

ASTUCIEUSE : La réaction de Budget à la communication d'Ucar

24-05-2008

-

On a signalé ici la surprenante mais sans doute efficace campagne de communication du loueur de véhicules Ucar, qui interpellait les pouvoirs publics sur l'insuffisance de leurs aides en faveur des moteurs propres par ce slogan provocateur : Les pauvres sont déguelasses, ils polluent.

-

A l'évidence, cette opération n'est pas passée inaperçue.

-

Budget, l'un des confrères d'Ucar, a vite pris la défense des pauvres : Michel Crestin, Directeur du Marketing de Budget France, indique dans un communiqué de presse que "rouler propre n'est pas le monopole des riches".

-

Au passage, il s'interroge sur les limites de la communication.

-

Les faits sont là : on en parle.

-

Mais le BVP (Bureau de Vérification de la Publicité) a demandé à Ucar de modifier sa campagne.

-

Veut-il éviter une lutte des classes dans l'automobile ?