

## **DOSSIER BILAN VENTES QUÉBEC 2021**

UNE PRÉSENTATION DE

## PAS DE STOCK? PAS DE PROBLÈME



OUBLIEZ LA RARETÉ DES PUCES, LES RUPTURES D'INVENTAIRE ET LES OBJECTIFS DE VENTES RATÉS.





**TIK TOK, INSTAGRAM REELS, STORIES...** 

LE GRAND POTENTIEL DES COURTES VIDÉOS

**FIX4 CAPITAL** 

AIDE FINANCIÈRE POUR LES CONSOMMATEURS

**AUTOMOTIVE PROPERTIES REIT EN EXPANSION AU QUÉBEC** 

NOUVELLE ANNÉE, NOUVELLE IDENTITÉ, NOUVEAU LOGO...

mais toujours le même engagement!

Votre SÉCURITÉ... Notre GARANTIE



Cette nouvelle identité visuelle, qui réunit simplicité et dynamisme, témoigne des valeurs de notre entreprise: rehausser les standards du secteur des protections prolongées, offrir un service de qualité et établir des relations de confiance avec nos marchands.

«Nous avons rafraîchi notre logo pour refléter qui nous sommes aujourd'hui et symboliser notre avenir.»

**Benjamin Plourde** 

Vice-président de Garantie AutoRoute

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

#### **FOLLOW THE MONEY**



ar les temps qui courent, pas une semaine ne se passe sans qu'un constructeur automobile annonce des investissements majeurs dans l'électromobilité. Juste au cours des derniers mois, Toyota a déclaré qu'il investirait 70 G\$ d'ici 2030, tout comme Volkswagen (59 G\$ d'ici 2026), GM (35 G\$ d'ici 2025), Stellantis (35 G\$ d'ici 2025), Ford (30 G\$ d'ici 2030) et l'alliance Renault-Nissan-Mitsubishi (23 G\$ d'ici 2030). Sans par-

ler des investissements faits par Tesla, des multiples jeunes entreprises construisant des VÉ ou de la Chine, un acteur majeur sur le plan international dans la conception et la production de véhicules électriques.

Je suis très conscient qu'on peut faire dire ce qu'on veut aux chiffres. D'ailleurs, il est important de noter que dans le cas de plusieurs de ces annonces chocs, l'investissement englobe tous ceux réalisés dans l'électromobilité de l'entreprise, ce qui veut dire tous les types de véhicules qui comprennent une batterie et non strictement les véhicules 100% électriques.

Ultimement, ce qui devient de plus en plus évident, c'est que la majorité des grands constructeurs automobiles sont maintenant engagés, du moins à un certain degré, dans la course aux VÉ. Même Toyota, qui a toujours insisté sur le fait que les véhicules hybrides représentaient une meilleure option que les VÉ pour sauver la planète (en attendant l'arrivée en force des voitures à hydrogène), commence à changer son fusil d'épaule.

Chose certaine, si les constructeurs investissent dans les VÉ des sommes qui dépassent le PIB de plusieurs petits pays, c'est qu'il y a des investisseurs qui s'attendent à faire des profits.

Donc, dans une main, nous avons des entreprises qui dépensent des milliards dans le but de concevoir, de produire et de vendre des VÉ de masse et, dans l'autre, des gouvernements qui se donnent des objectifs à peu près surréalistes sur la pénétration du marché des VÉ (dont 1,5 million de VÉ sur les routes du Québec d'ici 2030).

Rappelons que Toyota a mis 20 ans pour que 30% de ses véhicules vendus au pays soient munis d'une technologie hybride, une technologie qui, soyons franc, est beaucoup plus facile à adopter par les consommateurs que celle des véhicules 100% électriques.

Au bout du compte, cela met en lumière le fait que même si les consommateurs ont finalement accès à une gamme plus élargie de VÉ, que la technologie des batteries s'améliore, tout comme le réseau de recharge, et que les prix deviennent un peu plus concurrentiels (ce qui ne veut pas dire pour autant qu'ils vont baisser), la seule et unique façon qu'auront les constructeurs de rentabiliser leur investissement à court et moyen terme, et qu'aura le gouvernement de se rapprocher de sa cible de 2030/2035, ce sera avec des nouvelles réglementations.

Nos gouvernements oseront-ils imposer des lois qui forceront la main des consommateurs? Seul l'avenir nous le dira.

www. automedia.ca

• info@automedia.ca

Suivez-nous sur Facebook et Twitter!



## **AutoMédia**

Témoin de l'industrie automobile

Volume 11, n° 5, février – mars 2022

#### PROFIL

FIX4 CAPITAL
UNE NOUVELLE AIDE
FINANCIÈRE POUR
LES CONSOMMATEURS
14



#### **INDUSTRIE**



LA PLACE DES FEMMES CHEZ LGM: PLUS OUE DES PAROLES

JAKE STACEY Vice-présidente des ventes et formation

15

AUTOMOTIVE PROPERTIES
POURSUIT SON EXPANSION
AU OUÉBEC

16

**MAXIME THÉÔRET** Associé de la firme DSMA





#### **CHRONIQUES**

- **4 AUTEMPS JADIS**
- **6 AINSI PENSE ANTOINE**
- **8 LA CHRONIQUE DU NERD**
- **10 SUR LA ROUTE**

## **CHEZ BOURGEOIS À RAWDON**

LE SERVICE À LA CLIENTÈLE C'EST DANS LES GÈNES FAMILIAUX

«Mon auto est tombée en panne, mais Bourgeois m'a prêté sa Ninety-Eight.» C'est avec empressement que Serge Bourgeois s'occupait des clients de sa concession Chevrolet Oldsmobile de Rawdon. Cette façon de faire, il l'inculquera à son fils Mario, son successeur. Ce dernier le fera aussi avec ses trois enfants: Christine, Olivier et Andrée-Anne; le jeune trio avec lequel il dirige désormais l'entreprise familiale devenue Bourgeois Chevrolet Buick GMC.

orsqu'on vend un véhicule, on veut que ça devienne la plus belle expérience pour le client. Dans le temps de mon père, c'était déjà comme ça », affirme Mario, 59 ans. Cette philosophie, ses trois jeunes partenaires y adhèrent sans hésiter, confirme Christine, 32 ans: «C'est la formule gagnante. On tente simplement de l'améliorer.»

Ce devait être dans les gènes familiaux, croit Mario. Les Bourgeois de Lanaudière et l'automobile, c'est une histoire qui remonte aux années 50. À cette époque, Serge ouvre un garage à Sainte-Marcelline, un village voisin. Mécanicien d'expérience, il s'associe à Roland Allard, un spécialiste des *tuneup*. Tous deux s'affairent autour des pompes à essence et dans l'atelier de réparations. Puis, en 1959, ils obtiennent une agence Renault et, jusqu'au début des années 60, ils vendent des Dauphine et des Caravelle françaises à moteur arrière.

En novembre 1964, Serge s'associe à son frère Roger. Ils fondent S.-R. Bourgeois & Frère Itée, une concession Chevrolet Oldsmobile située sur la rue Queen à





La concession GM de Rawdon est devenue une des trois plus importantes au Québec au chapitre des ventes de Chevrolet Corvette.

 Livraison d'un chargement de Chevrolet Bolt EV neuves en 2019.

Jean-Jacques Pichette a acheté des autos des trois générations de Bourgeois: de Serge, Mario et Olivier. On le voit ici en compagnie d'Olivier Bourgeois, au moment de recevoir les clés de cette Buick Verano en 2016.



Cette photo de la concession Chevrolet Oldsmobile des frères Bourgeois date du début des années 70.

Rawdon, face au site où la concession est relocalisée en 1976.

Dans les années 90, Mario remplace son oncle, puis son père. Ses trois enfants se joignent à lui à partir de 2015. Trois générations qui valorisent l'atmosphère familiale, explique Andrée-Anne, 30 ans: « Pour le client qui vient ici depuis 20 ans, le vendeur comme le technicien, ce sont des amis.» Des amis qui se côtoient parfois longtemps, comme Jean-Jacques Pichette, 82 ans. Il a acheté des autos des trois générations de Bourgeois: de Serge, Mario et Olivier. «Il y a sûrement peu de concessionnaires qui gardent leurs clients pendant 50 ans», renchérit Olivier, 27 ans.

Aujourd'hui, la concession est devenue une favorite des acheteurs de Corvette, mais on la connaît davantage pour son succès avec l'électromobilité. Dès 2013, deux ans après l'arrivée des premières Volt au pays, l'entreprise lanaudoise s'attaque au créneau des véhicules électrifiés. Depuis, elle se maintient au premier rang des ventes de VÉ chez GM Canada.

En développant une expertise dans la vente et la réparation de ces véhicules, l'entreprise a établi une notoriété qui s'est rapidement étendue à l'ensemble de la province. Les réseaux sociaux aidant, Bourgeois a livré des VÉ à Rimouski, à Chibougamau, au LacSaint-Jean, en Gaspésie et même aux Îles-dela-Madeleine.

En 2021, 45% des quelque 1000 véhicules (neufs et d'occasion) vendus à Rawdon étaient des VÉ. Or, l'arrivée de nouveaux modèles électriques va accentuer ce pourcentage. «Nous sommes prêts », s'exclame Mario, proactif comme ses partenaires. Les premières camionnettes électriques de GM n'arriveront qu'en 2024, mais la borne de niveau 3 et les monte-charge exigés par le constructeur pour permettre leur vente sont déjà là!



Les quatre copropriétaires actuels de Bourgeois Chevrolet Buick GMC: (de g. à d.) Andrée-Anne, Christine, Mario et Olivier Bourgeois.



#### Un client, une équipe, un guichet unique¹ pour vous servir, incluant :

- Souplesse des versements
- Taux avantageux
- Milles de récompense AIR MILES<sup>MD†</sup>
- Traitement rapide de la demande
- Prêts sur stocks de véhicules de location
- Prêts à l'exploitation, prêts destinés à l'acquisition de stocks et prêts à terme
- Services d'investissement de capitaux, de gestion des risques, de consultation et de gestion de patrimoine
- · Solutions de trésorerie et de paiement

lci, pour vous.∞

**BMO** 

Pour en savoir plus, écrivez à bmoautofinance@bmo.com





#### AINSI PENSE ANTOINE I

# ANTOINE JOUBERT

### **VENDEUR DE MINOUNES?**

En naviguant sommairement sur Marketplace, je suis tombé sur l'annonce d'une vieille Chevrolet Malibu 2003, à vendre pour 3888 \$. Au premier coup d'œil, la voiture semblait très propre. Je me suis alors aperçu qu'elle était vendue par un concessionnaire Subaru, ce qui m'a intriqué.

n cliquant sur l'annonce, j'ai découvert que ce concessionnaire proposait une sélection assez exhaustive de vieilles voitures. Franchement inhabituel pour une concession de véhicules neufs. On pouvait y voir un Pontiac Torrent 2009, une Mazda 3 2004 et une BMW 325i 2006, des voitures qui semblaient dans un état respectable, mais qui avaient clairement été payées 1000\$ ou moins, pour ensuite être remises sur le marché à plus fort prix.

Je me suis donc intéressé à la situation, comprenant que la pénurie de véhicules d'occasion frappait partout. En effet, les Forester et Outback âgés de quelques années se faisaient rares dans cette concession Subaru, qui tentait visiblement de vendre au détail tout ce qui lui tombait sous la main, même des voitures qui se seraient normalement retrouvées dans les mains de revendeurs ou à l'encan, à la limite des ruines sur roues, mais qui, dans le contexte actuel, permettaient à une concession d'aller chercher du profit.

En fouillant sur les sites Web de concessionnaires, j'ai réalisé que ce phénomène n'était pas isolé; que plusieurs d'entre eux, même sous la bannière de marques de luxe, avaient en stock des véhicules dont on peut pratiquement se moquer. Par exemple: une Chrysler PT Cruiser décapotable chez Infiniti et une Ford Freestar 2007 chez Honda. On parle de véhicules qui valent *grosso modo* le prix du fer, mais parce qu'on les a jugés corrects pour rouler, on les offre moyennant des sommes parfois exagérées. Vous conviendrez que 6995\$ pour une Toyota Corolla 2005 de 159000 km, c'est très certainement exagéré!

Pour moi, cela illustre deux choses. D'abord, un concessionnaire de véhicules neufs habitués de tirer 2000\$ à 3000\$ de profit sur un modèle d'occasion peut faire difficilement de même avec des véhicules de très faible valeur. Ensuite, à cause de la pénurie actuelle, les encans spécialisés se retrouvent aujourd'hui avec des restants, soit des véhicules inintéressants ou de condition très moyenne qu'un commerçant refusera de vendre au détail, par peur de représailles ou parce qu'il n'a pas l'intention d'offrir ce genre de produits.

Peut-on ainsi conclure que la flotte que réussissent à constituer les



encans comprend, hormis quelques exceptions, les pires minounes de l'industrie? Si les concessionnaires de véhicules neufs en sont réduits à présenter à leur clientèle des Chevrolet Malibu 2003, ça montre qu'ils ont faim et que les beaux et les bons produits se font très rares.

Voilà d'ailleurs ce qui explique la montée en flèche de la valeur de certains véhicules, qui sur le marché de l'occasion valent aujourd'hui plus cher qu'il y a deux ou trois ans. À preuve, le Jeep Cherokee 2014 d'un ami, payé 16200\$ il y a deux ans et que son concessionnaire propose aujourd'hui de racheter pour 17000\$ (sans doute dans le but d'une revente à 19000\$).

