


# Dans un marché de l'après-vente automobile sous tension, Flauraud retrouve une dynamique commerciale positive

**Alors que le marché français de la pièce détachée automobile traverse une période particulièrement difficile, marquée par une pression concurrentielle accrue et une activité en repli pour de nombreux acteurs du secteur, Flauraud affiche pour le 3ème trimestre une trajectoire commerciale positive. Portée par la mise en œuvre du plan *Cap2028*, cette dynamique confirme la pertinence des choix stratégiques engagés par l'entreprise pour reconstruire une croissance durable.**

## Un marché qui ne récompense plus seulement le prix

Le marché français de la rechange automobile ne bénéficie plus de la croissance portée par l'inflation ces dernières années. En 2025, l'activité de la distribution de pièces est restée proche de la stagnation en valeur, avec une légère contraction en volume. Le baromètre FEDA-Xerfi a ainsi enregistré un recul de 3,3 % du chiffre d'affaires en novembre 2025. Le premier semestre 2026 a confirmé cette fragilité. La demande est freinée par la prudence des ménages et par la hausse du prix des carburants, qui limite les déplacements et donc la fréquentation des ateliers. Les distributeurs subissent par ailleurs une pression croissante sur leurs coûts logistiques.

L'évolution technologique du parc, la montée en puissance des véhicules électrifiés, la complexification croissante des besoins, les tensions logistiques et l'arrivée de nouveaux acteurs redistribuent les cartes. La structure concurrentielle se durcit en parallèle. Les réseaux intégrés densifient leur maillage territorial, les plateformes digitales accélèrent la transparence des prix, et la réforme des pièces captives, l'essor des offres multimarques et de l'économie circulaire pèsent sur les marges des acteurs traditionnels.

## Cap2028 : une réponse structurelle, déclinée sur le terrain

Présenté en juin 2026, le plan repose sur **une conviction : dans un marché en recomposition, la performance durable vient de l'exécution au quotidien plutôt que de la seule guerre des prix.** Le plan vise à réaffirmer Flauraud comme un acteur de référence de la distribution indépendante, en articulant proximité de terrain, efficacité opérationnelle et montée en gamme des services.

Car dans ce contexte difficile, la performance ne dépend plus de la seule largeur de catalogue ni du prix affiché. Elle suppose de tenir simultanément quatre exigences :

- **La disponibilité**, sécuriser le service impose souvent d'augmenter les stocks, ce qui pèse sur le besoin en fonds de roulement.
- **La pertinence de l'offre**, dans un parc qui vieillit (11,2 ans d'âge moyen en France) et se diversifie, avec des besoins de plus en plus segmentés entre thermique, hybride et électrique.
- **La maîtrise du coût complet**, pour le distributeur comme pour le réparateur, il faut intégrer coût d'acquisition, coût logistique, coût des retours et coût d'immobilisation du véhicule.
- **La fiabilité de la relation**, à l'heure de la comparaison immédiate des prix, le conseil, l'accompagnement et la réactivité font la différence.

Pour le réparateur, l'enjeu est de limiter l'immobilisation du véhicule, de sécuriser les références et de maîtriser le coût de son approvisionnement. Flauraud a donc réinventé son positionnement, avec une offre lisible, des stocks mieux arbitrés, une chaîne logistique fiable et une relation commerciale réellement utile à l'atelier.

## Des premiers résultats tangibles au 3e trimestre

Fort de ses 18 magasins FLAURAUD réalise une performance à +2.2% en cumulé à fin septembre avec une position systématiquement 2 à 3% au-dessus du marché chaque mois.

Steven Jouve, directeur commercial, explique : *« Les nouvelles offres commerciales lancées en septembre montrent déjà leur efficacité. Pour exemple l'offre PIEC proposée avec Back2Car se positionne déjà à près de 2% du chiffre d'affaires pièces auto sur les mois de septembre et octobre (seuil initialement prévu pour 2027). Le repositionnement du segment PREMIUM dans les ventes progresse de près de 10% sur les pièces de suspension / direction, 10% sur la distribution et 6% sur le freinage. Une dynamique engagée par la refonte de nos stocks et l'engagement de nos équipes. »*

Il poursuit *« Le catalogue électronique **Mecasystems** a été retravaillé intégralement pour refléter notre stratégie commerciale, les commerciaux ont été à la rencontre des clients, accompagnés des partenaires pour présenter nos nouvelles offres, 18 soirées clients ont organisées sur l'ensemble de notre périmètre pour mieux expliquer les spécificités des gammes techniques, la pièce de réemploi et les pièces de carrosserie. »*

Dès novembre, l'ensemble des gammes auront été déployées en magasin. Sur les prochains mois, Flauraud va poursuivre la signature de nouveaux accords, accélérer sa communication clients et renforcer sa proximité locale.