

AutoMédia

Témoign de l'industrie automobile

automedia.ca

Juillet – Août 2019 – 3,95 \$

DOSSIER
CRÉDIT SPÉCIALISÉ

COMMENT OBTENIR PLUS DE SUCCÈS



PARCE QUE VOS CLIENTS EN ONT BESOIN!

GALA IA-VAG

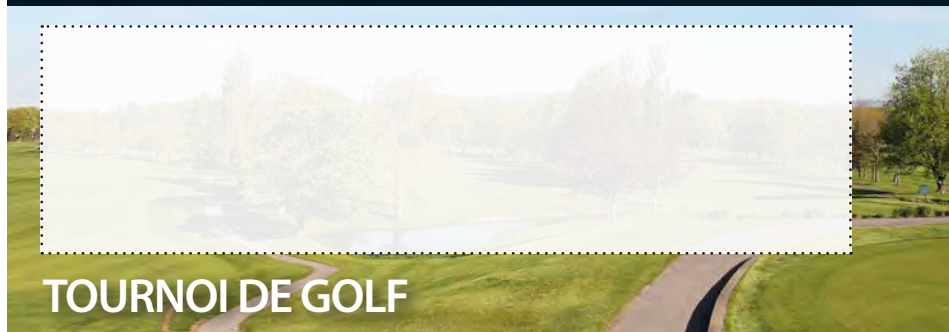
TON SECRET, C'EST QUOI?



ASSEMBLÉE ANNUELLE CCAM



CORPORATION MOBILIS



TOURNOI DE GOLF

PROFILS

SCI MARKETVIEW
EXPERT
EN LEADS



PBS SYSTEMS
OPÉRATION
SÉDUCTION





Innové
pour exalter

PRIX D'EXCELLENCE NISSAN

Un service exceptionnel. Sans exception.

Félicitations aux lauréats du Prix d'excellence Nissan,
remis pour la qualité du service à la clientèle et des ventes.

401-DIXIE NISSAN

Mississauga, ON
401dixienissan.ca

AGINCOURT NISSAN

Scarborough, ON
agincourtnissan.com

BELLEVILLE NISSAN

Belleville, ON
bellevillenissan.com

BEAUPORT NISSAN

Québec, QC
beauportnissan.com

CORNER BROOK NISSAN

Corner Brook, NL
cornerbrooknissan.com

ECONOMY WHEELS

Lindsay, ON
lindsaynissan.ca

FISH CREEK NISSAN

Calgary, AB
fishcreeknissancalgary.ca

GRANBY NISSAN

Granby, QC
nissangranby.com

HALF-WAY MOTORS

Thunder Bay, ON
halfwaymotorsnissan.com

H. GREGOIRE NISSAN VIMONT LAVAL

Laval, QC
nissanvimontlaval.com

HICKMAN NISSAN CLARENVILLE

Clarenville, NL
hickmannissanclarenville.ca

MYERS ORLEANS NISSAN

Orleans, ON
myersnissan.ca

MORREY NISSAN OF COQUITLAM

Port Coquitlam, BC
morreynissancoquitlam.com/en

NISSAN MAGOG

Magog, QC
nissanmagog.com

NORTH ISLAND NISSAN

Campbell River, BC
northislandnissan.ca

ORANGEVILLE NISSAN

Mono, ON
orangevillenissan.com

SOREL-TRACY NISSAN

Tracy, QC
soreltracynissan.ca

WILLOWDALE NISSAN

Thornhill, ON
willowdalenissan.com

WOODBINE NISSAN

Etobicoke, ON
woodbinenissan.com

YARMOUTH NISSAN

Yarmouth, NS
nissanyarmouth.ca/en

EN PASSANT...

LE TEMPS DES ADIEUX



DANIEL LAFRANCE

Je tenais à vous l'annoncer moi-même et en primeur dans les pages de ce magazine que j'ai fondé avec Michel Crépault il y a déjà sept ans: je me retire des activités régulières de cette industrie automobile dans laquelle je baigne depuis près de 40 ans maintenant. Et il s'agit donc de mon dernier tour de piste en tant qu'éditeur délégué d'AutoMédia.

Je tire ma révérence car, même si c'est un cliché, je veux effectivement consacrer plus de temps à mes enfants (Jean-Frédéric et Audrey) et mon petit-fils (Aym-Rich) que j'ai trop souvent négligés pendant toutes ces années palpitantes passées dans un domaine où chaque jour a recelé des défis et autant de surprises. C'est d'ailleurs cet aspect imprévisible qui a rendu mon métier si excitant.

La relève est là

Je n'ai aucune inquiétude pour le magazine *AutoMédia* et son site Internet, puisque les deux sont entre de très bonnes mains. Une équipe jeune et dynamique s'en occupe 24/7 sous la supervision d'Alexandre Crépault depuis déjà deux ans. Alex a tout doucement allégé notre fardeau, à Michel et moi, et il est maintenant fin prêt à vous livrer le même contenu de qualité que vous avez l'habitude de côtoyer dans l'imprimé et sur notre plateforme Web.

Pas vraiment la retraite

Comme je vis dans l'Est de Montréal, plus précisément à Pointe-aux-Trembles, et que je me suis impliqué au fil des années dans ma communauté, je vais continuer à le faire. Après de la Chambre de commerce de la Pointe-de-l'Île et par le biais de l'Association des marchands et professionnels du Vieux Pointe-aux-Trembles, et d'autres organismes.

Le reste du temps, je vais continuer à soutenir fiston dans sa compagnie de rénovation, RénoArtisan, une belle entreprise en pleine expansion qui mérite sa place au soleil.

Mes remerciements

Je pourrais simplifier et dire tout simplement « merci ! » à la vie. Mais j'aimerais souligner à quel point j'ai eu le bonheur de travailler tout ce temps sur plusieurs dossiers fascinants, de relever des défis palpitants et de rencontrer des gens extraordinaires un peu partout sur la planète. C'est d'ailleurs de toutes ces personnes dont je garderai le plus mémorable souvenir. Il n'y aurait pas assez de pages dans ce magazine pour toutes les remercier !

Quant à notre industrie, vous avez remarqué comme moi avec quelle richesse d'idées et d'innovations elle a rapidement évolué ces dernières décennies. Je crois que cette tendance se maintiendra, mais il ne faudra jamais oublier l'être humain, qui est la matière première de cette industrie. Pour moi, c'est ce qui est le plus précieux, bien avant l'huile et la tôle.

Je tourne la page sans regret mais avec un petit pincement au cœur, car je vais sûrement m'ennuyer de certaines activités et, surtout, de plusieurs personnes.

Merci à tous et au plaisir de vous croiser dans un salon de l'auto, bien sûr! ●●●

AutoMédia

Témoignage de l'industrie automobile

Volume 8, n° 3, juillet - août 2019

ACTUALITÉS

**COMPÉTITION HONDA WORLD SKILLS
HONDA RECONNAÎT
LE TRAVAIL DES TECHNICIENS**

8

ÉVÉNEMENTS

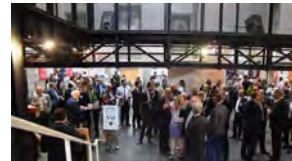


**L'ÉCORANDONNÉE
UN ART DE VIVRE**

10

**ASSEMBLÉE ANNUELLE DE LA CCAM
POUR QUE LES AFFAIRES
ROULENT RONDEMENT!**

12



**TOURNOI DE GOLF DE
LA CORPORATION MOBILIS
53 500 \$ AU PROFIT DE
LA FONDATION MOBILIS**

14



**GALA IA-VAG
TON SECRET,
C'EST QUOI ?**

16



DOSSIER



**CRÉDIT SPÉCIALISÉ
COMMENT AVOIR
PLUS DE SUCCÈS**

19

PROFILS

**PBS SYSTEMS
OPÉRATION SÉDUCTION
AU QUÉBEC**

24

**SCI MARKETVIEW
EXPERT EN LEADS**

26

CHRONIQUES

4 MOT DE L'ÉDITEUR

5 AINSI PENSE ANTOINE

6 SUR LA ROUTE

28 CHIFFRES DÉCHIFFRÉS

RENDONS À DANIEL...



MICHEL CRÉPAULT

À la page précédente, vous venez de lire l'éditorial de Daniel Lafrance, le dernier de sa brillante carrière. Pour être franc, je m'y attendais, il m'avait prévenu il y a de cela quelques mois, mais je croyais bien – j'espérais, en fait – qu'il finirait l'année avec nous. Mais quand l'appel de la famille se fait entendre, il n'en existe pas de plus important au monde!

Je connais Daniel depuis quelques décennies. La première fois que je lui ai vraiment parlé, c'était pour me faire pardonner. J'étais allé le rencontrer à son ancien bureau de Trader sur la Côte-de-Liesse. Je ne me rappelle plus très bien pour quelle raison – je suis persuadé que sa mémoire d'éléphant, elle, s'en souvient –, mais je sais que j'avais commis un faux pas professionnel à son égard et je tenais à m'excuser en personne.

J'ai découvert alors un homme d'une grande sensibilité. Je savais déjà qu'il était un as organisateur – il est allé le démontrer une nouvelle fois un peu plus tard en réorganisant de A à Z la structure éditoriale d'Auto123 –, mais j'ai réalisé ce jour-là à quel point les relations humaines importaient plus que tout à ses yeux. Comme ce sont des valeurs auxquelles je crois aussi, je dirais que c'est à partir de ce moment-là que j'ai commencé à le considérer comme un ami.

En 2012, cela faisait déjà trois ans que j'avais cédé le contrôle du magazine *Auto Journal* que j'avais



J'ai eu la chance d'assister à plusieurs événements de l'industrie automobile en compagnie de Daniel Lafrance. Comme il connaît tout le monde, les poignées de main se succèdent à un rythme d'enfer. Ici en compagnie de Michel Gaudette, alors président de la CCAM.

fondé en 1997 – la toute première publication francophone dédiée à l'industrie automobile du Québec – quand je reçois un coup de fil de Daniel. Une rencontre s'ensuit et il n'a pas eu besoin de 20 minutes pour me convaincre de replonger dans l'univers des concessionnaires en démarrant *AutoMédia*.

« Avec notre expérience combinée du milieu et nos réseaux de contacts, nous allons pouvoir réinventer la roue! », m'avait-il annoncé en substance.

Il a vu juste

Par exemple, ce fut très souvent grâce aux antennes de Daniel et à son flair si *AutoMédia* a acquis la réputation d'un chasseur de « scoops » hors pair. Il arrivait toujours à tout savoir avant tout le monde; il ne nous restait plus qu'à écrire l'histoire et à la publier.

Nous avons déjà prévu d'embaucher une bonne demi-douzaine de correspondants supplémentaires juste pour essayer de remplacer Dan. Heureusement, ça constitue exactement le genre de défis excitants dont il parlait, ceux qui enrichissent notre quotidien.

Merci pour tout, monsieur Lafrance! ●●●

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

RÉDACTION

Rédacteur en chef
Alexandre Crépault • alex@automediamedia.ca

Collaborateurs

Daniel Breton, Francis Brière, Elizabeth Caron, Benoit Charette, Louis-Philippe Dubé, Pamela Egan, Paul-Robert Raymond

Révisseur

Johanne Hamel

Secrétaire de rédaction

Nadine Filion

GRAPHISME

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

IMPRESSION & TRI POSTAL

Communimédia inc.

VENTES ET FACTURATION

L'équipe d'AutoMédia
Michel au 450 308-0740 • Daniel au 514 213-6279
pub@automediamedia.ca

ABONNEMENT

Viviane Proulx: info@automediamedia.ca
Abonnement annuel (10 numéros):
33 \$ (taxes incluses) – Prix par numéro: 3,95 \$
Nouvelle adresse ou changement:
envoyez vos anciennes et nouvelles
coordonnées à info@automediamedia.ca.

DIRECTION

Éditeur

Michel Crépault
michel@automediamedia.ca • 450 308-0740

Éditeur délégué

Daniel Lafrance
daniel@automediamedia.ca • 514 213-6279

AutoMédia, publié 10 fois par année, est distribué à 4 200 exemplaires aux membres et aux non-membres 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@automediamedia.ca.

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec et du Canada, 2019, ISSN 1929-3623



Pedlex

PENSER ▶ ORGANISER ▶ OPTIMISER VOTRE ESPACE!



Consultation gratuite en personne ou par téléphone

info@pedlex.com ou 514 324-5310 ou 1 888-PEDLEX-9

Offrez-vous des produits innovateurs, durables
et de haute qualité fabriqués ici au Québec!





ANTOINE JOUBERT

LE TEMPS DES CONQUÊTES

Vous êtes concessionnaire GM ou Ford? Ou même Mitsubishi? Il se pourrait alors que vous perdiez cette année une partie de votre clientèle. Pourquoi ça?

Parce que celui ou celle qui s'est procuré il y a trois ou quatre ans une Ford Focus ou une Chevrolet Cruze berline ne pourra retrouver d'équivalent dans votre concession, ces modèles n'étant pas reconduits. Même chose pour la Mitsubishi Lancer, qui s'est tout de même vendue au Québec à 2290 unités en 2015. Évidemment, votre défi sera de rediriger cette clientèle vers l'un de vos innombrables VUS. Or, ce ne sont pas tous les propriétaires de voitures qui désirent ou acceptent de faire le saut dans un véhicule utilitaire.

Croyez-en mon expérience: une voisine qui a acquis une Monza, deux Cavalier, une Cobalt et maintenant une Cruze ne se résoudra pas en 2020 à retourner sa voiture de location pour repartir au volant d'un Trax ou même du Chevrolet Trailblazer 2021. Son mari possède un Traverse, et il est hors de question pour elle de se procurer un autre VUS. Sa solution, à 68 ans, sera donc de se tourner vers une marque non-américaine, pour la première fois de sa vie, ou encore de racheter la Cruze louée qu'elle conduit actuellement. Ironiquement, il s'agissait pour elle de sa première location...

