



HEIWA

Changez d'air



Franck Beauvarlet, directeur de la marque HEIWA : « Objectifs 2023 : doubler notre chiffre d'affaires et notre réseau d'eco-experts HEIWA »

Pour HEIWA, marque française de pompes à chaleur responsable, 2022 a été une année positive avec la réussite de tous les objectifs que la marque s'était fixée : chiffre d'affaires doublé, nouvelles offres produits pour le tertiaire et le résidentiel, élargissement du réseau d'installateurs, etc. La PAC Air-Eau représente aujourd'hui 25% du chiffre d'affaires d'HEIWA, un beau résultat qui traduit l'engouement des installateurs pour cette gamme de produits.

En 2023, HEIWA souhaite poursuivre cette belle dynamique et doubler à nouveau son chiffre d'affaires. Franck Beauvarlet, directeur de la marque, détaille les perspectives de cette nouvelle année placée sous le signe du développement et de l'innovation avec de beaux projets construits autour de 3 axes : l'accentuation du poids de la PAC Air-Eau dans le chiffre d'affaires global, l'élargissement du réseau de distribution HEIWA, et l'arrivée de nouvelles familles

de produits tant pour le tertiaire que pour le résidentiel. Des ambitions portées par un plan marketing renforcé, axé sur un accompagnement poussé des installateurs et des clients finaux.

« Nous avons connu une année très dynamique, avec la satisfaction de remplir les objectifs que nous nous étions fixés. Les retours des installateurs sont toujours aussi positifs et leurs clients sont à 99% satisfaits de leurs installations. Notre parc de clients a doublé pour dépasser les 2 500 professionnels qui font confiance à HEIWA. Par ailleurs, notre réseau d'Eco-Experts HEIWA (EEH), installateurs agréés, continue de se développer. Nous sommes très confiants pour la suite. »

Franck Beauvarlet, directeur de la marque HEIWA



Vers un réseau de distribution qui évolue à l'échelle nationale



HEIWA a fait le choix de sortir des réseaux de distribution généralistes pour se tourner vers des distributeurs spécialisés comme CD Sud et 3C Clim, des partenariats qui lui permettent de s'implanter en Ile-de-France, dans le Grand Ouest et de renforcer sa présence dans la zone Sud-Ouest.

« Nous avons fait le choix de sortir des réseaux plus généralistes pour travailler exclusivement avec des distributeurs spécialistes. Cela implique évidemment des changements dans nos gammes de produits et de services. Nous n'enlevons pas le lien direct que nous avons avec les clients finaux, nous conservons et renforçons le lien fort que nous avons établis avec eux. Nous continuons le développement de notre service client dédié aux professionnels et aux particuliers. »

Franck Beauvarlet

Une année rythmée par les nouveautés et innovations produits

Alors que le marché de la PAC Air-Eau est en pleine croissance, HEIWA prévoit la sortie de nouveaux produits pour le résidentiel en 2023. La marque travaille sur le segment des ballons thermodynamiques afin de répondre à une demande du marché toujours plus grandissante. HEIWA va également

renforcer sa gamme dédiée au tertiaire en développant les services associés et en créant une équipe dédiée avec le recrutement d'un responsable des ventes nationales DRV. Globalement, la marque travaille au renouvellement de la moitié de son offre existante pour l'année à venir.

« En 2023, il y aura beaucoup de nouveaux produits ! Tout d'abord, il y a **tout le développement de la gamme tertiaire avec le lancement du DRV** et beaucoup d'autres projets autour des services qui y seront associés.

Nous renforçons aussi notre gamme de PAC Air-Eau, qui représente aujourd'hui 25% de notre chiffre d'affaires.

L'objectif est de le porter à 30% cette année, car le marché de la PAC Air-Eau est structurant pour notre développement. Sur ce segment, nous allons **compléter notre offre en proposant des pompes à chaleur avec eau chaude sanitaire (ECS) intégrée.**

Nous avons toujours une gamme complète monobloc et bi-bloc, avec l'ECS, nous allons élargir la gamme sur le

triphase pour lequel il y a une vraie demande.

