



automédia.

Témoign de l'industrie automobile

Décembre 2024 / Janvier 2025 – 3,95



ANALYSE QUOTUS

**L'ÉVOLUTION
DU MARCHÉ DE
L'OCCASION
EN 2024**

AINSI PENSE ANTOINE

**LE PARTY DES
VÉ BIENTÔT
TERMINÉ?**

BALADO AVEC

JACQUES OLIVIER JR.

PRÉSIDENT DE LA CCAM

**TOUT CE QU'IL FAUT
SAVOIR SUR LE PREMIER
SOMMET DE LA CCAM**



**SCOUT MOTORS
DIT **NON** AUX
CONCESSIONNAIRES**

**UNE TENDANCE QUI
INQUIÈTE L'INDUSTRIE**



L'engagement de Hyundai pour le progrès récompensé lors des Prix Reuters D.R.I.V.E. 2024.



C'est dans le cadre des Prix Reuters Automotive D.R.I.V.E 2024, le plus important événement célébrant l'excellence automobile à l'échelle mondiale, que Hyundai s'est vu décerner trois distinctions très convoitées.

Le président et chef de la direction José Muñoz a été honoré du titre de Leader visionnaire, saluant ainsi la constante croissance des ventes de notre organisation en glissement annuel ainsi que son engagement en matière d'électrification. Et plus près de chez nous, la directrice des Ressources humaines et de la Diversité, l'équité et l'inclusion, Katherine Mior, a été honorée pour son rôle dans l'autonomisation des femmes, alors que l'engagement de Hyundai Canada en faveur de la Diversité, de l'équité et de l'inclusion a été réaffirmé par la nomination d'Olabisi Boyle, vice-présidente principale de la Planification de produits et de la Stratégie de mobilité, en tant que finaliste. De telles reconnaissances attestent de notre engagement à mener l'industrie sur la voie du progrès pour l'humanité.

ON FABRIQUE DU WAH 와!
hyundaicanada.com



Industrie

Chaîne d'approvisionnement

Vivement une vision nationale pour la protéger 9

Scout Motors dit non aux concessionnaires

Une tendance
qui inquiète
l'industrie
42



Tête à tête

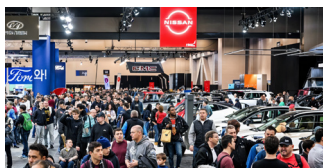
Trevor Longley

Président de Nissan Canada : Gens et entrent 45

Événement

SIAM 2025

80 ans et
toutes ses dents!
10



Occasion

Quotus

L'évolution du marché des véhicules
d'occasion au Québec en 2024

11

Chroniques

Point de vue	4	Ainsi pense Antoine	7
Dans mes réseaux	6	Les actualités	8

Balado

Jacques Olivier Jr, président de la CCAM

Tout ce qu'il faut savoir
sur le premier Sommet de la CCAM



12

Premier contact



Nissan Kicks 2025

L'ambassadeur
juvénile
44

Mazda CX-50 Hybrid 2025

Promesse tenue
46



André-Martin Hobbs Fondateur chez DecisioningIT
Copropriétaire d'un groupe de concessions / Investisseur

La stratégie de vente directe de VW Scout

Ce que cela signifie pour nous, concessionnaires ?

L'industrie automobile traverse une transformation majeure alors que Volkswagen se prépare à vendre directement aux consommateurs nord-américains des véhicules électriques sous la marque Scout.

Brian Maas, président de la *California New Car Dealers Association* (CNCDA), s'est récemment exprimé sur CBT News, soulignant les défis que cette initiative pourrait poser aux réseaux de concessionnaires traditionnels. Bien que les modèles de vente directe comme celui de Tesla puissent paraître attrayants, ils soulèvent des questions importantes sur le service, la gestion des garanties et l'assistance client continue.

En tant que concessionnaire, j'ai moi-même expérimenté les contraintes de cette stratégie de « modèle d'agence » en évolution. Pour l'une de mes marques, le constructeur a commencé à accepter des acomptes et des réservations de véhicules électriques directement sur son site Web, en transmettant les commandes à ma concession. Si un consommateur annulait sa commande, je devais renvoyer le véhicule au dépôt (*compound*), ajoutant une couche supplémentaire de complexité et de risque. Cette expérience directe m'a montré que si un constructeur commence à adopter ce modèle, d'autres risquent de suivre.

En effet, Stellantis, une autre marque que je représente, a conclu un partenariat avec le constructeur chinois de véhicules électriques

Leapmotor. Ce partenariat vise à introduire les véhicules électriques de Leapmotor sur les marchés hors de Chine, y compris en Europe et, potentiellement, en Amérique du Nord. Les ventes devraient débuter en Europe, avec des plans d'expansion dans d'autres régions par la suite.

Cette évolution du marché impose aux concessionnaires de repenser leur rôle pour rester pertinents face à ces nouveaux modèles de vente directe. L'approche innovante d'Ian P. Sam Yue Chi, président de la CCAQ, est un exemple inspirant de la manière dont les concessionnaires peuvent s'adapter aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui. En mettant l'accent sur la transparence, un service axé sur le client et une expérience d'achat sans pression, les concessionnaires peuvent démontrer leur pertinence. La clé sera de montrer que les réseaux de concessionnaires, loin d'être obsolètes, sont des partenaires incontournables pour offrir un service personnalisé et une expertise locale, même dans un marché en pleine évolution.

Ce développement soulève des questions importantes quant aux futures stratégies de vente des constructeurs comme



Stellantis pour ces nouveaux modèles électriques chinois. Adopteront-ils une approche de vente directe aux consommateurs semblable à celle de Volkswagen, ou continueront-ils à s'appuyer sur les réseaux de concessionnaires traditionnels ?

Pour ceux qui pensent que les concessionnaires remporteront cette bataille, réfléchissez-y à deux fois. Cette nouvelle nous montre qu'il est nécessaire de se préparer à ces défis, non seulement à l'échelle étatique ou provinciale, mais dans toute l'Amérique du Nord. Les concessionnaires traditionnels sont-ils prêts à s'adapter et à défendre leur place alors que le paysage change ?

J'aimerais connaître vos points de vue sur ce sujet. 🟡 🟢 🟠



C10 de Leapmotor



T03 Leapmotor

**VOTRE VILLE
VOTRE ÉVÉNEMENT
VOTRE AVENIR**

**NE RATEZ PAS L'ÉVÉNEMENT
LE PLUS IMPORTANT DES
DÉCIDEURS DU SECTEUR
AUTOMOBILE !**



**15 JANVIER 2025
HÔTEL INTERCONTINENTAL MONTRÉAL**

INSCRIVEZ-VOUS À CCAM.QC.CA

Sym-Tech^{MD}
SERVICES AUX CONCESSIONNAIRES
COMPAGNIE DU GROUPE AMYNTA

**FIER COMMANDITAIRE
EXCLUSIF DU SOMMET
DE LA CCAM**



Des centaines de milliers de vues gratuites sur... Facebook?!

