





Mitsubishi Motors, la plus ancienne marque automobile du Japon, a toujours été connue pour son ingénierie supérieure, sa transmission quatre roues motrices et sa qualité. Dès le premier jour, la marque a impressionné les conducteurs québécois qui continuent d'apprécier ses performances audacieuses et son esprit indépendant.

Nous célébrons deux décennies de qualité, de valeur et d'exploration aventureuse pour les Québécois. Notre garantie renommée a soutenu les propriétaires à chaque kilomètre.

C'est l'année de la découverte de notre nouvelle gamme de véhicules, dont l'Outlander de nouvelle génération, le Mitsubishi le mieux équipé jamais construit, l'Eclipse Cross restylé et notre Outlander PHEV amélioré.

En associant nos traditions à un présent inspirant, Mitsubishi Motors se tourne vers un avenir brillant.



#### **EN PASSANT...**

## NOTRE MISSION AUJOURD'HUI ET DEMAIN



epuis 2012, *AutoMédia* profite de la proximité de Noël pour vous présenter ce que nous appelons *Les Promos des fêtes*. Il s'agit ni plus ni moins d'une occasion en or pour les fournisseurs de l'industrie automobile de faire le point avec vous, les concessionnaires et marchands de la Belle Province, sur leurs bons coups de l'année qui s'achève et sur leurs souhaits en vue de la nouvelle qui approche à grands pas.

Au nom de toute l'équipe d'*AutoMédia*, j'ai envie de me livrer au même exercice.

#### Nos bons coups de 2021

Notre succès s'évalue principalement par l'impact que nous pouvons avoir sur... vous! Ce n'est pas toujours tangible ou facile à comptabiliser. Mais lorsque vous nous adressez un courriel pour nous remercier d'avoir pondu telle nouvelle ou développé tel dossier, lorsqu'un contenu est partagé et aimé sur les réseaux sociaux, lorsque d'autres médias font référence à notre travail ou tout simplement lorsque vous nous demandez de vous abonner à notre publication, que ce soit la version imprimée ou numérique, chacune de ces retombées positives fait en sorte que nous avons l'impression de réussir notre mission un peu plus chaque jour.

Même les critiques (et il y en a), en les espérant constructives, nous fait grandir tout en nous démontrant encore que notre travail ne laisse pas indifférent.

Toutes ces marques de reconnaissance, pour des professionnels de l'information, sont du bonbon. Accumulées, à la fin de la journée ou de l'année, elles nous autorisent à bomber le torse et à poursuivre notre objectif de vous informer.

#### Nos souhaits pour 2022

Avec tous les défis qui ont façonné 2021, la majorité découlant de ceux de 2020 qui, eux, nous ont presque pris de court, nous contemplons l'horizon de 2022 et nous savons que ça ne sera toujours pas de la tarte. Mais on commence à être blindés, n'est-ce pas?

Or, avec un lot de défis viennent des histoires à raconter, des récits à publier. Notre défi à nous sera donc de continuer à couvrir un maximum d'actualité sans tomber dans la répétition. Pour cela, nous souhaitons que vous nous parliez. Racontez-les-nous, ces histoires et ces récits, afin que nous puissions ensuite les partager avec tous vos collègues. Ils vont en redemander.

Nous avons également le défi constant de nous adapter aux nouvelles technologies et de rejoindre notre audience là où elle se trouve. Nous ne sommes pas encore rendus à présenter nos reportages dans le Metaverse de Mark Zuckerberg, mais nous en prenons peut-être le chemin.

Enfin, mon dernier souhait est le plus éculé mais aussi le plus beau : santé, prospérité et bonheur pour tous!

www. automedia.ca

• info@automedia.ca

Suivez-nous sur Facebook et Twitter!



## **AutoMédia**

Témoin de l'industrie automobile

Volume 11, nº 4, décembre 2021 – janvier 2022

#### **LEURS BONS COUPS EN 2021 LEURS SOUHAITS POUR 2021** Banques Solution Globale Banque de Montréal 16 Automobile 31 **Banque Nationale** 17 Marketplace Banque Scotia 18 CarGurus 32 19 **TRADER** 33 Desjardins 20 **Opérations fixes** Iceberg Finance 21 **Pedlex** 34 Courtier **Organismes** 22 DSMA CSMO-Auto 35 **Encans Technologies EBlock** 23 Carfax 36 Finances et assurances Cox Automotive 37 Garantie AutoRoute 24 Kimoby 38 25 DecisioningIT **NERD Auto** 39 Groupe Premier Québec 26 **PBS Systems** 40 LE BURO 27 Shopicar 41 LGM 28 SiriusXM 42 **Produits Avantage Plus** 29 Suly Réseau Multi Concessionnaires 30

#### **INDUSTRIE**



CES MARQUES QUI VONT CHANGER LE MARCHÉ

8

COMBIEN ÇA COÛTE (RÉELLEMENT) EMBAUCHER UN CONSEILLER(ÈRE) AUX VENTES? 14



#### **CHRONIQUES**

- **4 AINSI PENSE ANTOINE**
- 5 AUTEMPS JADIS
- **7 SUR LA ROUTE**

#### **AINSI PENSE ANTOINE I**



## **DE VRAIS CHIFFRES POUR 2022?**

Le moins que l'on puisse dire, c'est que 2021 aura été une année pivot. Une année où la voiture électrique n'était plus marginale et où plus personne n'osait s'en moquer. Et paradoxalement, une année où les petites voitures n'ont jamais été aussi impopulaires. Souvent imprévisible, cette année a été difficile pour certains, mais très bénéfique pour d'autres.

lors que 2021 s'achève, on peut certainement constater que la façon de vendre des véhicules a changé, que la façon d'évaluer la valeur d'une automobile n'est plus du tout la même et, surtout, que ces petits guides de référence permettant d'établir la valeur d'un produit n'ont jamais été aussi mésadaptés. Le prix des véhicules grimpe en flèche et la surenchère pour certains modèles est aujourd'hui fréquente. Puis, il y a ce temps d'attente causé par un manque d'inventaire, au grand dam des concessionnaires, qui ont l'odieuse tâche de décevoir trop de clients, à qui il faut souvent répondre qu'on n'a rien à leur mettre sous la dent.

Jamais je n'aurais cru que j'accepterais un jour de payer le plein prix pour un véhicule, surtout en sachant qu'il me faudrait l'attendre au moins six mois. Et pourtant, ça a été le cas. Oh, certes, je pourrais me passer de ce joujou que je m'offre et qui parcourra seulement quelques milliers de kilomètres par année. Or, parce que l'industrie comme le consommateur accordent aujourd'hui une réelle valeur à une voiture, je ne crains pas de voir cette nouvelle acquisition déprécier de 50% en quatre ou cinq ans, comme c'était le cas avant.

La pénurie de véhicules a donc, selon moi, des effets positifs. Non seulement elle permet à un concessionnaire de mieux vendre, avec profit, mais le consommateur considère de plus en plus l'achat d'un véhicule comme un privilège aujourd'hui, sans parler d'une dépréciation qui n'ira plus à vitesse grand V.



LA PÉNURIE DE VÉHICULES A DONC, SELON MOI, DES EFFETS POSITIFS.

NON SEULEMENT ELLE PERMET À UN CONCESSIONNAIRE DE MIEUX VENDRE,

AVEC PROFIT, MAIS LE CONSOMMATEUR CONSIDÈRE DE PLUS EN PLUS

L'ACHAT D'UN VÉHICULE COMME UN PRIVILÈGE AUJOURD'HUI,

SANS PARLER D'UNE DÉPRÉCIATION QUI N'IRA PLUS À VITESSE GRAND V.

Pour le concessionnaire, cela signifie aussi moins de frais reliés à l'inventaire, aux salaires et autres, ce qui lui assure une meilleure profitabilité, et ce, même si les ventes de véhicules en termes d'unités sont en baisse.

Mon souhait pour 2022? Que l'industrie se stabilise, oui, qu'il soit possible d'obtenir les véhicules désirés dans un délai raisonnable, mais pas de retourner à l'ancienne formule, inutile selon moi, où le seul objectif est de faire du volume, du volume et encore du volume. Un meilleur service à la clientèle, une meilleure transaction et éliminer ce sentiment

du client d'être un numéro, ça, c'est intéressant. Si, en adoptant cette nouvelle réalité, le concessionnaire peut terminer son année financière avec un profit supérieur aux années précédentes, à quoi bon revenir en arrière?

Reste à voir comment les constructeurs vont réagir. Dans certains cas, ils mettent énormément de pression sur leurs concessionnaires pour qu'ils inondent leur cour. Toutefois, préenregistrer des véhicules sans qu'ils soient livrés pourrait bientôt être chose du passé. Si quelques-uns l'ont compris, d'autres résistent encore... • • •

## **AutoMédia**

MEDIAGO COMMUNICATIONS INC. CP 930, Coteau-du-Lac (QC) J0P 1B0 info@automedia.ca

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

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

#### Réviseure

Johanne Hamel

Secrétaire de rédaction

Nadine Filion

**GRAPHISME** 

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

VENTES ET FACTURATION

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

IMPRESSION & TRI POSTAL Communimédia inc.

#### **ABONNEMENT**

info@automedia.ca

Abonnement annuel (6 numéros): 33 \$ (taxes incluses) – Prix par numéro: 3,95 \$ Gratuit pour les professionnels de l'industrie automobile

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

DIRECTION Éditeur Michel Crépault michel@automedia.ca AutoMédia, publié 6 fois par année, est distribué à 4300 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, 2021, ISSN 1929-3623

## **BERNARD DURAND DE L'INNOCENTI** À LA CAVERNE D'ALI BABA

L'industrie automobile offre parfois des parcours de carrière inusités. Parlez-en à Bernard Durand. Dans le faste de Lamborghini Montréal, concession de John Scotti Automotive à Kirkland, Monsieur Lambo & Lotus (comme disent ses clients) nous a raconté comment de petites Innocenti l'ont conduit à cette caverne d'Ali Baba.



Bernard Durand, chez Lamborghini Montréal. prend la pose aux côtés d'une Lamborghini Sián valant 3,5 M\$.

🦰 on père, Normand Durand, l'expose très tôt à l'automobile. Distributeur AC Delco, il devient le plus jeune concessionnaire GM montréalais à 34 ans lorsqu'il ouvre Durand Pontiac Buick à Laval, en 1969. Bernard n'a que 11 ans, mais «depuis longtemps, il v avait de l'auto dans mes céréales», dit-il en montrant une photo de lui aux commandes d'une boîte à savon.

Plusieurs années durant, il épaule son père à la concession familiale, puis, après sa fermeture en 1982, chez Automobile Bernard Durand, un commerce de véhicules d'occasion qui devient concessionnaire Innocenti en 1984. Importée d'Italie par Incacars, entreprise de Dino Rivera, cette sous-compacte peu coûteuse (4995\$ à ses débuts) séduit bon nombre de Québécois. «Vendre une Innocenti exigeait plus d'imagination que pour une grosse américaine, rappelle Bernard. Pour les sceptiques, je faisais des démonstrations à 170 km/h avec la version Turbo!»

Une fiabilité relative et une campagne de boycottage lancée par Phil Edmonston, de l'APA, mettent fin à l'aventure d'Incacars dès 1986. Heureusement, lors des réunions de concessionnaires Innocenti, Bernard a fait connaissance avec André Laporte, président d'Automobiles Élégante. «Ce concessionnaire Jaguar et Saab de l'est de Montréal cherchait



En 2005, un gala de boxe organisé chez John Scotti permet à Bernard de faire la connaissance du boxeur Otis Grant.



À 12 ans, Bernard participe à une compétition de boîtes à savon dans cette «GTO The Judge» très spéciale arborant les couleurs de Durand Pontiac Buick.



À 20 ans. Bernard était vice-président directeur de **Durand Pontiac** Buick!

un second représentant pour Jaguar, mais aussi pour liquider ses Innocenti», dit-il en riant. Cette porte d'entrée sur le haut de gamme le mènera à la direction d'une concession Saab créée lorsque le constructeur suédois reprend le contrôle de sa marque au Canada.

En 1990, John Scotti lui propose un poste à sa concession voisine. «J'allais vendre des Volvo, mais aussi des sports cars.» Il se souvient de sa première incursion dans la «caverne d'Ali Baba», l'entrepôt du sous-sol. «Il y avait cinq Lamborghini Countach côte à côte. "Elles ne sont pas à vendre", m'a prévenu John. Ça commençait bien ma carrière chez Scotti. Mais il a ajouté: "T'en fais pas. Elles nous font vendre beaucoup d'autres autos." Après tout, c'était LE spécialiste des Porsche, Lotus, Lamborghini et Ferrari d'occasion au Ouébec.»

Au fil des ans, les ventes de voitures classiques se marient au commerce des marques exotiques comme Alfa Romeo, Hummer et Lotus. «L'arrivée de l'Elise en 2006 m'a marqué. J'en ai vendu 80! Le président de Lotus m'a même téléphoné pour me féliciter.»

Bernard évolue aujourd'hui dans l'environnement somptueux de la concession de l'ouest de Montréal, où loge depuis 2015 la division Luxe et prestige de John Scotti. Un lieu où Lotus prendra bientôt plus de place, comme le suggère la soixantaine de réservations qu'il a pour la nouvelle Emira.

