## AutoMédia

Témoin de l'industrie automobile

automedia.ca

Décembre 2020 / Janvier 2021 - 3,95 \$



### Nous vous souhaitons de joyeuses Fêtes!

Nos meilleurs vœux de bonheur et de tranquillité pour cette saison des Fêtes.

L'équipe de Financement automobile de la Financière Fairstone



Pour en savoir plus sur le financement automobile, visitez le Fairstone.ca/fr/financement-auto/concessionnaires



### LE MOT DE L'ÉDITEUR...

### UNE BELLE ANNÉE GRÂCE À UNE BELLE ÉQUIPE

**S**'il y a un message qui a résonné d'un bout à l'autre de l'industrie en 2020, c'est l'importance de son équipe. Cette équipe, elle nous a permis d'avancer, de persévérer et même de trouver du plaisir dans cette année rocambolesque et bourrée de défis que nous venons de traverser. Je tiens donc à profiter de cette vitrine pour célébrer notre propre escadron. Si *AutoMédia* peut couvrir l'industrie de l'automobile avec autant d'énergie, de passion et de plaisir, c'est grâce à ces personnes dévouées.

Commençons par Claudine Hébert et Elizabeth Caron, deux femmes aussi efficaces que professionnelles. Ceux qui ont eu la chance de les côtoyer en savent quelque chose... et ils n'hésitent pas à nous le faire remarquer.

De son poste à Québec veille Paméla Egan. Paméla travaille avec *AutoMédia* depuis quelques années déjà, et son rôle est crucial, voire vital, puisqu'il nous permet d'avoir des yeux en permanence tout le tour de la province.

J'ai aussi l'immense privilège de travailler avec des journalistes automobiles d'expérience comme Antoine Joubert, Nadine Filion, Luc Gagné et Paul-Robert Raymond, quatre personnalités de l'industrie dont les connaissances, l'expertise et le niveau de passion sont tout simplement inquantifiables.

Bien entendu, tout le boulot qui découle d'une telle équipe est ensuite pris en charge par nos deux indispensables acolytes: Magdeleine Rondeau, notre directrice artistique depuis les tout premiers débuts d'*AutoMédia*, et notre réviseure, Johanne Hamel, avec qui j'ai le plaisir de collaborer depuis le début des années 2000, soit à l'époque de *Québec Tuning*, mon premier magazine.

De plus, comme plusieurs d'entre vous, j'ai la chance de bosser avec le paternel. Quarante ans plus tard, Michel continue de m'impressionner et de m'apprendre mille et une choses.

Enfin, un fier salut à Jean-François Breton de l'équipe de NERD Auto, avec qui *AutoMédia* s'est allié pour l'aspect numérique de ses activités. Tout comme vous – les concessionnaires –, *AutoMédia* doit se moderniser sans cesse sur le plan numérique, et l'équipe de NERD Auto nous permettra d'avoir les outils et le soutien nécessaires pour réussir à ce chapitre.

À toute l'équipe d'*AutoMédia*, à tous nos lecteurs et à tous nos fournisseurs, je vous souhaite de joyeuses fêtes! • • •

Alexandre Crépault, rédacteur en chef

# CLAUDINE ELIZABETH ANTOINE PAMÉLA MAGDELEINE LUC NADINE PAUL-ROBERT JEAN-FRANÇOIS JOHANNE JOHANNE

### **AutoMédia**

Témoin de l'industrie automobile

Volume 9, nº 4, Décembre 2020/Janvier 2021





### NOUVEAUTÉS MAZDA CANADA

GT + LUXE = 3 + TURBO

8

### **CHRONIQUES**

- **4 AUTEMPS JADIS**
- **5 AINSI PENSE ANTOINE**
- **6 SUR LA ROUTE**
- **36 CHIFFRES DÉCHIFFRÉS**

### **PAUL DEUTSCHMAN**

### L'ART DE CRÉER UN DESIGN DURABLE

n article d'une demi-page dans le magazine américain *AutoWeek* du 9 mai 1988 retient l'attention de Reeves Callaway. Il décrit la Spexter, création de Paul Deutschman inspirée de la Porsche 356 Speedster réalisée avec une 911. Callaway est séduit.

Cet homme d'affaires du Connecticut, qui transforme les Corvette pour les rendre plus performantes, veut construire un bolide de record (le Sledgehammer). Il cherche un designer talentueux pour l'esquisser.

Sans attendre, Callaway appelle Paul, qui lui explique qu'il a réalisé la Spexter pour Clyde Kwok, un porschiste montréalais notoire. «Le Motor Trend qui vient de paraître vous en apprendra davantage. D'ailleurs, elle fait la couverture », dit-il en toute humilité!

### Une passion qu'il découvre

Né à Arvida, en 1954, le jeune Paul ne prête pas une grande attention aux automobiles. Ce sont les réactions parfois enflammées de son entourage à la vue de beaux modèles qui le poussent à chercher pourquoi leurs formes suscitent tant d'émois.



Dévoilement du T-Rex au Salon international de Montréal en janvier 1994. La photo montre le trio à l'origine de cet étonnant «trike »: (de g. à d.) Paul Deutschman, le designer, Daniel Campagna, le concepteur, et Daniel Noiseux, le responsable du montage financier du projet.

Il se souvient, par exemple, qu'à 12 ou 13 ans, il est interloqué par les étudiants de sa classe, qui s'excitent en voyant leur flamboyante professeure prendre le volant d'une Mustang Fastback rouge.

« Tout à coup, je me suis mis à dessiner des autos et à construire des modèles réduits en plastique, mais en les transformant radicale-

### Des modèles réduits à l'industrie

Cette passion grandissante le conduit en Angleterre, à l'école polytechnique Hatfield (devenue l'Université du Hertfordshire), où il étudie l'ingénierie et le design de 1974 à 1978.

Durant ces années, un stage effectué chez Rover l'expose une première fois à l'industrie. Il découvre aussi Giorgetto Giugiaro, designer et fondateur d'Ital Design, à qui il voue toujours une grande estime. « Le Maestro (comme il le surnomme) était alors LE designer le plus en vue. Et lorsque la Volkswagen Golf qu'il a dessinée est sortie (1974), l'équilibre de ses formes et l'efficacité de son aménagement m'ont estomaqué. »

On croirait revoir le trait franc et linéaire de Giugiaro dans sa Spex Elf. Dévoilé au Salon de Montréal, en 1984, ce « kit » fait d'une Honda Civic une sportive découvrable. C'est la première réalisation aboutie de Paul - son bébé. Car le taxi GSM, sur lequel il a planché à son retour d'Angleterre, dès 1979, si original soit-il, n'a jamais atteint le stade de la produc-

### Une carrière qui se poursuit en... Lion

Les véhicules signés Deutschman se sont multipliés au fil des ans. Mais avec Lion de Saint-Jérôme, le constructeur d'autobus et de



Paul Deutschman présente son premier « bébé », la Spex Gamine (rebaptisée Elf par la suite), au Salon international de l'auto de Montréal en janvier 1984.

camions électriques avec lequel il travaille depuis 2010, Paul réalise un rêve : concevoir des modèles de série avec un fabricant établi.

Il n'oublie pas pour autant ces réalisations nombreuses et variées qui ont ponctué quarante années de labeur, comme les bolides Callaway, l'ambulance aérodynamique Demers, la voiturette électrique NEV de Bombardier et l'étonnant T-Rex. « Bien qu'il soit sur le marché depuis un quart de siècle, ce trike demeure contemporain, dit-il fièrement. Or, créer un design qui dure, voilà ce qui importe le plus dans mon métier. » •••

### dans son atelier de création, au milieu des années 90, avec une maquette de la

**Paul Deutschman** 

Callaway C7R 1997. Fait à noter, au moment de faire l'entrevue pour cet article, Paul se préparait à commencer le travail de développement d'une

Corvette C8 Callaway!



### **AutoMédia**

MEDIAGO COMMUNICATIONS INC. CP 930, Coteau-du-Lac (QC) J0P 1B0 Tél.: 450 308-0740

RÉDACTION Rédacteur en chef Alexandre Crépault • alex@automedia.ca Collaborateurs

Daniel Breton, Francis Brière, Elizabeth Caron, Benoit Charette, Louis-Philippe Dubé, Paméla Egan, Luc Gagné, Claudine Hébert, Antoine Joubert, Paul-Robert Raymond

Johanne Hamel

Secrétaire de rédaction Nadine Filion

Magdeleine Rondeau mag@automedia.ca • 438 491-3138

**VENTES ET FACTURATION** 

L'équipe d'AutoMédia Michel au 514 944-2886 pub@automedia.ca

IMPRESSION & TRI POSTAL Communimédia inc.

### **ABONNEMENT**

Viviane Proulx: info@automedia.ca Abonnement annuel (10 numéros): 33 \$ (taxes incluses) - Prix par numéro: 3.95 \$

Nouvelle adresse ou changement: envoyez vos anciennes et nouvelles coordonnées à info@automedia.ca.

DIRECTION Michel Crépault michel@automedia.ca 450 308-0740

AutoMédia, publié 10 fois par année, est distribué à 4200 exemplaires aux membres et aux nonmembres de la Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec (CCAQ), aux membres de l'Association des marchands de véhicules d'occasion du Québec (AMVOQ), ainsi qu'aux personnes et entreprises ayant des liens avec l'industrie automobile.

Pour citer ou reproduire le contenu d'AutoMédia, prière d'en obtenir l'autorisation auprès de l'éditeur à info@automedia.ca.

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec et du Canada, 2020, ISSN 1929-3623

### **AINSI PENSE ANTOINE I**

### ANTOINE JOUBERT

### DONNÉES ILLIMITÉES, TRAVAIL LIMITÉ

Vous le savez, un simple accès à votre appareil cellulaire permet d'en savoir très long sur vous. Sur vos habitudes d'achat, sur les sites que vous visitez, sur les dépenses que vous faites, même sur vos fréquentations, familles et amis. Mais aussi et surtout, sur vos informations financières, comme vos comptes bancaires et vos numéros de cartes de crédit.

comme banales?

Voilà donc pourquoi votre téléphone est aujourd'hui doté de systèmes de sécurité limitant l'accès à autrui. Reconnaissance faciale, mots de passe et identifiants sont essentiels pour la moindre opération, sécurisant ainsi des milliards d'utilisateurs à travers le monde. Hélas, ce sentiment de sécurité vous étant si cher ne s'applique peut-être pas à tous vos objets. Particulièrement à votre voiture, et ce, sans même que vous le réalisiez.

En effet, suffit qu'un automobiliste programme par exemple son code de porte de garage dans le système *Homelink* de sa voiture pour qu'un futur acheteur puisse par exemple avoir accès à sa maison. Or, avec les technologies d'aujourd'hui, on repousse les limites beaucoup plus loin. Parce que les ordinateurs des véhicules enregistrent, un peu à la façon des boîtes noires d'avion, plusieurs informations relatives au conducteur. Des données personnelles en passant par les habitudes de conduite, sans bien sûr oublier les intervalles d'entretien. Imaginez, les véhicules reçoivent même aujourd'hui des mises à jour par nuage, sans même que le propriétaire du véhicule en ait conscience.

Évidemment, toutes ces informations sont de très grande valeur et peuvent nourrir les constructeurs automobiles, lesquels cherchent toujours à en savoir davantage sur leurs consommateurs. Voilà pourquoi, depuis quelques années, les systèmes OBD II (*On-Board Diagnostic*) voient peu à peu leur accès modifié. En effet, les constructeurs automobiles souhaitent limiter l'accès des garagistes aux véhicules de leur marque, en modifiant les prises de branchement et les modules électroniques. Une façon de tranquillement décourager les garages indépendants qui, pour l'heure, peuvent toujours y accéder, mais en déboursant, pour des véhicules plus récents, des sommes colossales en équipement. Or, l'objectif ultime des constructeurs automobiles est de monopoliser le marché afin qu'eux seuls puissent diagnostiquer et réparer les véhicules de leur marque. Bien sûr, par le fait même, eux seuls auraient accès aux données émises par le véhicule, lesquelles seraient retransmises aux constructeurs automobiles.

Ne soyez pas dupe, une partie de ce processus est entamé depuis longtemps déjà. On n'a qu'à penser à Tesla qui, vous vous en doutez, a déjà une longueur d'avance dans le domaine. Or, parce que les garagistes comme l'industrie du marché après-vente ne souhaitent pas se faire couper l'herbe sous le pied, une vaste campagne de sensibilisation bat actuellement son plein du côté des États-Unis. *Your car, your data, your choice.* «Votre voiture, vos données, votre choix.» Voilà l'essentiel du message acheminé aux Américains, qu'AIA Canada (Association des industries de l'automobile du Canada) endosse fortement. D'ailleurs, même les concessionnaires de véhicules voient un inconvénient dans la limitation d'accès aux véhicules, ces derniers réparant et vendant aussi des modèles d'autres marques.

Avec raison, l'AIA Canada et ses équivalents américains insistent sur le fait qu'il revient au propriétaire du véhicule de choisir où il en fera l'entretien. D'autant plus que les concessionnaires de véhicules



L'OBJECTIF ULTIME DES CONSTRUCTEURS AUTOMOBILES EST DE MONOPOLISER LE MARCHÉ AFIN QU'EUX SEULS PUISSENT DIAGNOSTIQUER ET RÉPARER LES VÉHICULES DE LEUR MARQUE.

neufs n'ont jamais mis l'accent sur l'entretien de plus vieux véhicules, les consommateurs les quittant généralement après la période de garantie en raison de coûts d'entretien trop élevés. Alors, si cela devait survenir, un plus grand roulement de véhicules neufs serait-il à prévoir? Parce que l'entretien de véhicules hors garantie serait trop onéreux. Est-ce qu'on peut aussi imaginer l'impact environnemental d'envoyer de bons véhicules à la casse parce que les concessionnaires qui auraient le monopole de l'entretien et de la réparation factureraient de trop grosses sommes pour des opérations considérées actuellement

Voilà donc pourquoi l'AIA Canada met présentement de la pression sur les épaules du ministre de l'Innovation, des Sciences et de l'Industrie, M. Navdeep Bains, afin d'inclure dans son projet de loi sur le contrôle de l'information numérique l'obligation d'un accès aux professionnels de l'industrie. En somme, une loi qui empêcherait d'accorder aux constructeurs le monopole de la réparation des futurs véhicules, permettant ainsi aux ateliers mécaniques, aux garages indépendants, mais aussi à toute l'industrie de la pièce d'après-marché, de survivre. Une loi qui, surtout, permet au client de choisir à qui il confie sa voiture et qui encourage la saine concurrence.