Depuis quelques années, on le sait, TikTok est la plateforme qui donne à ses utilisateurs un grand potentiel de viralité, et ce, indépendamment de l'historique du compte ou de son nombre d'abonnés. Mais lorsqu'une page Facebook d'un concessionnaire de Québec, rassemblant un total modeste de 2500 abonnés, obtient plus de 300 000 vues organiques en à peine quelques semaines, on comprend vite qu'en 2025, les règles ont changé... sur toutes les plateformes!

L'évolution des médias sociaux vers le contenu vidéo vertical est évidente d'un seul coup d'œil sur le fil d'actualités. Le format est prédominant partout: Facebook, Instagram... même LinkedIn! (Avez-vous remarqué le nouvel onglet «vidéo» sur l'application mobile?) Mais c'est beaucoup plus qu'un simple *facelift* de mi-parcours: la transformation est majeure et c'est encore plus vrai lorsqu'on glisse un regard sous le capot.

Pendant des années, l'obtention de nouveaux abonnés sur vos pages était l'un des objectifs à considérer. C'est logique, puisque ce n'est qu'après avoir «aimé» notre page qu'une personne pouvait ensuite être exposée à son contenu. Un peu à la manière d'une infolettre. On bâtit notre liste, puis on diffuse notre contenu en optimisant nos efforts pour rejoindre le plus grand pourcentage possible de ces abonnés.

Aujourd'hui, quelle que soit la plateforme, ce ne sont plus vos abonnés qui déterminent votre portée potentielle: c'est la qualité de votre contenu. Point final. Et quand je parle de qualité, comprenons-nous bien, je ne fais pas allusion au respect infailible des normes graphiques de votre constructeur ni au suivi irréprochable des lignes directrices de la marque. En clair, ce à quoi je fais référence est plutôt la réponse à cette question toute simple: les gens ont-ils envie de consommer votre contenu?

Un kidnapping viral

Parlons maintenant cas de Kia Lévis. Le concessionnaire devait trouver une manière de recevoir de nouvelles candidatures pour pourvoir un poste de technicien. Nous avons

donc orchestré un faux kidnapping, mobilisé l'équipe du service pour jouer la scène et capté le tout en vidéo. La vidéo ne dure qu'une quinzaine de secondes et n'aura pris que quelques minutes à filmer.

Le scénario surprenant, le plaisir évident de l'équipe du concessionnaire (on entend les fous rires en plein tournage) et la livraison impeccable du directeur du service qui, tout sourire, menace l'internaute d'en faire sa prochaine cible à moins qu'il n'apporte son CV sont quelques-uns des éléments qui ont contribué à ce tel succès de la vidéo. Et malgré son honnête performance de quelque 30000 vues sur TikTok, c'est bien sur Facebook qu'elle a littéralement explosé.

Entre les candidatures reçues dans les jours et les semaines qui ont suivi la publication, le plaisir et l'ambiance positive engendrés au sein de l'équipe par la création de la vidéo ainsi que les nombreux commentaires des clients en concession, ce kidnapping a généré des retombées impressionnantes pour le concessionnaire cet automne.

Quantité > Qualité

Sachant que l'algorithme traite plus que jamais chaque publication sur une base individuelle et la distribue (ou pas) en fonction de sa réelle qualité, la promesse d'une distribution d'envergure est bien concrète. Mais la concurrence aussi. C'est pourquoi il faut redoubler d'efforts pour produire un contenu original, intéressant ou divertissant... en quantité!

Comme je m'évertue à le répéter à mes collègues qui parfois se découragent trop vite lorsqu'ils ne sont pas assez bons assez vite dans



une nouvelle discipline: c'est en pratiquant qu'on s'améliore. De la même façon, c'est en publiant souvent qu'on apprend ce qui fait vibrer notre audience, ce qui la fait réagir, ce qui la divertit. Chaque fois qu'on clique sur «publier», on se raffine et on se rapproche un peu plus de notre prochain succès.

Une bonne quantité de contenu vous permet non seulement d'accroître vos occasions de viralité, mais aussi de perfectionner la qualité de vos publications. Alors avant d'engloutir des milliers de dollars sur 30 secondes de télé ultra léchées, demandez-vous combien d'éléments de contenu court vous pourriez obtenir avec cet investissement... et combien de paires d'yeux tout ce contenu pourrait capter!

Faites-le pour eux... pas pour vous!

En cette édition de fin d'année, je me permets un souhait pour votre contenu en 2025: tâchez de diffuser un peu moins de ce que vous voulez partager en tant que concessionnaire, et un peu plus de ce que votre client a envie de consommer. C'est la clé qui vous amènera à obtenir les résultats dont vous rêvez.

À votre succès! 🌈

Note: Kia Lévis est un client actif de L'Agence AutoMédia.



Le party des VÉ bientôt terminé?

Cent. C'est le nombre d'Ioniq 5 que Hyundai Canada livre au Québec quotidiennement depuis quelques semaines. Et les chiffres sont très semblables du côté de Chevrolet, qui connaît un succès monstre avec l'Equinox EV. Normal, direz-vous, puisque les crédits totalisant 12 000 \$ pour l'achat d'un VÉ taxes incluses sont sur le point d'être réduits. De ce fait, les résultats des ventes des constructeurs pourraient-ils être appelés à dégonfler, considérant que les aides financières iront en diminuant?



Poser la question, c'est y répondre. Les constructeurs qui se démarquent cette année au Québec ont tous un ou plusieurs VÉ dans leur catalogue, ce qui leur permet de faire exploser leurs chiffres de ventes. À l'inverse, ceux qui en sont privés en sont actuellement victimes.

Prenez par exemple Honda. Au Québec, des modèles clés comme la Civic et le CR-V ont perdu de leur succès. Cela explique une diminution des ventes de 4% par rapport à l'an dernier, malgré un regain de popularité du HR-V. La situation s'avère tout de même moins alarmante que chez Stellantis, qui a vu ses ventes baisser de 17,5% en dépit de l'offre de la petite électrique qu'est la Fiat 500e.

À l'opposé, Ford se démarque avec une hausse des ventes de 20,2% par rapport à l'an dernier. Ces chiffres s'expliquent par un accroissement de 10% des ventes de la série F, mais aussi par un attrait renouvelé envers le Ford Escape Plug-In Hybrid. Et que dire du Mustang MACH-E, dont les ventes ont grimpé de 220% par comparaison avec 2023? General Motors s'en sort également très bien en raison d'une augmentation des ventes de 13,7%, attribuable aux Buick Envista et Chevrolet Trax, mais surtout aux Equinox EV et Blazer EV. Ces modèles sont si populaires que les concessionnaires perdent pratiquement le contrôle des livraisons et des commandes. Il faut dire qu'à lui seul, l'Equinox EV a séduit plus de 8400 acheteurs en seulement cinq mois de commercialisation, et ce, dans la seule province de Québec.

Chez Hyundai, la fête se poursuit grâce à la popularité de l'Ioniq 5, dont les ventes ont grimpé de 234% relativement à 2023. C'est sans oublier l'Ioniq 6 et le Kona Electric, qui ont permis une augmentation des ventes de



Hyundai Ioniq 5 2024, un modèle dont les ventes ont augmenté de 234 % comparativement à 2023.

