



Attirer le client... coûte que coûte,  
y compris par un « marketing énergétique » !

# Et pourquoi pas un « Superchargeur Tesla » sur votre parking ?

Les véhicules électriques, bien qu'encore timidement installés, font de plus en plus l'objet d'attentions. Y compris chez nous, d'ailleurs...

Les gens s'y intéressent pour le côté environnemental, parce que c'est un geste pour les générations futures, parce que la fiscalité actuelle est avantageuse, parce que c'est 'smart', parce que c'est 'in', et encore pour toutes sortes d'autres bonnes raisons, en fait. Dans la foulée, comme toujours, certains surfent sur la vague, ce qui est le cas du petit prince californien des nouvelles technologies - et des affaires ! - le célèbre Elon Musk.

## Trop Fort !

Avec Tesla, Musk a non seulement donné une impulsion nouvelle aux véhicules électriques qui piétinaient, mais il a surtout réussi la gageure d'imposer sa marque (chère) dans le monde entier. Bravo ! Bravo car, en sus des voitures et des systèmes pensés pour qu'elles se déplacent, l'homme a mis en place une vraie stratégie d'occupation du terrain... allant jusqu'à se permettre d'autofinancer le développement de ses nouveaux modèles par l'achat sur catalogue à plusieurs années de délais. Très fort. Tellement fort que tout le monde connaît aujourd'hui la politique Tesla en matière de recharge,

avec des bornes disséminées un peu partout et un potentiel de rechargement couplé à des prestations annexes. Vous rechargez par exemple les batteries de votre voiture de luxe en un lieu déterminé (et de prestige souvent) pendant que vous dînez !

## «Marketing énergétique...»

Pas étonnant, du coup, que la presse régionale ait fait sa « une » pour annoncer un partenariat gagnant, en Luxembourg belge, entre un nouvel hôtel haut de gamme pas encore tout à fait terminé, dans le sud de la province, et la marque américaine qui vise justement le même type de clients... On appelle ça du 'marketing énergétique', d'aucuns le qualifient même de 'marketing opportuniste'. Toujours est-il, très objectivement, que l'idée est excellente. Et puisque le tout le monde sait aujourd'hui comment fonctionne le système Tesla, le partenariat ne pouvait qu'être intéressant pour l'hôtelier bien décidé à se positionner sur son territoire. Du coup, bien avant que l'hôtel en question - concrètement, il s'agit du Van der Valk Luxembourg-Arlon - n'ouvre ses portes, la presse mentionnait déjà la mise

en route du « Superchargeur Tesla » sur son parking. Si ça ce n'est pas du super marketing, Jacques Séguéla peut manger son chapeau ! L'info est donc tombée : le superchargeur est maintenant disponible chez nous aussi pour les clients de la marque soucieux de faire le plein de leur voiture électrique. Bien au-delà du simple buzz, voilà donc à notre avis une initiative verte qui pourrait en appeler d'autres...

## Quatre ans pour des milliers de bornes...

Petit retour en arrière... jusqu'en 2012, au moment où Tesla lançait son programme « Superchargeur ». L'objectif était de construire des bornes de recharge ultrarapide en des points stratégiques, notamment auprès des grands axes routiers. En 2016, soit quatre ans plus tard, on comptait plus de 4.600 superchargeurs opérationnels aux quatre coins de la planète. Et depuis avril de cette même année, c'est un autre projet qui a vu le jour, baptisé cette fois « Recharge à destination », avec pour objectif de proposer aux propriétaires de Tesla de recharger leurs véhicules dans de nombreux

points d'intérêt (hôtels, résidences, restaurants...) dans le monde. Malins, non, ces Américains ? Sur leur site internet, on peut lire : « *Faites une pause, rechargez votre véhicule et détendez-vous...* » Un vrai programme, en même temps qu'une fameuse stratégie !

