

Développement international : Point S renforce sa présence en Amérique du Nord

Point S accélère son développement en Amérique du Nord avec une double annonce concernant les USA et le Canada. D'une part, la marque Point S va remplacer la marque Unipneu, du groupe Unimax, au Canada. D'autre part, Point S a signé avec Tire Factory aux Etats-Unis, qui va mettre en place les couleurs de l'enseigne française dans tous les points de vente de son réseau.

La marque Point S se déploie au Canada

Après avoir rejoint le réseau il y a 2 ans, le groupe canadien Unimax a pris la décision d'utiliser exclusivement l'enseigne Point S dans l'ensemble de ses points de vente, en remplaçant sa signalétique Unipneu par l'identité visuelle de Point S.

Cette annonce reflète la stratégie d'Unimax d'augmenter et de renforcer sa couverture du marché canadien en développant le concept d'animation marketing de Point S.

Bruno Leclair, Président et CEO d'Unimax Tire Ltd déclare : « *Nous sommes persuadés que nos points de vente verront très vite les avantages de passer intégralement à la marque Point S. Nous allons profiter d'une stratégie marketing et bénéficier d'une marque de renommée mondiale des plus expérimentée sur son marché.* »

Point S se développe aux Etats-Unis

Simultanément, Point S annonce que Tire Factory, le réseau américain indépendant de distribution de pneus, rejoint le réseau et remplace son enseigne par celle de Point S, avec un plan de mise en place de l'identité visuelle Point S dans l'intégralité de ses points de vente. Tire Factory devient le master franchisé exclusif Point S pour le marché US.

John Kreidel, CEO de Tire Factory commente : « *Tire Factory est une marque reconnue, mais l'adoption de la marque Point S s'impose dans notre stratégie marketing à long terme. Point S... Avec S comme Service qui reflète au mieux la politique de nos points de vente de proximité de vendre à la fois des pneus et des services.* »

Fabien Bouquet, Directeur général adjoint de Point S Development, filiale de Point S en charge du développement international, a également profité de la convention annuelle d'Unimax-Point S Canada le 28 mai pour commenter ces 2 annonces : « *La décision commune d'Unimax et de Tire Factory d'adopter la marque Point S et son identité visuelle, comme unique enseigne, dans leurs réseaux respectifs, s'inscrit dans l'objectif que je partageais avec Bruno Leclair et John Kreidel de construire un réseau indépendant leader sur le marché nord-américain. C'est devenu une réalité. Pour consolider notre présence nord-américaine et développer de nouvelles synergies, nous avons ouvert le capital de notre siège régional, Point S North America, aux deux compagnies.* »

L'enseigne travaille également sur le partage de programmes marketing ainsi que sur une offre produit commune s'appuyant sur les accords internationaux de Point S avec certains fournisseurs.

Fabien Bouquet précise : « *Notre principal objectif est de soutenir l'activité de nos points de vente nord-américains à travers la mise en place d'une politique cohérente de sell-in et de sell-out, et l'utilisation d'outils déjà disponibles à travers notre plate-forme internationale.* »

Le plan de développement à moyen terme est de déployer l'identité visuelle de Point S dans 600 points de vente. Le plan d'harmonisation programmé avec Tire Factory et Unimax permettra à Point S d'atteindre cet objectif en 4 ans.

Christophe Rollet, Directeur Général de Point S, déclare : « *Voir notre marque prendre une aussi remarquable ampleur en Amérique du Nord est une très grande fierté partagée par tous nos adhérents Point S de France, d'Europe et d'Afrique du Sud. Ce développement est la stricte application de notre stratégie : faire de Point S une marque présente et connue dans le monde entier sur le marché du pneumatique et de l'entretien automobile. Et ceci, par nos propres moyens : sur ce continent comme partout ailleurs, Point S se développe sans dépendre de quiconque, confirmant que l'indépendance d'un réseau n'est en rien un obstacle à son développement.* »

A propos de Point S

Fondée en 1971, l'enseigne Point S est l'un des spécialistes du marché de l'entretien auto et leader du marché du pneumatique. Le groupe poursuit sa croissance en France ainsi qu'à l'étranger. Il compte à ce jour plus de 3000 points de vente (dont 450 en France) répartis dans 28 pays, vendant plus de 16 millions de pneus par an.

Le développement international de l'enseigne est assuré par la filiale Point S Development, détenue à part égale par Point S France et Point S Allemagne, et basée au siège social de Point S France, à Lyon.

Retrouvez l'actualité de Point S sur le site www.points.fr

A propos d'Unimax Tire Ltd

Depuis plus de 35 ans, Unimax Tire Ltd est un des plus grands réseaux de distributeurs et de vendeurs de pneus indépendants du Canada. Présent au Québec, en Ontario et dans les quatre provinces maritimes, Unimax comporte plus de 600 points de vente arborant différentes enseignes dont Point S.

www.point-s.ca

A propos de Tire Factory

Tire Factory, basé à Portland, Oregon, est le leader aux Etats-Unis des réseaux de vente de pneu indépendant, détenu par ses membres. La compagnie a grandi en fournissant à ses membres une organisation marketing et des programmes d'achat depuis 1984. Elle compte plus de 200 points de vente dans 15 états de l'Ouest pour un chiffre d'affaires de plus de 300 millions de dollars. Tire Factory gère 3 centres de distribution, à Portland-Oregon, Denver-Colorado et Salt Lake City-Utah.

www.tirefactory.com