En terminant, vous aurez compris que les constructeurs se défendent en argumentant que les données informatiques du véhicule peuvent à ce moment se retrouver dans les mains de n'importe qui, ce qui n'est pas totalement faux. Or, avec des lecteurs de diagnostic identifiés et qui laissent leur trace, il serait tout de même possible de connaître les sources de tous ceux qui y auraient accès.

Bref, un débat qui ne fait que commencer, mais qu'il faut tout de suite prendre très au sérieux. Sans quoi la situation pourrait déraper sérieusement. Et qui paierait alors la note? Le consommateur, encore une fois.

DEPOSITPHOTOS/ROBUAF

Voici les nouvelles qui ont fait vibrer l'industrie automobile sur le Web ces dernières semaines. Pour rester à l'affût des actualités qui touchent les concessionnaires du Québec, consultez régulièrement **automedia.ca** et suivez-nous sur **facebook.com/automedia**.

### Mercedes-Benz Canada Madame la présidente!

Le 1<sup>er</sup> février prochain, Eva Wiese deviendra présidente et directrice générale de Mercedes-Benz Canada, une première au pays. Elle succédera à Dimitris Psillakis, qui n'aura été à la barre de la filiale canadienne que pendant cinq mois.

Le conseil de direction de Daimler a en effet jugé que M. Psillakis servirait mieux les intérêts de l'entreprise s'il devenait le nouveau directeur général de Mercedes-Benz USA, poste qu'il occupera à compter du 1er janvier 2021.



**EVA WIESE**Présidente et directrice générale de Mercedes-Benz Canada

La nouvelle présidente a plusieurs cordes à son arc puisqu'elle a déjà touché à la vente au détail, à la gestion des marques, au marketing et au service à la clientèle. Au Canada, elle supervisera les divisions des voitures de tourisme et des fourgons, de même que la sous-marque Mercedes-AMG, tout en veillant sur un personnel d'environ 1200 personnes et sur un réseau national de 59 concessions à travers le Canada, dont sept détenus par M-B.

### Jaguar Land Rover West Island

### L'ouverture est pour bientôt

La nouvelle concession du Groupe Gabriel, le 27° concessionnaire de véhicules neufs de l'entreprise, aura pignon sur le boulevard Saint-Jean, à Dollard-des-Ormeaux. Les travaux de construction du tout nouveau bâtiment de deux étages, qui totalise plus de 70 000 pi² de superficie, sont sur le point d'être terminés. Le concessionnaire, qui souhaite avoir une équipe de 80 personnes, est actuellement en mode embauche.

Il s'agira de la cinquième concession Jaguar Land Rover au Québec, la quatrième dans la région métropolitaine du Grand Montréal. En 2019, les ventes de véhicules neufs des deux



marques britanniques ont franchi le cap des 1660 unités sur le territoire québécois.

### Saint-Hyacinthe Mitsubishi



### Des ventes records

Pour la première fois depuis l'ouverture de la concession en 2005, Saint-Hyacinthe Mitsubishi a non seulement établi une marque record pour ses ventes du mois d'octobre dernier, mais sa performance lui a valu le 1<sup>er</sup> rang au Québec et le 3<sup>e</sup> au Canada.

«La concession maskoutaine a réalisé 38 ventes de véhicules neufs au cours du mois d'octobre. Son ancien record remontait à octobre 2019 alors que l'équipe avait vendu 32 véhicules», indique Jocelyn Roy, directeur des ventes. La nouvelle marque, ajoutet-il, provient essentiellement des ventes du modèle utilitaire sport électrique, le PHEV Outlander, qui représentent 40% des véhicules vendus en octobre.

Selon le directeur des ventes, le décor de la nouvelle image – des travaux de près de 3 M\$ achevés en mars 2019 – contribue, certes, au succès de la concession Mitsubishi maskoutaine. «Mais c'est surtout la force et la stabilité de notre équipe qui nous permettent d'obtenir ces bons résultats», soutient Jocelyn Roy. Plus de la moitié de la vingtaine d'employés est en poste depuis l'ouverture de la concession il y a déjà 15 ans.

### Roberval Chevrolet Buick GMC Au revoir, Kenny

L'industrie automobile du Saguenay-Lac-Saint-Jean ainsi que toute la communauté de Roberval vient de perdre un de ses plus dynamiques et bien aimés acteurs, Kenny Tremblay, décédé à l'âge de 56 ans, le 14 novembre dernier.

Président et directeur général (et copropriétaire avec son frère Jimmy) de la concession Roberval Chevrolet Buick GMC, Kenny Tremblay travaillait au sein de l'entreprise familiale depuis 1989. «C'est un départ subit qui nous affecte tous au sein de l'équipe», souligne Éric Simard, directeur des ventes, encore sous le choc.

Sur la page Facebook de la concession, les membres de l'équipe lui ont rendu hommage: «Un bon boss, une bonne personne, un touche à tout... Un sportif, toujours souriant et plus encore. Un vrai gentleman! Bref, un homme remarquable et aimé de tous. Salut, patron, prends bien soin de ta famille de là-haut et veille sur nous. Tes associés et





employés te souhaitent un bon voyage (capitaine!).»

L'équipe d'*AutoMédia* souhaite partager ses plus sincères condoléances aux membres de la famille, aux amis ainsi qu'aux employés de Roberval Chevrolet Buick GMC.



### Trois-Rivières Ford Lincoln Travaux d'agrandissement chez le concessionnaire

Entamés au cours de l'été dernier, les travaux, d'un investissement de 3,5 M\$, permettront à la concession du boulevard Gene-H.-Kruger de bénéficier de plus de 2000 pi² additionnels de superficie d'ici la fin de l'année 2020. Tous les départements vont en bénéficier. À elle seule, la salle d'exposition gagnera même 600 pi². À noter que la direction a profité des travaux d'agrandissement pour revoir la façade du bâtiment. Ne cherchez donc plus l'arche de Lincoln sur la devanture.

### **Jean Dumas Hyundai Saint-Félicien**

### Des publicités originales payantes

La majorité des constructeurs ont compris que les consommateurs québécois aiment les publicités qui mettent en vedette des personnalités d'ici. Un concept que met en pratique la concession Jean Dumas Hyundai Saint-Félicien avec un de ses «acteurs locaux», Christian Laprise. Et ca fonctionne!

Au total, ce sont cinq capsules qui ont été produites depuis 2018. La quatrième vidéo est celle qui compte actuellement le plus de visionnement avec plus de 34 000 vues, indique le producteur de CRV Solutions, Maxime Gaudreault, qui a réalisé les capsules. «Mais la toute dernière devrait fracasser ce record», assure-t-il.

Cette campagne locale, qui a coûté tout au plus 15 000\$, a déjà un impact très palpable au sein de la concession, poursuit Stéphane Routhier. Depuis deux ans, les ventes ont augmenté de près de 10%. La concession, dit-il, occupe également le premier rang en matière



Le comédien Christian Laprise

de parts de marché de véhicules passagers sur le territoire.

Mais le plus grand impact de cette campagne se fait ressentir sur le plan humain, soutient-il. «L'an dernier, notre concession a obtenu le premier rang au Canada pour le taux de satisfaction dans le département de services et celui des ventes. Ces vidéos font non seulement sourire nos clients, elles font sourire nos employés. Tout le monde travaille dans la bonne humeur. Et ça, c'est gratifiant en temps de pandémie!», indique le concessionnaire Routhier



### Un essai routier électrique EN SALLE D'EXPOSITION

Un essai routier sans sortir dehors, bien au chaud, même à Mont-Laurier! Deux seuls véhicules se retrouvent dans la salle d'exposition chez Performe Hyundai: un Kona et une Ioniq électriques. Tous les autres véhicules ont cédé leurs places aux deux VÉ, et ce, pour une semaine! La salle d'exposition du concessionnaire de Mont-Laurier a en effet été transformée en mini-circuit routier pour l'occasion.

« Nous avons un Kona tout équipé et une Ioniq, et les gens peuvent essayer la voiture de leur choix sur un petit circuit circulaire, précise Pierre-Olivier Carrier, conseiller aux ventes. Alors que nous devions déplacer des véhicules dans la salle d'exposition, on a lancé en blague la possibilité de faire un circuit... et on l'a fait!»

### Citroën Quand le technicien d'atelier devient cinéaste

Un technicien Citroën s'affaire autour d'un véhicule perché sur le monte-charge de sa baie de service. Il découvre une anomalie exigeant une réparation qui ne figure pas sur le bon de travail. Plutôt que d'aller voir son supérieur pour l'en informer, il se transforme en cinéaste!

Cette application permet de réaliser une vidéo montrant l'anomalie, pour ensuite l'envoyer au client. Selon le constructeur, ce nouvel outil maintient la transparence, la confiance et la proximité avec le client.

Des résultats observés jusqu'ici confirment d'ailleurs l'intérêt de cet outil. Selon le constructeur, à ce jour, 60% des travaux complémentaires ont été approuvés par les clients qui, par ailleurs, expriment à 94% leur satisfaction envers ce service novateur.

Mise au point par la société française Capgemini pour PSA, l'implantation de *Videocheck* a commencé en 2018. Aujourd'hui, elle sert à des concessionnaires et revendeurs Peugeot, Citroën et DS dans





30 pays et 3000 points de vente d'Europe, d'Amérique latine et d'Afrique. La fusion de PSA et FCA s'approchant à grands pas, verrat-on cette application faire son apparition chez nos concessionnaires Chrysler, Dodge, Jeep et Ram? Cette application étant inconnue des équipes de Service et de Ventes numériques de FCA Canada, apprend-on, c'est l'avenir qui nous le dira.

### **MAZDA CANADA**

GT + LUXE = 3 + TURBO

Depuis 2017, la version haut de gamme GT de la Mazda3 se vend plus que les GX et GS moins équipées et, donc, moins chères.

n voyant des gens prêts à payer davan-tage pour une 3, Mazda Motor s'est dit que cette clientèle était mûre pour qu'on lui offre une variante de la 3 capable de rivaliser avec des compactes plus luxueuses comme l'Audi A3 et la Mercedes-Benz Classe A.

D'où l'entrée en scène de la nouvelle Mazda3 Turbo 2021.

D'autres statistiques encouragent cette stratégie: toujours en 2017, seulement 7% des acheteurs de Mazda3 GT magasinaient aussi une marque premium. En 2020, ce pourcentage a triplé à 21%.

L'an dernier, Mazda a enrichi la 3 de la traction intégrale. Une bonne idée puisque parmi les raisons principales qui motivent le client à choisir une GT figure en tête de liste l'AWD (26%), un type de motricité que la Honda Civic, le leader du segment, n'offre pas.

C'est cette même AWD qui importe tant à l'acheteur de l'Impreza (61%) mais la 3 se targue d'introduire en bonus le « plaisir au volant», ce qui importe effectivement à 24% des acheteurs de la Mazda contre seulement 8% pour les fans de la Subaru.

De leur côté, la majorité des concurrentes de luxe offrent la traction intégrale. «En ajoutant le turbo à l'AWD, nous espérons maintenant convaincre les clients intéressés par une luxueuse compacte de considérer la Mazda3», dit Mark Peyman, directeur national de la stratégie et du développement des produits chez Mazda Canada.



Cette 3 Turbo est un modèle américain muni d'un prise d'air que les acheteurs canadiens peuvent se procurer s'ils choisissent le kit Sports Pack Aero de quatre morceaux vendu comme accessoire par les concessionnaires.

### **HISTORIQUE**

La Mazda3 (appelée Axela au Japon) a succédé à la 323 sous les traits d'une berline et d'un bicorps (modèle Sport à hayon).

### 1ère génération

De 2004 à 2009. Plateforme C1 de la Ford C-Max et de la Volvo S40, du temps où Ford avait des intérêts dans Mazda et Volvo. À ses débuts chez nous: 2,0L de 148 ch. et 2,3L de 160 ch. en option. Les Diesel ne traversent pas l'Atlantique.

La Mazdaspeed3 (appelée MPS ailleurs pour Mazda Performance Series), introduite en 2007 et produite jusqu'en 2013, était une version à hayon mue par un 2,3L turbo de 263 ch., comme dans la Mazdaspeed6. Aujourd'hui, Mazda est catégorique: la 3 Turbo 2021 n'est pas une Mazdaspeed. Quant aux plans de faire revivre un jour cette sous-division sportive, ils n'existent pas.

### 2e génération

De 2009 à 2013. 2,0L de 148 ou 155 ch., 2,5L de 167 ch. (et le chant du cygne de la Mazdaspeed).

### 3<sup>e</sup> génération

De 2013 à 2019. La carrosserie adopte le style KODO pendant que tous les organes essentiels se convertissent à la technologie Skyactiv, dont un 2,0L de 155 ch. et un 2,5L de 184 ch.

### 4e génération

Depuis 2019. 2,0L de 155 ch., 2,5L de 186 ch. et, désormais, 2,5L Turbo associé à une traction AWD et une transmission automatique à 6 rapports (pas de manuelle). Deux puissances selon l'octane d'essence, soit 227 ou 250 chevaux, et 310 ou 320 lb-pi de couple. Il s'agit du même engin qui équipait déjà les Mazda6, CX-5, CX-9 et que Mazda vient de glisser sous le capot du CX-30 2021.



### L'AVIS DU CONCESSIONNAIRE

«La Mazda3, berline et Sport, représente environ 25% des ventes 2020 réalisées par nos quatre concessions Mazda», dit Dominique Émond, directeur de la publicité et du marketing du Groupe Beaucage.

Il ajoute: «On pense que le modèle Turbo ne représentera que 10% des ventes de la 3. Ce sera très marginal, selon nous. Pour l'instant, nous n'avons pas eu de prévente, alors on ne sent pas une certaine excitation. Mais Mazda Canada ne l'a pas encore beaucoup publicisé. L'absence de boîte manuelle déçoit certainement quelques puristes mais les transmissions automatiques sont tellement rendues performantes et les amateurs aiment beaucoup les palettes au volant.»

