

Réseaux - 01/06/2022

Michel Maggi, président du GNCO : "Stellantis doit nous soutenir en favorisant la production de modèles Opel"

Toujours en perte au premier trimestre, le réseau Opel cumulerait néanmoins un portefeuille de près de 4 mois de commandes. Le groupement des distributeurs, le GNCO, exhorte le constructeur à favoriser la fabrication de ses modèles pour réaliser les 50.000 livraisons nécessaires à la rentabilité du réseau cette année.



"Les relations avec les équipes d'Opel vont dans le bon sens, constate Michel Maggi. Les marges moyennes sont correctes mais il nous manque le volume"

Auteur : Xavier Champagne
Chef de rubrique

En 2021, Opel est, avec Ford et Nissan, une des marques qui a le plus souffert en France, enregistrant un recul de 9% de ses immatriculations VP et VUL (sur un marché à +2%). Son réseau de distribution a subi en conséquence une baisse de chiffre d'affaires et a généré des pertes (-0,5% de rentabilité).

La situation ne s'est guère améliorée au premier trimestre 2022, avec des immatriculations en recul de 14% (sur un marché à -19%) et "un ratio de perte proche de celui de 2021", indique **Michel Maggi**, président du GNCO, le groupement des distributeurs Opel.

"Les relations avec les équipes d'Opel vont dans le bon sens, constate-t-il. Les marges moyennes sont correctes mais il nous manque le volume : Il faut que nous passions la barre des 50.000 livraisons cette année pour que le réseau soit à l'équilibre. L'objectif fixé en début d'année était de 53.500 VN mais les problèmes d'approvisionnement vont faire passer une partie des volumes en 2023. Aujourd'hui, nous avons un portefeuille de 20.000 commandes, nous a dit le constructeur, soit 4 mois de vente. Nous allons aussi bénéficier de la nouvelle Astra, lancée en juin, et du Grandland restylé. Mais il faut maintenant que le groupe Stellantis nous soutienne en favorisant la production de modèles Opel dans les usines multimarques du groupe".

Dans ce contexte incertain, le GNCO a réussi à fédérer 100% des distributeurs Opel, tous à jour de leur cotisation, se félicite-t-il : "Ce soutien unanime est nécessaire pour nous faire entendre par la marque. Il montre que le réseau a un grand besoin d'accompagnement et d'informations dans l'environnement changeant dans lequel nous sommes plongés".

Car si la marque Opel a été absorbée par PSA il y a quatre ans, l'adoption des outils de back-office de Stellantis ne se fait que depuis octobre dernier. "La migration vers le nouveau CRM de Stellantis, appelée «Customer First» (et fourni par Salesforce, NDLR) qui relie l'ensemble de nos outils, du DMS jusqu'à la commande usine, ne se fait pas sans mal. Nous avons listé avec le réseau les cinq problèmes qu'il faut corriger le plus urgemment lors de notre prochaine réunion avec un interlocuteur, pas forcément en français", explique-t-il.

Le GNCO doit aussi faire admettre au constructeur que "la politique commerciale et les outils, calqués sur ceux des réseaux Peugeot et

Citroën, ne correspondent pas toujours à la moindre volumétrie d'Opel. Par exemple, nous n'avons généralement qu'un réceptionnaire atelier, contre plusieurs chez Peugeot et Citroën, et donc pas la même flexibilité et la même capacité à réaliser les multiples tâches qu'on veut lui demander".

Le GNCO doit aussi se battre pour que des moyens humains soient déployés pour accompagner le réseau Opel malgré sa moindre taille. *"Nous avons ainsi obtenu que le constructeur recrute quelqu'un pour régler des problèmes d'arriérés d'aides qui remontent à 2-3 ans", dit-il.*

"A chaque fois, ce ne sont pas des problèmes majeurs mais ils s'accumulent et nous empêchent d'apporter une réponse satisfaisante à nos clients", dit-il.

En revanche, souligne-t-il, *"l'intégration d'Opel Bank au sein de Banque PSA Finance et BNP Paribas Personal Finance a apporté d'énormes progrès au niveau du back-office et du wholesale. La captive s'est professionnalisée et cela se ressent au niveau de sa pénétration sur les ventes VN, vers les 45% contre 15% auparavant".*

Le sujet des nouveaux contrats fait aussi partie des inquiétudes du réseau mais *"des éléments concrets n'ont pas encore été communiqués par Stellantis, indique-t-il, ou sont confidentiels".*