

# autoactu.com

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

Stellantis dévoile plus d...

04/05/2026 - [#Audi](#) , [#Alfa Romeo](#) , [#Bentley](#) , [#Chrysler](#) , [#Cupra](#) , [#Dodge](#) , [#Dongfeng](#) , [#Faw](#) , [#Jeep](#) , [#Lamborghini](#) , [#Lancia](#) , [#Maserati](#) , [#Opel](#) , [#Peugeot](#) , [#Porsche](#) , [#Skoda](#) , [#Fiat](#) , [#Ram](#) , [#Seat](#) , [#Stellantis](#)

## Stellantis dévoile plus d'éléments stratégiques à un mois de la journée investisseurs

Par **Bertrand Rakoto**

Inclus dans votre abonnement

Offrir cet article



Le siège de Stellantis à Auburn Hills aux Etats-Unis.

**A moins d'un mois de sa journée investisseurs, Stellantis commence à dévoiler certains éléments de sa stratégie. La communication distille peu d'éléments mais laisse entrevoir le recentrage au niveau des marques. Cela s'ajoute aux récentes annonces de fermetures et de possibles négociations au sujet de sites de production avec des constructeurs chinois.**

Le 21 mai prochain, Stellantis doit dévoiler sa stratégie lors d'une journée dédiée aux investisseurs. L'événement est anticipé par l'ensemble des journalistes et des analystes puisque cela fait presque un an que le nouveau management a pris place et qu'aucune direction stratégique d'ensemble n'a été donnée. La communication se fait au compte-gouttes depuis l'an dernier et les marchés financiers s'impatientent. L'action a fortement dévissé sous l'ancien management entre mars et décembre 2024. La tendance s'est stabilisée en 2025 avant de repartir à la baisse début 2026 après l'annonce des charges exceptionnelles sur l'exercice passé.

L'absence de perspectives claires plombent l'entreprise. Pourtant au niveau opérationnel, les retours des employés et des exécutifs sont plutôt encourageants. Le dialogue avec les équipementiers a repris et les quelques annonces produites, bien qu'insuffisantes, ont reconforté les concessionnaires. De ce fait, chaque annonce est analysée et décortiquée avec soin pour essayer de décrypter les futures directions du groupe en attendant la présentation de mai. Le redressement se poursuit, les éléments commerciaux et financiers sur le premier trimestre sont encourageants.

### Recentrage sur quatre marques

Stellantis a annoncé un recentrage stratégique sur quatre marques, à savoir Fiat, Peugeot, Jeep et Ram. Le groupe américano-européen rationalise ses dépenses et sa stratégie. L'intérêt est de mieux répartir les investissements. C'est une démarche que d'autres ont appliquée tel que Volkswagen. Le constructeur allemand a organisé son management autour de trois pôles appelés Core (Volkswagen, Seat/Cupra et Skoda), Progressive (Audi, Bentley, Lamborghini et Ducati) et Sport (Porsche). En revanche, le découpage de Stellantis peut surprendre car Peugeot et Fiat jouent peu ou prou dans la même cour pendant que Jeep et Ram sont tous deux spécialisés, le premier dans les crossovers et les SUV, le second dans les pick-up et les utilitaires. Il n'y a pas de pôle premium pour Alfa Romeo, DS, Maserati ou Lancia.

Il est aisé de comprendre que les choix de Stellantis ménagent les susceptibilités en offrant aux **Peugeot** et aux **Agnelli** de conserver une forme de leadership à travers le maintien de leur blason historique comme tête de file. Mais, sans plus de précision, il est difficile de penser que ce découpage est raisonnable, ne serait-ce que pour le développement des modèles sur la plateforme STLA Large. Elle est certes utilisée par Jeep mais elle doit aussi connaître des développements pour les berlines comme c'est déjà le cas de la nouvelle Dodge Charger. Seulement ni Peugeot ni Fiat ne proposent de modèles sur cette architecture.

Toutefois, le choix de Stellantis suit une logique de concentration pleine de sens. Le groupe possède actuellement un directeur général par marque et des chevauchements de gammes bien trop nombreux. Il faut procéder à un découpage stratégique des marques pour travailler par pôle et rationaliser comme cela a été fait par **Sergio Marchionne** sous l'ère FCA. En effet, les marques Chrysler, Dodge, Jeep et Ram ont été regroupées dans un seul réseau et les marques ont été réduites à leur héritage et à la clientèle du groupe. Les doublons sont limités contrairement aux marques européennes du groupe.

Les chevauchements entre Citroën, Fiat, Opel, Peugeot sont bien trop nombreux. Il faut rationaliser les gammes, regrouper les investissements, voire redistribuer géographiquement les marques pour éviter les chocs frontaux au sein du groupe. La fidélité des clients est de moins en moins une considération, particulièrement dans un marché européen en perte de vitesse. La clientèle automobile est volatile, surtout depuis que les concurrents chinois appliquent une pression importante sur les marques européennes et que la fiscalité asphyxie le marché.