27,6% du constructeur en sol québécois. Par contre, la présence des Venue et Elantra se fait plus rare. On se plaint d'ailleurs d'un manque d'inventaire du côté de ces modèles plus accessibles, pour lesquels la demande demeure plus grande que l'offre. Mazda, Mitsubishi et Nissan se défendent eux aussi très bien, encore une fois en raison d'une offre nouvellement axée sur l'électrique ou l'hybride rechargeable avec admissibilité aux crédits.

Sans surprise, Volkswagen impressionne aussi: hausse de 41,6% due en grande partie à l'explosion des ventes de l'ID.4. Cependant, les dernières semaines ont été plus difficiles, du fait d'un arrêt des ventes causé par un problème de poignées de portières, un problème arrivé à un bien mauvais moment.

Cela dit, en retirant de l'équation les véhicules électriques, qui n'auraient pas obtenu le même succès sans les crédits, on peut imaginer que le marché serait bien différent. Chevrolet vendrait-il davantage d'Equinox à essence, considérant sa facture inférieure de 14 000 \$ à celle de l'Equinox EV? Vous pouvez en être certain. Dans ce dernier blitz de ventes des véhicules électriques avant la diminution

de 4000 \$ du crédit provincial, on peut supposer que la clientèle n'en a que pour les produits les plus en vogue. Reste à voir quelle sera la stratégie de chaque constructeur pour continuer à profiter du momentum, alors que janvier se pointe et qu'un creux historique pourrait se créer si les efforts ne sont pas faits pour que les ventes se poursuivent.

N'oublions pas que les stocks demeureront élevés chez certains constructeurs, notamment du côté de Ford, Hyundai, Volkswagen et Tesla et, qui pourront satisfaire, en quelques jours seulement, leur clientèle avec des demandes spécifiques de teintes et d'équipement. Et pour l'heure, il est difficile de prédire quel sera l'impact des décisions du nouveau gouvernement Trump, et quelle avenue nous emprunterons lors du dépôt du budget fédéral en mars prochain. Abolira-t-on les crédits fédéraux de façon partielle ou complète? Ça aussi, ça pourrait faire mal. Il y a donc urgence de vendre des VÉ, tout en restant prudent sur les commandes, bien qu'à l'heure actuelle, les ventes soient extraordinaires... ●●●

Fermeture de la concession GM, à Brossard

Les jours de Brossard Chevrolet Buick GMC sont comptés.

L'équipe d'AutoMédia a appris que la concession, appartenant au concessionnaire Gabriel Dallaire, fermera définitivement ses portes le 31 décembre prochain. Selon nos sources, l'immeuble situé au 2555, boulevard Matte ainsi que le terrain auraient été vendus à un promoteur immobilier de la région.

Il semble que l'offre de cet acheteur dépasserait largement la valeur immobilière de la concession, incluant son *goodwill*, nous signale une source qui souhaite garder l'anonymat. AutoMédia n'a pas obtenu le montant de la transaction. Ni même la confirmation de la vente. Gabriel Dallaire n'a pas donné suite à notre appel.

En revanche, nous savons que la valeur immobilière de cette concession GM était estimée à près de 16,4 M\$ au dernier rôle d'évaluation de la Ville de Brossard. À lui seul, le terrain est évalué à plus de 5 M\$. Il en valait à peine 370 000\$ il y a 25 ans.

Quelques employés relocalisés

À l'exception de la dizaine d'employés liés à la marque Cadillac qui seront relocalisés à la concession Vision Automobile Chevrolet, Buick, GMC, à Delson, tous les autres (soit plus d'une quarantaine) ont été remerciés par le concessionnaire, nous indique une source. Les employés licenciés auraient reçu deux mois de salaire et une invitation à déposer leur CV pour travailler à la concession GM, à Delson... sans possibilité de reconnaissance de leurs années d'ancienneté. Selon nos sources, la concession de Brossard vendait plus de 500 véhicules neufs par année.

Des terrains au potentiel résidentiel élevé

Sans être une tendance lourde, certains propriétaires de concessions dont les adresses présentent un fort potentiel résidentiel reçoivent, en effet, des propositions d'achat pour leurs immeubles, confirme Étienne Demeules, directeur des finances et fusions et acquisitions, à l'agence DSMA.

«DSMA est témoin de ce type de transaction au moins une à deux fois par année au Québec», avise le gestionnaire. Ce sont prin-



La concession Vision Automobile Chevrolet, Buick, GMC à Delson, là où seront relocalisés les employés Cadillac.

cipalement les concessions situées dans des secteurs du Grand Montréal, où le zonage commercial peut adopter une vocation résidentielle, qui sont concernées, poursuit-il tout en précisant que son agence n'est nullement impliquée dans la possible transaction de la concession GM, à Brossard.

Étienne Demeules ne croit pas que ces transactions mettent en péril l'industrie automobile. «Étant donné la flambée des valeurs

immobilières et la crise du logement, certains propriétaires de concession ont la possibilité d'optimiser la valeur de leurs actifs de façon substantielle», explique-t-il. Mais ça demeure des cas très particuliers.

Un phénomène marginal

Le PDG de la CCAQ, Ian P. Sam Yue Chi, considère également qu'il s'agit d'un phénomène marginal. «À moins qu'il ne s'agisse d'une faillite, en général les points de vente automobile sont relocalisés ailleurs. Quant aux employés licenciés, je suis convaincu que plusieurs concessionnaires voisins et de la région souhaiteront recruter cette main-d'œuvre qualifiée. Dois-je rappeler que notre industrie cherche toujours à pourvoir plus de 6000 postes?» indique le dirigeant de la CCAQ.

D'autres ventes de concessions pour des fins résidentielles

En attendant, si la concession GM, à Brossard, ferme définitivement ses portes, il en est autrement pour la concession Fortier Ford qui, elle aussi, a fait l'objet d'une transaction majeure au cours de l'année 2024. Au printemps dernier, le Groupe HD Immobilier a acheté l'immeuble et le terrain de la concession située à l'enseigne du boulevard Louis-H.-La Fontaine, à Anjou.

Le promoteur Thomas Dufour a indiqué que le site, acquis pour la somme de 36 M\$, prévoit une zone commerciale sur le tiers du terrain totalisant 300 000 pieds carrés. Au moins 860 appartements sont planifiés, dont les deux tiers seront en location. L'avenir de la concession n'a donc pas encore été décidé. L'équipe de Fortier Ford n'a pas voulu commenter cette information.



Mentionnons que le Groupe HD Immobilier a également acheté le terrain et les bâtiments de l'ancien Volkswagen Lasalle au coût de 5 M\$, où un projet résidentiel de 150 appartements doit voir le jour en 2025. Dans ce cas-ci, la concession de la marque allemande a été relocalisée dans un nouvel immeuble du Groupe Spinelli. ●●●

Tournée pancanadienne pour le 60^e anniversaire de Toyota

Un passage au Québec chez deux concessionnaires d'importance

Alors que de nouvelles marques tentent de se frayer un chemin et de s'établir sur le marché automobile nord-américain, d'autres en profitent pour réaffirmer leur présence depuis des décennies. C'est le cas de Toyota, qui célèbre cette année son 60^e anniversaire en sol canadien. Pour souligner cet accomplissement, le constructeur automobile a organisé une tournée pancanadienne.

