

autoactu.com

Nominations - 29/11/2022 - #Abarth , #Jeep , #Opel , #Peugeot , #Fiat , #Stellantis

Arnaud Treille, futur directeur des opérations des marques "mainstream" de Stellantis France

Par Florence Lagarde Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

[Vous êtes abonné](#)

[Offrir cet article](#)



Dans le cadre de sa nouvelle organisation commerciale, Stellantis a officialisé la semaine dernière la nomination de Joël Verany a la tête de la direction des marques premium à partir du 1er décembre. La nouvelle organisation pour les marques Peugeot, Citroën, Opel, Fiat et Jeep se mettra en place au 1er janvier avec la nomination d'un directeur des opérations, Arnaud Treille, au côté des directeurs de marque.

Arnaud Treille prendra le 1er janvier 2023 la tête de la nouvelle direction opérationnelle des marques "mainstream" de Stellantis France. Sous la responsabilité du directeur général de Stellantis France, Guillaume Couzy, il dirigera les opérations pour les marques Peugeot, Citroën,

Opel, Fiat et Jeep. Il est actuellement directeur du développement réseau Europe de Stellantis et donc en charge de l'élaboration des nouveaux contrats de concession et de Retailer.

Cette nomination a été annoncée au réseau la semaine dernière avec l'ensemble des contours de la nouvelle organisation commerciale. Elle vise à tenir compte du multimarquisme croissant des points de vente et des investisseurs et à préparer l'organisation à la mise en place des contrats d'agents et la montée en puissance des ventes sur Internet qu'anticipe le constructeur. Au côté de **la direction des marques premium de Joël Verany**, cette nouvelle direction des opérations aura sous sa responsabilité les équipes commerciales terrain qui seront regroupées au sein de cinq directions régionales (Metz, Bordeaux, Lyon, Paris, Rennes). Chaque direction régionale aura un "business developer", douze "business coach" marques, cinq "business coach" B2B et un "business coach" agents toutes marques.

La fonction de "business coach" VN/VO est une nouveauté de cette organisation et remplace celle de "zone manager". Chaque "business coach" (BC) sera multimarque avec une répartition marques françaises et marques importées. Ainsi, sur les douze BC, huit seront Peugeot et Citroën et quatre seront Fiat, Jeep et Opel. Une distinction qui pourrait éviter que les plus petites marques en volume se sentent délaissées dans une association avec une marque à volume.

Il y aura la même spécialisation pour la fonction "business coach" B2B avec trois pour les marques Peugeot et Citroën et deux pour Fiat, Jeep, Opel.

Arnaud Treille aura également sous sa responsabilité en central un directeur des opérations pour chaque marque (Fiat & Abarth, Jeep, Opel, Peugeot et Citroën) qui sera responsable de la bonne application des politiques commerciales définies par les patrons des marques.

Arnaud Treille chapeautera également des fonctions communes à toutes les marques (et y compris premium) avec un directeur approvisionnement et logistique (car flow manager) **Piero Grassi** (en poste depuis juillet dernier), un responsable "support réseau" et un responsable "support des opérations".

Alors que la nouvelle direction commerciale de Joël Verany pour les marques premium se substitue aussi aux directions des marques, ce n'est pas le cas pour la direction des opérations mainstream d'Arnaud Treille.

Philippe Vautier conserve la direction en France de Fiat & Abarth, **Guillaume de Boudemange** celle de Jeep, **Igor Dumas** celle d'Opel, **Christophe Prevost** celle de Peugeot, **Jérôme Gautier** celle de Citroën et **Fayçal Hemia** celle des VUL. Le rôle de ces directeurs est recentré sur la stratégie commerciale, le marketing produit et la communication.

L'organigramme de la direction générale de Stellantis France compte également trois autres nominations récentes dans des fonctions clés rattachées à Guillaume Couzy avec un

responsable Customer management office (**Alain Descat**), un responsable B2B (**Paola Pichierri**) et un responsable de l'expérience client (**Nicolas Dutertre**).

Cette nouvelle organisation se met en place au 1er janvier et aura pour conséquence une baisse des effectifs sur le terrain en face des réseaux. Elle intervient à un moment délicat où le constructeur peine à livrer les véhicules au réseau avec une désorganisation de la production et de la logistique. *"Ce dont nous avons besoin sur le terrain c'est de zone managers qui puissent nous dire à quelle date les voitures que nous attendons seront livrées et un budget commercial si nous avons une option manquante ou un véhicule à prêter. Aujourd'hui nos interlocuteurs sont dépassés sans compter ceux qui ne savent pas s'ils vont rester"*, nous a dit un concessionnaire.

Dans sa lettre au réseau, Guillaume Couzy souligne que cette organisation est destinée à *"renouveler et à rendre le plus efficace possible le pilotage de nos résultats commun et l'atteinte de la performance"*.

Actualité suivante : Lancia révèle sa nouvelle identité de marque →