

L'organizzazione di Point S ha scatenato un uragano nel mondo francese delle gomme. Dopo le dimissioni del direttore della sede tedesca Jürgen Benz, che lo scorso dicembre ha sorpreso molti, è la volta ora di Point S France che prende le distanze dal più importante player del paese: Michelin. La stampa francese definisce un vero e proprio "fulmine nel mondo dei pneumatici" il mancato accordo tra Point S e Michelin nella definizione di termini e condizioni di vendita per il 2012 e la conseguente esclusione dall'offerta Point S della gamma di pneumatici forniti direttamente dal leader di mercato. Poiché Michelin rappresenterebbe almeno il 40% del turnover di Point S France, questa decisione appare agli osservatori del mercato piuttosto pericolosa.

Nell'assumere questa posizione, il direttore generale di Point S France, Christophe Rollet, ha anche invitato tutti i dealer francesi - 280 rivenditori indipendenti con un totale di 430 punti vendita - ad unirsi nella strategia di distacco da Michelin. In altre parole Rollet cerca alleati per il boicottaggio della casa francese. Naturalmente il direttore ammette che i dealer sono liberi di rifornirsi di gomme Michelin sia attraverso i grossisti che attraverso la piattaforma B2B dell'azienda. "Io spero però che i nostri partner ci seguiranno in questa presa di posizione, visto che le condizioni proposte da Michelin non erano accettabili", avrebbe detto Rollet. "Le royalties suggerite erano troppo esigue e le nostre richieste troppo importanti".

Secondo le stime di Rollet nel 2012 le vendite di prodotti Michelin tramite la rete Point S saranno fra il 30% e il 50% inferiori rispetto all'anno precedente, che si tradurrebbe in un potenziale decremento del 20% del fatturato per i rivenditori che parteciperanno all'azione di boicottaggio. Rollet aggiunge anche che Point S non è "arrabbiata" con la casa francese, anche se "bisogna comprendere che nessuno può semplicemente dettare i termini a Point S".

Ad oggi dunque il portafoglio prodotti di Point S in Francia offre solo due brand nel segmento premium: Goodyear e Bridgestone. Per la fascia media ci sono Matador (Continental) e Debica (Goodyear), mentre per i prodotti budget i dealer possono contare su Summerstar e Winterstar, private brand prodotti da Continental e che nel 2012 dovrebbero superare un milione di pezzi venduti in tutta Europa.



Il network Point S France non ha trovato un accordo commerciale con Michelin



Christophe Rollet, direttore generale di Point S France, ha chiesto ai 480 dealer francesi di boicottare Michelin non vendendone i prodotti

© riproduzione riservata

pubblicato il 30 / 01 / 2012