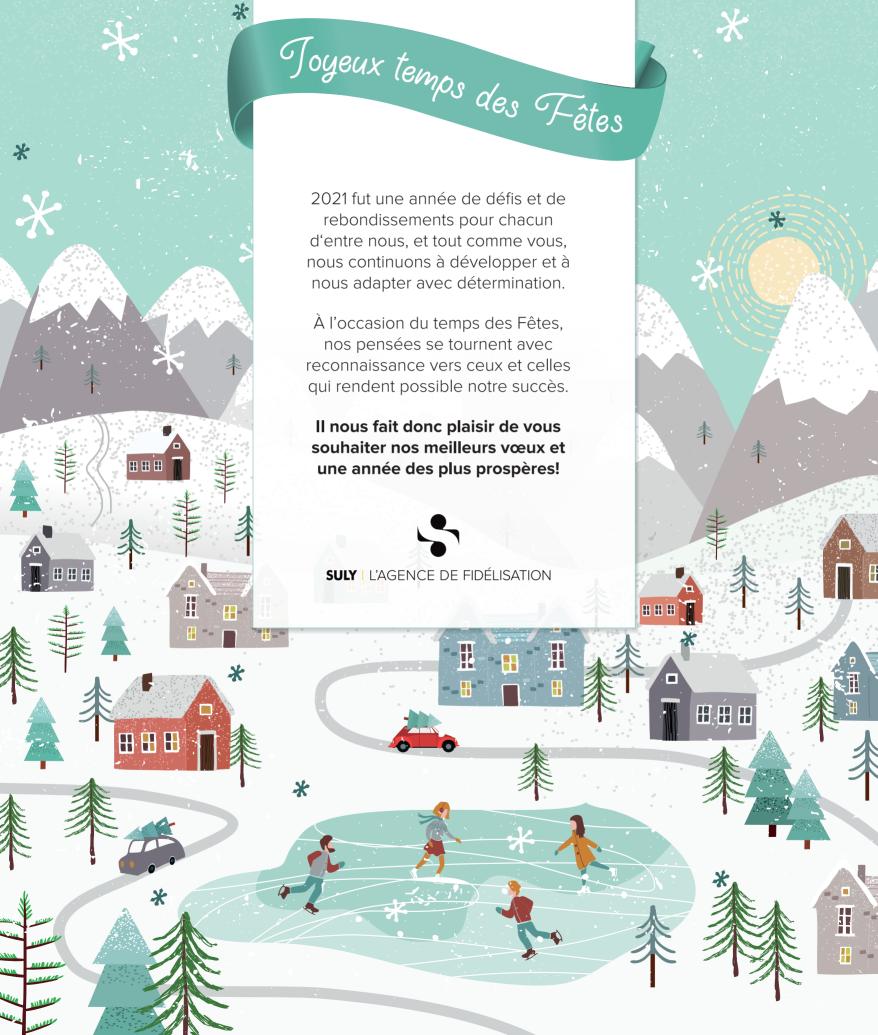


Livraison d'un chargement d'Innocenti à la concession lavalloise Automobile Bernard Durand en 1984.

«Quand tu as la passion de l'automobile, tu ne peux pas être mieux qu'ici! Ça implique beaucoup d'heures de travail; depuis 30 ans, je suis présent tous les soirs. Mais qui a la chance de représenter des marques comme Lamborghini et Lotus? Au fond, mon parcours de carrière était tracé rien que pour moi.» •••



Bernard est toujours présent dans les grands événements automobiles au Québec, à commencer par les salons de l'auto de Montréal et de Québec. Ici, on l'aperçoit au kiosque de John Scotti au Salon international de l'auto de Montréal 2007.



#### SUR LA ROUTE | PROS DE L'AUTO | PAR L'ÉQUIPE D'AUTOMÉDIA



La concession Formule Ford, à Granby, a

de nouveaux propriétaires, Serge Bernier

et Jean-François Frenette. Ouvert depuis 1993, le commerce avait été fondé par Guy

Bissonnette. La transaction a été officialisée

le 1er décembre dernier en collaboration avec

## **Yves Nadeau Groupe Automobile Desjardins**

Après plus de 10 ans de loyaux services au sein du Groupe Automobile Desjardins, Yves Nadeau vient d'être promu en tant que directeur général de la concession Desjardins Chevrolet, à Lévis (l'ancienne Citadelle), acquise par le groupe de Québec le 7 octobre dernier. D'ici trois ans, il souhaite faire passer le nombre de ventes de véhicules neufs et usagés de 800 à plus de 1200.



### **Gino Caputo** Financement automobile TD

Dès le 7 décembre, l'actuel vice-président principal et chef de Financement automobile TD, Michael McGhee, sera promu viceprésident principal, bureau divisionnaire et transformation au sein de la banque d'affaires de TD. Son siège sera désormais occupé par Gino Caputo.



l'équipe de DSMA.

### Éric Audet Nicol Auto

Éric Audet, qui compte plus de 30 années d'expérience derrière la cravate, a reçu le prix Excell'Or Jean Perron lors du 34º Gala Excell'Or de la Chambre de commerce et d'industrie d'Abitibi-Ouest. En plus de diriger Nicol Auto, Éric Audet est propriétaire d'Accès Toyota, à Rouyn-Noranda, et du carrossier CarXpert, à La Sarre.



Le 1er novembre dernier, la concession Toyota du Groupe Gravel a pris possession de sa nouvelle adresse sur le boulevard Métropolitain (évaluée à plus de 15 M\$). L'équipe espère atteindre des ventes de 1000 véhicules neufs et 800 véhicules d'occasion au cours de l'année 2023 », explique Elias Kajjouni.



## **Réal Lessard Valleyfield Honda**

L'entreprise a recruté Réal Lessard comme nouveau directeur du développement des affaires. «La concession a littéralement créé un nouveau poste pour que je rallie les rangs », souligne M. Lessard, âgé de 60 ans. La direction de la concession souhaite bien sûr fidéliser davantage sa clientèle. Mais le commerce, qui vend généralement 400 véhicules neufs et usagés par année, vise aussi le cap des 600 ventes d'ici deux ans.



### **Desmeules Chrysler**

Depuis la fin du mois d'octobre, Desmeules Chrysler fait du bruit avec sa toute nouvelle campagne Web humoristique: Les conseils du gars de char! La nouvelle campagne Web, qui comprend des capsules de 30 à 90 secondes, nécessite un budget dépassant les six chiffres, révèle Maxime Ladouceur. «Mais compte tenu des résultats très satisfaisants, l'investissement est beaucoup plus rentable qu'une campagne sur les médias traditionnels», conclut-il.

## CES MARQUES QUI VONT CHANGER LE MARCHÉ

Rien n'est permanent, sauf le changement.

VinFast, Imperium, Ineos, Rivian, Lucid et ELMS

et d'autres nouvelles marques qui se pointent sur le marché canadien comptent le démontrer.

ncore inconnues, ces marques tenteront chacune à leur façon de s'imposer dans un marché qui se relève péniblement du double écueil d'une pandémie et d'une pénurie de puces électroniques.

Le portrait de ces marques expose des modèles d'affaires variés et

des entreprises qui, dans bien des cas, misent sur l'électrification pour se tailler une place dans un marché qu'on croyait réservé aux marques établies de longue date. Des portraits qui font apparaître de nouvelles occasions d'affaires et de nouveaux paradigmes.



Origine: États-Unis

Entreprise créée en 2009 (appelée Avera jusqu'en 2011)

Premières livraisons au Canada: 2022 Offre initiale: un VUS à 7 places et une camionnette, tous deux électriques

e constructeur étatsunien Rivian propose trois véhicules électriques: la camionnette R1T à cinq places et l'utilitaire R1S à sept places, deux véhicules de taille moyenne pour le grand public, de même qu'un fourgon commercial qui sera produit, entre autres, pour Amazon.

Ses deux modèles de grande diffusion auraient une autonomie dépassant 480 km, selon un prospectus destiné aux investisseurs. Pour les consommateurs canadiens, la version d'entrée de gamme Explore de la camionnette est offerte à partir de 90000\$ et la version Adventure, plus cossue, à partir de 97250\$. Les mêmes versions de l'utilitaire R1S sont offertes respectivement à partir de 94000\$ et 101250\$. Le constructeur, qui accepte les réservations depuis quelques mois (contre un acompte de 1500\$ pour les acheteurs canadiens), affirme en avoir reçu plus de 55000 des États-Unis et du Canada à la fin d'octobre.



Selon Miranda Jimenez, une porte-parole de Rivian basée en Californie, le constructeur a choisi de prendre à sa charge la vente de ses véhicules. De plus, le service après-vente sera assuré par des centres de service de l'entre-prise et des unités mobiles. L'équipe commerciale responsable du Canada est dirigée depuis le bureau de Rivian Automotive Canada situé au centre-ville de Vancouver. Elle sera responsable d'établir des centres de service à travers le Canada, ajoute Mme Jimenez.

La production des camionnettes R1T a commencé à la fin de septembre, alors que les utilitaires R1S devraient entrer en production en décembre. Le constructeur n'a pas précisé quand les premiers exemplaires de la camionnette seront livrés au Canada.

Un événement de presse destiné à souligner le lancement canadien de la marque devrait avoir lieu autour du Nouvel An, nous a appris Mme Jimenez.



## INEOS Automotive

Origine: Royaume-Uni Marque créée en 2017

Premières livraisons au Canada: été 2023

Offre initiale: VUS tout-terrain

e Grenadier d'Ineos, c'est le Land Rover Defender classique réinventé. Il a été conçu à l'initiative de Jim Radcliffe, grand patron d'Ineos, un géant britannique de la pétrochimie. Créée en 2017, la division automobile de cette multinationale s'affaire actuellement à terminer le développement de cet utilitaire tout-terrain.

La production du Grenadier doit commencer en 2022 dans l'usine alsacienne «Smartville», où Daimler assemble des Smart depuis 1998; une usine acquise par Ineos en décembre 2020. Il sera en vente au Canada et aux États-Unis à partir de l'été 2023, nous a appris Greg Clark, le responsable de sa mise en marché sur notre continent. Une camionnette (pick-up) à quatre portes sera offerte ultérieurement.

Pour le marché nord-américain, ce 4x4 pur et dur sera animé par un 6-cylindres en ligne biturbo de 3,0 L fabriqué par BMW, alors qu'un turbodiesel sera possible également en Europe. Par ailleurs, une version électrifiée à pile à hydrogène pourrait éventuellement

voir le jour, nous a dit M. Clark. Cette intention paraît logique pour Ineos, qui est un grand producteur mondial d'hydrogène (c'est un sous-produit de ses usines qui fabriquent des produits chimiques). Dans cette optique, Ineos et Hyundai se sont associés afin d'évaluer le potentiel de cette technologie. Le nouveau constructeur britannique devrait mettre à l'essai le système de pile à combustible modulaire du Hyundai Nexo dans son utilitaire.

La commercialisation du Grenadier sera la responsabilité d'un réseau de concessionnaires franchisés. M. Clark décrit ainsi les candidats qu'il recherche pour cette tâche: «Ces entrepreneurs sont bien connus et ils ont une réputation fantastique. Ils possèdent sans doute déjà d'autres concessions. Ils comprennent parfaitement la nature du marché et de la clientèle visés, et ils sont bien outillés pour le commerce numérique, un moyen important de notre processus d'achat.»

Il s'attend à avoir des concessions ne représentant qu'Ineos là où le marché le justifie. «Dans certaines régions, il pourrait y avoir des établissements multifranchisés. D'ailleurs, on ne s'attend pas à ce que les concessions soient des palaces. Nous sommes des gens pragmatiques», précise-t-il.

Le constructeur britannique cible Toronto, Montréal et Québec, Vancouver, de même que l'Alberta. «Nous aurons de 6 à 10 concessionnaires d'ici l'été 2023, nous informe M. Clark. Puis, au fil du temps, nous nous établirons là où il y aura d'autres opportunités d'affaires.»

Le service d'après-vente sera naturellement assuré par ces concessionnaires. Toutefois, pour donner une couverture complète d'un océan à l'autre, Ineos fera appel à un réseau d'ateliers de réparation accrédités par Bosch, comme dans les autres pays où la marque sera présente.

Selon Greg Clark, pour la première année complète de commercialisation (2024), Ineos devrait produire de 30 000 à 35 000 Grenadier. « Le marché nord-américain absorbera le tiers de cette production, dit-il, et le rapport avec le marché canadien devrait être 9 à 1 ou 8,5 à 1. Quant au prix, il sera dévoilé au milieu de l'année prochaine. D'ici là, vous pouvez l'extrapoler sur la base du prix annoncé en Angleterre, en septembre [ndlr: prix de base d'environ 48 000 £, soit environ 81 000\$].»

Fait à noter, au moment où nous avons interviewé M. Clark, en octobre, Ineos avait reçu 6000 réservations avec acompte (450\$US). De plus, quatre jours seulement après avoir indiqué que le Grenadier serait vendu au Canada, environ 150 réservations avaient été enregistrées de consommateurs canadiens.

GREG CLARK Vice-président directeur pour les Amériques d'Ineos Automotive





## **GIMPERIUM**

Origine: Canada

Marque créée en 2020

Premières livraisons au Canada: 2022

Gamme initiale: VUS, fourgon commercial et camionnette tous électriques

mperium Motor a le vent dans les voiles. C'est le moins qu'on puisse dire. Au moment d'écrire ces lignes, sa troisième concession québécoise, sur la Rive-Sud de Montréal, venait d'être attribuée au Groupe Duclos. Elle s'ajoutait à celle de Luc Beaudoin à Québec et à celle du Groupe Leclair à Laval.

Les concessions québécoises formeront ainsi le réseau de vente initial d'Imperium au Canada, qui en aura cinq autres: en Ontario, en Nouvelle-Écosse, en Alberta et en Colombie-Britannique (deux provinces où les négociations avec les candidats seraient très avancées au moment de mettre sous presse).

Imperium Motor a été créé en mars 2020 par DSG Global de Surrey, en Colombie-Britannique, pour importer et commercialiser un vaste éventail de véhicules électriques: des VBV, des véhicules pour passagers de grande diffusion, des véhicules commerciaux

Jusqu'ici, cette marque s'est fait connaître par l'utilitaire compact SEV (qu'on appelait ET5 auparavant). Construit par Skywell, en Chine, ce VÉ affiche un prix à partir de 37995\$ avec une batterie permettant de parcourir jusqu'à 410 km. Une version plus richement équipée dispose, par ailleurs, d'une batterie donnant 520 km d'autonomie.

À leurs débuts, les concessionnaires canadiens offriront le SEV, de même qu'un fourgon commercial baptisé TradePro, deux véhicules fabriqués en Chine. Cet autre modèle qui suscite beaucoup d'intérêt a des dimensions comparables à celles d'un Mercedes-Benz Sprinter.

Le président d'Imperium Motor, Christian Dubois, entrevoit un volume de ventes gravitant autour de 2500 unités (SEV et TradePro combinés) pour la première année d'activité de l'entreprise. Il passerait à 4000 unités l'année suivante.

Imperium ne compte pas en rester là. Comme on a pu le voir au Salon de Los Angeles, où la marque était présente en novembre, une camionnette à quatre portes appelée Terra-E pourrait faire son apparition chez ses concessionnaires l'année prochaine. Elle serait d'ailleurs partiellement assemblée en Amérique du Nord.