### **LES PRIX**

### GT Turbo: 32 900 \$

Avec l'ensemble Premium (la seule option qui inclut plusieurs aides à la conduite):

### 34600\$

Édition 100e Anniversaire (extérieur blanc, intérieur rouge): 36 100 \$

1000 \$ de + aux 3 versions pour le modèle Sport à hayon



2021 en lui déroulant un tapis tissé de beaux projets et d'agréables surprises.

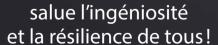






















Cox♣









































### AUTOCAP FUSIONS ET ACQUISITIONS

### **LES BONS COUPS DE 2020**

l est certain qu'AutoCap a connu une période de suspense quand le monde s'est arrêté. «Ce fut un moment pivot et nous avons quelque peu changé nos rôles afin d'accompagner et de conseiller nos clients concessionnaires, notamment au niveau des programmes gouvernementaux, explique Maxime Théorêt, directeur financier. Même si l'industrie automobile a su finalement se tirer d'affaires, 2020 a été une année très difficile sur le plan humain et je crois que nous avons bien épaulé nos clients.»

En fait, le mot croissance peut bien être accolé aux derniers mois d'AutoCap tant la compagnie a su briller. *Canadian Business*, qui classe les entreprises selon leur rapidité de croissance et leurs revenus sur cinq ans, a classé le spécialiste de fusions et acquisitions au 68° rang, un témoignage concret de sa réussite entrepreneuriale. De son côté, le *Globe and Mail* lui a octroyé le 116° rang sur les 500 compagnies affichant le plus haut taux de croissance au pays.

«C'est assurément grâce à l'équipe que nous avons atteint ce niveau d'excellence», dit Maxime Théorêt. Une équipe qui a nommé Monte Weis, ancien président de Weis Group (société d'experts-conseils en construction, architecture et image de marque au Canada), au poste de président des opérations canadiennes, en plus de s'adjoindre sept nouvelles personnes en Amérique du Nord, dont cinq associés.

Malgré la pandémie, les transactions se sont poursuivies pour surpasser le total de 2019. «Parmi les groupes de concessions automobiles du Québec, nous avons conclu tout près de 50% des transactions de l'année, soit trois de plus que l'an dernier. La Belle Province demeure le pilier de nos activités et j'en suis très fier », souligne le directeur financier. Dans l'ensemble du pays, 38 transactions ont été réalisées, soit six de plus qu'en 2019. D'ici la fin de la présente année, DSMA/ AutoCap aura bouclé sa 200e entente depuis sa création.



### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Non seulement AutoCap poursuivra-t-elle son expansion, Maxime Théorêt y va même d'une prédiction: «Si tout va bien, nous conclurons une première transaction pour un groupe américain qui achètera au Canada et possiblement au Québec!» L'entreprise espère aussi hausser son taux de pénétration, particulièrement en région, afin de rejoindre davantage de propriétaires à la recherche de croissance. «Nous prévoyons dépasser les mandats de ventes et les évaluations de 2020 et, donc, embaucher d'autres ressources», dit M. Théorêt. Ce dernier s'attend aussi à beaucoup d'activités chez les petits groupes et les concessionnaires uniques, surtout au niveau du travail préparatoire (pré-transaction) que nécessite la vente d'une concession.

Enfin, pour la nouvelle année, AutoCap Fusions et Acquisitions deviendra officiellement DSMA (Dealer Solutions Mergers & Acquisitions), de sorte que la compagnie sera dorénavant connue sous un même et seul nom à travers toute l'Amérique du Nord. •••



### I GARANTIE AVANTAGE PLUS I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

idemment, le confinement a entraîné des répercussions sur tout le marché. «Comme tout le monde, nous nous sommes aiustés au télétravail et nous avons restructuré nos interventions afin de maintenir le contact avec nos clients», dit Karine Lebel, présidente-directrice générale de Garantie Avantage Plus.

Les agents de formation de GAP se sont dotés d'outils originaux pour aider les concessionnaires. Par exemple, la pandémie a encouragé la production de cinq capsules interactives - des mini sketchs - entre des agents et des conseillers F&A en concession. Ces mises en scène se veulent un outil plus convivial dans le cadre d'une formation virtuelle.

Par ailleurs, Garantie Avantage Plus a bénéficié d'une augmentation marquée des ventes de produits dans le secteur récréatif et des véhicules usagés. «Après la réouverture de l'économie, ça a été très bon pour les VR et les VL», confirme Karine Lebel.

L'implantation du nouveau portail lancé en 2019 s'est poursuivie cette année. Moins lourd et plus rapide d'utilisation pour les conseillers financiers, il facilite le travail. «Nous avons toutefois gardé la première version. Les clients ont ainsi le choix de passer à la nouvelle ou d'utiliser le portail avec lequel ils sont plus familiers», explique la présidente.

Côté produits, Garantie Avantage Plus veut toujours défendre son titre de leader innovateur et développer davantage son expertise dans la protection mécanique et électrique, notamment au niveau des batteries de VÉ. Ce nouveau programme comporte un terme allongé sur les garanties des éléments motopropulseurs, un montant de protection plus important et de nouvelles options plus flexibles. L'ensemble des produits offerts a été accru et appuyé par une mise en marché et des brochures mieux adaptées.

Quant au service routier disponible partout en Amérique du Nord, «nous avons maintenu et même développé le service donné à nos clients», dit Mme Lebel. En partenariat avec un nouveau fournisseur, l'application revue et améliorée, appuyée d'une version pour appareils mobiles, sera implantée au début de la nouvelle année.

Mais la pandémie et la fermeture de certaines zones ont quand même eu un effet négatif chez GAP, notamment sur le développement des marchés en Ontario et dans les provinces atlantiques. «Avec le confinement, qui est arrivé plus tôt dans ces provinces, nous avons dû reporter notre expansion à plus tard», regrette la PDG.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

a nouvelle année apportera son lot de nouveautés, particulièrement dans l'offre des produits de loisirs. Garantie Avantage Plus se lancera en effet dans un nouveau secteur... et l'annonce à ce sujet ne saurait tarder!

Dans le secteur du véhicule récréatif, l'offre sera aussi bonifiée grâce à de nouveaux produits pour ainsi répondre aux demandes des clients. Dévoilons immédiatement qu'un ajustement sera apporté afin de mieux accompagner le client lorsqu'il passe d'une roulotte

«Bref, nous aurons beaucoup de pain sur la planche en 2021, sans oublier l'élaboration d'une assurance-crédit lancée l'année dernière avec notre partenaire Humania», conclut Karine Lebel. •••





### I BANQUE NATIONALE I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

Dans ce climat d'incertitude, la Banque Nationale a tenu à mettre en place des mesures temporaires visant à optimiser le processus de vente à distance pour les marchands et ainsi faciliter leurs transactions.

Après une fermeture au Québec des commerces non essentiels de plus de deux mois, et dès la réouverture à la fin du mois de mai, l'équipe de Nathalie Laforest, directrice principale Québec et Atlantique, était aussitôt de retour sur le terrain auprès des marchands en respectant, bien sûr, les mesures sanitaires.

«Nos marchands avaient besoin d'un contact humain, certains d'entre eux nous disaient: vous êtes les seuls à venir nous voir et nous apprécions beaucoup», se rappelle Mme Laforest.

«Pendant cette période, poursuit-elle, notre équipe a fait preuve de beaucoup d'agilité et d'ouverture. Ce n'est pas facile pour des directeurs développement des affaires habitués à travailler sur la route de couper le contact physique avec les marchands, mais tous les outils techniques ont été employés afin de maintenir une communication privilégiée. » Pour ce faire, un plan a été déployé et toutes les ressources ont mis la main à la pâte. « Par exemple, nos directeurs développement des affaires sont venus en renfort au centre d'appels afin d'accompagner les clients et ne pas rompre ce lien si important. Nous avons dû changer notre façon de travailler et notre approche en visites virtuelles, parce que notre priorité, c'est la relation que nous avons avec nos eux », réitère la directrice.

Les activités de la Banque ont augmenté dans la Belle Province ainsi qu'à l'extérieur du Québec. La Banque Nationale s'est donc bien ajustée au volume de travail et aux besoins particuliers grâce à une écoute active des marchands.

D'ailleurs, cette qualité en service à la clientèle s'est reflétée dans le sondage de satisfaction annuel de l'unité d'affaires. Plus de 81% des répondants se disaient très satisfaits, soit un taux de satisfaction encore plus élevé qu'en 2019. «Ça nous confirme que nous sommes à la bonne place et que nous exécutons les bonnes actions», souligne Nathalie Laforest.

Vers la fin de l'année, alors que les mesures



de confinement étaient à nouveau en vigueur, la BN a réinstauré l'assouplissement de son processus.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

a priorité, c'est l'humain d'abord, dit Nathalie Laforest. Notre plus grand souhait est ensuite de retourner sur la route. Nous espérons toujours avoir un impact positif auprès de nos marchands et développer cette relation à long terme qui nous importe tant.»

Enfin, la Banque Nationale vise à nouveau, dans l'année qui s'annonce, à continuer de développer son marché pancanadien.» • • •



Équipez-vous d'une gamme d'outils performants : 1 866 333-6606 > bnc.ca/financement-au-detail

### **| CarGurus |**

### **LES BONS COUPS DE 2020**

orsque tout le Québec a été plongé dans le confinement en mars dernier, l'entreprise CarGurus était prête depuis belle lurette à prendre non seulement le virage numérique, mais grâce à sa plateforme de magasinage de véhicules en ligne déjà éprouvée partout en Amérique du Nord, cette société de Boston a pu aider de nombreux concessionnaires et marchands d'ici à écouler leur inventaire, et donc, permettre à des consommateurs de trouver un véhicule d'occasion malgré la pandémie.

«Nous nous sommes rapidement ajustés à la situation en termes de livraison à domicile et tout autre service sans contact. Cette pandémie a permis de faire évoluer l'achat de véhicule en ligne», dit Mathieu Veilleux, directeur régional des ventes pour CarGurus, une entreprise présente au Québec depuis déjà trois ans.

Compte tenu des circonstances, l'inventaire de véhicules a connu une légère baisse, mais le nombre de visites, lui, a vécu une solide augmentation, fait remarquer le représentant du plus important cybermarché automobile du continent nord-américain.

«Notre système dispose de plusieurs al-

gorithmes complexes qui favorisent une recherche organique axée sur les besoins du consommateur. Nous sommes les premiers sur le marché à utiliser une technologie VMI qui classifie les véhicules en fonction des marques, des modèles, des prix, de l'année, du kilométrage et des options. Ainsi, selon les critères fixés par le consommateur, ce dernier trouve le véhicule recherché en seulement quelques clics», explique Mathieu Veilleux.

Le directeur régional des ventes de CarGurus au Québec tient d'ailleurs à souligner que plus de 25% des utilisateurs de la plateforme trouvent leur véhicule sans avoir besoin de consulter d'autres sites concurrents. «Une statistique dont nous sommes naturellement très fiers chez CarGurus!»

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

'équipe toute entière souhaite poursuivre son travail de séduction auprès de l'industrie automobile québécoise au cours de la prochaine année. CarGurus, dit Mathieu, emploie une vingtaine de personnes dédiées au marché canadien, dont le quart s'adresse principalement au territoire québécois. «Nous



MATHIEU VEILLEUX Directeur régional des ventes pour CarGurus

allons continuer de mettre de l'avant nos forfaits gratuits et payants pour faire connaître notre plateforme et ses multiples avantages.»

Le directeur rappelle que CarGurus dispose de plusieurs outils exclusifs novateurs dont le service de réponses texto automatiques, le partage de l'inventaire de véhicules d'un bout à l'autre du pays – et de la livraison si on le souhaite – ainsi qu'un service d'affichage de bannière qui permet aux concessionnaires de personnaliser leurs annonces. «Des outils très appréciés par les concessionnaires et marchands de véhicules!» conclut Mathieu Veilleux.





### I COX AUTOMOTIVE CANADA

### **LES BONS COUPS DE 2020**

**S** i 2020 m'a prouvé une chose, c'est la démonstration que nos employés chez Cox Automotive sont de loin notre plus grande ressource. Je dis cela parce que ce n'est que dans les moments difficiles que vous pouvez vraiment apprécier pleinement la qualité de l'équipe que vous avez construite et cette année a été la plus difficile que j'ai vécue.

En quelques jours, les membres de notre équipe ont travaillé ensemble pour se mobiliser dans une main-d'œuvre à distance, adaptée à de nouvelles façons d'accompagner nos clients et essentiellement nous a ouvert la voie pour accélérer une nouvelle façon de travailler numériquement qui profitera à tous à plus long terme.

Pendant tout cela, nous avons également amélioré nos capacités numériques dans l'ensemble de notre portefeuille, en particulier nos enchères passant à la diffusion Simulcast et MUVIT. Nous avons également introduit la tranquillité d'esprit pendant la pandémie dans le processus de remarketing, tant pour nos clients que pour nos propres opérations, avec de nouveaux services comme notre programme de désinfection des véhicules de Manheim.

Si cela ne suffisait pas, nous avons également élargi nos initiatives d'inclusion en établissant notre tout premier réseau d'employés noirs pour soutenir les membres de notre équipe dans leurs efforts pour lutter contre le racisme systémique par l'éducation, la célébration et l'inspiration.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

e premier objectif est d'encourager les membres de notre équipe et l'industrie à faire une pause, à respirer profondément et à réfléchir à tout ce que nous avons surmonté et appris au cours de la dernière année. Ensuite, dans le véritable esprit de Cox Automotive, nous devons nous remettre immédiatement



MARIA SOKLIS Présidente de Cox Automotive Canada & Brésil

au travail avec un objectif clair de connecter et d'améliorer davantage nos produits et services de manière significative qui continuera à en faire un facteur de nette différenciation pour nos clients et l'industrie.



### **I CSMO-AUTO I**

### **LES BONS COUPS DE 2020**

L'année qui s'achève reflète tous les efforts déployés pour l'industrie!

