

30/03/2016

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



LE DERNIER FILM PUBLICITAIRE SPEEDY, RÉALISÉ PAR MATHIEU AMALRIC, EST UN PETIT OVNI CINÉMATOGRAPHIQUE DANS LE GRAND MONDE DES GARAGISTES !

Speedy prolonge sa saga TV de la confiance avec un 5ème opus cette fois signé Mathieu Amalric, rien de moins que la Palme d'or 2010 de la mise en scène au festival de Cannes.



Garagiste escroc : pléonasme ou idée reçue ?

Speedy choisit d'affronter un problème bien identifié sur le marché de l'entretien et la réparation automobile, celui de la confiance de ses clients, les yeux dans les yeux, mais avec humour.

Pas de faux nez dans ce film mais un garage, un vrai, celui de Lens et de vrais garagistes. Mathieu Amalric met en scène avec justesse une situation tellement quotidienne et pourtant si cinématographique, jouant de façon très directe sur les idées reçues autour du métier de garagiste.

Un garage au petit matin. Il fait encore nuit.

Un homme arrive chez Speedy, encore mal réveillé.

Soudain, il s'arrête net.

Devant lui, un garagiste et son client agité.

Très très énervé quand même ce client...

Non mais non, il ne va quand même pas le...

En 30 secondes, Speedy souhaite restituer l'ambiance unique d'un garage, mais aussi raconter une vraie histoire, en faisant d'abord monter très vite la tension pour rendre plus jubilatoire encore la révélation finale. Du casting aux repérages, en passant par le tournage (de nuit) à Lens, le montage et le son, Mathieu Amalric a indéniablement mis son empreinte cinématographique sur ce film pour sa grande première publicitaire. Il fallait sa direction d'acteurs toute en finesse pour réussir ce pari rare en publicité : être évidemment efficace d'un point de vue publicitaire, mais sans jamais sacrifier à la justesse de la situation.

Qui mieux que Speedy pour entretenir la confiance envers les garagistes ?

Après son film autour du mauvais café assumé « Il est pas bon, hein ? », Speedy continue de creuser le délicat sujet de la relation entre les garagistes et leurs clients, ou comment passer d'une relation de défiance à une relation de confiance ?

Un garagiste, c'est un peu comme un médecin de famille, on lui confie de grosses responsabilités et pourtant on ne comprend souvent rien à ce qu'il fait, donc il vaut mieux lui faire confiance. C'est sur ce postulat simple que Speedy travaille chaque jour à reconquérir la confiance qu'ont perdue les clients envers les garagistes.

Mais avant d'être un discours publicitaire, la reconquête de la confiance des clients est surtout le projet d'entreprise initié par Jacques Le Foll, Président et Propriétaire de Speedy depuis 4 ans maintenant...

Une véritable révolution culturelle consistant à mettre le client au cœur de toutes les attentions de l'enseigne qui a notamment permis à Speedy d'être élu service client de l'année (1) pour la 2ème fois consécutive, en creusant - et de beaucoup - l'écart avec son poursuivant direct.

Surtout, Speedy voit sa stratégie de la confiance payer avec des chiffres business qui progressent dans un marché particulièrement bataillé sur les prix... et sans aucun discours promotionnel à l'appui.

Un plan média à la hauteur d'une grande marque

Après une première vague en février dernier, le spot sera de retour sur les écrans le 29 mars et vise à démontrer aux consommateurs l'excellence de l'enseigne Speedy sur la qualité de ses services. Et ce plan media ne fait que commencer : rendez-vous sur les grandes chaînes (TF1, France 2, France 3, France 5 et toutes les chaînes de la TNT)... avec un pic de diffusion en avril, mois du 38ème anniversaire de Speedy.

A propos de Speedy

Speedy est le spécialiste du diagnostic et de l'entretien automobile complet.

Avec 38 ans de métier et une présence partout en France, Speedy a considérablement étendu sa palette de compétences, passant de l'échappement, son premier métier, à l'ensemble des prestations d'entretien : révision constructeur, pneumatiques, freinage, suspension, distribution, électronique, climatisation, vitrage...

Speedy s'appuie sur des actifs essentiels : sa notoriété, son réseau de près de 500 centres en France, son école de formation interne unique en son genre, son sens aigu du service client, des conditions d'achat optimales, une croissance captive avec Speedy Fleet et des services innovants : Stop Crevaision, Speedy Eco-Clean...