

S'engager auprès de ses clients mais aussi de ses salariés : la culture d'entreprise de Weber valorise la confiance, la collaboration et la créativité

Weber associe sa stratégie d'innovation produits au déploiement d'une gamme exhaustive de services pour accompagner ses clients dans leur quotidien. Cette proximité clients, érigée en valeur intrinsèque dans la signature Weber : **we care**, s'applique également au sein même de l'entreprise, à l'attention de chaque collaborateur.

En effet, Weber a fait le choix depuis longtemps déjà de s'ouvrir à un management différent et innovant, qui place l'homme au cœur de l'entreprise. Respect, écoute, coopération, solidarité... ces valeurs trouvent échos tous les jours chez Weber dans des actes bien réels : rite du café de 10 h dans toutes les unités Weber (du monde!), co-apprentissage au sein de l'Uniwebersity, partage des connaissances et de la stratégie lors des **weberation** sur le principe de pédagogies ludiques et participatives, implication et mobilisation autour de **webersolidaire**...

Une vraie culture d'entreprise imprègne chaque collaborateur, source de cohésion et de motivation en interne, moteur de développement à l'externe, de performances et de compétitivité aussi. Un sentiment d'appartenance qui place Weber bien au-dessus de la moyenne des entreprises revendiquant un engagement fort lors d'une étude réalisée par le Groupe Saint-Gobain !

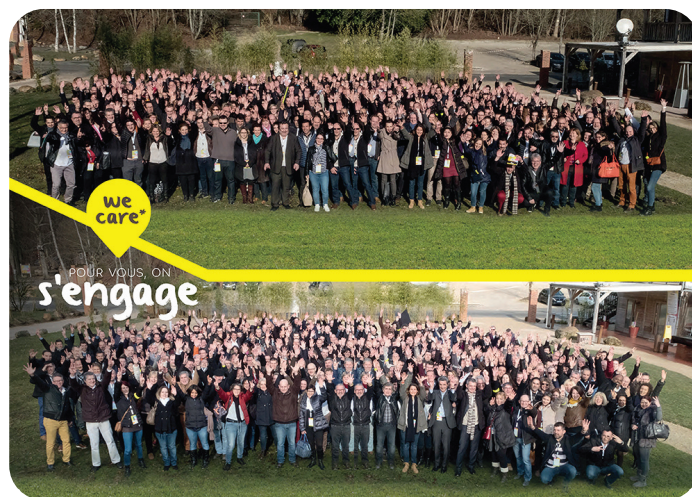
Des initiatives personnelles valorisées et unifiées autour de valeurs communes, gages d'une efficacité améliorée

Deux événements Weber se révèlent emblématiques de cette volonté de créer du lien entre chaque collaborateur, de donner du sens aux actions quotidiennes et défendre une vraie culture d'entreprise portée par tous.

Uniwebersity : Weber organise 5 fois par an des cycles de formations internes aux divers métiers du Groupe, rassemblant 500 collaborateurs de différents pays. Une cinquantaine d'apprentissages est ainsi dispensée lors de ces campus sur fond de "cours théoriques" (20 %), d'ateliers pratiques (40 %) et d'échanges interactifs (40 %). Un nouvel enduit à lancer ou un nouveau packaging à promouvoir : les avantages produits sont bien entendu explicités mais l'appréhension des nouveautés passe aussi par une phase de manipulation (mise en œuvre de l'enduit ou prise en main du nouveau sac par exemple). Avec pour maître mot : le partage. Partage d'expérience entre les représentants Weber de chaque pays, partage de connaissances entre les divers corps de métiers qui se retrouvent à l'occasion de ces formations (Recherche & Développement, Service Commercial, Département marketing et Communication...). Charge à chacun également, par la suite, de transmettre ce qu'il aura appris aux collaborateurs du site Weber où il exerce, une passation de savoir particulièrement appréciée car dépassant les frontières géographiques comme hiérarchiques.