Retournons quatre ans en arrière. En 2015, 5443 Ford Focus et 6981 Chevrolet Cruze trouvaient preneur au Québec. S'ajoutaient à cela les sous-compactes, soit 1865 Ford Fiesta et 1510 Chevrolet Sonic qui, pour la plupart, ont été louées pour une période de quatre ans. Ces voitures reviendront donc chez les concessionnaires au cours de l'année. Et il en sera de même pour encore quelques années, à moins bien sûr qu'un constructeur américain ne se réveille un jour avec l'idée que le VUS n'est peut-être pas la solution pour tous.

En attendant, ce sont bien sûr les marques asiatiques qui profitent de la situation. L'abandon des voitures par les marques américaines représente une occasion en or pour elles de conquérir une clientèle laissée à elle-même. En passant, sachez qu'une bonne partie des automobilistes qui se procuraient de petites voitures chez les constructeurs américains les

faisaient souvent par habitude, sans même regarder ailleurs. Comme ma voisine!

Alors, est-ce que les concessionnaires Honda, Hyundai, Kia, Toyota et autres profiteront de l'occasion pour promouvoir leurs voitures? Irait-on jusqu'à offrir une prime aux actuels propriétaires de voitures compactes américaines? Une sorte de « rabais conquête » qui permettrait de faire grimper les ventes de voitures à une époque où les VUS ont la cote?

Chose certaine, Toyota Canada a flairé la bonne affaire et s'appête à lancer une campagne de publicité nationale qui mettra en lumière ses automobiles. Pour le constructeur qui domine la catégorie des VUS compacts, il pourrait s'agir d'une chance d'augmenter les

nementaux votés par nos politiciens, et vous avez là quelques raisons valables d'encore miser sur l'automobile.

D'ailleurs, nous sommes actuellement à l'étape où les VUS, aussi nombreux et populaires puissent-ils être, commencent à voir leurs ventes s'essouffler, du moins pour certains modèles. Pour la première fois dans la catégorie, on peut constater quelques échecs commerciaux pour des véhicules qui, pourtant, semblaient assurés d'un grand succès. Pensez au Mazda CX-3, qui ne se vend qu'au Québec, au Mitsubishi Eclipse Cross, au Ford EcoSport et au Jeep Compass. Des véhicules récents, mais qui peinent à séduire une clientèle pour qui le choix n'a jamais été si vaste.



PHOTO CIMETIÈRE/ FERR GREGORY/DEPOSITPHOTOS

chiffres de ventes de sa nouvelle Corolla, de façon à talonner l'indétrônable Honda Civic.

Toyota explique sa stratégie par le fait que le comportement des acheteurs dépend de facteurs pour lesquels les constructeurs n'ont pas de contrôle. Par exemple, le prix de l'essence, lorsqu'il passe le cap du 1,50\$, freine carrément les acheteurs de VUS qui entendent alors raison. Inutile de vous dire qu'il s'agit pour Toyota Canada d'un pari calculé, d'autant que son Toyota RAV4 a été, l'an dernier, le VUS le plus vendu au pays (55 385 unités). Ajoutez à cela une possible taxe à la consommation qui pourrait succéder à celle présentement applicable à la cylindrée, ainsi que des crédits ou des rabais gouver-

Que faut-il donc comprendre? Que le marché du VUS compact commence peut-être à plafonner et que les constructeurs devront désormais trouver des alternatives pour se différencier de la masse. Et ces alternatives, ce sont peut-être des voitures.

En éliminant leurs voitures, les constructeurs américains sont peut-être allés trop vite. L'avenir nous dira bien sûr si Ford et GM ont eu raison, mais il est clair qu'au Québec, la disparition de certains modèles populaires comme la Chevrolet Cruze, la Mitsubishi Lancer et la Ford Focus aura un impact négatif pour leurs concessionnaires. En d'autres mots, le malheur des uns fera le bonheur des autres. ●●●

UN NOUVEL IMMEUBLE POUR LES 32 ANS DE HONDA DE TERREBONNE



Le concessionnaire Honda de Terrebonne a inauguré son nouvel immeuble avant-gardiste tout en soulignant son 32^e anniversaire. Le 6 juin dernier, la direction a célébré cette ouverture officielle avec plus de 150 invités, dont des hauts responsables de Honda Canada.

Ce nouveau bâtiment est le fruit d'un investissement de plusieurs millions de dollars, qui correspond à la toute nouvelle image des concessions Honda au Canada.

«Nous sommes très fiers de la concession Honda de Terrebonne et, bien sûr, de la famille Brassard, qui forme une équipe de gestionnaires chevronnés et consciencieux. Pour Honda Canada, la concession de Terrebonne est un exemple à suivre», a déclaré Alexandre Roger, vice-président adjoint et directeur de la région de l'Est du Canada pour Honda Canada. Honda de Terrebonne emploie 58 personnes.

CHAISE MUSICALE CHEZ LES GROUPES QUAND LA GÉOGRAPHIE S'EN MÊLE!

En l'espace de quelques jours, trois belles concessions ont changé de mains et ces transactions, qui impliquent toutes des groupes, ont un autre dénominateur commun : la géographie.

SOLUTION NISSAN | CHÂTEAUGUAY

AU SUD...

Dans un premier temps, le Groupe Rive-Sud/Barnabé de Joël Grégoire transfère à Claude Jeannard les actifs de Nissan Châteauguay. Le nouveau nom sera vraisemblablement Solution Nissan, puisque les deux autres concessions de M. Jeannard s'appellent Solution Ford et Solution Mazda. De surcroît, les trois établissements ont pignon sur rue les uns à proximité des autres sur le boulevard Saint-Jean-Baptiste (la 138 Est), l'artère principale de Châteauguay.

«C'est vraiment une question de stratégie démographique, a expliqué Joël Grégoire quand *AutoMédia* l'a questionné sur la raison de la vente. Je serais encore à Châteauguay si j'avais pu acquérir d'autres franchises dans la région. Comme ça n'a pas été le cas, je préfère laisser à M. Jeannard l'avantage de bâtiments qui sont voisins.»

Les approches entre le vendeur et l'acheteur, de même que la ronde de négociations, ont été menées par la firme d'experts-conseils AutoCap/Dealer Solutions North America.

H GREGOIRE NISSAN

AU NORD ET À L'EST...

Pendant ce temps, Greg et John Hairabedian, respectivement fondateur et président de HGrégoire, contrôlent désormais en entier le marché de Nissan à Laval et même au nord de l'île, puisqu'ils viennent d'ajouter Nissan Blainville à leurs concessions Nissan Chomedey et Nissan 440 à Vimont.

Enfin, ALBI Honda Pointe-aux-Trembles, du 12150 rue Sherbrooke Est, est passé au Groupe Lallier dirigé par Denise et Michel Dagenais (belle-sœur et beau-frère). En mettant la main sur cette franchise, Lallier consolide son emprise sur l'est de l'île de Montréal, puisqu'il gère déjà Lallier Honda 40-640, rue des Migrateurs, à Terrebonne. Les deux territoires ne sont séparés que par le pont Le Gardeur.

Les Dagenais placeront Jimmy Houle, l'actuel directeur général de Lallier Kia Laval, aux commandes de leur nouvelle acquisition, tandis qu'Émile Houle remplacera son frère à Laval.

«Nous aurons une saine compétition amicale entre nous», annonce avec le sourire Josée Fournier, directrice générale adjointe à Yvon Dumoulin et directrice aux ventes de véhicules neufs chez Honda 40-640 (qui a vendu 1000 véhicules neufs et près de 600 d'occasion l'an dernier).



LA PATIENCE RÉCOMPENSÉE

«Denise et moi, nous nous sommes embarqués dans une nouvelle odyssée, avoue Michel Dagenais. Je ne pensais pas vraiment vivre une autre expansion. Mais l'occasion était trop belle, compte tenu de l'historique que j'ai avec cette concession Honda.»

Retour en arrière: dans les années 1980, Jean Alloul décide de mettre en vente sa concession Pointe-aux-Trembles Honda. Michel Dagenais, déjà impliqué dans Lallier Honda Repentigny (qui deviendra Lallier Honda 60-640 en 2016 à la suite d'un déménagement), est très tenté, mais Michel Lauzon, alors directeur du Québec pour Honda Canada, lui rappelle que le constructeur (à cette époque-là) ne permet pas à un concessionnaire de posséder deux adresses aux territoires limitrophes.

Michel D. réfère alors à Michel L. son ami Pierre Deveau, qui achète ledit Honda. Quand plus tard M. Deveau met en vente le commerce, Michel Dagenais est de nouveau très intéressé – cette fois, sans opposition de la part de Honda Canada –, mais c'est Denis Leclerc, le président d'ALBI alors en mode expansion, qui remporte la mise.

Quand Lallier a su que la fameuse concession convoitée depuis si longtemps était à nouveau disponible, Michel Dagenais n'allait pas rater cette nouvelle occasion: «D'une certaine manière, philosophe l'homme d'affaires, que j'en sois finalement le propriétaire est un juste retour du balancier.»

LESPAC PASSE ENTRE LES MAINS DE TRADER

LesPAC vient de changer de mains. La Longueuilloise Technologies Interactives Mediagrif Inc. (TSX: MDF), détentrice du réseau, a vendu la plateforme numérique à Trader Corporation pour la somme de 19 millions de dollars.

Notez que la catégorie *autos et véhicules* de LesPAC est la section qui regroupe le plus grand nombre d'annonces classées. « Actuellement, on trouve dans le site plus ou moins 70 000 petites annonces de véhicules automobiles. Lors des saisons plus achalandées, particulièrement au printemps, le site peut en compter plus de 85 000 », souligne André Leblanc, vice-président marketing chez Technologies Interactives Mediagrif.

Cette transaction va permettre à Mediagrif de poursuivre la revue stratégique de ses opérations entamée au cours des derniers mois.

L'entreprise veut recentrer ses opérations sur les secteurs d'activités B2B, tels le commerce unifié, ce que certains appellent l'omnicanal, ainsi que l'approvisionnement stratégique. Voilà des secteurs dont fait partie, entre autres, Carrus, une division de Mediagrif fondée en 2002 qui propose des solutions logicielles aux gestionnaires d'ateliers de réparation automobile et grossistes en pièces d'autos.

Chef de file de la mise en marché numérique du secteur automobile canadien, la société Trader figure parmi les entreprises en ligne les plus fréquentées au pays. Les sites autoHEBDO.net et autoTRADER.ca génèrent plus de 16 millions de visites par mois. « Nous sommes extrêmement heureux de cette acquisition. Non seulement elle va nous aider à consolider notre réseau dans les régions du Québec, mais elle nous ouvre la



porte aux marchés des véhicules commerciaux et récréatifs, tels les VR, les motos, les bateaux et bien d'autres », souligne Charles Chamberland, spécialiste formation et développement chez Trader.



T'SÉ J'VEUX DIRE...

CAA-Québec compte 1,3 million de membres. Certains d'entre eux communiquent avec l'association automobile en écrivant des trucs plutôt amusants. Voyez plutôt :

- Une Volks Jetta « **Tendrine** » (*Trendline*)
- Un banc « **Ricardo** » (*Recaro*)
- Un Grand Cherokee « **Laurendo** » (*Laredo*)
- Une Fiat 500 « **Lunch** » (*Lounge*)
- Une Dodge Caravan SXT « **snow n go** » (*Stow'n'Go*)
- Une **Hyonda** Accent
- En cuir ou en tissu ? Non, en coton.
- La valeur « **marchandise** »
- Un moteur « **econoboost** » (*Ecoboost*)
- Un toit « **paranormique** »
- Un Kia Sorento LX à 2 roues motrices ? Non, pas de roues motrices !
- Faire « **towinger** » son char
- Un Ford-150 avec des portes « **guillotines** »
- Un Buick « **Romano** » (*Verano*)
- Le témoin « **Check n Gilles** »
- Ma Volks « **Beetel** » convertible, c'est la « **Comfort inn** » (*Confortline*)
- Un char blanc, c'est trop dangereux l'hiver, un char vert, c'est trop dangereux dans l'bois !



NOUS AVONS MAÎTRISÉ NOTRE PROCESSUS ET L'AVONS RÉPÉTÉ 100 FOIS AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS

ÉVALUÉ 87 concessions
VENDU 13 concessions

Les membres de notre équipe possèdent l'expérience internationale, l'expertise locale et sont dédiés à vous livrer l'excellence qui vous garantira La Bonne Affaire.

Appelez DSMA dès aujourd'hui et débutez votre processus d'évaluation.

833.802.5133 autocap.ca/fr

CALGARY . DETROIT . MONTREAL . FLORIDE . TORONTO . VANCOUVER

AUTOCAP FUSIONS ET ACQUISITIONS

LA
BONNE
AFFAIRE

COMPÉTITION HONDA WORLD SKILLS

« HONDA RECONNAÎT LE TRAVAIL DES TECHNICIENS » – DENIS-ÉRIC BEAULIEU

Pour la première fois de son histoire, le constructeur Honda a organisé une grande compétition internationale afin de déterminer le meilleur technicien de la marque. Présenté en mai à Yokohama, au Japon, le *Honda World Skills* a réuni 26 des 75 000 techniciens Honda et Acura provenant de 18 pays.

Le Québécois Denis-Éric Beaulieu, technicien en diagnostic chez Acura Laval, était du nombre, en compagnie d'un autre comparse canadien, soit Ronnel Del Rosario, chef d'équipe technique chez Wheaton Honda, à Edmonton.

Quel a été leur classement respectif? Honda n'a pas divulgué officiellement le nom des techniciens ayant terminé aux trois premiers rangs. Mais une recherche sur les réseaux sociaux a permis de découvrir le nom des trois gagnants: Hidenori Okazaki (3^e), Yuya Fujita (2^e) et Xu Jin (1^{er}), soit un Chinois, suivi de deux Japonais.

Pour Denis-Éric, cette information n'a toutefois aucune importance: «C'est tellement rare qu'un constructeur organise une activité de reconnaissance internationale à l'endroit des techniciens. Généralement, ce type de voyages est réservé au personnel des ventes. D'avoir eu la chance de représenter mon pays à cette grande première chez Honda vaut amplement une médaille en soi», souligne le technicien, qui travaille chez Acura depuis neuf ans.