OUELOUES CHIFFRES POUR EN TÉMOIGNER

Nombre TOTAL de projets réalisés: **45** Nombre TOTAL de rencontres: **190** Nombre TOTAL de comités: **26** 

Tous ces projets ont été regroupés sous quatre grands thèmes, soit ceux de la Formation, des Ressources humaines, des Compétences du futur et l'Information sur le marché du travail (IMT).

Pendant que se déroulaient ces initiatives formatrices, notre calendrier a été émaillé de plusieurs autres réussites:

- Mise sur pied pendant la pandémie d'une cellule de crise, d'un comité reconnaissance de l'industrie et la création d'une page Web d'information sur la COVID-19;
- Développement et diffusion de webinaires de formation SOS RH pour les employeurs de l'industrie;
- Conception et diffusion de formations sur les mesures préventives d'hygiène et salubrité;

• Formation Conseil@uto offerte gratuitement pour un temps limité aux conseillers en vente d'automobiles et accompagnée d'une subvention salariale.

La réalisation de ces projets a été possible grâce au travail dévoué de l'équipe du CSMO-Auto constituée de Johanne Dubé, Lucie Dumoulin, Geneviève Ethier, Valérie Lemesle, Josée McIntyre, Nathalie Ruest, Johanne Soly, Omou Sambe, un groupe tricoté serré et chapeauté par Danielle Le Chasseur.

Nous adressons un merci tout particulier aux administrateurs et collaborateurs du CSMO-Auto pour leur implication et leur contribution au développement des compétences de la main-d'oeuvre de l'industrie des services automobiles.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Plus que jamais, la concertation et la mobilisation de tous les acteurs de l'industrie doivent s'accentuer afin de surmonter ensemble les nombreux défis reliés à la maind'œuvre.

Car, au bout du compte, le CSMO-Auto souhaite, grâce à des actions concrètes et

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DES SERVICES AUTOMOBILES CSMO-AUTO.COM

Développer pour avancer

Le CSMO-Auto est votre partenaire!

concertées, faciliter le recrutement, la fidélisation et le développement des compétences de la main-d'œuvre des entreprises de l'industrie.

Ne manquez pas de visiter régulièrement notre site au www.csmo-auto.com et, entretemps, nous vous souhaitons santé et bonheur! •••



DÉVELOPPER POUR AVANCER ENSEMBLE!



### **I DESJARDINS**

### **LES BONS COUPS DE 2020**

e premier janvier dernier, personne n'aurait pu prédire les montagnes russes que 2020 nous ferait vivre. La pandémie a mis le monde entier sur pause, et c'est toute l'économie qui a écopé.

Au Québec, la fermeture obligée des concessionnaires d'automobiles neuves et d'occasion a créé un creux historique. Le rattrapage pour récupérer les pertes engendrées en avril et en mai fut tout aussi soutenu. Grâce à la contribution de tous, nous avons réussi à franchir de grandes étapes.

Bien sûr, maintenir une relation de proximité malgré la distance représente tout un défi! Mais dans un contexte où seules les rencontres virtuelles étaient préconisées, nos équipes de ventes et d'opérations ont redoublé d'ardeur pour continuer de vous offrir, commerçants et concessionnaires, un service de qualité et de proximité.

Tout juste avant la fermeture, nous vous avons accompagné pour finaliser les transactions déjà entamées auprès de votre clientèle. Pendant le confinement, c'est ensemble que nous avons travaillé à la mise en place de solutions pour autoriser les financements à distance et assurer la livraison des véhicules. Enfin, à la reprise des activités, nous étions à vos côtés pour vous appuyer dans vos efforts à rattraper le temps perdu. Tout ce chemin parcouru n'aurait pu être possible sans votre dévouement et votre collaboration. Voilà l'essence même d'un partenariat d'affaires basé sur des relations solides et de confiance.

Pour vous aider, et aussi soutenir nos membres et clients en cette période d'incertitude, Desjardins a déployé des mesures d'allégement et adapté ses pratiques de crédit afin de se conformer à la nouvelle réalité des programmes gouvernementaux dont notamment la *Prestation canadienne d'urgence* (PCU) et la *Prestation canadienne de la relance économique* (PCRE).

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

es prochains mois viseront la mise en œuvre de nouvelles façons de faire pour l'ensemble de l'industrie automobile. Ensemble, nous y contribuerons en nous don-



NORMAND BERGERON Directeur national des ventes chez Desjardins

nant les outils nécessaires à son meilleur fonctionnement. Veillons également à maintenir un équilibre entre les rencontres physiques et virtuelles, de même que pour le magasinage en ligne et les interventions en concession. C'est dans le respect de tous que l'industrie sortira grandie de cette période des plus particulières.

Je termine ces quelques lignes en vous offrant nos meilleurs vœux de santé pour 2021. Dans le contexte, il va sans dire que cette expression prend désormais tout son sens. Prenez soin de vous, et des autres!



### l EBlock l

### **LES BONS COUPS DE 2020**

'année qui s'achève va passer à l'histoire chez EBlock. Et pas seulement à cause de la COVID-19. Malgré la pandémie, la seule plateforme au pays qui vend des voitures en 60 secondes a réalisé plus de 1000 ventes de véhicules par mois tout au long de l'année au Ouébec.

«Le mois d'octobre s'est même soldé par une marque record de plus de 1500 ventes», déclare tout sourire Maxime Fabian, directeur régional pour EBlock Québec. Ces performances ont permis à la compagnie de frôler les 15000 ventes de véhicules en ligne.

Une bonne année que Maxime Fabian attribue, bien sûr, à l'efficacité de la plateforme, mais aussi à la forte demande de la clientèle pour des véhicules d'occasion, notamment des véhicules dont la valeur est comprise entre 1000\$ et 5000\$.

«Pour justement mieux répondre à cette forte demande de véhicules d'occasion bon marché qui présentent généralement plus de 10 ans d'âge et plus de 160000 km à l'odomètre, nous avons lancé un tout nouveau programme baptisé Billet aller-simple», explique Maxime Fabian. Ce programme exclusif à EBlock est en fait une assurance qui permet aux vendeurs de ne plus jamais revoir le véhicule d'occasion vendu dans sa cour, même si l'acheteur le soumet à l'arbitrage.

«S'il y a un souci dans les 72 heures suivant l'achat du véhicule, c'est nous qui nous occupons de la suite!» indique le directeur régional d'EBlock. Ce nouveau produit, ajoute-t-il, permet aux vendeurs d'ajouter une plus-value au véhicule tout en augmentant le degré de confiance de l'acheteur lors de son acquisition.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

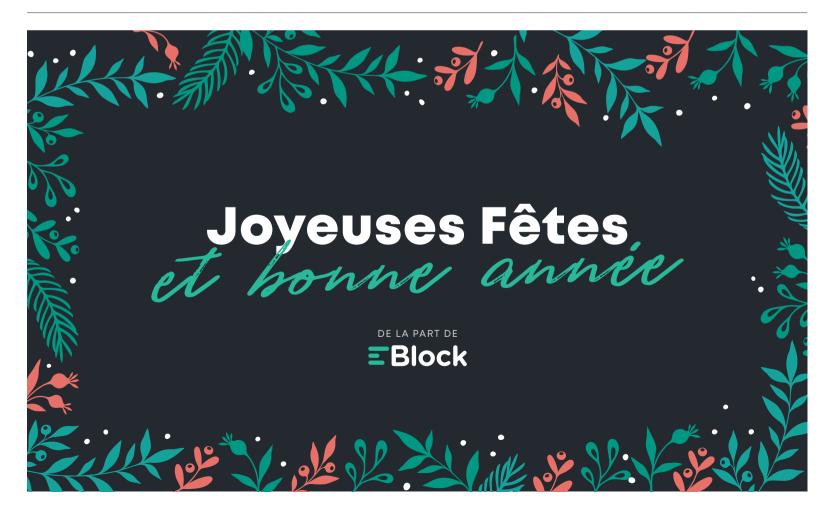
5 timulée par les ventes de 2020, l'équipe d'EBlock Québec compte une fois de plus accumuler les records en 2021.

«Nous allons être encore plus présents dans l'est du Québec, et ce, des deux côtés du fleuve, dit Maxime Fabian. En élargissant notre territoire, nous sommes persuadés de



MAXIME FABIAN Directeur des ventes pour l'est du Canada et directeur régional du Québec chez EBlock

pouvoir franchir le cap des 20000 ventes l'an prochain. D'ailleurs, toute l'équipe d'EBlock ne vise rien de moins que 100000 ventes en 2021!»



### **I GARANTIE AUTOROUTE 20-40 I**

### **LES BONS COUPS DE 2020**

ans ce contexte de pandémie mondiale et de grands changements, je préfère parler d'adaptation plutôt que de ralentissement. Se focaliser sur les besoins des clients demeure notre meilleure stratégie. Et si certains projets n'ont pu se développer en 2020 comme prévu, ce n'est que partie remise», déclare Benjamin Plourde, vice-président de Garantie AutoRoute 20-40.

Néanmoins, deux projets se sont bien concrétisés. Une couverture complète et inédite pour les véhicules électriques est maintenant offerte aux clients et, pour les marchands, une application mobile pour les ventes et les réclamations.

Ce nouveau joueur dans le domaine des protections mécaniques prolongées offre une vaste gamme de couvertures adaptées et innovantes. Avec comme objectif principal de hausser les standards du secteur, le déploiement de Garantie AutoRoute 20-40 à travers le Québec continue d'inciter plusieurs marchands à se joindre à eux.

«Nous sommes ravis des résultats encore cette année et des relations de qualité, basées

sur la confiance, que nous développons avec eux. Ce sont les prémices d'une grande réussite!» souligne monsieur Plourde.

Avec son logiciel inédit qui simplifie la gestion des garanties et le processus de réclamation, son service de proximité entre les marchands et les détenteurs de garantie, son programme de bonification supérieur à l'industrie et son haut taux de satisfaction des sinistrés, AutoRoute 20-40 confirme que sa priorité demeure l'écoute des marchands et des détenteurs de garantie.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

ette nouvelle équipe dynamique ne manque ni d'idées ni de projets. Ce qui n'a pu être déployé au courant de l'année le sera sûrement en 2021. Garantie AutoRoute 20-40 souhaite continuer sur sa lancée et devenir un acteur important.

«Oui, nous voulons continuer de développer l'entreprise, bien sûr, mais plus important encore, nous voulons nous distinguer au sein du secteur par notre approche person-



nalisée auprès des marchands et des détenteurs de garantie. Cette différence assurera la pérennité de nos efforts», ajoute Benjamin Plourde.

Garantie AutoRoute 20-40 continue d'œuvrer à son projet d'un levier financier qui pourrait s'avérer fort intéressant pour les marchands de véhicules d'occasion et les concessionnaires. L'année à venir promet d'heureuses innovations.



### **ICEBERG FINANCE**

### **LES BONS COUPS DE 2020**

ls ont été nombreux! Tout d'abord, nous avons effectué une refonte en profondeur de notre programme Or et les résultats sont plus qu'impressionnants! Plus de 50% des clients se classent maintenant dans notre meilleure catégorie. Meilleure ristourne (500\$), financement maximum plus élevé (30 000\$), paiement mensuel maximum plus élevé (700\$), valeur finançable admissible aussi plus élevée.

Autre bon coup, l'introduction d'un nouveau terme de financement (84 mois) et l'extension de plusieurs de nos autres termes en fonction de l'année modèle du véhicule et de son kilométrage. Autre nouveauté, il est maintenant possible de financer à même nos prêts automobiles les produits d'assurance et de garanties prolongées de l'ensemble des fournisseurs œuvrant dans l'industrie de l'automobile. Nous avons aussi éliminé les rappels de commissions sur la vente de ces produits pour les concessionnaires et marchands, qui représentaient un irritant pour ces derniers. De plus, nous avons rendu admissible notre programme de prêts personnels IF Xpress, des prêts entre 1000\$ et 5000\$ sans aucune responsabilité pour les concessionnaires et marchands à leur département de

Nous avons connu un vif succès et notre croissance avec ce programme est substantielle. Et pour conclure 2020, nous venons tout juste de terminer l'analyse et la conception de trois nouveaux programmes fort prometteurs qui seront lancés d'ici le printemps 2021 et qui permettront aux concessionnaires et marchands d'augmenter leur volume de ventes.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

os souhaits pour 2021 se résument à un mot: croissance! Comment?

En étant à l'écoute de nos concessionnaires et marchands, en leur offrant des programmes de financement innovateurs, en leur offrant un service rapide et de grande qualité et en permettant aux consommateurs de pouvoir rétablir réellement leur dossier de crédit.

Nous voulons aussi pour 2021 réussir notre arrivée dans les marchés de l'Ontario et des provinces maritimes. Ce sont de gros marchés auxquels nous nous attaquerons en début d'année et dans lesquels nous voulons connaître un immense succès! Nous serons



RÉAL BRETON Président d'Iceberg Finance

également à l'affût de toutes acquisitions potentielles, aussi bien au Québec et en Ontario que dans les provinces maritimes.

Iceberg Finance est encore une jeune entreprise et gagne assurément à être connue. Plusieurs concessionnaires et marchands pensent encore trop souvent que nous sommes surtout une compagnie spécialisée en financement de 3e chance au crédit. Nos programmes sont très compétitifs, et ce, aussi bien en 2<sup>e</sup> qu'en 3<sup>e</sup> chance au crédit. Nos programmes et nos plans de financement offrent des particularités non seulement innovatrices, mais aussi exclusives sur le marché. Nous nous souhaitons donc pour 2021 de nous faire connaître davantage auprès des concessionnaires et marchands. •••



### I KIJIJI AUTOS I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

omme tout le monde, Kijiji Autos a été pris par surprise par la crise sanitaire. «Mais nous sommes contents de la façon dont nous avons géré la situation. L'équipe de soutien et les représentants sont demeurés disponibles et proactifs avec nos concessionnaires», souligne Jean-François Blaquière, directeur régional des ventes pour le Québec et les provinces atlantiques. «Nous étions dans les premiers fournisseurs à offrir le mois d'avril gratuitement», se permet-il d'ajouter.

Le fait que tout son personnel soit resté en poste représente une autre fierté pour le directeur.

