COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 22 Juin 2015

ETUDE INSTITUT IFR GROUPE GFK SUR LE PRIX DES PNEUMATIQUES PRATIQUÉ SUR INTERNET

Feu Vert met en lumière le prix des pneumatiques en vente sur internet

En 2014, alors que la plupart des automobilistes pensaient que les pneus étaient moins chers sur les sites de vente en ligne, Feu Vert lançait une étude comparative qui remettait en cause les idées reçues. En 2015, Feu Vert renouvelle sa démarche avec un panel plus large d'acteurs du marché. Résultat, Feu Vert s'avère en moyenne le mieux placé sur le prix de pneus en marque premium comme en premier prix, par rapport aux 5 autres concurrents étudiés.

L'objectif de cette étude, réalisée sur une période à compter du 30 avril 2015 par l'institut IFR Groupe GfK, a consisté à comparer les prix pratiqués par Feu Vert sur une sélection de pneumatiques représentatifs du marché avec ceux pratiqués par des acteurs majeurs de la vente de pneumatiques.

Comme toute étude comparative, la méthodologie adoptée vise à être représentative du comportement du consommateur (marques, dimensions du pneumatique, sites d'achats consultés). Le comparatif a donc été établi sur 2 marques de pneumatiques premium, à savoir Michelin et Continental (sur des profils identiques, correspondants aux profils les plus récents disponibles actuellement) mais aussi sur le segment 1er prix. Les relevés portent sur le prix des pneumatiques neufs (hors rechapé), hors frais de livraison éventuels et hors pose.

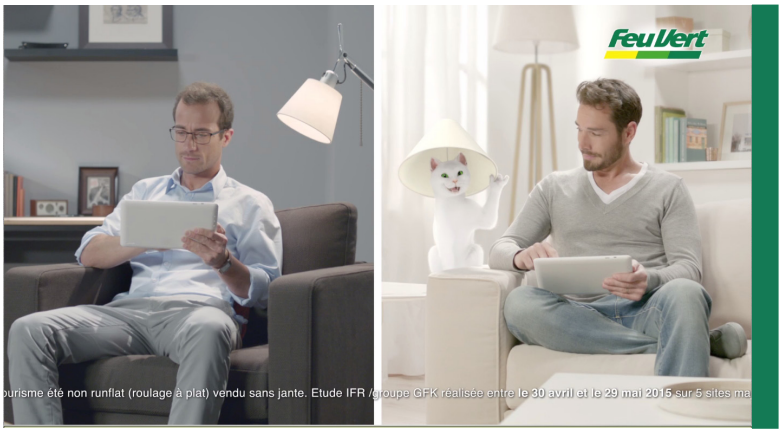
La comparaison prend en compte les prix Feu Vert, les prix des sites spécialisés dans la vente de pneus en ligne (deux «Pure players» très significatifs du marché en France), ainsi que les prix proposés par les réseaux physiques référents disposant d'un site de vente en ligne et ceci pour chaque canal de vente («centre auto», «réparateur rapide», «pneumaticien»).

Feu Vert réaffirme son engagement

Bernard Perreau, Président du Groupe rappelle les fondamentaux de Feu Vert : « Proposer le meilleur prix et service à ses clients a toujours été l'engagement de Feu Vert. L'arrivée de nouveaux acteurs n'a rien changé à notre détermination ». Et il le confirme étude à l'appui : « Fidèle à son positionnement - Expert et en plus moins cher - Feu Vert, prouve qu'il a su prendre le virage digital tout en préservant son ADN de marque ».

Une campagne dévoile l'étude en TV

A partir du 21 Juin, une vague de spots sur les grandes chaînes nationales éclaire sous un nouveau jour la vente en ligne de pneumatiques. La réplique du célèbre Chat, «On est là !», donne le ton de cette nouvelle campagne lancée sur la période stratégique des départs en vacances.



ESSENTIEL FEU VERT : Leader de son secteur avec plus de 450 centres en Europe, le Groupe Feu Vert emploie plus de 6200 collaborateurs et a réalisé un CA sous enseignes de 651 millions d'euros HT en 2014. Depuis mai 2007, la société Feu Vert est filiale de la holding financière Cofidim dont les actionnaires sont Qualium Investissement (filiale de la caisse des Dépôts et Consignation) et le Groupe Monnoyeur. www.feuvert.fr