

Accanto al lancio del nuovo concetto di punto vendita Point S City, un altro nuovo sviluppo all'interno del network francese Point S è il ritorno di Michelin. Quattro anni fa, la rete aveva rimosso il marchio - che rappresentava il 40% del fatturato Point S in Francia - dal proprio portafoglio dopo che le due società non erano riuscite a raggiungere un accordo per quanto riguardava i termini e le condizioni per l'anno successivo.

Christophe Rollet, managing director del gruppo, aveva invitato gli allora 280 membri Point S del paese a boicottare il leader di mercato e le relazioni suggeriscono che questo boicottaggio aveva avuto successo. Ora il marchio Michelin è ritornato in Point S, una mossa che la rete considera "una vera e propria opportunità".

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 02 / 2016