

autoactu.com

[Accueil](#) /[Actualités](#) /[Constructeurs](#) /[Au Mondial, Fiat mise sur...](#)23/10/2026 - [#Fiat](#)

Au Mondial, Fiat mise sur son identité italienne pour accompagner sa reconquête

Par Florence Lagarde

Inclus dans votre abonnement

[Offrir cet article](#)

Le stand Fiat du Mondial de l'auto donne la couleur ! Jaune, orange, bleu, vert, il reflétait un univers citadin et convivial et un esprit italien sur lequel la marque veut construire sa nouvelle image. Guillaume de la Giraudière, directeur de Fiat France se félicite de l'enthousiasme retrouvé sur le salon, dans une année où la marque affiche une croissance de ses volumes et espère retrouver un réseau bénéficiaire.

*"On assume complètement notre italianité. On veut amener de la joie, on veut amener du plaisir", nous a dit d'emblée **Guillaume de la Giraudière** sur le stand Fiat au Mondial de l'automobile. "On assume complètement le fait d'apporter autre chose", explique le directeur de Fiat France. Le salon constitue d'abord une occasion de remettre la gamme sous les yeux du public. Avec des volumes encore modestes, certains modèles restent à découvrir, observe le dirigeant. La Grande Panda est encore perçue comme une nouveauté par de nombreux visiteurs. Fiat repose toujours beaucoup sur la 500 qui malgré les années conserve son pouvoir d'attraction. "C'est encore une des voitures sur lesquelles on a le plus de demandes. Elle plaît toujours."*

Face à la multiplication des marques chinoises, cette identité constitue un atout. *"Se retrouver sur un salon comme là, où on montre qu'on a des aspérités, de l'âme, du caractère, c'est aussi une belle manière de se différencier."* Fiat revendique des choix de style affirmés, quitte à diviser. *"On préfère ne pas laisser les gens indifférents. On aime, on n'aime pas. Et puis, heureusement, il y a pas mal de gens qui aiment."*

La marque entend ainsi défendre une autre proposition que la seule démonstration technologique. *"On offre des choses en termes de couleur, de fun, de plaisir",* insiste Guillaume de la Giraudière.

La micromobilité comme produit d'appel

Fiat a accordé une place importante à la micromobilité, avec trois Topolino exposées. Le petit véhicule suscite un intérêt avec des volumes non négligeables. *"On prend entre 700 et 900 commandes par mois. C'est vraiment un phénomène très intéressant",* indique le directeur de Fiat France.

La marque présente également un projet de véhicule de micromobilité à quatre places, la Multiplina, annoncé pour 2028, avec une vitesse pouvant atteindre 90 km/h. Guillaume de la Giraudière le décrit comme une proposition permettant d'élargir les usages, accessible avec le permis B1 à partir de 16 ans.

Cette recherche de véhicules simples et adaptés aux besoins permet de proposer des prix plus accessibles sur des petites voitures. Il cite le succès de la Pandina, pourtant absente du stand, comme une illustration de cette attente. *"C'est la plus ancienne, avec un prix contenu. C'est ce que viennent chercher les gens."* Sur le stand la marque présentait également le Grizzly et un concept intéressant d'une nouvelle interprétation du Multipla sous le nom de Multiplay.

La présence de Fiat au Mondial a également une vocation commerciale. La marque a mobilisé des vendeurs de concessions issus de différentes régions françaises. *"On aimerait bien vendre 150 voitures. Ce n'est pas l'objectif premier, mais il y a des gens qui aiment venir acheter sur un salon",* explique Guillaume de la Giraudière.

L'affluence sur le salon faisait également écho à de bonnes journées portes ouvertes dans le réseau, une surprise dans un climat économique et social peu favorable. *"Pour nous, c'est une source de satisfaction, de soulagement bien sûr pour notre métier. Mais on aime aussi prendre du plaisir dans notre métier, voir que les gens viennent voir des voitures",* confie le dirigeant. Le salon permet, à ses yeux, de constater qu'*"une mobilité plaisante, c'est encore une demande, c'est encore un besoin"*.

Une croissance portée par plusieurs modèles

Fiat enregistre depuis le début d'année une nette reprise de ses volumes. En VP, les immatriculations ont progressé de 64% à fin septembre avec 24.328 unités. Une progression qu'il attribue à un meilleur équilibre de la gamme. *"Fiat était très monoproduit par le passé. Il y a eu les grandes années Punto, il y a eu les grandes années 500. Il y a trois ans, les 500, c'était 65% des volumes. Aujourd'hui, les ventes se répartissent de façon beaucoup plus homogène entre Grande Panda, 500, 600 et Pandina. Sans avoir un modèle star qui tire tous nos volumes, on a un équilibre sur les différents modèles qui fait que la performance est bonne. Et c'est probablement la bonne recette"*, estime-t-il.

Pour l'ensemble de l'année, Guillaume de la Giraudière vise une part de marché d'environ 2,7% en VP+VUL, contre 2,1% l'année précédente.

L'électrique représente désormais la moitié des livraisons de Fiat en France et presque 60% de ses commandes, indique le dirigeant. Il observe également une nette évolution de la demande en occasion. *"On voit une demande sur le véhicule d'occasion bondir sur l'électrique également. Le marché de l'occasion, jusqu'alors, était resté très thermique."*

Dans le réseau, le stock de VO électriques est passé de sept mois il y a un an et demi à deux mois aujourd'hui. Les ventes ont augmenté et les prix de marché se sont redressés.

Suffisamment pour que le VO électrique soit rentable ? *"Maintenant, oui"*, nous a répondu le dirigeant.

Cette amélioration, associée à la hausse des volumes de véhicules neufs, doit permettre au réseau de retrouver l'équilibre, voire une rentabilité légèrement positive cette année, après un résultat de -1,8% l'an dernier. Guillaume de la Giraudière estime qu'environ trois quarts des distributeurs devraient être bénéficiaires, tandis qu'un dernier quart reste en difficulté.

"Le sujet de la distribution automobile, c'est un sujet de volume", rappelle le dirigeant, soulignant que le retour de l'activité permet de mieux absorber les charges de structure.

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