

Paris, le 6 mai 2015

COMPAGNIE GENERALE DES ETABLISSEMENTS MICHELIN

**Michelin acquiert 100% de la société Blackcircles.com pour un montant de 50 millions de livres sterling**

Michelin annonce aujourd'hui l'acquisition de Blackcircles.com, numéro 1 de la vente de pneumatiques sur Internet au Royaume-Uni, pour un montant de 50 millions de livres sterling.

Basé à Edimbourg, Blackcircles.com a réalisé 28 millions de livres sterling de chiffre d'affaires en 2013. Dirigé par Mike WELCH, son fondateur, Blackcircles.com a connu depuis 2008 une croissance d'environ 20% par an, notamment grâce à sa formule « Click & fit », qui inclut la vente du produit et du service. Au premier trimestre 2015, avec une croissance en hausse de 34% par rapport au premier trimestre 2014, Blackcircles a confirmé son dynamisme. Ce fort développement devrait se poursuivre dans les années à venir, grâce à l'essor de l'e-business au Royaume-Uni et au renforcement attendu de la position de leader déjà détenue par Blackcircles.com.

*« Je suis heureux d'avoir trouvé en Michelin un partenaire qui partage notre passion pour le service aux clients, l'innovation et la technologie », souligne Mike WELCH, fondateur et CEO de Blackcircles.com. « La puissance du Groupe Michelin va nous permettre de renforcer l'offre multimarque que nous déployons dans chaque garage, à chaque coin de rue. Je suis convaincu que nos équipes, nos clients, nos garages et nos fournisseurs vont percevoir rapidement les bénéfices de cette opération. »*

L'acquisition de Blackcircles.com va permettre à Michelin de rendre plus performant son mix de canaux de distribution au Royaume-Uni, et en particulier de développer des synergies avec son distributeur traditionnel ATS Euromaster.

Après la prise de participation de 40% mi-avril dans Allopeus, leader français de la vente en ligne de pneumatique, cette opération représente pour Michelin une étape supplémentaire dans la mise en œuvre d'une stratégie active de e-commerce. Grâce à cette alliance avec deux acteurs européens ayant réussi à créer un nouveau business model performant de vente de pneumatiques, Michelin poursuit son objectif de répondre aux nouvelles attentes des automobilistes, et notamment de leur proposer un parcours d'achat simple et efficace au meilleur coût.

Pour Jean-Dominique SENARD, Président du Groupe Michelin : *« Notre stratégie illustre notre ambition : être toujours plus innovant, efficient et performant pour nos clients, en leur procurant des produits et des services adaptés aux besoins de chacun, et en leur facilitant l'ensemble du processus d'achat, du choix du pneumatique au montage par des professionnels. »*

La mission de Michelin, leader de l'industrie pneumatique, est de contribuer de manière durable à la mobilité des personnes et des biens. A ce titre, le Groupe fabrique, commercialise et distribue des pneus pour tous types de véhicules. Michelin propose également des services digitaux innovants, comme la gestion numérique de flottes de véhicules ou des outils d'aide à la mobilité. Il édite des guides touristiques, des guides hôtellerie et restauration, des cartes et des atlas routiers. Le Groupe, dont le siège est à Clermont-Ferrand (France), est présent dans 170 pays, emploie 112 300 personnes dans le monde et dispose de 68 sites de production implantés dans 17 pays. Le Groupe possède un centre de technologie en charge de la recherche et du développement implanté en Europe, en Amérique du Nord et en Asie. ([www.michelin.com](http://www.michelin.com))