

# autoactu.com

[Accueil](#) /  
[Actualités](#) /  
[Analyse](#) /

Pourquoi Stellantis parie...

24/10/2025 - [#Chrysler](#) , [#Dodge](#) , [#Jeep](#) , [#Ford](#) , [#Ram](#) , [#Stellantis](#)

## Pourquoi Stellantis parie de nouveau sur l'Amérique

Par Bertrand Rakoto

Inclus dans votre abonnement

Offrir cet article



John Elkann et Antonio Filosa

**Le plan stratégique de Stellantis développé par Antonio Filosa serait dévoilé pour le premier trimestre 2026. En attendant, il est d'ores et déjà possible de discerner certaines orientations. C'est le cas de la relance du marché nord-américain et du positionnement du groupe, aux Etats-Unis en particulier.**

Le 14 octobre dernier, Stellantis a annoncé investir 13 milliards de dollars aux Etats-Unis pour assurer la nouvelle dynamique du groupe et sécuriser sa rentabilité. Entre 2020 et 2024, le groupe a dormi sur ses lauriers et a fait preuve d'un manque de clairvoyance en Amérique du

Nord. Du point de vue des produits, la relative absence de nouveaux modèles, le repositionnement plus premium de Jeep (avec l'échec de la sous-marque Wagoneer qui va désormais reprendre le badge Jeep) et l'arrêt de véhicules phares comme la Jeep Cherokee ou de motorisations comme le V8 Hemi ont freiné les ventes.

Sur le plan politique, Stellantis était resté très européenocentré avec un pouvoir fortement concentré en France. C'était une volonté de l'ancien dirigeant, **Carlos Tavares**, comme il l'explique dans son livre *"Un pilote au cœur de la tempête"*, paru cette semaine. A n'en point douter, c'était un mouvement nécessaire pour apaiser certaines participations françaises dans l'entreprise. Ce tropisme se paie au prix fort aujourd'hui. L'entreprise redonne à l'Amérique du Nord son importance stratégique et financière en investissant aux Etats-Unis, allant à l'encontre de la politique précédente qui avait eu tendance à créer un déséquilibre en faveur du Mexique. Certes, la politique du gouvernement américain influence les décisions de l'entreprise, mais c'est avant tout un mouvement de relance du constructeur qui motive les investissements consentis.

### Relance de la gamme et des activités

La gamme a été laissée en jachère par le précédent management de Stellantis. Le déséquilibre naturel en faveur de l'Amérique du Nord était une excuse pour favoriser les autres régions. Malheureusement, la condamnation à l'immobilisme dont ce marché était victime a planté les résultats du groupe et occasionné un ralentissement des ventes. Dans la distribution géographique de Stellantis, l'Amérique du Nord est le plus gros marché où le groupe est présent, d'autant plus que l'Europe plonge inexorablement sans espoir de reprise.

La gamme était en souffrance. La Jeep Cherokee est sortie sans être remplacée. Les deux gammes Wagoneer n'ont pas rencontré le succès escompté, tout comme la Charger électrique. Les ordres étaient d'optimiser les marges et occasionnaient le report ou l'annulation des lancements de modèles, parfois même, ils étaient repoussés d'une marque à l'autre, chacun se rejetant la patate chaude. Ainsi Chrysler a rejeté certains nouveaux modèles (comme le concept Airflow) pour ne plus présenter que le monospace Pacifica. Les méthodes de management court-termistes ont eu des effets indésirables sur les décisions ou l'absence de décisions sensées. C'est aussi le constat qu'il est permis de faire avec l'arrêt du V8 Hemi pourtant extrêmement rentable et apprécié par les clients.