Au printemps, le lancement du *Propulseur d'audience* s'est effectué comme prévu avec un bon impact sur le marché. Et comme autres actions, Kijiji Autos s'est muni d'un programme de formation très élaboré. «Nous avons mis beaucoup de temps à former nos gens sur une foule d'outils, dont *Google Analytics*, pour faciliter la gestion des opportunités pour les concessionnaires. L'expérience s'est avérée très mobilisatrice et importante du point de vue humain», dit Jean-François.

Par ailleurs, au cœur des innovations se trouve la mise en place de la plateforme Le centre du marchand en remplacement de Kit. Cette nouvelle plateforme permettra de soutenir toutes les futures initiatives de développement chez Kijiji Autos. Le tout s'est fait grâce à un partenariat stratégique avec 360. Agency.

Cette compagnie basée à Montréal développe des solutions intégrées de commerce électronique et de logiciels automobiles de pointe. 360. Agency compte plus de 1000 concessionnaires parmi sa clientèle et possède le plus grand nombre de certifications OEM au Canada pour les sites Web des détaillants et de CRM, y compris GM, FCA, Mercedes-Benz, Honda, Mazda, Jaguar Land Rover, Volkswagen, Polaris et bien d'autres.

Leanne Kripp, responsable de l'automobile chez Kijiji, a déclaré que «le partenariat avec 360.Agency fait progresser la stratégie pluriannuelle visant à faciliter la transition du leader dans la vente de véhicules à un partenaire entièrement numérique, offrant une gamme complète de solutions de marketing numérique ».

Parmi les autres bons coups de 2020, Kijiji Autos a offert gratuitement son produit Étiquette (Badge) qui permet l'affichage du type d'accompagnement et des services offerts par le concessionnaire à ses clients lors



JEAN-FRANÇOIS BLAQUIÈRE Directeur régional des ventes pour le Québec et les provinces atlantiques

du processus d'achat numérique. Malgré les bouleversements créés par la pandémie, les consommateurs pouvaient ainsi avoir réponse à leurs questions.

De plus, d'ici la fin de l'année, tous les concessionnaires partenaires de Kijiji pourront profiter d'un nouveau système de gestion des stocks des concessions qui permet la syndication sortante, la publicité hors plateforme et plus encore.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Kijiji Autos souhaite continuer à établir des partenariats avec les concessionnaires tout en proposant de nouveaux produits et solutions. Parmi ceux-ci se trouveront des outils qui faciliteront davantage le processus d'achat de véhicules en ligne.



### I KIMOBY I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

Tous les membres de l'équipe de Kimoby ont plusieurs raisons de lever leur verre pour dire au revoir à l'année 2020 et saluer celle qui vient. La première et non la moindre: l'entreprise technologique de Québec, dont la plateforme aide à bonifier l'expérience client en temps réel, figure parmi les 500 sociétés canadiennes affichant les plus fortes croissances au pays. Forte d'une hausse de revenus de 1759% en cinq ans, Kimoby s'est emparée du 51° rang au sein du prestigieux palmarès Growth List 2020 de *Canadian Business*.

«Il s'agit pour nous d'une belle reconnaissance pour le travail effectué au cours des dernières années. Tous les membres de l'équipe en sont très fiers», souligne Marjorie Latulippe, spécialiste du marketing et des communications pour Kimoby.

Outre ce grand honneur, Kimoby a continué de développer ses solutions qui ont un impact réel dans le quotidien des entreprises et de leurs clients partout en Amérique du Nord. Rappelons que la plateforme de messagerie instantanée, conçue en 2013 par Alex Wojcik et Ismael Meskin, offre aux concessionnaires l'envoi automatisé de rappels et de confirmations de rendez-vous, ou encore une solution de paiement mobile rapide et sécuritaire.

«La formule du paiement sans contact a d'ailleurs été très populaire cette année particulière marquée par la COVID-19. Nos clients ont d'ailleurs pu constater combien il était facile d'implanter cette fonctionnalité. Ce qui leur a été bénéfique», signale la porte-parole de l'entreprise.

Toujours en rapport avec cette fameuse pandémie, l'équipe de Kimoby est particulièrement heureuse d'avoir créé un outil permettant à des hôpitaux de la région de Québec d'automatiser la transmission



**ALEX WOJCIK** et **ISMAEL MESKIN** Fondateurs de Kimoby

des résultats négatifs à des patients ayant passé un test de COVID-19. « Nous avons contribué à réduire le temps d'attente et à optimiser les ressources humaines en ces temps difficiles pour le secteur de la santé », souligne Marjorie Latulippe.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

ncouragée par les succès de ses partenaires, Kimoby souhaite renforcer son équipe qui compte déjà une bonne trentaine d'employés. D'ici les prochaines semaines, dit Marjorie, l'entreprise compte embaucher une dizaine d'autres experts en TI pour continuer d'améliorer ses solutions destinées aux concessionnaires automobiles.

«Nous allons poursuivre nos efforts, conclut-elle, pour optimiser les opérations quotidiennes de nos partenaires. Des partenaires à qui l'on souhaite une année 2021 des plus prospères.» • • • •



### LAR LEADER AUTO RESSOURCES

### **LES BONS COUPS DE 2020**

e 18 mars dernier s'est bouclée une importante transaction après plusieurs mois d'intenses négociations entre LAR et Resilience Capital Partners, une entreprise de capital-investissement basée à Cleveland.

«Il s'agit d'un partenariat essentiel pour l'avenir de nos opérations américaines, révèle d'emblée Robert B. Issenman, président et chef de la direction de LAR. Nous avons acquis 20% de leur capital-actions et ils ont investi six millions de dollars dans notre expansion aux États-Unis. Nous avons fusionné nos expertises afin d'augmenter notre part de marché américain.»

Les résultats n'ont d'ailleurs pas tardé. Des membres canadiens de LAR qui ont acquis des concessions au sud de la frontière se sont empressés de faire affaire avec DealerShop, le nouveau nom qu'ont donné LAR-Resilience à leur initiative américaine.

L'actuel centre de distribution situé près d'Albany, à New York, sera bientôt suivi d'un deuxième érigé en banlieue de Detroit, au Michigan. «Ce partenariat fait en sorte que de plus en plus de concessionnaires américains deviennent membres de la coopérative et plu-

sieurs autres sont dans le pipe-line. Dans le fond, ce n'est guère surprenant. En combinant nos équipes de ventes et notre professionnalisme, nous avons les ingrédients d'un grand succès », dit M. Issenman.

Aussitôt cette entente majeure conclue, la pandémie a frappé et, avec elle, son lot de défis à surmonter. Mais il y a toujours un bon côté aux mauvaises choses, philosophe le p.-d. g de LAR. «La situation nous a permis de renforcer nos liens avec la CCAQ et ses membres en nous amenant à leur fournir rapidement l'équipement de protection personnelle adéquat, que ce soit des masques, des gants ou des panneaux séparateurs en plexiglas. Il a fallu déjouer les risques de pénurie de matériel et modifier les devis au fur et à mesure qu'évoluait la situation. Nous voici dans la 2e vague et nous avons encore plus d'expérience.»

La distribution de ces nouveaux produits pour contrer la pandémie a coïncidé avec l'émergence de la *Santé Connectée* avec WBL. Par exemple, si l'employé d'une concession ou un membre de sa famille nécessite l'avis d'un professionnel de la santé, une consultation virtuelle lui évite une visite à la clinique. Sans oublier l'application *Beacon* qui



ROBERT B. ISSENMAN Président et chef de la direction de LAR

fournit une thérapie numérique pour la santé mentale.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

utre le fait que l'expansion de LAR à Toronto et dans l'ouest du pays est toujours dans les plans, grâce notamment à l'entrepôt situé à Delta, en banlieue de Vancouver, Robert Issenman conclut en créant un suspense: «Je vous laisse, en effet, sur ce qu'on appelle en anglais un *teaser*, une mise en bouche si vous voulez: nous préparons quelque chose de gros! Son impact sera important pour les concessionnaires et l'industrie en général.»

«À défaut de pouvoir vous en révéler plus maintenant, je peux dire que si la tendance se maintient, comme le disait Bernard Derome, le tout se concrétisera durant le premier trimestre de la nouvelle année.»



### LGM

### **LES BONS COUPS DE 2020**

Pandémie ou non, le Groupe financier LGM a poursuivi sa lancée exceptionnelle au Québec en 2020. «L'année a d'ailleurs commencé sur des chapeaux de roue pour notre entreprise avec le recrutement des concessions du Groupe Park Avenue juste avant la période de confinement », signale fièrement Marc-André Lefebvre, vice-président des ventes Québec chez Groupe financier LGM.

Malgré la COVID-19, LGM a surpassé le marché en termes de croissance. «Non seulement nos ventes ont continué d'augmenter, mais les consommateurs qui bénéficient de nos produits sont contents», dit M. Lefebvre.

La clé du succès, poursuit-il, repose essentiellement sur l'extraordinaire capacité de LGM à s'adapter aux nouvelles réalités qu'a entraînées la pandémie. «Nous étions déjà prêts à prendre le virage numérique. La situation a seulement accéléré le processus.»

Marc-André Lefebvre est particulièrement fier des outils que LGM a pu rapidement mettre à la disposition des directeurs commerciaux, notamment les menus numériques des produits de protection. « Depuis déjà quelques mois que nous développions ces menus sous forme de plateformes et vidéoconférences adaptées à la clientèle québécoise qui souhaite acheter ses produits de protection en ligne. Inspiré des formules de type trio des grandes chaînes de restauration, notre concept permet aux consommateurs de sélectionner un ensemble de produits qui leur conviennent dans un environnement de leur choix.»

Le groupe financier a également conçu des programmes de certification en ligne qui facilitent la formation des directeurs commerciaux à distance. «Des formations que LGM a même proposées à des concessionnaires qui ne font pas partie de notre réseau. Nous sommes convaincus que nos procédures claires et transparentes peuvent aider l'industrie automobile d'un bout à l'autre du pays à traverser la situation actuelle.»

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

"Chez LGM, nous avons toujours privilégié une forte culture axée sur les technologies permettant de faciliter le travail de nos partenaires. En 2021, nous allons donc



MARC-ANDRÉ LEFEBVRE Vice-président des ventes Québec chez Groupe financier LGM

poursuivre nos efforts pour que nos partenaires continuent de s'adapter aux nouvelles réalités du marché. Plusieurs d'entre eux l'ont d'ailleurs très bien fait en 2020. Nous les en félicitons», déclare Marc-André Lefebvre.

Et parce que le virage numérique prend désormais ses aises dans l'industrie, LGM compte faire un grand pas environnemental en 2021: «Nous avons l'intention de réduire, voire d'éliminer l'usage du papier.»



### Le Groupe financier LGM vous propose :

Une gamme complète de produits de très haute qualité qui amélioreront la satisfaction et la fidélisation de votre clientèle

Le programme Essentiel de la Protection de prêt : unique en son genre, muni de couvertures groupées, incluant la couverture Perte d'emploi qui est offerte aux gens affectés par la COVID-19

Un programme de formation de qualité supérieure qui vous enseignera comment augmenter votre profit par véhicule vendu

Des solutions technologiques innovantes qui accélèreront les efforts dans l'espace numérique et qui enrichiront l'expérience en ligne du département des services financiers

### Pour en apprendre davantage

Communiquez avec notre bureau régional du Québec à l'adresse ventequebec@lgm.ca ou visitez le site lgm.ca.



### I BANQUE DE MONTRÉAL I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

'année de la COVID-19 représentera sans doute une source de souvenirs plutôt mitigés pour plusieurs entreprises. Mais pas pour les concessionnaires qui font affaire avec l'équipe de financement automobile de BMO. «Nous avons pu démontrer à nos partenaires que nous avions des solutions afin de les aider à passer à travers les tempêtes», déclare sans ambages Sylvain Raymond, vice-président Financement automobile chez BMO Banque de Montréal.

En effet, les clients de Financement automobile BMO Banque de Montréal ont pu bénéficier de plusieurs mesures d'allègements, dont le report de capital de leurs prêts à terme ainsi que des amortissements de leurs inventaires. «Malgré l'incertitude qui régnait au printemps dernier, nous avons tout de même accueilli de nouveaux clients commerciaux», dit M. Sylvain Raymond d'un ton rayonnant.

L'équipe de Financement aux particuliers de BMO Banque de Montréal est aussi très fière des outils et processus mis en place pour aider les directeurs commerciaux à évoluer vers la vente en ligne et, éventuellement, la livraison des véhicules chez les clients. « Nous avons gagné de nouvelles parts de marché et connu une belle croissance dans nos volumes de financement en 2020. Nous avons tiré profit des nouvelles technologies pour garder contact avec notre clientèle, et malgré les aléas du travail à distance, toute l'équipe, vente et service, a fait preuve d'une grande collaboration pour répondre aux attentes de nos clients ».

D'ailleurs, malgré tous les bouleversements liés à une année que personne n'oubliera, BMO Banque de Montréal s'est encore surpassée lors du dernier sondage de satisfaction de la clientèle mené par JD Power. « Pour la 8<sup>e</sup> année consécutive, nous conservons le premier rang dans la province de Québec », mentionne le vice-président.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Toutes ces bonnes nouvelles ne font que stimuler l'équipe de Sylvain Raymond face à la nouvelle année qui arrive à grands pas: «Nous allons continuer d'aider tous nos



SYLVAIN RAYMOND Vice-président Financement automobile chez BMO Banque de Montréal

clients à garder le cap sur les saines pratiques de gestion financière, opérationnelle et des ventes qui ont été mises en place. Nous allons tout faire pour qu'ils poursuivent l'adaptation à leur nouvelle réalité. Enfin, nous leur souhaitons, ainsi qu'à leur famille, de la santé, de la bonne humeur pour garder un bon moral, sans oublier encore plus de succès en 2021!»



### I NERD AUTO I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

uelle année rocambolesque! Lancement officiel des sites Web NERD Auto après plus de deux années de développement acharné, accréditation dans un premier programme manufacturier, croissance soutenue de nos services de marketing numérique... tout ça, dans le climat d'incertitude lié à la pandémie mondiale.

