

Michelin investe ancora nell'e-commerce. **Dopo aver acquistato, nemmeno un mese fa, il 40% del rivenditore online leader del mercato francese Allopneus**, è la volta della Gran Bretagna: la casa produttrice francese ha infatti annunciato l'acquisizione di Blackcircles.com, il rivenditore online numero uno di pneumatici del Regno Unito, per un importo di 50 milioni di sterline, pari a circa 67 milioni di euro.

Blackcircles.com, che ha sede a Edimburgo, in Scozia, ha generato un fatturato di 28 milioni di sterline (37 milioni di euro) nel 2013. Gestito da Mike Welch, il suo fondatore, Blackcircles.com ha registrato una crescita di circa il 20% l'anno dal 2008 in poi, in particolare grazie alla sua formula "Click & Fit", che comprende la vendita del prodotto e del servizio montaggio. Nel primo trimestre del 2015, con ricavi in crescita del 34% rispetto al primo trimestre 2014, Blackcircles.com ha confermato la sua dinamicità. Questo forte sviluppo è destinato a proseguire a ritmo sostenuto negli anni a venire, grazie soprattutto al boom dell'e-business nel Regno Unito e al previsto consolidamento della posizione di leadership già detenuta da Blackcircles.com.

✖ "Sono felice di aver trovato in Michelin un partner che condivide la nostra passione per il servizio clienti, l'innovazione e la tecnologia", ha dichiarato Mike Welch, fondatore e CEO di Blackcircles.com. "La forza del Gruppo Michelin ci permetterà di sostenere l'offerta multi-brand che proponiamo in ogni officina, ad ogni angolo di strada. Sono convinto che i nostri team, i nostri clienti, le nostre officine ed i nostri fornitori ben presto inizieranno a vedere il vantaggi di questa partnership."

L'acquisizione di Blackcircles.com permetterà a Michelin di migliorare le performance del proprio mix di canali di distribuzione nel Regno Unito e in particolare di sviluppare sinergie con il suo distributore tradizionale, ATS Euromaster.

Come anticipato, l'acquisizione a metà aprile di una partecipazione del 40% in Allopneus e quella di Blackcircles.com rappresentano "altri due passi per l'attuazione di una strategia di e-commerce attiva", ha affermato Michelin.

"Grazie a questa alleanza con due player europei che sono riusciti a creare un nuovo modello di business di vendita di pneumatici efficiente, Michelin sta perseguendo l'obiettivo di rispondere alle nuove aspettative degli automobilisti, e in particolare di offrire loro un processo di acquisto semplice ed efficiente, con il miglior valore."

Jean-Dominique Senard, Amministratore Delegato del Gruppo Michelin, ha commentato: "La nostra strategia illustra la nostra ambizione: essere sempre più innovativi, efficienti e proattivi per i nostri clienti, offrendo loro prodotti e servizi adatti alle esigenze individuali,

semplificando l'intero processo di acquisto, dalle scelta dei pneumatici al montaggio effettuato da professionisti."

© riproduzione riservata
pubblicato il 7 / 05 / 2015