

A esta firma del acuerdo de intenciones esperan que se sumen las de Citroën y Fiat para crear una única de Stellantis

Las agrupaciones de las redes Peugeot y Opel dan el primer paso para unirse

Carlos Olmo / Madrid

Las asociaciones de concesionarios de las redes de Peugeot y Opel han dado el primer paso para unirse después de que sus respectivos presidentes, Francisco Aliaga e Ibón Santamaría, firmaran un acuerdo de colaboración que «represente, gestione, defienda y fomente los intereses de sus miembros de una forma mucho más eficiente», según ha podido saber *La Tribuna de Automoción*. De esta manera, se da el primer paso para la gestación de una gran agrupación que reúna a todos los vendedores del Grupo Stellantis en España, lo que conlleva las marcas Peugeot, Citroën, Opel, DS, Fiat, Alfa Romeo, Jeep y Abarth por lo que han invitado a que se unan a la ANCC-DS (Asociación Nacional de Concesionarios Citroën-DS) y a Anefa (Asociación Nacional Española de Concesionarios Fiat Auto).

Por el momento, lo suscrito es un acuerdo de intenciones con el que iniciarán la coordinación de una serie de puntos operativos y el «compromiso de desarrollar la asociación resultante». Se contempla también la creación de la figura de un director general, el cuál aún no habría sido designado, que, en colaboración con



Concesionario Opel, marca que en los últimos años ha visto cómo pasaba de manos de GM a Grupo PSA para luego integrarse en Stellantis tras la unión con el Grupo FCA.

los secretarios, Juntas Directivas y Comités de las Asociaciones, llevarán a cabo el trabajo de coordinación. Para ello contarán con la persona de Miguel Ángel Villalta, actual director general de la agrupación de la red Peugeot y con amplia experiencia en la firma del león.

Así, según un escrito que ambas entidades han suscrito manifiestan que «creemos que la transformación de las redes con la entrada del multimarquismo, la evolución del propio

Grupo Stellantis, la necesidad de tener modelos y procesos homogeneizados que generen compromisos firmes por todas las partes aboga en favor de esta unión de asociaciones».

Además, según señalan, las comunicaciones desde este momento a nivel interno serán conjuntas, aunque cada una con su propio logo en lo que esperan consiga «una la optimización de los recursos, la mejora de servicios y una acción

más coordinada con proveedores y colaboradores».

Por último, aseguran que «con conscientes de la envergadura del proyecto y de la dificultad del momento», pero también que esto permitirá un «mejor resultado de los asociados».

Esta pretende ser un reflejo de la iniciativa vista en Europa donde las de Citroën y Peugeot ya se han unido a la espera de que las de Opel y Fiat lo hagan.