Nous irons aussi vers des petites puissances pour attaquer le marché du neuf et des surfaces réduites.

D'autres changements concernent la gamme de muraux à partir d'avril 2023, mais nous gardons la surprise !

Un ballon thermodynamique doit également arriver au premier semestre. Et enfin, un projet très important est prévu autour du petit tertiaire en particulier sur le zoning puisque nous allons apporter un produit révolutionnaire qui devrait sortir à la fin du premier semestre...

Là encore, vous en saurez davantage très bientôt ! »

Franck Beauvarlet



Renforcer l'accompagnement des Eco-Experts HEIWA (EEH)

Le réseau des Eco Experts HEIWA (EEH) est fondamental pour la marque qui souhaite développer des services propres aux installateurs agréés. Ainsi, la création d'un poste d'animateur du réseau est engagée. En 2023, HEIWA envisage de compter 150 EEH dans toute la France.

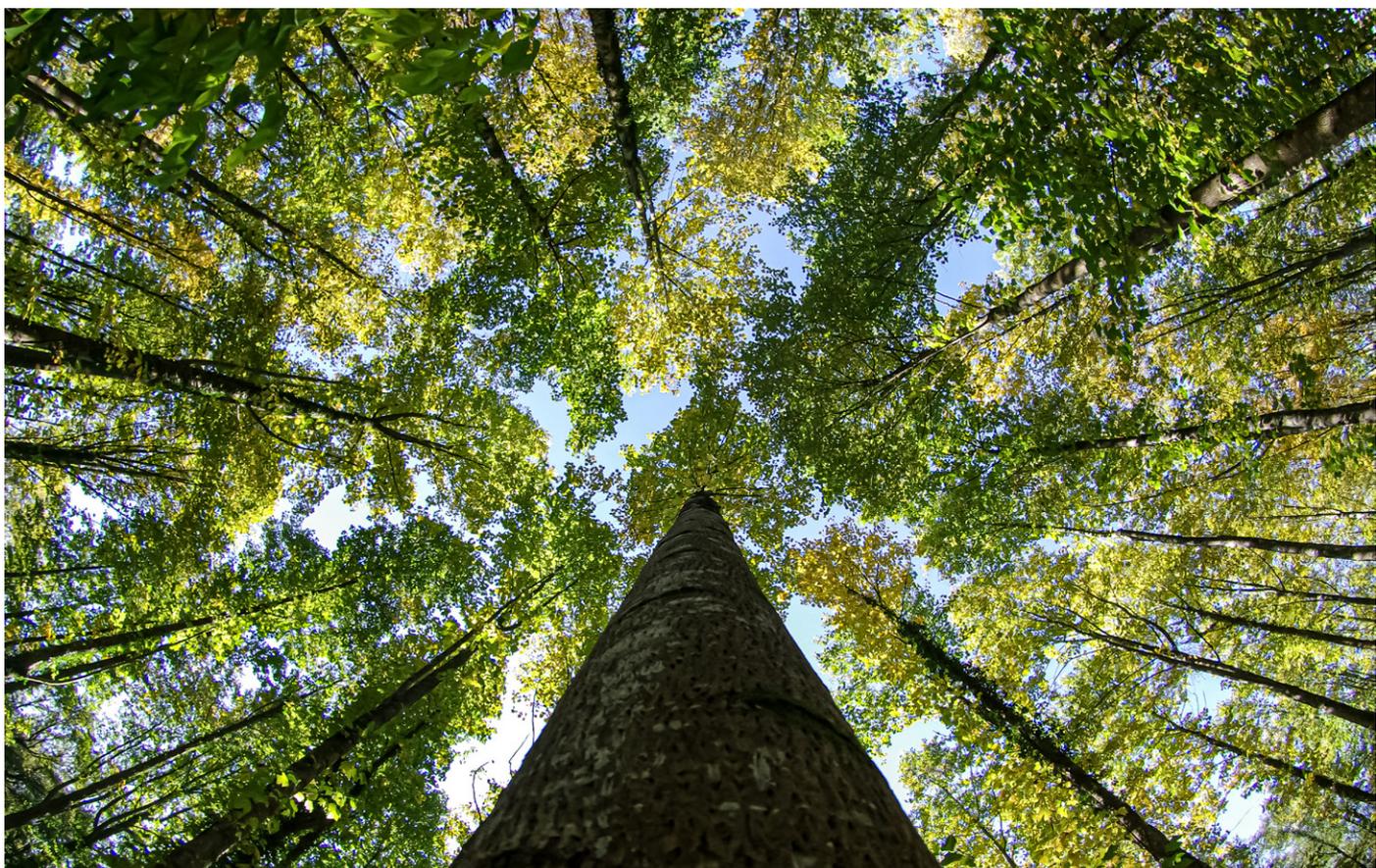
Depuis un an, la marque est en partenariat avec un centre de formation pour proposer des sessions d'apprentissage hebdomadaires dédiées à des produits spécifiques comme la PAC Air-Eau, les gainables, etc. Au deuxième trimestre 2022, 103 clients HEIWA dont 32 EEH ont bénéficié de 19 formations HEIWA. Pour 2023, HEIWA passe à la vitesse supérieure et **prévoit l'ouverture de 3 centres de formation installés à Paris, Lyon et Marseille.**