Remarquez, Denis-Éric figure déjà parmi les meilleurs techniciens de la famille Honda au pays. Depuis 2015, il représente l'Est du Canada à la Compétition de reconnaissance des aptitudes des techniciens au siège social d'Acura Canada, à Markham en Ontario. «En décembre dernier, il s'est même retrouvé au premier rang de tous les techniciens Acura au Québec (sur un total de 89 techniciens provenant de 15 concessionnaires),



Denis-Éric Beaulieu, technicien en diagnostic chez Acura Laval depuis neuf ans.



Denis-Éric Beaulieu en pleine action.

avec la meilleure note au test de qualification régional», tient à souligner Michel Henri, directeur principal, service, pièces et opérations chez Honda Canada.

En quoi consistait la toute première compétition internationale Honda qui s'est déroulée le 29 mai dernier? Il s'agissait d'épreuves d'intelligence, de connaissances et d'efficacité que les participants devaient résoudre dans un temps limité. «Dans ce type d'épreuves, les cas présentés ont toujours quelque chose de surréel. Ce sont des problèmes artificiels élaborés par des humains, ce ne sont pas des problèmes mécaniques et techniques avec lesquels on compose au quotidien», explique le technicien Beaulieu.

Celui-ci estime même que les cas présentés au concours international étaient plus fa-

ciles à résoudre que ceux soumis lors de la sélection canadienne tenue en février. Mais: «La grande différence, c'était le manuel de travail auquel nous avons droit. Celui que l'on devait utiliser lors de la compétition au Japon était un manuel standardisé, différent du manuel canadien avec lequel je suis habitué de travailler. J'ai eu quelques difficultés à retrouver mes repères», concède Denis-Éric Beaulieu.

Le technicien de 34 ans en était à sa troisième visite au Japon. Il a profité de cette occasion pour faire un peu de tourisme à Tokyo, manger des sushis, du poulet cru et bien d'autres spécialités japonaises. «C'est une belle expérience de vie que nous a permis de vivre Honda. Je remercie la compagnie d'avoir pensé à nous, les techniciens», conclut Denis-Éric Beaulieu.

Gageons qu'il ne manquera pas de participer aux finales nationales afin d'être de la prochaine grande compétition mondiale Honda, prévue en 2021... ●●●

ERRATUM

Dans l'édition de juin d'AutoMédia, nous avons indiqué que Michel Henri, directeur principal, service, pièces et opérations chez Honda Canada, était du nombre des participants au concours international – ce qui n'était évidemment pas le cas. Il n'y avait qu'un seul et non deux Québécois présents à la compétition. Toutes nos excuses.

**On est prêts
pour vous**



**Des offres
concurrentielles
pour aider à
répondre aux
besoins de
vos clients.**



À Financement auto TD, nous nous engageons continuellement à vous offrir un service uniforme, rapide et hors pair pour favoriser la croissance de vos affaires. C'est l'une des nombreuses raisons pour lesquelles nous nous sommes hissés au premier rang du classement de J.D. Power pour la satisfaction des concessionnaires deux années de suite. N'oubliez pas d'appeler votre directeur, Relations avec les concessionnaires pour voir comment nous pouvons vous aider à répondre à tous vos besoins de financement, notamment grâce à nos offres de financement des stocks de premier ordre dans le secteur.

Contactez-nous.



L'ÉCORANDONNÉE UN ART DE VIVRE



Le trajet a été ponctué d'étapes mémorables, comme l'Alberta Sports Hall of Fame & Museum, le Royal Tyrrell Museum à Drumheller et (photo) le **Longview Jerky Shop**, ouvert en 1978 et fournisseur attiré de Clint Eastwood!



Le départ officiel de l'ÉcoRandonnée a été donné par (de g. à d.) l'Honorable **Amarjeet Sohi**, ministre des Ressources naturelles, **Don Iveson**, maire d'Edmonton, et **Dean Wilcox**, vice-président local des raffineries Suncor.

L'ÉcoRandonnée/EcoRun a un objectif limpide : conduire des véhicules dont les constructeurs vantent la frugalité, ou l'autonomie dans le cas d'un véhicule électrique, afin de confirmer leurs cotes de consommation et même si possible les améliorer.

La 8^e édition de l'évènement annuel, organisé par l'Association des journalistes automobiles du Canada (AJAC), s'est déroulée entre Calgary et Edmonton les 26 et 27 juin dernier.

Tous les constructeurs sont tenus d'évaluer l'appétit de leurs véhicules selon des tests uniformisés par des organismes gouvernementaux. Avec le temps, ces derniers ont raffiné leurs méthodes. À partir de 2015, les tests canadiens qui comptaient deux cycles, i.e. qui émulaient des trajets en ville et sur l'autoroute, sont passés à cinq cycles en ajoutant en laboratoire des situations d'arrêts et d'accélération brusques, de climatisation et de temps froid (-7 degrés).

Chez nous, les résultats apparaissent sur l'étiquette ÉnerGuide collée sur la vitre d'une automobile neuve. Les consommateurs peuvent se fier à ces données, tout comme ils peuvent les consulter en ligne (voir le *Guide de consommation de carburant 2019* de Ressources naturelles Canada à www.rncan.ga.ca).

L'armada verte

Durant l'ÉcoRandonnée, 19 journalistes se sont échangé 19 véhicules. Il y en avait 20 en réalité mais la Hyundai Nexo, mue à l'hydrogène, tenait surtout un rôle de figurante.

N'importe qui peut améliorer une moyenne de consommation en pratiquant des astuces et des techniques de conduite dites écoéner-

100% électriques (5)	Hybrides réguliers (5)
Chevrolet Bolt	Ford Explorer Hybrid
Hyundai Kona EV	Lexus UX 250h
Jaguar I-Pace	Toyota Corolla Hybrid
Kia Niro EV	Toyota Prius AWD
Nissan Leaf Plus	Toyota Rav4 Hybrid
Combustion (5)	Hybrides enchifables (3)
Infiniti QX50	Mitsubishi Outlander PHEV
Mazda3 GS Sport FWD	Volvo XC60 T8
Mazda3 GS AWD	Volvo XC90 T8
Nissan Altima Platinum	Diesel (1)
Hyundai Elantra IVT	Chevrolet Colorado Diesel

gétiques. En gros, ça veut dire conduire très posément et sans jamais, ô grand jamais, dépasser les limites de vitesse.

Le site de RNC suggère précisément cinq techniques et plusieurs trucs qui, appliqués ensemble, peuvent diminuer jusqu'à 25% la consommation de carburant. Ces cinq techniques sont :

- Accélérer doucement
- Maintenir une vitesse constante
- Prévoir la circulation
- Éviter les vitesses élevées
- Relâcher l'accélérateur pour freiner

Le conducteur qui suit ces tactiques épargne des centaines de dollars à la pompe annuellement, pollue moins et met moins en danger sa vie et celle des autres.

Votre humble serviteur a donc joué le jeu pendant ces deux jours. J'ai totalisé presque 1000 km, j'ai changé sept fois d'autos et, derrière chaque volant, j'ai essayé de parcourir un maximum de distance en brûlant le moins d'énergie, et ce, sans me mettre à dos les Albertains qui empruntaient en même temps que moi les petites et grandes routes qui quadrillent leurs magnifiques Prairies.

Facile à dire...

Quand RNC conseille d'accélérer doucement, l'organisme suggère en fait de prendre 5 secondes pour passer de 0 à 20 km/h après un arrêt ou dès le feu vert. Essayez-le pour le fun! Appuyez sur l'accélérateur de manière à ce qu'après avoir compté 1, 2, 3, 4, 5, vous n'excédiez pas 20 km/h. J'en suis sûr, votre grand-mère marche plus rapidement!

Et puis mon truc, d'habitude, c'est plutôt le 0-100 km/h le plus vite possible...

Là, tout le contraire, touuuuuu douuuuuuement... Comme si, pour reprendre une image de RNC, vous vous baladiez avec un gobelet de café sans couvercle en équilibre sur le tableau de bord et que vous deviez rouler sans en renverser une seule goutte.

Entre vous et moi, ce n'est pas que l'exercice soit si difficile à réussir. Il suffit de prendre la vie très mollo. Mais qu'en pense l'automobiliste derrière vous? Lui, il n'a pas lu les conseils pour conduire écoresponsable. Lui, il est peut-être en retard à un rendez-vous.

Je n'arrêtais pas de jeter des regards nerveux dans le rétroviseur pour voir qui perdrait patience.

Une seule personne. Durant les deux jours de notre odyssée, seul le chauffeur d'un F-150 a ridiculisé ma conduite en me collant de si près qu'il aurait pu ouvrir la boîte à gants de ma Kona EV, laquelle, soit dit en passant, n'avait plus qu'une autonomie de 9 km. Je n'étais pas vraiment inquiet, je savais que la borne de recharge était à 5 km. Il ne me fallait juste pas rater un tournant, et donc ne pas trop m'en faire avec le comique derrière moi.

Mise à part cet incident, je dois confesser que rouler de manière écoresponsable génère au moins un avantage de plus que ceux déjà énumérés: la zénitude. On prend le temps d'admirer le paysage. On porte attention aux paroles d'une chanson. Et c'est au petit matin du deuxième jour, en quittant Calgary à l'heure de pointe, que la différence d'attitude entre les autres conducteurs et moi m'a fait réfléchir.

Alors que j'étais déjà dans ma bulle énergétique, tous les autres automobilistes prenaient la route d'assaut, littéralement. On ne s'en rend pas compte lorsqu'on fait soi-même partie de cette charge frénétique. Mais ce matin-là, alors que je comptais de 1 à 5 en accélérant, mes concitoyens couraient. Et la situation m'est apparue saugrenue, pour ne pas dire stupide.

Remarquables résultats

Outre ce petit constat existentiel, mes collègues et moi avons réalisé des cotes de consommation si bonnes avec les véhicules fournis que même les représentants des constructeurs sur place en ont écarquillé les yeux.

Le/la journaliste automobile qui complétait les deux jours de randonnée en compilant la plus basse consommation moyenne se voyait décerner le **Maillot vert**. Devinez qui l'a remporté?



Je pose ici en compagnie de **David Miller**, le très excellent organisateur de la «compétition». Commentaire de mon fils Alexandre, rédacteur en chef d'AutoMédia: «Un prix finalement pour avoir été le plus lent de la gang... Tu es certain que tu veux t'en vanter?»

Voyez vous-mêmes dans le tableau qui suit. J'indique d'abord la cote de RNC (en litres par 100 km, même pour les VÉ grâce à une formule de conversion), puis la meilleure que l'un d'entre nous a réalisée, enfin la moyenne durant l'ÉcoRandonnée:

TABLEAU COMPARATIF *			
100% électriques			
Chevrolet Bolt	2,0	1,6	1,8
Hyundai Kona EV	2,0	1,6	1,7
Jaguar I-Pace	3,1	2,9	3,1
Kia Niro EV	2,1	1,7	1,9
Nissan Leaf Plus	2,2	2,0	2,2
Hybrides enchâssables (Plug-in)			
Mitsubishi Outlander PHEV	6,2	3,6	5,2
Volvo XC60 T8	6,5	5,4	6,6
Volvo XC90 T8	7,2	5,4	7,0
Hybrides réguliers			
Ford Explorer Hybrid	nd	7,2	8,0
Lexus UX 250h	5,6	4,8	5,1
Toyota Corolla Hybrid	4,5	3,2	3,8
Toyota Prius AWD	4,7	3,3	3,7
Toyota RAV4 Hybrid	6,0	5,1	5,4
Combustion			
Infiniti QX50	9,0	6,3	7,2
Mazda3 GS Sport FWD	8,0	4,6	5,7
Mazda3 GS AWD	8,2	5,1	5,4
Nissan Altima Platinum	7,5	5,1	5,7
Hyundai Elantra iVT	6,8	4,3	4,4
Diesel			
Chevrolet Colorado Diesel	10,5	6,6	7,2

* La consommation moyenne des 19 véhicules ayant participé à l'ÉcoRandonnée a été de 4,7 litres aux 100 km.



Le repas de clôture s'est tenu sur le site du fameux Stampede de Calgary et les participants, chapeau de cowboy sur le cœur, ont juré d'en respecter les us et coutumes.



L'ÉcoRandonnée n'existerait pas sans le soutien indispensable de commanditaires: Association canadienne des carburants, Michelin, Atco, Flo, Petro-Canada, Peaks to Prairies et Ressources naturelles Canada. Sur la photo, Michael Colquhoun et Nicole Fisher de Suncor.

Une conclusion à l'issue de ces deux journées de conduite peinarde? Un, les constructeurs font de réels efforts pour produire des machines moins énergivores et donc moins polluantes. Deux, les conducteurs agissent souvent d'une façon qui annule ces efforts. ●●●



Nous adoptons la même conduite que vous.

Service à la clientèle supérieur.

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

- Souplesse des versements
- Taux avantageux
- Milles de récompense AIR MILES^{MD}
- 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

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

BMO



Ici, pour vous:



1 Financement offert chez les concessionnaires accrédités de BMO. Les critères habituels de BMO Banque de Montréal en matière d'octroi de crédit s'appliquent. ^{MD} Marque de commerce déposée de la Banque de Montréal. SM Marque de commerce déposée d'AIR MILES International Trading B.V., employée en vertu d'une licence par LoyaltyOne, Inc. et par la Banque de Montréal.

ASSEMBLÉE ANNUELLE DE LA CCAM POUR QUE LES AFFAIRES ROULENT RONDEMENT !



C'est le 30 mai dernier que la Corporation des concessionnaires d'automobiles de Montréal a tenu sa dernière assemblée générale annuelle. Pour l'exercice 2019-2020, elle s'est dotée d'un nouveau président en la personne de **Martin Taillandier**, directeur général de BMW Canbec, lequel sera secondé par le vice-président **John Hairabedian**, président du Groupe HGrégoire.