Lors de cet événement, Imperium a également présenté le multisegment Indi One et le coupé biplace à trois roues Sagitta, des créaCHRISTIAN DUBOIS Président d'Imperium Motor Canada

tions californiennes provenant de deux jeunes entreprises, respectivement d'Independant Electric Vehicles et de California Mobility Works. Imperium évoque une commercialisation de ces nouveautés d'ici la fin de 2023.

Selon M. Dubois, enfin, Skywell, le fabricant du SEV, travaille au développement de deux autres utilitaires: un modèle plus petit et un modèle à six ou sept places qu'on pourrait découvrir d'ici 2023.





Origine: États-Unis

Marque créée en 2020

Premières livraisons au Canada: 2022

Offre initiale: fourgons commerciaux

de classe 1 et 3

LMS dit de ses véhicules qu'ils sont conçus pour la dernière étape du transport des marchandises vers leur destination finale. C'est ce qu'on appelle le « dernier kilomètre » ou, chez nos voisins étatsuniens, le «dernier mille», d'où le nom de l'entreprise: Electric Last Mile Solutions.

L'annonce faite en octobre par cette entreprise de Troy, au Michigan, sur son intention d'entrer sur le marché canadien n'a pas fait grand bruit. Compte tenu du fait qu'elle n'offrira pas de véhicules pour passagers destinés au grand public, c'est compréhensible.

ELMS entend néanmoins faire une percée sur notre marché. Pour ce faire, elle a recruté David MacPhail pour diriger sa filiale canadienne, qui pourrait même avoir un siège social à Montréal (c'est à l'étude). Avant sa nomination, ce Montréalais bilingue a occupé différents postes de ventes et d'ingénierie au sein d'entreprises comme JR Automation, ATS Automation Tooling Systems, Staubli et

Le catalogue de cette jeune marque comporte actuellement deux fourgons: le petit Urban Delivery de classe 1 et l'Urban Utility de classe 3. Un troisième fourgon, plus gros encore, devrait s'ajouter à la gamme à moyen terme d'après des documents publiés pour les investisseurs.

Entre-temps, les deux premiers modèles seront en vente au Canada dès 2022: l'Urban Delivery au printemps et l'Urban Utility durant l'été. Les prix canadiens n'ont pas été annoncés. Par contre, on connaît le prix de l'Urban Utility aux États-Unis, soit 34500\$US. Pour ce modèle, le constructeur fait d'ailleurs miroiter un volume utile d'environ 170 pi2, qui serait 30% supérieur à celui de ses deux rivaux directs (Ford Transit Connect et Ram ProMaster City), de même qu'un coût d'utilisation au kilomètre inférieur.

L'Urban Delivery est entré en production



première génération. L'Urban Utility y sera également assemblé à partir de la seconde moitié de 2022.

ELMS souhaite écouler 19000 véhicules en 2022 dans les deux pays. «Pour l'instant, nous n'avons pas d'estimations précises pour le Canada. Nous fonctionnerons donc sur la base du premier arrivé premier servi», nous a expliqué Austin Stowe, un porte-parole de l'entreprise.

Le Québec et la Colombie-Britannique

seront les deux premiers marchés ciblés par ELMS, qui s'attaquera ensuite à l'Ontario et, ensuite, aux autres provinces. Les véhicules seront vendus par des concessionnaires que l'entreprise s'affaire à recruter. «Nous en cherchons deux ou trois, affirme M. Stowe. Au moins un dans l'Ouest et un dans l'Est.»



#### **INDUSTRIE** I



Origine: Vietnam

Marque créée en 2017

Premières livraisons au Canada: fin 2022

Offre initiale: deux VUS électriques

VinGroup, le plus important consortium du Vietnam. C'est aussi la première marque d'automobile vietnamienne de l'histoire ayant des visées internationales.

Encore toute nouvelle, cette marque a jusqu'ici lancé trois modèles d'automobiles et un VUS sur le marché vietnamien, de même qu'une gamme étayée de scooters. Puis, au Salon de l'auto de Los Angeles, en novembre, elle a dévoilé en première mondiale deux nouveautés destinées au marché mondial. Il s'agit des utilitaires électriques VFe35 et VFe36, deux véhicules arborant l'écusson du studio de design italien Pininfarina.

Le VFe35 est un modèle compact à cinq places comparable au Buick Envision par ses dimensions. Il se présentera avec un choix de batteries donnant 460 et 510 km d'autonomie. Avec son habitacle à sept places, le VFe36 s'apparente à un Buick Enclave. Les deux batteries offertes lui permettront respectivement de parcourir 485 et 680 km. Un utilitaire électrique de plus petite taille s'ajoutera à la



Pour rejoindre les consommateurs, ce constructeur misera sur le commerce électronique et un réseau de concessions corporatives assurant la vente et le service. Les premières concessions ouvriront durant le second trimestre de 2022. L'assistance technique sera fournie par ces concessions, par un système de mise à jour des logiciels par liaison radio (qu'Andy H. surnomme «service invisible») et par une équipe mobile.

Selon Andy H., la marque VinFast fera ses débuts au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique. Les premières concessions canadiennes seront établies dans les grands centres urbains de ces trois provinces. Dans un deuxième temps, VinFast s'attaquera aux régions environnantes de ces grands centres

et, par la suite, aux grandes villes des autres provinces.

Les prix des deux utilitaires seront divulgués durant la première moitié de 2022. Les premières livraisons à des acheteurs canadiens sont prévues pour la fin de l'année prochaine. Le constructeur n'a révélé aucun objectif de ventes pour sa première année. En revanche, lors de l'assemblée annuelle de VinGroup, en juin, le président du consortium, Phạm Nhật Vượng, a annoncé une production totale limitée à 15000 unités pour 2022 en raison de la pénurie de semi-conducteurs. Cela suggère un nombre de véhicules livrés au Canada limité.

#### **QUELQUES AUTRES PRÉTENDANTS AU MARCHÉ...**



#### Fisker

Après deux tentatives infructueuses pour devenir constructeur, le célèbre designer et homme d'affaires américano-danois Henrik Fisker semble sur la voie de réaliser son rêve. L'Ocean, un VUS électrique, dévoilé au Salon de Los Angeles sera bientôt en production à l'usine autrichienne de Magna International. Un second modèle en gestation sera, par ailleurs, développé avec la collaboration de l'entreprise taiwanaise Foxconn.



#### **Hercules**

Établie à Détroit, la Hercules Electric Vehicles souhaite lancer d'ici 2022 l'Alpha, une camionnette électrique pleine grandeur. En juillet 2021, cette entreprise annonçait d'ailleurs que le studio de design italien Pininfarina est désormais responsable de poursuivre le développement de cette camionnette qui, grâce à ses quatre moteurs électriques, pourrait livrer une puissance de 1000 chevaux, clame son constructeur.



#### Lordstown

Fondée en 2018, Lordstown Motor emprunte son nom à la ville d'Ohio où se trouve son usine, qu'elle a achetée à GM. Elle travaille au développement de la camionnette électrique Endurance, mais des ennuis techniques et financiers ont handicapé sa progression. Une alliance conclue récemment avec Foxconn, qui achèterait l'usine à son tour, pourrait contribuer à mener ce projet à terme.

#### - - - - -

Origine: États-Unis

Marque créée en 2007 (appelée Atieva jusqu'en 2016)

Premières livraisons au Canada: 2022

Offre initiale: berline de grand luxe

électrique.

Depuis le 15 octobre dernier, les consommateurs canadiens peuvent réserver une Lucid Air, une berline électrique de prestige. Dans une présentation destinée aux investisseurs, son constructeur situe cette voiture dans un créneau surnommé «Post-Luxury», une expression qu'on pourrait sans doute traduire par «Luxe sans compromis», puisqu'elle est comparée, entre autres, à la Classe S de Mercedes-Benz.

Cette définition s'explique avec l'éventail de prix de cette berline. Il s'étale de 105000\$ pour la version d'entrée de gamme, qui bénéficie d'une autonomie de 653km, jusqu'à 229000\$ pour les deux versions les plus cossues. Appelées Air Dream et Air Dream Performance, en plus d'avoir une autonomie de respectivement 836 et 758 km, elles font miroiter une puissance mirobolante, soit 933 et 1111 chevaux!

Dans son rapport aux investisseurs de novembre 2021, Lucid affirme avoir 17000 réservations à son carnet de commandes, un nombre en deçà de la capacité de production



annuelle de son usine de Caza Grande, en Arizona, soit 34000 unités. Cette capacité serait, par ailleurs, bientôt haussée à 90000 unités pour permettre la production de l'utilitaire Gravity attendu d'ici la fin de 2023.

Rappelons qu'en octobre, cette marque californienne a inauguré son premier «studio» canadien: une salle d'exposition corporative logée dans le centre commercial CF Pacific Centre à Vancouver. À l'époque, elle devenait la dixième salle d'exposition de la marque en Amérique du Nord et la première hors des États-Unis. Une source indépendante révèle, par ailleurs, que Lucid souhaite en avoir une vingtaine au début de 2022 dans les deux pays. Or, au moment d'inaugurer le studio de Vancouver, le constructeur a aussi annoncé son intention d'ouvrir le second au Canada,



à Toronto, en 2022. Il n'a toutefois rien dit au sujet du Québec...

Notons, enfin, que les premières Lucid Air ont été livrées à leurs acheteurs étatsuniens le 30 octobre dernier. Au Canada, les premières voitures arriveront au début de 2022.



#### Atlis

Avec ses allures de Cybertruck, l'Atlis XT préfigure par sa motorisation puissante une camionnette comparable à un véhicule de 3/4 de tonne animé par un turbodiesel. La motorisation électrique de la XT sera proposée avec un choix de batteries permettant de parcourir environ 480 à 800 km. Établie en Arizona, cette entreprise commencerait sa commercialisation à la fin de 2022.



#### Cano

Avec trois VÉ aux allures radicales (une fourgonnette, une camionnette et un fourgon commercial), le constructeur californien Canoo revendique une manière nouvelle d'interpréter l'automobilisme. Les prix annoncés en mai pour la fourgonnette (34750\$ à 49950\$US) paraissent alléchants, tout comme ses 400 km d'autonomie. On promet le lancement de la marque au Canada d'ici 2023.



#### **ElectraMeccanica**

Après six années de développement, ElectraMeccanica Vehicles Corp. de Vancouver vient de lancer sa petite 3-roues électrique: la Solo. Dotée d'une batterie de 17,4 kWh, cette citadine monoplace pourrait parcourir jusqu'à 160 km et atteindre une vitesse de pointe de 130 km/h, affirme le constructeur. Offerte à partir de 18500\$US, elle n'est vendue qu'aux États-Unis pour l'instant.

# COMBIEN ÇA COÛTE (RÉELLEMENT) EMBAUCHER UN CONSEILLER (ÈRE) AUX VENTES?



En 2017, une étude de la National Automobile Dealers Association (NADA) portant sur la main-d'œuvre en concession révélait déjà une statistique peu reluisante :

le taux de roulement des employés aux ventes frôle les 70%.

Quatre ans plus tard, ajoutez à ce taux considérablement élevé une pénurie de personnel, ça finit par coûter cher aux concessionnaires.

Très cher!

ombien représente justement le coût exact pour chaque recrutement de nouveau candidat au sein du département des ventes? La plupart des concessionnaires à qui nous avons posé la question sont incapables de répondre. «Je n'en ai aucune idée!» avoue d'emblée un directeur général des ventes de la région de Québec qui souhaite garder l'anonymat.

Même réponse de la part d'un des concessionnaires qui figure pourtant au sein de notre dernier classement des 10 plus grands groupes de la province. «On n'a jamais fait ce calcul», concède cet intervenant qui, lui aussi, accepte de nous parler à la condition que l'on taise le nom de son organisation. De l'avis de cette source, l'industrie automobile peut difficilement fournir une réponse claire et précise à cette question parce que la très grande majorité des concessionnaires automobiles, y compris plusieurs groupes, ne disposent d'aucun

CHEZ HGRÉGOIRE, LE DÉPARTEMENT DES RESSOURCES HUMAINES ESTIME QU'IL PEUT AISÉMENT EN COÛTER

3000\$

POUR FORMER UN NOUVEAU CANDIDAT.

département en ressources humaines (RH).

«Nous sommes encore une vieille industrie qui se complaît dans ses pantoufles, déclare-t-il. Ce n'est pas dans les mœurs des concessionnaires de tenir des statistique sur ce sujet. Mais voilà, ce "comportement de gars qui croit tout savoir et pouvoir tout contrôler" nous explose en pleine face. On sait que ça coûte cher embaucher un nouveau conseiller (ère) aux ventes, mais y apposer un

montant demeure un exercice que très peu d'entre nous font actuellement. »

#### Une lacune omniprésente

Remarquez, l'industrie automobile n'est pas le seul secteur économique à ne pas faire ses devoirs, constate Xavier Gosseye, président de XG Solutions. Ce chasseur de têtes soutient que plus de 95% des dirigeants d'entreprises sous-estiment ce que coûte réellement l'embauche d'un nouvel employé. « Et non seulement ignorent-ils le réel investissement qu'ils doivent débourser pour chaque recrutement, chaque fois qu'ils choisissent un mauvais candidat, ils ne sont pas conscients qu'ils doivent tripler la mise initiale. Ça commence à faire de l'argent», soutient Xavier Gosseye.

les faits et gestes de son nouvel employé en formation, tient toutefois à préciser Yannick Bélanger. Évidemment, ces heures de suivi doivent s'ajouter au coût du recrutement.

Selon Xavier Gosseye, le coût réel lié à l'embauche d'un nouvel employé va donc bien au-delà de la formation et du salaire de ce dernier. « Dans l'univers des RH, une formule assez simple permet d'évaluer la valeur d'un recrutement au sein des emplois qui créent des revenus à une entreprise. Il suffit, dit-il, d'établir le revenu moyen annuel que génère un conseiller(ère). On divise ensuite ce montant par le nombre de jours ouvrables dans une année. »

Prenons par exemple un revenu moyen de 100 000\$ par conseiller que l'on divise par



XAVIER GOSSEYE
Président de XG Solutions

## LE COÛT DE BASE D'UN RECRUTEMENT DE POSTE AUX VENTES PEUT AISÉMENT REPRÉSENTER ENTRE 6000 \$ ET 9000 \$

AVANT D'EMBAUCHER LA BONNE PERSONNE.

