



L'ACTIVITÉ AU BEAU FIXE

Non tributaire de la météo comme c'est le cas en VL, l'activité en centre spécialisé a aussi le vent en poupe grâce à la palette de services proposés. L'objectif étant de se démarquer de la concurrence. **Jean-Marie Collin**, gérant de Lavatrans, plante le décor du côté de l'activité : *"Le secteur du lavage poids lourd est très concurrentiel et, de ce fait, nous sommes en recherche constante de nouveaux services et autres solutions. Bien sûr, la modernisation des équipements et l'utilisation de produits innovants (bactéricide, cire déperlante, nettoyant aluminium...) entrent dans ce cadre, sans oublier la rénovation de nos espaces clients."* Certes, au contraire du VL, l'aspect météo n'a que très peu d'incidence sur les résultats. Reste que de plus en plus de sociétés

"Le secteur du lavage poids lourd est très concurrentiel"



Comme ses concurrents directs, le Progress de Lavance bénéficie de développements issus du VL, comme la haute pression intégrale embarquée à jets oscillants. Pratique pour les bas de caisse et passages de roues !

s'équipent de leur portique de lavage pour leur propre flotte de camions et ouvrent également ce service à d'autres transporteurs, pour amortir leur investissement tout en s'assurant des revenus complémentaires. En outre, la concurrence s'organise au niveau des nombreuses stations de lavage traditionnelles connues des transporteurs, équipées généralement de deux machines avec, en sus, la haute pression. Dans ce contexte, en 2017, le groupe Lavatrans a réalisé plus de 70 000 lavages, sachant que l'exercice en cours devrait permettre d'atteindre les 75 000.

Les nombreuses formules de lavage que propose le réseau Lavatrans permettent aux transporteurs de bénéficier de tarifs très compétitifs selon leur fréquence de lavage. Par ailleurs, de par leur engagement mensuel, les abonnements clients permettent à Lavatrans de ne pas être soumis à la baisse de chiffre due à la variation de fréquentation saisonnière, ainsi qu'à la baisse de chiffre éventuelle de ses clients.

Maintenant, pour ce qui est de l'actualité, la digitalisation est au cœur de la stratégie du réseau. En effet, la franchise a largement investi les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn) pour informer ses clients sur ses nouveautés, et plus globalement sur les actualités du secteur du poids lourd. Surtout, via le site Lavatrans.com, les futurs clients ont la possibilité de simuler leur budget de lavage selon la fréquence de lavage de leur flotte et la planification de leurs tournées. De là, ils peuvent ensuite directement souscrire leur abonnement en ligne et laver leur camion dans les 11 stations de lavage de l'enseigne avec le même abonnement.