Six administrateurs complètent le nouveau conseil: **Nazih Chemali** (Toyota Gabriel), **Dany Lemelin** (Boucherville Mitsubishi), **Jim Turbull** (Mazda Président), **Stéphane Hudon** (Fichault Kia), **Gilles Pilon** (Vaudreuil Volkswagen) et **Pascale Deblois** (Mercedes-Benz Rive-Sud).

Selon la tradition, le président sortant de la CCAM, **François Boisvert** (Boisvert Ford), a hérité de la présidence du Salon international de l'auto de Montréal (SIAM), tandis que **Denis Dessureault** poursuit sa vice-présidence administrative à la fois pour la CCAM et le SIAM.



Un trio de présidents de la CCAM: **François Boisvert** vient d'être remplacé par **Martin Taillandier**, tous deux devancés dans le même fauteuil par **Dany Lemelin**.



L'un arrive, l'autre part: **Martin Taillandier**, le nouveau président de la CCAM, et **John White**, qui quittera la présidence de la CADA en septembre prochain, se sont mutuellement souhaité bonne chance pour la suite des choses.



Bravo à tous les finissants des programmes de NADA University et de Leadership Elite honorés durant l'assemblée générale de la CCAM.

Afin d'égayer l'assemblée, la CCAM a encore pu compter sur Leader Auto Ressources LAR. La coopérative a invité une brochette de ses fournisseurs afin d'informer les concessionnaires quant aux dernières nouveautés de l'industrie. Voici en photos un survol de ces belles rencontres.



CANADIAN BLACK BOOK

Michael Sayig, président de Centre-Ville Volkswagen, et **Yves Varin**, directeur national du développement des affaires pour Canadian Black Book, en ont profité pour renouer.



BMO & SCOTIA

La toujours souriante **Sylvie Brunelle**, directrice principale des ventes de la BMO au Québec, en compagnie du non moins heureux **François Lefebvre**, directeur de comptes pour la Scotia.



BMO & CIBC

Rivaux, certes, mais aussi amicaux: **Sylvain Raymond**, vice-président et directeur du marché régional pour la BMO, et **Serge Lortie**, directeur général et chef régional pour la CIBC, tous les deux responsables du financement des concessionnaires du Québec.



LEADER AUTO RESSOURCES LAR

Une petite portion de la grande famille LAR :

Robert B. Isseman, président et chef de la direction, **Christian Néron**, conseiller, soutien centres de collision, **Richard Villeneuve**, directeur national ventes, **Patrick Dumont**, gérant de territoire, **Nathalie Lanctôt**, directrice des ventes – Québec, **Michel Robitaille**, directeur des finances et administration, **Kevin Celtorius**, directeur des ventes directes, **Isabelle Boyer**, gérante de territoire, **Éric Royer**, gérant de territoire, et **Daniel Manseau**, directeur national des ventes (Ameribiogard).



SKETCH

Vous souhaitez conserver la chaleur à l'intérieur de votre concession l'hiver et la garder à l'extérieur l'été? **Jean-François Leroux**, président de Sketch, a une technologie révolutionnaire pour vous!



EXCLUSIVE MAINTENANCE

Luc Draulet, représentant d'Exclusive Maintenance, a estomqué les visiteurs à son kiosque en démontrant les vertus nettoyantes de la glace sèche (CO₂ Clean) jusque dans les entrailles des ateliers les plus noircis par le temps.



OTOLANE

Stéphane Brunet et **Sylvain Abitbol**, coprésidents, étaient sur place pour expliquer le fonctionnement d'Otolane, une plateforme de ventes aux enchères en ligne qui jouit de sa propre application mobile.



HUNTER ENGINEERING COMPANY

Alexandre J. Thivierge, directeur régional, et **Serge Laflèche**, représentant, étaient fiers d'expliquer les avantages du nouveau module au laser de Hunter Engineering Company qui optimise la rentabilité durant la saison des pneus.



SULY

La compagnie Suly, spécialiste de la fidélisation de la clientèle, prêche par l'exemple en étant elle-même fidèle à tous les événements de la CCAM: **Louis Gélinas** et **Josquin Frascadore**, tous deux chargés du développement des affaires, et **Denis Tardif**, leur président.



iA-VAG

Un quatuor d'iA-VAG a retrouvé avec plaisir un ancien de la gang! En effet, **Christian Guy**, directeur du développement des affaires, **Luc Tremblay**, directeur régional au Québec pour iA Financement Auto, **Véronique Désautels**, directrice des ventes, Québec Ouest, et **Sébastien Alajarin**, directeur régional pour le Québec, ont encadré **Martin Taillandier**, ancien directeur des ventes pour iA-VAG devenu directeur général de BMW Canbec et président de la CCAM.



PRODUITS AVANTAGE PLUS

Le trio de Produits Avantage Plus, ardent spécialiste de F&A: **Denis Campeau**, directeur du développement des affaires, **Karine Lebel**, présidente, et **Patricia Quintin**, directrice de comptes.



ROBERT THIBERT INC.

Marc-Olivier Vincent, directeur des ventes – Est du Canada, et **Rémy Tremblay**, représentant des ventes – Ouest du Québec, se sont assurés de dignement représenter la compagnie Robert Thibert Inc.



HAMSTER

Sophie Carrier et **Mélanie St-Jacques** ont multiplié les sourires pour familiariser les visiteurs à l'offre de Hamster, une coopérative de fournitures de bureau.

TOURNOI DE GOLF DE LA CORPORATION MOBILIS

53 500 \$ AU PROFIT DE LA FONDATION MOBILIS



L'équipe de la Corporation Mobilis à la tête de l'organisation de ce 33^e Tournoi de golf au profit de la Fondation Mobilis, soit **Martine Parisien**, responsable des communications, **Annick Laliberté**, coordonnatrice des opérations, **Marco Lamontagne**, conseiller aux relations de travail, **Mathieu Laplante**, propriétaire de Laplante Groupe Auto et président de la Corporation Mobilis, **Manon Falardeau**, adjointe à la direction, **Stéphanie Bélanger**, conseillère aux ressources humaines, et, absent sur la photo, **Charles Drouin**, chef de la direction.



LES GAGNANTS SONT...

Une main d'applaudissements pour l'équipe gagnante du tournoi : **François Roy**, directeur général de Québec Mitsubishi et Ste-Foy Mitsubishi, **Patrick Harvey**, président de Harvey Bearings, **Bernard Laliberté**, ami, et **Pierre Picard**, président de Jakob Céramique.

Les 144 joueurs qui ont participé au 33^e Tournoi de golf de la Corporation Mobilis ont pu profiter d'une radieuse journée (et pratiquement la première de la saison!) pour fouler le terrain du Club de golf de Cap-Rouge.

« La somme amassée représente un nouveau record, et nous le devons à la générosité des concessionnaires d'automobiles et de camions lourds de la région membres de la Corporation Mobilis », souligne Charles Drouin, chef de la direction.

Les participants ont entamé leur journée par un BBQ, ce qui leur a permis de réseauter un peu avant de s'affronter pendant 18 trous. « Affrontement », c'est vite dit, puisque tous se sont unis pour la cause de la mobilité.

En effet, le tournoi se déroulait en Vegas et c'est l'équipe de François Roy, directeur général Québec Mitsubishi et Ste-Foy Mitsubishi, qui a remporté les honneurs.

Tout au long du parcours, différents partenaires « gourmands » en ont régaler plus d'un. Pour clore l'évènement, tout le monde s'est rejoint sur la terrasse pour le cocktail dînatoire, pour ensuite poursuivre à l'intérieur avec la traditionnelle remise des prix de présence et, bien entendu, le dévoilement officiel du chèque à être remis à la Fondation Mobilis.



Banque Scotia

Des membres de la Banque Scotia captés entre deux bouchées, soit **François Lavoie**, directeur de secteur, Ventes Centre de financement aux concessionnaires, **Louis Chabot**, directeur de secteur, Ventes Centre de financement aux concessionnaires, et **Julie Simard**, directrice principale, Relations d'affaires Centre de financement aux concessionnaires.



SULY

Le trio de Suly proposait de la bière de l'Inox. Sur la photo: **Peter Alessandrini**, représentant développement des affaires, **Josquin Frascadore**, représentant développement des affaires, **Louis Gélinas**, consultant ventes et marketing, et **Laymee Murray**, serveuse.



Services Financiers Pascal Lemieux et Banque TD

En début de soirée sur la terrasse avec **Pascal Lemieux**, propriétaire de Services financiers Pascal Lemieux, **Yves Ouellet**, directeur du service du Groupe Paquet, **Normand Lemieux**, vice-président des finances du Groupe Paquet, et **Pierre-Yves Bouffard**, directeur principal de comptes à la Banque TD.



Centre Porsche Québec

Le Centre Porsche Québec prend le sport au sérieux. Le troisième sur la photo, c'est **Julien Noël**, leur directeur sportif. Il est là spécifiquement pour les entraîner et offrir un soutien lors des événements sportifs. À sa droite se trouvent **Louis Desmeules**, directeur général, et **Steeve Martin**, directeur des véhicules d'occasion, et à sa gauche, **Dany Leblanc**, directeur financier.



Un Foursome à trois ?

Et pourquoi pas! Ça n'a pas empêché **Steve Morin**, directeur général Boulevard Lexus, **Francis Vallée**, vice-président ventes SSQ Assurances, et **Benoît Laflamme**, employé au service Boulevard Lexus, de bien s'amuser.



TradeRev

Les bas très tendance de même que les bouteilles de sauce BBQ aux couleurs de TradeRev remis par **Olivier Lagacé**, coordonnateur de territoire, et **Marie-Jeanne Gingras**, gestionnaire de territoire senior, ont fait fureur auprès des participants.



Sylvie Brunelle, directrice principale ventes Financement automobiles particuliers – Québec BMO, **Richard Gendron**, directeur BMO, **Luc Fortin**, conseiller gestion du patrimoine BMO, **Isabelle Chiasson**, directrice développement des affaires Gaspésie / Bas-Saint-Laurent / Chaudière-Appalaches, **Manon Messier**, conseillère fusions et acquisitions Groupe conseil AutoCap, et **François McDonald**, CBI, conseiller fusions et acquisitions Groupe Conseil AutoCap, se sont attablés pour prendre des forces et partir la journée du bon pied.



iA-VAG

Malgré quelques problèmes électriques, le café du barista était excellent à la tente iA tenue par **Nancy Longchamps**, directrice de la formation Québec, **Stéphanie Lepage**, directrice garantie prolongée, **Michel Pelletier**, directeur des ventes, Est du Québec véhicules neufs, **Katy Tremblay**, consultante, et **Guylaine Lagacé**, consultante.



SERTI

Serti s'est plus que démarquée avec son *drive-thru*. **Stéphanie Guérard**, représentante, et **Alexandre Gravel**, spécialiste en vente, en ont d'ailleurs profité pour servir vin et brochette de fromage. **AutoMédia** a capté au passage **Jacques Provost**, directeur de district de Subaru Canada, et **Marco Vachon**, président-directeur général de Vachon Subaru.



SiriusXM

Une petite photo à la tente SiriusXM juste avant de reprendre de plus belle! **Rino Leblanc**, ami, **René Morin**, propriétaire Rivière-du-Loup Hyundai, **Serge Routhier**, propriétaire Ruby Auto Hyundai Thetford, et **Charles Lessard**, propriétaire Lessard Hyundai.

Pour un reportage photo complet, nous vous invitons à consulter la version Web à automedia.ca

GALA IA-VAG

TON SECRET, C'EST QUOI?

À l'occasion de son 20^e Gala annuel, la Guilde des directeurs financiers d'IA-VAG s'est déplacée dans le magnifique Théâtre St-James, dans le Vieux-Montréal. Pas loin de 400 invités ont répondu à l'appel des organisateurs. En plus d'un repas savoureux, de numéros d'artistes époustouflants et de quelques discours gardés volontairement courts, le cœur de la cérémonie a servi à récompenser les directeurs financiers les plus performants de 2018. Vous ferez connaissance plus bas avec plusieurs de ces champions à qui *AutoMédia* a posé la question de circonstance: «Ton secret, c'est quoi?» Voici leurs réponses...



TABLE D'HONNEUR

À la table d'honneur se sont retrouvés plusieurs membres de la haute direction d'IA-VAG... et un p.-d. g: (debout) **Michel Laurin**, vice-président principal, Exploitation nationale, **Robert Poëti**, président-directeur général de la CCAQ, **Christian Guy**, directeur du développement des affaires, **Sébastien Alajarin**, direction régionale pour le Québec, et **George Steinsky**, vice-président national des ventes; (assis) **Annie Gagnon**, la conjointe de M. Poëti, **Mance Fournier**, directrice nationale, Intégration de la stratégie numérique, **Michel Perrault**, directeur principal des opérations, et **Sophie St-Laurent**, directrice nationale, Formation et recrutement.

OLIVIER CHRYSLER SEPT-ÎLES



Les trophées Platine, c'est la consécration! Dans la *Catégorie B* (entre 301 et 600 véhicules livrés au détail), **Michel Laurin** a honoré le travail du trio d'Olivier Chrysler Sept-Îles: **Valérie Gagnon**, **Monique Poisson** et **Mélanie Girard** (absente).

Le secret de Valérie:

« Le bonheur et la joie de vivre. »

Celui de Monique:

« Ça fait 15 ans que je fais ce métier. Je crois être à l'écoute des gens, de sorte que j'établis une relation de confiance avec mes clients. »

AUTOMOBILES BGP HONDA



Guillaume Sirois et **Simon Fortin**, d'Automobiles BGP Honda (en Beauce), ont remporté l'Or dans la *Catégorie D* (concessionnaire de plus de 900 véhicules livrés au détail).

Pour le premier, le secret, c'est

« La constance. Ça fait 12 ans que je l'applique tous les jours! »

Et son dauphin, à l'œuvre depuis maintenant un an et demi, fait preuve de beaucoup d'humilité:

« C'est Guillaume qui m'a tout appris. »

SAINTE-FOY TOYOTA



L'équipe de Sainte-Foy Toyota a terminé à la 1^{re} place dans la catégorie *Garantie prolongée* : Paul Martin, Guylaine Fraser, Denya Chartier, Philippe Bilodeau, Caroline Lamoureux, Karine Rouleau, Joël Maheu, Christiane Fauchon, Guillaume Martel et Charles Saillant.



