



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le réseau AD s'associe à Alma pour déployer le paiement en plusieurs fois au sein de ses garages

Arcueil, le 25 septembre 2026

Le Réseau AD, leader indépendant de l'entretien et de la réparation multimarque en France, annonce la mise en place d'un partenariat avec **Alma**, leader français "pure player" du paiement en plusieurs fois, afin de proposer à ses clients une solution de paiement en plusieurs fois simple, sécurisée et transparente.

Grâce à ce partenariat, les automobilistes pourront désormais répartir le paiement de leurs dépenses d'entretien et de réparation directement au sein des garages AD participants. Le déploiement d'Alma répond à la fois à une volonté de donner davantage de flexibilité aux automobilistes face à des dépenses parfois imprévues, tout en proposant aux réparateurs une solution de paiement performante et simple à intégrer dans leur parcours client.

Une réponse concrète aux enjeux de mobilité et de pouvoir d'achat

Face à l'augmentation des coûts liés à l'usage et à l'entretien des véhicules, le Réseau AD souhaite accompagner ses clients en leur offrant davantage de souplesse dans la gestion de leurs dépenses automobiles. Avec Alma, les clients pourront étaler le règlement de certaines interventions à travers un parcours entièrement digitalisé.

« Notre priorité est de rendre l'entretien automobile accessible à tous. Ce partenariat avec Alma nous permet d'apporter une solution concrète aux automobilistes qui souhaitent entretenir leur véhicule sereinement tout en maîtrisant leur budget », déclare Eddy Albert - Resp. National Réseaux Mécanique VL chez Autodistribution.

Une expérience client toujours plus fluide

Cette nouvelle solution s'inscrit dans la stratégie du Réseau AD visant à enrichir continuellement l'expérience client et à accompagner les évolutions des usages.

Simple à mettre en œuvre pour les réparateurs comme pour les clients, la solution permet d'apporter davantage de flexibilité au moment du paiement, notamment lorsqu'une réparation imprévue ou une opération d'entretien importante doit être réalisée.

« L'entretien automobile est un cas d'usage particulièrement concret du paiement en plusieurs fois. Il s'agit souvent d'une dépense nécessaire, parfois imprévue, pour laquelle la flexibilité au moment du paiement peut faire une vraie différence. Avec le Réseau AD, nous mettons notre technologie au service d'un grand réseau de proximité, avec une solution simple à déployer pour les réparateurs, fluide pour les automobilistes et fidèle à notre modèle. Ce partenariat illustre aussi notre capacité à déployer Alma à grande échelle dans des réseaux physiques répartis sur tout le territoire », déclare Antoine de La Rivière, Chief Revenue Officer d'Alma.

Autodistribution

Autodistribution est le leader de la distribution indépendante de pièces détachées Automobile et Poids Lourds en France. Avec plus de 5500 collaborateurs en France, Autodistribution met au service de ses clients son expérience et son savoir-faire de la pièce multimarque Automobile et Poids Lourds. Le Groupe anime 56 distributeurs (filiales et indépendants) répartis sur l'ensemble du territoire, sous la marque Autodistribution. En outre, il contribue directement à la croissance du premier réseau français de garages et carrosseries indépendants (plus de 2200 entreprises) sous l'enseigne AD, ainsi que près de 1000 enseignes Autoprime. Autodistribution fait partie de PHE, leader de la distribution indépendante de pièces détachées pour Véhicules Légers et Poids Lourds en Europe de l'Ouest, présent en France, en Belgique, aux Pays-Bas, au Luxembourg, en Italie, en Espagne et en Irlande : <https://www.partsholdingeurope.com/>.

À propos d'Alma

Alma est une société de services spécialisée dans le paiement fractionné. Fondée en 2018, Alma s'est imposée comme le leader français « pure player » du paiement fractionné, en rompant avec les modèles bancaires traditionnels pour offrir une solution simple, transparente et véritablement utile aux 25 000 commerçants que l'entreprise accompagne – incluant des acteurs comme La Redoute, SNCF ou Maisons du Monde. Elle se distingue par un engagement éthique fort : aucun frais de retard n'est appliqué aux consommateurs. En leur permettant de régler leurs achats en plusieurs fois sans frais cachés, Alma favorise particulièrement la montée en gamme, notamment dans des secteurs où la qualité prime sur la fréquence d'achat. L'entreprise détient deux agréments bancaires et est supervisée par l'ACPR (Banque de France) sous le numéro 90786.

Alma est également présente à l'international, avec plus de 9 millions de consommateurs dans 10 pays depuis sa création, dont la Belgique, l'Espagne, l'Allemagne, ou encore l'Italie. Avec un volume d'affaires de 2,5 milliards d'euros en 2025, son modèle repose entièrement sur une rémunération transactionnelle, sans frais fixes ni frais d'installation, garantissant ainsi une offre accessible et alignée avec la performance des commerçants. Plus d'informations : almapay.com