#### Des dépenses qui grimpent vite

Certains concessionnaires nous partagent tout de même un calcul sommaire. «Incluant les frais d'affichage (400\$), le temps accordé aux entrevues auprès d'une poignée de candidats (300 \$), la formation (800\$ à 1000\$), les tests psychométriques (100\$) ainsi que la vérification des antécédents (100\$), la recherche d'un nouveau conseiller aux ventes peut aisément représenter près de 2000\$ », signale Yannick Bélanger, directeur des opérations chez Tremblay Auto Groupe, une entreprise qui détient sept concessions, dont une de véhicules récréatifs.

Chez HGrégoire, le département des ressources humaines estime qu'il peut aisément en coûter 3000\$ pour former un nouveau candidat. L'entreprise précise qu'il faut en moyenne trois candidats à l'essai pour éventuellement trouver la bonne personne.

Autrement dit, le coût de base d'un recrutement de poste aux ventes peut aisément représenter entre 6000\$ et 9000\$ avant d'embaucher la bonne personne. «Et c'est sans compter les ventes que le concessionnaire a pu échapper lors du processus d'embauche, incluant la clientèle qu'un mauvais choix moins habile a pu lui faire perdre», martèle Xavier Gosseye.

#### ...et la perte de ventes

En principe, une concession parvient à limiter les risques de pertes de clients lorsque la direction des ventes surveille adéquatement 220 jours ouvrables, on obtient un montant de 455\$. Multipliez ensuite ce montant par le nombre de jours que le poste est laissé vacant. S'il faut 30 jours pour dénicher le bon conseiller (en général, les concessions s'allouent entre un et trois mois pour former un nouveau candidat), le coût du recrutement représente déjà plus de 13 600\$ à l'entreprise.

#### Le temps d'essai

De l'avis des concessionnaires consultés pour cet article, le temps d'essai pour évaluer un candidat qui répond ou non aux attentes peut varier de deux semaines à un mois. « Au sein de notre groupe, nous privilégions les journées d'observation. On suggère régulièrement à un nouveau candidat de passer quelques heures ou une journée au sein d'une des concessions de notre groupe pour bien saisir l'ampleur des futures tâches », indique Yannick Bélanger tout en précisant que l'employé est rémunéré pour ces heures d'observation.

Cet exercice permet, dit-il, à l'organisation de s'ajuster et de voir si l'employé se sentira à l'aise dans son nouvel environnement.

LA RECHERCHE D'UN NOUVEAU CONSEILLER AUX VENTES PEUT AISÉMENT REPRÉSENTER PRÈS DE 2000 \$. «Pour l'anecdote, nous avons un conseiller d'expérience qui avait postulé au sein de notre concession Repentigny Chevrolet. Les résultats n'étaient malheureusement pas au rendez-vous. Au lieu de lui dire au revoir, nous lui avons suggéré d'essayer quelques jours dans une autre de nos concessions, soit Subaru Repentigny. Ce qui s'est avéré une excellente suggestion», explique le directeur des opérations de Tremblay Auto Groupe.

## Aucune idée du montant, mais on a des solutions

Bien que plusieurs concessionnaires n'aient aucune idée du coût réel d'un recrutement (du moins, jusqu'à ce qu'ils lisent cet article), certains d'entre eux avaient déjà pris des mesures pour améliorer leur sort. C'est le cas d'un concessionnaire de la région de Québec qui, depuis plus d'un an et demi, a raffiné ses stratégies de recrutement. «On savait que l'exercice nous coûtait cher, mais sans savoir le montant. Quoi qu'il en soit, on déroule désormais le tapis rouge pour le candidat qui promet. Nous sommes également très clairs et précis sur ce qu'on attend de lui ou d'elle. Tout est écrit point par point. De plus, des suivis écrits et verbaux sont faits régulièrement auprès du nouvel employé tout au long de la période de probation», explique le concessionnaire.

Et quels sont les résultats? «Avant, nous ne parvenions qu'à conserver 50% des nouveaux employés. Grâce à notre nouvelle stratégie, ce sont plus de 80% des candidats retenus pour l'emploi qui demeurent en poste», conclut fièrement notre source de la région de Ouébec.

## I BANQUE DE MONTRÉAL I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

algré les défis liés à la pandémie, l'année 2021 a permis à toute l'équipe de Financement Automobile Particulier BMO Banque de Montréal d'améliorer son système d'approbation. «Plus de 85% des demandes de clients approuvées le sont en moins d'une minute», soutient la directrice principale du département, Sylvie Brunelle.

Ces délais qui gagnent en vitesse s'accompagnent de réponses qui ont également été bonifiées. «Elles contiennent davantage d'explications afin d'aider les directeurs et directrices des services financiers à mieux guider leurs clients, poursuit fièrement Mme Brunelle. Nous avons amélioré nos délais de déboursé et continuons sur cette lancée en 2022. Un facteur hautement apprécié par nos concessionnaires partenaires.»

D'ailleurs, pour justement bien servir cette nouvelle clientèle en constante progression, l'équipe de Financement Automobile Particulier Québec compte quatre nouveaux membres.

Soit dit en passant, l'équipe Financement

Automobile Particulier de BMO-Québec a une fois de plus décroché, en 2021, les grands honneurs du 1<sup>er</sup> rang des institutions bancaires en matière de services automobiles au classement de J.D. Power pour le Québec. Un 9<sup>e</sup> couronnement consécutif.

L'équipe de Financement Automobile Entreprises a, elle aussi, obtenu de très bons succès malgré la pénurie de stock. «Nous avons augmenté le nombre de partenaires et peaufiné notre offre de service. D'ailleurs, nous aussi, nous avons récolté un taux de satisfaction à la clientèle exemplaire pour l'industrie, renchérit Sylvain Raymond, vice-président, Québec Financement Automobile.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

omme bien d'autres partenaires financiers de l'industrie automobile, l'équipe entière de Financement Automobile de BMO Banque de Montréal souhaite aux concessionnaires d'avoir beaucoup de véhicules à vendre pour l'année 2022. «Notre équipe souhaite que les directeurs et directrices des services financiers en concession poursuivent



SYLVAIN RAYMOND et SYLVIE BRUNELLE Financement automobile de BMO Banque de Montréal

leur bon travail, disent en chœur Sylvie et Sylvain. Depuis 18 mois, ils ont eu beaucoup de nouvelles responsabilités. Tous les membres de notre équipe sont là pour leur venir en aide afin qu'ils soient transparents et efficaces auprès de leurs clients. N'oublions pas qu'un véhicule représente le deuxième, sinon le premier achat en importance pour la plupart des consommateurs qui se présentent en concession.» Enfin, l'équipe de BMO souhaite à tous de pouvoir parler de la COVID-19 au passé le plus rapidement possible, ainsi qu'une stabilité sur le plan des ressources humaines, un gros défi à gérer pour toutes les entreprises.



## I BANQUE NATIONALE I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

ans le climat d'incertitude qui s'est poursuivi tout au long de l'année 2021, la Banque Nationale a continué à mettre en place des mesures visant à optimiser le processus de vente à distance pour les marchands et ainsi faciliter leurs transactions.

L'équipe de Nathalie Laforest, directrice principale, Québec et Atlantique, a dû s'ajuster. «Aussitôt permis, nous étions de retour sur le terrain auprès des marchands, dans le respect des mesures sanitaires en vigueur. La rétroaction de nos marchands quant à notre présence était très favorable. Nos marchands étaient heureux de nous revoir et de pouvoir échanger sur cette période plutôt particulière. Nous nous sommes fait un devoir de prioriser nos relations», se rappelle Mme Laforest. «Pendant cette période, poursuit-elle, notre équipe a fait preuve de beaucoup d'agilité et d'ouverture. Tous les outils techniques ont été employés afin de maintenir une communication privilégiée.»

La Banque Nationale a poursuivi sa belle lancée tant au Québec que hors Québec. Toutes les équipes du secteur Relations marchands se sont bien ajustées au volume de travail. La Banque s'est particulièrement démarquée sur le plan du soutien offert aux marchands, alors que le manque d'inventaire a entraîné de nombreux défis à l'échelle nationale. D'ailleurs, cette qualité en service à la clientèle et en soutien aux marchands durant la crise s'est reflétée dans le sondage de satisfaction annuel de l'unité d'affaires: 88% des répondants se sont sentis soutenus par les mesures prises par la Banque durant la pandéNATHALIE LAFOREST Directrice principale, Relations marchands Québec et Atlantique



mie en 2021. «Cela nous confirme encore une fois que nous sommes à la bonne place et que nous exécutons les bonnes actions», souligne Nathalie Laforest.

#### NOS SOUHAITS POUR 2022

« otre priorité reste la même: l'humain d'abord. Nous continuerons d'être activement à l'écoute de nos marchands et de nos clients, afin d'offrir des solutions de financement adaptées, le tout, en livrant une expérience client et marchand qui va au-delà des attentes. Enfin, nous allons poursuivre le développement de notre présence en Ontario notamment grâce à l'ajout de cinq nouveaux directeurs, développement des affaires.» •••





## Joyeuses fêtes et bonne année!

Notre équipe vous remercie pour la confiance que vous nous avez témoignée tout au long de 2021. Nous continuerons, toujours, d'être là pour vous.

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



Nous tenons à souligner la force de l'industrie automobile et l'excellence de notre réseau de concessionnaires au Québec.

Grâce à vous, ce fut une autre année extraordinaire pour le Centre de financement automobile de la Banque Scotia.

Merci de votre fidélité et de choisir la Banque Scotia pour vos besoins et pour servir vos clients.

## Joyeuses fêtes!

Que les fêtes soient riches de joie et de gaieté, que la nouvelle année déborde de bonheur et de prospérité.



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



DJAMAL BELMIHOUB Directeur principal, relations d'affaires



JULIE SIMARD
Directrice,
relations d'affaires



MARTINE DROLET
Directrice des ventes
aux particuliers



ROBERTO D'ERRICO Directeur principal, relations d'affaires



SYLVIE HURTUBISE

Directrice principale,
relations d'affaires



CYNTHIA FICCA
Directrice principale,
relations d'affaires



## I FINANCEMENT AUTO TD I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

e qui est presque devenu une tradition s'est répété en 2021. En effet, la division Financement auto TD a remporté un 4° prix J.D. Power pour la satisfaction des concessionnaires. C'est particulièrement au niveau du service que les clients se sont dits très satisfaits. «Pandémie oblige, nous avons dû nous ajuster très rapidement afin d'offrir tous nos services virtuellement», explique Christopher Tollstam, chef de marché – division commerciale.

«Malgré tous ces changements, nous avons gagné ce prix et nous sommes très reconnaissants envers nos clients », ajoute Luigi Mancini, directeur régional des ventes du Québec. «Grâce à cette relation privilégiée, nous sommes en mesure de prendre le pouls et d'obtenir un précieux feedback.»

C'est que les membres de l'équipe ont une nouvelle approche et travaillent en symbiose avec les concessionnaires, un jumelage qui permet de bien cerner les besoins.

Par ailleurs, Financement auto TD a lancé son programme de nouvelles/nouveaux arrivants. Il offre la possibilité aux personnes présentant un historique de crédit limité d'avoir accès à un prêt. De plus, parmi les nouveautés, des formations sous forme de rencontres virtuelles sont offertes à ses partenaires sous les thèmes de Crédit spécialisé, Fraude et Analyse de bureau de crédit.

Quant aux ressources, Howard Thompson incarne le nouveau vice-président aux ventes et distribution et un nouveau directeur de compte s'est joint à l'équipe afin de mieux servir les concessionnaires au Québec. Dans cet esprit, Financement auto TD a révisé sa grille tarifaire et propose des taux spécifiques pour le marché québécois.



CHRISTOPHER TOLLSTAM
Chef de marché - division commerciale



**LUIGI MANCINI**Directeur régional des ventes du Québec

Parmi les souhaits évoqués l'année dernière, une présence accrue figurait au programme et c'est ce qui s'est concrétisé. «Nous avons augmenté notre empreinte dans la belle province avec des résultats records en 2021. Notre division commerciale est demeurée présente avec ses visites aux concessionnaires tout en respectant les mesures sanitaires en place », souligne Christopher Tollstam.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

n 2022, Financement auto TD désire augmenter davantage la présence et la visibilité de sa marque. Concrètement, il vise l'amélioration et l'informatisation de sa procédure d'escompte.

Pour leur part, les directeurs de compte effectueront un retour sur la route afin d'assurer et d'améliorer le niveau de service pour « gagner ensemble », lance Luigi Mancini. •••



Merci pour votre soutien. Nous avons hâte de vous voir au courant de la nouvelle année.

Joyeuses fêtes de la part de votre équipe de Financement d'auto TD.



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



## **I DESJARDINS I**

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

'année 2021 aura eu son lot de surprises et rebondissements, mais on a pu voir à quel point notre industrie a su profiter de ce contexte afin de se réinventer et d'innover. Certes, nous n'avions pas prévu une telle gestion de nos stocks, qui aurait prédit que nous aurions de tels enjeux d'approvisionnement, sans compter les défis de main-d'œuvre qui perdurent!

Mais nous voilà rendus au moment de l'année où on peut souffler un peu et prendre le temps. Oui, prenons un moment pour apprécier le travail colossal qui a été fait dans les derniers mois et soyons fiers de nos réalisations!

De la manufacture au marketing, en passant par le service à la clientèle puis par nos représentants, notre équipe de Financement automobile et biens durables a tout mis en œuvre afin de bien vous accompagner et vous soutenir. Nous sommes fiers du travail accompli!

En plus des mesures exceptionnelles qui avaient été mises en place afin de faciliter le travail à distance, notre équipe a développé un programme novateur et unique en son genre visant à simplifier l'accès au crédit pour les nouveaux arrivants\*.

Côté promotion, nous avons fait plus de 5000 financements au taux d'intérêt exceptionnel de 2,79% pour les véhicules neufs. Ce sont les

#### NORMAND BERGERON Directeur national des ventes, Financement automobile et biens durables chez Desjardins



clients qui ont pu bénéficier de cette offre très avantageuse! En outre, nous avons su vous écouter. En fin d'année, nous avons fait faire un régime minceur à notre grille de taux automobile afin de vous rendre la tâche plus facile.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

n terminant, le succès de notre relation d'affaires implique une grande équipe multicanale qui travaille main dans la main afin de vous offrir ce dont vous avez besoin pour atteindre vos objectifs. En son nom, je vous remercie pour cette magnifique année et nous vous souhaitons à vous et à vos proches de très joyeuses fêtes!



<sup>\*</sup> Pour plus d'information, contactez votre représentant.

