

18/12/2024 - #Dacia , #Opel , #Peugeot , #Fiat , #Stellantis

Thierry Koskas, DG Citroën : "L'enjeu de ce "fair price" ce sont les valeurs résiduelles"

Par Florence Lagarde

Directrice de la rédaction et Directrice de la publication

Vous êtes abonné

Offrir cet article



Thierry Koskas, DG Citroën : "2025 sera l'année du renouveau. L'objectif est de redresser la marque qui a un potentiel de 5% en Europe et 10% en France, on n'y est pas."

La nouvelle C3 doit relancer les volumes de Citroën après une année commerciale difficile. Son rapport prix/prestation agressif aussi bien en version thermique (à partir de 14.990 euros) qu'électrique (à partir de 19.990 euros) inaugure aussi une stratégie "prix net" qui doit lui permettre de reconquérir les particuliers. Les explications de Thierry Koskas, DG Citroën.

Deux semaines après le départ de Carlos Tavares, omniprésent patron du groupe Stellantis, Citroën organisait une session d'essai des C3 et C3 Aircross, deux modèles clés pour redresser les volumes de la

marque et repartir à l'offensive. Le sujet reste sensible et **Thierry Koskas** n'a pas voulu commenter ce départ. *"Nous avons un boulot, une marque à faire tourner"*, nous a-t-il dit. Que pense-t-il du fait que le départ de Tavares ait été salué par le réseau qui a souffert des baisses de volume ? *"Je le note."* Ces derniers temps d'ailleurs sa priorité est de recoller les morceaux avec le réseau. *"Nous avons besoin du réseau, je passe énormément de temps avec eux"*, souligne le dirigeant.

En France, la part de marché de Citroën est tombée à 7,88% en VP et VUL et seulement 6,61% en VP (chiffres au 16 décembre). Cette situation est le résultat de cinq années de recul avec une perte de 3,6 points entre 2019 et 2024 (en VP et VUL de 11,48% à 7,88%). En VP seul, le recul est même plus important avec la perte de 4 points (de 10,62% à 6,61% sur la même période).

La baisse de part de marché en 2024, **Thierry Koskas** l'explique par une gamme vieillissante et le trou entre la nouvelle C3 et l'ancienne. Le changement de génération de C3 devait coïncider avec l'entrée en vigueur de la norme GSR2 mais les difficultés de mise au point liées à la nouvelle plateforme ne l'ont pas permis. *"C3 représente 30% de nos volumes, 40% avec la version Aircross. Nous avons maximisé les règles pour pouvoir tenir avec les stocks de la précédente C3 qui a fait une belle fin de vie. En 2025, avec toutes les nouveautés nous serons en période de reconquête : C3, C3 Aircross, facelift C4, C5 Aircross à mi année, plus les motorisations mild hybrides sur C3, la version 200 km d'autonomie de C3 électrique et une version société de C3 qui sera très importante en version électrique pour faire notre taux de CO2 sur le VUL"*, énumère **Thierry Koskas**. *"2025 sera l'année du renouveau. L'objectif est de redresser la marque qui a un potentiel de 5% en Europe et 10% en France, on n'y est pas."*

Cette nouvelle C3, finaliste du prix Car of the Year 2025, inaugure une nouvelle plateforme dérivée du projet indien adaptée aux normes européennes. Plusieurs véhicules du groupe sont conçus dans ce programme (Fiat Grande Panda et Opel Frontera) dont l'objectif est d'atteindre un maximum de pièces communes entre eux. De plus, pour optimiser les coûts, le nombre de pièces a été réduit de 30% et le temps d'assemblage réduit de 25%. Ces véhicules seront fabriqués en Slovaquie à Trnava à raison d'une toutes les 54 secondes et dans trois motorisations : essence, hybride 48 V et électrique. **Renaud Tourte**, directeur du programme a précisé que le coût de production était un indicateur monitoré tous les mois *"directement avec le CEO"*.