Évidemment, le marché actuel est fou et surtout très difficile à jauger. Comment fait-on alors pour établir des valeurs résiduelles? Comment un commerçant peut-il adéquatement fixer la valeur d'un véhicule? Et surtout, comment savoir si le marché se stabilisera et quand, dans trois mois, six mois, un an? Chose certaine, il faut aujourd'hui beaucoup de flair pour vendre des voitures et encore plus pour en acheter. • • •

#### **AutoMédia**

MEDIAGO COMMUNICATIONS INC. CP 930, Coteau-du-Lac (QC) J0P 180 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 Multiplus

#### 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 Alexandre Crépault alex@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, 2022. ISSN 1929-3623

## Félicitations à tous nos concessionnaires certifiés Signature platine.

Hyundai Canada vous remercie de si bien vous occuper des conducteurs de Hyundai.

HYUNDAI LONGUEUIL

Jean Rozon | Longueuil

**HYUNDAI WEST ISLAND** 

Dieter Hammer | Dorval

**HYUNDAI ILE-PERROT** 

Andre Gingras | Pincourt

**HYUNDAI GRANBY** 

Serge Bernier | Granby

**HYUNDAI VICTORIAVILLE** 

Raymond Ouellet | Victoriaville

RUBY AUTO INC.

Ruby Routhier | Thetford Mines

SERAY AUTO INC.

Eric Bessette | Chambly

**MAGOG HYUNDAI** 

Daniel Beaucage | Magog

**RIENDEAU HYUNDAI** 

Robert Riendeau | Sainte-Julie

**HYUNDAI VAL-DAVID** 

Julie Leblanc | Val-David

HYUNDAI DRUMMONDVILLE

Rene Fortin | Drummondville

**HYUNDAI BEAUCE** 

Bernard Lessard | Saint-Georges Beauce

**HYUNDAI COWANSVILLE** 

Normand Bernard | Cowansville

**OLIVIER HYUNDAI ST-BASILE** 

Jacques Olivier Jr. | St-Basile-Le-Grand

**GASPESIE AUTO INC.** 

Natalie St-Onge | Bonaventure

RIMOUSKI HYUNDAI

Raymond Ouellet | Rimouski

**SEPT-ILES HYUNDAI** 

Raymond Whittom | Sept-Iles

HYUNDAI SHAWINIGAN

Maxime Vincent | Shawinigan

MONTMAGNY HYUNDAI

Michel Caron | Montmagny

**AUTOMOBILES HYUNDAI MATANE** 

Raymond Ouellet | Matane

**BEAUPORT HYUNDAI** 

Paul Daigle | Beauport

RIVIERE-DU-LOUP HYUNDAI

Rene Morin | Riviere-Du-Loup

**HYUNDAI VAL-BELAIR** 

Denis Michel | Québec

**HYUNDAI DU SAGUENAY** 

Pierre Couture | Jonquiere

**OLIVIER HYUNDAI BAIE-COMEAU** 

Jacques Olivier | Baie-Comeau

**GARAGE JEAN-ROCH THIBEAULT** 

Sebastien Thibeault | Baie St Paul

JEAN DUMAS HYUNDAI ALMA

Jean Dumas | Alma

**HYUNDAI AMOS** 

Alain Boutin | Amos

JEAN DUMAS HYUNDAI

Jean Dumas | St-Felicien

POIRIER HYUNDAI

Remy Poirier | Val D'or

**HYUNDAI BUCKINGHAM** 

Michel Kadri | Gatineau

Nous annonçons et tenons à féliciter les 31 concessionnaires Hyundai du Québec qui ont obtenu la certification Signature de niveau platine en 2021. Chacun d'entre eux s'est surpassé pour mériter les meilleures notes attribuées par les clients pleinement satisfaits du service exemplaire reçu. Nous sommes privilégiés de travailler avec des personnes aussi remarquables.

hyundaicanada.com





## TIK TOK, INSTAGRAM REELS, STORIES... LE GRAND POTENTIEL **DES COURTES VIDÉOS**

La folie printanière arrive. Bien que l'édition 2022 continue d'être atypique, le dossier présenté dans cette édition-ci (p. 21) démontre qu'à tout le moins, la moyenne des concessionnaires abordent la suite des choses en bonne posture financière malgré le manque d'inventaire.

'ertes, il est impératif d'être stratégique et de contrôler les dépenses marketing, à plus forte raison si la quasi-totalité des efforts étaient investis sur des publicités de fin de cycle d'achat (offres tactiques, objectif de conversion immédiate en vente). Ceci dit, être stratégique ne signifie pas être absent. Bien au contraire! Les acquis bâtis maintenant en matière de notoriété et d'audience engagée auront des bénéfices durables sur le long terme.

#### Place au contenu!

La présence sur les principaux médias sociaux, la constance dans la publication, les réponses rapides aux commentaires des internautes sont autant d'éléments déjà maîtrisés par plusieurs. En 2022, pour passer au prochain niveau, il est temps d'exploiter davantage les fonctionnalités offertes et les formats disponibles, au-delà des simples publications statiques. Dans les méandres des algorithmes, tous les formats ne sont pas égaux. Et parmi les formats qui ont la cote présentement: les courtes vidéos.

Le format vidéo, tant via les Reels sur Instagram et Facebook que sur la plateforme vedette de l'heure TikTok, est sans contredit celui qui permet d'obtenir la plus grande portée organique. Alors, si l'augmentation de votre audience figure parmi vos objectifs pour 2022, il est temps de vous y mettre!

#### Quelques clés pour débuter :

#### «Just do it»

La simplicité et l'authenticité sont de mise. Il n'est pas nécessaire de passer des heures en idéation, production et montage avant de publier.

Toujours en conservant le professionnalisme et l'intégrité de votre marque, publiez rapidement vos premières vidéos pour vous familiariser avec ces nouveaux formats et créer du momentum.



#### Limitez les dépenses

Tout l'équipement dont vous avez besoin pour commencer est déjà dans votre poche. Votre appareil intelligent, c'est tout ce qu'il vous faut pour concevoir et publier vos vidéos. Remarque: les productions hollywoodiennes détonnent par rapport au reste du contenu sur ces plateformes et sont vite perçues comme de la pub.

#### Informez, divertissez

En respectant le ton et l'image de votre marque, pensez à créer du contenu qui permettra à votre audience d'apprendre quelque chose, de rigoler ou, encore, de mieux connaître votre équipe, vos valeurs, ce qui vous rend unique.

#### Suivez la vague

La beauté des courtes vidéos, c'est qu'il n'est pas nécessaire d'inventer la prochaine tendance virale pour obtenir beaucoup de visibilité. Au contraire: restez aux aguets des tendances du moment et lorsque l'une d'entre elles s'applique bien à votre entreprise, sautez dans le train au lieu de le regarder passer!

#### Histoires d'un soir

Ou plutôt: histoires de 24 heures! Les stories sont ces courts éléments de contenu éphémères qui disparaissent après 24 heures. Par leur positionnement optimal tout en haut du fil d'actualité de vos abonnés, ce type de contenu représente un outil organique (et gratuit) encore sous-utilisé.

Contrairement aux Reels, les stories ne permettent pas d'accroître votre audience. Leur valeur réside plutôt dans l'engagement généré auprès des personnes qui vous suivent. En marketing, la fréquence est reine. C'était le cas à l'époque où le Web n'était «qu'une mode passagère», et ça n'a pas changé. Alors, pourquoi ne pas vous assurer de trôner, chaque jour, au sommet du fil d'actualité de votre au-

Posez des questions, faites des sondages, répondez aux questions des utilisateurs (O&R)...

Le marché étant ce qu'il est, affichez vos véhicules disponibles à la vente ou nouvellement achetés dans l'occasion! Les stories peuvent être un formidable outil pour interagir avec vos abonnés, les informer de ce qui se passe en concession et générer des leads! Et c'est d'autant plus vrai depuis qu'il est possible d'intégrer des liens URL externes à même ces publications. Vous pouvez littéralement mettre la VDP de vos unités au bout de leurs doigts!

À vos appareils... et ACTION! •••

## Tirer parti de la technologie, dès maintenant.



Chez iA Services aux concessionnaires, notre mission, en partenariat avec les concessionnaires, est d'offrir aux consommateurs la tranquillité d'esprit financière. Chaque jour, nous nous appuyons sur la technologie pour faciliter la vente de nos produits.

Nous avons mis en place diverses initiatives numériques telles que le transfert vers un environnement sans papier ou encore les remises et les réclamations électroniques. Ce gain de temps permettra à vos équipes de vente, de comptabilité et de service de se concentrer sur des activités plus importantes — vendre et fournir un service de haute qualité. Nous concevons tout pour simplifier les opérations F&I de votre entreprise.

Nous sommes prêts à soutenir vos opérations aujourd'hui et demain.

Pour en savoir plus sur iA Services aux concessionnaires ou pour devenir concessionnaire partenaire de iA Services aux concessionnaires, communiquez avec nous dès aujourd'hui!



web: iaservicesconcessionnaires.ca • courriel: info.iasc@ia.ca • tél.: 1 877 671-9009

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



#### SST Mécanique

Le groupe Maison de l'Auto a récemment acheté SST Mécanique, à Chibougamau, un garage de mécanique générale affilié à la bannière NAPA Autopro. Depuis le 1er février, l'établissement changera de vocation pour devenir le centre de services du groupe Maison de l'Auto. «Grâce à cette acquisition, nos clients de Chibougamau et ses alentours pourront désormais bénéficier de services complets sur place», indique Emmanuelle Verreault, vice-présidente du groupe Maison de l'Auto.



#### **Matthieu Cummins Circuit Ford Lincoln**

Embauché il y a cinq ans à titre de directeur des ventes de véhicules d'occasion, Matthieu Cummins devient le directeur des ventes de véhicules neufs, en demeurant toutefois directeur des ventes de véhicules d'occasion. Ses nouvelles fonctions l'amènent désormais à veiller sur près d'une quinzaine d'employés, en plus de superviser les quelque 1500 ventes de véhicules par année, incluant les ventes de flottes commerciales.





#### **Magog Honda et Sherbrooke Honda**

Le groupe Olivier vient de faire l'acquisition des deux concessions de l'Estrie. Il a ensuite revendu les bâtiments au fonds de placement immobilier (FPI) automobile ontarien, Automotive Properties Real Estate Investment Trust, au coût de 23,4 M\$. Groupe Olivier Capital est maintenant locataire exploitant des deux propriétés, qui ont chacune signé des baux de 15 ans.



## Merci, mesdames!

**GM Canada** 

À peine trois mois suivant la reprise des activités à l'usine de montage GM Canada, à Oshawa, voilà que la direction ajoute une deuxième équipe pour la production de camionnettes lourdes et légères. Une équipe dont la grande particularité est d'être majoritairement composée de femmes. Une première chez GM Canada.

«Grâce à cette nouvelle main-d'œuvre diversifiée qui comprend plus de femmes dans



des postes de production, l'impact d'une culture d'inclusion est immédiatement perceptible dès que vous entrez dans l'usine», fait valoir Scott Bell, président et directeur général de GM Canada.

Depuis le 21 janvier dernier, la concession, qui appartient au groupe Beaucage, dispose d'un vaste immeuble, situé au 4757, rue Bourque, à Sherbrooke, dont les coûts de construction sont estimés à près de 4 M\$. «Nous sommes littéralement passés d'un 4½ à un Taj Mahal», soulève Marie-Eve Beaucage, vice-présidente de l'entreprise. Rappelons que le groupe Beaucage a obtenu les droits de la concession Genesis en mai 2020, soit en pleine pandémie. « Les objectifs du constructeur étaient fixés à près de 75 véhicules neufs pour notre marché. Nous en avons vendu 165 », signale fièrement Mme Beaucage.



#### **Maison Chrysler** de Charlesbourg et Saint-Nicolas Hyundai

Depuis le 1er janvier, la Maison Chrysler de Charlesbourg et Saint-Nicolas Hyundai sont la propriété de Mario Goupil, un associé de longue date qu'avait justement recruté la famille Daigle au tournant des années 2000. C'était d'ailleurs avec la collaboration de Mario Goupil que le groupe Daigle avait ouvert les portes de la concession Saint-Nicolas Hyundai en 2016.

#### ICEBERG FINANCE

#### **Iceberg Finance et Dealertrack**

Dealertrack di

Depuis le 17 janvier, les solutions offertes par Iceberg Finance sont 100% intégrées à la plateforme Dealertrack, une avancée majeure pour l'entreprise de Québec qui désire percer à travers le reste du pays.



#### GM Paillé N° 1 au Canada

Pour une sixième année consécutive, GM Paillé a été le concessionnaire n° 1 de General Motors au Canada.

En 2021, 3325 véhicules neufs ont trouvé preneurs grâce au personnel des deux concessions GM Paillé, à Berthierville et Sorel-Tracy. Ces ventes représentent une augmentation de 9,8% par rapport à celles de 2020. «Nos clients sont fidèles et ont été patients, malgré le fait que les livraisons sont longues et parfois retardées», soutient le président de l'entreprise, Jean-Claude Paillé. Cette fidélité est même chiffrée, puisque, année après année, près de 80% des ventes proviennent de clients renouvelant leur expérience d'achat chez Paillé.