De Saint-Jean de Terre-Neuve jusqu'à Victoria en Colombie-Britannique

Pour Toyota Canada, un simple gâteau décoré de bougies ne suffisait pas pour souligner cet anniversaire. Une fois de plus, le constructeur a démontré son pouvoir de mener à terme un projet hautement ambitieux. Le périple a débuté le 11 août dernier à Saint-Jean de Terre-Neuve alors qu'une poignée de journalistes automobiles, accompagnés de membres de l'équipe de Toyota, ont entrepris la traversée du pays. L'expédition a été scindée en six portions, lesquelles mettaient de l'avant une thématique particulière. Le parcours s'est conclu le 30 août à Victoria en Colombie-Britannique.

Deux arrêts marquants à Lévis et à Shawinigan

La deuxième vague de cet audacieux périple a été marquée par la traversée de la province de Québec. L'accent a été mis sur le développement du réseau pour le constructeur dans l'est du pays.

Après avoir traversé le Nouveau-Brunswick, un arrêt s'imposait à la concession Lévis Toyota sur la route du Président-Kennedy le 17 août. Inaugurée le 22 juin 1967, cette concession fait partie des plus anciennes dans le réseau de la marque. Avant l'arrivée du convoi, la famille Métivier, propriétaire de Lévis Toyota, a effectué des fouilles que l'on pourrait pratiquement qualifier d'archéologiques. Photos, coupures de journaux, dépliants et autres documents d'archives ont été fièrement présentés aux visiteurs. Également, dans la salle d'exposition brillait une Corolla 1969 dans un état exceptionnel. Cette voiture témoigne à merveille de l'héritage de la marque.

Les voyageurs ont ensuite pris la direction de Shawinigan pour s'arrêter chez Mauricie Toyota. Fondée le 18 août 1965, cette concession fêtait le lendemain du passage du convoi son 59^e anniversaire. Il s'agit de la plus vieille concession Toyota de la province. Elle est encore à ce jour détenue par la famille Brouillette. Sur place, les participants de la



LÉVIS TOYOTA



MAURICIE TOYOTA

tournée ont pu observer quelques vestiges du passé, dont une Toyota Glide ainsi qu'une UP10. Il s'agissait également d'une belle occasion pour constater de près l'évolution entre le Land Cruiser d'époque et le modèle venant tout juste de débarquer sur le marché, puisque les deux exemplaires étaient en démonstration sur place.

En entrevue avec *AutoMédia*, Patrick Ryan, directeur régional de Toyota Canada pour le Québec et l'Atlantique, a affirmé que «ces deux concessions ont toujours agi, au fil des décennies, en tant qu'ambasadrices de la marque au sein de leur communauté». Il nous a confié que les membres du personnel des deux concessions ont été touchés de faire partie de ce voyage unique. Ils n'ont pas hésité à participer à cette expérience et à ouvrir les portes de leur concession normalement fermée le samedi. ●●●

Le principe du Kanreki

Dans la culture japonaise, lorsqu'on atteint l'âge de 60 ans, on a parcouru cinq fois le cycle du signe du zodiaque chinois. Le tout signifie donc un retour au signe du zodiaque de la naissance. C'est l'occasion de célébrer, mais surtout de prendre une pause pour réfléchir avant de renaître. C'est sous cette thématique que Toyota a fêté son 60^e anniversaire d'existence au Canada.

SIAM 2025

80 ANS ET TOUTES SES DENTS!

Les principaux salons de l'auto du monde entier ont beau avoir été amochés par une pandémie et le magasinage en ligne, celui de Montréal s'apprête en janvier à célébrer sa 80^e édition.

Plus de constructeurs

L'ajout au Palais des congrès, du 17 au 26 janvier prochain, des kiosques de Polestar, Lucid, Stellantis, Mercedes-Benz et Volvo permettra sans doute à la Corporation des concessionnaires d'automobiles de Montréal (CCAM), le chef d'orchestre de l'événement, de dépasser l'assistance de 168 447 visiteurs enregistrée en 2024 (le record est de 271 917 au Stade olympique en 1992).

La liste des OEM qui déclinent l'invitation rapetisse. Leurs raisons, souvent décrétées outre-mer, attristent probablement des concessionnaires locaux. Si ces lointains comptables réalisaient à quel point les Québécois adorent les autos et les sorties en famille, ils feraient une exception pour la Belle Province.

Le seul endroit sur la planète où deux bouquins consacrés aux chars (*L'Annuel de l'automobile* et *Le Guide de l'auto*) sont des best-sellers année après année.

Au moins, cet engouement fait le bonheur de Denis Dessureault, vice-président exécutif du SIAM. Depuis 25 ans à l'emploi de la CCAM, dont 23 à bichonner le Salon, il l'aime comme s'il le tricotait juste pour nous, pour nous informer et pour nous égayer au cœur du rude hiver.

Formule gagnante

Toujours appuyé par iA Groupe financier à titre de commanditaire principal. Toujours sur trois étages. Toujours avec Bertrand Godin dans le rôle du gentil porte-parole émérite. Toujours avec Sam, l'application mobile qui permet notamment au visiteur de ranger dans un coffre à gants virtuel les codes QR des véhicules qui l'intéressent.

À coup sûr, la 80^e édition du SIAM sera un rendez-vous à ne pas manquer. Après, le décompte sera entamé vers la 100^e et ses voitures volantes.



Le gala de la noble cause

Depuis 20 ans, la CCAM, le Palais des congrès, le *Journal de Montréal* et une pléthore d'autres commanditaires nous cuisinent le Gala Avant-Première Bénéfice, la mise en bouche qui précède le SIAM.

La mission première du Gala est fort simple: amasser le plus de pognon possible pour en faire don à des centres hospitaliers du Grand Montréal (cinq la dernière fois, six la prochaine).



Présentation du don de la Corporation des concessionnaires

Le courant passe

On le sait, le SIAM a acquis le Salon du véhicule électrique de Montréal (SVEM) en juillet dernier, imitant en cela les collègues de la Vieille Capitale, le Salon de l'auto de Québec ayant mis le grappin sur le Salon du véhicule électrique de Québec (SVEQ) à l'automne 2022. Mais il faut préciser que le SIAM s'est intéressé au phénomène électrique dès 2005 alors que, précurseur, il inaugurerait «En route vert l'avenir», une zone déjà dédiée à l'électrification des transports. «Pour le moment, on garde les deux salons à part. L'un fait 10 jours, l'autre trois. Mais à moyen terme, il y aura fusion», nous prédit Denis Dessureault.

LE PROCHAIN SVEM AURA LIEU LES 2, 3 ET 4 MAI AU STADE IGA DU PARC JARRY.

Et ça fonctionne comme le prouvent les 10,5M\$ remis jusqu'ici (572 800\$ rien qu'en 2024) grâce aux généreux commanditaires et aux enthousiastes convives (3562 lors de la 20^e édition).