La grande inconnue est celle de la distribution des marques au sein de ces quatre pôles et le futur développement de plateformes techniques. Les utilitaires sont partagés entre l'Europe et l'Amérique du Nord, les crossovers devraient être l'affaire de Jeep, les plus petits segments pourraient revenir à Fiat et les modèles plus larges à Peugeot. Mais sans plus d'éléments sur la future stratégie produit du groupe, certains trous restent apparents et il est permis de se demander si les rumeurs de ventes d'usines seraient accompagnées par celles de badges européens.

### **L'Europe n'est plus une priorité**

La perte de vitesse du marché européen, l'absence de réaction politique appropriée et la lenteur à prendre des décisions de sauvegarde de l'industrie ont tué les espoirs de reprise du marché. Dans ce contexte, Stellantis a annoncé la fermeture de son site de Poissy en 2028 et négocierait en vue de céder les usines de Rennes la Janais, Cassino et Madrid à un concurrent chinois, possiblement le partenaire Dongfeng qui possède toujours 1,58% du groupe. Il est possible d'extrapoler plusieurs scénarios dont un qui consisterait à céder des usines à Dongfeng en échange de sa sortie du capital du groupe, car les participations croisées ne font pas toujours bon ménage. Stellantis possède 20% de Leapmotor qui est affilié à FAW, un concurrent de Dongfeng. Cependant, les récentes présentations de Peugeot à Pékin tendent à rendre ce scénario peu probable bien que les constructeurs européens soient en train de se faire mettre à la porte de la Chine.

Un autre scénario plausible serait que le groupe mette la pression sur les gouvernements et cherche à montrer du doigt leur absence de réaction appropriée face à la crise dans laquelle ils ont précipité l'industrie automobile. Le silence, aussi bien du côté italien que français, pourrait indiquer que le jeu politique bat son plein. Chaque gouvernement refuserait de répondre à la provocation du groupe automobile. Mais cela acte davantage l'inconséquence politique et démontre combien ils ont abandonné l'industrie. Ils seraient prêts à laisser l'industrie filer aux mains des constructeurs et des capitaux chinois sans broncher. C'est un mauvais calcul puisque si les constructeurs chinois consultent les équipementiers européens pour leurs futures productions, ils envisagent surtout des CKD voire des SKD s'ils y sont contraints. En se fournissant localement, les constructeurs chinois perdraient leurs avantages concurrentiels. Reste la possibilité de faire venir leurs équipementiers afin de répondre à la question des approvisionnements locaux. Le problème deviendrait celui du sourçage pour les équipementiers chinois qui auraient la charge de contourner les réglementations locales.

Dans l'absolu, la décision de réduction d'empreinte du groupe est une réaction naturelle à la perte d'intérêt de l'Europe en tant que marché. C'est aussi le scénario le plus plausible. Volkswagen a échoué à réduire suffisamment ses capacités de production l'an passé et vient de **rouvrir le débat sur la baisse de ses productions**. Le groupe allemand souffre d'un déséquilibre

dans son empreinte avec trop de capacité de production en Chine et pas suffisamment en Amérique du Nord. Selon un schéma différent mais avec toutefois certaines similarités quant au déséquilibre croissant entre l'Amérique du Nord et l'Europe, Stellantis pourrait céder des usines en France, en Italie et en Espagne (voire en Allemagne) faute d'avoir des perspectives face à une concurrence chinoise plus intense. Les ventes offrent de meilleures perspectives en Amérique du Nord et la production est trop importante en Europe. La pression repose sur les épaules de Stellantis qui devrait révéler son propre scénario le 21 mai.

### Le mystère s'amincit

Le pivotement de Stellantis vers l'Amérique du Nord ne fait plus de mystère. La stratégie s'accroît avec la réduction des capacités de production en Europe. Mais le redimensionnement industriel ne signifie pas pour autant que le constructeur abandonne l'Europe. Les intérêts des grandes familles perdurent comme en témoigne le choix de Peugeot et Fiat comme deux des quatre marques phares du groupe. L'ajustement européen est nécessaire même s'il convient de ne pas négliger totalement le marché et les marques.

L'Amérique reste assez instable malgré des perspectives plus encourageantes. L'annulation des objectifs environnementaux et des standards de consommation libère le potentiel du marché. Le remboursement des tarifs douaniers permet de respirer temporairement car les droits de douanes sont toujours en application malgré le jugement de la Cour Suprême. En effet, le gouvernement l'a contourné en appliquant d'autres règles de levée de l'impôt sur les importations. Les débouchés en Amérique du Nord restent positifs d'autant que la guerre commerciale au sein de la zone USMCA pourrait pousser le Canada à accepter les normes d'homologations européennes en plus des normes américaines. L'association des concessionnaires canadiens tente de convaincre son gouvernement. Stellantis pourrait ainsi distribuer des Peugeot, des Citroën, des Opel ou des Fiat au Canada. En attendant, il faut rester patient pour mieux comprendre la stratégie du groupe dans son ensemble. Le suspens devrait être levé le 21 mai. Après un an d'attente, le management du groupe a intérêt à aiguïser son plan et sa communication.

Par **Bertrand Rakoto**

Bertrand Rakoto est analyste et consultant spécialisé dans l'industrie automobile, basé à Detroit. Fort d'une longue expérience internationale, chaque... voir plus