

Michelin ha difeso la sua decisione di vendere i pneumatici BFGoodrich online direttamente ai consumatori, dopo che i rivenditori di pneumatici di tutti gli Stati Uniti hanno espresso la loro rabbia e delusione per la decisione del produttore.

Scott Clark, amministratore delegato di Michelin Nord America, ha detto che la società si aspettava una reazione negativa da parte di un "piccolo gruppo" di gommisti, ma ha visto il passaggio alla vendita online come un "passo positivo sia per i consumatori che per i rivenditori di pneumatici".

"Dal momento che Michelin non possiede nessun negozio al dettaglio, questo programma avrà successo solo se collaboriamo con i nostri rivenditori e creiamo valore reale per i consumatori", ha detto. "Comprendiamo le loro preoccupazioni e stiamo lavorando duramente ai dettagli del nostro programma direttamente con loro."

Michelin non ha voluto far conoscere le tariffe che intende pagare ai partner di montaggio per "ragioni di concorrenza", ma in una dichiarazione ha affermato che il partner sarà pagato con un assegno, una volta che l'installazione è stata completata, cosa che ha creato ancora più preoccupazioni.

Nella dichiarazione si legge che la società non "sta cercando un guadagno a breve termine che mina attivamente le importanti relazioni tra rivenditore, BFGoodrich e Michelin, che sono state costruite in decenni di lavoro."

Il programma per ora è attivo solo a Charlotte, nella Carolina del Nord, ma entro inizio 2017 dovrebbe essere esteso a tutti gli Stati Uniti, e non solo per BFGoodrich ma anche per gli altri marchi del gruppo, compresa Michelin. Quanto ci vorrà perché arrivi in Europa?

© riproduzione riservata
pubblicato il 6 / 10 / 2016