La gestion d'une croissance rapide apporte son lot de défis. Imaginez en mode «chacun chez soi»! Le bon coup par excellence cette année est un véritable tour de force, qui se répète depuis déjà quatre ans chez les Nerds: notre équipe. Au cours des 12 derniers mois, nous avons littéralement doublé nos effectifs. Et même à distance, même séparé.e.s les uns des autres, ces femmes et ces hommes sont resté.e.s animé.e.s d'une passion tout aussi flagrante et d'une ardeur exceptionnelle. Ils ont su maintenir ce désir sincère d'aider nos clients concessionnaires, jour après jour.

Il n'y a pas plus grande fierté pour nous que cette belle bande de Nerds qui se dévouent à offrir un service inégalé à nos clients. Cette année plus que jamais, alors que la pandémie faisait rage, ils étaient là, à vos côtés, pour vous aider à communiquer avec votre clientèle, à naviguer à travers ces mois incertains et à maximiser chaque opportunité.

Mais nos raisons d'être fiers ne s'arrêtent pas là! De notre désir d'avoir un impact significatif dans les opérations de nos clients concessionnaires est née une idée. Cette idée est devenue projet. Puis, pendant plus de deux ans, une équipe a travaillé sans relâche pour faire de ce projet une réalité. Cet été, non seulement les sites Web NERD Auto ont vu le jour, mais ils ont su rapidement gagner la confiance de dizaines de concessionnaires partout au Québec, en plus d'être officiellement certifiés dans un premier programme manufacturier national.

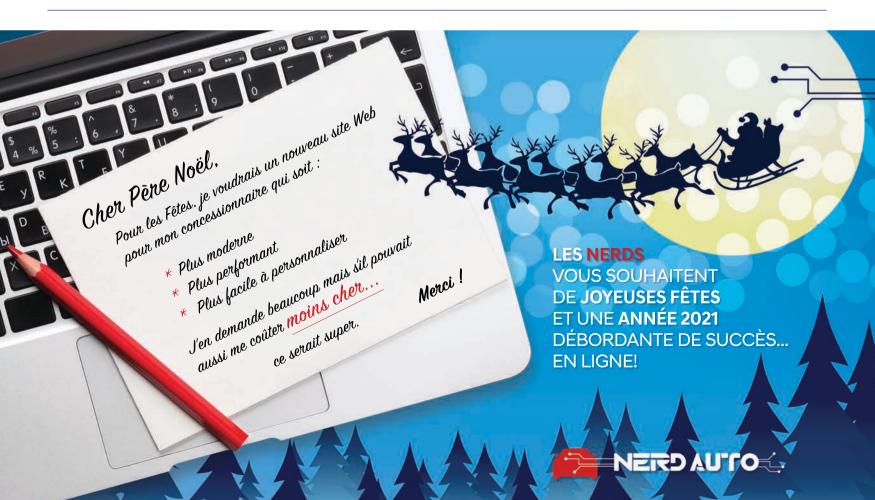


En 2020, NERD Auto propose enfin une nouvelle alternative à l'industrie automobile. Une vision moderne de l'expérience de magasinage en ligne. Une plateforme performante, rapide, au goût du jour et axée sur l'expérience de ses utilisateurs (tant vos acheteurs potentiels que vos équipes de vente et de marketing Web). Et surtout, une solution abordable qui tient compte des réalités du marché d'aujourd'hui.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Pour l'année qui vient, les Nerds vont accélérer le développement des innombrables projets et améliorations à venir sur la plateforme. On souhaite à cette belle industrie de continuer d'innover, de poursuivre sur la lancée de 2020 et de toujours mieux servir les acheteurs, où qu'ils se trouvent.

Et on se souhaite collectivement plusieurs autres épisodes de *Mandalorian*. *This Is the Way*. •••



### I PBS SYSTEMS I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

orsque je réfléchis à ce que PBS Systems a accompli cette année, notre réponse à nos clients face à la COVID-19 a été l'une de nos grandes réalisations.

Nos plans d'urgence nous ont permis de soutenir nos clients et de concentrer nos efforts sur les besoins immédiats des concessionnaires canadiens. Nos offres de services-conseils ont été mises à la disposition de tous les clients sans frais supplémentaires, ce qui a permis aux concessionnaires de se concentrer sur les possibilités de revenus au début de l'année, puis d'aborder la question des inventaires au cours de l'été.

Nous avons modifié les fonctionnalités du logiciel *V10* pour aider les concessionnaires à offrir une expérience client sans contact dans tous les départements, y compris une fonctionnalité conviviale de paiement par message texte, une signature électronique et des webinaires sur l'expérience numérique.

Nous avons également offert un soulagement financier à nos concessionnaires partenaires. En soutenant cette industrie, en fournissant des moyens de subsistance à notre personnel et à nos clients, nous avons relevé le défi de front et nous sommes très fiers de notre travail.

En bref, ce fut un plaisir de vous aider en cette période ambiguë et de constater la réaction positive de toute l'industrie confrontée à ces nouvelles façons de brasser des affaires.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Nous adopterons une approche qui rappelle celle des projets de construction au Québec: nous n'arrêterons jamais! Notre souhait est de continuer à soutenir nos partenaires concessionnaires partout au Canada.

Dans la Belle Province, nous avons grandi et évolué, ce qui a permis d'accroître nos ventes et nos mises en service. Notre bilinguisme et notre personnel de soutien ont grandement profité à l'expertise de nos partenaires concessionnaires. Nous mettrons aussi l'accent sur l'application mobile *Arrivée au service*, notre CRM (*Gestion de la relation avec la clientèle*) entièrement intégré, et nous intensifierons notre présence au Québec. Les concessionnaires pourront tirer parti de leurs données intégrées existantes pour garantir leur



LISETTE
DA COSTA
Directrice
des ventes
de PBS Systems
au Québec

succès futur, sans avoir recours à des produits supplémentaires.

Nous savons que les gains générés par le logiciel V10 se poursuivront en 2021, et nous serons là pour les accompagner.

Nous sommes convaincus que notre approche pointue en matière de technologie assurera, au moins en partie, votre succès. Le président de PBS, David Bradley, l'a bien exprimé: «L'industrie automobile est agile, elle est résiliente et nous allons persévérer. Le chemin devant nous, nous l'empruntons ensemble.»



### | PEDLEX |

### **LES BONS COUPS DE 2020**

A u début de janvier, l'année s'annonçait bien pour Pedlex. Sa division automobile ne croulait pas sous une tonne de gros projets, mais l'horizon était prometteur. Puis mars est arrivé...

«Heureusement, nous avons pu rester ouverts en tant que service essentiel parce que nous fournissons des compagnies comme Hydro-Québec et des hôpitaux», explique Yves Poirier, vice-président de Pedlex.

Dès le mois de mai, la grande partie du personnel était de retour à son poste tandis que les vendeurs, d'ordinaire sur la route, découvraient les joies du télétravail.

«Même quand les concessionnaires du Québec ont été obligés de fermer, j'ai réussi à vendre», dit Yves. Comme tant de Québécois qui ont profité du confinement pour organiser leur sous-sol ou leur garage, plusieurs franchisés ont pu compter sur Pedlex pour revamper un ou plusieurs départements. Quelques étagères ici, des coffres là, on tirait profit de la situation.

Un été tranquille a convaincu Yves Poirier de s'offrir un *roadtrip* d'un mois jusqu'aux Rocheuses, un aller-retour de plus de 12000 kilomètres. «Le *timing* était parfait! Je pense avoir reçu deux appels et trois courriels pendant mon voyage.»

Le globe-trotter a vu son carnet de commandes se noircir à l'automne. «En parlant avec des collègues de l'industrie, je crois que les gros projets, comme celui de Chomedey Hyundai, à Laval, où nous livrerons en février, repartiront de plus belle dans les prochains mois. Nous serons bientôt très occupés», prédit Yves.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Pedlex investit présentement une petite fortune dans le renouvellement de ses ordinateurs et logiciels. « Nous changeons notre système d'informatique au grand complet; la comptabilité, les soumissions, les inventaires. Une opération très complexe qui se déroulera sur une année. À terme, nous serons totalement paperless. »

L'entreprise a aussi engagé Milen Minchev à titre de directeur du marketing pour s'occuper de l'image de la compagnie, laquelle est en mode embauche.

L'avenir de Pedlex évolue avec son marché. À mesure que les concessions automobiles deviennent plus high-tech, leurs menues pièces électroniques nécessitent des coffres



YVES POIRIER Vice-président de Pedlex

adaptés. «Dans notre catalogue, nous avons une section Sécurité & Santé qui s'est bien sûr retrouvée en rupture de stock. Mais la situation a créé des opportunités. Par exemple, notre fournisseur Rousseau a créé de superbes structures qui intègrent des panneaux séparateurs. Un autre partenaire propose une station de lavage autonome.»

«En somme, même si 2020 a fait reculer notre chiffre d'affaires, nous sommes restés profitables. En fait, compte tenu de toutes les circonstances, je peux même parler d'une bonne année. Tandis que 2021 devrait nous ramener là où nous étions avant la pandémie», estime Yves Poirier.

Et la chasse aux années-record, une bonne habitude chez Pedlex, pourra ainsi reprendre.



### I BANQUE SCOTIA I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

ous avons tous dû conjuguer avec l'imprévisible en usant de créativité et de résilience face aux grands bouleversements de 2020. Comme le statu quo n'était pas une option, le Centre de financement aux concessionnaires de la Banque Scotia a donc revisité ses standards et ses façons de faire.

Tout d'abord, par souci d'éthique et pour la santé de tous, notre personnel des ventes a cessé ses visites en concession mais a gardé le contact différemment. Même en période de confinement, notre Centre est toujours resté ouvert grâce au télétravail et nous sommes demeurés aussi nombreux à vous répondre. Notre objectif a été de garder vivant et alerte notre canal de communication et nous pouvons dire mission accomplie.

En tant que partenaire majeur de l'industrie automobile, nous nous devions d'offrir des services de financement adaptés à vos besoins et aux restrictions gouvernementales mises en place. Il a fallu prendre les décisions qui s'imposaient pour assurer la continuité en

temps réel. Notre expertise de plus de 60 ans en financement automobile nous a bien servis.

Que ça soit via des appels téléphoniques ou des vidéoconférences, avec quelques interlocuteurs ou plusieurs, la Banque Scotia a veillé à vous informer sur tous les sujets brûlants d'actualité.

Par exemple, des personnes mal intentionnées tentent malheureusement de profiter de la situation. Soyez encore plus vigilants que de coutume durant vos transactions de ventes et services bancaires. En cas de doute, communiquez avec nous. Notre équipe est toujours disponible pour vous conseiller et pour vous offrir des séances de formation qui résument les meilleures pratiques contre les fraudeurs.

Cela dit, ces mêmes moments de défis et de grands changements sont aussi porteurs d'opportunités. Nous sommes très fiers de faire partie de cette belle industrie de l'automobile. Nous avons pu constater, en première loge, la résilience de ses membres, leur coopération et leur détermination. Nous pouvons être fiers de ce que nous avons tous accompli ensemble en 2020.



SYLVIE GAGNON
Directrice des ventes et chef
de marché pour la province
du Québec du Centre
de financement Automobile
de la Banque Scotia

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Nous souhaitons continuer d'être à l'écoute de vos attentes et besoins sans cesse changeants durant ces temps très particuliers. En bon partenaire d'affaires, nous voulons faire en sorte de mériter votre confiance, et ce, chaque jour.

Depuis plus de 62 ans, la Banque Scotia œuvre dans l'industrie de l'automobile. Il s'agit d'un segment d'affaires que nous privilégions. À l'aube de 2021, nous sommes prêts!

La Banque Scotia vous réserve de belles surprises, car malgré les rebondissements, nos équipes n'ont pas cessé de réfléchir à la meilleure façon de faire évoluer nos services. Nous vous disons donc à bientôt... et nous avons très hâte de vous revoir en personne!



### I SHOPICAR I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

Résolument numérique, Shopicar n'aurait pas pu choisir une meilleure année que 2020 pour voir le jour. Depuis son lancement au premier trimestre dernier, Shopicar propose aux Canadiens une expérience de magasinage de véhicule en ligne totalement immersive.

«Grâce à notre nouvelle plateforme, ainsi qu'à nos outils novateurs, les consommateurs peuvent magasiner un véhicule d'occasion, de façon autonome, sans quitter leur salon», explique Jonathan Roy, directeur général de Shopicar.

«Que ce soit sur la plateforme Shopicar ou sur les vitrines publicitaires des concessionnaires, tout est en ligne, clairement indiqué: le rapport d'inspection en 150 points, le rapport *Carfax*, toute la galerie de photos incluant celles à 360° (intérieur et extérieur), le prix, le financement, etc.», précise le dirigeant de l'organisation.

L'inventaire de plus d'une centaine de concessionnaires se retrouve sur la nouvelle plateforme Shopicar, d'un bout à l'autre du pays.

L'élément le plus remarquable de ces outils électroniques s'avère sans contredit la nouvelle application 360° que l'équipe de Shopicar a développée cet automne. «Au lieu de visionner des dizaines de photos du véhicule, cette nouvelle application permet d'utiliser une caméra qui devient les yeux du consommateur. Comme si le client était sur place. Il peut faire un tour complet du véhicule, autant à l'extérieur qu'à l'intérieur», mentionne fièrement Jonathan Roy.

L'ensemble de ces outils permet d'accroître la transparence sur les vitrines publicitaires des partenaires et d'augmenter ainsi la confiance des clients qui magasineront sur ces plateformes numériques. Le tout dans le but ultime de convertir les visites sur les plateformes en vente!

Ces outils sont actuellement utilisés par plus d'une dizaine de concessionnaires et marchands de véhicules d'occasion du Grand Montréal. Après plusieurs mois de test, l'équipe de Shopicar est maintenant prête à déployer ces outils à l'échelle canadienne.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

our justement encourager de nouvelles adhésions au sein de l'industrie automobile, l'équipe de Shopicar prolonge son prix de lancement, réduit de 40%, pour le premier trimestre de 2021.



JONATHAN ROY Directeur général de Shopicar

«Pandémie ou non, la vente complète de véhicules en ligne deviendra une réalité, dit Jonathan Roy. Notre plateforme ainsi que nos outils sont arrivés sur le marché à un moment clé dans l'histoire de l'industrie. Nous avons la conviction de pouvoir fournir à nos partenaires les outils idéaux qui faciliteront leur transition vers la nouvelle réalité de vente complète de voitures en ligne.»

