

## Michelin et Sumitomo, "co-grossistes" aux USA

mercredi, 10 janvier 2018

Michelin et Sumitomo ont annoncé la conclusion d'un accord leur permettant de fonder une nouvelle structure qui devrait s'assurer la deuxième place du commerce de gros et des services de pneumatiques aux États-Unis et au Mexique.



Michelin North America Inc. (MNAI) et Sumitomo Corporation of Americas (SCOA) ont annoncé, sous réserve de l'obtention des habituelles autorisations locales, une joint-venture de leurs activités de gros, de détail et des services associés sur les marchés nord-américains.

Et si le communiqué de Michelin nous a bien fait sourire en inventant le terme inattendu de "grossisme" («... *rapprochement de leurs activités respectives de grossisme et de détail...*»), l'information n'est, elle, guère anecdotique. L'opération va en effet réunir TCi, quatrième réseau de distribution et de services aux États-Unis, soit 85 implantations et TBC, une importante structure de distribution de pneumatiques de remplacement comprenant 59 centres et plus de 2 400 points de vente de détail en Amérique du Nord. Dans ce sens, une nouvelle entité, TBC Corporation et une nouvelle marque, NTW, voient le jour pour devenir le deuxième acteur, donc, de "grossisme" en pneumatiques aux USA...

*« Ce partenariat avec SCOA nous positionne encore mieux pour servir nos clients et nous assurer qu'ils aient accès à nos produits n'importe où et dès qu'ils en ont besoin. Grâce à ce partenariat, notre*

*empreinte géographique va s'élargir. Nos clients bénéficieront ainsi d'une gamme de pneumatiques plus variée et plus large au même titre qu'une meilleure disponibilité des produits par l'effet d'une fréquence de livraison accrue. Nous serons également en mesure de fournir un service plus performant et plus agile à nos clients directs grâce à un programme de livraison optimisé », estime Scott Clark, chairman et président de MNAI.*

#### **Plus compétitif et plus efficace ensemble**

En effet, selon les partenaires, cette joint-venture présente divers avantages stratégiques, dont :

- Être un acteur plus compétitif du secteur nord-américain, apte à capter la croissance de ces marchés clés.
- Être plus efficaces face aux clients en ligne en combinant distribution, couverture et rapidité.
- Être une base pour les professionnels de l'entretien des véhicules particuliers et utilitaires sur l'ensemble du territoire.

*«Cette joint-venture vient conforter notre stratégie de mobilité dans ce nouvel écosystème dynamique du paysage automobile. En plus de l'avantage concurrentiel qu'elle nous confère dans le domaine de la distribution, nous pensons que l'expérience couronnée de succès de Michelin dans les services de mobilité créera de la valeur pour TBC. SCOA continuera de rechercher des investissements tels que celui-ci, qui vont dans le sens de notre objectif : les solutions de mobilité intégrées», assure de son côté Sam Kato, vice-président senior et directeur général de la Division Auto & Aerospace de SCOA.*