

autoactu.com

[Accueil](#) /

[Actualités](#) /

[Constructeurs](#) /

Charles Peugeot, Opel Fra...

29/06/2026 - [#Hyundai](#) , [#Mg](#) , [#Opel](#) , [#Peugeot](#) , [#Ford](#) , [#Stellantis](#)

Charles Peugeot, Opel France : "Nous avons identifié les bonnes pratiques pour revenir à l'équilibre"

Par **Xavier Champagne**

Inclus dans votre abonnement

Offrir cet article



Le patron de la marque Opel en France fait le point sur la rentabilité du réseau et les moyens mis en œuvre pour redresser la barre. Le leasing social, une présence au Mondial et de nombreuses nouveautés et séries limitées à des prix agressifs doivent donner une nouvelle dynamique.

Charles Peugeot, patron de la marque Opel en France, ambitionne un retour à l'équilibre financier de son réseau de distribution à la fin de l'année. *"Nous avons augmenté les marges fixes sur le VN en 2025 et de nouveau cette année mais nous n'avons pas encore retrouvé la*

rentabilité sur le VO que nous sommes toujours en train de déstocker. Malgré un parc de 700.000 Opel, nous avons aussi du travail à faire sur l'après-vente, en forte baisse, à comparer à la même période de 2025 au cours de laquelle les ateliers étaient fortement occupés à gérer les campagnes de rattrapage (Takata et Puretech). Dans ce domaine, nous déployons un plan pour développer la vente de forfaits attractifs et de pièces de rechange soutenu par un plan de communication. Notre nouvelle garantie 8 ans aura aussi un effet positif sur l'activité après-vente mais seulement à partir de l'année prochaine", explique-t-il.

Trouver le bon réglage dans le multimarquisme

Le réseau a perdu de l'argent l'année dernière, "néanmoins le nombre de concessionnaires qui gagnent bien leur vie a doublé, souligne-t-il. Nous avons identifié avec eux les bonnes pratiques et allons essayer de les généraliser", dit-il.

"Nous avons notamment constaté qu'il était difficile de trouver le bon réglage dans le multimarquisme avec les autres marques de Stellantis afin qu'Opel soit une marque forte dans le portefeuille. Nous pensons que trois marques sur un même site est le bon équilibre. Pour le VUL, mieux vaut limiter l'offre à deux marques sur un même site", estime-t-il.

L'association fréquente d'Opel et de Leapmotor sur un même site "fonctionne bien" ainsi que l'activité VO et le financement partagés avec les autres marques, à travers Spoticar et Stellantis Finance & Services, relève-t-il.

Une obligation de résultat sur les retours du leasing social de 2024

Le réseau Opel s'apprête l'année prochaine à reprendre les retours du leasing social de 2024, soit 1.700 véhicules sur un total de plus de 30.000 attendus pour l'ensemble du réseau Stellantis. "Nous sommes optimistes sur les valeurs de revente quand on voit que les stocks de VO électriques baissent fortement, avec l'embellie de la demande. Toutefois, nous devons être vigilant, nous avons une obligation de résultat vis-à-vis du réseau», dit-il.

Dans ce cadre, Stellantis Finance & Services a réalisé une grande enquête auprès de 7.000 bénéficiaires du leasing social qui révèle que "90% d'entre eux veulent conserver leur véhicule ou en reprendre un autre, en neuf ou d'occasion, chez Stellantis", dévoile-t-il. "Nous avons une idée assez précise du niveau d'augmentation qu'ils sont prêts à payer pour relouer leur véhicule".

35% des ventes auprès de loueurs courte durée au 1er semestre

Ce semestre, Opel a vu ses immatriculations progresser de 17,5% pour atteindre 2,24% de part de marché, se positionnant devant Ford, Hyundai ou MG (marque chinoise qui l'avait devancé en 2025). La marque a réduit ses ventes aux loueurs courte durée mais en reste très dépendante : 35% de ses immatriculations ont été réalisées auprès de ces acteurs ce semestre (contre 41% en 2025). "Notre objectif est d'être à moins de 20% de LCD sur une année pleine pour ne pas impacter les valeurs de revente de nos VO", dit-il.

La marque devrait encore accélérer au second semestre, avec toujours en tête son objectif de 3% de part de marché. Elle mise sur les livraisons de véhicules électriques, principalement de Frontera, qui pèsent actuellement 44% de ses commandes (contre 14% de ses immatriculations du 1er semestre). Elle mise aussi sur la série limitée Yes, qui offre 30% d'avantages clients sur la

Corsa (actuellement proposée à partir de 15.900 euros) et sur le Mokka (en juillet).

Le leasing social, qui sera lancée le 17 juillet prochain, avec une offre particulièrement attractive sur le Frontera à 99 euros/mois (sans apport, 35 loyers, assurance décès, invalidité et emploi incluse), doit aussi dynamiser les ventes de la marque.

Des nouveautés au Mondial...

Opel compte aussi sur les effets positifs de son retour au Mondial, après 10 ans d'absence, sur un stand aussi grand que Citroën, qui emploiera une trentaine de personnes. La marque y exposera un concept-car ainsi que 5 véhicules, dont la Corsa GSE, une Corsa électrique de 280 ch au look sportif capable de faire le 0 à 100 km en 5,5 secondes. L'Astra restylée y aura aussi une bonne place, notamment dans sa version break qui doit peser 70% du mix. Elle bénéficie dans sa version électrique d'une autonomie augmentée à 458 km (contre 400 auparavant).

Opel vient par ailleurs d'ouvrir les commandes du GrandLand Long Range (694 km d'autonomie avec les batteries fournies par ACC), *"un modèle très bien placé en prix, dont les livraisons devraient débuter en janvier 2027"*.

Un plan produits de 4 modèles d'ici 2030

"Nous sommes serein sur l'avenir d'Opel, nous sommes là pour durer", rétorque Charles Peugeot à ceux qui penseraient que son statut de "marque régionale", qui lui a été attribué dans le nouveau plan stratégique de Stellantis, l'amènerait à réduire la voilure. Pour preuve, il révèle le plan produits de la marque à horizon 2030, composé de quatre nouveaux produits :

"En 2028, nous lancerons la nouvelle Corsa électrique avec un prix d'entrée d'environ 25.000 euros (contre 30.000 pour la version actuelle) en nous appuyant sur la plateforme STLA One". Dans le même temps, la Corsa thermique bénéficiera d'un important restyling et d'un tarif toujours très attractif.

"Mi-2028, arrivera un nouveau C-SUV électrique, développé sur une plateforme partagée avec Leapmotor, un partenariat inédit dans le groupe Stellantis. Ce modèle sera assemblé dans l'usine Opel de Saragosse (Espagne) et sera proposé à un prix bien inférieur à 30.000 euros, avec des batteries LFP".

En 2029, il y aura *"la mise à jour"* d'un C-SUV de la gamme (le GrandLand en toute logique) et surtout le renouvellement de l'Astra.

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