Voilà pourquoi Shopicar s'attend à connaître une forte croissance en 2021. L'entreprise, qui compte déjà une dizaine d'employés, vient d'emménager dans de nouveaux bureaux sur le boulevard Curé-Labelle, à Laval, et elle est actuellement en mode embauche.



### | SiriusXM |

### **LES BONS COUPS DE 2020**

"année a commencé incroyablement bien... puis nous avons dû devenir créatifs», raconte Jean-François Martin, directeur régional de SiriusXM pour l'est du Canada

«Pour égayer la vie des gens en confinement, SiriusXM a décidé d'offrir sa plateforme gratuitement, c'est-à-dire plus de 300 chaînes dont la populaire *Doctor Radio*. Cette dernière couvrait toutes les "nouvelles COVID-19" et prodiguait des conseils santé. Ainsi, la population a pu profiter sans frais de toute notre programmation jusqu'au mois de juin. La télévision, c'est bien, mais c'est bon aussi d'avoir autre chose pour décrocher un peu. Les gens étaient vraiment contents et l'expérience a généré une grande écoute!»

En fait, la pandémie a en quelque sorte dicté la programmation de SiriusXM en 2020. Une autre période d'essai a été lancée au mois de juin avec une diffusion en ligne et au volant! La nouvelle programmation d'été a offert des festivals virtuels et son fameux *WIFI Comedy Club*. On y retrouvait aussi des chaînes dédiées aux plus grands noms du monde de la musique tels David Bowie, Fleetwood Mac, Guns N'Roses, Led Zeppelin et Metallica. Avec leurs œuvres, bien sûr, mais aussi la musique qui les a inspirés.

Au Québec, les auditeurs ont eu droit dans leur salon à une série de 10 spectacles en ligne provenant de la plateforme virtuelle *Espace Yoop*. Les 20 ans de Kaïn ont couronné le party.

Durant la fermeture des concessions, SiriusXM a innové avec un programme en partenariat avec GEM-CAR. «Les ateliers mécaniques – trois mois gratuits aux clients qui se présentaient pour un entretien – ont permis de maintenir le lien avec nos clients en concession à travers leur département de services », rappelle Jean-François.

Par ailleurs, l'expansion de 360L, qui permet la fusion de SiriusXM en ligne et SiriusXM satellite, s'est poursuivie. Cette nouvelle techno-



logie disponible entre autres sur les modèles 2020 de Ford et BMW transforme l'expérience auditive.

Enfin, une acquisition majeure s'est conclue aux États-Unis avec l'achat de Stitcher. Concrètement, l'entreprise spécialisée en balado-diffusion permettra de nourrir l'engouement des Québécois envers la radio parlée grâce à un contenu varié truffé de nouvelles.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

n retour à la réalité et un contact renouvelé avec nos clients, partenaires et fabricants, et des participations aux événements», voilà ce que Jean-François Martin espère pour 2021.

Quant au 360L, on souhaite l'intégrer à encore plus de modèles d'automobiles. «La technologie nous permet de faire des mises à jour par satellite plus rapidement sans avoir accès au véhicule physique », note le directeur régional.

Enfin, l'accent sera mis sur l'expansion de la diffusion grâce à de nouveaux investissements afin que les clients puissent profiter de plus de fonctionnalités sur la plateforme en ligne et de toute la programmation de SiriusXM, que ce soit à la maison ou dans leur voiture.



### SOLUTION GLOBALE AUTOMOBILE

### **LES BONS COUPS DE 2020**

C'est en temps de crise que l'on voit les entreprises capables de garder la tête hors de l'eau... et même de devenir un phare pour leurs pairs. Le fournisseur de produits de protection Solution Globale Automobile fait partie de ces compagnies qui donnent l'exemple.

«La pandémie a eu pour effet de nous rapprocher encore plus de nos clients malgré la distanciation sociale. Les nouvelles mesures sanitaires nous ont stimulés à revoir et à mettre à jour nos techniques de coaching. Du coup, Solution Globale Automobile s'est rapidement adaptée pour donner le même service à distance à tous ses partenaires. Et nous n'avons rien négligé afin d'offrir le meilleur soutien à nos directeurs commerciaux», indique Jean-Claude Rabbat, président de Solution Globale Automobile.

Bien que les membres de l'équipe de Jean-Claude Rabbat n'aient pu se déplacer en concession, ils en ont profité pour multiplier les rencontres virtuelles et téléphoniques avec l'ensemble des partenaires. « Nous avons pris le temps de discuter avec chacun d'eux pour les aider à composer avec les nouvelles réalités dans lesquelles nous a plongés la pandémie »

Cette précieuse attention auprès des clients a été incroyable! «Malgré la situation inhabituelle, nous sommes parvenus à atteindre les objectifs que Solution Globale s'était fixés pour l'année. Nos partenaires ont, pour la plupart, connu des taux de performance plus élevés que l'on n'aurait cru. Nous avons même recruté de nouveaux clients. En somme, nous avons obtenu des résultats assez incroyables compte tenu des nouvelles conditions de travail», souligne fièrement Jean-Claude Rabbat.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Ces résultats fort encourageants incitent l'équipe de Solution Globale Automobile à redoubler d'ardeur et à vouloir poursuivre le perfectionnement des techniques de coaching auprès de ses partenaires. «Les résultats de 2020 nous motivent également à vouloir offrir les meilleures solutions qui soient



JEAN-CLAUDE RABBAT Président de Solution Globale Automobile

pour l'année qui vient», dit Jean-Claude Rabbat.

Le président de Solution Globale Automobile ne cache pas que lui et son équipe ont hâte de visiter en concession leurs nouveaux partenaires et leurs collaborateurs de longue date.

«En attendant que cela se reproduise, souhaitons-nous de la santé à tous. C'est ce dont on aura sans doute besoin le plus pour travailler dans les conditions que l'on appelle désormais la "nouvelle normalité".» • • •



### **SULY** I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

D'entrée de jeu, Denis Tardif, le président-directeur général de Suly, l'entreprise québécoise spécialisée dans la fidélisation de la clientèle, nous prévient qu'il aimerait nous parler de l'année qui s'achève sans prononcer le mot COVID. «On l'entend suffisamment comme ça », soupire-t-il.

Sauf que c'est justement le fameux virus qui a permis à Suly de se démarquer une nouvelle fois. Comme tout employeur soucieux de la santé de son personnel et respectueux des normes de la CNESST, Denis Tardif avait instauré un système journalier où un employé notait à la mitaine l'état de santé de ses collègues interpellés dès leur entrée dans les bureaux de Brossard. Une tâche rendue encore plus ardue par les divers quarts de travail.

Devant la logistique impossible, le p.-d. g. a eu la bonne idée de demander à ses programmeurs de lui coder un logiciel qui permettrait un meilleur suivi. Ainsi est né *Assistant d'Avis de Symptômes* (ou AAS).

Grosso modo, 45 minutes avant de se présenter à son travail, l'employé reçoit un message texte qui lui demande de valider son état de santé. S'il répond oui à l'un des symptômes, un second message l'avise de rester à la maison. Son superviseur ensuite prend le relais. Le programme garde en mémoire chaque communication et offre des rapports paramétrables.

«Nous nous retrouvons ainsi avec un milieu de travail où tout le monde se sent en sécurité», dit Denis Tardif. L'efficacité et la simplicité du système, d'une part, et le fait qu'il coûte aussi peu que 3,76\$ par employé par mois pour un concessionnaire comptant au moins 40 salariés, d'autre part, ont tellement stimulé le bouche à oreille que plusieurs compagnies n'ayant rien à voir avec l'industrie automobile se sont également abonnées à AAS.

Denis Tardif a ensuite trouvé le temps de réfléchir aux ventes privées que son équipe planifie sous la bannière Taktic. Il est arrivé à la conclusion que l'opération deviendrait beaucoup plus profitable si un «directeur d'événement» s'occupait lui-même de rejoindre le client potentiel au téléphone pour l'inviter à une prochaine visite et s'il était sur place, dans la concession, pour l'accueillir. Ce qui fut fait, avec des résultats probants. «Des visites privées plus intimes, plus personnalisées et plus rentables», dit le président.



**DENIS TARDIF** Président-directeur général de Suly

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

u printemps, Suly lancera la version 2.0 d'AutoVeille, son réputé programme de suivi des clients en financement et location durant tout le cycle de propriété, et ce, jusqu'à l'équité. La base reste la même, c'est-à-dire le ciblage pointu du meilleur moment pour convaincre un client de venir échanger son véhicule pour un neuf. Le secret reste le même, soit un data mis quotidiennement à jour par de puissants ordinateurs. La nouveauté: un directeur d'événement en concession, qui saura interpréter toutes les données mises à sa disposition mais qui, surtout, joindra personnellement le client pour prendre rendez-vous.

«C'est un peu comme si nous ajoutions un service de conciergerie à notre programme *AutoVeille*», résume Denis Tardif au sujet d'une autre des améliorations que Suly déploiera l'année prochaine. Comme à chaque année, d'ailleurs.



### I FINANCEMENT AUTO TD I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

"Un seul regard sur l'année qui vient de s'achever et je crois que nous pouvons affirmer que 2020 a été remplie d'émotions et d'incertitude. J'ai toujours dit à mes clients dans ces moments d'ambiguïté qu'ils auraient besoin d'un partenaire à leurs côtés, se rappelle Christopher Tollstam, chef de marché du Financement Auto TD au Québec. Je crois que nous avons justement rempli ce rôle, et même au-delà, et j'en suis fier.»

Lorsque la pandémie a frappé, Christopher Tollstam et son équipe se sont mobilisés rapidement. Ils ont amélioré le rendement technologique afin que tous les employés puissent travailler de la maison pour continuer d'offrir le service de première classe pour lequel ils sont reconnus. En effet, le dernier sondage de la firme JD Power sur l'excellence en service à la clientèle place Financement Auto TD au premier rang, et ce, pour une troisième année consécutive.

«Tous nos clients nous ont remerciés et nous ont menés vers une année record, particulièrement sur le plan des nouveaux prêts. Je suis abasourdi de ce soutien et en suis très reconnaissant.» Ce succès, Christopher Tollstam l'explique en partie par un soutien constant auprès de ses clients et partenaires OEM ainsi qu'au travail dévoué de l'équipe du financement.

Sur le plan commercial, «cette année a été fantastique». La Banque TD a en effet accueil-li de nombreux concessionnaires au sein de sa famille. Les directeurs en relation d'affaires ont été présents et à l'écoute de ces nouveaux partenaires afin de leur donner des conseils de restructuration financière et des options à la suite des fermetures et de l'incertitude ambiante.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Christopher Tollstam souhaite d'abord de la santé et du bonheur à tous. «Nous traversons une période difficile et ça fait chaud au cœur de voir les efforts d'entraide de tout un chacun.» Après une autre année record, la Banque TD demeurera disponible et continuera de soutenir tous les aspects de l'industrie automobile. Les réunions et les sessions de formation virtuelles se poursuivront jusqu'à ce que les rencontres en personne soient à nouveau possibles et sécuritaires.

«Au sortir de cette crise, nous maintien-



CHRISTOPHER TOLLSTAM Chef de marché du Financement Auto TD au Ouébec

drons notre promesse de toujours offrir un service hors pair et un soutien aux communautés dans lesquelles nous opérons», promet le directeur dont l'équipe de Financement Auto TD entend accroître sa présence sur le terrain.

Par ailleurs, l'application *TD Wheels* continue de gagner du terrain. «J'encourage tout le monde à y jeter un coup d'œil et à contacter leur directeur en relation d'affaires afin d'établir comment cet outil peut répondre à leurs besoins et à l'épanouissement de leur entreprise, dit Christopher. J'invite tous les lecteurs à communiquer avec moi personnellement car j'aimerais savoir ce que vous avez en tête pour 2021. D'ici là, bonne année et mes meilleurs vœux!»



Toute notre équipe s'engage à traiter vos demandes de crédit avec souplesse, afin de faire fructifier vos affaires.

Bonne année 2021!



Financement auto TD | Prêts pour l'avenir, prêts pour vous.



### I TRADER I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

e principal fournisseur de solutions automobiles numériques au Canada a connu une augmentation du trafic, et ce, malgré – ou en raison de – la pandémie. Les statistiques sont imposantes:

- 25 millions de visites mensuelles sur autoHEBDO.net et 6 millions de téléchargements de l'appli mobile autoHEBDO.net;
- 1,8 million de visiteurs uniques par mois au Québec (31% de mieux que 2019) et un gain de 27% du nombre de visites, dont 4,5 millions d'une durée moyenne de visionnement de sept véhicules sur les pages de détail des concessionnaires.

«En avril et en mai, dès la fermeture des salles d'exposition, nous avons ouvert gratuitement l'accès à autoHEBDO.net, c'est-à-dire zéro frais d'affichage, puis réduit les frais les mois suivants », explique Luc Morin, vice-président ventes et expérience client pour le Québec chez Trader. De plus, sur la place d'affaires autoHEBDO.net, un programme de vente à distance était offert sans frais afin d'optimiser les transactions en ligne. «Nous pouvions ainsi soutenir les gens et leur donner une expérience concession à partir de leur domicile. Avec la nouvelle fonctionnalité *Réservez-le*, un espace dédié à l'information dans les

pages de détails et un *chat* en temps réel, le client peut réserver un véhicule en toute sécurité sans se déplacer.»

Plusieurs autres initiatives ont fait parler d'elles:

- Nés en 2019, les prix *Lauréats voté meilleur prix* ont récompensé 330 concessionnaires et marchands ayant eu le plus grand nombre de mentions *Bon prix* ou *Super prix* après l'analyse de 450 000 véhicules;
- Lancement de la première Solution de vente au détail numérique. « Nous sommes les premiers à offrir ce service, où il est possible de compléter les transactions jusqu'à la livraison, incluant le choix des options et des garanties. Grâce au logiciel MotoCommerce, alimenté par la plateforme Motoinsight, les concessionnaires qui utilisaient l'outil à partir de leurs annonces sur autoHEBDO.net et sur leurs sites Web ont connu une croissance de 80% de la conversion de leurs prospects à la vente dans les six derniers mois», explique Luc Morin;
- autoHEBDO.net demeure un incontournable en matière de tarification et d'évaluation de véhicule;
- Commanditaire officiel de la campagne de balado *La Poche Bleue*, une initiative québécoise diffusée sur le Web et à l'antenne du 98,5 FM;



LUC MORIN
Vice-président ventes
et expérience client
pour le Québec
chez Trader

- Beaucoup de bon boulot abattu sur LesPAC, le site acquis l'an dernier, dont la modernisation de l'image;
- À l'automne, la campagne humoristique Le bon monde, les bonnes affaires axée sur la qualité des annonces.