## | ICEBERG FINANCE |

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

ans l'édition de l'an dernier, à la même question, nous avions répondu: «Nos souhaits pour 2021 se résument à un mot: croissance! ». Douze mois plus tard, nous pouvons assurément dire « mission accomplie!». En effet, nous avons augmenté notre volume d'affaires en nouveaux prêts émis de 40% et augmenté notre portefeuille de prêts en vigueur de 20%. Nous avons eu une très belle croissance au Québec et notre arrivée en Ontario et dans les provinces maritimes en juin dernier s'annonce fort prometteuse pour 2022. Depuis novembre 2021, nous sommes pleinement intégrés sur la plateforme Dealertrack et avons aussi lancé au même moment notre programme Nouveau départ pour les clients qui ont vécu leur premier épisode d'insolvabilité (faillite ou proposition de consommateur). Nous avons également effectué une refonte complète des normes de souscription de nos différents programmes, ce qui a eu comme effet d'être encore plus compétitifs et de nous ouvrir de nouveaux créneaux. Notre offre globale, notre agilité et notre flexibilité font d'Iceberg Finance un incontournable pour les concessionnaires et marchands.



**RÉAL BRETON**Président
d'Iceberg Finance

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

De un, poursuivre avec succès notre ambitieux plan de croissance au Québec, en Ontario et dans les provinces maritimes en doublant notre volume de nouveaux prêts émis. De deux, déployer encore plus notre programme de prêts IF Xpress (des prêts personnels entre 1000\$ et 7500\$ sans aucune responsabilité financière pour les concessionnaires et marchands) en application mobile dans l'ensemble des départements d'une concession automobile. De trois, réussir notre arrivée dans le financement de 2° et 3° chance au crédit dans les créneaux des véhicules loisirs et récréatifs, et finalement de quatre, réaliser une première acquisition qui nous permettrait d'accélérer notre objectif de devenir un joueur important au Canada dans les 3 à 5 prochaines années. Bref, une grosse année nous attend en 2022!



## I DSMA I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

A utrefois Autocap Fusions et Acquisitions, DSMA a vu ses souhaits de 2021 exaucés avec une croissance dans tous les axes.

Côté transactions, DSMA inscrit une nouvelle année record. En date du 31 octobre, l'entreprise avait conclu plus de transactions qu'en 2019 et 2020 combinés. «Nous pensons atteindre 40 transactions au Canada d'ici la fin de l'année, estime Maxime Théorêt, partenaire associé de l'entreprise. La tendance s'accélère, non seulement au Québec, mais à l'échelle de l'Amérique du Nord – comme partout ailleurs dans le monde. La montée de l'électrique et l'incertitude quant au futur des relations concessionnaire-manufacturier favorisent les acquisitions particulièrement chez les groupes de 5 concessions et moins.»

Puis il y a eu l'ouverture de nouveaux locaux dans le Vieux-Montréal. «Nous sommes fiers de ce que nous avons accompli et heureux d'avoir un lieu physique de rencontre au Québec pour notre équipe en croissance, nos clients et nos partenaires d'affaires», préciset-il.

Car il y a en effet beaucoup à discuter à la suite du lancement de QUOTUS en octobre. L'unique plateforme technologique permet aux concessionnaires, aux constructeurs et aux banques d'avoir accès à plus de 1,1 million de données. Les quatre volets, dont un immobilier, présentent des valeurs d'entreprises automobiles, des ratios, des indicateurs de performance, des bilans, les roulements des stocks et les endettements des entreprises.

Toutes les grandes marques sont déjà représentées dans la première version. «On croit vraiment que ça va jouer un grand rôle dans l'industrie. C'est la première fois qu'une compagnie indépendante offre ce genre de service», mentionne Maxime Théorêt.

Une nouvelle version avancée sera lancée dès l'année prochaine grâce entre autres à la rétroaction de super utilisateurs.



#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

'effervescence se poursuit au Québec et DSMA prévoit que les prochaines années seront très occupées dans la belle province. L'entreprise poursuivra son investissement massif et soutiendra ce marché qui lui est très important. En 2022, les utilisateurs de QUOTUS auront accès à davantage de données. Mais les nouvelles fonctions serviront davantage les groupes et les administrateurs de concessions. Il sera en effet possible, en temps réel, d'obtenir sa propre revue financière complète ou de mieux évaluer le potentiel d'une prochaine acquisition.

Les concessionnaires, par exemple, pourront suivre l'évolution d'autres entreprises, mais seront également capables de consulter leurs propres performances et ainsi mettre leurs efforts aux bons endroits. • • •



## l EBlock l

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

entes records, acquisition d'un encan physique et virtuel, entrée à la bourse canadienne, décidément, l'année 2021 a été tout sauf tranquille pour l'équipe d'EBlock!

La seule plateforme au pays qui vend des voitures en moins de 60 secondes a réalisé plus de 20000 ventes, juste au Québec. «Et ce nombre devrait tripler en 2022 grâce aux nouvelles acquisitions de l'entreprise», signale Maxime Fabian, directeur régional d'EBlock Québec.

En septembre dernier, EBlock est devenue propriétaire de l'encan ESP et de sa division virtuelle TradeHelper. «À elles seules, ces deux entités réalisent plus de 3000 ventes de véhicules par mois», indique Maxime.

Du coup, cette acquisition a aussi permis à l'équipe d'EBlock Québec de gonfler son personnel. Maxime Fabian dirige désormais une équipe de plus de 100 employés pour offrir un service hors pair à ses partenaires à travers la province. Et ce n'est pas terminé, assure le dirigeant qui souhaite ajouter 30 nouvelles personnes au sein des rangs d'EBlock Québec au cours de l'année 2022.

Toute cette action a été couronnée par l'entrée en bourse d'E Automative, la société qui détient EBlock. Plus précisément, l'entreprise (EINC.TO) a gagné sa place sur le parquet du TSX de Toronto en novembre dernier.

«EBlock s'est également invitée au classement Deloitte qui présente les 500 entreprises nord-américaines technologiques qui ont connu la plus importante croissance au cours des derniers mois. Nous sommes au 204e rang avec une croissance de 676% », indique fièrement Maxime Fabian.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

out ce qu'EBlock a vécu en 2021 va servir de carburant à la nouvelle année, prédit Maxime Fabian. «On espère aisément franchir le cap des 60000 ventes en 2022», soutient le dirigeant de la faction québécoise. Pour faciliter l'atteinte de ce nouvel objectif, EBlock annoncera sous peu de nouveaux outils qui raffineront sa technologie. « Nous allons également redoubler notre service à la clientèle, lequel se distingue déjà de la concurrence.»



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

Enfin, toute l'équipe d'EBlock souhaite à tous ses partenaires que la situation se stabilise dans l'univers automobile. «Et surtout, je nous souhaite une augmentation des inventaires de véhicules », conclut Maxime Fabian. •••



## | GARANTIE AUTOROUTE |

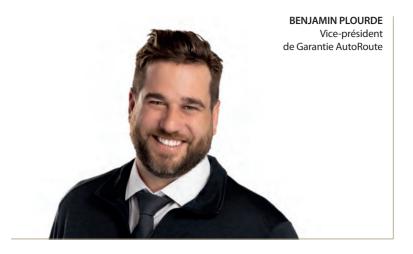
#### **LES BONS COUPS DE 2021**

ette année encore, Garantie AutoRoute continue d'évoluer avec une offre de service élargie. Une nouvelle gamme de protections esthétiques a vu le jour: «Voie de services». Ces nouvelles protections permettent aux marchands de bonifier l'étendue de leurs offres aux consommateurs et répondent aux besoins de leurs clients désireux de conserver une belle apparence à leur véhicule.

Forte de ses cinq années d'expérience dans le domaine des protections mécaniques, Garantie AutoRoute offre un grand choix de couvertures adaptées et innovantes. Avec comme objectif principal de hausser les standards du secteur, son déploiement à travers le Québec continue d'inciter plusieurs marchands à se joindre à elle.

«Nous sommes enchantés de la croissance des ventes cette année, d'autant plus dans ce contexte de pandémie mondiale. Nous sommes également très fiers d'avoir continué à consolider nos bases et d'avoir conservé les relations de confiance établies, non seulement avec les marchands qui nous distribuent mais également avec nos ateliers mécaniques autorisés. D'ailleurs, notre partenariat avec les ateliers Point S en témoigne. Ce sont là des gages de pérennité et d'un grand succès!» souligne monsieur Plourde.

Dernière nouveauté: le nom de l'entreprise se simplifie et passe de «Garantie AutoRoute 20-40» à «Garantie AutoRoute». Par la même occasion, le logo a reçu une cure de beauté pour en ressortir épuré et plus dynamique!



#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

ncore une fois cette année, l'entreprise souhaite accroître ses ententes de distribution avec les marchands, en plus de poursuivre l'exploration de nouveaux segments. Finalement, l'achèvement de son projet sans précédent dans l'industrie sera également le point d'assise de l'entreprise pour l'année à venir.

Enfin, Garantie AutoRoute continue d'avoir au cœur de ses priorités la satisfaction de sa clientèle par son approche personnalisée et l'étendue de ses protections tant mécaniques qu'esthétiques. L'année à venir promet d'heureuses innovations.



## I DECI\$IONING IT I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

Quoi de mieux, comme coup d'éclat, que de lancer un tout nouveau produit qui, en plus, révolutionne le quotidien des directeurs et directrices des départements financiers en concession? C'est ce que l'entreprise Decisioning. It a réalisé en 2021 avec la toute nouvelle plateforme Lucy.

«Grâce à notre nouvel outil, lancé en avril dernier, les directeurs et les directrices des départements financiers ont désormais accès à une technologie qui fusionne le financement automobile et l'intelligence artificielle. Du jamais vu», soutient son créateur André-Martin Hobbs, qui est aussi président de la PME.

«En fait, Lucy emploie des algorithmes qui permettent d'identifier tous les produits de financement pouvant autoriser le crédit aux consommateurs. En seulement 16 secondes, plus de 85% des clients peuvent ainsi automatiquement être préapprouvés au financement, peu importe leur historique de crédit. Une rapidité qu'aucune autre technologie en Amérique du Nord ne dispose actuellement», affirme fièrement ce passionné de technologies de l'information qui développe ce produit révolutionnaire depuis six ans. André-Martin Hobbs a d'ailleurs déjà travaillé plus de 20 ans dans des concessions automobiles du Grand Montréal.

Déjà, dit-il, plus d'une centaine de concessionnaires franchisés et marchands indépendants se sont dotés du nouvel outil. «Et la beauté



avec Lucy, c'est la rapidité avec laquelle notre équipe peut livrer, installer et rendre le produit efficace au sein des concessions. Tous nos partenaires concessionnaires obtiennent instantanément des résultats impressionnants», soutient André-Martin Hobbs.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

'équipe de Decisioning.It souhaite poursuivre sur sa lancée en 2022. «Nous allons continuer de peaufiner notre plateforme et d'élargir notre offre de services. D'ailleurs, d'autres fonctionnalités doivent s'ajouter à celles dont dispose déjà Lucy au cours des premiers mois de l'année», indique le dirigeant de l'entreprise.

André-Martin Hobbs mise justement sur les avis et les commentaires des directeurs et directrices des départements financiers pour faire de sa plateforme le meilleur allié dont rêve l'industrie automobile depuis longtemps.

Convaincue d'avoir créé un produit indispensable, la PME montréalaise projette également de commercialiser sa plateforme chez les voisins américains. Un dossier à suivre.



## I GROUPE PREMIER QUÉBEC I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

ée en temps de pandémie, Groupe Premier Québec ne s'attendait pas à une réponse aussi forte de ses clients. L'entreprise spécialisée en F&A offrait déjà un service de coaching aux concessionnaires tout en développant ses propres outils. Puis, l'appréciation de ses services les a rapidement conduits à faire des changements. En effet, les concessionnaires désiraient maintenant confier à GPQ l'ensemble des services F&A promis à leurs clients.

«Nous avons dû mettre en place un système, une façon de faire afin de répondre à cette demande. Il a fallu travailler avec acharnement pendant un an et demi pour trouver la recette gagnante afin de naviguer efficacement dans les différents systèmes des manufacturiers», explique la vice-présidente Caroline Patry. Groupe Premier Québec a donc développé de A à Z son propre CRM capable d'offrir un service de suivi en temps réel. Un logiciel fort et puissant capable de soutenir tous les dossiers, qui sont passés de 20000 en début d'année à quelque 40000.

GPQ a également ouvert son local à Longueuil accueillant une partie des 33 ressources servant tout le Québec ainsi que leurs clients en apprentissage. Dans un souci d'offrir un soutien à temps plein, il a conçu l'Académie – une forme de coaching unique. «En réalité, nous avons trouvé une façon d'offrir un support 7 jours sur 7 pour nos directeurs financiers de concessions. Ces derniers sont invités à visiter notre centrale et à apprendre en direct. Nous sommes les seuls à fournir ce service», mentionne Caroline Patry.

Enfin, Groupe Premier Québec s'est penché sur une façon de renforcer les bonnes pratiques et d'accroître la conformité pour protéger ses concessionnaires. «Nous voulons proposer des solutions pour les manufacturiers, devenir une référence », espère Caroline Patry. En ce sens, un premier document, «Identification du client», a reçu l'approbation du Centre d'analyse des opérations et déclarations financières du Canada.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

'équipe tient à solidifier les liens qui la rattachent à ses 55 clients-concessionnaires tout en créant de nouveaux liens avec d'autres entreprises, particulièrement avec les manufacturiers.



CAROLINE PATRY
Vice-présidente
de Groupe Premier Québec

Dans la prochaine année, Caroline Patry compte également poursuivre l'élaboration de documents officiels. «Nous désirons assainir le domaine des F&A et développer un programme bancaire en collaboration avec les institutions», dit la vice-présidente.



## **| LEBURO |**

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

EBURO a vu le jour en juin 2021 «et c'est certainement notre meilleur coup», lance le président, Nathaniel Forand. L'entreprise est en fait une agence de placement virtuel de directeurs financiers qui répond au manque criant de main-d'œuvre performante et conforme. «Nous offrons une expérience client rassurante et des résultats garantis, mais surtout, avec un grand souci de transparence. Il est très facile de faire des profits spectaculaires en n'étant pas conforme, mais on peut avoir d'excellents résultats en respectant les lois», croit fermement Nathaniel Forand.