Les partenaires se sont entendus sur un maximum de 5000 invités, question d'éviter qu'on se pile sur les pieds en tentant d'entrevoir les scintillants bolides. «À quatre ou cinq reprises, nous avons déjà tenu le Gala à guichets fermés», rappelle Denis Dessureault. Les chances de répéter l'exploit le 16 janvier existent réellement. ●●●

Analyse QUOTUS

UNE PRÉSENTATION DE L'AMVOQ

L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ DES VÉHICULES D'OCCASION AU QUÉBEC EN 2024 (VS 2023)

Le marché des véhicules d'occasion au Québec traverse une phase de ralentissement significative en 2024, rompant avec la forte demande enregistrée lors des années précédentes. Après un pic historique en 2022 et 2023, les revenus générés par la vente de véhicules usagés ont diminué de plus de 35 %, une tendance qui devrait se poursuivre en 2025 avec l'augmentation prévue des inventaires de véhicules neufs.

La normalisation progressive des chaînes d'approvisionnement des OEM a permis un accroissement notable des stocks de véhicules neufs, rendant ces derniers plus accessibles aux consommateurs. Parallèlement, les taux d'intérêt élevés ont ralenti les achats de véhicules en général, limitant l'accès au financement pour de nombreux acheteurs. Malgré cela, les consommateurs ayant des contraintes budgétaires continuent de privilégier le marché de l'usagé.

Les prix des véhicules usagés, qui avaient atteint des sommets pendant la pandémie en raison de la pénurie de véhicules neufs, montrent désormais des signes de stabilisation, voire de baisse. En 2024, les prix moyens des véhicules d'occasion ont diminué de 12 % par rapport à 2023. Cette évolution profite aux consommateurs, mais exerce une pression supplémentaire sur les marges des concessionnaires, les obligeant à modifier leurs stratégies tarifaires pour rester compétitifs dans un marché en ralentissement.

Les inventaires de véhicules usagés ont, quant à eux, chuté de plus de 50 % en 2024, soulignant l'effort des concessionnaires pour ajuster leurs niveaux de stock face à cette demande en déclin. Malgré la baisse des volumes, certains indicateurs financiers montrent des ajustements stratégiques positifs :

- Les profits bruts par unité vendue au détail ont augmenté de 5 %, témoignant d'une stratégie tarifaire visant à compenser la baisse des volumes.
- Les frais documentaires moyens par véhicule vendu ont crû de plus de 20 %, traduisant une maximisation des revenus connexes pour maintenir la rentabilité.

L'augmentation prévue des stocks de véhi-



cules neufs en 2025 accentuera la pression sur le marché de l'occasion. Les concessionnaires devront adopter des stratégies novatrices pour maintenir leur compétitivité dans ce contexte difficile. Proposer des options de financement plus flexibles ou des programmes certifiés pour les véhicules usagés pourrait aider à garder l'intérêt des acheteurs dans un marché de plus en plus concurrentiel.

Le marché des véhicules d'occasion au Québec traverse une période de transition. Après plusieurs années de forte croissance, le ralentissement observé en 2024 pourrait se poursuivre en 2025, porté par l'augmentation continue de l'offre de véhicules neufs. Pour les concessionnaires, le défi sera de s'adapter à cette nouvelle dynamique tout en répondant efficacement aux besoins diversifiés des consommateurs québécois. ●●●

Ce qu'il faut retenir

Revenus générés par la vente de véhicules usagés	-35 %
Prix moyens des véhicules d'occasion	-12 %
Inventaires de véhicules usagés	-50 %
Profits bruts par unité vendue au détail	+5 %
Frais documentaires moyens par véhicule vendu	+20 %

Entrevue avec **Jacques Olivier Jr** Président de la CCAM Tout ce qu'il faut savoir sur le premier Sommet de la CCAM

Le 15 janvier prochain, la Corporation des concessionnaires automobiles de Montréal (CCAM) organisera son tout premier Sommet consacré à l'industrie automobile. Cet événement, qui se déroulera à l'Hôtel Intercontinental de Montréal, vise à rassembler les principaux acteurs du secteur pour discuter des enjeux majeurs auxquels fait face l'industrie aujourd'hui.



Inspiré par le modèle du Salon de l'auto de Toronto, où un sommet similaire précède l'ouverture au public, ce rendez-vous se distingue par son approche unique, mettant en lumière le contexte francophone et les spécificités du marché québécois.

Cette initiative s'inscrit dans une volonté claire de renforcer les liens entre la CCAM et ses membres. «Le conseil d'administration de la CCAM a réalisé une analyse stratégique et identifié un besoin essentiel: celui de se rapprocher de nos membres et de multiplier les occasions de réseautage et d'échanges avec la communauté d'affaires de l'industrie automobile, » explique Jacques Olivier Jr, président de la CCAM. «Le Sommet est l'une des initiatives majeures qui en découle.»

Des thématiques essentielles pour préparer l'avenir

Le programme abordera des sujets cruciaux pour l'avenir des concessionnaires, notamment l'électrification des véhicules. Des conférences animées par des experts internationaux offriront des perspectives issues de marchés où la réalité automobile diffère de celle du Québec. Parmi les intervenants, Thomas Chieux, un expert européen de renom, analysera les conséquences d'un marché dominé par les véhicules électriques. Il partagera également des exemples concrets de la gestion des défis liés à cette transition, telles la diminution des revenus des ateliers mécaniques et l'acceptation sociale des véhicules électriques.

Les participants auront aussi accès à des analyses économiques fournies par un expert de l'Association canadienne des concessionnaires automobiles (CADA), qui présentera les prévisions pour 2025. Les thèmes abordés incluront l'évolution des taux d'intérêt, la lutte contre l'inflation et leurs impacts sur les comportements d'achat des consommateurs.

Un autre enjeu majeur mis en lumière sera la loi 30, prévue pour entrer en vigueur en 2026, qui modifiera la distribution des produits financiers comme les assurances de remplacement et les garanties prolongées. Bien que cette échéance semble lointaine, il est impératif de s'y préparer dès maintenant. Ce Sommet constitue une plateforme idéale pour engager une réflexion collective et élaborer des solutions afin de réduire les impacts financiers pour les concessionnaires.

Enfin, les discussions intégreront des perspectives internationales grâce à des intervenants tels que Bruce Rosen, spécialiste des marchés asiatiques, qui analysera les répercussions potentielles de l'arrivée des

constructeurs chinois sur le marché nord-américain. Ces interventions enrichiront la réflexion en offrant une vision globale des transformations du secteur et de leur influence sur le marché local.

Un événement axé sur l'échange et la collaboration

Au-delà des conférences, le Sommet mettra l'accent sur l'interaction et le réseautage entre les participants. En ouvrant l'événement à tous les professionnels de l'industrie, la CCAM souhaite créer un espace où les idées circulent librement et où chacun peut partager ses préoccupations.

Ce Sommet encouragera également une entraide dans la compréhension des enjeux, notamment ceux liés à la loi 30. Comme le souligne Jacques Olivier Jr: «La conformité aux lois est essentielle, et il est primordial que chaque concessionnaire ait une compréhension claire et précise. Nous ne voulons pas revivre des situations impliquant des recours collectifs ou d'autres problèmes en rapport avec des interprétations divergentes des réglementations. Notre mandat est de nous assurer que nos membres sont bien informés et à jour.»

Bien qu'il soit difficile de prédire le nombre exact de participants à ce stade, Jacques Olivier Jr espère rassembler au moins 200 personnes pour cette première édition. Cet objectif ambitieux reflète l'intérêt croissant des concessionnaires pour ce type d'événements.

