

Globalna sieć oponiarska stawia na języki romańskie

data aktualizacji: 2026.08.05



Po tegorocznej rundzie Mistrzostw Świata w Wyścigach Długodystansowych w São Paulo, Point S International, oficjalny sponsor zespołu Peugeot TotalEnergies, potwierdził strategiczne plany. Ambicją międzynarodowej sieci oponiarskiej jest przyspieszenie ekspansji w Ameryce Łacińskiej.

Dlaczego Point S International postrzega region LATAM za wybitnie obiecujący dla rozwoju swej sieci? Firma zrzesza 3150 punktów oponiarskich na całym świecie i posiada ponad 7244 punktów sprzedaży. Działa w 54 krajach na całym świecie i zatrudnia ponad 33 500 osób. LATAM obejmuje kraje Ameryki Południowej, Środkowej oraz część Ameryki Północnej (np. Meksyk), w których używa się głównie języków romańskich: hiszpańskiego i portugalskiego. Popyt na opony w regionie Ameryki Łacińskiej (LATAM) stabilnie rośnie i generuje blisko 9 miliardów dolarów rocznie, co stanowi ponad 6% globalnej sprzedaży. Liderami wzrostu w segmencie motoryzacyjnym są Brazylia oraz Meksyk, a kluczowe czynniki napędzające popyt na ogumienie na rynku wymiany to po prostu starzejący się park pojazdów w pozostałych krajach.

Bazując na swojej ugruntowanej pozycji w Europie, Ameryce Północnej i Azji, sieć zadeklarowała ambicję osiągnięcia znacznego, długoterminowego wzrostu w regionie LATAM.

- Patrząc na pozytywne perspektywy rozwoju naszej sieci, region Ameryki Łacińskiej i Karaibów stanowi wyjątkowo silną strategiczną szansę - wyjaśnia Fabien Bouquet, dyrektor generalny Point S International.

- Brazylia w szczególności jest jednym z największych rynków motoryzacyjnych na świecie i dostrzegamy zarówno szansę, jak i wagę współpracy z doświadczonymi lokalnymi partnerami w celu stworzenia sieci, która będzie wspierać niezależnych dealerów opon, warsztaty i kierowców w nadchodzących latach.

Point S po raz pierwszy wszedł na rynek brazylijski w 2022 roku. To, co zaczęło się od flagowych lokalizacji w São Paulo, Recife i Vitorii, przekształciło się w rozwijającą się sieć o zasięgu krajowym, a Bouquet uważa, że rynek jest teraz gotowy na znaczącą ekspansję marki.

- Rynek Ameryki Łacińskiej i Karaibów oferuje ogromny, niewykorzystany potencjał dla sektora niezależnego. Z parkiem samochodowym liczącym ponad 100 milionów pojazdów w całym regionie i rosnącym zainteresowaniem kierowców profesjonalnymi usługami wielomarkowymi, warunki są idealne, aby sieć taka jak nasza mogła realnie wpłynąć na zmiany. Nasz sukces w Europie, Ameryce Północnej i Azji pokazał, co mogą osiągnąć niezależne firmy, łącząc lokalne doświadczenie z globalną skalą, i nie widzimy powodu, dla którego ta historia nie mogłaby się powtórzyć w całej Ameryce Łacińskiej.

Wyścig WEC na torze Interlagos posłużył jako potężna platforma komercyjna, która napędzała rozwój regionu. Poza wydarzeniami na torze, firmie udało się przyciągnąć do swego stoiska potencjalnych partnerów z całej Ameryki Łacińskiej, którzy mogli osobiście zapoznać się z Point S. Z kolei członkowie delegacji i reprezentanci zarządu firmy odwiedzili lokalne punkty sprzedaży, spotkali się z międzynarodowymi dostawcami i nawiązali bezpośredni kontakt z brazylijskim franczyzobiorcą – mowa o najważniejszym na tym rynku graczu.

Jedno jest pewne. Strategia ekspansji Point S International w regionie LATAM będzie odzwierciedlać sprawdzony model biznesowy, który napędzał rozwój firmy: partnerstwo z uznanymi lokalnymi operatorami, którzy zachowują niezależność handlową, a jednocześnie zyskują dostęp do globalnych umów z dostawcami produktów marek własnych. Do tego dochodzą programy szkoleniowe i wsparcie marketingowe.

W związku z faktem, że partnerstwo z Team Peugeot TotalEnergies nadal prezentuje markę Point S milionom fanów sportów motorowych w całym regionie w tym sezonie, przesłanie sieci do niezależnych dealerów opon w Ameryce Łacińskiej jest jasne: największa niezależna sieć oponiarska na świecie jest otwarta na biznes w LATAM i nigdy nie było lepszego momentu, aby na tym skorzystać.

Fot. Point S

Źródło: