MOLSHEIM
02/07/2024

BOLIDE, W16 MISTRAL, TOURBILLON : LE FUTUR DU SERVICE APRÈS-VENTE DE BUGATTI SE DESSINE DÈS 2024



Pour Bugatti, offrir un service client sans égal est l'un des fondements du prestige de la marque. Au-delà du design et de la livraison d'un véhicule, la marque originaire de Molsheim a à cœur d'offrir à ses clients une expérience exclusive complète. Fidèle à cette vision, et alors qu'elle prépare les prochaines livraisons des modèles Bolide et

2026 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

W16 Mistral et qu'elle entame l'aventure Tourbillon, Bugatti s'efforce d'optimiser encore plus son service client.

Avec la fin récente de l'ère Chiron[1] et le dévoilement de la nouvelle Tourbillon[2], le service après-vente de Bugatti commence à se préparer aux chapitres à venir. Avec le démarrage de la production de deux nouveaux modèles, la Bolide[3] et la W16 Mistral[4], ainsi que le développement d'un groupe motopropulseur entièrement nouveau pour la première fois depuis 20 ans avec la Tourbillon, le service client de Bugatti est amené à mettre de plus en plus l'accent sur la préparation du futur de la marque, tout en continuant à s'attacher à prendre soin des véhicules déjà en circulation. Sous la direction d'Alexis Ploix, Directeur du Service Après-Vente et du Service Client de Bugatti, qui fête son premier anniversaire à Molsheim, l'équipe du service clientèle de Bugatti s'apprête à redéfinir l'expérience automobile de luxe, en suivant la philosophie « Power is in the small details ». Tout en adoptant de nouvelles innovations technologiques, la marque s'engage à toujours repousser les limites et à continuer d'entretenir des relations durables avec sa clientèle estimée, à travers son réseau mondial de partenaires. « Alors que nous entrons dans l'ère de la Bolide et de la W16 Mistral et que nous commençons à nous préparer pour Tourbillon, qui sera équipée de notre tout premier moteur V16 atmosphérique et d'un groupe motopropulseur électrique, notre flotte de véhicules devrait augmenter de manière significative », a déclaré Alexis Ploix. « Avec une projection de 1 200 modèles sur les routes en 2026, la clé du succès de notre marque sera est de s'assurer que nos équipes après-vente à travers le monde sont équipées pour répondre à cette croissance et que leurs installations sont adaptées aux nouvelles technologies telles que le groupe motopropulseur hybride V16 de la Tourbillon. Nous nous devons travailler main dans la main avec nos partenaires pour anticiper — et concrétiser — le nouvel avenir passionnant qui s'annonce pour Bugatti, en veillant à ce que leurs installations restent à la pointe de la modernité et optimales, afin qu'elles continuent d'être parfaitement adaptées à nos derniers modèles et aux technologies à venir. Parallèlement, nous devons également veiller à ce que nos partenaires restent à la pointe en termes de formation afin qu'ils disposent de toute l'expertise et des compétences techniques requises pour offrir un niveau de service clientèle et de dévouement incomparable à tout ce qui se fait dans le monde de l'automobile. »

Avec actuellement seulement six Partners of Excellence à travers le monde — en complément du site de Molsheim — capables d'effectuer des opérations de maintenance précises et de haute technologie, Bugatti entend aujourd'hui renforcer son réseau de compétences au niveau international, afin de garantir que la marque offre des services de pointe aussi proches que possible de l'ensemble de ses clients.

Grâce à une formation dédiée et méticuleuse, certains partenaires sélectionnés pourront, à terme, offrir un service clientèle beaucoup plus avancé et complexe, impliquant un niveau d'expertise technique plus élevé.

Au total, 15 partenaires internationaux entreprendront cette transition, complétant ainsi le réseau actuel de Partners of Excellence et renforçant la capacité de la marque à fournir sans délai un service clientèle sur mesure. La clé de ce projet réside dans la formation d'un nombre croissant de techniciens Bugatti, qui permet aux partenaires de disposer d'un plus grand nombre d'experts dotés d'une connaissance technique poussé. Au cours des prochains mois, ces partenaires sélectionnés suivront une formation complète qui leur permettra d'acquérir des connaissances approfondies sur les véhicules Bugatti, les outils de pointe utilisés, et les 115 ans d'histoire de la marque ainsi que les anecdotes et expériences liées à Molsheim.

