COMMUNIQUÉ DE PRESSE

FAB 2026 : ALLIANCE AUTOMOTIVE GROUP ACCÉLÈRE SA TRANSFORMATION ET FAIT DE TOP GARAGE SON MOTEUR DE CROISSANCE

Paris, le 14 novembre 2026,

À l'occasion du FAB 2026, organisé au Carrousel du Louvre, Alliance Automotive Group (AAG) a dévoilé sa feuille de route stratégique pour renforcer sa compétitivité et accompagner durablement le développement de ses partenaires distributeurs et réparateurs.

Devant plus de 2 000 professionnels de l'aftermarket automobile et 80 fournisseurs partenaires, le Groupe a présenté un programme d'investissements structuré autour de plusieurs leviers clés : le développement de son offre, le renforcement de sa performance logistique, l'accélération de son réseau Top Garage et le déploiement de nouveaux outils au service de ses partenaires.



Albéric CHOPELIN
Directeur Général d'Alliance Automotive Group France

« Notre cap est clair : consolider nos fondamentaux, remettre l'automobiliste au cœur de nos priorités et donner à nos partenaires les moyens de développer durablement leur activité.»

À PROPOS D'ALLIANCE AUTOMOTIVE GROUP

Alliance Automotive est un acteur majeur de la distribution indépendante de pièces et de fournitures pour le marché de la réparation automobile et poids lourd.

Filiale du leader mondial du secteur, Genuine Parts Company, AAG regroupe 4 300 collaborateurs en France qui facilitent au quotidien le travail de dizaines de milliers de réparateurs en leur fournissant, au travers de magasins de proximité, tout ce dont ils ont besoin pour l'entretien et la réparation des véhicules :

- *Pièces de rechange,*
- *Pièces autos recyclées,*
- *Peinture, Consommables, EPI,*
- *Équipements d'Atelier et Outillage.*

Pour plus d'informations :
• Rendez-vous sur www.allianceautomotive.fr
• Suivez-nous sur LinkedIn

TOP GARAGE : UNE AMBITION AFFIRMÉE POUR DEVENIR LE PREMIER RÉSEAU DE GARAGES INDEPENDANTS EN FRANCE

Au cœur de cette feuille de route, Top Garage occupe désormais une place centrale dans la stratégie de développement d'AAG. Le Groupe fait de l'enseigne sa priorité et affiche une ambition forte : devenir, d'ici fin 2027, le premier réseau de garages indépendants en France, avec un objectif de 2 000 garages. Cette croissance s'accompagnera d'exigences renforcées en matière de qualité de service, de satisfaction client et de performance économique.

Pour concrétiser cette ambition, Top Garage entend renforcer sa proposition de valeur auprès des réparateurs indépendants. L'objectif est de leur offrir davantage de visibilité, un accompagnement quotidien renforcé et des leviers concrets pour développer leur chiffre d'affaires et valoriser leur entreprise. Tout en préservant leur indépendance, les adhérents pourront ainsi s'appuyer sur un écosystème de services, de formations, d'outils et d'expertises de proximité.

Cette nouvelle dynamique se traduira également par une évolution de l'identité et de la communication de l'enseigne. À partir de début 2027, Top Garage déploiera progressivement un nouveau site internet et un plan de communication destinés à accroître sa notoriété et à générer davantage de trafic dans les ateliers. Cette stratégie concernera toutes les activités de la marque : Top Garage, Top Garage Carrosserie et Top Garage Classic.

UNE OFFRE ET UNE ORGANISATION LOGISTIQUE AU SERVICE DE LA PERFORMANCE DES PARTENAIRES

Pour accompagner cette montée en puissance du réseau et répondre toujours plus efficacement aux attentes du marché, AAG entend également renforcer ses fondamentaux opérationnels.

La stratégie du Groupe s'articule autour de quatre priorités : la richesse de l'offre, le juste positionnement prix, la disponibilité des pièces et le respect des délais de livraison.

Dans cette perspective, AAG s'appuie sur une offre multimarque couvrant un large éventail de besoins : mécanique véhicules légers, poids lourds, carrosserie-peinture, équipement d'atelier et économie circulaire. En parallèle, la marque NAPA poursuit son développement sur le marché français. Elle compte aujourd'hui 55 familles de produits et plus de 8 000 références.

Cette largeur d'offre repose sur un dispositif logistique dimensionné pour répondre aux exigences des professionnels. Avec 16 plateformes en France, plus de 200 000 références gérées et plus de 200 marques stockées, AAG entend garantir une disponibilité optimale des pièces et accompagner la réactivité des distributeurs et réparateurs au quotidien.

LA FORMATION ET LES OUTILS DIGITAUX, LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT DES RÉPARATEURS

Au-delà de l'offre et de la performance logistique, AAG entend investir dans les compétences et les outils qui permettront à ses partenaires de relever les défis de demain.

Portée par l'AAG Academy, la politique de formation évoluera pour répondre toujours plus précisément aux besoins des réparateurs et aux mutations du parc automobile. Une attention particulière sera notamment accordée aux véhicules utilitaires, hybrides et électriques.

En complément de cet accompagnement technique, le Groupe prévoit, dès 2027, le déploiement d'un DMS commun ainsi que de nouveaux outils de marketing prédictif et relationnel. Ces solutions doivent permettre aux professionnels de mieux piloter leur activité, d'optimiser leur relation client et de saisir de nouvelles opportunités de développement.

RENFORCER L'IDENTITÉ ET LA PERFORMANCE DU GROUPE

Ces initiatives s'inscrivent dans une transformation plus large du modèle d'Alliance Automotive Group en France. Au-delà du développement de Top Garage, le Groupe entend également harmoniser son identité et ses standards opérationnels pour renforcer la cohérence de son organisation et la lisibilité de son offre sur le marché.

Dans cette perspective, les filiales d'AAG adopteront progressivement l'identité NAPA Auto Parts d'ici l'été 2027, avec le déploiement de standards opérationnels communs.

À travers cette feuille de route, Alliance Automotive Group affirme ainsi sa volonté de construire un modèle plus intégré, plus performant et davantage tourné vers la réussite de ses partenaires.

Albéric CHOPELIN
Directeur Général d'Alliance Automotive Group France

«Ces transformations se construiront sur le terrain, dans les ateliers, chez les distributeurs et avec nos fournisseurs. C'est ensemble que nous renforcerons notre place sur le marché.»