

Lundi 11 Mai 2018

## **Jeep et le luxe au cœur de la nouvelle stratégie de Fiat Chrysler (1/2)**

Le 1<sup>er</sup> juin, Sergio Marchionne, administrateur délégué de Fiat Chrysler Automobiles (FCA), a annoncé le nouveau plan stratégique du groupe pour la période 2018-2022. Ce programme, qui sera le dernier raout de M. Marchionne puisqu'il doit quitter les rênes de FCA en 2019, annonce une métamorphose du groupe, qui entend désormais mettre l'accent sur ses marques « premium » et réduire la part du diesel au profit de véhicules hybrides et électriques. Ainsi, les marques Jeep, Alfa Romeo et Maserati devraient être les moteurs de croissance du groupe grâce à des plans produits ambitieux.

La date choisie pour la présentation de cette nouvelle feuille de route 2018-2022 était symbolique puisque c'est le 1<sup>er</sup> juin 2004, soit il y a tout juste 14 ans, que M. Marchionne a pris les commandes de ce qui n'était alors que Fiat. Le lieu n'était pas anodin non plus car c'est à Balocco qu'il avait, peu après, présenté un plan visant à redresser le constructeur alors au bord de faillite. M. Marchionne a souligné que le nouveau plan était « solide et courageux », et mettait l'accent sur Jeep, RAM, Maserati et Alfa Romeo, ses marques premium et luxe.

Jeep, Alfa Romeo, Maserati, Ram et Fiat Professional doivent représenter 80 % des ventes du groupe en 2022, contre 65 % en 2017. Les revenus nets de FCA doivent progresser en moyenne de 7 % par an entre 2018 et 2022. Jeep - qui devrait représenter à lui seul près de 70 % des profits de FCA en 2018 selon Morgan Stanley - a pour objectif de vendre 1,9 million de véhicules cette année, après 1,4 million en 2017.

« Cette année, un SUV vendu dans le monde sur dix-sept sera une Jeep, notre objectif est un sur douze en 2022 et dans le futur un sur cinq », a expliqué le numéro un de Jeep, Mike Manley. La marque prévoit notamment de commercialiser un petit SUV urbain, un nouveau Renegade et un SUV 7 places. Il est par ailleurs indiqué que dix modèles hybrides rechargeables intégreront le catalogue, ainsi que quatre modèles électriques.

M. Marchionne avait indiqué ces derniers mois que FCA comptait doubler ses bénéfices dans les cinq prochaines années en développant les ventes de Jeep. Le segment des SUV, en plein boom, est la priorité de tous les constructeurs. Selon Jato Dynamics, les ventes mondiales de SUV ont battu un nouveau record l'an dernier à 28 millions de véhicules (+ 12,7 %), soit environ un tiers du marché automobile.

Du côté du luxe, Alfa Romeo apportera également sa contribution avec une gamme passablement étoffée. L'objectif est de couvrir 71 % des segments de marché, contre 48 % aujourd'hui. La marque compte mettre l'accent sur les SUV avec un modèle du segment C et un autre du segment E. Des versions allongées de la Giulia et du Stelvio arriveront par ailleurs en Chine. Grâce à cette offensive, Alfa Romeo ambitionne de doubler ses ventes d'ici à 2022, pour atteindre 400 000 unités contre 170 000 prévues cette année.

Le troisième pilier de la croissance de FCA sera Maserati. La marque de prestige compte elle aussi doubler sa production. Un objectif de 100 000 véhicules est annoncé pour 2022, contre 50 000 l'an passé et seulement 6 000 en 2012. Le plan produit prévoit un SUV du segment D, un nouveau Levante et une nouvelle Ghibli. Un modèle 100 % électrique, l'Alfieri, est également au menu. Maserati utilisera désormais uniquement des moteurs Ferrari, plus puissants, technologiques et propres.

RAM vise pour sa part un million de véhicules vendus, contre 263 000 en 2009 et 770 000 prévus cette année.

*Juliette Rodrigues*