

Il network Point S nel corso degli ultimi anni ha registrato una buona crescita in Francia, arrivando a contare, nell'anno in cui festeggia il 45esimo anniversario, 470 punti vendita. Solamente nel 2015 sono stati 53 i nuovi ingressi nella rete, e l'amministratore delegato di Point S, Christophe Rollet, ha affermato che entro la fine del 2016 la rete francese di Point S potrà vantare più di 500 punti vendita.

Questa crescita sarà raggiunta anche attraverso l'introduzione di un nuovo concetto di punto vendita, chiamato Point S City. Secondo Rollet, l'idea alla base di Point S City è a "enfaticizzare il concetto di prossimità". A tal fine, Point S intende aprire i punti vendita Point S City in due particolari location: città con un numero di abitanti compreso tra i 4.000 e i 10.000 dove il marchio non è ancora presente e nei centri delle grandi città. I piani a medio termine prevedono l'apertura di 100 punti vendita Point S City, con circa 20-30 di questi che apriranno già quest'anno. Il primo centro Point S City dovrebbe aprire nel primo trimestre del 2016.

La differenza tra i nuovi Point S City e i punti vendita esistenti della rete, ha spiegato Rollet, è la scala. "Il nostro concetto tradizionale è troppo costoso per espandersi in queste aree", commenta. "Mentre il fatturato medio di un tradizionale negozio Point S è di 850.000 euro all'anno, Point S prevede che i punti vendita City genereranno un fatturato di meno di 150.000 all'anno e potranno essere creati con un investimento di circa 30.000 euro, con un ritorno degli investimenti di un anno. Come per gli attuali punti vendita, i nuovi Point S City saranno gestiti da affiliati indipendenti.

© riproduzione riservata
pubblicato il 4 / 02 / 2016