mission quotidienne que se donnent tous nos collaborateurs Geberit.



Salle de bain Geberit ONE

Un second segment de marché en pleine croissance est celui des WC-douches Geberit Aquaclean. Geberit a compris depuis longtemps l'importance de l'hygiène et de la propreté, et a introduit le premier WC Geberit avec fonction douche en 1978. Alors que l'Europe accueillait timidement cette innovation, au Japon, un foyer sur deux en possédait déjà un. Ces quatre dernières décennies, Geberit n'a cessé de développer et de perfectionner ce produit, toujours avec l'ambition d'offrir au client le summum du confort, de la technique, du design et de la qualité.

« La crise du coronavirus nous a également fait réfléchir à de nouvelles solutions. Geberit n'a jamais interrompu ses activités, précisément en raison de l'importance que nous accordons au service. Tous nos collaborateurs et nos procédures se sont adaptés sans peine à la nouvelle réalité. Parallèlement, nous recherchons de nouvelles méthodes pour faire fonctionner efficacement les processus d'installation en période de distanciation sociale. En collaboration avec l'installateur, nous avons travaillé sur la manière dont celui-ci pouvait effectuer les travaux préparatoires dans son atelier afin que sa présence sur site reste limitée. »

Une durabilité intégrée

On observe une réelle volonté d'innovation dans tout ce qu'entreprend Geberit. Cette approche a également donné lieu à toutes sortes de développements durables. « En 1990, il avait déjà été décidé d'intégrer l'aspect de la durabilité au sein de l'ensemble du groupe », explique José Wyns. « Citons par exemple l'utilisation responsable des matériaux, le développement de solutions économes en eau et la limitation des déchets et des émissions de CO2. Nous avons déjà atteint l'objectif que nous nous étions fixé pour 2021 il y a trois ans en matière de CO2, à savoir une diminution de 5 % par an. »

« Nos processus de production connaissent également des changements majeurs. Nous avons introduit la technologie Enervit dans sept de nos usines, ce qui rend la cuisson de la porcelaine dans les fours plus économe en énergie. La chaleur libérée est récupérée et les brûleurs sont ajustés en fonction de la demande. L'économie qui en résulte correspond à la consommation énergétique de 1 500 familles. Cela dit, mettre l'accent sur la durabilité signifie également inscrire l'utilisation de nos produits dans la durée. C'est pourquoi Geberit garantit la disponibilité des pièces de remplacement pendant 25 ans. »

« La crise du coronavirus nous a fait réfléchir à de nouvelles solutions pour faire fonctionner efficacement les processus d'installation en période de distanciation sociale. »

José Wyns, directeur général de Geberit Belgique

Relations presse :

Sparkies – Julie Jadoul – jjadoul@sparkies.be - 02 346 90 85

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

Geberit SA
Ossegemstraat 24
1860 Meise
Véronique Langlois, Marketing & Communication Manager
veronique.langlois@geberit.com
Tél. : 02 252 01 11

À propos de Geberit

Le groupe Geberit, actif à l'échelle mondiale, fait figure de leader sur le marché européen des produits sanitaires. Geberit peut se targuer d'une forte présence locale dans la plupart des pays européens, et offre une plus-value unique en matière de technologie sanitaire et d'articles de salle de bains en céramique. Son réseau compte 29 sites de production, dont 6 outre-mer. Le siège du groupe se situe en Suisse, à Rapperswil-Jona. Avec environ 12 000 collaborateurs dans une cinquantaine de pays, Geberit a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires net de 3,1 milliards de francs suisses. Les actions Geberit sont cotées à la bourse suisse (SIX) et sont reprises depuis 2012 dans le SMI (Swiss Market Index, l'indice boursier suisse).