Lorsque *AutoMédia* a pris à part Caroline et Karine pour connaître leur secret, les réponses n'ont pas tardé :

« S'occuper du hockey des enfants et ensuite du boulot ! »

a dit la première, et

« Au travail, je m'amuse ! »

a révélé la seconde.

HYUNDAI GABRIEL ANJOU



Dans deux catégories, soit *Meilleurs producteurs - Assurance de remplacement* et *Meilleurs producteurs - Assurance créancier*, l'équipe de Hyundai Gabriel Anjou a raflé deux fois la 1^{re} position : Janie Sergi, Joannie Robillard, Sophie Coutsis, Kimberly Bradette, Cathy Bertin, Pierre-Luc Deslauriers, Yacine Saker et Mélanie Pion.



Geneviève Raymond et Stéphanie Paquin, déjà sur le plancher de danse au moment de la photo.

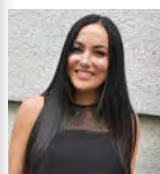
Quant au secret de l'équipe, le directeur adjoint Yacine Saker nous l'explique :

« L'enthousiasme et l'attitude ! »

LAURIER MAZDA



Dans la catégorie *Garantie prolongée*, la 2^e place est allée à l'équipe de Laurier Mazda : Paul Martin, Brigitte Savard, Maxime Marcoux, Laurance Picard, Stéphanie Blais, Marie Andrée Maheu, Audrey Pinault, Guillaume Martel et Piotrek Debowski. Laurance et Stéphanie ont aussi fini en tête dans la catégorie *Meilleure performance en référencement*.



Le secret de Laurance ?

« La persévérance ! »

Et celui de Stéphanie ?

« Le professionnalisme dans mon travail. »



BÉRUBÉ CHEVROLET CADILLAC BUICK GMC RIVIÈRE-DU-LOUP



Avec la complicité de son amie Véronica Parra (à droite), Marie-Ève Lafrance, directrice financière chez Bérubé Chevrolet Cadillac Buick GMC, à Rivière-du-Loup, nous a confessé :

« J'aime le monde, je ne chôme pas et je veux tout faire pour mes clients. »

HYUNDAI STE-AGATHE VAL-DAVID



Selon Nadia Jodoin, consultante iA-VAG dans les Laurentides, et Sandra Nadeau, directrice financière chez Hyundai Ste-Agathe Val-David, le secret de leur succès commence par

« ... les fantastiques efforts que ne ménage pas la concessionnaire Julie Leblanc pour rendre son établissement le plus vert possible. »



HYUNDAI DRUMMONDVILLE

L'équipe de Hyundai Drummondville a grimpé pas moins de trois fois sur la tribune pour récolter un prix ! D'abord pour sa 3^e place dans la catégorie *Meilleurs producteurs - Assurance de remplacement* ; puis sa 2^e place dans la catégorie *Meilleurs producteurs - Assurance créancier* ; et, enfin, une brillante 1^{re} place pour ramasser le Platine dans la *Catégorie D* (900 véhicules et plus). Bravo à Christiane Hotte, Marie-Josée Blanchard, Martine Vinet et Farrah Desjardins, dont le secret est le suivant :

« Il faut vouloir ! Si on ne le veut pas assez, on ne l'a pas ! »

ICEBERG FINANCE

5 RAISONS d'opter pour Iceberg Finance

- 1** Solutions de financement de **2^e et 3^e chance** au crédit novatrices adaptées aux besoins changeants et spécifiques des consommateurs et de nos partenaires d'affaires. Taux d'intérêt à partir de 12.9 %, aucun comptant requis et ristournes de financement très compétitives.
- 2** **L'Engagement Iceberg Finance**
Ce programme a pour objectifs de récompenser les bonnes habitudes de paiements des clients et de supporter le développement d'affaires de nos concessionnaires et marchands partenaires en abaissant le taux d'intérêt entre 3 % et 17 % **ET** en réduisant le solde du prêt avec nous de 500 \$, 750 \$ ou 1000 \$ lors d'un refinancement automobile avec Iceberg Finance.*
- 3** **Le Programme de Reconnaissance Iceberg Finance**
Ce programme vise à récompenser pour leur bon patronage les concessionnaires et marchands faisant affaire avec Iceberg Finance en offrant des **congés de mensualités** qu'ils pourront distribuer à leurs futurs clients.*
- 4** Possibilité de financer, à même nos prêts de 2^e et 3^e chance au crédit, les garanties mécaniques des partenaires suivants : SSQ, Garantie Nationale, Industrielle Alliance, Garantie Avantage Plus, Gestion P.E.C., Garantie Autoroute et KM+.
- 5** Utilisez notre programme **IF Xpress** pour financer des montants entre **1000 \$ et 4000 \$**, et ce, **sans frais pour le concessionnaire ou marchand**. IF Xpress est très utile pour financer, sans preuve justificative, l'achat d'un véhicule, les coûts de réparations, des accessoires, des pièces et d'autres produits et services. **C'est simple rapide et efficace !**

*Certaines conditions s'appliquent

ICEBERG FINANCE, DU FINANCEMENT INTELLIGENT !

Chef de file au Québec, Iceberg Finance se démarque par sa rapidité, son efficacité et ses programmes de financement compétitifs et innovateurs. En tant que fier partenaire de la CCAQ et de l'AMVOQ, Iceberg Finance a comme mission le rétablissement du crédit des clients et le développement des affaires des concessionnaires et marchands.

Contactez-nous sans tarder afin de bénéficier de nos programmes de financement.

Roberto Bernard
Directeur principal | Développement des affaires
rbernard@icebergfinance.ca | 418 654-5438

FIER PARTENAIRE DE :



CRÉDIT SPÉCIALISÉ

COMMENT OBTENIR PLUS DE SUCCÈS

PARCE QUE VOS CLIENTS EN ONT BESOIN !



Au Québec, comme dans l'ensemble du Canada, environ un tiers des prêts automobiles sont conclus grâce au prêt spécialisé. Cet important marché, vous ne voulez évidemment pas le laisser à d'autres, vous voulez même y engranger les succès. Mais lui accordez-vous l'attention et le respect nécessaires ?

Qu'on l'appelle financement *subprime*, prêts à risque, deuxième, troisième et même quatrième chance au crédit, voilà autant d'appellations aux connotations négatives, pour le crédit spécialisé, comme si c'était l'apanage d'un ou deux clients par-ci, par-là de ne pas avoir la chance de « passer au crédit » traditionnel.

Pourtant, les statistiques de Raymond Chabot, le plus important syndicat de faillite et réseau de conseillers en redressement

financier au Québec, sont aussi retentissantes qu'incontestables : le tiers des Québécois vit d'une paie à l'autre. C'est dire qu'un consommateur sur trois qui veut s'acheter une voiture a peut-être besoin d'un prêt spécialisé.

C'est pourquoi vous, comme concessionnaire, avez besoin de prêteurs qui louvoient dans cette sphère des créances à (plus) haut risque. Vous avez besoin de ces experts en financement alternatif pour vous aider à tirer le

meilleur parti de ces dossiers de crédit qui, à première vue (et même au second regard...), semblaient insolubles.

En bout de piste, il y a de belles transactions automobiles à conclure, mais aussi des clients qui seront heureux de revenir magasiner chez vous – quand ça ira mieux.

Pour vous qui voulez connaître le succès là où d'autres ne voient que l'insolvabilité, *AutoMédia* a questionné des experts-prêteurs issus des grandes institutions bancaires, mais aussi de compagnies d'investissements et d'entreprises privées.

Tous ces interrogés ont un point en commun : ils sont très au fait du marché du *subprime* québécois. Alors, qui de mieux placés pour vous livrer de bons conseils – et vous mettre en garde contre les écueils ? Voici ce qu'ils nous ont confié.

IDENTIFIER LES CLIENTS *SUBPRIME* DÈS LE DÉPART

« Dans un monde parfait, l'équipe du service des ventes du concessionnaire devrait pouvoir identifier dès le départ les clients qui ont besoin de prêts spécialisés.

Il faut bien le dire : ce n'est amusant pour personne si l'acheteur passe trois semaines à négocier son véhicule, pour ensuite se faire dire qu'il ne passe pas au crédit. Cela dit, rares sont les clients qui entrent dans une salle de montre automobile en levant un drapeau

rouge pour faire savoir qu'ils ne sont pas solvables... »

Mais si l'équipe des ventes a l'avantage d'être bien formée en ce sens, elle peut cibler, avec des questions-clés par exemple, ceux qui vont nécessiter un prêt spécialisé, et ce, avant même d'amorcer tout processus transactionnel. Du coup, le concessionnaire peut d'abord chercher à leur obtenir une approbation et, ensuite, les aider à magasiner pour le véhicule qui leur convient. »

DANIEL VAILLANCOURT

Directeur régional pour le Québec et Ottawa, Auto Capital/CIBC Auto Finance



LES 2^e ET 3^e « CHANCES » AU CRÉDIT : CHANGER LES MENTALITÉS



ALAIN LÉGARÉ

Directeur
développement
des affaires Québec/
Atlantique, Scotia
Concessionnaire
Avantage

« Lorsque j'ai commencé à travailler dans le milieu, il y a une douzaine d'années, il n'y avait pratiquement que les concessionnaires indépendants qui faisaient du crédit spécialisé – vous savez, la 2^e chance avec les ballounes, les guirlandes et tout le kit? »

Aujourd'hui, l'industrie est beaucoup plus évoluée. La plupart des concessionnaires sont en lien avec des prêteurs parce qu'ils savent qu'au moins un tiers des Canadiens doivent s'en remettre à du crédit spécialisé – pour toutes sortes de raisons.

Si aujourd'hui je n'entends plus (souvent)

comme autrefois des concessionnaires affirmer que leurs clients n'ont pas besoin de crédit spécialisé, reste qu'il faudrait éviter – et c'est mon premier conseil – de parler de deuxième ou de troisième chance au crédit. C'est là une approche à connotation très négative pour des gens qui vivent des difficultés financières et qui ont besoin d'un coup de main pour redresser leur crédit.

Heureusement, il y a des concessionnaires qui font tellement bien les choses qu'ils en profitent pour faire de la consultation. Ils impriment le dossier de crédit du client, vont le lui montrer en lui expliquant où il s'est « blessé », comment se rebâtir, combien de temps cela va lui prendre.

D'ailleurs, c'est mon second conseil : faire de la consultation. Je considère que nous sommes rendus là. »

Un prêt spécialisé, ça prend une équipe spécialisée!

« Nous avons remarqué que les concessionnaires qui engrangent le plus de succès dans

le milieu du crédit spécialisé sont ceux qui ont modifié le régime de rémunération de leur personnel.

Certains ont même embauché un spécialiste en la matière et, on le voit, ça crée toujours un effet positif.

En effet, mener à bien des dossiers de financement alternatif représente davantage de travail, nécessite plus de doigté, exige de meilleures connaissances quant aux agences de crédit, ne serait-ce que pour mieux guider le client... Bref, il ne s'agit pas d'une transaction répétitive.

D'ailleurs, voilà pourquoi les dossiers de crédit plus complexes que la moyenne sont souvent mis de côté : ceux refusés par un prêteur ordinaire ne sont pas toujours soumis à un prêteur spécialisé.

À cet effet, nous nous apprêtons à sensibiliser les concessionnaires à ce que leur directeur financier soumette toutes les demandes refusées à un prêteur spécialisé, question d'obtenir au moins un avis. »

LE BON VÉHICULE ET LE BON PAIEMENT – POUR LE BON CLIENT



RÉAL BRETON

Président-
directeur
général,
Iceberg Finance

« Mon premier conseil : déterminez bien les besoins du consommateur. Il ne faut pas tenter d'utiliser un client au mauvais dossier de crédit pour se débarrasser d'un véhicule qui traîne dans l'arrière-cour depuis trop longtemps.

Ce n'est pas non plus une occasion de vendre des produits F&A qui ne tiennent pas la route, comme une assurance de remplacement et une garantie prolongée de 60 mois quand on sait que l'acheteur ne conservera pas son véhicule plus de trois ans.

Autre conseil : conscientisez le client quant à sa propre situation financière. Puis, proposez-lui un véhicule – et des mensualités qui lui permettront de respecter ses modalités de paiement et, du coup, de rétablir son dossier de crédit. Vous vous retrouvez donc avec un client heureux, qui a le bon véhicule, avec le bon paiement, et qui va devenir un bon ambassadeur pour votre concession. Vous pour-

rez même lui vendre un deuxième, voire un troisième véhicule.

Avec les clients en carence de crédit, l'idée, ce n'est pas qu'ils continuent de creuser leur trou. Au contraire, on peut les aider concrètement pour qu'ils se « rebâtissent ». Et la seule et unique manière pour eux de refaire leur crédit, c'est de faire leurs paiements – et de les faire au moment où ils sont dus. »

« Il est vrai que faire du *subprime*, c'est souvent plus compliqué (qu'avec les prêts traditionnels). Il y a plus de documents à remplir, plus d'analyses à présenter, plus de confirmations à aller chercher. Même qu'il faut parfois travailler avec plusieurs véhicules avant de parvenir à une transaction.

Mais s'il y a plus d'efforts à mettre, on le fait pour des consommateurs qui sont loyaux et avec qui on pourra ensuite faire beaucoup de *repeat business*.

Tout au contraire, les concessionnaires qui ne se donnent pas cette peine voient leur clientèle magasiner ailleurs. Dommage pour eux, car dans le contexte d'un ralentissement des ventes automobiles et des contraintes qui s'accroissent au département de F&A, il est de plus en plus important de savoir composer avec le prêt spécialisé. »

Réal Breton



CE SONT DES MONSIEUR ET DES MADAME TOUT-LE-MONDE!