Ce qui démarque LEBURO des autres, c'est un processus qui consiste à filmer et enregistrer toutes les rencontres, afin de protéger à la fois le concessionnaire, l'assureur et le client. Avec une équipe comptant plus d'une douzaine de spécialistes, l'entreprise peut remplacer, appuyer ou, dans certains cas, couvrir toute la gamme de services F&A par vidéoconférence. «Récemment, LEBURO a promptement répondu à un concession-

naire qui avait perdu ses quatre directeurs financiers et l'équipe s'est démarquée à travers toutes les transactions, à la grande satisfaction du propriétaire», de nous relater Charles-Olivier Poirier, vice-président de l'entre-prise.

Depuis le début, «la réponse des clients est extraordinaire! Et puisqu'on parle de bons coups, nous avons même réussi à prévenir quelques cas de fraudes. Concessionnaires et banques en étaient ravis», affirme Nathaniel Forand.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

n premier lieu, toute l'équipe souhaite intensément une nouvelle année sans stress, avec un retour vers la normale pour tous.

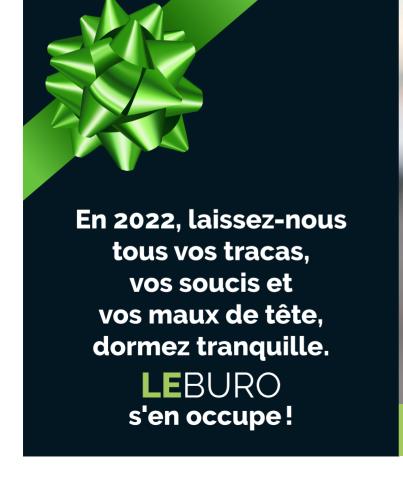
Dès son ouverture, LEBURO possédait déjà la structure pour servir environ 25 concessionnaires. Cet objectif atteint dans les six premiers mois, Nathaniel Forand prévoit le doubler en 2022.

Par ailleurs, la nouvelle année verra un



NATHANIEL FORAND Président

virage marquant dans l'industrie automobile. L'accent sur la transparence et le contact client prendra une place importante au sein de tous les concessionnaires soucieux de privilégier les bonnes relations et la fidélité de leurs clients. Avec de bonnes pratiques, c'est facile de faire des profits tout en étant conforme », assure le président.





### LGM

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

« our toutes les entreprises, la pandémie a de nouveau apporté son lot de défis cette année, mais des défis différents qu'en 2020», explique Marc-André Lefebvre, viceprésident des ventes-Québec. Particulièrement au niveau des réclamations, LGM a dû s'ajuster rapidement en implantant un service de soutien avec intelligence artificielle. «Certaines réclamations peuvent dorénavant être traitées instantanément sans intervention humaine.» De plus, un service de clavardage a été introduit afin d'épauler les clients pour toutes autres demandes.

Quant aux ventes, LGM a également innové en spécialisant leur processus selon le type de clientèle des manufacturiers. Ce mode de service dédié permet de mieux répondre aux besoins des concessionnaires de marques de luxe comme de marques grand public.

Côté formation, LGM a enrichi son système de gestion de l'apprentissage en ligne pour les concessionnaires. L'Académie LGM offre des formations sur la vente consultative, la réponse aux objections et les pra-



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

tiques émergentes, ainsi que des vidéos sur les compétences du 21e siècle @Big Think+. «Nous sommes fiers de proposer des programmes d'apprentissage de premier ordre qui mobilisent les employés des concessions et qui les encouragent à ne jamais cesser de se perfectionner», dit Marc-André Lefebvre. Ainsi, en moins de trois ans, plus de 10000 formations ont été suivies par leur réseau de concessionnaires, dont plus de 6200 en 2021!

Par ailleurs, LGM offre maintenant ses produits de protection esthétique non seu-

lement aux manufacturiers, mais également à tous leurs clients. «Nous avons répondu à cette demande de longue date et les clients en sont très heureux». Ces derniers sont aussi reconnaissants d'un ajustement des prix des garanties Secur.

Enfin, l'environnement est cher au cœur de LGM et ses efforts touchent tous les départements, des garanties prolongées qui couvrent les bornes de recharge des véhicules électriques aux choix des fonds d'investissement dirigés vers des sociétés non polluantes.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

es visites en concessions repartiront et l'accent sera mis sur ce nouveau processus de directeur financier spécialiste de marque.

«Notre cheval de bataille est d'aider les concessionnaires à tous les niveaux, soit de maintenir un service hors pair non seulement en services financiers, mais également en ce qui concerne la satisfaction au client et particulièrement dans un contexte de manque d'inventaire», conclut Marc-André Lefebvre. •••



#### 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 GARANTIE AVANTAGE PLUS I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

Donification et partenariats, ce sont les thèmes conducteurs de l'année pour Karine Lebel, directrice générale chez Garantie Avantage Plus. Tous les produits destinés aux véhicules de promenade, de loisirs et aux véhicules électriques ont été bonifiés afin d'offrir un programme plus complet. Ainsi, une version Avantage revue et corrigée permet de répondre encore mieux aux besoins des clients.

Pour ce faire, le portail a également été renouvelé avec son propre Accès concessionnaires et l'accès à la plateforme Lucy F&I. Le site permet de bien cerner tous les avantages et protections de chacun des programmes avec un outil de comparaison des options offertes pour chacun des plans.

Par ailleurs, l'équipe a également été bonifiée! Les vendeurs de produits finances et assurances peuvent assister à un événement virtuel de formation sur la Pensée dirigée donnée par le spécialiste de coaching exécutif Farès Chmait. Question partenariat, plusieurs ententes ont été conclues, dont une association avec Branchez-vous. En effet, depuis déjà quelques années, Garantie Avantage Plus offre des programmes spécifiques aux véhicules électriques.

Le partenariat avec Branchez-vous accélère cette volonté qu'a Karine Lebel de se positionner comme un leader dans l'assurance de VÉ. «Nous désirons nous démarquer et être à l'avant-garde en matière d'assurance dans ce secteur; 2035 c'est demain!», lance la présidente.

En plus des nouveaux programmes VÉ, Garantie Avantage Plus et son partenaire Branchez-vous produisent des capsules de sensibilisation destinées aux consommateurs. La présidente le sait bien, «il reste encore beaucoup de travail à faire afin de donner une information juste à propos des VÉ», explique-t-elle.

Enfin, dans cette préparation à l'ère électrique, Garantie Avantage Plus a participé à chacun des trois salons des véhicules électriques.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

Durant la nouvelle année, Garantie Avantage Plus développera d'autres partenariats avec des fournisseurs d'outils et logiciels F&A, dont les plateformes Lucy et DealYourRate.

De plus, une grande partie des efforts seront concentrés afin de lancer l'entreprise à l'échelle pancanadienne. L'Ontario et le Nouveau-Brunswick seront les premières provinces visées, «et nous espérons rejoindre l'Alberta en fin d'année», précise Karine Lebel.

Naturellement, de nouvelles équipes seront constituées pour servir ces territoires. Le processus d'embauche de directeur de développement est déjà activé. Ainsi, les effectifs de Garantie Avantage Plus seront plus que doublés. •••



## I RÉSEAU MULTI CONCESSIONNAIRES I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

'Humain se trouve au cœur du travail et des préoccupations des coachs chez Réseau Multi Concessionnaires. C'est ce qui a motivé l'ensemble des accomplissements durant la dernière année. «On travaille l'individu au maximum et notre règle d'art est l'écoute», partage Anne Matte, directrice des opérations/Coaching.

Afin de pousser cette philosophie au maximum, Anne Matte s'est penchée sur les habiletés particulières de chacun des membres de son équipe. «Maintenant, une dizaine de ressources partagent leur savoir en lien avec leur expertise. Nos spécialisations et notre grande expérience assurent un développement optimal des compétences », explique-t-elle.

«Nous sommes en mesure d'offrir des formations adaptées et de donner à nos clients ce dont ils ont vraiment besoin. De nombreuses formations ont ainsi été bâties et octroyées. Parmi les services offerts, nous avons de l'intégration en milieu de travail, de l'aide en

ressources humaines et un service de remplacement, notamment lors de vacances ou lors d'une vente privée», fait remarquer Anne Matte

Bien sûr, la pandémie a changé bien des choses. «Il a fallu s'ajuster et nous voulions en faire plus.» En temps normal, les coachs visitent leurs clients-concessionnaires environ trois fois par mois. Si le présentiel est toujours favorisé, les ressources ont travaillé beaucoup en virtuel, ce qui, en fin de compte, a permis un contact plus constant.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

Pour l'année qui vient, les désirs de la directrice sont clairs. « Nous souhaitons que les concessionnaires que nous desservons puissent maximiser la rentabilité de leur département de commercialisation après-vente en adoptant une approche d'encadrement basée sur l'humain, le bien-être et le travail ANNE MATTE
Directrice
des opérations/
Coaching



d'équipe.» Car, dit-elle, «Le bonheur fait vendre!».

Dans cette perspective, l'équipe travaille continuellement à offrir un service de qualité au-delà des attentes de ses clients en cohésion avec les valeurs de leur entreprise.



## | SOLUTION GLOBALE AUTOMOBILE |

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

**T**out un tour de force qu'a réussi l'équipe de Solution Globale Automobile en 2021. «Même si nos partenaires concessionnaires automobiles et véhicules de loisirs n'ont pu vendre autant d'unités qu'ils auraient souhaité - faute d'approvisionnement -, nous sommes parvenus à atteindre nos objectifs et même plus encore», souligne Jean-Claude Rabbat, président de l'entreprise.

Malgré les mesures sanitaires qui ont limité les déplacements sur la route une bonne partie de l'année, l'équipe de Solution Globale Automobile a également séduit plus d'une dizaine de nouveaux partenaires un peu partout en province. «Ce qui constitue un beau cadeau pour marquer notre 5e anniversaire de fondation», souligne le dirigeant.

Qui dit nouveaux clients dit aussi une plus grande équipe. Au cours de l'année 2021, une nouvelle recrue a joint les rangs de l'entreprise lavalloise au sein des bureaux administratifs. L'équipe de Solution Globale Automobile compte désormais une dizaine d'employés. «Cet ajout, dit-il, a permis de restructurer nos forces et de surmonter des défis de gestion qui ont été bénéfiques pour tous nos partenaires.»

Deux nouvelles personnes qui veilleront aux ventes et aux opérations s'ajouteront également au cours des premiers mois de l'année 2022. «Ca promet!» soulève Jean-Claude Rabbat, toujours aussi enthousiaste.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

aintenant, Jean-Claude Rabbat et son équipe espèrent que les difficultés d'approvisionnement de véhicules se résorberont en 2022. «On se croise les doigts.»

En attendant, l'entreprise compte poursuivre sa croissance au cours des prochains mois. «Nous sommes convaincus d'offrir de très bons produits appropriés aux concessionnaires automobiles et véhicules de loisirs et d'avoir la bonne équipe pour les accompagner dans leur succès. Pour ces raisons, nous visons JEAN-CLAUDE **RABBAT** Président de Solution Globale Automobile



le recrutement d'une dizaine de nouveaux partenaires en 2022», indique Jean-Claude

Et pour le reste, dit-il, toute l'équipe de Solution Globale Automobile souhaite du bonheur, de la santé et de la continuité dans les bonnes pratiques à tous ses partenaires concessionnaires. «Et surtout, que le recrutement de personnel dans tous les départements des concessions aille bon train.» •••



## **| CarGurus |**

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

**S** ortez les flûtes et les décorations des grands événements. Pour la première fois depuis son arrivée au pays en 2016, l'équipe canadienne de CarGurus a atteint la rentabilité au 2° trimestre en 2021.

«Ce passage au vert va nous permettre de poursuivre nos investissements sur le marché canadien qui est d'ailleurs en très forte croissance», soulève le directeur régional des ventes Québec pour CarGurus, Mathieu Veilleux-Turgeon.

La plateforme automobile multinationale en ligne pour l'achat de véhicules, exclusif aux concessionnaires et marchands indépendants, compte désormais plus d'une trentaine d'employés dédiés au marché canadien. Une goutte d'eau, diront certains sur les près de 1000 personnes qui logent au siège social de Cambridge, au Massachusetts. «Mais cette équipe a fait un travail colossal en 2021 pour couvrir tout le territoire canadien», insiste Mathieu Veilleux-Turgeon.

L'année 2021 a permis d'introduire de nouvelles fonctionnalités adaptées aux mesures sanitaires. Ce qui a permis de faciliter l'achat de véhicules en ligne, indique le directeur régional du Québec de CarGurus.

«Nous continuons également de produire toute une série de documents exclusifs à nos partenaires, incluant des analyses, des statistiques, des études pour que ces derniers disposent d'une vue d'ensemble claire et précise du marché. Ces outils de gestion pour les concessionaires contribuent à offrir une expérience d'achat de véhicules la plus transparente qui soit. Ce qui favorise un solide lien de confiance entre les consommateurs et nos partenaires», explique Mathieu Veilleux-Turgeon.

L'année 2021 marque également la présentation de la conférence de Navigate à la mi-octobre. Présenté en ligne, cet événement a obtenu un immense succès en rejoignant des milliers de participants d'un peu partout en Amérique du Nord et en Europe, souligne-t-il.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

otivée par les résultats de l'année 2021, l'équipe de Mathieu Veilleux-Turgeon souhaite poursuivre sur cette lancée au cours des prochains mois. «L'année 2022 marquera d'ailleurs l'arrivée de nouveaux produits



MATHIEU VEILLEUX-TURGEON
Directeur régional des ventes Québec pour CarGurus

CarGurus sur le marché canadien. De nouveaux outils uniques qui seront dévoilés au cours des premiers mois de l'année», avise le directeur régional de CarGurus.

Enfin, pour séduire davantage de consommateurs au Canada, l'équipe de Mathieu Veilleux-Turgeon souhaite poursuivre ses représentations partout au pays. «Nous allons continuer de démontrer que nous détenons toute l'expertise et même plus afin d'offrir le plus fiable et transparent des plateformes pour l'achat des véhicules d'occasion de la planète.»





## **TRADER**

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

remplie de défis pour les concessionnaires et nous avons remarqué des changements dans les tendances des consommateurs», dit Luc Morin, vice-président ventes pour le Québec. AutoHebdo a donc misé sur la richesse des études de consommation menées sur la plateforme en ligne. Ces études ont permis de fournir aux concessionnaires des conseils et ajustements stratégiques dans leurs communications et plan marketing.

