

## **EXCLUSIF - Internet: Bosch attaque Oscaro.com en justice!**

**mercredi, 15 décembre 2010**

**Cette fois, c'est arrivé : un grand équipementier –Bosch en l'occurrence– met ses pieds de géant dans le plat d'internet. Et ça ne rigole pas : «*Nous attaquons Oscaro en justice pour usage frauduleux de notre marque*», nous confirmait mercredi 15 décembre Thierry Leblanc, le patron France de Bosch Aftermarket.**



L'objet du délit? Depuis plusieurs jours, Oscaro balance tous azimuts «*tout Bosch en promo jusqu'à -64%*»... sans l'accord de l'équipementier. Un accord que le site n'avait il est vrai aucune chance d'obtenir. Bosch le martèle depuis longtemps: «*Internet doit certes se développer, mais avec la filière traditionnelle; pas à son détriment*», nous rappelait alors un Thierry Leblanc particulièrement agacé par l'initiative du site.

### **Onde de choc et choc en retour**

En mettant bosch massivement en ligne, Oscaro a donc franchi une nouvelle limite. Avec en outre un plan de communication si visible qu'il déplait au Bosch «rechange», au Bosch «1<sup>ère</sup> monte»... et au groupe Bosch tout entier.

Car l'effet d'annonce d'Oscaro génère une onde de choc qui bouscule violemment l'ensemble de la stratégie prix et image du groupe. Jusqu'aux produits grand public: des cafetières au gros électro-ménager en passant par l'électro-portatif, la sur-médiatisation de cette grande "web-braderie" est jugée intolérable par toutes les divisions de Bosch. L'affront a atteint le siège de Stuttgart qui manifeste généralement peu d'humour quand on manipule sans ménagement son nom et son positionnement. Choc en retour: le papier bleu est en route pour Oscaro. Et la filiale française du groupe allemand est déterminée à aller jusqu'au bout de la procédure.

### **Les plateformes dans la ligne de mire**

Côté rechange automobile, ce bras de fer naissant a déjà des répercussions. Par courrier, Thierry Leblanc vient d'avertir de la procédure judiciaire l'ensemble des acteurs de la filière traditionnelle, mais aussi la Fiev. D'abord bien sûr pour se dédouaner de l'initiative qui, on s'en doute, ne plaît guère aux distributeurs-stockistes qui n'avaient pas besoin de cela pour haïr toujours plus le canal internet et ses excès tarifaires.

Ensuite parce que le fait de voir certains produits hautement technologiques, distribués et installés sans outils ni savoir-faire adaptés, annonce des lendemains potentiellement difficiles pour la marque et ses produits, s'inquiète déjà le patron de Bosch. Mais aussi –surtout– parce qu'Oscaro s'alimente en produits Bosch sur les plateformes. *«Notre stratégie de plateforme est là pour aider les grossistes à répondre à la demande des réparateurs; pas pour alimenter les acteurs internet. Dans ce courrier, nous nous réservons le droit de revoir les conditions 2011 en fonction de ce que nous constatons»*, menace Thierry Leblanc. La menace n'est pas théorique: les gammes Bosch sont, pour les plus techniques au moins, à la fois incontournables et porteuses de marges...

Et voilà comment, derrière l'affrontement, tout le système de distribution se met à vaciller. Car les plateformes impliquent de fait, indirectement et parfois directement, ces mêmes groupements de distribution qui fédèrent les distributeurs-stockistes et qui concentrent l'essentiel du business dit "traditionnel" (voir [«Dossier spécial Internet: virus ou gène mutant pour la rechange et la réparation Automobiles?»](#)) et plus particulièrement [«Spécial Internet: les groupements, ou le double langage par obligation»](#)). La Feda, qui compte le trublion Oscaro parmi ses adhérents et que nous n'avons pu joindre à l'heure où nous bouclions ces lignes, va encore devoir déployer des trésors de diplomatie...

Nous suivrons bien évidemment les inévitables répercussions de ce dossier. Car cette fois, il va peut-être bien falloir que chacun choisisse enfin son camp...

**Tous les articles sur ce sujet: [cliquez ici](#)**