LUC TREMBLAY
Directeur régional,
iA Financement Auto

« **A**u Canada, de 30% à 35% de la population ne satisfait pas les normes du crédit *prime*. Pour ces gens-là, il peut s'agir d'un problème de créances, d'un taux d'endettement trop élevé. Aux États-Unis, c'est pire: 46% de la population se retrouve sous les conditions bancaires idéales pour un prêt traditionnel – soit presque un consommateur sur deux. Tout ça pour dire: aujourd'hui, les clients du *subprime* représentent la norme. Malheureusement, il y a encore des concessionnaires qui ne veulent pas traiter avec eux.

Pourtant, leur revenu annuel moyen se situe entre 45 000\$ et 50 000\$: ce ne sont donc pas des gens sans argent. Par ailleurs, leur âge moyen varie entre 35 et 45 ans. Il s'agit souvent de familles qui avaient pour habitude de bien arriver avec deux salaires, mais un pépin est survenu, par exemple une mise à pied – et c'est là que les problèmes ont commencé.

Donc, ces clients du *subprime* sont des Monsieur et des Madame Tout-le-Monde. Et le concessionnaire doit être capable de les récupérer – c'est sa nouvelle réalité. »

EN FAIRE UNE PRIORITÉ – D'EN BAS JUSQU'AU SOMMET

« **A** la Banque TD, nous sommes des experts de longue date dans les prêts spécialisés, et ce que nous avons fait avec nos concessionnaires partenaires pour assurer leur succès, c'est de leur offrir des formations pour qu'ils reconnaissent et priorisent le *non-prime* – à partir du sommet de l'échelle.

Car (bien) intégrer les prêts spécialisés dans ses activités quotidiennes demande au concessionnaire qu'il en assimile la pratique, dans ses stratégies de ventes jusque dans la culture

de son entreprise. Ça demande aussi qu'il y dédie des ressources. Il ne peut pas uniquement se dire: "Je fais du crédit spécialisé avec les effectifs que j'ai". Surtout, il ne doit pas accepter que son directeur financier laisse traîner ce genre de dossier au bas de la pile.

D'ailleurs – et c'est mon autre conseil: ce secteur de l'industrie mérite d'être mieux perçu. Il sert un marché, soit celui des gens qui ont besoin d'un véhicule et d'une solution de financement. Ce faisant, nous aidons ces

CHRISTOPHER TOLLSTAM

Directeur des ventes et des opérations du centre d'exploitation de Financement auto TD au Québec



consommateurs à rebâtir leur crédit, ce qui leur permettra éventuellement de se retrouver en meilleure position financière. »

Notre recette éprouvée, maintenant pour emporter!

Bénéficiez des outils de notre centre d'appels directement en concession.

Optimisez votre rendement et mesurez les résultats.



SULY

L'AGENCE DE FIDÉLISATION

SULY.CA | 1.877.445.2922

IL FAUT TRAITER TOUS LES CLIENTS DE LA MÊME FAÇON



JOE CARUSELLA
Vice-président, directeur des ventes solutions auto pour Financière Fairstone

«**M**on conseil: le concessionnaire doit livrer une expérience-client positive pour tout le monde. Il doit comprendre l'environnement propre à chaque acheteur, tout comme il doit connaître les différents outils à sa disposition pour faciliter les transactions, quelles qu'elles soient. Ultimement, il lui faut traiter tous ses clients de la même façon.

Prenons pour exemple un concessionnaire de véhicules de luxe, qui fait des affaires avec plusieurs types de clientèles. Maintenant, prenons l'acheteur qui a fait plusieurs acquisitions automobiles dans le passé à cette même

concession, mais qui vit actuellement des moments difficiles, pour des raisons X-Y-Z. Il est fort probable qu'il soit encore et toujours un bon client, non? Ce consommateur ne devrait donc percevoir aucune discrimination versus les transactions précédentes – peu importe sa cote de crédit.

Pour ce faire, il est essentiel que l'équipe du concessionnaire reçoive une bonne formation. Bonne nouvelle: les principaux bureaux de crédit sont très désireux de partager leur expertise avec l'industrie automobile. Dans la même veine "formation", le concessionnaire doit travailler à connaître ses partenaires-prêteurs, notamment en se familiarisant avec leurs paramètres pour bien comprendre ce qu'ils recherchent.

Parce qu'en bout de piste, tout le monde a le même objectif: s'assurer que le client intéressé par l'achat d'un véhicule vive une expérience positive – jusqu'au règlement de la transaction. »

ÉDUCUER ET RÉCOMPENSER LE CLIENT →

L'industrie automobile a de plus en plus l'occasion de jouer un beau rôle social dans l'éducation financière populaire. Après tout, comme l'a si bien dit l'un de nos interviewés dans ce grand dossier *subprime*: il ne faut pas donner une pelle avec l'auto...



COMPLET, LE DOSSIER ET... DONNEZ L'HEURE JUSTE



SYLVIE BRUNELLE
Directrice principale des ventes au Québec pour la BMO

«**M**on premier conseil: recueillez toutes les informations du client. Pas uniquement les informations de base, mais également les actifs et les passifs, par exemple. Rappelez-vous ceci: un dossier a peut-être quelques taches aux yeux des agences de crédit, mais il sera plus facile de le "vendre" si son détenteur illustre des points positifs, comme une stabilité d'emploi.

Selon Dennis Desrosiers, l'analyste automobile, un *Beacon Score* (NDLR: jargon financier canadien pour désigner la cote de solvabilité) de 670 points ou moins, c'est techniquement du *subprime*. Sauf qu'un consommateur

peut avoir un *Beacon Score* aussi bas de manière circonstancielle et demeurer un très bon payeur – et un très bon client.

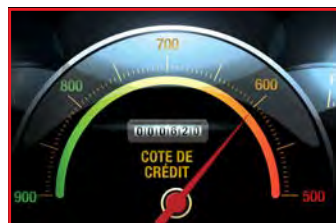
La cote de crédit n'est pas une fin en soi, voilà pourquoi il nous arrive de conclure des dossiers avec des *Beacon Score* de 630 en *prime*. Par contre, pour procéder, nous avons besoin d'une demande de prêt complète... et qui donne l'heure juste au prêteur.

Et pour moi, c'est là l'un des points les plus importants du prêt spécialisé: il faut nous donner l'heure juste. Déjà, le taux de "délinquance" y est plus élevé: il arrive souvent, par exemple, qu'un client qui a un emploi depuis six mois seulement nous affirme l'occuper depuis deux ans. De fait, la majorité des de-

mandes de crédit spécialisé doivent fournir une confirmation salariale.

Il faut aussi savoir qu'en général, les clients gonflent leurs revenus et leurs actifs de 10%. Si, en plus, les concessionnaires et directeurs financiers en rajoutent en "arrondissant", on se retrouve avec une distorsion de 20%. Ça commence à être majeur, surtout dans des dossiers à risque.

Et de toute façon, ça nuit plus qu'autre chose. Car en vérifiant les informations à l'agence de crédit, si on trouve quelque chose qui cloche, par exemple quant à la durée de l'emploi, c'est certain qu'on va douter de l'ensemble de l'information et de la transaction.»



Le crédit spécialisé (*subprime*), c'est un business comme un autre. Les clients obtiennent un taux d'intérêt en fonction du risque qu'ils posent, c'est aussi simple que ça.

LA RÉCOMPENSE 1

«Nous avons lancé l'Engagement Iceberg Finance; il s'agit d'un certificat que l'on imprime avec le contrat de vente à tempérament (CVT) et qui vise à récompenser les bonnes habitudes de paiement de l'emprunteur. Et contrairement à d'autres programmes concurrents, notre programme accorde au client ce

qu'on appelle à l'interne une gémflexion, soit jusqu'à deux chèques sans provision sans pénalité au cours de la période de remboursement. Avantage évident pour le concessionnaire: on lui ouvre la porte pour qu'il relance son client à des conditions d'emprunt plus favorables.»

Réal Breton

LA RÉCOMPENSE 2

«Pour aider les clients à respecter leurs engagements financiers et, du coup, à redorer leur crédit, nos contrats stipulent que chaque année, ceux qui paient "bien" sont admissibles à une réduction de taux d'intérêt. Par exemple, si l'emprunteur a fait tous ses paiements sans

retards et chèques sans provision pendant 12 mois, il pourrait profiter d'une diminution de son taux de 1/10. Il conserve la même mensualité, mais son terme (échéance) est abrégé. Les clients peuvent bénéficier de ces mesures chaque année – jusqu'à un taux plancher.»

Luc Tremblay

RESPONSABILITÉ SOCIALE

«Un PDG de concession m'a dit: "Je ne suis pas vraiment concerné par le montant de la commission. Ce qui importe, c'est de pouvoir conclure la vente et qu'à travers le processus, on aide le client à redorer son crédit – notamment en l'informant sur ce

qui influence son dossier auprès des agences." Ce propriétaire de concession, qui m'a précisé que son équipe prenait le temps de financièrement éduquer ses clients, est parmi les premiers à tenir pareil discours de responsabilité sociale.»

Joe Carusella

LE MEILLEUR DEAL

«D'un côté, il y a ceux qui veulent aider le client à retrouver le droit chemin financier, ce qui est une bien noble intention. Et de l'autre, il y a ceux qui veulent "pousser de la tôle", comme on dit, peu importe les conséquences de la transaction. Entre les deux, il faut trouver l'équilibre pour que la concession soit profitable, tout en aidant le client à améliorer son sort. Et même si c'est difficile, nous, les partenaires - prêteurs, devons savoir dire non au concessionnaire – et, ultimement, à l'acheteur.

Comme le dit l'adage: parfois, le meilleur deal, c'est celui qu'on ne fait pas.»

Daniel Vaillancourt

POUR QU'ILS VOUS REVIENNENT – À TAUX PRÉFÉRENTIEL

«A priori, le concessionnaire doit satisfaire le besoin immédiat du client pour un véhicule. Mais il doit également prioriser, avec ses partenaires financiers, ce qu'il peut lui apporter pour l'aider à rebâtir son crédit et en revenir à un taux (plus) préférentiel.»

Christopher Tollstam

Garantie Avantage Plus
Votre partenaire de choix!

Créateur de plans protections

P X T TP VE VR VL TR



Suivez-nous!

450.666.0181

www.garantieavantageplus.ca



PBS SYSTEMS

SÉDUIRE LES CONCESSIONNAIRES DU QUÉBEC

Déjà plus de 2000 concessionnaires automobiles nord-américains utilisent un logiciel de gestion intégré DMS (*Dealer Management System*) de l'Albertaine PBS Systems, qui est entièrement dédié à leur industrie. Pourtant, seule une poignée de concessionnaires québécois commencent à découvrir cet outil.



« Nous avons actuellement une vingtaine de clients au Québec », indique Lisette Da Costa, directrice des ventes chez PBS Systems, division DMS, territoire du Québec.

Bien que cet outil de gestion centralisé existe depuis une bonne trentaine d'années au pays, la version francophone n'a été lancée qu'en 2017. Voilà qui explique, notamment, l'arrivée tardive de ce logiciel dans la Belle Province.

Ce retard, l'entreprise de Calgary, qui compte plus de 300 employés, souhaite le rattraper au cours des prochains mois. Son site Web, pour le moment unilingue anglais, doit complètement être revu avec l'ajout d'une version francophone d'ici octobre prochain, souligne Mme Da Costa. Du personnel technique et de vente francophone (ils sont plus de 15) a également été embauché pour procéder à la promotion, à l'installation du logiciel dans les concessions et, surtout, pour offrir un soutien technique.

Un logiciel unique

Le grand avantage de la plateforme DMS de PBS Systems est qu'elle est la seule à consolider l'ensemble des processus utilisés au quotidien dans une concession automobile.

Du coup, finis les multiples fournisseurs pour chacune des divisions: « Ventes, service, pièces, comptabilité, ressources humaines, gestion du parc automobile, gestion des pneus d'hiver, gestion des *leads* (CRM)... tout est concentré dans un même logiciel de gestion, explique Lisette Da Costa. Notre outil dispose également d'une application mobile pour les ventes qui permet d'avoir le système de gestion (DMS) à portée de main. » Au cours des prochains mois, c'est d'ailleurs Mme Da Costa, diplômée de l'Université



« Ventes, services, pièces, comptabilité, ressources humaines, gestion du parc automobile, gestion des pneus d'hiver, gestion des *leads* (CRM)... tout est concentré dans un même logiciel de gestion. »

LISETTE DA COSTA

Directrice des ventes chez PBS Systems, division DMS, territoire du Québec

d'Ottawa en Administration des affaires et au service de PBS Systems depuis 2006, qui aura pour mission de promouvoir les multiples avantages du logiciel auprès des concessions québécoises.

Pour justement répondre aux réalités quotidiennes des concessionnaires, PBS Systems organise chaque année un congrès au cours duquel ses principaux utilisateurs y discutent de la façon d'améliorer le produit. « Notre système de gestion a toujours évolué au rythme des besoins, qui ont bien changé au fil des années, dit Mme Da Costa. C'est pourquoi, lors de cette conférence, on invite les professionnels de l'automobile à suggérer des idées pour optimiser le logiciel. » Les concessionnaires participent ensuite au processus de sélection en votant pour les meilleures suggestions. Mme Da Costa rapporte que la meilleure de ces recommandations est généralement ajoutée à la plateforme PBS Systems dans les trois mois suivant la rencontre.

Cela dit, la directrice des ventes est consciente que l'implantation d'un nouveau logiciel, bien que facilitateur pour l'ensemble des tâches, est loin d'être une sinécure. Mais les concessionnaires ne sont pas les seuls à vivre pareille situation: un rapport du

CEFRIO (Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations) publié en mai 2018 révèle qu'à peine 10% des PME au Québec disposent de solutions numériques complètement interconnectées. Pourtant, les deux tiers (62%) des dirigeants interrogés disent avoir l'intention d'intensifier l'usage du numérique au cours des prochaines années.