#### En Belgique, Volvo fait son salon dans les rues

Pour pallier l'annulation de la 99<sup>e</sup> édition du Salon de l'auto de Bruxelles, Volvo Cars Belux a transformé les rues de la Belgique en salle d'exposition.

Cette campagne promotionnelle mise entre autres sur un site Internet donnant accès à un outil d'identification de véhicules exploitant l'IA. FamousGrey, qui l'a développé, l'appelle *Volvo Street Configurator*. À l'aide d'un cellulaire, d'une tablette ou d'un ordinateur, il suffit d'y télécharger une photo prise à la volée de n'importe quel produit Volvo pour en connaître la configuration.

Cet outil transforme donc les rues belges en salle d'exposition dans le but d'inspirer de nouveaux acheteurs. Exclusif à Volvo Cars Belux, cet outil serait le premier du genre



exploité par une marque d'automobiles, selon FamousGrey. Naturellement, le site qui héberge l'outil permet également de prendre un rendez-vous avec un concessionnaire pour planifier un essai, discuter d'une configuration et parler de prix, et ce, tant pour le véhicule photographié que pour n'importe quel autre.

#### Maserati débarque à Québec



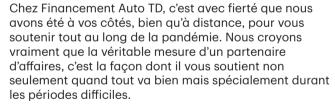
C'est confirmé. Le constructeur italien Maserati compte s'installer dans la vieille capitale au cours des prochains mois.

La direction de la future adresse Maserati Ville de Québec, qui appartiendra au groupe Holand Automotive, dirigé par Gad Bitton, aurait été confiée à Jean-François Tremblay, l'actuel vice-président directeur général BMW – MINI Ville de Québec. Il s'agira d'une troisième adresse Maserati pour le groupe Holand Automotive, qui détient déjà celles de Montréal et Laval.

Prêts pour l'avenir, prêts pour vous.



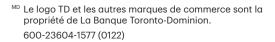
Nous sommes
là pour vos
concessionnaires
quand vous avez
le plus besoin
de nous.



Grâce à nos produits de prêt spécialisé, à taux préférentiel ou à taux quasi préférentiel, ainsi qu'avec notre appli AuVolantMC TD qui est à l'avant-garde du secteur, nous avons des solutions pour presque toute situation. Vous pouvez donc vous concentrer sur ce qui compte le plus : faire croître votre entreprise.

Nos équipes de crédit et de vente attitrées sont là pour vous appuyer à chaque étape.

Communiquez avec nous dès aujourd'hui. 1-855-TDAUTO1 (1-855-832-8861)





#### **SUR LA ROUTE | PROS DE L'AUTO |**

#### Académie Kia La nouvelle stratégie de recrutement chez La Force Kia



Steeve Michel, Vice-président La Force Kia

«Walt Disney a sa propre université. Eh bien nous, chez La Force Kia, nous avons désormais notre académie.» C'est dans ces mots que Steeve Michel, vice-président du groupe La Force Kia, présente la toute nouvelle initiative de son organisation pour faciliter le recrutement: l'Académie Kia.

Depuis le début du mois de janvier, l'entreprise, qui détient les concessions Kia Val-Bélair, Kia Sainte-Foy et Kia Québec, a littéralement mis sur pied une école qui lui sert de bassin

exclusif pour recruter de nouveaux employés. «Que ce soit pour un poste de réceptionniste ou de chef mécanicien, de directeur financier ou de conseiller aux ventes, notre nouvelle académie est destinée aux personnes qui veulent travailler dans le milieu automobile », explique Steeve Michel. Ceux et celles qui se joignent à l'académie ont le privilège de bénéficier d'une formation, de mentorat, et ce, tout en recevant un salaire, précise M. Michel.

#### Bien avant la pandémie

Cette idée d'académie mijotait dans la tête de la direction du groupe bien avant que ne survienne la pandémie. L'acquisition, l'automne dernier, d'un bâtiment voisin de la concession Kia Sainte-Foy, qui



La première cohorte de diplômés de l'Académie Kia.

appartenait à Caravane Marco, a donné des ailes au projet. Steeve Michel estime que l'initiative, qui emploie quatre formateurs, représente un investissement d'au moins 500 000\$ par année. «Sur le coup, c'est beaucoup d'argent, mais c'est une fraction du prix de ce que peut coûter l'embauche à répétition de nouveaux employés. On en a déjà fait le calcul, et le chiffre est épeurant », soutient-il.

#### Déjà une vingtaine de recrues

Après un mois d'activité, l'académie a reçu plus de 120 candidatures âgées de 20 à 55 ans. De ce nombre, une quarantaine a été interviewée et une vingtaine, dont sept personnes intéressées par la mécanique, a été recrutée pour recevoir une formation.

«Nous sommes convaincus que cette stratégie constitue une solution clé pour recruter et fidéliser les quelque 300 employés qui font partie de notre équipe. Un des conseillers issus de notre nouvelle académie a d'ailleurs déjà été sacré meilleur vendeur de la semaine à notre concession de Val-Bélair», conclut fièrement le concessionnaire. • • •







# Une approche marketing complètement repensée.

Quel serait l'impact sur votre entreprise de vous doter d'une équipe marketing complète?

Le recrutement, l'impact sur la masse salariale, la formation, la gestion du personnel... sont autant de freins qui privent les concessionnaires d'accéder à ces ressources, pourtant essentielles pour optimiser leurs opportunités de ventes.

NERD Auto a constitué pour vous des équipes marketing complètes, créatives, chevronnées et hautement efficaces pour vous aider à surpasser vos objectifs et à optimiser vos investissements sur le Web. Chaque équipe est constituée de graphistes, spécialistes des médias sociaux, experts en publicité numérique, rédacteurs, intégrateurs Web et spécialistes SEO... guidés par un.e directeur. trice marketing d'expérience.

Le temps est venu pour votre concessionnaire de se doter d'une équipe marketing complète...

pour une fraction du prix!

#### **FIX4 CAPITAL**

## UNE NOUVELLE AIDE FINANCIÈRE POUR LES CONSOMMATEURS

Décidément, le milieu financier automobile intéresse les investisseurs privés ces temps-ci. Après lceberg Finance, qui se spécialise dans le prêt du 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> crédit, c'est au tour de la société montréalaise FIX4 Capital de s'inviter au bal.

réée en 2020 par Tave Della Porta (un ancien conseiller aux ventes de véhicules d'occasion chez Spinelli Honda), cette entreprise financière souhaite se distinguer dans l'octroi de prêts pour réparations automobiles abordables et flexibles. «Nous avons les outils afin d'approuver les prêts des clients en moins de cinq minutes, sans vérification du crédit», signale Stéphane Saint-Hilaire, président du conseil d'administration de l'entreprise. Jusqu'en mars 2018, il était président des encans Adesa.

#### À quoi ressemble ce financement?

«Il s'agit d'un montant pouvant atteindre 10000 \$ sur 12, 24, 36 ou 48 mois, à un taux d'intérêt de 19,9%», explique M. Saint-Hilaire. L'approbation, dit-il, est fondée sur la valeur du véhicule et non sur la cote de crédit du propriétaire. Ainsi, le montant financé ne peut excéder 35% de la valeur du véhicule.

FIX4 Capital n'exige aucune référence et ne fait aucune vérification des antécédents ou du crédit, indique-t-il. L'entreprise a mis au point un système d'approbation en ligne facile à utiliser qui permet aux clients d'obtenir un prêt rapidement. Le service est entièrement gratuit pour les commerçants. Les clients, poursuit-il, peuvent connaître instantanément le montant maximal du prêt autorisé, simplement en fournissant des détails de base sur leur véhicule, comme la marque, le modèle, l'année et le kilométrage. «FIX4 Capital paie ensuite le centre de réparation au nom de l'emprunteur», signale Stéphane Saint-Hilaire.

«L'idée est d'offrir aux consommateurs un accès rapide au crédit pour des réparations



L'équipe de FIX4 Capital : en haut, Robert Bédard, Derek Lloyd, Tave Della Porta, Stéphane Saint-Hilaire; en bas, Chris Harvey et Joe Carusella.

imprévues. Le marché des réparations de véhicules représente plus de 30 G\$ au Canada. Selon des statistiques canadiennes, 40% des consommateurs disent devoir avoir recours au crédit pour faire face à une dépense imprévue de 400\$ ou plus.»

«Nous croyons que c'est le droit fondamental de tous de pouvoir accéder à un financement abordable et flexible lorsque des réparations automobiles sont nécessaires », plaide le fondateur Tave Della Porta. L'équipe d'actionnaires est également composée de Derek Lloyd et de Robert Bédard, qui ont tous deux travaillé dans le secteur financier et de l'énergie. De nouveaux associés, dont la société de capital de risque Tactico, la société de services-conseils en investissement Keira Capital Partners et Martin Lavigne, ancien président de Financière Banque Nationale - Gestion de patrimoine, se sont ajoutés lors d'une ronde de financement de 7,2 M\$ l'été dernier.

«Nous sommes entrés sur le marché dans l'espoir de contrer les prêteurs à intérêts élevés. Nos taux sont aussi bas pour tous, peu importe la cote de crédit, peu importe le revenu. Nous n'imposons aucuns frais cachés et

n'usons d'aucun subterfuge», indique fièrement Tave Della Porta.

#### Être sur la liste

Le centre de service où s'effectue la réparation doit toutefois être enregistré dans notre réseau, prévient Stéphane Saint-Hilaire. Pour le moment, aucune adresse au Québec ne fait partie de cette liste. Des détails techniques sur le lien de crédit restent à négocier auprès de l'Autorité des marchés financiers, précise-t-il. « Ces détails sont toutefois déjà réglés du côté de l'Ontario, un marché qui regroupe maintenant plus de 230 centres de service où les prêts de FIX4 Capital sont accessibles. »

Depuis le lancement de ce service de prêts rapides, l'entreprise a aidé des centaines de conducteurs à reprendre la route grâce à sa promesse d'accès rapide à de l'argent pour la réparation et l'entretien de leur véhicule. FIX4 Capital a également aidé les centres de réparation à réduire le risque de pertes de revenus, et ce, même pendant la pandémie de COVID-19. « L'année 2021 s'est soldée par 2,7 millions de prêts », conclut Stéphane Saint-Hilaire.

## LA PLACE DES FEMMES DE LGM: PLUS QUE DES PAROLES



Disposant d'une solide expérience dans les secteurs automobile et financier, la nouvelle recrue compte bien se démarquer rapidement au sein de l'industrie automobile. Sans oublier de mettre son grain de sel féminin à contribution.

#### Parité et postes de gestion

La place des femmes chez LGM figure d'ailleurs parmi les stratégies organisationnelles de l'entreprise en 2022. «LGM affiche désormais la parité hommes-femmes. Les trois plus grands portefeuilles de la maison (ventes, finances et partenariats stratégiques) ont une gestionnaire féminine à leur tête. Ce qui en dit long sur le soutien et la visibilité de notre entreprise envers la place des femmes au sein de l'industrie automobile», indique Jake Stacey à *AutoMédia*.

### Coaching et parrainage chez LGM... et partout au pays

Jake Stacey se consacre justement à mettre en place un modèle de coaching et de parrainage

pour les femmes qui travaillent chez LGM. «Un environnement sûr où nous pouvons nous défier les unes les autres tout en surmontant en équipe les obstacles que présente notre métier», dit-elle. La nouvelle venue souhaite également étendre éventuellement les outils et les systèmes d'assistance à tout le personnel féminin qui évolue au sein des concessionnaires automobiles.

« LGM AFFICHE DÉSORMAIS LA PARITÉ HOMMES-FEMMES. LES TROIS PLUS GRANDS PORTE-FEUILLES DE LA MAISON ONT UNE GESTIONNAIRE FÉMININE À LEUR TÊTE. »

#### Un environnement rempli de défis

Pourquoi avoir accepté ce poste? «C'est dans ma nature de vouloir relever des défis. Et plus le défi est difficile à surmonter, mieux c'est, insiste-t-elle. Tout au long de ma carrière, j'ai toujours levé la main pour des projets et des initiatives qui ne suscitaient aucun intérêt de la part de mes collègues. Avec les années, j'ai compris qu'il fallait saisir les occasions au bon moment. Et ici, chez LGM, un environnement où baignent objectifs et compétences, il n'y a pas meilleur endroit pour se dépasser», conclut-elle.



## AUTOMOTIVE PROPERTIES POURSUIT SON EXPANSION AU QUÉBEC

En janvier dernier, le groupe Olivier s'est porté acquéreur des concessions Sherbrooke Honda et Magog Honda. Aussitôt achetés, les bâtiments abritant les deux commerces ont été revendus à Automotive Properties, l'unique fiducie de placement immobilier au pays entièrement dédiée à l'industrie automobile.



Automotive Properties dispose désormais des bâtiments abritant neuf concessions à travers le Québec.

epuis 2015, cette société inscrite à la Bourse de Toronto accumule les concessions automobiles d'un océan à l'autre. En fait, elle n'achète que les bâtiments qui abritent les concessions. Elle laisse aux concessionnaires la pleine propriété de leurs activités.

À ce jour, ce parc immobilier en location réunit 68 concessions automobiles à travers le pays. Des bâtiments dont les principaux locataires sont des concessions des groupes Dilawri, AutoCanada Inc., Drive Auto Group, Go Auto, Mierens Automotive Group ainsi que Pfaff Auto Group (Lithia Motors Inc.).