En intégrant ce Sommet à la semaine d'activités entourant le Salon de l'auto, la CCAM maximise les opportunités de participation. Par ailleurs, ce Sommet inaugural marque le début d'une tradition. La CCAM envisage déjà d'en faire un événement annuel, si l'enthousiasme des participants se confirme. Jacques Olivier Jr rappelle que cette première édition a été pensée comme un jalon inaugural, avec l'ambition de pérenniser l'événement dans les années à venir afin de multiplier les occasions de rencontres et de réseautage pour ses membres. Réservez vos billets dès maintenant. ● ● ●

Pour plus d'information ou pour réserver votre place, rendez-vous sur le site officiel de la CCAM: ccam.qc.ca. Un forfait promotionnel combinant l'accès au Sommet de la CCAM et au Gala Avant-Première Bénéfice du Salon de l'auto de Montréal est aussi offert.

Vous pouvez écouter le balado sur
YouTube, Spotify, Apple Podcast et Amazon Music

Chaîne d'approvisionnement

Vivement une vision nationale pour la protéger

Grèves des employés du CN, du personnel de la Voie maritime du Saint-Laurent, des débardeurs ou des lockouts dans les trois principaux ports au pays...

Toutes ces perturbations ayant eu lieu au cours des derniers mois ont mis en lumière une situation très inquiétante: la fragilité des infrastructures qui approvisionnent l'industrie automobile au pays.

A priori, il n'y a pas eu d'impacts majeurs chez les concessionnaires de la province. Plusieurs concessionnaires qu'AutoMédia a pu joindre le confirment. «En fait, notre industrie a trouvé des moyens pour prévenir les coups», souligne Ian P. Sam Yue Chi, PDG de la CCAQ.

Mais il ne faudrait surtout pas attendre que ces perturbations finissent par nuire à l'industrie automobile et autres secteurs économiques pour agir. «Il faut protéger la chaîne d'approvisionnement d'un océan à l'autre», avise le dirigeant.

Cela explique pourquoi la CCAQ a vivement réagi à la décision fédérale d'imposer un arbitrage pour restaurer les opérations au port de Montréal, à l'automne dernier. «Il y a urgence au pays d'établir une stratégie nationale durable pour la chaîne d'approvisionnement.»

Soulignons que plus de 450 000 véhicules, essentiellement de marques asiatiques, ont transité par le port de Vancouver en 2023.

Il s'agissait d'une hausse de 36% par comparaison avec 2022. L'Auto-port d'Halifax assiste, pour sa part, au transbordement de plus de 185 000 véhicules par année. Principalement des véhicules de marques européennes. Quant au port de Montréal, l'infrastructure sert davantage à l'exportation qu'à l'importation de véhicules. «N'empêche que les récentes interruptions ont nui à la réputation et à la fiabilité du port de Montréal. Ce dernier a perdu 24% de son volume de marchandises, toutes catégories confondues, en deux ans», signale le dirigeant de la CCAQ.

D'ailleurs, par sa position en faveur d'une vision nationale pour protéger la chaîne d'approvisionnement, la CCAQ tient à faire valoir son appui à l'endroit des autres secteurs économiques qui ont écopé lors des récentes perturbations.

«Pour un pays comme le Canada, qui repose sur des échanges commerciaux solides, la chaîne d'approvisionnement ne peut dépendre des effets de décisions ponctuelles et fragmentaires. Les mesures prises à la pièce, même dans des situations de crise, ne suffisent plus à maintenir la fiabilité de nos échanges avec nos partenaires internationaux. Il est temps que le gouvernement adopte une vision nationale pour assurer la stabilité de nos infrastructures de transport», soutient le dirigeant de la CCAQ. ●●●

Présenté par  CORPORATION des concessionnaires d'automobiles de Montréal

 Palais des congrès de Montréal

En collaboration avec  le journal de Montréal

 SALON AUTO MTL

Gala
Avant-Première Bénéfice

Jeudi 16 janvier 2025
Palais des congrès

ACHETEZ VOTRE BILLET
apb.salonautomontreal.com

Au profit de

Fondation de l'Hôpital du Sacré-Cœur de Montréal	Fondation de l'Hôpital LaSalle	Fondation de l'institut de Cardiologie de Montréal	Fondation Hôpital Pierre-Boucher	Fondation institut de gériatrie de Montréal	Fondation Santa Cabrini
--	--------------------------------	--	----------------------------------	---	-------------------------

VOS FOURNISSEURS et PARTENAIRES

LEURS BONS COUPS DE 2024

LEURS SOUHAITS POUR 2025

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

15 Auto 123 Newind

16 BMO

17 CARFAX

18 CarGurus

19 CIBC

20 DecisioningIT

21 Desjardins

22 DSMA

23 EBlock

26 Garantie AutoRoute

27 iA Services aux concessionnaires

28 Iceberg Finance

29 Innoviste (CSMO-Auto)

30 LGM

31 NERD

32 Pedlex

33 PBS

34 Produits Avantage Plus

35 SiriusXM

36 Scotia

37 Solution Globale

38 Sym-Tech

39 TD

40 Templeton Marsh

41 Top Gun Formation

LES BONS COUPS DE 2024

Avant de nous projeter en 2025, permettez-nous de revenir un instant sur l'année écoulée. En 2024, nous avons pris un engagement fort: placer nos clients au cœur de toutes nos préoccupations. Et ce pari a été remporté haut la main! La preuve? Par exemple, notre client Blainville Mitsubishi a décroché le titre de meilleur vendeur Mitsubishi au Canada grâce à une augmentation de 61,6% toutes ventes confondues, neuf et usagé, comparativement à l'année précédente.

Ce succès, nous le construisons ensemble, jour après jour, en mettant vos besoins au centre de nos préoccupations. Dans un monde automobile en perpétuelle mutation, où les outils marketing et les indicateurs de performance se transforment sans cesse, nous sommes aux côtés de nos clients pour les guider et les accompagner. Nos campagnes publicitaires, par exemple, sont toujours connectées grâce à la syndication des inventaires en temps réel, garantissant ainsi une cohérence,



Danny Gilbert, vice-président et associé chez Newind Marketing et Auto123.

une pertinence et une efficacité optimale. Notre accompagnement dans l'analyse granulaire des données objectives, populaires dans les CRM, permet de prendre des décisions éclairées quant à vos investissements

marketing. Notre mission? Vous conseiller au mieux et vous donner toutes les clés pour augmenter et améliorer la génération de vos leads.

LES SOUHAITS POUR 2025

La réussite de nos clients est la plus belle récompense que l'on peut souhaiter en 2025.

Mais avant de vous adresser nos meilleurs vœux, quelques questions: Au-delà de vos résolutions, quels sont vos souhaits les plus chers pour cette nouvelle année? Les avez-vous clairement identifiés? Savez-vous comment les atteindre? Une chose est sûre: avec Newind, vos souhaits ne resteront pas au fond du tiroir comme certaines de vos résolutions.:)

Ensemble, faisons de 2025 une année exceptionnelle!

