

Speedy réveille la «guerre des pubs»...

jeudi, 09 février 2012

2009 et 2010 avaient vu les réseaux indépendants et constructeurs s'entretuer à coups de pubs caricaturales. Après une accalmie en 2011, Speedy siffle la fin de la trêve en renouant avec le thème du «concessionnaire trop cher». Un symptôme du retour de la crise dans les ateliers ?



*«Pour la révision de ma voiture,
ça devient de plus en plus dur ;
mon concessionnaire est trop cher
et je ne sais plus comment faire».*

C'est par ces quelques rimes chantées que débute la pub de Speedy qui vient d'envahir les radios. Des rimes qui, en évoquant «*mon concessionnaire trop cher*» sur fond de «*révision constructeur vraiment moins chère*» viennent rouvrir les plaies de la guerre «des pubs comparatives» qui a duré 2 ans.

Le prix à tout prix

Souvenez-vous : elle débutait en mars 2009 par [une attaque en règle de Feu Vert](#) contre le positionnement-prix des réseaux constructeurs, suivie trois mois plus tard par [«l'œil et le bras» de la campagne Midas](#).

Ces campagnes, qui stigmatisaient le surcoût des tarifs atelier des concessionnaires en communiquant pour la première fois massivement sur la révision sans perte de garantie, agaçaient fortement les réseaux constructeurs. Pour les calmer, les constructeurs français contre-attaquaient sur le même terrain vers la fin 2009, jusqu'à [«la pub de trop» de Renault qui débouchait sur un procès de la Fedat et de la FNAA](#), finalement gagné par ces derniers en appel en mars 2011.

Certes, la pub de Speedy a un goût de déjà entendu qui du coup ne provoquera peut-être pas la même escalade constatée en 2009/2010 entre indépendants et constructeurs. Mais voir en 2012 un réseau

reprendre ce credo de la stigmatisation, alors même que la crise est violemment de retour, est au moins symptomatique : les ateliers tirent à nouveau la langue ; et à nouveau, la guerre des prix larvée redevient un argument commercial officiel...

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite