

Le prix de la passion

Soumis par Mac Rodgers
17-05-2008

Le prix de la passion

Par définition ces deux concepts sont opposés. Dans la réalité ils ont bien des liens dont il nous faut tenir compte, et sur lesquels surfent ceux qui avancent avec la vague commerciale.

La passion, c'est l'irrationalité, la recherche irrépressible de l'assouvissement du désir. Ce moteur de plaisir est puissant mais insatiable. Sitôt le désir assouvi et le plaisir consommé, le passionné entretient son manque, pour trouver dans sa recherche l'apaisement de ses pulsions insatisfaites.

Nous sommes bien dans une problématique de consommation.... Le consumérisme guette le passionné ! Notre société est faite pour eux : c'est une société de consommation !

Les excès d'un passionné font sourire son entourage, voire même déclenchent l'envie devant son bonheur visible et l'énergie qu'il déploie. A ce titre, être passionné est une bonne maladie : si l'homme vit de l'exaltation, mieux vaut que celle-ci soit tournée vers la vie que vers les sentiments négatifs. Mieux vaut assouvir des pulsions de vie que celles de mort... Toutefois, la déviance existe. La pathologie guette ! Du fait de la capacité du passionné à tout sacrifier, ses lubies, il peut mettre sa vie sociale en danger en lui sacrifiant celle-ci. Un passionné déclenche un sourire d'envie, un joueur invétéré, un collectionneur ruiné, reçoit des regards goitreux, ou au mieux compatissants.

Dans le secteur du buggy, la problématique n'est pas loin d'être la même. Les passionnés à l'histoire ont dépensé énergie et argent sans compter et ont su agréger autour d'eux une communauté toujours grandissante. La demande étant crüe, le marché a répondu et une activité économique est née.

Le buggy de poche est passé d'un passe-temps confidentiel, à servir une population prête à beaucoup de sacrifices, à un hobby sympathique qui a engendré un secteur d'activité spécifique : l'importation de machine chinoise.

Le buggy de poche passe de à être bien de passionné à être bien de consommation. Il faut pour cela qu'il acquière les caractéristiques !

Autant en terme de fiabilité que de

prixâ€ !

Pour devenir un objet de marchÃ^, le buggy ne peut plus se contenter de concerner une population prÃ^te â€; payer trop cher un engin qui n'est pas au niveau des biens de consommation motorisÃ^s.

Car le nombre de ces gens est limitÃ^â€ !
Trop limitÃ^ pour que le marchÃ^ s'Ã^toffeâ€ !

J'ai moi-mÃ^me en 4 ans achetÃ^ 6 buggies. A part le dernier (que je n'ai pas encore) ils ont tous connu des pannes graves et tous ont eu une durÃ^e de vie trÃ^s...
Ã^â€ courteâ€ Ã^a. Les deux derniers, ont dÃ^s avoir leur moteur refait, alors que se ne sont pas les moteurs qui lâ€schent le plus souvent.... C'est vrai, je roule beaucoup, et dans des conditions Ã^â€ limitesâ€ Ã^a. Je ne me plains pas de ce fait. Je l'assume en entretenant mes engins, et en dÃ^pensant ce qu'il faut pour qu'ils roulent...

Mais je suis... PassionnÃ^â€ !

Personne d'autre ne pourra trouver normal de dÃ^penser autant (en argent et en Ã^nergie) pour rouler dans un quadricycle lourd â€; moteur...

Autant sur le thÃ^me de la fiabilitÃ^, les engins semblent avoir Ã^voluÃ^ dans le bon sens (quoiqu'il faudrait une Ã^tude plus convaincante que mon simple avis), autant dans le domaine des prix, les choses ont gravement dÃ^rapÃ^â€ !

Pour 7000 euros, en achetant un buggy il est illusoire de penser acheter un vÃ^hicule au niveau des exigences occidentales tant en terme de fiabilitÃ^ que de pÃ^rennitÃ^.
Un scooter Honda Ã^â€ faitâ€ Ã^a facilement 50000 km. Une moto japonaise beaucoup plus. Je n'ai jamais vu un buggy faire ce kilomÃ^trage.

Vu le prix des engins, il faut que vous mesuriez votre investissement â€; l'ENVIE que vous avez de rouler avec. Le prix, c'est celui de votre passion.

Il faut Ã^tre convaincu de cela en achetant un buggy de pocheâ€ :

Son prixâ€ : c'est celui de votre passionâ€ ! Voilâ€; ce que je dis aux clientsâ€ !

Et voilâ€; ce que je dis aux commerÃ^antsâ€ :

Un secteur d'activitÃ^ commercial ne peut pas Ã^tre pÃ^renne sur des bases aussi fragiles.

Un secteur d'activitÃ^ se construit sur des paramÃ^tres de coÃ^sts, de rentabilitÃ^, de marchÃ^.

Surfer sur l'envie des gens est rentable... Un temps.

Mais construire quelque chose de grand doit d'Ã passer cette simple escroquerie.

Mac Rodgers