Meilleurs vœux de réussite et de prospérité, de toute l'équipe de Newind. ●●●

**Votre réussite
est au cœur de nos
préoccupations.**

Toute l'équipe de Newind est à vos côtés pour vous accompagner dans tous vos projets et vous souhaite une année 2025 pleine de succès et de prospérité.

n e w i n d .

Bonne année 2025!

L'équipe du Financement aux concessionnaires
de la Banque de Montréal vous adresse
ses vœux les plus chaleureux.



Julien Lafleur



Sylvain Abraïni



Fortis Mathieu
Comptes nationaux



Christian Rojas



Hugo Laforest



Besh Khawand



Que la période des Fêtes vous apporte paix et réjouissances et
que l'année prochaine soit empreinte de santé, de succès et de
prospérité pour vous, vos entreprises et vos employés.

Nous vous remercions pour votre confiance continue et sachez que
vous pourrez compter sur nous pour poursuivre cette collaboration
commerciale afin de vous soutenir dans l'atteinte de vos objectifs
et la réalisation de vos projets en 2025.

Merci pour votre confiance.

Sylvain Raymond

Vice-président, Québec, Financement aux concessionnaires

BMO



LES BONS COUPS DE 2024

Jamais l'industrie automobile canadienne n'a autant été la cible des fraudeurs. Une situation que prend très au sérieux l'entreprise CARFAX Canada, consciente de son rôle de premier plan dans la lutte à ce fléau.

«Nous sommes très fiers d'avoir été invités à prendre part au premier Sommet national contre le vol qu'a organisé la Chambre des communes au printemps dernier. Un rendez-vous qui réunissait plusieurs acteurs tels que les forces de l'ordre, des membres de l'industrie portuaire et, bien sûr, des membres de l'industrie automobile. Notre participation à cet événement figure assurément parmi nos meilleurs coups de l'année», signale Stephan Lalonde, directeur des ventes aux concessionnaires.

Cet événement, poursuit-il, démontre l'intérêt du gouvernement à vouloir combattre ce problème. «Nous sommes bien heureux que CARFAX Canada puisse collaborer et apporter des solutions qui pourront aider nos partenaires à mieux lutter contre les fraudeurs», indique le directeur.

L'année 2024 a également été marquée



STEPHAN LALONDE
Directeur des ventes à CARFAX Canada

par le lancement de nouveaux outils d'évaluation, dont le produit baptisé *Aperçu du marché*. «Grâce à des données mises à jour quotidiennement, ce produit donne en temps réel la valeur des véhicules d'occasion. Ce qui permet aux concessionnaires et aux marchands de maximiser leur retour sur la vente de véhicules de seconde main», mentionne Stephan.

L'ajout d'une toute nouvelle application mobile, exclusive aux partenaires de

CARFAX Canada, permet aussi d'obtenir un rapport sur les véhicules en un clignement des yeux.

Le fournisseur canadien de rapports d'historiques et d'évaluation se félicite enfin de figurer parmi les contributeurs majeurs du Tournoi international de hockey peewee de Québec, le plus important tournoi de hockey mineur sur glace au monde. Sans oublier que CARFAX continue aussi de soutenir les Remparts de Québec, membre de la LHJMQ.

LES SOUHAITS POUR 2025

Alors qu'elle célébrera son 25^e anniversaire de fondation en 2025, l'entreprise CARFAX Canada souhaite demeurer un leader de l'industrie comme elle le fait depuis ses balbutiements.

«Nous allons poursuivre nos efforts pour lutter contre la fraude et, surtout, nous allons continuer d'offrir les meilleurs outils et solutions pour évaluer les véhicules à tous nos partenaires de l'industrie», conclut Stephan Lalonde. ●●●



LES BONS COUPS DE 2024

La conquête du marché canadien et, du même coup, de celui du Québec, va bon train pour CarGurus, le site d'affichage exclusif aux concessionnaires et marchands indépendants. Les résultats de l'année 2024 en font une belle démonstration, soulève fièrement son directeur des ventes pour le territoire du Québec, Mathieu Veilleux-Turgeon.

D'abord, CarGurus termine l'année en détenant le deuxième rang de la plus vaste audience d'outils de magasinage de véhicules en ligne auprès des consommateurs canadiens. «En fait, nous avons considérablement augmenté nos parts de marché partout au pays au cours de la dernière année. Selon nos données, nous avons désormais plus de 6,2 millions de visites par mois au Canada*», fait savoir le représentant de l'entreprise du Massachusetts.

Cette affluence, dit-il, s'explique en grande partie par l'expérience des utilisateurs qui, sur le site de CarGurus, bénéficient d'analyses, de statistiques et autres éléments pertinents leur permettant de disposer d'une vue d'ensemble claire et précise du marché automobile.

Et, comme le fait remarquer Mathieu, depuis que l'entreprise a débarqué au pays en 2016, CarGurus a toujours accordé une réelle importance à sa clientèle canadienne, et plus particulièrement à celle de la Belle Province qui s'exprime dans la langue de Molière. «Cette attention contribue non seulement à attirer de nouveaux clients sur le site, elle augmente forcément les résultats de vente des concessionnaires et des marchands qui font affaires avec nous.»

* SimilarWeb, Total Site Traffic, Custom-defined list: CarGurus.ca, Autotrader.ca, KijijiAutos, Q3 2024, CA

CarGurus, Internal Traffic Data, Total Sessions on CarGurus.ca, Q1'24 - Q3'24, CA



Mathieu Veilleux-Turgeon, directeur des ventes, Isabelle Ricard, directrice de comptes, et Maxime Béland, représentant des ventes.

LES SOUHAITS POUR 2025

Les performances de croissance que connaît CarGurus au pays vont d'ailleurs permettre à l'équipe du Québec de prendre encore plus de volume en 2025. «Grâce à l'embauche de deux nouvelles ressources au cours de l'année qui vient, nous serons bientôt six personnes au sein de l'équipe à nous partager le territoire du Québec», signale le directeur des ventes.

L'entreprise de Boston promet aussi de continuer de chouchouter sa clientèle québécoise qui lui fait confiance pour magasiner un véhicule d'occasion. «De nouveaux outils de performance d'analyses spécifiques aux besoins des consommateurs et des concessionnaires québécois devraient être annoncés au cours de la prochaine année. J'ai bien hâte de les partager avec vous.» ●●●

Nous vous souhaitons
d'excellentes fêtes
et **une bonne année**



LES BONS COUPS DE 2024

Plus que jamais, l'équipe de CIBC Auto Finance fait sentir sa présence auprès des concessionnaires du Québec. «Une implication qui, en 2024, a été magnifiquement fructueuse», signale Valérie Beaulac, directrice régionale de cette importante division financière.

«Dans le contexte actuel, il ne suffit pas de proposer une gamme de produits et de services simplifiés pour améliorer les processus de vente de nos partenaires de l'industrie automobile au Québec. Encore faut-il savoir ce qui contribue le mieux à leur succès», soutient la gestionnaire.

Sommet de la CCAQ, conférences, tournois de golf régionaux, Valérie et son équipe ont multiplié leurs présences lors d'une quinzaine d'événements réunissant les gens de l'industrie. Même plusieurs membres du bureau-chef de Toronto se sont déplacés, dont Stéphanie Lamb, directrice des prêts automobiles.