Reprenant la logique de Dacia, le positionnement prix est l'atout principal des véhicules de ce programme ce qui donne pour la C3 un prix de départ de 14.990 euros pour la version essence 100 ch (presque 1.000 euros moins cher que la référence dans le domaine puisque la Dacia Sandero démarre à 15.950 euros). Elle est disponible en version hybride à partir de 20.200 euros et 23.300 euros avant bonus en électrique (44 kWh et 324 km d'autonomie) avec au programme une version d'accès à 19.900 euros pour une autonomie réduite de 200 km, disponible dans le courant de l'an prochain. Plutôt grande (avec 4,01 m de long), cette voiture est complétée par une C3 Aircross (disponible courant 2025) de pratiquement 40 cm de plus (4,39 m) qui proposera une option pour sept sièges (dont la marque en attend un quart des volumes). Là encore le prix est imabatable avec 20.000 euros pour la version thermique, 25.000 pour l'hybride.

Surtout, la C3 inaugure une stratégie prix net. *"A 14.990 euros sur l'essence, c'est le prix que le client particulier va payer. S'il veut un financement on va l'aider, mais il faut expliquer notre politique de prix et tenir dans la durée. L'enjeu de ce "fair price" ce sont les valeurs résiduelles. Avant nous avions une valeur à 4 ans à 50%. Je pars d'un prix plus bas et il faut donc maintenir la valeur résiduelle en euros et pas en pourcentage"*, explique **Thierry Koskas**. Pour cela, il faudra que le marché accepte une valeur résiduelle avec un pourcentage beaucoup plus élevé, ce qui n'est pas forcément gagné. *"Il est très important de faire comprendre notre politique de prix. Nous donnons le signal fort que nous ne sommes pas cher. C'est une question de conviction et d'explications, Dacia a des VR en pourcentage qui sont plus hautes. Cela ne marchera que si nous sommes crédibles, c'est à dire capable de maintenir cette stratégie sur le long terme."*

Pour implanter cette image d'accessibilité la marque insiste sur la communication d'un prix catalogue et pas d'une mensualité. *"Cela passe par un prix visuel abordable"*, souligne Thierry Koskas.

Mais si cette politique prix net va s'appliquer strictement sur C3 et C3 Aircross, ce ne sera pas le cas pour les autres modèles. *"Pour C4 et C5 Aircross nous avons baissé les prix catalogue mais nous aurons encore un peu de remise sur le particulier et le B2B. C5 Aircross sera moins cher que 3008 et le niveau de remise sera plus faible. C'est un challenge, il faut convaincre que la VR en pourcentage soit plus élevée mais le jeu en vaut la chandelle, c'est un marqueur fort."*

2025 sera aussi une année focalisée sur le CO2. La marque vise une part de 23% de ses ventes de véhicules électriques en Europe et même 30% en France, essentiellement C3 et C3 Aircross. Les premières commandes C3 avec 40% de véhicules électriques sont encourageantes et Thierry Koskas veut pousser l'avantage au maximum : *"Nous devons faire 23% mais si je peux faire 26% ce sont trois points de mieux qui pourront aider Peugeot ou Opel. Nous avons une solidarité dans le groupe et peut-être que je pourrais aider les autres marques."*

L'objectif sera décliné dans le réseau au niveau de chaque point de vente. *"Chacun devra réaliser un pourcentage de vente de véhicules électriques qui donneront accès aux primes de volumes, ou des primes augmentées s'ils "surréalisent" les objectifs de véhicules électriques"*, précise Thierry Koskas. Si la France fera la course en tête, tous les pays devront contribuer. *"Il faut que l'Espagne et l'Italie progressent. Dans ces pays, C3 fait déjà un meilleur mix que le marché et l'Italie est le deuxième pays pour l'Ami, il n'y a pas de fatalité. Quand on voit les premières commandes nous sommes très confiants, ce n'est pas infaisable."*