« Le réseau des EEH est pour nous fondamental. Aujourd'hui, nous avons près d'une centaine de partenaires agréés et nous devons davantage les accompagner. C'est notre projet pour 2023 avec l'objectif de parvenir à au moins 150 Eco-Experts HEIWA, soit 50% de plus qu'actuellement. Le partenariat que nous avons signé avec 3C Clim va nous permettre d'avoir un distributeur hyper spécialisé présent dans des régions où nous n'étions pas distribués : en Ile-de-France, dans l'Ouest... Nous allons ainsi pouvoir asseoir un réseau national

d'installateurs agréés, avec l'objectif, pour les intégrer, de les faire participer aux évolutions de gammes, de les inviter à des tables rondes, etc. Nous allons ainsi pouvoir asseoir un réseau national d'installateurs agréés, avec l'objectif, pour les intégrer, de les faire participer aux évolutions de gammes, de les inviter à des tables rondes, etc. Le consommateur final doit pouvoir nous parler directement et nous voulons aussi qu'il puisse avoir facilement accès à l'Eco-Expert HEIWA à travers nous. »

Franck Beauvarlet



L'ADN HEIWA : une marque engagée en faveur de l'environnement

Pour compenser les émissions carbonees liées au transport et à la consommation de ses pompes à chaleur, HEIWA a créé il y a près de 3 ans sa propre forêt, en partenariat avec l'ONG Tree-Nation. En 2022, ce sont 17 000 arbres qui ont été plantés, soit deux fois plus qu'en 2021. Ces 15 hectares de forêts reboisées représentent 3655 tonnes de CO₂ compensées !

HEIWA renforce la pédagogie auprès de ses clients finaux et développe des outils pour les aider à utiliser leur PAC d'une manière optimale et ainsi mieux gérer et comprendre leurs consommations ainsi que leur impact sur l'environnement.

« Nous menons un gros travail de développement d'outils et de communication sur l'usage des produits. Chacun à sa part à prendre dans la nécessaire prise de conscience collective que nous connaissons actuellement. Nous sommes vraiment dans la démarche de développer des solutions qui permettent de rapprocher confort et réduction des sources d'émissions carbone. C'est l'ADN de notre marque et nous voulons maintenant que chacun sache qu'HEIWA est une marque française, innovante et responsable. »

Franck Beauvarlet, Directeur de la marque HEIWA

Contact presse

HEIWA FRANCE

Franck BEAUVARLET
Directeur de la marque HEIWA
06 08 71 21 64
beauvarlet@heiwa-france.com

CRIEUR PUBLIC

Eléonore GOY -07 80 06 72 39
eleonore.goy@lecrieurpublic.fr

*Tous les dossiers de presse et visuels
sont disponibles sur notre salle de presse*

www.heiwa-france.com