#### Marginal, mais...

«Ce modèle d'affaires est encore très marginal», avise Maxime Théôret, associé de la firme DSMA. Ce dernier a justement supervisé la récente transaction impliquant le groupe Olivier et Automotive Properties. «À ce stade-ci, les concessions ayant opté pour cette formule représentent moins de 3% des quelque 3500 concessionnaires que l'on trouve au pays», précise-t-il.

L'expert en fusions et acquisitions soutient toutefois que l'idée intéressera éventuellement d'autres joueurs. Plus particulièrement les groupes qui souhaitent poursuivre leur expansion. «Ce fonds de placement immobilier offre aux propriétaires de concessions automobiles de monétiser plus rapidement leurs biens immobiliers tout en conservant la propriété et le contrôle de leurs principales activités de concession automobile. Du coup, cette formule permet aux concessionnaires de continuer de bénéficier de plusieurs millions de dollars, ne serait-ce que la mise de fonds de 35% exigée pour les biens immobiliers lors des transactions. Cet argent peut ainsi être dédié à leurs opérations et d'autres projets d'expansion.»

### Automotive Properties étend ses tentacules au Québec

En ajoutant les deux nouvelles acquisitions du groupe Olivier, situées à Sherbrooke et Magog, Automotive Properties dispose désormais des bâtiments abritant neuf concessions à travers le Québec. On trouve notamment sur cette liste la concession BMW Laval (AutoCanada) ainsi que certaines concessions du groupe Dilawri (Audi et Volkswagen Saint-Bruno, Mazda des Sources, Mercedes-Benz West Island, Woodland Toyota et Lexus Laval). Notons que les concessions de

Sherbrooke et Magog constituent les premières expansions d'Automotive Properties hors de la région du Grand Montréal.

#### **Plusieurs facteurs**

Comment l'équipe d'Automotive Properties sélectionne-t-elle ses opportunités d'acquisition? « Notre processus repose sur un certain nombre de facteurs », peut-on lire dans le dernier rapport trimestriel de la fiducie. Les prévisions financières, la performance, la stabilité des flux de trésorerie, les caractéristiques physiques, les baux existants, la fonctionnalité de la conception, le marché géographique, l'emplacement, la représentation de la marque automobile et les perspectives d'amélioration de la valeur future font partie des principaux critères d'évaluation.

#### Une solution pour assurer la relève

Notez que cette stratégie immobilière n'est pas unique au monde automobile. Depuis au moins deux décennies, plusieurs entreprises dans de nombreux secteurs emploient déjà cette structure juridique. «Cette formule a pour avantage de faciliter un éventuel processus de relève», fait justement valoir l'équipe d'Automotive Properties sur son site Web. Le

milieu financier accorde généralement des prêts de courte durée (cinq à sept ans) pour financer des acquisitions, alors que les prêts pour financer des achats de biens immobiliers peuvent être consentis sur de plus longues périodes. Par conséquent, la séparation de l'immobilier du patrimoine de l'entreprise permet de mettre en place un financement de longue durée et d'affecter les biens en garantie du remboursement de l'achat des droits sociaux ou du fonds de commerce.

#### Des groupes méfiants

Deux gestionnaires à la tête d'importants groupes de concessions de la province – qui ont demandé à ne pas être nommés – nous ont indiqué avoir adopté un modèle similaire au sein de leur entreprise depuis plusieurs années. Selon Maxime Théôret, plus de 80% des groupes de la province auraient d'ailleurs choisi ce type de structure leur permettant de séparer leurs biens immobiliers et les activités de leurs concessions en deux divisions distinctes.

\( \text{A} CE STADE-CI, LES CONCESSIONS AYANT
 OPTÉ POUR CETTE FORMULE REPRÉSENTENT
 MOINS DE 3 % DES QUELQUE 3500 CONCESSION NAIRES OUE L'ON TROUVE AU PAYS.

CETTE FORMULE PERMET AUX CONCESSION-NAIRES DE CONTINUER DE BÉNÉFICIER DE PLU-SIEURS MILLIONS DE DOLLARS, NE SERAIT-CE QUE LA MISE DE FONDS DE 35 % EXIGÉE POUR LES BIENS IMMOBILIERS LORS DES TRANSACTIONS. >>>

MAXIME THÉÔRET
Associé de la firme DSMA



Quoi qu'il en soit, les deux concessionnaires que nous avons joints pour ce reportage nous ont précisé ne pas être chauds à l'idée d'intégrer les rangs d'Automotive Properties. «Payer un loyer sur une période de 15 ans, non merci», a soulevé l'un d'eux sans hésitation. D'ailleurs, à propos de location, les concessionnaires locataires de la fiducie ont versé en moyenne un loyer équivalent à 25,20\$ le pied carré par mois en 2021. Les concessions du Grand Montréal ont, quant à elles, payé un loyer autour de 16,98\$ le pied carré. C'est ce que révèle le dernier rapport trimestriel de la fiducie.

### Coaching et distribution de produits financiers. À travers notre soutien, augmentez vos résultats!

Coaching en 3 volets, ateliers en groupe, développement individuel et rencontre de vos clients afin de démontrer par l'exemple.

Plusieurs ateliers pour 2021!

- La conversion bancaire en 6 niveaux
- Les plans de protection
- L'ADN de la demande de crédit
- L'assurance crédit

- L'assurance de remplacement
- Les 5 phases
- Les bureaux de crédit
- Les profils de personnalité

"Le succès d'un département F & A passe par la transparence du processus"

#### Socialement distant - Virtuellement unis!





#### **ALBERTA**

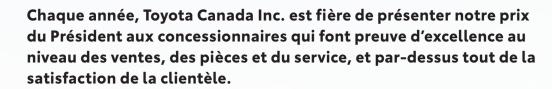
Cochrane Toyota, Cochrane
Country Hills Toyota, Calgary
Sherwood Park Toyota, Sherwood Park
South Pointe Toyota, Calgary
Stampede Toyota, Calgary
Toyota on the Trail, Edmonton

#### **COLOMBIE-BRITANNIQUE**

Destination Toyota Burnaby, Burnaby
Nelson Toyota, Nelson
OpenRoad Toyota – Richmond, Richmond
Penticton Toyota, Penticton
Westminster Toyota, New Westminster

#### **ONTARIO**

Ancaster Toyota, Ancaster
Brantford Toyota, Brantford
Don Valley North Toyota, Markham
Milton Toyota, Milton
North Bay Toyota, North Bay
Northside Toyota, Sault Ste. Marie
Stouffville Toyota, Stouffville
Toyota On the Park, Toronto
Wayne Toyota, Thunder Bay
Woodbridge Toyota, Woodbridge



Nous avons donc le grand plaisir de reconnaître les concessionnaires suivants de tout le Canada qui se sont distingués en 2021. Compte tenu de leur performance exceptionnelle et de leur engagement envers l'excellence, ces concessionnaires ont mérité une place au sein du très exclusif Club du Président 2021.

Nous tenons également à reconnaître les efforts de tout le réseau de concessionnaires Toyota pour leur engagement indéfectible à servir, en toute sécurité, les clients Toyota.

### **FÉLICITATIONS!**

#### **QUÉBEC**

Accès Toyota, Rouyn-Noranda
Amos Toyota, Amos
Buckingham Toyota, Buckingham
Du Beau Toyota, Thetford Mines
Gareau Toyota, Val-d'Or
Matane Toyota, Matane
Rimouski Toyota, Rimouski
Ste-Foy Toyota, Québec ELITE
St-Raymond Toyota, Saint-Raymond
Toyota Gatineau, Gatineau
Toyota Magog, Magog

#### **TERRE-NEUVE**

**Grand Toyota**, Grand Falls **Western Toyota**, Corner Brook

#### **NOUVELLE-ÉCOSSE**

Tri-Mac Toyota, Port Hawkesbury





## LE MATCH PARFAIT!

Une toute nouvelle solution à vos problèmes de recrutement

### NÉ POUR AIDER L'INDUSTRIE DE L'AUTOMOBILE

- Les professionnels de l'automobile sont submergés d'offres d'emplois.
- Les employeurs de l'industrie manquent de main d'œuvre.
- Le Match Parfait est là pour aider les deux parties à mieux se trouver.

### AGIR AVANT QU'IL NE **SOIT TROP TARD.**

Au lieu d'attendre à la dernière minute, le Match Parfait prépare le terrain de façon à ce qu'au moment opportun, un candidat ou un employeur aura devant lui (elle) les meilleures options d'embauche possibles.



## COMMENT CA FONCTIONNE

- 1) S'inscrire
- 2 Personnaliser (prise de contact personnalisée)
- 3) Garder contact



CRÉER DES

**OPPORTUNITÉS** 

Grâce à son système qui personnalise chaque profil,

le Match Parfait est capable

d'identifier des opportunités d'embauche qui autrement

n'auraient jamais vu le jour.



## DOSSIER BILAN VENTES QUÉBEC 2021

## PAS DE STOCK? PAS DE PROBLÈME





Oubliez la rareté des puces, les ruptures d'inventaire et les objectifs de ventes ratés: 2021 a été une excellente année pour l'industrie.



KLOROMANAM/DEPOSITPHOTO

LES FABRICANTS
PLUS DE REVENUS

+10%

LES CONCESSIONNAIRES DU PAYS

PLUS DE PROFITS +31%

LES CONSOMMATEURS
PLUS D'ÉQUITÉ
DANS LEUR VÉHICULE
D'ÉCHANGE +9%



ROBERT KARWEL
Gestionnaire principal du
Power Information Network
(PIN) chez J.D. Power.

*AutoMédia* s'est entretenu avec Robert Karwel, le gestionnaire principal du Power Information Network (PIN), ainsi qu'avec divers acteurs de l'industrie, pour tenter de dresser un portrait de la situation.

Les statistiques dans cet article proviennent de chez J.D. Power et sont basées sur les données générées par le Power Information Network. Le programme rassemble plus de 200 détails sur chaque transaction ayant lieu chez un concessionnaire participant. En 2021, le programme a analysé 45 843 transactions dans la province de Québec et 258 874 transactions à travers le Canada.



## Depuis 2020, plus de 5 900 employés de concessions ont été formés virtuellement. Et si vous étiez le prochain cette année?

iaservicesconcessionnaires.ca/formation

Contactez-nous dès aujourd'hui au 1 877 671-9009 ou par courriel : info.iasc@ia.ca



#### **VENTES**

Selon les chiffres recueillis par *AutoMédia*, les concessionnaires de la province de Ouébec ont vendu

408 756 véhicules neufs en 2021, ce qui représente une AUGMENTATION DE 11 % sur les 367 474 vendus en 2020. C'est aussi une meilleure performance qu'à travers le pays, qui selon la firme DesRosiers affiche des ventes de 1,64 million d'unités en 2021, soit 6,6 % de plus que l'année précédente.

**Du côté des véhicules d'occasion,** la SAAQ a enregistré

1 272 811 transactions en 2021, soit une légère augmentation face aux 1 222 582 ventes de 2020 (+4%). Il s'agit toutefois d'une baisse en comparaison des 1 306 047 unités vendues en 2019 (-3%). Sur ces ventes, la SAAQ estime que bon an mal an, 55 % des transactions sont effectuées chez un commerçant, tandis que la balance se fait entre particuliers.

Chose certaine, la dynamique du marché a complètement changé. Ceux qui travaillent au quotidien sur le plancher en savent quelque chose.

#### **FLAMBÉE DES PRIX**

L'inflation est un sujet sur toutes les lèvres. Selon Statistique Canada, en décembre 2021, le taux de l'inflation au pays a atteint 4,8 %, la plus grosse augmentation depuis 1991. Au même moment, l'inflation spécifiquement sur la vente de véhicules était de 7,2 %.

D'après les chiffres de J.D. Power, les Canadiens ont payé, en moyenne, près de 14% de plus pour leur véhicule qu'en 2020, soit 42 500 \$ au lieu de 36 500 \$. Au Québec? «C'est une augmentation fulgurante des prix et surtout l'augmentation la plus importante que nous ayons jamais vue depuis 2012», affirme M. Robert Karwel.

Toujours selon J.D. Power, le prix moyen des véhicules d'occasion (vendus par un concessionnaire) au Canada a quant à lui augmenté de 7,4% et s'établit en 2021 à 25 727 \$. Au Québec, la moyenne est de 21 200 \$.

#### MOINS D'INCITATIFS, MAIS PAS ZÉRO

Malgré l'énorme demande et l'offre limitée, le marché fait encore usage d'incitatifs. « Il y en a encore, mais moins », précise l'analyste de J.D. Power.

 Au Canada, la moyenne de ces incitatifs est passée de 5900 \$ par véhicule à 4200 \$ en 2021.

On parle ici d'une diminution de 29%, souligne-t-il. L'industrie a donc épargné près du tiers de ses dépenses en incitatifs, ce qui représente des milliards de dollars. Cette réduction d'incitatifs représente d'ailleurs l'impact le plus significatif sur la hausse des prix ressentie par les consommateurs.

- Parmi tous les incitatifs, ce sont ceux à la location qui ont le plus fondu, soit près de 25 %.
- «Puisque le montant de la valeur résiduelle est désormais plus haut, le véhicule vaut plus cher à la fin de la location, le coût de la location peut donc être réduit. Par conséquent, cela permet aux constructeurs d'utiliser moins d'incitatifs », explique Robert Karwel.