Le retour du V8 Hemi est plein de sens sur les plans industriels, concurrentiels et économiques. La décision de son retour fut prise avant même la mise en place de la politique de **Donald Trump** qui s'oriente vers un gel des normes d'émissions et de consommations. Dans un cadre politique où les sanctions et les normes se seraient durcies, l'impact négatif de ce moteur sur les calculs CAFE aurait été limité du fait de volumes plutôt restreints. Il est moins efficace, moins performant et moins frugal que le 6 cylindres Hurricane mais il coche des cases importantes pour les clients américains. Les bénéfices en termes d'image et d'attractivité des gammes sont importants, c'est l'ADN de Ram et de Dodge. Preuve que la philosophie change. **Antonio Filosa le dit lui-même** : *"Nous avons décidé de mettre le client au centre de tout ce que nous faisons."*

Les différents projets de relance des gammes bénéficient en premier lieu à la région des grands lacs. Les 13 milliards d'investissements consentis par Stellantis vont toucher quatre Etats où Stellantis possède des usines. Pour épauler le Hemi, un nouveau 4 cylindres est annoncé pour une mise en production dans l'usine de Kokomo dans l'Indiana. Les nouvelles Jeep Cherokee et

Compass seront produites dans l'usine de Belvidere dans l'Illinois. La décision s'est prise au détriment de l'usine de Brampton dans l'Ontario (au Canada) qui devait initialement recevoir la production de la Compass. Mais les tarifs douaniers ainsi que la perte des aides fédérales dont Belvidere devait bénéficier pour produire des modèles électriques ont poussé le constructeur à repenser les plans de production. Enfin, le Michigan et l'Ohio vont également bénéficier d'aides pour produire, respectivement, le nouveau crossover Dodge Durango et le nouveau mid-size pick-up Ram (concurrent du Ford Ranger).

Ces directions prennent en compte un rééquilibrage géographique dans un contexte politique où l'incertitude est le premier moteur des décisions. La politique menée par la Maison Blanche demande de piloter l'entreprise avec beaucoup de prudence tout en sécurisant la présence aux Etats-Unis afin de limiter les risques. La fuite vers le Mexique initiée par l'ancien management profitait à juste titre des récents accords USMCA mais elle ignorait les conséquences de possibles revirements politiques comme ceux rencontrés actuellement. Les positions au Mexique ne sont pas encore remises en cause, il faudra attendre les futures renégociations USMCA pour savoir quelles mesures devront être prises. En préambule des futures négociations, les Etats-Unis font pression sur le Mexique pour obtenir des garanties du gouvernement de **Claudia Sheinbaum** quant à la mise en place de mesures protectionnistes vis-à-vis des importations et implantations Chinoises. Dans ce contexte, les décisions prises par Stellantis sont aux dépens du Canada. Le syndicat canadien Unifor a d'ailleurs fait remarquer au groupe automobile qu'il s'était engagé à réoutiller l'usine de Brampton où la Jeep Compass devait être assemblée.

### Normaliser les relations

Le plus grand changement entre l'ancien et l'actuel management est la prise en compte des autres aspects de la gestion au-delà des indicateurs financiers et de la gestion d'actifs par tableaux de bord. L'efficacité tant vantée était surtout financière. Elle était donc court-termiste et vouée à rencontrer des difficultés au moindre changement de marché. Sous la direction d'Antonio Filosa, l'entreprise retrouve de la considération pour son écosystème. Comme je le citais plus tôt dans cette chronique, le patron de Stellantis a décidé de remettre le client au centre des décisions. La démarche incite à tenir compte des réglementations mais aussi de l'approche produit, qualité et, surtout, de l'offre. Dans ce sens, le retour de la Jeep Cherokee, dont les préséries sont déjà visibles dans la région de Détroit, est une bonne nouvelle. Cela tend également à prouver que de nombreux projets étaient prêts mais les décisions de lancement se faisaient attendre.

Les relations avec les concessionnaires devraient davantage se fluidifier. En effet, une offre renouvelée est synonyme de retour de la clientèle dans les showrooms. Cela évite également d'avoir recours aux rabais pour écouler les stocks. De ce point de vue, la gamme vieillissante et les stocks importants avaient tendu les relations avec la direction de l'entreprise en 2024.

