

Compagnie Generale des Etablissements Michelin

A Michelin adquire 100 % da sociedade Blackcircles.com por 50 milhões de libras esterlinas

A Michelin anunciou a compra da Blackcircles.com, número 1 em venda de pneus pela Internet no Reino Unido, por um total de 50 milhões de libras esterlinas.

Com sede em Edimburgo, a Blackcircles.com teve em 2013 um volume de negócios de 28 milhões de libras esterlinas. Dirigida por Mike Welch, o seu fundador, a Blackcircles.com teve um crescimento de cerca de 20 % anual desde 2008, graças especialmente à sua fórmula “Click & fit”, que inclui a venda do produto e do serviço. No primeiro trimestre de 2015, com um crescimento de 34 % em relação ao mesmo período de 2014, a Blackcircles confirma o seu dinamismo. Este grande desenvolvimento deveria continuar nos próximos anos, graças ao impulso do e-business no Reino Unido e ao reforço da posição de liderança da Blackcircles.com.

“Estou muito satisfeito de ter encontrado na Michelin um parceiro que partilha a nossa paixão pelo serviço ao cliente, pela inovação e pela tecnologia”, comentou Mike Welch, fundador e CEO da Blackcircles.com. “A força do Grupo Michelin permitir-nos-á reforçar a oferta multimarca que oferecemos em cada oficina, em cada esquina. Estou convencido de que as nossas equipas, os nossos clientes, as nossas oficinas e os nossos fornecedores vão compreender rapidamente os benefícios desta operação”.

A compra da Blackcircles.com permitirá que os canais de distribuição da Michelin no Reino Unido sejam mais eficientes, assim como desenvolver as sinergias com o seu distribuidor tradicional ATS Euromaster.

Após a aquisição de 40 % da Allopeus em meados de abril, a Michelin, líder francês em venda de pneus online, a operação com a Blackcircles.com representa para o Grupo mais uma etapa na implantação de uma estratégia ativa de e-commerce.

Graças a esta parceria com dois grandes atores europeus capazes de criar um novo e eficiente modelo de negócio de venda de pneus, a Michelin reforça o seu objetivo de responder às novas necessidades dos utilizadores e, especialmente, de propor um sistema de compras simples e eficaz ao melhor preço.

Para Jean-Dominique Senard, presidente do Grupo Michelin: *“A nossa estratégia ilustra a nossa ambição: ser sempre mais inovadores, eficientes e proactivos para os nossos clientes, proporcionando-lhes serviços adaptados às suas necessidades particulares e facilitando-lhes o processo completo de compra, desde a seleção do pneu até à sua montagem por profissionais”.*

*A missão da **Michelin**, líder do setor do pneu, é contribuir de maneira sustentável para a mobilidade das pessoas e dos bens. Por esta razão, o Grupo fabrica, comercializa e distribui pneus para todo o tipo de viaturas. A Michelin propõe igualmente serviços digitais inovadores, como a gestão telemática de frotas de viaturas e ferramentas de ajuda à mobilidade. De igual modo, edita guias turísticos, de hotéis e restaurantes, mapas e Atlas de estradas. O Grupo, que tem a sede em Clermont-Ferrand (França), está presente em 170 países, emprega 112.300 pessoas em todo o mundo e tem 68 centros de produção implantados em 17 países diferentes. A Michelin possui um Centro de Tecnologia que se encarrega da investigação e desenvolvimento com implantação na Europa, América do Norte e Ásia. (www.michelin.es).*

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Avda. de Los Encuartes, 19
28760 Tres Cantos – Madrid – ESPANHA
Tel.: 0034 914 105 167 – Fax: 0034 914 105 293