#### VENTES DE VÉHICULES NEUFS AU QUÉBEC

ı		
2021	408 756	
2020	367 474	
2020	307 474	
2019	441 695	
2018	450 966	
2017	462 087	
2017	102 007	
2016	458 287	
2015	444 557	
1		

#### LE CONSOMMATEUR NE S'EN SORT PAS SI MAL

Contrairement aux autres industries, les consommateurs automobiles s'en sortent relativement bien grâce à l'énorme bond de la valeur de leur véhicule d'échange.

J.D. Power calcule que cette valeur de retenue a augmenté de 26% en 2021. «Du jamais vu dans l'industrie», insiste Robert Karwel.

- L'indice de rétention des véhicules d'occasion du Canadian Black Book pointe dans la même direction. L'indice, qui suit la performance de la valeur retenue des véhicules de 2 à 6 ans, a augmenté de 42,2 % par rapport à 111,5 points en décembre 2020. L'indice, qui poursuit son ascension en ce début d'année, a atteint 162,1 points en janvier dernier.
- Puisque leur véhicule vaut plus cher, les consommateurs sont capables d'absorber en bonne partie l'augmentation des prix à laquelle ils font face. «Ainsi, bien que le prix moyen d'un véhicule neuf au détail ait augmenté de 14%, le montant des paiements au financement ne s'est accru que de 4%, et ce, sans aucune augmentation de l'utilisation du financement de très longue durée (84 mois et plus) », note l'analyste de J.D. Power. De plus, le paiement de location moyen de 614\$ est demeuré à peu près égal à celui de 2020.



## Obtenez des approbations de revenu quasi instantanées avec iA Revenu rapide. www.iarevenusrapide.ca

Pourquoi attendre? Faites-en l'essai dès aujourd'hui! info.auto.fr@ia.ca



#### OFFRIR PLUS D'ARGENT AU CLIENT

Étant donné les difficultés à détenir des inventaires, les concessionnaires sont motivés à offrir plus d'argent à leurs clients pour leur véhicule d'échange. J.D. Power évalue la chose grâce à sa formule Over/Under allowance.

Ce métrique affiche le montant moyen que le concessionnaire offre, de plus ou de moins que la valeur du véhicule d'échange. En 2021, ce montant moyen proposait près de 400 \$ sous la valeur du véhicule. Il était de 950 \$ sous la valeur en 2020. En résumé, les consommateurs ont donc reçu 550 \$ de plus lors de leur échange.

Les clients qui possèdent un véhicule de

location sont aussi dans une position favorable. La valeur marchande de leur véhicule est actuellement beaucoup plus élevée que sa valeur résiduelle.

W Depuis le début de la pandémie, nous jouons la carte de la transparence auprès de nos clients en matière de prix. Raison pour laquelle les équipes de vente de ce groupe de Québec proposent aux locataires un prix le plus près possible de celui de la valeur marchande du véhicule. C'est une question d'intégrité et de lien de confiance avec nos clients, deux facteurs qui ont toujours fait partie de notre modèle d'affaires. >>>



**Alexandre Saillant** 

Copropriétaire du Groupe Saillant et directeur général de Laurier Mazda

 Certains constructeurs établissent des stratégies afin de perpétuer leur lien client, notamment en prolongeant de quelques mois leur contrat de location.

Cela permet aux clients de commander le véhicule de leur choix. Il s'agit d'une formule, assortie d'un bonus, que propose justement Ford à sa clientèle, observe Robert Karwell.

#### **PLUS DE PROFITS**

Les concessionnaires font plus d'argent que jamais sur la vente d'un véhicule.

Au **Canada**, le profit moyen sur la vente d'un véhicule neuf a atteint 2600 \$ en 2021. C'est **32** % de plus qu'en 2020. Au **Québec**, la moyenne est de 2713 \$, une augmentation de pratiquement **40** %.

La situation dans le département des F&A est demeurée très stable, surtout au Québec, où le profit moyen est passé de 490 \$ en 2020 à 484 \$ en 2021. Au pays, où la moyenne est de 516 \$, il s'agit d'une baisse de 7 %.

	MOYEN SUR LA LES NEUFS AU	
2019	2020	2021
1852\$	2116\$	2713\$

PROFIT MOYEN DU DEPARTEMENT DES F&A PAR VÉHICULE NEUF VENDU AU QUÉBEC			
2019	2020	2021	
469\$	490\$	484\$	

SOURCE: J.D. POWER PIN

#### MONTANT MOYEN FINANCÉ POUR UN VÉHICULE D'OCCASION AU QUÉBEC

QUÉBEC	2021	2020	% Var
Voitures	19 028 \$	17 358 \$	9,62 %
Camions	42 037 \$	34 180 \$	22,99 %

CANADA	2021	2020	% Var
Voitures	23 576\$	21 446\$	9,93%
Camions	44 815\$	37 032\$	21,02%

SOURCE: DEALERTRACK

Chez Dealertrack, la moyenne observée du montant financé pour les voitures et les camions d'occasion a grimpé de façon significative. Notons que le montant financé n'inclut pas la mise de fonds ou la valeur du véhicule d'échange. « Les ventes de produits F&A ont somme toute été très bonnes en 2021. Malgré les obstacles auxquels a été confrontée l'industrie automobile, dont la pénurie d'inventaire, le marché s'est adapté et a fait place à de nouveaux produits de plus en plus recherchés par les consommateurs. Les hausses de ventes de véhicules de luxe, de VUS ainsi que de véhicules électriques se sont traduites par une croissance des ventes de produits de protection mécanique, esthétique et électronique. En optant pour ce type de véhicule, le consommateur souhaite budgéter les pépins qui pourraient survenir. En plus de contribuer aux profits, ces produits ont également pour effet de favoriser le facteur rétention de la clientèle auprès du concessionnaire. Tout le monde est gagnant. »

Sébastien Alajarin

Directeur régional Est du Canada pour iA Services aux concessionnaires

Au total, selon les statistiques recueillies par J.D. Power en 2021, les concessionnaires du Québec gagnent donc en moyenne 3197 \$ par vente de véhicule neuf.



## Vous souhaitez mobiliser davantage vos troupes? Gérer avec brio les conflits? Retenir et engager votre personnel?

N'attendez plus et inscrivez-vous au Programme Élite CCAM présenté en collaboration avec iA Services aux concessionnaires :





#### ... ET MOINS DE DÉPENSES

Un concessionnaire qui souhaite garder l'anonymat.

(C'est sans compter les économies en marketing et publicité que réalisent les constructeurs. Ces temps-ci, ils n'ont pas besoin de subventionner des campagnes à 0% ou à 0,9% pour vendre des véhicules. Tout se vend.

**Michael Sayig** 

Président de Centre-Ville Volkswagen

#### **CE QUE 2022 NOUS RÉSERVE...**

«Est-ce que l'on va retrouver une certaine normalité en 2022? C'est la grande question que se posent la plupart des concessionnaires ces jours-ci. Si j'avais un souhait à formuler, ce serait tout de même de pouvoir bénéficier de plus de rigueur, de justesse et de fidélité de la part des manufacturiers lorsque nos conseillers passent des commandes de véhicules. Si on nous dit que le véhicule sera livré dans trois mois, ce serait bien que ce soit ainsi. Un délai bien planifié est beaucoup plus facile à gérer pour le concessionnaire, mais surtout pour le consommateur. »

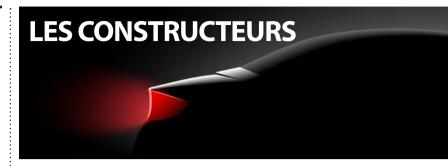
Yannick Lecours

Directeur marketing pour le groupe Le Prix du Gros

《Je demeure optimiste. Les profits sont là. Pourvu que nous ayons davantage de véhicules en stock. 》 Michael Sayig Centre-Ville Volkswagen, à Montréal

«La situation telle qu'on la connaît ne durera pas éternellement. Tant qu'il y aura pénurie des stocks, les clients devront commander leur véhicule. Nos inventaires vont demeurer à moins de 30 jours. Mais dès que l'approvisionnement des pièces reviendra à la normale, je demeure convaincu que les constructeurs vont augmenter leur production. Du coup, ils vont recommencer à nous refiler leurs véhicules comme ils l'ont toujours fait. C'est la seule structure d'affaires qu'ils connaissent. »

Un concessionnaire qui ne veut pas être nommé.



#### **DES AUGMENTATIONS SUR TOUTE LA LIGNE**

## Tous les constructeurs connaissent des augmentations de leurs ventes.

Mis à part Mercedes-Benz, qui compose avec des ventes relativement stables (-1 %), et Jaguar (-7 %)

«Le manque d'inventaire fait partie de la culture chez Subaru. Depuis déjà cinq ans, nos clients ont l'habitude d'attendre entre un et trois mois pour le véhicule de leur choix. Les délais de livraison de 2021 ont été un peu plus longs, sans plus. En fait, dans un monde idéal, toutes mes concessions auraient quelques dizaines de véhicules en inventaire et proposeraient un mois de délai aux clients qui ont des demandes particulières. »

#### **Alexandre Saillant**

Copropriétaire du Groupe Saillant, qui détient notamment la concession Option Subaru, à Québec.



Mitsubishi réalise le meilleur gain grâce à un bond de 35 % de ses ventes au Québec (46 % au Canada!).

Il s'agit d'une performance que le président et chef de la direction Kenji Harada, Ventes de véhicules Mitsubishi du Canada, attribue principalement à trois lancements, soit ceux du tout nouvel Outlander sur Amazon Live en février 2021, du nouvel Outlander et de l'édition rafraîchie de l'Eclipse Cross chez les concessionnaires au printemps 2021. Les investissements en concession font aussi partie de la formule gagnante de 2021, soulève M. Harada.

**Notons** que le tiers des ventes de Mitsubishi à travers le pays s'effectue au Québec.

Kenji Harada s'attend à connaître une année 2022 fabuleuse. Non seulement la marque lancera le tout nouveau PHEV Outlander, dit-il, mais **Mitsubishi célébrera ses 20 ans de présence au Canada**.

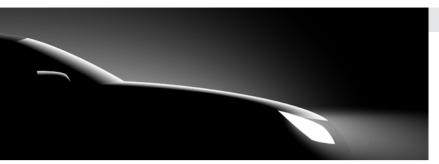


#### Nous avons tout ce qu'il vous faut avec notre programme de faillite et de proposition de consommateur.

MARQUE

Informez-vous! info.auto.fr@ia.ca





#### 2021 a été toute une année pour Toyota.

Surtout au Québec, où il remporte la première place sur le plan des ventes.

TOYOTA	GM	FORD
51 918	48 778	41 446

À travers le pays, la situation est différente.

FORD	TOYOTA	GM
244 461	224 571	202 209

《À l'instar de plusieurs marques automobiles, nous devons composer avec les délais de livraison. Actuellement, plus de 90 % de nos ventes se font sur commande. Des délais qui varient en moyenne entre trois mois et à plus de deux ans pour un modèle 911. >>



Directeur général de Porsche Lauzon, Laval



TOYOTA	51 918	45 424	14
GENERAL MOTORS	48 778	45 139	8
FORD	41 446	38 440	8
HYUNDAI	40 587	38 308	6
HONDA	34 969	34 441	2
NISSAN	30 751	23 683	30
STELLANTIS	27 711	26 508	5
KIA	27 297	25 341	8
MAZDA	20 301	19 147	6
SUBARU	20 002	18 918	6
VOLKSWAGEN	16 693	15 557	7
AUDI	10 169	9373	8
BMW	7809	6418	22
MITSUBISHI	7796	5822	34
MERCEDES-BENZ	7241	7313	-1
TESLA	6332	6138	3
VOLVO	3283	2661	23
PORSCHE	2062	1637	26
LAND ROVER	1385	1218	14
JAGUAR	312	335	-7
POLESTAR	149	ND	

⟨⟨L'année 2021 a été exceptionnelle pour nos trois concessions Kia (Val-Bélair, Sainte-Foy et Québec). Nous avons eu la chance d'avoir des inventaires pour la plupart de nos modèles Rio, Sportage et Sorento. Ce n'est qu'au mois de novembre 2021 que les activités ont ralenti. Mais chez La Force Kia, nous sommes extrêmement confiants. Nos stocks devraient revenir à la normale dès ce printemps. Nous aurons d'ailleurs plusieurs unités de Soul et de Niro électriques dans la cour pour satisfaire la demande sans cesse grandissante pour ces modèles. >>

Steeve Michel

Vice-président de La Force Kia, à Québec





#### Nissan a aussi vu ses ventes bondir de 30%.

Le lancement de nouveaux produits, tels Sentra, Rogue, Frontier, Pathfinder, et de plusieurs modèles rafraîchis, comme Kicks et Armada, a également permis au réseau de concessionnaires du Québec de présenter l'une des gammes de véhicules les plus récentes de la marque.

L'année 2022 s'annonce tout aussi prometteuse, prévient Nadine Gad, directrice Publicité et relations médias.

Nissan mise notamment sur l'introduction de deux nouveaux produits, le Nissan Ariya, VUS 100 % électrique, et la Nissan Z, la voiture de sport la plus attendue de Nissan depuis le retour de la GT-R, pour faire beaucoup de bruit. Particulièrement au Québec, un marché important pour la marque Nissan au Canada, soutient Nadine Gad.