### Plus de 5.000 adresses !

Aujourd'hui, plus de 5.000 adresses sont même référencées sur le site. Mais les Californiens (ils viennent de Palo Alto, dans le Silicon Valley, ndlr) ne s'arrêteront pas en si bon chemin. Tesla aurait, dit-on, l'ambition de tripler ce chiffre avant la fin de l'année 2017. Mus par la connaissance d'un tel objectif, de nombreux hôteliers se seraient même disputés les faveurs du constructeur. C'est pour cela qu'un peu partout en Europe, des hôtels ont profité de l'initiative pour s'équiper de chargeurs et répondre aux exigences d'une clientèle de plus en plus écoresponsable. Derrière un tel ralliement massif, les têtes bien faites que nous sommes ont évidemment pointé des raisons intéressées. Pour certains, le fait de surfer sur la vague écologique serait une vraie motivation... alors que d'autres souhaitent simplement développer leur image de marque « sociale ». Pour l'exemple, nous relevons des slogans très explicites comme : « *Les hôtels de montagne du Groupe Maranatha sont fiers de contribuer au développement des moyens de transport plus respectueux de l'environnement...* ». Ben voyons...

### Un moyen de s'attirer des clients...

Ce qui reste compliqué, par contre, c'est d'imaginer le bénéfice qu'un tel investissement peut effectivement rapporter. En effet, le retour sur l'investissement consenti (ROI) n'est pas tou-



jours immédiat dans ce genre de dossier. Soyons honnêtes, il l'est même rarement. Souvenez-vous que lorsque l'on fait des efforts en matière de développement durable, il faut être conscient que les retombées peuvent se faire attendre, voire se faire désirer. C'est un investissement à long terme qui se base également sur l'idée que si nous faisons quelque chose de bien pour la planète, nous allons attirer plus de clients. Comme mentionné plus haut, il ne s'agit donc pas seulement d'engagement écoresponsable... mais également de contribuer au développement de son image de marque.

### Avant-gardisme

D'ailleurs, Tesla reprend in extenso sur son site que « *Le programme Recharge à Destination de Tesla Motors a été imaginé et développé spécifiquement pour les établissements avant-gardistes désireux d'attirer une clientèle influente et passionnée* ». Une clientèle qui va être informée via le réseau des adresses des

établissements participant à l'initiative. La visibilité sur la carte des réseaux de rechargement est une pierre importante de tout l'édifice, elle permet d'associer l'image de son établissement à celle de Tesla... et donc d'associer à la stratégie de son établissement une image innovante et moderne. En province de Luxembourg, on voit de plus en plus de voitures électriques, de la marque en question ou d'autres, circuler sur nos routes, c'est sans doute le moment d'être, vous aussi, sur la balle en matière de rechargement électrique. En tout cas, nous pensons qu'il serait dommage de ne pas penser à cet aspect si vous envisagez de prochains investissements. ■

### CONTACT

Comptoir Hôtels du Luxembourg belge  
 Yannick Noiret : 061 29 30 55.



- **08/11** : Vos techniciens, vos premiers ambassadeurs
- **14/11** : Formation de base en législation sociale – module 2 (module 3 le 21/11 et module 4 le 28/11)
- **15/11** : Venir c'est bien, revenir c'est mieux ; dès lors fidélisons !
- **29/11** : Comment réaliser un montage efficace à partir d'images filmées avec son iPhone ?
- **30/11** : Conférence Comment faire de vos managers de véritables capitaines ? (dès 18h30)
- **08/12** : Mettez l'image de votre société au cercueil, loupez l'accueil !
- **12 et 19/12** : Formation INCOTERMS
- **14/12** : Comment gagner du temps en perdant toute une journée ?
- **15/12** : Selling Ideas : comment m'inspirer des grands communicateurs pour vendre mes idées et mes projets ?

**LES OUTILS INFORMATIQUES / BUREAUTIQUES :**

- **14/11** : MS-Word spécifique documents courts (1 à 2 pages)
- **16/11** : MS-Word spécifique documents longs
- **21/11** : MS-Excel avancé (en 4 mardis + 1 de refresh)
- **23/11** : Les bases de Photoshop

**La formation, pour vous élever !**

**RETROUVEZ LE DESCRIPTIF DÉTAILLÉ DE CHAQUE MODULE SUR [WWW.CCILB.BE](http://WWW.CCILB.BE), RUBRIQUE « FORMATION ».**

