

Pneumaticiens : tête haute pour Profil Plus

jeudi, 27 mars 2014



Profil Plus sort la tête haute de l'année 2013 avec une progression significative de ses ventes et de sa position sur le marché du pneumatique. Pour 2014, l'enseigne envisage de nouveaux développements, en particulier sur le web.

Profil Plus, qui se targue d'être la «*première enseigne indépendante de distribution de pneus du marché français*», dresse un bilan 2013 plutôt positif de son activité, notamment grâce à une progression de 11% de ses ventes sur le secteur Tourisme-VUL-4x4. À noter que ce dernier n'a progressé en moyenne nationale que de 5% en 2013. Progression également de Profil Plus sur les marchés du pneu poids-lourds (+2% en neufs et rechapés) et de l'agraire (+2% en roues motrices), où l'enseigne capterait ainsi respectivement 25% du premier secteur et 30% du second. Enfin, l'activité grands-comptes a également progressé de 14,3%, dépassant ainsi les 50 M€ de chiffre d'affaires sur un global de 650 M€. En 2014, les adhérents de Profil Plus tablent sur 700 M€ de chiffres d'affaires.

Le réseau et le site internet s'étoffent

Côté réseau, Profil Plus comptait 428 centres au 1er Janvier 2014, en prenant en compte l'intégration en 2013 de Laguerre Pneus, Lallemand Pneus, Saphore Pneus, Brunel Pneus, Cantal Pneus, La Maison du Pneu et Multiservices Pneus. Le site Internet n'est pas en reste avec une augmentation des visiteurs annoncée à hauteur de 28%. Du coup, en 2014, l'enseigne devrait proposer de nouveaux services, comme le choix du paiement en agence ou en ligne. Un nouveau site institutionnel devrait aussi voir le jour ainsi qu'un autre, dédié cette fois aux informations pratiques et proposé en partenariat avec Alain Prost. Enfin, Profil Plus dispose de son propre site d'offres d'emploi, relayant sur le web et les réseaux sociaux les besoins en personnel des adhérents.

«Profil Plus continue de progresser fortement en se donnant les moyens humains et technologiques pour conserver la confiance de ses clients, gagner de nouveaux comptes et convaincre le marché de la pertinence de son offre. En 2014 nous avons pour ambition de continuer notre développement Grands

Comptes sans négliger ce qui a toujours fait la force du réseau : un ancrage régional fort grâce à des adhérents ayant une vraie proximité avec leurs clients locaux. Nous souhaitons par ailleurs poursuivre la stratégie digitale du groupe avec le lancement de plusieurs sites tout au long de l'année», résume Pascal Audebert, directeur-général de Profil Plus.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite