

POLOGNE

Le groupe Oknoplast a fêté ses 25 ans

Entreprise familiale créée en 1994, Oknoplast, pour célébrer ses 25 ans, a convié plus de 800 personnes à l'occasion de sa première convention européenne. Celle-ci s'est déroulée mi-septembre dernier dans la station de sports d'hiver de Zakopane, au cœur des montagnes polonaises.

200 menuisiers français ont fait le déplacement

Plus de 13 pays représentés et près de 200 participants pour la délégation française. Une convention qui a offert un show à ses convives retraçant l'histoire du groupe et ses objectifs pour l'avenir.

Des prises de paroles d'Adam Placek, fondateur du groupe Oknoplast, et de son fils Mikołaj Placek, PDG, sont venues enrichir cette soirée mettant en avant l'ouverture du groupe vers le digital.

À cette occasion, cinq thématiques sur les volontés du groupe pour les années à venir ont également été mises en avant :

- les progrès technologiques : avec l'internet 5G ou WiFi 6, la commande vocale, la blockchain, la réalité augmentée...
- le "Super client" : des clients de plus en plus informés qui disposent d'appareils mobiles et de la puissance d'internet les plaçant ainsi au rang d'experts qu'il faudra savoir écouter pour répondre à leurs besoins et attentes toujours plus pointues,
- Big Data : la collecte continue d'informations sur les clients a pour but de trouver des solutions qui répondront à leurs préférences, exigences et besoins,
- l'écologie : un critère devenu incontournable pour l'avenir et la sauvegarde de l'environnement sera au cœur des préoccupations du groupe avec la mise en place d'un certain nombre d'actions visant à éliminer les impacts négatifs sur l'environnement en réduisant les



Mikołaj Placek et Grégoire Cauvin



émissions de CO₂ dans l'atmosphère, en recherchant des sources d'énergie alternatives et en réduisant nos consommations électriques... À partir de janvier 2020, le groupe répondra à la certification ISO 14001,

- les changements : inévitables pour toute entreprise, les changements sont le lot de chaque industriel et Oknoplast saura être présent et réactif.

Côté croissance, employant plus de 1850 sala-

riés et avec une capacité de production qui dépasse les deux millions de fenêtres par an, Oknoplast a réalisé un chiffre d'affaires de 171 millions d'euros en 2018. 75 % du total des revenus sont issus des ventes sur les marchés étrangers au travers des trois marques du groupe : Oknoplast, Aluhaus et WnD.

« Année après année, nous atteignons nos objectifs, ce qui nous motive à continuer. En 2018, nous avons servi plus de 1 670 000 clients dans toute l'Europe et la tendance à la hausse s'est poursuivie cette année » résume Mikołaj Placek.

Des ateliers pour les participants français

Les entreprises françaises, outre la visite de l'usine Oknoplast, ont pu participer à des ateliers animés par Grégoire Cauvin, PDG d'Oknoplast France.

Au programme : des sujets aussi variés que le neuf et la rénovation dans le résidentiel, focus sur une vision globale du marché de la menuiserie, environnement-enjeux et engagements, aspect normatif (crédit impôt), RGE, quelle vision du marché de demain (vision France et Europe) vis-à-vis du particulier, quel regard sur la domotique (position des Gafas...). ■

Les partenaires français mis à l'honneur

Les partenaires premium Oknoplast ont également été mis à l'honneur au cours de la soirée en remportant trois trophées.



Prix du plus long partenariat décerné à Avenir Verandas, à Beaume Les Dames (25)



Prix du plus beau showroom décerné à la société Habitat'Eco, à Didenheim (68)



Prix du plus gros volume de ventes décerné à Alliance Diffusion, à Lunéville (54)