

## Oscaro a bien assagi sa communication prix

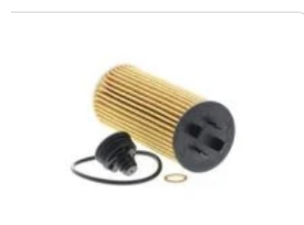
jeudi, 15 octobre 2020

Changement de paradigme discret mais pas si anodin que cela chez Oscaro. Le site a visiblement su savamment écrêter son image de grand bradeur devant l'éternel consumérisme qui faisait sa signature depuis sa création. Sans bruit. Et dans l'intérêt bien compris de tous les acteurs...



La maturité va bien au turbulent Oscaro depuis que son rachat par PHE (Parts Holding Europe) l'a précipité dans l'âge de raison. Demandez-lui maintenant n'importe quelle référence et vous ne verrez plus ces agressifs et triomphants “-XX %” s'exhiber en couleurs criardes aux côtés de chaque pièce consultée. Et si promo il y a comme sur cette copie de la *homepage* du site ci-dessus, c'est en affichant une réduction exceptionnelle sur le prix habituellement remisé, ce qui revient dans le cas présent à communiquer sur un peu provocateur -10%...

### Angles tarifaires arrondis



**KNECHT FILTER - OX 815D**

**10,52 €**

20,02 € prix conseillé\*

*Cliquez sur l'image pour l'agrandir.*

Dorénavant, le prix Oscaro de chaque pièce se contente de voisiner avec un second, sagement flanqué de la mention «*prix conseillé*». Il est doté d'une astérisque qui renvoie à ce texte bien plus policé : «*Prix de référence issu des prix conseillés par les équipementiers (indice de prix 2020)*».

Voilà ce que cela donne sur “l'Oscaro nouveau” pour une référence de filtre à huile choisie au hasard pour un véhicule “lambda”. C'est maintenant au consommateur de faire son propre calcul entre le prix

Oscaro et le prix dit conseillé -comprendre le prix plein pot du marché “physique” de la pièce convoitée.

### **Ne plus chatouiller la queue des dragons distributeurs**

On devine bien sûr les raisons de l'assagissement de la communication prix. D'abord parce que le site, racheté par PHE/Autodistribution, a changé de culture, s'escrimant à se positionner sur le seul marché des do-iteurs que la communication du site a baptisé «*auto-réparateurs*».

Ensuite, parce qu'il n'est pas inutile d'envoyer ainsi un message de normalisation à l'activité de distribution de pièces “traditionnelle” qui fait encore l'essentiel du 1,44 milliard d'euros de CA que le groupe de distribution réalisait en 2019.

Si PHE a réussi à réconcilier en son sein capitalistique deux populations -les distributeurs traditionnels d'Autodistribution et le *pure player*- longtemps frontaux et antinomiques, c'est aussi en sachant gommer de tels points de friction devenus inutilement contre-productifs et potentiellement fratricides...

---

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite