

Bridgestone, **nonostante la recente perdita dell'affare Pep Boys, che ha venduto i suoi 800 negozi ad Icahn Enterprises**, ha tutta l'intenzione di aumentare il numero di punti vendita statunitensi. Il CEO di Bridgestone, Masaaki Tsuya, ha affermato che l'azienda giapponese punta a far crescere il proprio network del 20% entro il 2020, arrivando ad oltre 6.000 officine. I centri di vendita al dettaglio supplementari saranno sia negozi di proprietà Bridgestone che rivenditori partner.

Bridgestone, attualmente, possiede 2.200 negozi di proprietà, sotto diversi brand: Firestone Complete Auto Care (catena che da sola conta 1,600 negozi), Tires Plus, Hibdon Tires Plus e Wheel Works. Inoltre, nel network sono presenti 3.000 rivenditori partner. Già oggi questa è una delle più grandi catene tra i produttori di pneumatici ma, secondo Tsuya, la presenza di Bridgestone è attualmente "debole in alcune regioni."

Parlando della decisione di Pep Boys di accettare l'offerta di Icahn di 18,50 dollari ad azione, Tsuya ha affermato che è stato "un peccato", ma ha aggiunto che Bridgestone si concentrerà subito sul nuovo progetto.

© riproduzione riservata
pubblicato il 27 / 01 / 2016