Les sondages révèlent qu'en 2020, 72% des répondants croyaient qu'ils devaient attendre avant d'acheter leur véhicule alors que ce pourcentage a chuté à 38% en 2021. La préoccupation financière a également diminué passant de 76% à 49%. L'intention d'achat s'est donc accrue, parmi les acheteurs potentiels de voitures d'occasion, 62% utilisent les plateformes automobiles en ligne, 39% accèdent au site Web des concessionnaires et 33% utilisent les sites Web des constructeurs tout au long du parcours d'achat d'une voiture. «Sachant cela, il est très important pour les concessionnaires de garder une présence en ligne », souligne Luc Morin.



LUC MORIN Vice-président ventes pour le Ouébec

De plus, AutoHebdo a diffusé son Indice de Prix chaque trimestre, ce qui permettait aux concessionnaires d'avoir un aperçu des marchés canadien et québécois de l'automobile. Cet outil leur a permis de suivre les plus récentes variations de prix et les tendances tout au long de l'année.

Toujours dans l'objectif d'outiller les professionnels, TRADER a tenu sa 7e édition de l'événement Carology en avril. L'événement de cette année a brossé un portrait détaillé des stratégies et des techniques gagnantes, des pratiques de vente améliorées que les concessionnaires pouvaient mettre en œuvre dans le cadre de leurs activités, ainsi que des tendances en matière de consommation automo-

bile au Canada. Les participants ont obtenu des solutions facilement applicables, ainsi que des données et des connaissances exclusives afin de mieux comprendre comment rejoindre les acheteurs québécois dans l'univers numérique actuel.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

n 2022, l'accent sera mis sur la vente au détail numérique. «De plus en plus de consommateurs font leur parcours d'achat en ligne et nous désirons leur offrir la meilleure solution», souhaite Luc Morin. Une fonctionnalité accrue avec les plateformes Motoinsight et MotoCommerce permettra une intégration complète pour que le consommateur puisse réaliser facilement toutes les étapes d'une transaction en ligne.

Le consommateur pourra naviguer sur AutoHebdo ou avoir un accès direct au site du concessionnaire ou du marchand de son choix en repérant le logo Achat en ligne. Tout sera simplifié, de la construction du véhicule au choix des accessoires et des plans de protection en passant par l'évaluation du véhicule en échange jusqu'à la demande de financement et l'acompte.



## | PEDLEX |

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

**B** ien que la pandémie se soit poursuivie en 2021, nous sommes revenus en force», annonce Yves Poirier, vice-président de Pedlex. «En fait, nous avons battu notre meilleure année, et ce, malgré le fait que nos clients ont dû vivre avec des augmentations de prix hors de notre contrôle.»

Il suffit de penser aux immenses étagères en métal que l'on voit chez Costco ou dans un entrepôt de pneus. Leur prix a facilement doublé à cause de la hausse du prix de l'acier. « Mais dans notre département Automobile, nous sommes chanceux. La gamme Rousseau a subi moins d'augmentation parce qu'ils achètent leur acier des mois à l'avance, parce qu'ils ont d'excellentes ententes avec leurs fournisseurs et parce que c'est un produit qui est très travaillé, i.e. qui ne comporte pas que de l'acier », explique le vice-président.

Cela dit, même quand le concessionnaire est averti de la flambée des prix, il va de l'avant avec son projet. «Il entend ce que je lui dis et il se fait dire la même chose par tous



YVES POIRIER Vice-président de Pedlex

les autres corps de métier impliqués dans son projet, alors la confiance règne », dit Yves.

Pedlex, par ailleurs, a terminé en mai dernier l'implantation de son nouveau système informatique. «Tout s'est bien déroulé, pas de bogues majeurs. Nous poursuivons avec le CRM afin de toujours améliorer le service au client, pour suivre ce dernier du début à la fin en optimisant l'automatisation.»

«C'est encore nous qui passons la com-

mande, c'est trop complexe. Mais, un jour, nous aurons le e-commerce pour les petites commandes, tels une table ou un coffre. Sinon, il faut se rendre sur place, prendre les mesures. J'ai une soixantaine de numéros de modèles. Le client en perdrait son latin s'il devait faire ça en ligne. Ça prend une formation, ça prend un distributeur comme Pedlex.»

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

"J'entrevois déjà pour la compagnie en général (tous départements confondus) une année record bien que, pour l'automobile, je prévoie surtout des activités durant la deuxième moitié de l'année», dit Yves Poirier, qui conclut en nous refilant un truc: «Mieux vaut signer rapidement pour se garantir le meilleur prix possible. Même si Pedlex termine la commande avant que l'établissement ne soit prêt, ça coûte moins cher d'entreposer les coffres que d'affronter une augmentation de prix.»



## I CSMO-AUTO I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

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

#### **QUELQUES CHIFFRES POUR EN TÉMOIGNER**

Projets réalisés: **34**Nombre de comités: **27**Rencontres virtuelles: **210** 

Nombre de personnes formées: 3090

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

Les différents projets ont permis de soutenir les employeurs et les travailleurs du secteur dans un contexte particulièrement difficile. En effet, tous les webinaires, formations en ligne, outils de communication transmis visaient à aider le mieux possible l'ensemble de la main-d'œuvre de l'industrie des services automobiles.

## TROIS MOTS ONT GUIDÉ NOS ACTIONS INFORMER – PARTAGER - AGIR

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

Un merci particulier aux administrateurs et collaborateurs du CSMO-Auto pour leur contribution exemplaire au développement

des compétences de la main-d'œuvre de l'industrie des services automobiles.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

e CSMO-Auto souhaite continuer à exercer sa mission avec la participation de ses partenaires. Plus que jamais, tous les acteurs de l'industrie doivent se concerter et se mobiliser davantage afin de surmonter ensemble les nombreux défis de main-d'œuvre.

Le CSMO-Auto souhaite aussi continuer par des actions concrètes et concertées à faciliter le recrutement, la fidélisation et le développement des compétences de la main-d'œuvre des entreprises de l'industrie.

Pour en savoir davantage sur nos différents projets réalisés et en cours, nous vous invitons à consulter notre site www.csmo-auto.com ainsi que nos différents médias sociaux.



## I CARFAX CANADA I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

ARFAX Canada a été très occupé cette année! Nous avons lancé deux offres majeures destinées à aider le département du service des concessions: *Car Care*, une application gratuite de rappel d'entretien de véhicule pour les consommateurs, et *CARFAX pour la Vie*, un outil de rétention de service pour les concessions. Ceux-ci travaillent ensemble pour apporter plus d'achalandage dans les baies de service. Jusqu'à présent, nous avons eu des retours très positifs de la part de nos clients!

Concernant le rapport d'historique de véhicules de notre entreprise, nous avons pu acquérir plusieurs nouvelles sources d'estimations et dossiers de réclamations d'assurance au Québec, nous aidant à améliorer davantage nos rapports d'historique de véhicules, comme leader de notre industrie. Ceci nous permet d'étendre notre couverture de données dans la province de Québec. Plus de données signifie que nos clients peuvent prendre encore de meilleures décisions lors de l'achat et de la vente de véhicules, ce qui est ultimement le meilleur gain pour tous.

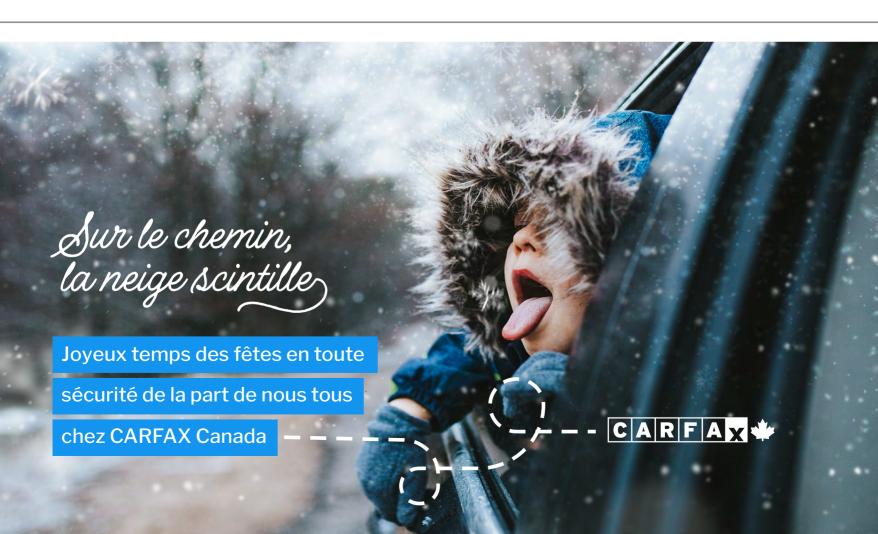
#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

A u cours de la prochaine année, nous nous engageons à continuer de renforcer nos données dans toutes les catégories afin de nous assurer de fournir à nos clients le rapport d'historique de véhicules le plus complet au Canada. Nous avons également d'excitantes nou-

STEPHAN LALONDE Directeur national des Groupes et du Québec chez CARFAX Canada



velles offres de produits à venir, même si nous ne pouvons pas en dire trop à ce sujet pour le moment! Surtout, notre souhait pour 2022 est que l'industrie automobile continue de se redresser et puisse rebondir après les deux dernières années difficiles. Nous sommes impatients de poursuivre notre travail avec nos partenaires, pour apporter confiance et transparence à l'industrie automobile.



## I COX AUTOMOTIVE CANADA I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

A u nom de l'ensemble des équipes de Cox Automotive Canada, j'aimerais souligner et reconnaître la résilience de chacun d'entre nous au Canada. De la pandémie à la récente crise environnementale en Colombie-Britannique, 2021 nous a tous affectés d'une manière ou d'une autre. Nous en sortirons cependant plus forts, au travers du soutien mutuel et en portant soin à nos communautés.

Cette attitude est inhérente au travail des équipes de Cox Automotive Canada. En 2021, nous avons été confrontés à une pénurie de véhicules neufs et d'occasion, mais nous avons continué à développer et à introduire des innovations pour soutenir nos clients et nos partenaires, parmi lesquelles je citerais le lancement de la plateforme d'achat omnicanale pour les concessions BMW et MINI.

En partenariat avec Kijiji Autos, nous avons également mis sur pied un processus de vente au détail numérique complet, qui répond aux exigences des clients d'aujourd'hui. En respectant les mesures sanitaires, Manheim Canada a aussi réouvert l'accès aux ventes en ligne, offrant ainsi des options physiques et numériques pour ses clients et partenaires.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

a pénurie de véhicules neufs et d'occasion perdurera en 2022, mais je suis optimiste. La situation s'améliorera. L'innovation continuera toujours d'être le moteur qui anime les équipes de Cox



PIERRE FAUCHILLE Directeur général, solutions physiques et numériques Cox Automotive Canada

Automotive Canada. Notre mission est de vous fournir une gamme complète de solutions et de services afin de simplifier vos activités, tels les évaluations Kelley Blue Book, le financement de vos inventaires avec NextGear Capital et les services de transport de Ready Logistics.

Enfin, attendez-vous à bon nombre de nouveautés, puisque nous continuons d'élargir notre offre de services pour soutenir nos partenaires et clients canadiens à travers le pays.

Nous vous souhaitons d'excellentes fêtes de fin d'année! Au plaisir de vous retrouver en 2022! • • •



## I KIMOBY I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

A u cours des neuf dernières années, Kimoby s'est taillé une place majeure dans l'industrie automobile en Amérique du Nord. L'entreprise technologique de Québec, dont la plateforme bonifie l'expérience client en automatisant les communications par messagerie instantanée, fait une première apparition au classement *Growth List* 2020. Celui-ci dresse la liste des sociétés canadiennes à plus forte croissance et l'entreprise se classe fièrement au 51° rang du prestigieux palmarès grâce à une augmentation des revenus de 1,759% dans les cinq dernières années.

«Notre présence au palmarès *Growth* est le résultat de cinq années de travail acharné, passées à développer une solution qui a un impact réel dans le quotidien des entreprises et de leurs clients partout en Amérique du Nord. C'est une fierté immense pour nous que de nous retrouver parmi des joueurs canadiens aussi importants», souligne Ismaël Meskin, cofondateur de l'entreprise.

En 2021, l'entreprise québécoise s'est concentrée sur trois principaux défis auxquels les concessionnaires automobiles étaient confrontés: le temps, l'argent et les ressources. L'introduction de fonctionnalités robustes de prévention de la fraude sur Kimoby Pay, la solution de paiement mobile favorite de plusieurs concessionnaires, n'était qu'un moyen de répondre à certaines des nouvelles habitudes de consommation qui sont maintenant devenues la norme à suivre. La refonte de la plateforme pour encore plus de facilité d'utilisation était une priorité pour s'assurer que les concessionnaires disposent des outils dont ils ont besoin pour créer des campagnes de marketing SMS efficaces afin d'atteindre les bonnes personnes, avec le bon message, au bon

ALEX WOJCIK et ISMAËL MESKIN Fondateurs de Kimoby



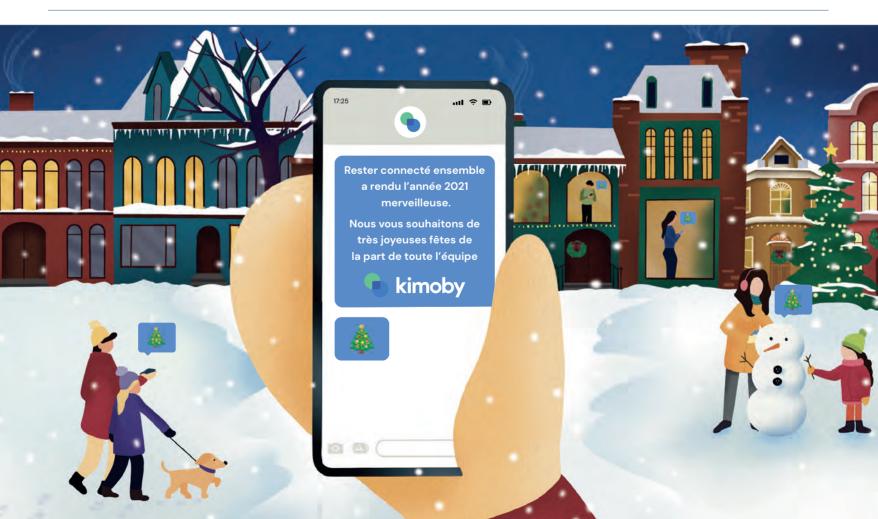
moment. Près de **60 000 000** de messages textes auront été envoyés en 2021 avec la plateforme Kimoby.