● Uniwebersity 2017 à découvrir en vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=3AZwucmk10c>

On retrouve cette mobilisation et cette implication lors de **weberation**. Depuis 2004, chaque entité Weber à l'international rassemble dans son pays respectif l'ensemble de ses collaborateurs pour diffuser la culture d'entreprise autour de différentes thématiques : les axes stratégiques Weber, les valeurs de la marque, le développement durable... Weber France convie ainsi ses 800 salariés tous les 2 ans. Loin d'être un simple séminaire où quelques activités de loisirs apportent des temps



de respiration aux présentations plus formelles des bilans et projets, ces sessions de 2 jours cherchent à développer une véritable logique d'intelligence collective. Au programme : pas un seul powerpoint mais des discussions, des ateliers, des jeux avec pour fil rouge, là encore, la participation et le partage.

● Les 10 ans de **weberation** à découvrir en vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=tqoqz4DzRoY>

Cette année a d'ailleurs vu se greffer le préfixe "Co" à l'appellation **weberation** pour devenir **Coweberation** et mettre ainsi en exergue les valeurs de collaboration, coopération, cohésion et co-développement. Car Weber joue avant tout collectif ! S'enrichir les uns des autres, c'est innover plus efficacement, plus vite comme l'explique Charlotte Famy, Directrice Générale de Saint-Gobain Weber France : « Faciliter les échanges pour mieux communiquer, partager les savoir-faire, les idées et les expériences pour résoudre les problèmes et créer des opportunités de croissance : au sein d'une équipe, entre équipes aussi, entre sites, entre pays... Transformer le savoir d'une personne ou d'un groupe en savoir collectif, c'est une nouvelle manière de travailler pour être plus proches des clients, anticiper leurs besoins et se différencier de la concurrence. »

« Lorsqu'on rentre chez Weber, on a l'impression de rejoindre une famille, confirme Fabien Tassel nommé Directeur Commercial le 27 mars dernier. Nous sommes tous ambassadeurs de Weber auprès des distributeurs et de nos clients utilisateurs : cette implication et ce travail quotidien de terrain nous différencient et font notre force au même titre que nos innovations produits et services, notre marketing opérationnel ou encore notre engagement environnemental. » Car en effet, « Au-delà de fédérer les équipes et de créer les conditions d'une coopération efficace, la culture d'entreprise se veut aussi génératrice de performances économiques et source de satisfaction clients », renchérit Joaquim Correia, Directeur Marketing. Il s'agit, par exemple, de gagner en compétitivité dans la gestion des relations clients, les modèles d'usines, la chaîne d'approvisionnement, les bonnes pratiques de ventes et de marketing, les processus administratifs...

En 2015, Saint-Gobain a réalisé une enquête auprès de l'ensemble des salariés du Groupe (soit 170 000 collaborateurs) : un questionnaire court (55 items) structuré autour d'un indicateur principal (l'engagement) et 7 leviers d'action (Partager une vision commune / Impliquer et responsabiliser / Encourager la performance collective / Relation au Groupe / Développer les collaborateurs / Favoriser le bien-être au travail / Privilégier le client). À cette occasion, Weber a affiché un score d'engagement particulièrement important : 95 % des collaborateurs ont certifié "ne pas à hésiter à aller au-delà de leurs objectifs" et 93 % "être fier d'annoncer travailler chez Weber" !

Les petits + au quotidien

Au-delà des grands rassemblements participatifs, Weber sait conforter au quotidien le capital sympathie que ses collaborateurs lui attribuent. Ainsi la fameuse pause-café de 10 h, respectée unanimement sur les sites Weber du monde entier, invite tout le personnel à suspendre le travail le temps de partager café et conversations. Les locaux eux-mêmes révèlent un petit supplément d'âme comme au Siège de Servon où les murs sont entièrement recouverts de centaines de photos de collaborateurs.