Selon Ygal Bendavid, professeur au département de management et de technologies de l'UQAM, le logiciel de gestion intégré est la technologie qui va permettre aux entreprises de ni plus ni moins durer en affaires. Plus une PME va en retarder l'intégration au sein de sa structure, plus elle éprouvera de la difficulté, prévient l'universitaire. « En général, dit-il, lorsqu'une PME décide d'introduire cette technologie, c'est qu'elle a commencé à connaître des problèmes de facturation, de production, de logistique, bref, des erreurs qui pèsent déjà lourd en temps et en argent. » ●●●

Le 21^e congrès de PBS Systems pour les professionnels de l'automobile aura lieu du 18 au 20 septembre 2019 à Calgary. conference.pbssystem.com/

AMÉLIOREZ LA **PERFORMANCE** DE VOTRE SERVICE FINANCIER GRÂCE À NOS SERVICES AUX CONCESSIONNAIRES



iA-VAG possède tous les outils pour guider et accompagner votre concessionnaire vers le succès, et fait partie d'iA Groupe financier, la quatrième plus importante compagnie d'assurance au Canada.

CONTACTEZ-NOUS DÈS AUJOURD'HUI POUR AVOIR PLUS D'INFORMATION.



450.671.9669 / 1 877.671.9009

BUREAUX SATELLITES Amqui • Jonquière •
Rivière-du-Loup • Rouyn • Sainte-Félicité •
Val-d'Or • Victoriaville

www.iavag.ca

SCI MARKETVIEW EXPERT EN LEADS



SCI MarketView gravite dans le monde des affaires depuis 1995, mais il aura fallu attendre dix ans pour que naisse une solide histoire d'amour entre cette « petite » entreprise experte en *leads* et la vaste industrie automobile nord-américaine.

« C'est General Motors USA qui nous a donné notre réel coup de départ », déclare Alan Bird, président et chef de la direction de SCI MarketView, en entrevue avec *AutoMédia*. En effet, c'est en 2006 que le géant automobile américain a demandé à cette PME établie à Markham, en Ontario, de lui créer une approche intégrée.

Objectif : convertir le plus grand nombre de requêtes provenant des diverses plateformes numériques vers les concessionnaires de son réseau.

« Nous étions à l'époque une toute petite entreprise, mais nous avions déjà l'expertise et les technologies pour répondre aux besoins de GM USA, raconte fièrement Alan Bird. Nous sommes parvenus à relier tous les sites tiers, les sites d'entreprises et ceux de revendeurs vers celui du constructeur et dès la première année, nous avons réussi à rediriger plus de deux millions de demandes de clients potentiels vers les concessionnaires américains. »

Ce coup d'envoi a permis à SCI MarketView de peaufiner sa compétence en gestion des *leads* numériques, mais aussi de développer d'autres services, notamment l'expérience autour de la location, qui devenait, à cette époque, de plus en plus populaire.

Au Canada, c'est Mazda qui a permis à la PME ontarienne, en 2012, de prendre sa première véritable expansion dans le marché automobile de la Feuille d'érable. Deux ans plus tard, cette expansion prenait encore plus d'envergure avec le groupe FCA : « Nous sommes aujourd'hui responsables du système de location de véhicules de la marque Chrysler partout au Canada », signale Alan Bird. La compagnie compte également Maserati Canada parmi ses clients exclusifs de location.



« Encore aujourd'hui, nous ne sommes ni trop petits ni trop gros, ce qui nous permet de rester agiles dans le développement de nos solutions. »



ALAN BIRD
Président et chef de la direction
de SCI MarketView

En 2019, où en est rendue cette belle histoire d'amour... automobile? Aujourd'hui, plus de 1500 concessionnaires répartis à travers le pays, qu'ils soient liés aux grandes marques automobiles ou qu'ils soient indépendants, ont recours à l'une ou l'autre des solutions technologiques de SCI MarketView.

Et pour cause : les concessionnaires ont toujours été des experts pour aborder les clients sans rendez-vous, « une méthode très efficace à l'époque où 100 % des acheteurs potentiels franchissaient leurs portes », rappelle M. Bird. Mais aujourd'hui, à peine 50 % de ces clients potentiels vont visiter la concession.

Une importante baisse qui s'explique par « la difficulté de certains concessionnaires à transformer tous ces prospects circulant dans la Toile, que ce soit dans leur site, celui d'un tiers ou encore celui d'un fournisseur. C'est là que nous pouvons les aider à faire une différence », souligne Alan Bird.

SCI MarketView compte actuellement 150 employés, principalement à son siège social ontarien de Markham. Plus d'une vingtaine de conseillers sont toutefois en poste dans divers marchés – le Québec abrite d'ailleurs trois d'entre eux. « Encore aujourd'hui, nous ne sommes ni trop petits ni trop gros, ce qui nous permet de rester agiles dans le développement de nos solutions, estime M. Bird. De fait, un principe est le nôtre depuis toujours : nous développons nos solutions en fonction des besoins des concessionnaires... et non pas en fonction des nôtres. » ●●●



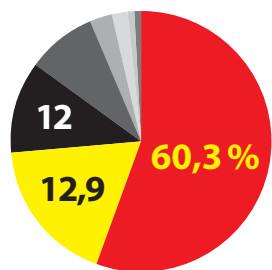
**Vendez plus
de véhicules
plus rapidement,
grâce aux délais d'approbation
les plus **rapides** du marché.**

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.



CHIFFRES DÉCHIFFRÉS | PAR DANIEL LAFRANCE



VENTES D'AUTOMOBILES EN MAI AU QUÉBEC 19308

	Mai 2019	Mai 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
--	----------	----------	------------	------------

SOUS-COMPACTES

Toyota	Yaris	491	528	1 767	1 554
Nissan	Micra	428	430	1 269	1 558
Hyundai	Accent	400	614	1 310	2 392
Chevrolet	Spark	325	357	1 167	931
Kia	Rio	225	195	901	935
Honda	Fit	184	151	742	759
Nissan	Versa	148	352	620	1 396
Mitsubishi	Mirage	101	95	411	337
Ford	Fiesta	78	31	178	150
Toyota	Prius c	66	103	228	291
smart	fortwo	43	9	72	41
Fiat	500	4	3	12	14
Fiat	500 Cabrio	1	0	1	5
Chevrolet	Sonic	0	109	0	333
Mitsubishi	i-MiEV	0	1	0	5
Cumuls		2 494	2 978	8 678	10 701
Parts de marché		12,9%	14,1%	13,9%	14,9%

COMPACTES

Honda	Civic	1 957	2 723	6 891	7 959
Toyota	Corolla	1 877	1 808	5 852	6 414
Hyundai	Elantra	1 321	1 585	4 364	5 471
Chevrolet	Volt	800	355	1 141	1 128
Mazda	3	780	966	3 284	3 467
Volkswagen	Golf	740	559	2 478	3 020
Volkswagen	Jetta	709	976	2 485	1 519
Kia	Forte	524	540	2 293	1 900
Chevrolet	Bolt EV	517	202	774	535
Subaru	Impreza	509	430	1 757	1 649
Hyundai	Ioniq	469	192	1 082	506
Nissan	Leaf	309	352	658	729
Nissan	Sentra	274	382	1 171	1 707
Kia	Soul	257	269	1 074	1 021
Chevrolet	Cruze	182	684	926	2 831
Kia	Soul EV	143	51	271	169
Volkswagen	Beetle	128	84	450	347
Ford	Focus	118	289	565	1 007
MINI	Clubman	21	16	59	71
Honda	Insight	5	0	26	0
Fiat	500L	0	0	0	2
Ford	C-Max	0	18	0	61
Mazda	5	0	56	0	164
Mitsubishi	Lancer/Lancer Sportback	0	126	0	559
Cumuls		11 640	12 663	37 601	42 236
Parts de marché		60,3%	59,9%	60,4%	59,0%

INTERMÉDIAIRES

Toyota	Prius	723	301	1 387	887
Toyota	Camry	362	413	1 332	1 409
Honda	Accord	261	275	753	957
Ford	Fusion	189	186	466	539
Honda	Clarity	160	38	374	172
Chevrolet	Malibu	138	186	345	521
Nissan	Altima	73	70	325	376
Hyundai	Sonata	69	133	258	441
Subaru	Legacy	67	80	254	274
Chevrolet	Impala	44	128	270	204
Kia	Optima	39	84	143	260
Mazda	6	35	72	116	274
Buick	Regal	22	10	77	21

	Mai 2019	Mai 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
--	----------	----------	------------	------------

Toyota	Prius v	21	163	108	367
Volkswagen	Passat	19	82	101	386
Ford	Taurus	17	72	104	102
Toyota	Mirai	17	0	50	0
Volkswagen	Arteon	16	0	45	0
Nissan	Maxima	13	28	98	75
Buick	Allure/LaCrosse	12	20	42	49
Dodge	Charger	10	16	49	103
Chrysler	300	1	10	11	99
Kia	Rondo	0	5	0	37
Cumuls		2 308	2 372	6 708	7 553
Parts de marché		12,0%	11,2%	10,8%	10,5%

SPORTIVES

Ford	Mustang	160	192	405	576
Volkswagen	GTI	141	40	423	304
MINI	Cooper/Cooper S	135	160	445	479
Subaru	Impreza WRX/STI	121	162	493	621
Hyundai	Veloster	68	10	181	18
Mazda	MX-5	64	42	146	169
Chevrolet	Camaro	55	69	148	178
Dodge	Challenger	31	30	82	109
Subaru	BRZ	14	6	36	34
Fiat	Spider	11	16	27	42
Toyota	86	1	17	13	56
Honda	CR-Z	0	0	0	1
Cumuls		801	744	2 399	2 587
Parts de marché		4,1%	3,5%	3,9%	3,6%

COMPACTES DE LUXE

Audi	A3	178	251	577	628
Mercedes-Benz	B/CLA	141	126	464	456
BMW	Série 2	58	64	163	217
Acura	ILX	36	34	206	196
Cumuls		413	475	1 410	1 497
Parts de marché		2,1%	2,2%	2,3%	2,1%

LUXUEUSES

Audi	A4	195	215	552	720
BMW	Série 4	192	100	369	399
BMW	Série 3	184	224	514	648
Mercedes-Benz	C	130	196	590	1 008
Audi	A5	119	153	480	511
Acura	TL	68	111	401	437
Infiniti	Q50/Q60	50	71	239	426
Lexus	IS	47	67	158	263
Kia	Stinger	37	30	129	121
Volvo	S60	31	17	125	62
Lexus	ES	26	21	108	90
Genesis	G70	23	29	89	41
Volvo	V60	16	33	65	112
Toyota	Avalon	15	12	36	29
Alfa Romeo	Giulia	8	11	23	28
Lincoln	MKZ	8	14	30	75
Genesis	G80	4	6	19	22
Jaguar	XE	2	10	3	65
Kia	Cadenza	2	3	7	8
Cadillac	ATS	1	57	11	184
Cadillac	CTS	1	18	18	37
Lexus	RC	1	3	10	14
Cumuls		1 160	1 401	3 976	5 300
Parts de marché		6,0%	6,6%	6,4%	7,4%



Chevrolet Bolt EV **+472%**



smart fortwo **+371%**



Honda Clarity **+321%**



Chevrolet Volt **+213%**



Hyundai Ioniq **+208%**

↑ Le tout premier rabais fédéral à encourager l'achat/la location de véhicules électriques et hybrides rechargeables est en force depuis le 1^{er} mai. Cette remise de 5000 \$ s'ajoute au rabais provincial allant jusqu'à 8000 \$ - de loin le plus généreux au pays. L'effet a été immédiat au Québec, comme le montrent ces fulgurantes augmentations de ventes pour mai 2019.

LES ACHETEURS DE VÉHICULES NEUFS SONT SUR

autoHEBDO.net

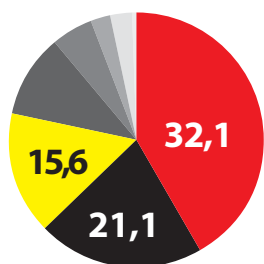
	Mai 2019	Mai 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
TRÈS LUXUEUSES				
Mercedes-Benz E	89	90	227	308
BMW Série 5	80	87	172	198
Cadillac XTS	24	17	65	29
Mercedes-Benz S	15	21	70	81
Audi A7	14	10	56	28
Porsche Panamera	11	16	42	67
Audi A6	11	10	78	55
Volvo V90	8	17	31	55
BMW Série 7	8	4	27	29
Lincoln Continental	6	5	19	28
BMW Série i	6	13	28	53
Cadillac CT6	5	2	16	25
Audi A8	3	3	13	9
Maserati Ghibli	2	5	5	14
Maserati Quattroporte	1	1	5	9
Lexus LS	1	3	4	14
Infiniti Q70	1	2	7	6
Volvo S90	0	3	8	23
Lexus GS	0	1	8	13
Kia K900	0	0	0	2
Jaguar XF	0	0	3	23
Jaguar XJ	0	1	7	29
Genesis G90	0	1	0	4
Acura RL/RLX	0	5	4	13
Cumuls	285	317	895	1 115
Parts de marché	1,5%	1,5%	1,4%	1,6%

	Mai 2019	Mai 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
SPORTIVES DE LUXE				
Chevrolet Corvette	42	51	98	123
Porsche 911	36	31	128	117
Nissan 370Z	25	18	61	62
Audi TT	20	22	58	55
Mercedes-Benz GT	16	5	35	26
BMW Z4	15	0	30	0
Porsche Boxster	10	14	30	43
Porsche Cayman	8	10	19	30
BMW Série 6	6	4	12	28
BMW Série 8	5	0	22	0
Mercedes-Benz SLK	5	5	10	20
Jaguar F-Type	4	10	24	46
Nissan GTR	4	1	6	6
Lexus LC	3	4	3	8
Mercedes-Benz SL	3	2	13	11
Acura NSX	2	0	3	3
Alfa Romeo 4C	2	0	8	5
Maserati GranTurismo Convertible	1	2	2	3
Audi R8	0	9	2	34
Dodge Viper	0	0	0	1
Ford GT	0	0	0	1
Maserati GranTurismo	0	1	0	3
Cumuls	207	189	564	625
Parts de marché	1,1%	0,9%	0,9%	0,9%
Cumuls des automobiles	19 308	21 139	62 231	71 614



La fin de la Cadillac XTS (24 ventes en mai), construite à Oshawa, approche à grands pas.