**«**Une personnalisation importante de nos campagnes publicitaires pour le marché du Québec, soutenue par l'introduction de notre porte-parole Karine Vanasse, a largement contribué à ce succès. >>

#### **Nadine Gad**

Directrice de la publicité et relations médias chez Nissan Canada



#### Nous sommes fiers d'être le commanditaire exclusif du programme Lauréat CADA, et ce depuis plus de 15 ans!

Le titre de lauréat est attribué à des concessionnaires pour leurs réalisations professionnelles dans trois catégories :

🙀 Fonction d'ambassadeur 💢 Innovation commerciale 🥻 Commerce de détail





### LES VÉHICULES ÉLECTRIQUES

Tranquillement, les ventes de véhicules électriques continuent leur ascension.

L'année dernière, 21351 véhicules 100% électriques neufs ont trouvé preneur au Québec,

une augmentation de 33 % sur les 15 985 unités cédées en 2020.

Fait intéressant, 41 169 VÉ ont été écoulés au Canada, ce qui veut dire qu'un VÉ sur deux a été vendu au Québec.

TOP 10			
<b>VENTES VOIT</b>	URES	ÉLECTR	IQUES
	2021	2020	Var (%)
Tesla Model 3	4142	4915	-16
Hyundai Kona EV	4067	2981	36
Chevrolet Bolt	2652	3020	-12
Ford Mach-E	2406	4	n.d.
Tesla Model Y	1986	959	107
Kia Niro EV	1448	540	168
Hyundai Ioniq	918	1447	-37
Chevrolet Bolt EUV	889	0	n.d.
Nissan LEAF	631	890	-29
Kia Soul EV	593	486	22

VENTES VÉ PAR MARQUES				
2021 2020	Var (%)			
Tesla	6332	6138	3	
Hyundai	5093	4428	15	
Chevrolet	3541	3020	17	
Ford	2406	4	n.d.	
Kia	2041	1026	99	
Volkswagen	710	0	n.d.	
Nissan	631	890	-29	
Audi	308	188	64	
Porsche	160	215	-26	
Polestar	149	0	n.d.	
BMW	67	58	16	
Jaguar	21	18	17	
TOTAL	21 459	15 985	34	

Même si ses ventes sont en baisse de 16 %, la Model 3 de Tesla (4142 ventes) demeure le véhicule électrique favori des Québécois.

À l'opposé, les ventes du Model Y (le VUS de Tesla) ont doublé, ce qui compense la perte de volume de la version compacte de la marque. Finalement, les ventes de Tesla au Québec ont atteint 6332 unités, une augmentation de 3% qui porte sa part de marché des VÉ du Québec à 30 %. Notons qu'au Québec toujours, les ventes de Tesla sont, en proportion, semblables à celles de BMW, ce qui en dit long sur le poids de la marque dans la Belle Province.



Le **Hyundai Kona EV**, l'autre star chez les VÉ, continue de jouir d'une bonne popularité. Ses ventes ont augmenté de 36 % pour un total de 4067 unités livrées.

《Je n'avais jamais vu un tel engouement pour les véhicules électriques. Actuellement, près de 80% des commandes en attente le sont pour l'Ioniq 5 ou le Kona électrique. Des commandes pour lesquelles nos clients sont prêts à attendre entre six mois et un an. Chaque transaction demeure unique. Nous avons néanmoins élaboré diverses formules pour minimiser les délais et offrir à nos clients une expérience gagnante-gagnante. >>>

#### **Olivier Fournier**

Directeur général de Hyundai Granby

#### **14 VÉ ARRIVENT AU QUÉBEC EN 2022**

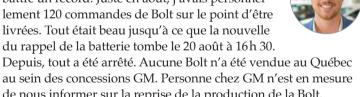
- · Audi Q4 e-tron
- BMW i7
- BMW iX
- Cadillac Lyriq
- Chevrolet Blazer EV
- Equinox EV
- Ford Explorer EV
- Ford F-150 Lightning
- · Hyundai loniq 5
- Imperium SEV
- Kia EV6
- Mercedes-Benz EQB
- Nissan Ariya
- Subaru Solterra



Malgré des problèmes de batteries, les ventes de la Chevrolet Bolt (2652) occupent la troisième marche du podium des VÉ au pays.

GM a aussi écoulé 889 Bolt EUV pour un total de 3541 VÉ, soit 17% des ventes de VÉ dans la province.

"Le début de l'année 2021 a été exceptionnel pour les ventes de Bolt. Nous étions sur le point de battre un record. Juste en août, j'avais personnellement 120 commandes de Bolt sur le point d'être livrées. Tout était beau jusqu'à ce que la nouvelle du rappel de la batterie tombe le 20 août à 16 h 30.



au sein des concessions GM. Personne chez GM n'est en mesure de nous informer sur la reprise de la production de la Bolt. Le rappel des batteries priorise les véhicules qui sont déjà en circulation. >>

#### **Yannic Asselin**

Directeur des ventes de véhicules électriques chez Bourgeois Chevrolet, à Rawdon

«Les incitatifs gouvernementaux influencent énormément la demande pour les véhicules électriques. Le problème, c'est l'attitude plus ou moins honnête des constructeurs auprès des consommateurs. Ils produisent juste assez d'unités pour satisfaire les demandes gouvernementales pour ensuite créer des attentes. >>

Un concessionnaire qui évolue dans la vente de VÉ et qui préfère ne pas être nommé.



## Notre prêt à taux réductibles aide vos clients à rembourser leur prêt plus rapidement.

À découvrir! info.auto.fr@ia.ca



#### **LES VOITURES**



TOP 10			
<b>VENTES VOIT</b>	URES A	U QUÉ	BEC
	2021	2020	Var (%)
Toyota Corolla	11 910	10 185	17
Honda Civic	9877	10 967	-10
Hyundai Elantra	6819	6725	1
Kia Forte	4325	4642	-7
Mazda 3	3867	4055	-5
Nissan Sentra	3844	2699	42
Toyota Prius	3456	3112	11
Volkswagen Jetta	3092	3393	-9
Volkswagen Golf	2494	4895	-49
Toyota Camry	2468	1961	26
Mazda 3 Nissan Sentra Toyota Prius Volkswagen Jetta Volkswagen Golf	3867 3844 3456 3092 2494	4055 2699 3112 3393 4895	-5 42 11 -9 -49

《La fermeture de l'usine en Grande-Bretagne, d'où proviennent nos Civic à hayon, et l'ajout de la Corolla à hayon dans les rangs de la Corolla, qui jadis portait les couleurs de Scion, expliquent pourquoi la Civic a perdu sa première place. Par contre, la production de la Civic à hayon a été déplacée en Ohio (depuis novembre dernier). Si Honda arrive à régler ses problèmes d'approvisionnement en pièces, la Civic devrait revenir en force d'ici la fin de l'été.

#### **Alex Roger**

Vice-président adjoint et directeur général – Régions de l'Est, **Honda Canada Inc.** 



Outre la Corolla, Toyota voit aussi sa Prius et sa Camry faire partie des 10 voitures les plus vendues au Québec. Dans les deux cas, les ventes ont augmenté en 2021, soit de 11 % et 26 % respectivement.

 《Les concessionnaires Toyota peuvent dire un gros merci au constructeur, qui a su bien gérer la crise des micropuces. Chez nous à Sherbrooke, nous avons eu un bel inventaire au moins jusqu'en septembre. La Corolla, qui propose un vaste éventail de versions, dont une avec hayon, a eu beaucoup de succès en 2021. Si tout se présente bien, 2022 devrait être une année record pour Toyota Canada. L'entreprise prévoit écouler plus de 210 000 véhicules au pays.

#### Éric Bazinet

Directeur général de Sherbrooke Toyota

Autre fait notable: pour la première fois depuis 1997, la Honda Civic est détrônée au Québec en tant que voiture la plus vendue dans la province. En effet, le flambeau est maintenant entre les mains



de la Corolla, qui inscrit 11 910 ventes, une augmentation de 17 % sur les ventes de 2020. La Civic a atteint 9877 ventes, une baisse de 10 %.

Comme à l'habitude, la Hyundai Elantra, la Kia Forte et la Mazda 3 occupent toutes une place dans le Top 10, tout comme la VW Jetta et la VW Golf.

《Les modèles Golf sont désormais discontinués. Nous avons vendu le dernier véhicule en stock en juillet. Nous sommes toutefois convaincus que le modèle Taos viendra remplacer la Golf dans le cœur des Québécois. 》

Michael Sayig

Président de Centre-Ville Volkswagen

#### ✓ DES MODÈLES QUI DISPARAISSENT

En 2022, plusieurs voitures vont disparaître du marché, ce qui aura un impact sur le prix moyen des véhicules. « Avec moins de voitures sur le marché, les acheteurs se tournent vers les VUS, qui affichent un prix – et une marge de profit – supérieur », mentionne Robert Karwel.

#### LES VOITURES QUI NOUS QUITTENT

- Chevrolet Malibu
- Mazda 6
- Volkswagen Passat

- Chevrolet Spark
- Mercedes Classe A
- Volkswagen Arteon

- Honda Clarity
- · Nissan Maxima
  - iissan waxima



## Offrez une protection complète à votre client grâce à notre programme de recommandation d'assurance auto, iA Avantages!

Contactez-nous dès aujourd'hui au 1 877 671-9009 ou par courriel : info.iasc@ia.ca

#### **LES CAMIONS**





#### **Charles Poulin**

Copropriétaire de Formule Ford, à Granby

## Le RAV4 demeure bon deuxième et fait des gains importants (+13%).

Tout comme la Corolla, les différentes versions du RAV4, notamment la formule hybride, a contribué au succès des ventes.

#### Éric Bazinet

Directeur général de Sherbrooke Toyota

<b>TOP 10</b>			
VENTES DE CAMIONS	S AU QUÉBEC	EN 2021	
	2021	2020	Var (%)
Ford Série F	18 725	19 342	-3 %
Toyota RAV 4	15 939	14 229	13 %
Hyundai Kona (EV inclus)	13 691	9317	47 %
GMC Sierra	12 607	10 370	22 %
Honda CR-V	12 199	10 139	20 %
Ram 1500/2500/3500	11 902	12 017	-1 %
Chevrolet Silverado	11 567	10 147	14 %
Subaru Crosstrek	9228	7193	28 %
Nissan Rogue	8445	6202	36 %
Mazda CX-5	8377	7965	5 %

#### **LES PETITS CAMIONS AVANT TOUT**

Quant à la segmentation des camions, elle ne change pas beaucoup. Les utilitaires compacts et les camionnettes pleine grandeur demeurent les plus convoités et représentent ensemble 51 % des ventes de camions au Québec.

La part des **camions sous-compacts** (à traction) continue de grossir (+29%) et constitue maintenant **5**% **des ventes de camions**. Idem chez les **utilitaires sous-compacts de luxe**, dont la part de marché a augmenté de 22% et représente maintenant **4**% **de tous les camions vendus**.

- Cette année, le GMC Sierra (+22%) devance la camionnette Ram.
- → Le Honda CR-V passe de la 7<sup>e</sup> position à la 4<sup>e</sup> grâce à un bond de 20 % de ses ventes.
- Celles du Ram sont stables et ne baissent que de 1 %.

Globalement, pour tous les types de camions, les ventes sont en hausse, à l'exception des fourgonnettes (-2%) et des fourgons (-8%).

Dans les deux cas, le modèle dominant, soit la Toyota Sienna et le Ford Transit respectivement, accapare plus d'un tiers des ventes du segment.



Pour l'ensemble des camions écoulés au Québec, les VUS pleine grandeur de GM sont parmi ceux qui affichent la meilleure augmentation de leurs ventes. Entre les différentes variations du produit (Tahoe, Suburban, Yukon, Escalade), les ventes sont passées de 945 à 2433 unités, une augmentation de 158%.



## L'Option Tranquillité vous procure la tranquillité d'esprit en cas de perte totale ou de vol.

Contactez-nous! info.auto.fr@ia.ca



### LES VÉHICULES DE LUXE

#### En 2021, les ventes de véhicules de luxe sont en hausse de 14%.

Les constructeurs allemands maintiennent leur domination du marché et représentent presque 50 % de toutes les ventes de véhicules de luxe au Ouébec!



#### **AUDI EST EN TÊTE (10 169 VENTES)**

La popularité de la marque aux anneaux s'explique entre autres par son excellente performance au sein des VUS. D'ailleurs, les Q3, Q5 et Q7 sont tous à la tête de leur segment respectif.



#### MERCEDES-BENZ MAINTIENT SA 2<sup>E</sup> POSITION

ainsi que ses ventes, qui demeurent stables (-1%).



#### **BMW EST EN 3° POSITION**

Par contre, il a réalisé des gains considérables (27%).

《Le positionnement d'Audi dans le marché canadien est stratégique. Son réseau de distribution au Québec est d'ailleurs très bien équilibré. Chez Park Avenue, nos clients sont fidèles à la concession. Ils s'identifient beaucoup à l'ADN de ce constructeur européen, qui offre des produits qui répondent au climat du Québec. Le marché est d'autant plus prometteur que plein de nouveautés s'en viennent. 》 Norman John Hébert

Vice-président et chef de l'exploitation du Groupe Park Avenue

«L'année 2022 s'annonce, en effet, très excitante avec l'arrivée des modèles GV 60, GV 70 et GV 80, tous des VUS. Ce qui nous a d'ailleurs motivés, chez Groupe Beaucage, à déménager notre concession de Sherbrooke dans un tout nouveau local encore plus spacieux.