Notons que, chaque année, de nombreux collaborateurs s'investissent en soutenant des projets portés par **webersolidaire** et en récoltant des dotations. Et il s'agit de participer activement, à l'échelle d'une course à pied par exemple (en faveur notamment de l'Association Européenne contre les Leucodystrophies - ELA), voire même d'aller prêter littéralement main forte comme la quinzaine de salariés Weber qui s'est rendue en Thaïlande pour prendre part à la construction d'une école et d'une crèche dans les villages de Mae Wae et Poblaki.

Enfin, saluons un événement plus ponctuel : la résidence d'artiste organisée à l'occasion de la dernière **Coweberation**, où la sculptrice plasticienne Fabienne Teyssier-Monnot a réalisé une œuvre symbolisant les valeurs de Weber. L'artiste a ainsi interviewé les collaborateurs Weber pour qu'ils lui parlent de l'entreprise, des clients et de leur travail. À partir de ces échanges, Fabienne Teyssier-Monnot a créé une œuvre d'art intégrant divers matériaux minéraux (pierres, perles, miroirs...) y compris des produits Weber, assemblés collectivement par 800 collaborateurs. L'art comme vecteur de cohésion et de créativité : une autre façon de stimuler l'innovation au sein de Weber !

● **weberart studio** à découvrir en vidéo : www.youtube.com/watch?v=_N2liINIXepw



doc. Weber



doc. Weber

Qu'il s'agisse de participer à une course à pied en faveur de l'association ELA ou de se mobiliser sur les sites de chantiers humanitaires, comme ici en Thaïlande pour la construction d'une école et d'une crèche, de nombreux collaborateurs Weber donnent chaque année de leur temps et de leur énergie, ensemble, pour s'investir dans les multiples projets soutenus par **webersolidaire**.



Lors de **Coweberation 2017**, 800 collaborateurs Weber ont pris part aux ateliers organisés à l'occasion de la résidence d'artiste de Fabienne Teyssier-Monnot. L'opportunité de stimuler la créativité de chacun en écho à l'implication de l'entreprise pour développer des innovations toujours plus inventives.



doc. Weber



Fabienne Teyssier-Monnot, **Solide Fluide**, 2017. Commande de Saint-Gobain Weber France réalisée en partenariat avec Mona Lisa - Art for business development.

doc. Weber

Pour toute information complémentaire : SAINT-GOBAIN WEBER FRANCE

Rue de Brie - BP 84 - Servon - 77253 Brie-Comte-Robert Cedex
Tél. 01 60 62 13 00 - Fax 01 64 05 47 50
Contact : Sylvie Bougain - sylvie.bougain@saint-gobain.com
www.weber.fr - Application smartphone : **Weber FR**
Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux : [Twitter](#) [Facebook](#) [YouTube](#)



À propos de Weber : leader mondial des mortiers industriels, Weber fabrique depuis 1902 des solutions innovantes et performantes pour envelopper, protéger et embellir l'habitat durablement. Les produits Weber intègrent la préparation des sols, la pose du carrelage, les enduits de façades, l'isolation Thermique par l'Extérieur, et également le Gros-Œuvre et les Travaux Publics. Appartenant au Groupe Saint-Gobain depuis 1996, Weber réalise un chiffre d'affaires supérieur à 2 milliards d'euros en 2016 dans 59 pays grâce à ses 10.000 collaborateurs et élabore des solutions et des services innovants, respectueux de l'environnement et des hommes qui les mettent en œuvre. Weber participe à la réussite des chantiers de ses clients grâce à la qualité et la facilité d'application de ses produits, issus d'une parfaite connaissance métier. Grâce à sa politique de proximité, Weber s'appuie sur un réseau français de 16 centres de production et de distribution, 5 services clientèles, 1 centre de renseignements techniques, 5 centres de formation et près de 4.000 distributeurs.



Contact Presse : Schilling Communication - 11, boulevard du Commandant Charcot - 17440 Aytré
Tél. 05 46 50 15 15 - Fax 05 46 50 15 19 - agence.schilling@n-schilling.com - **www.n-schilling.com**
[@AgenceSchilling](#) - www.facebook.com/agenceschilling - www.linkedin.com/in/agenceschilling