

autoactu.com

[Accueil](#) /

[Actualités](#) /

[Réseaux](#) /

Election Mobilians - Virg...

18/06/2026 - [#Peugeot](#)

Election Mobilians - Virginie de Pierrepont : "Il est temps maintenant d'obtenir des résultats"

Par **Florence Lagarde**

Inclus dans votre abonnement

Offrir cet article



Le 24 juin, sera élu le futur président de Mobilians. Virginie de Pierrepont présente sa candidature comme celle de la continuité dans les valeurs mais de la rupture dans les méthodes. Vice-présidente de Mobilians depuis quatre ans, directrice générale de Mobipolis et investie depuis près de vingt ans dans les instances professionnelles, elle estime que l'organisation doit désormais

franchir une nouvelle étape : passer d'une logique d'influence à une logique de résultats.

Comme le prévoient les statuts de l'organisation, l'élection du président national de Mobilians qui se déroulera pendant le congrès le 24 juin prochain est confiée à un collège de 256 grands électeurs représentant à la fois les métiers (102), les territoires (102) et les instances de gouvernances nationales (52).

Trois candidats sont en lice pour succéder à **Francis Bartholomé**, qui préside l'organisation depuis 2014. Dans l'ordre alphabétique : **Denis Bernier**, président du Conseil des territoires ; **Marc Bruschet**, président de la branche Véhicules particuliers ; **Virginie de Pierrepont**, première vice-présidente de Mobilians et directrice générale de Mobipolis.

Au fil de plusieurs mois de campagne, chacun a présenté sa vision de l'avenir de Mobilians, son diagnostic sur les défis auxquels sont confrontées les entreprises de la mobilité et sa conception du rôle du futur président. Si les constats convergent souvent, les trois candidats se distinguent par leur parcours, leur style de gouvernance et les priorités qu'ils souhaitent porter durant leur mandat.

Nous vous présentons les motivations de chacun d'eux et leur projet pour Mobilians. Avant-hier **Denis Bernier**, hier **Marc Bruschet** et aujourd'hui **Virginie de Pierrepont**.

Virginie de Pierrepont revendique une approche opérationnelle. *"Le rôle du futur président ne consiste pas à dresser un catalogue de difficultés mais à construire des réponses concrètes. Ma candidature est orientée solutions"*, dit-elle.

Sa campagne s'articule autour d'un mot d'ordre : *"Accélérons"*. Face aux mutations économiques, technologiques, réglementaires et sociétales qui bousculent l'ensemble des métiers de la mobilité, elle estime qu'il faut passer à une nouvelle manière de faire de la politique : *"Se faire entendre, être écoutés et reçus dans les ministères, c'est une chose. Il est temps maintenant d'obtenir des résultats."*

Elle refuse ce qu'elle appelle le *"marketing de la peur"* souvent associé aux bouleversements que traverse la filière automobile. *"Je me refuse au marketing de la peur. Ce que nous devons faire, c'est peser de tout notre poids pour défendre fermement nos positions et obtenir des résultats probants sur tous nos enjeux."*

Pour justifier sa candidature, Virginie de Pierrepont met en avant trois dimensions de son parcours : *"Je pense avoir trois atouts : concessionnaire, donc entrepreneuse, directrice générale de Mobipolis, orientée résultats, et vice-présidente de Mobilians."* Sa légitimité, Virginie de Pierrepont la fonde sur un parcours opérationnel qui couvre les deux versants de la filière. Entrée dans les services de l'automobile par l'après-vente chez PSA, elle rappelle avoir été, au début des années 2000, *"la première femme chef après-vente des réseaux Peugeot"*. En 2005, elle quitte le constructeur pour racheter, avec son mari, une première concession Peugeot qui deviendra un groupe, dont ils sont toujours tous les deux co-actionnaires même si la direction générale a été confiée au gendre de son mari. Elle complète cette expérience terrain par un long parcours d'élue : engagée au CNPA puis chez Mobilians depuis près de vingt ans, elle a animé des groupes de travail au sein du GCAP, présidé le GNFA (devenu Mobipolis) et occupé la fonction de vice-présidente nationale auprès de **Francis Bartholomé**.

Convaincue que *"l'image du président est essentielle"*, elle entend mettre son profil au service de cette stratégie d'influence. *"Une femme dans les services de l'auto, ça devrait nous aider à ouvrir quelques portes de plus"*, avance-t-elle.