#### **Marie-Eve Beaucage**

Vice-présidente de Groupe Beaucage

《La pénurie d'inventaire ne devrait pas trop ennuyer les consommateurs en quête de véhicules de luxe en 2022. Les manufacturiers qui fabriquent ce type de véhicules ont l'habitude de limiter leurs productions. Ce qui a pour effet de créer l'effet de rareté. Dès que les véhicules sont plus dispendieux, le consommateur souhaite habituellement personnaliser son achat. Le consommateur est donc prêt à attendre les mois qu'il faudra pour recevoir le véhicule équipé des paramètres souhaités. 》

#### **Yannick Lecours**

Directeur marketing pour le groupe Le Prix du Gros, qui détient la concession **Volvo Trois-Rivières**.

#### VENTES DE VÉHICULES DE LUXE AU QUÉBEC PAR MARQUE EN 2021

MARQUE	2021	2020	Var (%)
AUDI	10 169	9373	8
MERCEDES-BENZ	7241	7313	-1
BMW	6554	5180	27
TESLA	6332	6138	3
LEXUS	3769	2759	37
ACURA	3325	2936	13
VOLVO	3283	2661	23
CADILLAC	2360	2274	4
PORSCHE	2062	1637	26
INFINITI	1432	1299	10
LAND ROVER	1385	1218	14
LINCOLN	1200	1126	7
GENESIS	1116	329	239
JAGUAR	312	335	-7
ALFA ROMEO	254	197	29
POLESTAR	149	n.d.	
TOTAL	50 943	44 775	14

《 C'est fou comme l'année 2021 a été à la fois atroce et exceptionnelle pour notre concession Porsche, à Laval. Si ce n'avait été du manque de pièces, de la crise des semi-conducteurs et de l'arrêt des ventes survenu au cours de l'année, nous aurions aisément fracassé les 800 ventes. Nous avons tout de même vendu un nombre record de 784 véhicules. Ce qui nous permet de figurer comme deuxième meilleur vendeur Porsche au pays, ex-aequo avec une concession de Vancouver. Le confinement, l'annulation des voyages, la recherche de nouvelles expériences sont autant de facteurs qui ont amené de nouveaux consommateurs. Sans avoir de chiffres précis, notre équipe a constaté une augmentation marquée de la clientèle féminine et davantage de jeunes professionnels que par le passé. 》

#### **Jonathan Lefebvre**

Directeur général de Porsche Lauzon, Laval



Genesis, dont le catalogue comprend maintenant trois VUS, a vu ses ventes passer de 329 à 1116 (+239%!),

des chiffres qui devraient continuer à grimper de façon exponentielle au cours des prochaines années.



## Avec iA Services aux concessionnaires, bénéficiez d'une offre de services complète!

✓ Produits F&I
 ✓ Formations
 ✓ Approuvé par les manufacturiers
 ✓ Support de l'industrie
 ✓ Plateforme de vente dynamique
 ✓ Produits de financement
 ✓ Analyse de performance

Contactez-nous dès aujourd'hui au 1 877 671-9009 ou par courriel : info.iasc@ia.ca



#### **CHIFFRES DÉCHIFFRÉS**

## VENTES DE VÉHICULES NEUFS AU QUÉBEC (JANVIER À DÉCEMBRE 2021)

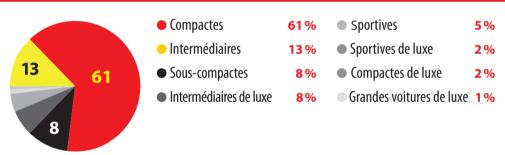
	2021	2020	VARIATION
ÉLECTRIQUES	21 459	15 985	34%
VOITURES	81 105	84833	-4%
CAMIONS	306 192	266 656	15%
TOTAL	408756	367 474	25%

ÉLECTRIQUES → 5 % VOITURES → 20% CAMIONS → 75 %

#### **VÉHICULES 100% ÉLECTRIQUES**

Marque	Modèle	2021	2020
Tesla	3	4142	4915
Hyundai	Kona électrique	4067	2981
Chevrolet	Bolt	2652	3020
Ford	Mach-E	2406	4
Tesla	Υ	1986	959
Kia	Niro EV	1448	540
Hyundai	loniq	918	1447
Chevrolet	Bolt EUV	889	0
Nissan	Leaf	631	890
Kia	Soul électrique	593	486
Volkswagen	ID4	371	0.
Volkswagen	e-Golf	339	nd
Audi	e-tron	252	188
Tesla	S	198	118
Porsche	Taycan	160	215
Polestar	2	148	0
Hyundai	Ioniq 5	108	0
BMW	Série i	67	58
Audi	e-tron GT	56	0
Jaguar	I-Pace	21	18
Tesla	Χ	6	146
Polestar	1	1	0
Total		21459	15985
Part de marc	hé		

#### **VOITURES À ESSENCE ET HYBRIDES**



Marque

Modèle

Marque	Modèle	2021	2020
SOUS-CO	MPACTES		
Chevrolet	Spark	2196	2434
Kia	Rio	2062	2032
Nissan	Versa	1189	60
Mitsubishi	Mirage	409	445
Toyota	Yaris	255	1913
Honda	Fit	180	772
Toyota	Prius C	1	33
Total		6292	7689
Part de marc			8 %
Toyota	Corolla	11910	10185
Honda	Civic	9877	10967
Hyundai	Elantra	6819	6725
Kia	Forte	4325	4642
Nissan	Sentra	3844	2699
Mazda	3	3867	4055
Mazda Volkswagen	3 Jetta	3867 3092	4055 3393

Hyundai	loniq	988	941	
Mini	Clubman	51	89	
Honda	Insight	31	56	
Chevrolet	Cruze	6	166	
Total		49525	51780	
Part de mare	ché			61%
INTERMÉ	DIAIRES			
Toyota	Prius	3456	3112	
Toyota	Camry	2468	1961	
Honda	Accord	1029	1020	
Hyundai	Sonata	709	532	
Ford	Fusion	493	1261	
Kia	K5	429	82	
Subaru	Legacy	357	461	
Dodge	Charger	300	174	
Nissan	Altima	293	327	
Chevrolet	Malibu	226	423	
Mazda	6	209	182	
Chrysler	300	204	65	
Honda	Clarity	150	570	

2021

2020

Marque	Modèle	2021	2020
Nissan	Maxima	85	104
Volkswagen	Passat	43	236
Volkswagen	Arteon	71	99
Toyota	Mirai	29	4
Buick	Regal	3	37
Total		10554	10650
Part de march	né		139
SPORTIVE	: <b>S</b>		
Subaru	WRX / STI	1099	1076
MINI	Cooper	819	763
Volkswagen	GTI / Golf R	727	614
Ford	Mustang	621	675
Mazda	MX-5	345	193
Dodge	Challenger	249	182
Chevrolet	Camaro	196	218
Hyundai	Veloster	162	233
Subaru	BRZ	79	87
Fiat	Spider	8	46
Toyota	86	6	32
Total		4311	4119
Part de march	né		5%
COMPACT	ES DE LUXE		
		702	1016
Mercedes-Benz		703	1016
BMW	Série 2	510	410
Acura	ILX	200	176
Cadillac	CT4	158	96
Audi	A3	138	691
Lexus	CT	0	0

Impreza

Subaru



#### Nous avons les meilleurs termes du marché. Et de loin.

Obtenez tous les détails! info.auto.fr@ia.ca



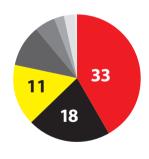
#### **VOITURES À ESSENCE ET HYBRIDES**

Marque	Modèle	2021	2020	
INTERMÉN	IAIRES DE LUX	E		
RMW	Série 3	1034	817	
Audi	A5	710	608	
Mercedes-Benz	Classe C	640	858	
Acura	TL	565	611	
Audi	A4	533	770	
BMW	Série 4	426	231	
Lexus	IS	426	210	
Infiniti	Q50 / Q60	344	278	
Volvo	V60	343	293	
Genesis	G70	322	239	
Kia	Stinger	274	279	
Lexus	ES	207	180	
Cadillac	CT5	200	195	
Volvo	S60	147	165	
Genesis	G80	65	32	
Alfa Romeo	Giulia	45	50	
Lexus	RC	33	36	
Toyota	Avalon	27	38	
Lincoln	MKZ	6	26	
Cadillac	CTS	4	7	
Jaguar	XE	0	7	
Cadillac	ATS	0	1	
Total		6351	5931	
Part de marché				8%

Marque	Modèle	2021	2020	
GRANDES	VOITURES DE	LUXE		
Mercedes-Benz	Classe E	309	320	
Audi	A6	187	132	
BMW	Série 5	161	195	
Mercedes-Benz	Classe S	91	119	
Audi	A7	85	69	
Porsche	Panamera	63	50	
BMW	Série 7	32	35	
Volvo	V90	23	1	
Audi	A8	18	31	
Genesis	G90	17	12	
Volvo	S90	17	25	
Jaguar	XF	8	7	
Lincoln	Continental	3	13	
Lexus	LS	2	2	
Cadillac	XTS	1	4	
Lexus	GS	1	5	
Acura	RL	0	7	
Cadillac	CT6	0	16	
Infiniti	Q70	0	1	
Jaguar	XJ	0	9	
Total		1018	1053	

Marque	Modèle	2021	2020
SPORTIVE	S DE LUXE		
Chevrolet	Corvette	382	283
Porsche	911	317	223
Porsche	Boxster	110	71
BMW	Série 8	99	124
Toyota	Supra	80	59
BMW	Z4	68	62
Mercedes-Benz	GT	52	47
Lexus	LC	42	11
Porsche	Cayman	42	70
Jaguar	F-Type	41	27
Audi	R8	40	26
Audi	TT	40	55
Nissan	GTR	12	8
Acura	NSX	6	5
Mercedes-Benz	SL	5	38
Nissan	370Z	4	59
Alfa Romeo	4C	3	6
Mercedes-Benz	SLK	2	38
BMW	Série 6	0	9
Ford	Ford GT	0	1
Total		1345	1222

#### **CAMIONS À ESSENCE ET HYBRIDES**



Hyundai

Honda

Kona

Seltos

HR-V

- Utilitaires sport compacts33 %
- Camionnettes pleine grandeur 18 %
- Utilitaires sport sous-compacts 11%
- Utilitaires sport intermédiaires11 %
- Utilitaires sport intermédiaires 6 %
- Micro utilitaires sport5 %

- Utilitaires sport sous-compacts de luxe
- Utilitaires sport intermédiaires de luxe
- Fourgons
- Camionnettes compactes
- Fourgonnettes

Véhicules utilitaires sport (tout-terrain)1,5 %

4%

3%

3%

3%

2%

- Utilitaires sport pleine grandeur 1 %
- Utilitaires sport pleine grandeur de luxe 1 %

Marque	Modèle	2021	2020	
	JTILITAIRES SPON SEULEMENT)	ORT		
Nissan	Kicks	7124	4951	
Hyundai	Venue	4114	3268	
Toyota	C-HR	2202	1861	
Kia	Soul	1758	1747	
Total		15198	11827	
Part de mar	ché			5%
UTILITAI	RES SPORT SO	US-COMPA	CTS	

9624

5179

4956

9317

Marque	Modèle	2021	2020	
Nissan	Qashqai	4056	3611	
Mitsubishi	RVR	2339	1702	
Kia	Niro	2292	1490	
Mazda	CX-3	2207	2420	
Chevrolet	Trailblazer	1916	564	
Ford	EcoSport	624	880	
Buick	Encore	597	2165	
MINI	Countryman	385	386	
Chevrolet	Trax	311	452	
Toyota	Corolla Cross	295	0	
Jeep	Renegade	32	31	
Jeep	500X	0	3	
Total		34813	32829	
Part de marc	:hé			111

Marque	Modèle	2021	2020
UTILITAIR	ES SPORT CO	MPACTS	
Toyota	RAV4	15939	14229
Honda	CR-V	12199	10139
Subaru	Crosstrek	9228	7193
Nissan	Rogue	8445	6202
Mazda	CX-5	8377	7965
Hyundai	Tucson	7559	6009
Volkswagen	Tiguan	5781	4467
Ford	Escape	5150	4007
Kia	Sportage	4624	3833
Mazda	CX30	4023	3365
Mitsubishi	Outlander	3702	2720
Kia	Sorento	3443	3758



## Nous offrons jusqu'à 1000 \$ en réserve concessionnaire.

Contactez-nous! info.auto.fr@ia.ca



### CHIFFRES DÉCHIFFRÉS VENTES DE VÉHICULES NEUFS AU QUÉBEC (JANVIER À DÉCEMBRE 2021)

#### CAMIONS À ESSENCE ET HYBRIDES

Marque	Modèle	2021	2020
Buick	Encore GX	2383	1834
ubaru	Forester	2350	2685
еер	Cherokee	1793	1685
ord	Bronco Sport	1593	11
1itsubishi	Eclipse Cross	1346	955
hevrolet	Equinox	1022	1418
olkswagen	Taos	1000	0
eep	Compass	764	406
uick	Envision	652	283
yundai	Ioniq 5	108	0
lazda	MX-30	99	0
otal		101580	83164
	ES SPORT INTE		
ubaru	Outback	3756	3578
еер	Grand Cherokee	3329	2227
yundai	Santa Fe	3204	2505
oyota	Highlander	3038	2000
ord	Explorer	2517	2434
ord	Edge	2079	1992
MC	Terrain	1660	2332
olkswagen	Atlas	1617	1162
onda	Pilot	1381	1404
issan	Murano	1293	1510
lazda	CX-9	1174	967
olkswagen	Atlas Cross Sport	1139	691
oyota	Venza	1124	142
ia	Telluride	1011	567
yundai	Palisade	977	1040
ubaru	Ascent	912	871
issan	Pathfinder	729	651
onda	Passport	627	663
nevrolet	Traverse	625	594
hevrolet	Blazer	583	590
MC	Acadia	497	290
uick	Enclave	223	136
odge	Journey	0	31
otal		33495	28377