«Nous sommes infiniment reconnaissants envers nos clients et comprenons que s'adapter aux multiples demandes et restrictions fut un défi pour tous. La confiance de nos clients dans notre plateforme nous tient énormément à cœur et leurs résultats ont été des plus impressionnants», indique Alex Wojcik, cofondateur et VP ventes de Kimoby.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

Pour la nouvelle année, Kimoby continuera à aider les concessionnaires à investir dans leur expérience client. Les concessionnaires se doivent d'offrir un service impeccable, personnalisé et mémorable, et la compagnie fait la promesse de les aider à rester compétitifs dans ce créneau. De plus, Kimoby s'engage à fournir une expérience d'intégration simple afin que tous les départements de service puissent se concentrer sur l'optimisation de l'emploi du temps de leur personnel, le renforcement de la confiance et fidélité de leur clientèle en plus de pouvoir bénéficier d'un meilleur retour sur investissement.

«Kimoby s'est toujours démarqué par la qualité de son service en mettant le client en avant-plan. Nous avons hâte de partager une autre année exceptionnelle avec nos fidèles partenaires», conclut Ismaël Meskin.



## | NERDAUTO |

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

#### Chère Automobile,

On t'appelle par ton p'tit nom parce qu'avec tout ce qu'on a vécu ensemble dans la dernière année, belle industrie, on est rendus là.

On peut dire qu'on en a vu de toutes les couleurs. Des mois records du printemps au manque d'inventaire généralisé, en passant par la flambée historique des prix de l'occasion, sans parler des défis de recrutement RH... On le sait, on a été là, à tes côtés, pour faire face à chacun de ces obstacles.

Pandémie, pénuries... amenez-en des défis! Et alors que l'année tire à sa fin, on veut t'écrire ces quelques mots, Automobile, pour te déclarer notre amour. Parce que c'est vrai que ça n'a pas été facile et que les douze derniers mois t'ont mise à rude épreuve. Mais ils t'ont aussi et surtout permis de briller et de prouver à quel point tu peux être débrouillarde, travaillante, obstinée, motivée et toujours à la recherche d'une nouvelle idée pour continuer d'avancer, de prendre soin de ton monde et de servir tes clients.

C'est quand t'es mise au défi de la sorte qu'on te trouve la plus belle, Automobile. C'est pour ça qu'on n'échangerait notre place



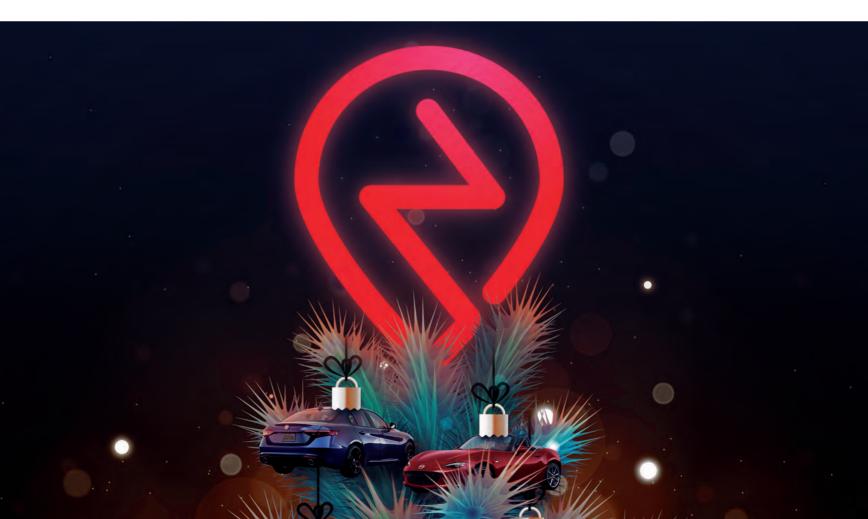
à tes côtés contre aucune autre. Être là, avec toi, pour se lancer des idées, essayer de nouvelles avenues, tester des approches saugrenues et t'aider, jour après jour, à te réinventer, c'est un plaisir et un privilège immense.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

nspirés par toi, on s'est retroussé les manches et on s'est donné comme défi d'à notre tour t'impressionner. Dans les derniers mois, notre équipe a continué de grandir et de se perfectionner pour devenir ton meilleur allié, ton bras droit, ton conseiller... ton fournisseur d'idées.

- -T'es prêt à aller plus loin avec ton marketing numérique? Nous aussi.
- T'as envie d'explorer de nouveaux médias sociaux? On est là.
- Tu penses qu'il est temps de bâtir ou renforcer ta marque locale? Compte sur nous.
- Tu sais que tu n'exploites pas pleinement le potentiel de ton site actuel? On va t'aider.
- Tu songes à déménager ton site Web vers un nouveau fournisseur? Faut qu'on se parle!

Bonne année 2022, Automobile!
Tes Nerds



## I PBS SYSTEMS I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

"Grâce à notre culture corporative solidement ancrée et aux nouveaux collègues qui se sont joints à notre équipe, au Québec et ailleurs, au courant de 2021, je n'ai jamais été autant excitée d'appartenir à une entreprise aussi formidable, se réjouit Lisette Da Costa, directrice des ventes des Systèmes PBS. Une compagnie qui a continué d'émerveiller l'industrie au Québec avec ses innovations technologiques, son expansion et son soutien de tous les instants.

Nous avons récemment acquis un autre fournisseur de DMS afin d'améliorer encore plus notre habileté à soutenir nos clients partenaires et pour mieux foncer vers l'avenir ensemble. Avec ces équipiers supplémentaires, basés ici même en Amérique du Nord, nos concessionnaires canadiens bénéficient de plus de connaissances, d'outils et d'astuces pour naviguer sur les eaux rendues troubles par la pénurie de micro-processeurs et la pandémie.

Notre industrie, qui évolue sans cesse, ne ralentit pour personne mais je suis très heureuse de la façon avec laquelle nous avons

LISETTE DA COSTA Directrice des ventes de PBS Systems au Québec



su maîtriser les changements au fil des ans et je suis très reconnaissante envers nos clients partenaires d'affaires.»

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

(1 existe un vieil adage qui dit "Si vous voulez aller vite, allez-y seul. Si vous voulez allez loin, allez-y ensemble". Je crois que cette maxime recèle beaucoup de vérité. Sans le dévouement de notre équipe bilingue et l'engagement de tous nos concessionnaires, nous n'aurions jamais connu l'année

fructueuse que nous venons de connaître. Voilà une tradition que nous aimerions bien poursuivre en 2022, plus spécifiquement au Québec.

J'ai souvent l'impression que notre compagnie est une start-up malgré ses 33 ans d'existence parce que notre culture d'entreprise encourage dans son environnement une relation "famille et amis". Nous le devons en grande partie à nos clients partenaires d'affaires, car sans nos concessionnaires, nous ne serions qu'une start-up parmi tant d'autres...

Pour 2022, je trouverais formidable de pouvoir étendre cette culture chez encore plus de concessionnaires québécois et leur montrer pourquoi nous avons tant de succès. C'est le genre de culture que vous ressentez dès que vous parlez à quiconque œuvre chez PBS. Peu importe qu'il s'agisse de notre équipe de soutien bilingue, des développeurs ou même de la démonstration de l'un de nos programmes, parce que ce n'est pas seulement notre plateforme de haut niveau qui nous fait rayonner, mais bien l'ensemble des personnes qui nous entourent.»



## I SHOPICAR I

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

'an dernier, Shopicar lançait sa plateforme d'achat en ligne de véhicules d'occasion en pleine pandémie. En 2021, l'outil gagne du terrain partout au Québec, il propose désormais les demandes de financement, l'achat de véhicule directement des consommateurs et la livraison ou la cueillette du véhicule directement dans la cour du client.

#### Adapté aux attentes du client d'aujourd'hui

«Nous sommes très fiers d'offrir aux consommateurs québécois une expérience de magasinage de véhicule en ligne des plus immersives, et ce, en français», soutient Philippe Desjardins, le nouveau président et directeur général de l'entreprise. Le client bénéficie ensuite d'une garantie de retour de 7 jours et/ou 500km: «C'est le meilleur essai routier sur le marché: au lieu d'essayer l'auto pour 15 minutes, les clients vont à l'épicerie, porter les enfants à l'école ou faire du ski la fin de semaine, ce qui leur permet de vraiment essayer leur nouveau véhicule! »

Shopicar se donne comme mission de redonner confiance aux consommateurs dans le processus d'achat d'une voiture d'occasion, en prônant la transparence et la qualité avant tout. «Malheureusement, dû à un historique de pratiques douteuses et manque de transparence, notre industrie n'a pas une très bonne réputation. C'est une perception que nous voulons changer, avec un modèle d'affaires et une culture d'entreprise qui met l'accent sur la satisfaction et la longévité de nos relations clients.

L'arrivée de Philippe Desjardins à la tête de la plateforme se traduit également par d'autres nouveautés au sein de la PME lavalloise. Notamment sur le plan de l'approvisionnement. Afin d'offrir un plus large éventail de véhicules aux consommateurs qui magasinent en ligne, Shopicar est en mode acquisition. Une première transaction a été effectuée le 1<sup>er</sup> juillet dernier avec l'achat d'Auto Desjardins, soulève le dirigeant. Ce dernier est d'ailleurs issu de la famille du concessionnaire Desjardins présent sur le territoire de la Capitale-Nationale et de Montréal. Philippe en est la troisième génération.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

#### L'appui d'investisseurs

Philippe Desjardins compte sur la lancée de Shopicar en 2022. «L'entreprise est actuellement en mode financement afin d'agrandir l'équipe, d'augmenter notre offre d'inventaire et services, ainsi que de faire la promotion de la plateforme à travers la province», avise-t-il.



**FÉLIX MORISSETTE**Cofondateur et directeur de l'exploitation

PHILIPPE DESJARDINS Cofondateur et président-directeur général

#### La force du nombre

Enfin, fière de détenir entre les mains un outil francophone, développé pour répondre aux besoins des concessionnaires de la province qui veulent élargir leur marché aux quatre coins du territoire, l'équipe de Shopicar souhaite élargir son réseau de partenaires et tripler sa croissance en 2022

#### Maître chez nous

«Nous souhaitons poursuivre la consolidation de nos parts de marché au Québec. Avant que ne le fasse la concurrence étrangère. Aussi, nous allons continuer de n'offrir aux consommateurs qu'une expérience d'achat agréable et 100% transparente. Nous allons continuer de vérifier méticuleusement chaque véhicule que nous afficherons sur notre plateforme afin de consolider le lien de confiance entre nous et les consommateurs.» • • • •



## | SiriusXM |

#### **LES BONS COUPS DE 2021**

Tous les canaux ont été ouverts sur les réseaux sociaux «de façon plus robuste» pour rallier les concessionnaires automobiles, ce qui a permis de lancer une foule de concours mensuels grâce auxquels SiriusXM a eu la chance de gâter ses clients avec de nombreux prix, de faire la promotion d'événements à venir et de souligner les concessionnaires qui s'étaient démarqués au Canada (entre autres à l'aide de kiosques à crème glacée fort alléchants!).

«C'était aussi un moyen de rejoindre plus facilement nos clients et de faire part de toutes nos programmations et nouvelles chaînes», précise Jean-François Martin, directeur régional pour l'est du Canada. Les prix distribués étaient thématiques ou de saison, tels le fameux Solo Stove ou des barres de son.

Par ailleurs, après avoir connu un franc succès, les spectacles SiriusXM sont revenus à la charge. Sous l'appellation *D'un océan à l'autre*, la série de shows a mis en vedette de nombreux artistes canadiens, incluant la populaire Charlotte Cardin.

Et pour mettre tout le Québec dans l'ambiance du temps des réjouissances, en plus de répondre à une demande insistante de ses clients, SiriusXM propose maintenant une chaîne francophone dédiée exclusivement à la musique des fêtes. C'est ainsi que *Noël incontournable* a été mis en ondes le 3 novembre et sera diffusé tout au long des festivités.

#### **LES SOUHAITS POUR 2022**

**«** Pour la nouvelle année, nous désirons mettre l'accent davantage sur les concessionnaires, leur offrir notre appui afin qu'ils puissent, à leur tour, remercier leurs clients de leur loyauté et ainsi s'assurer de leur satisfaction», explique Jean-François Martin.



D'autre part, afin d'agrandir la famille SiriusXM, le diffuseur lancera *Voie de service plus*. Ce programme permettra aux concessionnaires abonnés au Programme de service d'offrir des essais gratuits à tous les clients équipés d'une radio SiriusXM ou non, via l'appli SXM.

Enfin, puisque SiriusXM est synonyme de musique, 2022 marquera le retour de *SiriusXM présente*, des concerts intimes dans des salles à la grandeur du Québec mettant en vedette des artistes de renom.



# LAUTOPAK

## LA SOLUTION OPTIMALE À VOS OPÉRATIONS

UN CRM AGILE, ROBUSTE, PERFORMANT ET SIMPLE D'UTILISATION

- **o-** Technologie mobile aux Ventes
- Gestion des Appels, Textos, Courriels, Formulaires Web
- Gestion des Plateformes de Ventes (Trader, Kijiji, LesPac, etc. etc.)
- Flux de Travail dynamique (workflow)
- Outil de Vente complet, avec Product Manager

- Tableau de bord Ventes
- **O-** Rapports de Performance
- O- RV du Service en-ligne
- o- Communication client via texto au Service
- Solution Cloud ou serveur physique
- o- Intégration complète au DMS

## METTEZ-NOUS AU DÉFI: LE FUTUR EST MAINTENANT ...

LAUTOPAK 🕲

UNE DIVISION DE

495 boul. St-Martin Ouest, #300, Laval. QC H7M 1Y9 T. 450 662-0060 | F. 450 629-2269 VENTES@LAUTOPAK.COM

LAUTOPAK.COM



QUE CE SOIT POUR LE TEMPS DES FÊTES OU PARCE QUE VOTRE CONCESSION ORGANISE SES PROPRES FÊTES À L'ANNÉE LONGUE, NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS CONSEILLER NOS MEILLEURS PRODUITS.

**CONTACTEZ-NOUS AU 819 472-5282** 

Abonnez-vous à notre infolettre pour être averti de nos nouveautés et promotions!

www.vinatovin.com

