

autoactu.com

Réseaux - 23/11/2022

Le torchon brûle entre Citroën et son réseau d'agents

Par Xavier Champagne Chef de rubrique

Vous êtes abonné

Offrir cet article



La direction de Citroën France a essuyé un nombre important de critiques de la part des agents lors de leur convention annuelle qui s'est déroulée dans une ambiance très électrique.

Samedi dernier, l'équipe de direction de Citroën France s'est rendue à la rencontre de son réseau d'agents réuni en convention nationale à Massy (91). Elle a été pour le moins chahutée par l'assemblée qui a multiplié les motifs d'insatisfaction.

Des ventes secrètes un peu trop secrètes pour le réseau d'agents

"Avec des ventes en baisse de 24%, à peine 20% à 30% des agents vont atteindre leurs objectifs cette année, sachant que l'activité n'est pas rentable si l'on doit se contenter de la commission",

s'inquiète Denis Baeza, le président du GNAC. Un représentant de Citroën a indiqué que les objectifs des concessionnaires avaient été revus à la baisse et que mécaniquement ceux des agents aussi. Néanmoins, a-t-il dit, *"30% c'est insuffisant ; nous allons étudier la situation avec le groupement pour relever ce ratio"*.

Les ventes privées, appelées "Les ventes secrètes Citroën", ont également essuyé pas mal de critiques : *"J'ai vendu 5 voitures pour gagner 300 euros sur chaque alors que l'opération m'a coûté 2.000 euros"*, a fustigé un agent ; *"Elles étaient tellement secrètes que je n'en ai jamais entendues parler"*, a rebondi un autre, suivi d'un flot d'applaudissements d'agents qui se sentent délaissés par les équipes locales du constructeur. *"Dans cette opération, on a tout de même abondé à 500 euros et les concessionnaires à 400 euros pour vous aider à communiquer"*, a tenu à préciser un représentant du constructeur.

Une nouvelle C3 moins chère que la précédente

En 2023, le constructeur a l'ambition de proposer *"une nouvelle C3 moins chère que la précédente, car nous voulons arrêter la course aux équipements et offrir une voiture économique, en adéquation avec le positionnement de Citroën en tant que marque populaire et accessible, sans tomber dans le lowcost"*, a-t-il dit.

"Nous continuerons aussi à produire sur stock car la moitié des ventes se font ainsi", a-t-il précisé. *"Essayez déjà de nous livrer les véhicules que nos clients attendent depuis plusieurs mois et qui sont bloqués sur stock à Rennes ou ailleurs"*, a fustigé un agent.

Hausse des tarifs et des délais sur les pièces

Le constructeur a essuyé de nombreuses critiques concernant les tarifs (*"des plaquettes de Berlingo à plus de 160 euros HT, deux fois plus cher que chez Norauto !"*), les délais de livraison (*"48 h pour nous livrer quand on était à 24h auparavant !"*) et le nombre de véhicules bloqués à l'atelier par l'indisponibilité de pièces. Le constructeur a reconnu que le taux de service de la plateforme centrale de Vesoul était insuffisant, et promis de mettre des moyens humains et en volume, en augmentant de 15% les stocks des plateformes Distrigo, pour améliorer la situation.

Mais c'est quand il a annoncé les augmentations de tarifs prévues pour 2023 qu'il a véritablement subi la bronca du public. *"Nous sommes une clientèle captive et vous en abusez !"*, a explosé un agent. *"Si vous ne savez pas négocier le prix d'un ordinateur malgré les volumes que vous commandez, nous allons nous en charger nous-même"*, a proposé Denis Baeza.

Le constructeur a tenté de calmer les esprits en annonçant *"une prise en charge d'une partie des augmentations de tarif"*, rien n'y a fait. *"Et en plus, Service Box (l'outil de commande PR) en fonctionne pas, nous sommes régulièrement confrontés à des bugs"*, a asséné un agent.

L'annonce de la nouvelle signalétique Citroën, à commander avant mars 2024, avec un totem à 8.500 euros, a achevé d'électriser l'ambiance de ce qui fut une convention particulièrement tendue entre le réseau d'agents Citroën et son constructeur.

← Actualité précédente : Nouveaux contrats Citroën : "Un risque juridique indécent sur la collecte de données", selon le GNAC

Actualité suivante : Pierre-Paul Mattei, responsable design Peugeot 408 : "Pousser le curseur loin sans oublier qu'une Peugeot doit avoir de l'allure et rester élégante" →