



CARLOS TAVARES INVITÉ DU THINK TANK DE LA DISTRIBUTION AUTOMOBILE KARIDEA

- **Un échange unique et en toute transparence avec des concessionnaires français sur la transformation de la distribution automobile**
- **Un enjeu : travailler ensemble l'expérience du client via un parcours fluide, centré sur sa satisfaction**

Paris, le 20 octobre 2022 – Karidea, qui rassemble 35 des plus importants concessionnaires de toutes les marques automobiles présentes sur le marché français, a organisé hier un échange d'une heure et demie entre Carlos Tavares, CEO de Stellantis, et une trentaine de concessionnaires français, au-delà du périmètre de Stellantis.

Jean Triomphe, fondateur du Think Tank Karidea a déclaré : « C'est une opportunité unique de pouvoir organiser un échange riche et franc avec l'un des plus grands patrons de l'automobile mondiale pour couvrir l'ensemble des sujets de transformation auquel le secteur automobile est confronté, dont celui, majeur pour notre Club, de la distribution automobile. Pour les membres de Karidea, ils ont parfaitement compris le caractère inéluctable de la transformation et entendent s'y adapter en faisant valoir leur savoir-faire dans la relation client et la capillarité de leur réseau de points de ventes physique, tout cela porté par un business model qui va évoluer mais qui devra rester rentable. »

Lors de cette rencontre, Carlos Tavares, CEO de Stellantis a indiqué : « L'objectif de la transformation de la distribution automobile doit être de saisir l'opportunité, grâce à une démarche de convergence entre Stellantis et son réseau, de mieux servir ensemble nos clients dont les comportements évoluent, le tout dans un univers de plus en plus concurrentiel avec de nouveaux entrants. »

Face au changement, qui peut être une source de questionnement, Stellantis a choisi de donner le temps nécessaire au dialogue avec ses partenaires distributeurs, en lançant ce projet de transformation dès

l'été 2021 avec 50 groupes de travail, rassemblant 200 distributeurs de 10 pays Européens.

Stellantis et ses groupements ont décidé de refuser le statu quo car l'absence de décision peut être une posture managériale confortable sur le court terme, mais fragilise la pérennité sur le moyen et le long terme, dans un environnement qui évolue rapidement.

Face à l'évolution des achats omni-channels et de la digitalisation, la profession automobile doit améliorer sa qualité de service pour rester le fournisseur de mobilité de référence en travaillant en permanence l'expérience client par un parcours sans rupture.

Carlos Tavares a ajouté : « Il faut faire évoluer le modèle centré sur le produit vers une meilleure prise en compte du parcours client, car la satisfaction client nourrit le futur de nos entreprises et son insatisfaction les met en péril. Nos partenaires ont un rôle décisif en étant les représentants de nos marques sur le terrain. »

Afin d'assurer la pérennité de la chaîne de valeur constructeur/réseau, il est nécessaire de travailler les 'points-morts' respectifs ce qui permettra de maintenir l'accessibilité pour les clients, dans un contexte d'augmentation du coût des véhicules lié à l'électrification et de risque de contraction du marché. L'utilisation des actifs immobiliers doit également être améliorée, permettant par la même de réduire l'empreinte carbone des entreprises, tout en maintenant la capillarité des points de contact mutualisés.

La simulation économique comparative avec le modèle envisagé permet de démontrer à minima une rentabilité au moins équivalente si ce n'est supérieure pour notre réseau, tout en considérant une prise en charge accrue de coûts par Stellantis et la réduction de l'exposition aux risques de nos distributeurs.

Carlos Tavares a ensuite conclu : « Notre portefeuille de 14 marques généralistes, premium et luxe ainsi que les technologies de pointe que nous développons, doivent être considérées par nos partenaires comme une opportunité unique de croissance pour leur chiffre d'affaires. Parce que Stellantis et son réseau vivent par et pour ses clients, on ne peut pas uniquement considérer l'aspect contractuel, qui est une vision réductrice de l'ensemble des enjeux de transformations auquel constructeurs et distributeurs doivent faire face ensemble. »

#

À propos de Stellantis

Stellantis N.V. (NYSE / MTA / Euronext Paris : STLA) fait partie des principaux constructeurs automobiles et fournisseurs de services de mobilité internationaux. Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, Dodge, DS Automobiles, Fiat, Jeep®, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot, Ram, Vauxhall, Free2move et Leasys : emblématiques et chargées d'histoire, nos marques insufflent la passion des visionnaires qui les ont fondées et celle de nos clients actuels au cœur de leurs produits et services avant-gardistes. Forts de notre diversité, nous façonnons la mobilité de demain. Notre objectif : devenir la plus grande tech company de mobilité durable, en termes de qualité et non de taille, tout en créant encore plus de valeur pour l'ensemble de nos partenaires et des communautés au sein desquelles nous opérons. Pour en savoir plus, www.stellantis.com/fr



@Stellantis



Stellantis



Stellantis



Stellantis