Elle revendique également une forme de renouvellement générationnel et culturel : *"J'incarne la rupture, la modernité de Mobilians."*

Cette modernité ne signifie pas une remise en cause du travail accompli ces dernières années. Elle considère que l'organisation dispose aujourd'hui d'une visibilité et d'une crédibilité renforcées grâce au travail mené sous la présidence de Francis Bartholomé. Son ambition est de capitaliser sur ces acquis pour aller plus loin. Elle estime également qu'il ne faut pas *"couper trop vite"* et prévoit d'être accompagnée au début de son mandat par Francis Bartholomé qui deviendrait président d'honneur de Mobilians.

Initialement désignée comme sa successeuse naturelle, elle revendique l'héritage des avancées réalisées sous sa présidence. Elle n'endosse cependant pas l'intégralité du bilan et reconnaît notamment que le fonctionnement du binôme formé par Francis Bartholomé et **Xavier Horent** (qui quitte ses fonctions ce mois-ci) s'est déséquilibré, le délégué général ayant pris une place politique excessive tandis que le président devenait moins visible.

Elle estime également que le directoire s'est progressivement transformé en *"chambre d'enregistrement"*. Sa ligne consiste donc à assumer ce qui a été construit sous l'ère Bartholomé (le développement de Mobilians et l'élargissement des métiers représentés) tout en marquant ses différences sur la gouvernance, la transversalité et le partage du pouvoir entre les élus et l'administration permanente.

Le premier axe de son projet consiste à renforcer la place de Mobilians dans l'écosystème automobile et de la mobilité. *"Vingt-cinq métiers, des emplois non délocalisables, une convention collective, un écosystème de branche fort et unique : prenons toute notre place dans la filière automobile"*, dit-elle.

Pour défendre efficacement les intérêts des entreprises face à l'accumulation des contraintes réglementaires, fiscales et environnementales, elle souhaite également développer une communication plus offensive : *"Tout ce qu'on porte concerne nos concitoyens. Les concitoyens sont concernés par la mobilité de la même façon qu'ils sont concernés par le logement et la santé. Nous devons prendre l'opinion publique à témoin et mener des actions coup de poing lorsque cela est nécessaire."*

L'une des idées centrales de son programme consiste à concentrer les moyens de Mobilians sur un nombre limité de batailles stratégiques. Selon elle, l'organisation doit éviter la dispersion et se concentrer sur les sujets qui ont un impact direct sur la compétitivité des entreprises. *"Nous devons défendre l'automobile et toutes les mobilités en choisissant des combats structurants pour chacun de nos métiers et en nous y tenant jusqu'aux résultats"*, dit-elle. Elle souhaite également s'appuyer davantage sur l'intelligence collective des métiers et annonce son intention d'organiser *"des assises métiers afin d'utiliser pleinement l'intelligence collective de notre organisation"*.

Virginie de Pierrepont insiste sur la diversité des métiers représentés par Mobilians : *"C'est l'union de tous nos métiers qui fait notre force."* Selon elle, l'organisation doit accompagner

chacun d'entre eux face aux grandes mutations qui traversent la filière : décarbonation, digitalisation, intelligence artificielle, évolution des usages automobiles ou encore transformation des relations au travail. Elle estime également que les métiers fonctionnent encore trop en silos : *"Je veux du collectif où les gens apprennent à se connaître, où ils travaillent ensemble. Et je suis convaincue que quand ils connaîtront les métiers d'à côté, ils y verront à chaque fois un intérêt."*

Elle accorde une importance particulière aux questions d'emploi et de formation : *"Nous devons apporter des solutions concrètes sur les problèmes d'emploi et de formation."* Elle évoque notamment des outils pratiques pour les entreprises, le développement de l'apprentissage et le renforcement de l'attractivité des métiers.

Comme ses concurrents, Virginie de Pierrepont place les territoires au cœur de son projet. Elle considère que les élus locaux incarnent la réalité quotidienne des entreprises et doivent être davantage valorisés : *"Donnons-leur la part d'écoute et la part de voix qui leur sont dues"*, dit-elle.

Virginie de Pierrepont veut également faire évoluer l'image de l'organisation par une meilleure prise en compte des enjeux de responsabilité sociétale, de mixité, de féminisation, de diversité ou encore d'économie circulaire : *"Nous devons gagner en crédibilité et attirer une nouvelle génération d'élus."*

Elle souhaite notamment développer des initiatives transversales autour de l'économie circulaire et relancer certains dossiers historiques comme celui de l'éco-entretien.

Elle souhaite diffuser à tous les niveaux de l'organisation une culture du résultat inspirée du fonctionnement des entreprises. *"Nous devons adopter la culture du résultat à tous les niveaux de l'organisation et arbitrer en privilégiant le retour sur investissement."*

Par **Florence Lagarde**

Florence Lagarde est journaliste spécialisée dans l'économie automobile et directrice de la rédaction d'Autoactu.com, qu'elle a contribué à développer... voir plus