

Porsche remet les gaz

Le constructeur allemand Porsche repart en compétition en France. Un fait notable, puisque la marque collaborait dans l'Hexagone avec l'agence Dufresne Corrigan Scarlett depuis onze ans.

L'appel d'offres ne sonne pas pour autant comme une procédure de divorce avec l'agence sortante : « *Je trouve cela plutôt sain après autant de temps sans remise en question. Cela va nous restimuler créativement* », estime Franck Lachaize, directeur général de Dufresne Corrigan Scarlett.

Une long list constituée par le cabinet Gibory est en cours d'élaboration et devrait être officialisée sous quinze jours. Une recherche conséquente car la compétition porte, en effet, sur la création publicitaire, la stratégie numérique et CRM du constructeur. L'agence Dufresne Corrigan Scarlett s'occupait également de la stratégie CRM de Porsche et ce, depuis deux ans.

Vers un rachat

Pour Franck Lachaize, la compétition ne passe pas inaperçue sur le marché car « *Porsche reste une marque automobile mythique* ». En 2012, la marque devrait vivre une période importante de son histoire : le constructeur automobile allemand Volkswagen, numéro un européen du secteur, devrait finaliser le rachat de Porsche, dont il détient déjà 49,9 %, selon l'hebdomadaire allemand *Der Spiegel*. En 2010, les investissements médias de Porsche en France atteignaient 5,6 millions d'euros (soit une augmentation de 44,25 % par rapport à 2009), selon Kantar Media Ad Intelligence.

Anne-Lise Carlo