Afin d'optimiser l'évolution du réseau de partenaires Bugatti et de continuer à offrir à la clientèle une expérience sans faille dans un paysage automobile en pleine mutation, la marque a lancé, pour ses partenaires, un nouveau programme d'accréditation se déroulant au Château Saint Jean, siège de la marque. Les premières sessions viennent de s'achever et d'autres ateliers sont prévus tout au long de l'année, avec l'objectif de construire et de renforcer le lien entre les partenaires et l'univers de la marque. Cette certification poussée ne se contente pas d'approfondir les subtilités techniques des dernières hypersportives, elle s'assure également que les partenaires disposent d'une solide connaissance de Bugatti et qu'ils soient parfaitement équipés pour prendre soin de chaque modèle présent sur le marché. Pour Bugatti, dont les clients sont très attachés à l'héritage de la marque, il est fondamental que ses partenaires, que ce soit dans le domaine de la vente ou de l'après-vente, incarnent la marque.

« Grâce à cet effort concerté visant à doter nos partenaires d'installations plus modernes et de compétences techniques plus approfondies, nous allons encore élever les normes de service de la marque, en veillant à ce que chaque client reçoive un service d'excellence, où qu'il se trouve », a commenté Alexis Ploix. « Nous comprenons que posséder une Bugatti, ce n'est pas seulement posséder une automobile remarquable, c'est aussi embrasser un style de vie luxueux inégalé. En développant nos moyens, nous étendons ce style de vie au-delà du véhicule lui-même, en garantissant que chaque aspect de l'expérience de nos clients reflète le même niveau de raffinement. »

Alors que Bugatti continue de se concentrer sur l'avenir de la marque, son approche de l'après-vente et du service clientèle met également l'accent sur le nombre croissant de véhicules classiques intemporels qu'elle compte à travers le monde. Parmi eux, la Veyron, mais aussi bientôt la Chiron, qui évoluera vers le statut de classique moderne dans les mois et années à venir.

Dans le cadre de sa stratégie déployée pour 2024, la marque s'efforce également de répondre aux besoins des propriétaires actuels et futurs de Bugatti de seconde main, en leur offrant davantage de possibilités de restauration, en améliorant le processus de changement de propriétaire et en élargissant la gamme de ses produits. Il s'agit notamment de renforcer le programme « Passeport Tranquillité » — lancé en 2021 pour offrir aux propriétaires des modèles Veyron et Chiron un service et un entretien prolongés au-delà de la période de garantie standard, pour une tranquillité d'esprit absolue — ainsi que de former les partenaires à l'ensemble des modèles Bugatti depuis la Veyron.

Avec des véhicules conçus « Pour l'éternité », Bugatti s'assure que les propriétaires de la Veyron et de Chiron aient un accès continu aux pièces nécessaires à l'entretien et à la rénovation, garantissant ainsi la longévité et le maintien de la valeur de leur véhicule. La Veyron étant déjà considérée comme une classique moderne et la Chiron se rapprochant de ce statut, après le dévoilement de son successeur hybride, la Tourbillon, la marque s'engage à offrir à ces propriétaires les mêmes possibilités de restauration complète, prolongeant ainsi son héritage intemporel.

Alexis Ploix a ajouté : « Chez Bugatti, nous nous consacrons à la fabrication d'hypersportives de haut niveau. Il est crucial que le service fourni par notre réseau mondial de partenaires reflète cette dévotion, garantissant une expérience client inégalée pour notre clientèle exigeante, quel que soit le lieu et quel que soit le modèle. Alors que nous nous projetons en 2024 et au-delà, notre équipe après-vente à Molsheim prépare activement l'avenir en tenant compte, plus que jamais, de notre héritage. »

Contact pour la presse
Nicole Auger
Head of Marketing and Communications
communications@bugatti.com

---

[3] W16 Mistral: WLTP consommation de carburant en l/100 km : basse 40,7 / moyenne 21,9 / élevée 18,3 / particulièrement élevée 17,6 / combinée 21,8 ; émissions de CO2 combinées, g/km : 495 ; classe d'efficacité énergétique : G

[3] Bolide: Non soumis à la directive 1999/94/CE, car il s'agit d'un véhicule de course non conçu pour être utilisé sur la voie publique.

[3] Tourbillon: Ce modèle n'est actuellement pas soumis à la directive 1999/94/CE. La voiture n'a pas encore été réceptionnée à ce jour.