Cela dit, les ventes ont connu un dernier souffle avec **41% d'augmentation** par rapport à pareille date l'année dernière, ce qui accorde à la berline une belle **3^e position** dans sa catégorie pour le mois de mai 2019.



VENTES DE CAMIONS LÉGERS EN MAI AU QUÉBEC **32 527**

■ Utilitaires sport compacts	32,1%	■ Fourgonnettes	3,9%
■ Camionnettes pleine grandeur	21,1%	■ Utilitaires sport intermédiaires de luxe	2,6%
■ Utilitaires sport sous-compactes	15,6%	■ Camionnettes intermédiaires	2,4%
■ Utilitaires sport intermédiaires	10,7%	■ Utilitaires sport de luxe pleine grandeur	0,8%
■ Utilitaires sport compacts de luxe	6,3%	■ Utilitaires sport pleine grandeur	0,7%
■ Fourgonnettes	3,8%		



Le **Kia Sorento** a trouvé **541** preneurs en mai, contre seulement **314** pour le **Hyundai Santa Fe**, un avantage de **227** unités pour **Kia**.



HYUNDAI

Par contre, le **Hyundai Tucson** affiche **735** ventes, tandis que le **Kia Sportage**, lui, en enregistre **530**, une différence de **205** unités, cette fois-ci à l'avantage de **Hyundai**.

	Mai 2019	Mai 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
UTILITAIRES SPORT SOUS-COMPACTS				
Hyundai KONA	1 294	794	5 051	1 840
Nissan Qashqai	709	546	2 836	2 405
Honda HR-V	644	450	2 111	1 823
Nissan Kicks	550	6	1 964	6
Mazda CX-3	510	699	1 890	2 634
Buick Encore	382	467	1 546	1 628
Toyota C-HR	269	201	879	738
Kia Niro	255	118	566	345
Mitsubishi RVR	204	211	870	915
Ford EcoSport	137	155	561	658
MINI Countryman	73	61	205	208
Chevrolet Trax	41	110	150	342
Jeep Renegade	8	12	42	40
Fiat 500X	0	0	0	1
Cumuls	5 076	3 830	18 671	13 583
Parts de marché	15,6%	12,5%	15,2%	11,2%

UTILITAIRES SPORT COMPACTS

Toyota RAV4	1 589	1 260	6 108	5 027
Honda CR-V	1 448	1 439	5 584	5 514
Mazda CX-5	1 035	905	3 777	4 059
Nissan Rogue	980	1 278	3 956	5 382
Hyundai Tucson	735	610	2 545	2 528
Ford Escape	720	814	2 785	3 479
Kia Sorento	541	532	2 034	2 294
Subaru XV Crosstrek	535	577	1 824	2 293

	Mai 2019	Mai 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
Kia Sportage	530	377	1 906	1 640
Volkswagen Tiguan	509	429	2 285	2 121
Jeep Wrangler	321	354	1 413	2 499
Mitsubishi Outlander PHEV	312	258	944	919
Subaru Forester	309	223	1 068	957
Chrysler Cherokee	229	333	932	1 570
Chevrolet Equinox	223	363	1 141	1 816
Mitsubishi Outlander	169	163	812	732
Mitsubishi Eclipse Cross	159	128	645	421
Jeep Compass	101	85	392	567
Cumuls	10 445	10 128	40 151	43 818
Parts de marché	32,1%	33,1%	32,6%	36,3%

UTILITAIRES SPORT INTERMÉDIAIRES

Subaru Outback	387	331	1 414	1 464
Ford Edge	332	304	1 280	1 114
Hyundai Santa Fe	314	451	1 412	1 205
GMC Terrain	260	293	1 355	1 205
Jeep Grand Cherokee	237	149	927	842
Toyota Highlander	221	208	729	816
Nissan Pathfinder	182	102	539	559
Nissan Murano	176	188	837	920
Volkswagen Atlas	161	119	661	590
Honda Pilot	154	105	616	457
Toyota 4Runner	142	110	670	441
Ford Explorer	131	215	516	957
Kia Telluride	126	0	279	0

LES ACHETEURS DE VÉHICULES NEUFS SONT SUR autoHEBDO.net

		Mai 2019	Mai 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
Subaru	Ascent	107	0	455	0
Mazda	CX-9	106	104	414	507
GMC	Acadia	85	62	222	272
Buick	Envision	73	53	180	178
Chevrolet	Traverse	70	106	338	325
Honda	Passport	64	0	157	0
Hyundai	Santa Fe XL	58	92	339	413
Chevrolet	Blazer	42	0	72	0
Buick	Enclave	27	33	102	130
Dodge	Journey	19	85	106	165
Cumuls		3 474	3 110	13 620	12 560
Parts de marché		10,7%	10,2%	11,1%	10,4%

UTILITAIRES SPORT PLEINE LARGEUR

Chevrolet	Tahoe	57	38	131	127
GMC	Yukon XL	46	30	139	97
Dodge	Durango	36	118	270	364
Chevrolet	Suburban	34	70	172	381
Ford	Expedition	27	17	141	116
GMC	Yukon	23	35	118	149
Toyota	Sequoia	13	11	42	54
Nissan	Armada	4	17	25	67
Cumuls		240	336	1 038	1 355
Parts de marché		0,7%	1,1%	0,8%	1,1%

UTILITAIRES SPORT COMPACTS DE LUXE

Audi	Q5	467	313	1 319	1 272
Mercedes-Benz	GLC	254	239	1 018	796
Acura	RDX	205	182	655	585
BMW	X3	165	178	494	589
Lexus	NX	127	112	486	535
Mercedes-Benz	GLA	106	108	372	478
BMW	X1	87	251	581	763
Volvo	XC60	85	98	290	411
Cadillac	XT4	82	0	323	0
Porsche	Macan	79	102	261	294
Lexus	UX	68	0	276	0
Volvo	XC40	66	56	272	153
Infiniti	QX50	62	26	308	137
Lincoln	MKC	51	38	215	201
BMW	X2	41	37	162	79
Land Rover	Range Rover Evoque	40	24	114	152
BMW	X4	34	12	119	68
Alfa Romeo	Stelvio	6	2	43	21
Land Rover	Discovery Sport	6	23	59	127
Jaguar	E-Pace	3	8	22	38
Audi	Q3	0	190	5	598
Infiniti	QX30	0	10	28	62
Cumuls		2 034	2 009	7 422	7 359
Parts de marché		6,3%	6,6%	6,0%	6,1%

UTILITAIRES SPORT INTERMÉDIAIRES DE LUXE

BMW	X5	137	84	386	269
Lexus	RX	97	82	364	375
Volvo	XC90	83	96	286	320
Lincoln	MKX	67	37	191	140
Mercedes-Benz	GLE	67	159	237	583
Acura	MDX	65	96	290	357
Cadillac	XT5	64	138	309	462
Porsche	Cayenne	56	17	219	120
Land Rover	Range Rover Sport	43	45	214	220
Jaguar	F-Pace	39	34	179	182
Land Rover	Range Rover Velar	32	24	125	100
Land Rover	Range Rover	26	19	120	85
BMW	X6	18	12	38	61
Lexus	LX	17	8	68	53
Jaguar	I-Pace	11	0	49	0
Land Rover	Discovery	11	9	47	66
Maserati	Levante	9	4	30	27
Lexus	GX	3	3	5	9

		Mai 2019	Mai 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
Infiniti	QX70	0	39	0	104
Volkswagen	Touareg	0	16	2	104
Cumuls		845	922	3 159	3 637
Parts de marché		2,6%	3,0%	2,6%	3,0%

UTILITAIRES SPORT DE LUXE PLEINE GRANDEUR

Audi	Q7	49	118	361	391
Infiniti	QX60	47	72	344	321
Audi	Q8	39	0	161	0
BMW	X7	33	0	75	0
Lincoln	Navigator	23	10	80	71
Cadillac	Escalade	23	25	75	75
Mercedes-Benz	G/GL	16	32	190	161
Infiniti	QX80	12	10	57	117
Cadillac	Escalade ESV	8	15	31	47
Lincoln	MKT	2	0	7	1
Cumuls		252	282	1 381	1 184
Parts de marché		0,8%	0,9%	1,1%	1,0%

CAMIONNETTES INTERMÉDIAIRES

Toyota	Tacoma	222	209	807	831
Chevrolet	Colorado	167	204	690	809
GMC	Canyon	130	162	407	655
Ford	Ranger	114	0	349	0
Honda	Ridgeline	77	67	266	252
Nissan	Frontier 4wd	73	64	289	225
Nissan	Frontier 2wd	11	20	58	61
Cumuls		794	726	2 866	2 833
Parts de marché		2,4%	2,4%	2,3%	2,3%

CAMIONNETTES PLEINE GRANDEUR

Ford	F	2 937	2 947	10 066	9 740
GMC	Sierra	1 317	1 364	4 676	4 882
RAM	Ram Pickup	1 253	1 447	5 218	4 401
Chevrolet	Silverado	1 087	832	3 797	3 501
Toyota	Tundra	233	213	875	801
Jeep	Gladiator	21	0	24	0
Nissan	Titan 4x4	19	65	123	231
Nissan	Titan 2x4	0	3	2	11
Cumuls		6 867	6 871	24 781	23 567
Parts de marché		21,1%	22,4%	20,1%	19,5%

FOURGONNETTES

Dodge	Grand Caravan	441	455	1 867	2 758
Toyota	Sienna	402	412	1 467	1 622
Kia	Sedona	158	78	474	361
Honda	Odyssey	143	154	517	653
Chrysler	Pacifica	107	107	290	298
Ford	Flex	14	49	89	72
Chevrolet	City Express	0	6	0	26
Cumuls		1 265	1 261	4 704	5 790
Parts de marché		3,9%	4,1%	3,8%	4,8%

FOURGONS

Ford	Transit Van	481	322	1 853	1 424
GMC	Savana	177	306	849	1 398
Ford	Econoline	120	110	391	374
Ford	Transit Connect	89	84	347	305
RAM	Promaster	88	99	588	397
Mercedes-Benz	Sprinter	80	100	337	449
Nissan	NV200	78	39	240	193
GMC	Express	69	57	383	309
Nissan	NV	24	12	62	73
Mercedes-Benz	Metris	21	26	111	220
RAM	Promaster City	8	5	53	27
Cumuls		1 235	1 160	5 214	5 169
Parts de marché		3,8%	3,8%	4,2%	4,3%
Cumuls des camions		32 527	30 635	123 007	120 855



Les ventes du **PORSCHE CAYENNE** ont repris leur envol avec une augmentation de **229%** par rapport à mai 2018 et elles sont en avance de **82,5%** pour les cinq premiers mois de l'année.

LES CAMIONNETTES SONT EN BAISSÉ !

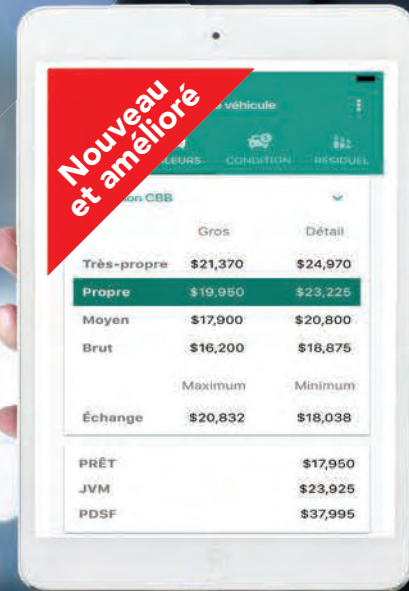
La catégorie dans son ensemble affiche une diminution de **20,5%** des ventes par rapport au même mois l'an dernier.



Chez le Big-3, c'est le **Ram** qui souffre le plus : **-34,2%**.

MAI 2019
TOTAL AUTOS ET CAMIONS
51 835

Mise à jour importante au CBB Connect, votre outil de remarketing tout-en-un.



Nous avons ajouté des fonctionnalités novatrices pour simplifier le processus d'évaluation et de mise en marché de votre inventaire.

Améliorations à l'application mobile et web :

- Ajout et suppression des véhicules favoris pour faciliter la recherche et le rappel des données
- Partage par courriel des évaluations et des estimés s'adressant aux consommateurs
- Ajout et consultation de notes en un seul et même endroit
- Fonction « coller-copier » pour faciliter la recherche par NIV

Améliorations à la version web (seulement) :

- Passage entre les valeurs, les rapports de condition et les valeurs résiduelles à l'aide d'une seule touche
- Téléchargement et impression des évaluations ou des estimés s'adressant aux consommateurs

Améliorations à l'application mobile (seulement) :

- Nouvelle disposition des icônes permettant de naviguer facilement entre les valeurs, les rapports de condition, les valeurs résiduelles et l'aperçu du marché local
- Option de grossissement des polices de caractère pour faciliter la lecture des données
- Nouvelle disposition des colonnes pour mieux voir les données recherchées
- Fonction « toucher-glisser » pour supprimer rapidement un véhicule de votre liste
- Fonction « coller-copier » pour faciliter la recherche par NIV

Les abonnés du CBB Connect peuvent bénéficier de ces nouvelles fonctionnalités de façon transparente en réglant leurs paramètres de mise à jour en « mode automatique » dans le panneau de contrôle.

Vous n'êtes pas encore abonné au CBB Connect?

Découvrez pourquoi CBB Connect est l'outil complet de remarketing tout-en-un. Communiquez dès maintenant avec notre département des ventes à info@canadianblackbook.com ou composez le 1-800-562-3150

Black Book[®]
canadianblackbook.com

cbb
Connect[™]

Vous l'attendiez, elle est maintenant lancée!



Découvrez le 1-desjardins.com, votre nouvelle Communauté Partenaires Desjardins

Vous êtes partenaires de Desjardins? Accédez gratuitement à une nouvelle plateforme dynamique incluant des calculateurs, des formations en ligne, des tableaux de bord, des nouvelles importantes et bien plus !

Communiquez avec votre conseiller Desjardins pour obtenir votre accès ou pour découvrir tous les avantages de votre nouvel outil.