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

« Pour les joueurs qui n'étaient pas prêts à répondre à la forte demande du commerce numérique, la pandémie a eu un impact, mais pour nous qui avions déjà toutes les fonctionnalités, la situation nous a permis d'apporter encore plus de support aux concessionnaires québécois », dit Luc Morin.

«Nous avons bien répondu à cette accélération de la transformation numérique du commerce et maintenu notre rôle de leader grâce aussi au plus important inventaire de véhicules neufs et d'occasion. Notre souhait pour 2021 est de continuer de jouer un rôle important sur l'accélération du commerce numérique du marché automobile et de continuer à épauler les concessionnaires québécois dans leur transformation digitale.» • • •



### I TRADEHELPER I ESP DIRECT I

### **LES BONS COUPS DE 2020**

e partenariat fusionnel de TradeHelper et des Enchères d'autos ESP s'est conclu en 2019, mais c'est en 2020 que tout le travail a commencé. Ainsi, les clients fidèles et familiarisés au processus d'encans physiques peuvent dorénavant bénéficier des avantages d'une plateforme en ligne, et vice-versa.

«Cette fusion nous a permis de doubler les yeux sur les véhicules offerts par chacune de nos entreprises. Nous offrons également un système complet de remarketing grâce auquel les concessionnaires de véhicules neufs peuvent vendre de leur concession, sur le site de TradeHelper ou encore chez ESP s'ils ne sont toujours pas vendus. On s'occupe de tout pour le marchand, du transport au paiement en passant par le transfert des enregistrements», précise Alain Boisvert, président-directeur général des Enchères d'autos ESP.

Cette visibilité accrue des produits et des services offerts par les deux entités s'est traduite par une augmentation de 20% des transactions par rapport à 2019 pour chacune des deux entreprises. «Nous sommes les premiers à offrir les deux systèmes de vente, c'est-à-dire achat en ligne et encans physiques. Tout le monde est content», renchérit Karl Tremblay, président-directeur général de TradeHelper.

Malgré la pandémie et la fermeture des encans lors du confinement, TradeHelper et ESP ont connu une augmentation sans précédent avec des transactions réalisées au Québec, au Canada et même aux États-Unis. L'année 2020 se terminera sur une note très positive avec plus de 31500 véhicules vendus, ce qui représente environ 150 millions de dollars en volume de ventes.

Les deux PDG tiennent à remercier tout particulièrement leurs employés pour leurs efforts accrus ainsi que tous leurs clients et partenaires pour leur travail pendant la pandémie et lors de la fusion. D'ailleurs, ESP s'est démontré très vigilant dans le respect des mesures sanitaires dès la réouverture, et ce, aux lignes d'encan comme à toutes les étapes de la vente.

Enfin, soulignons que depuis le mois de novembre 2020, TradeHelper s'occupe de la vente et des paiements à 100% pour une transaction clé en main.



ALAIN BOISVERT Président-directeur général des Enchères d'autos ESP

KARL TREMBLAY Président-directeur général de TradeHelper

### **LES SOUHAITS POUR 2021**

Enchères d'autos ESP n'est pas la seule entreprise à s'être associée à TradeHelper l'année dernière puisque Stéphane St-Hilaire a également choisi de joindre l'équipe. Il y a fort à parier que d'autres associations verront le jour en 2021. Les deux partenaires comptent embaucher chacun de nouvelles ressources pour mener à bien leur expansion.

Avec les statistiques de ventes qu'ils ont connues dans cette première année de partenariat, TradeHelper et Les Enchères d'autos ESP entrevoient 2021 d'un très bon œil. «Si nous poursuivons sur notre lancée, croient Karl et Alain, nous pourrions même revivre les records de 2017, soit près de 40000 véhicules vendus en une seule année.»





### GARDEZ LES CHOSES SIMPLES. MESUREZ CE QUI COMPTE.

MATCH



Visitez go.trader.ca/fr/Match pour plus de détails.

### **CHIFFRES DÉCHIFFRÉS**

NOTE: Les constructeurs automobiles ayant decidé de fournir désormais leurs chiffres de ventes de véhicules neufs de manière trimestrielle, AutoMédia, entre ces rapports officiels, prendra le temps de vous traduire en mots les statistiques les plus marquantes et spécifiques à la Belle Province.



### **BMW**

La Série 3 est une légende qui représente fièrement la marque bavaroise depuis le milieu des années 70.

Même si les ventes du X3 ont pris les devants, la marge demeure relativement mince avec seulement quelques centaines d'unités qui séparent les deux modèles, contrairement à Mercedes-Benz et Audi, chez qui l'écart entre les ventes de berlines et de VUS est maintenant beaucoup plus large.



### **AUDI**

Le Q3 va terminer l'année avec une hausse substantielle de ses ventes par rapport à l'année précédente (+85%).

Qui plus est, ensemble, les ventes du Q3 et du Q5 accaparent presque 25% des ventes de VUS de luxe compacts.



### **FCA**

Chez FCA, Jeep et RAM demeurent les piliers forts de l'entreprise avec des ventes cumulatives pour l'année sous la barre des -15 % (la moyenne de l'industrie est de -20 %). Par exemple, chez RAM, les camionnettes pleine grandeur se positionnent comme 2º meilleur vendeur du créneau avec plus de 10 000 ventes en 2020. Chez Jeep, l'apport des ventes du Gladiator aide à conserver cette bonne moyenne. Enfin, mine de rien, le Dodge Durango domine la catégorie des gros utilitaires haut la main, avec des ventes presque deux fois plus importantes que celles de ses autres compétiteurs.



### **HONDA**

Cette année, les ventes cumulatives chez Honda au Québec sont en baisse d'environ 25 %.

La Civic (-30%), qui demeure pour l'instant la voiture la plus vendue dans la Belle Province, en est partiellement responsable, quoique le CR-V soit lui aussi durement touché (-25%). Par contre, au niveau du Pilot et du Passport, les choses vont bien avec de belles augmentations par rapport à l'année précédente.



### **GM**

Chez les trois constructeurs américains, GM est celui qui pour l'instant affiche la baisse la plus faible de ses ventes (-17%). Cadillac se porte particulièrement bien avec des ventes supérieures à celles de 2019 grâce surtout aux excellentes performances du XT4 et XT5. Notons aussi que la Corvette compte pour presque 25% des ventes de toutes les sportives de luxe au Québec.





### Chez Ford, deux modèles sont en train de fracasser leurs chiffres de ventes de 2019.

Le Ford Explorer voit ses ventes presque doubler, et le Ranger, qui a réussi à écouler plus de 15000 unités depuis le début de l'année, se place en 2º position du segment, derrière le Toyota Tacoma. Notons aussi que le Ford Transit est le fourgon le plus apprécié des Québécois cette année avec près de 3000 unités vendues, soit le tiers des ventes du segment.



### GARDEZ LES CHOSES SIMPLES. MESUREZ CE QUI COMPTE.

MATCH



Visitez go.trader.ca/fr/Match pour plus de détails.



### **HYUNDAI**

L'impact du Kona pour Hyundai est majeur! Avec plus de 10000 ventes au compteur depuis le début de l'année, l'utilitaire sous-compact représente environ le tiers des Hyundai vendus au Québec. De plus, malgré une concurrence féroce, ses ventes accaparent 25% du créneau. Enfin, l'ajout du Venue et du Palisade au catalogue de Hyundai amène aussi de l'eau au moulin et aide à soutenir le volume des ventes, affaibli dans son ensemble par les performances peu enviables des voitures comme l'Accent (-50%) et l'Elantra (-45%).



### **LAND ROVER**

Chez Land Rover, les ventes du Discovery Sport sont les moins touchées par la pandémie avec une baisse d'environ 10%. Par contre, le Range Rover Sport demeure le meilleur vendeur du constructeur au Québec.



### **JAGUAR**

2020 est une année difficile pour Jaguar, qui subit une diminution d'environ 50% de ses ventes au Québec.

Environ les deux tiers des ventes du constructeur de Coventry reposent sur les épaules de l'utilitaire de luxe F-Pace.



### KIA

Kia est un des rares constructeurs dont le volume de ventes n'accuse aucun retard face à l'année précédente.

L'arrivée du Seltos, qui affiche des ventes au-delà de 4000 unités depuis le début de l'année, a contribué à contrebalancer la diminution des ventes des autres modèles, des modèles qui somme toute sont demeurés relativement stables face à leurs rivaux.



### **MAZDA**

Mazda profite d'une position enviable dans le segment des utilitaires compacts. Son CX-5 est non seulement le 3<sup>e</sup>meilleur vendeur du segment, le constructeur d'Hiroshima possède aussi la 2º plus importante part de marché dans le créneau (merci à l'ajout du CX-30). Par contre, l'effet de la forte popularité des VUS fait en sorte que les ventes de voitures sont en chute libre. La Mazda3 (voir page 8) affiche une baisse de 40%, mais conserve au moins un volume de ventes substantiel. On observe l'effet inverse chez la Mazda6. La diminution des ventes du modèle en termes de pourcentage n'est pas aussi marquée, mais il a réalisé moins de 200 ventes depuis le début de l'année sur le territoire québécois.

### **MERCEDES-BENZ**

Au Québec, en date du 31 octobre, Mercedes-Benz trônait au sommet de 5 segments.

Les segments des voitures de luxe compactes (Classe B/CLA), de luxe (Classe C) et pleine grandeur (Classe E), ainsi que chez les utilitaires de luxe intermédiaires (GLE) et pleine grandeur (G/GL). Ironiquement, le meilleur vendeur du constructeur, le GLC, ne domine pas son créneau et se retrouve en fait loin derrière son concurrent, l'Audi Q5.





### GARDEZ LES CHOSES SIMPLES. MESUREZ CE QUI COMPTE.

MATCH



Visitez go.trader.ca/fr/Match pour plus de détails.

### **CHIFFRES DÉCHIFFRÉS**



### **MITSUBISHI**

Il ne reste qu'une voiture dans le portfolio de Mitsubishi au Québec, la Mirage.

Malheureusement, ses ventes se maintiennent dans le bas du segment. L'ensemble du volume des ventes est donc entre les mains des VUS (Eclipse Cross, Outlander, Outlander PHEV et RVR), qui performent tous de façon à peu près égale avec des ventes qui oscillent entre 1000 et 1500 unités depuis le début de l'année et une baisse des ventes cumulatives entre 20% et 30%.



### **SUBARU**

Subaru est lui aussi un des rares constructeurs qui arrive à ce jour à conserver des ventes stables en 2020.

Les bonnes performances du Crosstrek sont à remercier avec une augmentation de 20% face à 2019, ce qui le positionne en 4° place dans son segment. Notons aussi que l'Outback demeure la championne de son segment en plus de profiter d'une légère augmentation de ses ventes par rapport à l'année précédente.



### **NISSAN**

Sur les 27 modèles offerts par Nissan et Infiniti, trois modèles représentent plus de 50 % des ventes en sol québécois: le Kicks, le Roque et le Qashgai.

Le Kicks occupe d'ailleurs la 2<sup>e</sup> position dans son créneau.



### **TOYOTA**

Malgré une baisse de 20 % de ses ventes annuelles, Toyota/Lexus demeure la marque ayant le plus gros volume au Québec.

Elle est en ligne pour atteindre environ 60 000 ventes à la fin de 2020. Le RAV4 fait belle figure et domine les ventes de VUS, toutes catégories confondues. Le Tacoma demeure lui aussi au sommet de son créneau et une toute nouvelle génération de Highlander aide le modèle à augmenter ses ventes face à 2019.



### **PORSCHE**

La 911 demeure la sportive la plus populaire du constructeur de Stuttgart.

Quoique les ventes de la nouvelle Taycan 100% électrique sient en train de la rattraper. Notons que 60% des ventes chez Porsche sont aujourd'hui attribuables aux VUS.



### **VOLVO**

Avec des ventes stables, des VUS qui se vendent bien (les XC40 et XC60 sont tous deux en hausse).

Volvo est le constructeur de luxe qui montre les meilleures performances par comparaison avec l'année précédente. Mentionnons que ses VUS comptent pour 80 % de toutes ses ventes.

### VOLKSWAGEN

Volkswagen est le seul constructeur qui vend plus de voitures que de camions, avec un ratio d'environ 6 voitures pour 4 camions.

Au Québec, la Golf demeure son meilleur vendeur, suivie du Tiguan et de la Jetta.



### **EN VENTE MAINTENANT!**









ÉRIC **LEFRANÇOIS** 



CARL **NADEAU** 

# 20 ANS À VOUS OFFRIR LA MEILLEURE VITRINE POUR TOUT SAVOIR SUR LES NOUVEAUX MODÈLES

Une ouverture sur 2 pages pour chaque constructeur

Le seul à fournir une liste de prix des véhicules d'occasion

Le seul à accompagner les essais routiers d'une 2° opinion pour la majorité des modèles

### **NOS REPORTAGES EXCLUSIFS 2021**



### **RALLYKART**

Une création québécoise qui met l'accent sur l'adrénaline

### LES 20 ANS DE L'ANNUEL EN COULISSE

racontés par les fondateurs, Michel Crépault et Benoit Charette

### LES BORNES DE RECHARGE

Faire le bon choix pour la maison

### QUE LA RÉVOLUTION COMMENCE

Les camions seront bientôt électriques: les modèles les plus attendus







À L'AUBE D'UNE RÉVOLUTION DANS LA GESTION DES CONCESSIONS AUTOMOBILES...

> Joyeuses fêtes à tous nos clients et merci de votre confiance!



**COMMUNIQUEZ AVEC NOUS**