

La saga des 50 ans de Vedia en dit long sur nos habitudes

Rares sont les acteurs de la vente à distance à avoir réussi la transition vers le numérique et à toucher l'ensemble du marché national. C'est pourtant l'exploit qu'a réussi Vedia, entreprise genevoise qui se caractérise par son agilité.

FLAVIA GIOVANNELLI

Le nom et surtout le catalogue Vedia ont laissé des souvenirs auprès des consommateurs suisses dès 1971, date de la fondation de cette entreprise genevoise. Entre les meubles gonflables et autres gadgets des années 1970, le catalogue Vedia piquait toujours la curiosité. «C'est notre madeleine de Proust, mais à la sauce helvète», confirme Patrick Jorand, directeur et copropriétaire de Vedia. L'entreprise, qui compte aujourd'hui cent dix collaborateurs, a toujours son même siège historique, d'où partent des marchandises qui reflètent la diversité, l'originalité et un bon rapport qualité prix.

En restant fidèle à son ADN, Vedia a donc su s'adapter à l'essor des nouvelles habitudes de consommation. L'an dernier, grâce aux ventes du e-commerce, son chiffre d'affaires a augmenté en moyenne de 30%. Une bonne nouvelle en vue du jubilé actuel, surtout si on compare le sort de Vedia à celui d'autres acteurs, parfois plus gros, de

la vente par correspondance, qui se sont moins bien adaptés. Modeste, Patrick Jorand tente une explication: «L'entreprise est gouvernée par ses dirigeants et leur philosophie les a toujours poussé à réinvestir l'argent gagné dans l'entreprise. Aujourd'hui, nous pouvons affirmer que nous sommes devenus des spécialistes de la vente à distance».

INVESTIR INTELLIGEMMENT

L'argent a ainsi été mis dans un bâtiment situé à deux pas de la gare et dans la transition numérique, deux gros chantiers qui l'occupent depuis les années 2000. Avec une surface agrandie de 40%, Vedia peut stocker davantage de marchandises. De plus, les façades donnant sur le quartier ont été rendues plus avenantes, avec un code-barre géant sur la façade, qui attire l'oeil.

Côté digital, c'est en 2014 que les efforts ont été récompensés, lorsque les commandes en ligne – surtout via smartphones et tablettes – ont dépassé celles effectuées par d'autres canaux. Vedia a donc réussi à élargir la base de son marché, avec des

nouveaux clients ayant une moyenne d'âge en-dessous de 40 ans, sans perdre la clientèle historique.

Pour comprendre ce qui fait ce succès, il faut sans doute revenir aux particularités de l'entreprise. Celle-ci s'adresse aux consommateurs de toute la Suisse. La direction a mis l'accent sur l'engagement de collaborateurs qui ont tous des métiers pointus: une trentaine sont représentés chez Vedia, soit près du tiers des effectifs, et beaucoup d'entre eux parlent suisse-allemand. De plus, malgré les changements dans les modes de consommation, Vedia a renforcé sa position de généraliste du e-commerce. La maison compte près de vingt mille références et les commandes totales se sont montées à huit cent mille articles en 2020. Il s'y écoule à la fois des objets de décoration, des articles de sport, des appareils électroménagers dont le rapport qualité prix séduit toujours, du textile et des meubles. Les méthodes de travail rassurent les clients: «Nous sélectionnons soigneusement nos partenaires et nous assurons le service jusqu'au bout avec le secteur après-vente», relève Patrick Jorand. L'avantage sur la concurrence mondiale des *pure players* se joue en partie là-dessus. Vedia connaît les goûts des Suisses et ne cesse d'évoluer. La preuve: les bonnes ventes de cette année sont constituées par des planches de paddle, des stations de recyclages et des vélos électriques! ■

Le meuble prend ses aises

Depuis peu, les domaines du meuble et de la décoration d'intérieur progressent fortement (plus de 50% en 2020) chez Vedia. Il semble que, sous l'influence de la pandémie et avec l'essor de ce type d'achats en ligne, la marque ait bien tiré son épingle du jeu. Faisant une petite entorse à son implantation genevoise pour trouver de l'espace supplémentaire de stockage, Vedia a investi dans une halle de plus de cinq mille mètres carrés située dans le Nord vaudois. Le service à la clientèle sera également renforcé et permettra d'élargir sa palette de services, notamment en ce qui concerne la livraison.