UTILITAIRES SPORT PLEINE GRANDEUR					
Dodge	Durango	916		884	
GMC	Yukon	658		301	
Chevrolet	Tahoe	624		213	
Ford	Expedition	457		273	
GMC	Yukon XL	405		147	
Chevrolet	Suburban	313		104	
Toyota	Sequoia	65		60	
Nissan	Armada	60		35	
Jeep	Wagoneer	39		0	
Total		3537		2017	

•	RES SPORT IN TOUT TERRAIN)			
Jeep	Wrangler	3762	3706	
Toyota	4Runner	1228	1203	
Ford	Bronco	663	0	
Land Rover	Defender	283	144	
Total		5936	5053	
Part de marc	hé			1,5 %

Marque	Modèle	2021	2020	
UTILITAIRE DE LUXE	S SPORT SOU	S-COMPA	CTS	
Audi	Q3	2370	1867	
Volvo	XC40	1100	670	
Mercedes-Benz	GLB	796	485	
BMW	X1	688	634	
Mercedes-Benz	GLA	685	493	
Lexus	UX	613	438	
Cadillac	XT4	489	867	
BMW	X2	118	153	
Total		6859	5607	
Part de marché				4%

UTILITAIRE	S SPORT COM	PACTS [	DE LUXE	
Audi	Q5	2843	2210	
Acura	RDX	1646	1568	
BMW	X3	1494	1016	
Lexus	NX	1236	924	
Mercedes-Benz	GLC	1233	1380	
Volvo	XC60	959	925	
Porsche	Macan	910	586	
Infiniti	QX50	647	474	
Lincoln	Corsair	477	378	
BMW	X4	467	329	
Genesis	GV70	424	0	
Alfa Romeo	Stelvio	206	141	
Land Rover	Range Rover Evoque	143	179	
Infiniti	QX55	118	0	
Land Rover	Discovery Sport	86	130	
Jaguar	E-Pace	13	27	
Total		12902	10267	

UTILITAIRES SPORT INTERMÉDIAIRES				
<b>DE LUXE</b>				
Lexus	RX	1138	839	
Mercedes-Benz	GLE	1109	973	
BMW	X5	991	731	
Acura	MDX	908	576	
Cadillac	XT5	846	734	
Volvo	XC90	694	582	
Porsche	Cayenne	460	422	
Land Rover	Range Rover Sport	417	352	
Lincoln	Aviator	324	313	
BMW	X6	301	192	
Genesis	GV80	288	46	
Cadillac	XT6	229	191	
Jaguar	F-Pace	229	240	
Land Rover	Range Rover	227	158	
Lincoln	Nautilus	224	255	
Land Rover	Range Rover Velar	202	215	
Lexus	LX	49	84	
Land Rover	Discovery	27	40	
Lexus	GX	22	30	
Total		9695	6073	

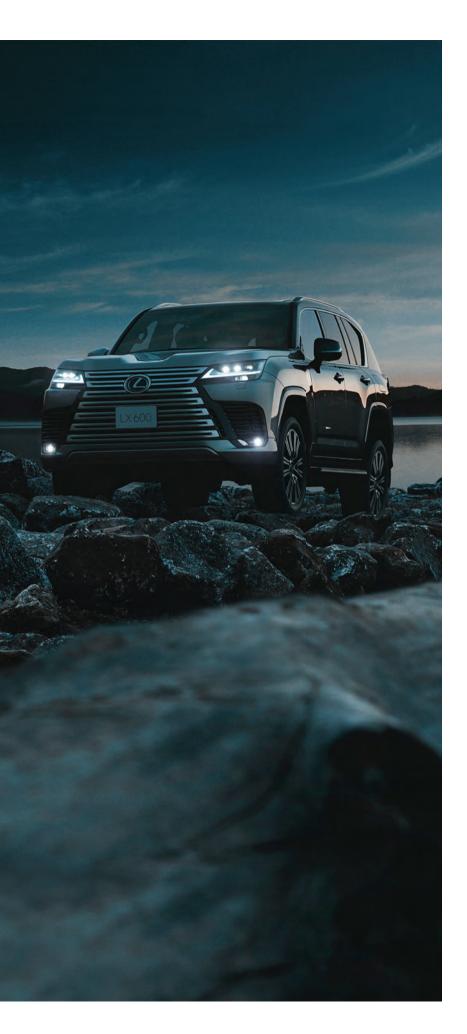
Marque	Modèle	2021	2020	
UTILITAIRE PLEINE GR	S SPORT ANDEUR DE LU	XE		
Audi	Q7	508	412	
Mercedes-Benz	Classe G et GL	506	478	
Audi	Q8	360	294	
General Motors	Escalade	337	145	
Infiniti	QX60	251	393	
Infiniti	QX80	190	154	
Lincoln	Navigator	166	141	
BMW	X7	98	184	
Cadillac	Escalade ESV	96	35	
Lincoln	MKT	0	1	
Total		2512	2237	
Part de marché			1%	
CAMIONNETTES COMPACTES				

CAMION	NETTES COMP	ACTES		
Toyota	Tacoma	2449	2444	
Ford	Ranger	1948	1885	
Chevrolet	Colorado	1208	1280	
GMC	Canyon	1113	1083	
Jeep	Gladiator	976	710	
Honda	Ridgeline	630	510	
Hyundai	Santa Cruz	222	0	
Ford	Maverick	352	0	
Nissan	Frontier 4wd	347	252	
Total		9245	8164	
Part de mare	ché			3%

CAMION	NETTES PLEINE (	GRANDE	UR	
Ford	Série F	18725	19342	
GMC	Sierra	12607	10370	
Ram	1500 / 2500 / 3500	11902	12017	
Chevrolet	Silverado	11567	10147	
Toyota	Tundra	1196	1795	
Nissan	Titan	53	174	
Total		56050	53845	
Part de mar	ché			18%

Carnival		0	
Pacifica	1026	694	
Grand Caravan	644	2387	
Grand Caravan	590	0	
Odyssey	584	800	
Sedona	39	1221	
	6532	6696	
rché	0552	0050	29
	Pacifica Grand Caravan Grand Caravan Odyssey Sedona	Carnival         1268           Pacifica         1026           Grand Caravan         644           Grand Caravan         590           Odyssey         584           Sedona         39           6532	Carnival         1268         0           Pacifica         1026         694           Grand Caravan         644         2387           Grand Caravan         590         0           Odyssey         584         800           Sedona         39         1221           6532         6696

<b>FOURGON</b>	S		
Ford	Transit	3386	3329
Nissan	NV200	1095	750
Ram	Promaster	934	1097
Mercedes-Benz	Sprinter	916	942
Ford	Econoline	911	554
GMC	Savana	615	1548
Ford	Transit Connect	446	667
Chevrolet	Express	292	470
Mercedes-Benz	Metris	194	126
Nissan	NV	59	101
Ram	Promaster City	0	16
Total		8848	9600
Part de marche			





## PRIX ÉLITE CONQUÊTE DE L'EXCELLENCE LEXUS 2021

Félicitations aux concessionnaires Lexus mentionnés ci-dessous, qui prennent tout le temps nécessaire pour s'assurer que chaque invité puisse profiter pleinement du sien. Notre programme Élite Conquête de l'excellence 2021 honore leur professionnalisme et leur engagement inconditionnels.

Erin Park Lexus	TAKUMI
Spinelli Lexus Pointe-Claire	TAKUMI
Ens Lexus	TAKUMI
Lexus South Pointe	ARTISAN
OpenRoad Lexus - Richmond	ARTISAN
Lexus of Edmonton	ARTISAN
Jim Pattison Lexus Northshore	ARTISAN
Lexus of Royal Oak	ARTISAN
Birchwood Lexus	ARTISAN
Performance Lexus	ARTISAN
Lexus of Kelowna	ARTISAN
Taylor Lexus	ARTISAN
Lexus on the Park	MAÎTRE
Lexus of Oakville	MAÎTRE
Northwest Lexus	MAÎTRE
Lexus Laval	MAÎTRE

Lexus of London

Spinelli Lexus Lachine

MAÎTRE

MAÎTRE

#### MISE À JOUR ÉCONOMIQUE | PRÉSENTÉ PAR DESJARDINS



## LES VENTES D'AUTOS N'ONT PAS PLEINEMENT PROFITÉ DU REBOND DE L'ÉCONOMIE

L'économie du Québec n'a pas tardé à se remettre du choc initial de la pandémie encaissé au printemps 2020. L'activité a rebondi rapidement avec une forte croissance du PIB réel d'environ 6 % l'an dernier. Les facteurs qui ont refroidi la demande des acheteurs de véhicules neufs dès les débuts de la pandémie se sont d'ailleurs dissipés promptement.

e taux de chômage, qui a atteint un sommet de 17,6% en avril 2020, est graduellement redescendu près du creux de 4,5% à la fin de 2021. La prudence des Québécois a ainsi fait place à un certain retour de la confiance malgré les incertitudes liées à la pandémie.

De plus, la santé financière des consommateurs s'est beaucoup améliorée. Les Québécois ont accumulé énormément d'épargne grâce à des revenus en hausse et à des dépenses limitées par les fermetures de certains types de commerces de même qu'un budget voyage peu utilisé. L'argent ainsi économisé a permis à plusieurs de réduire leurs dettes, notamment celles sous forme de cartes de crédit et de marges de crédit. Bref, pas étonnant que la demande de véhicules ait été si forte l'an passé.

#### Les problèmes d'offre ont dominé

L'année 2021 s'annonçait excellente pour le secteur automobile après la chute des ventes encaissée en 2020. Les acheteurs étaient sans contredit au rendez-vous, mais les problèmes d'approvisionnement ont ralenti les ven-tes de nombreux concessionnaires. La hausse d'environ 10% du nombre de véhicules neufs vendus au Québec en 2021 aurait ainsi pu être nettement supérieure. La forte demande des consommateurs a été confrontée à des inventaires insuffisants et à des délais inhabituels touchant plusieurs marques et modèles de véhicules neufs. Contrairement à 2020, les acheteurs étaient au rendez-vous en 2021, mais l'offre limitée a freiné l'élan des ventes.

#### Comment se dessine 2022?

La pénurie mondiale de semi-conducteurs est loin d'être terminée. Certains constructeurs automobiles ont déjà annoncé une baisse de production ou même l'arrêt temporaire de



MALGRÉ TOUT, LE NIVEAU DES VENTES DEVRAIT AUGMENTER POUR UNE SECONDE ANNÉE D'AFFILÉE AU QUÉBEC. GARDONS À L'ESPRIT QUE CETTE PÉRIODE SERA ÉVENTUELLEMENT LOIN DANS LE RÉTROVISEUR.

quelques usines nord-américaines au début de 2022. Le manque de puces électroniques maintiendra le déséquilibre entre l'offre et la demande de véhicules dans un avenir rapproché. Le faible niveau des inventaires, les délais de livraison importants pour certains modèles et la pression à la hausse sur les prix continueront d'avoir un impact sur les ventes de véhicules cette année. Même si l'économie se porte bien, la période de turbulence de l'industrie automobile n'est pas encore terminée.

Le début de 2022 sera au ralenti, mais une amélioration devrait être perceptible à mesure que les problèmes d'approvisionnement s'atténueront. Malgré tout, le niveau des ventes devrait ainsi augmenter pour une seconde année d'affilée au Québec. Gardons à l'esprit que cette période sera éventuellement loin dans le rétroviseur.

#### SUCCÈS RECONNU

NOUS FIDÉLISONS 99% DE NOS CLIENTS

#### INTELLIGENCE D'AFFAIRES

TRAVAIL ANALYTIQUE POUR LES CONCESSIONNAIRES

#### GROUPES

EXPERTISE EN CONSOLIDATION DE VOS DONNÉES ET OPÉRATIONS

#### INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

MODÉLISATION PRÉDICTIVE

#### DIGNE DE CONFIANCE

NOUS SERVONS PLUS DE 2000 CONCESSIONNAIRES

#### INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS

**OUTILS DE GESTION** 

#### GESTION DES RELATIONS À LA CLIENTÈLE

ENTIÈREMENT INTÉGRÉ

#### VIRAGE NUMÉRIQUE

TRANSFORMATION DE VOTRE CONCESSION GRÂCE AUX TECHNOLOGIES DE FINE POINTE





UN SYSTÈME DE GESTION DE CONCESSION (DMS) QUI EN FAIT PLUS!

## iA Financement auto!



# Offrant les délais d'approbation les plus rapides du marché.

Nous proposons aussi la plus vaste gamme d'options de crédit et des prêts non conventionnels débutant à des taux aussi bas que 8,99 %. Grâce à notre présence nationale, nous sommes là pour vous aider à vendre rapidement plus de véhicules.

Pour en savoir plus sur iA Financement auto ou pour devenir un partenaire, communiquez avec nous dès aujourd'hui.



site: www.iafinancementauto.ca • courriel: info.auto.fr@ia.ca • tél: 1-855-378-5626