



WYZ Group connecte les réseaux

« Depuis 9 ans, nous apportons nos solutions et nos services aux manufacturiers qui comprennent de mieux en mieux que nous ne sommes pas concurrents mais complémentaires ». Pierre Guirard, fondateur de WYZ Group.

« *Nous sommes toujours l'outil de dépannage en pneumatiques des constructeurs et leurs réseaux qui restent nos principaux clients* », lance Pierre Guirard. Le fondateur de Pneus WYZ annonce ainsi sa récente signature avec Toyota Motor Europe. Le projet est né en Suède avec le développement d'un portail pour les achats complémentaires des concessionnaires suédois en cas d'indisponibilité chez les partenaires Bridgestone, Nokian et Continental. Cette année, Pneus WYZ connectera entre autres les réseaux français puis portugais et allemands aux stocks de grossistes européens « *Notre objectif est d'augmenter de 30% la vente d'enveloppes et de 20% les roues complètes à terme. A titre d'exemple, nos concessions françaises écoulent jusqu'à 160 000 pneus annuellement. Un ration qui peut encore grimper de 10%* », indique Sabine Fetu, senior manager stratégie après-vente chez Toyota Motors Europe. L'an passé, Pneus WYZ a également signé avec Volvo Belgique, puis Hyundai et Ford en France. Il compte 13 accords constructeurs. Il s'est également engagé dans le développement de la V2 du portail de distribution Rpneu de Renault.

Dans les roues de Michelin

Dernièrement, Wyz Group a noué un partenariat avec Michelin, à la demande du manufacturier. La solution digitale développée pour le Bibendum a été baptisée Easy. « *Nous avons intégré l'intégralité des stocks sur la plateforme Easy pour obtenir une disponibilité de 100% et en temps réel de l'ensemble des marques du groupe (Michelin, BF Goodrich, Kleber, Kormoran et Riken), accessible aux pros* », indique Pierre Guirard, soulignant que ce partenariat commercial reste une « solution de dépannage. Pour l'instant en France, Easy devrait s'exporter en Europe dès 2018. WYZ Group a écoulé 335 000 pneus premium en 2017 soit une progression de 23% de ses ventes, pour atteindre 27 M€ de CA en 2017, dont 15% via nos filiales export (Belgique, Suède, Espagne...). Une progression sûre, même si les résultats sont en deçà des estimations annoncées l'an passé (30 M€ pour 2017).

« *C'est vrai. Mais nous nous industrialisons et nous calibrons pour franchir la barre des 50 M€, condition sine qua none pour passer sous statut ETI (Entreprise de Taille Intermédiaire). Nous construisons des accords durables avec nos clients. Nous n'existons qu'à travers eux* », conclut le dirigeant.