

Constructeurs - 29/09/2021

Stellantis inaugure à Nanterre un centre dédié aux véhicules utilitaires transformés

Le **Stellantis Professional Center** est un lieu unique qui rassemble l'expertise du groupe sur les véhicules utilitaires transformés. L'ambition de Stellantis est d'au moins doubler sa part de marché sur le segment des véhicules transformés en France.



Auteur : Florence Lagarde

Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

Signe de l'importance stratégique de ce Stellantis Professional Center, son inauguration a rassemblé une brochette inédite de dirigeants du groupe. Il y avait des dirigeants de l'activité VUL, le patron de la BU au niveau du siège **Xavier Peugeot** et le directeur France VUL, **Fayçal Hemia**. Des dirigeants de l'activité commerciale des marques avec **Guillaume Couzy**, directeur de Stellantis France, **Christophe Prevost**, directeur du commerce France Peugeot, **Jérôme Gautier**, directeur du commerce France de Citroën et **Igor Dumas**, DG Opel France. Il y avait aussi **Anne Abboud**, directrice de Stellantis Retail Activities.

L'ambition est claire. En France, les marques de Stellantis (Peugeot, Citroën, Opel, Fiat) représentent 44% du marché du VUL, elles sont en dessous de 20% sur le segment des véhicules transformés. L'objectif à terme est donc d'aligner la performance en VU transformés sur la part de marché globale VUL. Sur un marché de l'ordre de 50.000 unités, cela pourrait représenter 10.000 unités.

Pour y parvenir, le groupe a construit un outil de travail unique, au service de l'ensemble des marques et qui sera le seul point à vocation commerciale à arborer une enseigne Stellantis. La vente de VU transformés nécessite des expertises et des compétences très pointues pour adresser des besoins très spécifiques : 75% de ce marché est constitué par les métiers du BTP, travaux, espaces verts (42% des ventes avec les bennes et plateaux), 20% pour les métiers liés aux livraisons, messageries, déménagements (grands volumes essentiellement) et 13% les métiers de bouche, les fleuristes, le transport de produits pharmaceutiques (avec les isothermes et frigorifiques).

Ce centre est une première mondiale pour le groupe et sera un outil en support du réseau. Il apportera la formation des vendeurs qui pourront se familiariser avec les possibilités de transformation grâce à un stock unique et rare des nombreuses propositions disponibles (40 véhicules en permanence). *"Cet outil de travail sera le centre de formation du réseau et des équipes de ventes pour monter en puissance sur ce marché technique et pointu. Il interviendra en apport d'expertise pour cerner le besoin et donc cerner le diagnostic de ce besoin"*, explique Fayçal Hemia.

Ce sera également le lieu qui accueillera les équipes centrales en lien avec les trente-six carrossiers référencés et certifiés. Elles auront pour mission de répondre aux questions des réseaux immédiatement pour les questions de niveau 1 et dans les 48h pour les questions de niveau 2.

Ce sera également un centre de vente de véhicules transformés de Stellantis Retail (25% des ventes France de Stellantis) qui bénéficie à Nanterre d'un emplacement stratégique à deux pas de la Défense, dans l'ouest parisien.

Pour s'attaquer au marché du véhicule utilitaire transformé dominé par Renault et Iveco, les marques de Stellantis partent d'une gamme de départ solide à partir de laquelle construire leur crédibilité.

Dans un premier temps il gèrera les marques Peugeot, Citroën, Opel, et accueillera Fiat au deuxième trimestre 2022.