Il est également question d'améliorer les relations avec les équipementiers. Pour améliorer sans cesse les coûts, Stellantis avait mis sous pression les équipementiers historiques et s'était rapproché de nouveaux venus ou de plus petits groupes, quitte à prendre des risques sur le plan de la qualité. Les jeux de pression sont normaux dans l'industrie automobile. Seulement, Stellantis avait fixé des conditions financières intenable en termes de prix et de délais ou de

conditions de paiements auxquelles de nombreux équipementiers avaient décidés de ne plus se soumettre. Le constructeur s'exposait donc à un accès restreint aux innovations technologiques développées par les leaders de l'équipement automobile. Au final, cela peut devenir plus coûteux, la faute à des campagnes de rappel plus fréquentes et des intégrations de modules qui requièrent la mobilisation de plus de ressources pour le constructeur.

Il convient également de normaliser les relations au sein de l'entreprise en réconciliant les employés avec le management à son plus haut niveau. Dans son livre, Carlos Tavares explique avec beaucoup de clarté, d'honnêteté et de logique, les raisons pour lesquelles il n'a pas souhaité développer de culture dans l'entreprise. Malheureusement, en l'absence de culture dirigée, c'est une culture induite qui a pris place. L'isolement du patron et son implication dans toutes les décisions étaient un défi pour la confiance vis-à-vis des cadres et organisait une déresponsabilisation. Le fait de sortir les décisionnaires à la moindre erreur a nourri la peur qui descendait en cascade vers l'ensemble des niveaux hiérarchiques. C'est finalement une culture de la peur et de l'immobilisme qui s'est installée par défaut. Dans la démarche de relancer les programmes et d'organiser une nouvelle dynamique, Stellantis a rappelé de nombreux ingénieurs et cadres. Les 13 milliards investis aux Etats-Unis par Stellantis nécessitent l'embauche près de 5.000 personnes pour relancer les productions. Il faut donc rebâtir la confiance avec les employés. J'aime rappeler [le dialogue entre Monty Roberts et Clive Warrilow](#) qui consiste à dire qu'on obtient plus des collaborateurs en les séduisant qu'en leur donnant des ordres.

Finalement la relation avec les actionnaires serait aussi normalisée. Dans une entreprise comme Stellantis, le CEO n'est pas aux côtés du Chairman et des actionnaires. Il est leur employé. Antonio Filosa doit donc dessiner son projet selon les mesures et les directions prises par **John Elkann** durant son interim. Cela n'empêche pas le nouveau dirigeant de prendre des décisions stratégiques majeures et d'établir son équipe. Les changements récents montrent des divergences avec l'équipe intérimaire constituée en décembre dernier par John Elkann, comme en témoignent les départs de **Doug Osterman** ou **Arnaud Deboeuf** ainsi que le changement de poste de **Jean-Philippe Imparato**.

### Faire preuve de clairvoyance

Antonio Filosa n'a pas une tâche facile. Il faut générer une nouvelle dynamique sans pour autant détruire les efforts de son prédécesseur en termes d'efficacité. C'est un numéro d'équilibriste. Il faut savoir distribuer et ajuster les dépenses pour relancer les gammes, les ventes et retrouver des résultats financiers dans un contexte économique-politique complexe. Antonio Filosa doit faire ce qu'il faut pour retrouver la confiance des marchés financiers. La valeur de l'action STLA s'était écroulée à partir de mai 2024 et elle semble vouloir se redresser depuis le début du mois de septembre de cette année. Le dirigeant doit faire preuve de considération pour l'ensemble des acteurs de son écosystème tout en restant vigilant. Il lui faut s'adapter aux conditions de marché, aux évolutions technologiques, aux attentes des clients, employés et des actionnaires. Cela nécessite de composer avec les fournisseurs et les concessionnaires.

Enfin, Antonio Filosa doit tracer une trajectoire durable avec son équipe pour reconstruire et consolider les fondations d'un groupe qui a souffert de l'absence d'une approche plus consolidée, d'empathie et de clairvoyance depuis sa création en 2021. Les contours de la

stratégie du groupe se dessinent doucement mais il faudra visiblement patienter jusqu'au début de l'année prochaine pour qu'elle soit pleinement dévoilée.