

autoactu.com

[Accueil](#) /

[Actualités](#) /

[Constructeurs](#) /

Emanuele Cappellano, Stel...

28/05/2026 - [#Alfa Romeo](#) , [#Dongfeng](#) , [#Maserati](#) , [#Peugeot](#) , [#Fiat](#) , [#Stellantis](#)

Emanuele Cappellano, Stellantis : "25 véritables nouveaux modèles pour l'Europe dans le plan Fastlane"

Par **Xavier Champagne**

Inclus dans votre abonnement

Offrir cet article



Emanuele Cappellano, le patron de Stellantis en Europe, revient sur les différents axes stratégiques du plan Fastlane 2030 qui concernent le Vieux Continent.

Emanuele Cappellano, qui a succédé à Jean-Philippe Imparato à la tête de Stellantis Europe en octobre dernier, a répondu aux questions des journalistes lors d'un diner organisé à l'ACF mardi

soir. Il a notamment réagi aux inquiétudes concernant le faible poids de l'Europe dans les investissements du plan Fastlane, alors que 60% des 60 milliards seront destinés aux Etats-Unis.

"Le marché américain, moins concurrentiel, est plus profitable à court et moyen terme mais la répartition de nos investissements dépend davantage des besoins des régions que d'une décision fondée uniquement sur la rentabilité, a-t-il dit. L'Europe a déjà beaucoup investi ces dernières années. En France, par exemple, nous avons investi plus de 10 milliards d'euros au cours des cinq dernières années, soit environ 2 milliards par an. Aujourd'hui, l'Amérique du Nord doit rattraper son retard".

En termes de nouveautés produits, l'Europe bénéficiera de 50 lancements dans le cadre du plan, *"dont 25 sont de véritables nouveautés"*, a-t-il souligné.

La nouvelle plateforme mondiale multi-énergie STLA One, au cœur du plan Fastlane, qui sera inaugurée en 2027, *"sera très modulaire pour pouvoir couvrir les segments B, C et D"*, a-t-il rappelé. *"Parmi les deux millions de véhicules que reposeront sur elle, un million sera produit en Europe d'ici à 2035"*, a-t-il précisé.

Le plan prévoit un retour sur le segment des petites voitures à 15.000 euros, avec notamment le retour de la 2 CV. *"J'ai soutenu l'idée d'un véhicule uniquement électrique. Pour une raison simple : il faut proposer l'offre la plus compétitive possible. Or, vouloir être trop flexible en proposant plusieurs moteurs augmente les coûts. L'objectif est d'atteindre la parité de coût entre un véhicule électrique et un véhicule thermique"*.

"Nous avons décidé de développer des plateformes 100% électriques afin d'être extrêmement compétitifs sur ces modèles mais nous allons aussi augmenter fortement notre couverture hybride, et proposer différentes technologies de batteries (LFP et NMC, ndlr)", a-t-il dit.

Les marques DS et Alfa Romeo ne seront pas abandonnées comme certains l'ont mal compris lors de la présentation du plan. *"Concernant Alfa Romeo, plusieurs développements sont prévus sur les segments C et supérieurs. Nous n'allons pas supprimer la Giulia, la gamme reste confirmée"*, a-t-il dit. Concernant DS, *"nous pensons qu'il y a davantage de valeur à gérer DS avec Citroën, car ces marques partagent une histoire et un héritage très forts. Cela ne signifie absolument pas que nous allons fermer DS. L'objectif est simplement de créer plus de synergies et de valeur entre les deux marques"*.

Citroën a pris pour sa part le statut peu valorisant de *"marque régionale"* alors que Peugeot et Fiat sont des *"marques mondiales"*. *"Citroën continuera évidemment d'exister dans toutes les régions où la marque est présente. Quand nous parlons de marque régionale, cela concerne surtout la stratégie d'allocation du capital et les priorités d'investissement. Nous ne donnons pas plus à une marque qu'à une autre. Simplement, certaines innovations arrivent d'abord sur certaines marques avant d'être progressivement étendues aux autres"*.

Dans le cadre de la co-entreprise avec Dongfeng (contrôlée à 51% par Stellantis, comme c'est le cas déjà avec Leapmotor), il a indiqué que l'importation de sa marque premium électrique Voyah en Europe apporterait une offre complémentaire *"sur les segments C et D que Stellantis couvre peu, à l'exception d'Alfa Romeo et Maserati. C'est donc une situation gagnant-gagnant :*

Dongfeng accède au marché européen et nous enrichissons notre offre sans chevauchement avec nos propres marques", a-t-il dit. Comme pour Leapmotor, priorité sera donnée au réseau de Stellantis pour distribuer Voyah.

L'un des axes sur lequel le groupe veut aussi travailler c'est la "*différenciation*" de ses 14 marques. "*Nous devons partager les plateformes, les moteurs et l'architecture électrique. Mais ensuite, il faut différencier le design, le contenu, l'expérience et le positionnement*", souligne-t-il.

Le plan prévoit que le taux d'utilisation des capacités du groupe en Europe doit passer de 60% à environ 80%, mais avec une baisse des capacités de l'ordre de 800.000 unités. «*Nous ne prévoyons pas un retour significatif du marché européen à long terme, a-t-il justifié. "Nous allons évidemment proposer davantage de véhicules accessibles afin de reconquérir des segments aujourd'hui abandonnés mais je ne suis pas certain que cela suffira à provoquer une croissance massive du marché"*.

Par **Xavier Champagne**

Xavier Champagne est chef de rubrique chez Autoactu.com, qu'il a rejoint en 2008 après plus de dix ans au Journal de l'Automobile où il était rédacteur... voir plus