

Tesla ouvre son nouveau store à Paris la semaine prochaine

Tesla s'apprête à ouvrir un tout nouveau showroom qui ouvrira ses portes au public dès le 30 septembre à Paris, pour y accueillir également les médias et organiser des essais durant le Mondial de l'Automobile.

PARIS, France – (BUSINESS WIRE) – Le constructeur de véhicules électriques Tesla Motors va ouvrir son nouveau showroom le 30 septembre en plein cœur de Paris, juste à temps pour le Mondial de l'Automobile 2010.

Ce 14^{ème} store à l'échelle mondiale, basé au 41 Avenue Kléber, est situé à quelques minutes de l'Arc de Triomphe et des Champs Elysées, avec vue sur la Tour Eiffel. Le store parisien servira l'ensemble des clients Tesla en France mais aussi en Belgique et Pays-Bas – il proposera également des essais aux clients potentiels, en déplacement professionnel, ou en vacances dans la capitale.



« Le store parisien offre une vitrine plus proche et visible dans l'une des villes les plus importantes d'Europe » déclara George Blankenship, Vice-président en charge des ventes et de l'expérience client chez Tesla Motors. « Nous souhaitons créer un espace élégant et accueillant pour acheter des voitures et se renseigner sur la technologie automobile du 21^{ème} siècle. »

M. Blankenship, qui a rejoint Tesla au début de l'année, s'est fait connaître en tant qu'architecte de la stratégie de développement des points de vente d'Apple. Lors de la conférence de presse du 1^{er} octobre au Mondial de l'Automobile, Blankenship et d'autres cadres exécutifs donneront plus de précisions concernant la stratégie de développement des Tesla stores, comprenant entre autres les plans prévus pour les futurs stores de Tokyo et Washington, DC.

Tesla révolutionne l'expérience client dans l'automobile – en débutant par le point de vente. Contrairement aux concessions automobiles ordinaires, les Tesla stores sont dessinés de manière à créer un lieu accueillant dans lequel on peut acheter des voitures ainsi que découvrir la technologie Tesla, à la pointe de l'industrie.

Tesla va aussi améliorer l'expérience client grâce à son service mobile de techniciens, qui offrent certes une assistance téléphonique, mais qui prennent également en charge l'inspection annuelle, l'installation de la dernière version du logiciel interne ainsi que d'autres services, directement chez le client, à son adresse personnelle ou professionnelle. Ce programme unique permet aux clients de profiter de leur véhicule l'esprit tranquille et dans un confort inégalé – qu'ils habitent à proximité ou non d'un showroom.

French Connection

La France, l'un des marchés clés pour Tesla en Europe, a promu de manière agressive le développement des énergies renouvelable, en particulier l'énergie éolienne et solaire. Le gouvernement souhaite qu'elles représentent 20 pourcent de la consommation nationale en énergie d'ici 2020. Les propriétaires du Roadster reçoivent une réduction de 2,500€ sur les frais administratifs ainsi qu'un rabais de 5,000 € sur l'achat d'une voiture Tesla.

Les propriétaires du Roadster peuvent se garer et recharger leurs véhicules gratuitement dans plus d'une centaine de stations de recharge en France – l'un des réseaux de recharge les plus étendus au monde. Généralement, les propriétaires de ce Roadster branchent leur voiture sur une simple prise électrique classique : le Roadster est vendu avec une rallonge qui se branche sur tout type de prises électriques, tout comme un ordinateur ou un téléphone portable. Il n'y a besoin d'aucune infrastructure particulière.

Le Roadster accélère plus rapidement que d'autres voitures de sports dans sa catégorie de prix, tout en n'émettant aucun gaz polluant. La voiture ne consomme aucune goutte de pétrole, se raccorde aux prises électriques conventionnelles – chez le client, sur son lieu de travail, à l'hôtel ou bien au centre commercial. Le Roadster, qui parcourt 340km par recharge, est la seule voiture de sport qui peut être partiellement ou totalement rechargée avec des énergies renouvelables.

A propos de Tesla

Tesla se fixe l'objectif de produire en masse des véhicules écologiques pour tous types de consommateurs. Tesla a d'ores et déjà livré environ 1,300 voitures zéro émission dans plus de 30 pays. En se concentrant constamment sur le service client, Tesla vend ses voitures directement aux clients, à la fois sur internet et dans les showrooms européens suivants : Londres, Monaco, Zurich, Munich, Copenhague et Paris à partir du 30 septembre. Tesla dispose de huit showrooms supplémentaires en Amérique du Nord.

Media

Rachel Konrad, rachel@teslamotors.com, +44 7872 543 250

Sales

Simon Rochefort, srochefort@teslamotors.com, +33 669 97 16 80