«Ces activités sociales constituent des moments précieux pour rencontrer nos partenaires et discuter avec eux de leurs besoins et de leurs réalités du quotidien. Ces rencontres se sont traduites par une augmentation marquée de nouveaux partenariats», explique Valérie. D'ailleurs, les parts de marché de CIBC Auto Finance affichent une nette progression depuis les six dernières années.

Autre bon coup en 2024 : le prolongement du programme de taux réduit avantageux offert aux consommateurs optant pour un véhicule vert. «Pour chaque véhicule vert vendu, 25\$ ont été versés à Conservation de la Nature Canada (CNC)», rappelle la directrice. Depuis 1962, cet organisme a ainsi réussi à faire protéger plus de 15 millions d'hectares de forêts d'un océan à l'autre, dont plus de 550 km² au Québec.



Valérie Beaulac (à droite tout à fait), directrice régionale - Québec, en compagnie de ses directeurs et directrices de district : (de g. à d.), **Brenda Espinal** (Grand Montréal, Montérégie Ouest, Côte-Nord), **Christian Georges** (Rive-Nord, Laurentides, Outaouais), **Carl Vallée** (Lanaudière, Centre du Québec, Lac St-Jean), **Sabrina Saad** (Rive-Sud de Montréal, Estrie, Bas St-Laurent) et **Karine Lesage** (Québec, Beauce, Saguenay).

Enfin, Valérie tient également à souligner qu'en 2024 la CIBC est devenue la première des six grandes banques du Canada à offrir du financement pour l'installation de borne électrique résidentielle.

LES SOUHAITS POUR 2025

Au cours de la nouvelle année, Valérie Beaulac et son équipe souhaitent poursuivre leurs efforts pour constamment améliorer l'expérience-client et celles de leurs partenaires. «Nous allons continuer à surpasser nos standards et nos services, promet-elle. Et, surtout, nous allons continuer d'innover à tous les niveaux pour offrir un service de qualité, flexible, qui répond en tout point aux besoins de nos partenaires concessionnaires.»

«Mais bien entendu, conclut Valérie, nous nous souhaitons d'abord et avant tout, à tous et à chacun, une bonne santé physique, mentale... et financière !» ●●●



JOYEUSES FÊTES!

En 2025, profitez
des offres avantageuses CIBC
pour les concessionnaires!



LES BONS COUPS DE 2024

L'année qui s'achève a été une année marquante pour DecisioningIT. Nous soulignons avec fierté la nomination de notre cofondateur André-Martin Hobbs au conseil d'administration de la CCAM, ainsi que l'arrivée de nouveaux leaders dans notre équipe: John Burnett comme directeur des ventes, et Patrice D'Amour et Martin Moreau comme directeurs de territoire.

De plus, cette année, nous avons atteint un jalon significatif: plus de 150 concessionnaires utilisent désormais notre widget SAM sur leurs sites Web et en concession, parmi lesquels les groupes Spinelli, HGreg, Beaucage et L'Ami Junior.

Cette adoption reflète la confiance de l'industrie envers notre solution, qui simplifie le processus de préqualification de crédit, améliore l'expérience client et optimise le travail des équipes de vente.

Nous accompagnons nos partenaires avec des formations personnalisées pour maximiser l'efficacité de SAM. Notre équipe s'est

déplacée à travers le Canada, d'un océan à l'autre, pour visiter et former des concessionnaires directement sur le terrain. Ces rencontres nous permettent de mieux comprendre les besoins uniques de chaque région et de renforcer notre collaboration avec eux.

LES SOUHAITS POUR 2025

C'est au cours des prochains mois que DecisioningIT poursuivra sa mission de transformation dans les départements F&A en misant sur l'automatisation, la transparence et la satisfaction client. Nos outils permettent d'augmenter la rentabilité tout en renforçant la confiance des consommateurs. Dès janvier, plusieurs nouveaux concessionnaires adopteront SAM et sa grande sœur, la plateforme Lucy, pour rejoindre le mouvement.

Enfin, nous tenons à rappeler que notre solution est conçue ici, au Québec, par des concessionnaires et pour des concession-



Annabelle Barrette, directrice de la formation, et André-Martin Hobbs, cofondateur de DecisioningIT.

naires. Nous continuerons d'innover pour accompagner l'industrie automobile vers un avenir prospère et durable. 🟡🟢🔴



NOUVEAU! Avez-vous entendu parler du Widget SAM?

Cet outil génère des leads préqualifiés et augmente les ventes et les profits F&I.

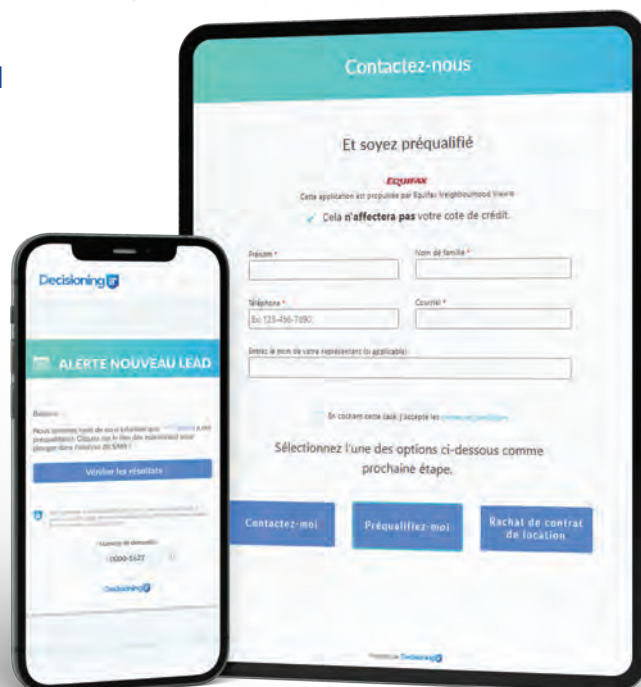
- Plus de 100 concessions l'utilisent au Québec déjà
- Utile en concession avec vos vendeurs, BDC et F&I
- Ajouté à votre site web, SAM garanti un succès dès le premier mois d'utilisation

Voir SAM
en action



☎ 514-838-3563

🌐 www.decisioning.it



LES BONS COUPS DE 2024

Les 12 mois qui s'achèvent auront été parsemés de défis, et la grande équipe de Financement automobile et biens durables de Desjardins les conclut avec le sentiment du devoir accompli.

Un des faits saillants de l'année, qui se poursuivra bien malgré nous, concerne la hausse importante des fraudes. Nous devons accorder beaucoup de vigilance au niveau de ce fléau qui est toujours très présent au quotidien.

Parce qu'elle entraîne de nombreuses conséquences, dont les risques de pertes financières et les impacts sur les victimes, pour ne nommer que celles-ci, la lutte contre la fraude est une priorité. Comme entreprise qui interagit directement avec des clients, vous êtes une ligne de défense importante pour lutter contre cette dernière. Votre vigilance demeure un incontournable.

Sur une autre note, un changement au sein de la direction Ventes, Financement auto-

mobile et biens durables apporte un vent de fraîcheur à l'équipe du Québec et de l'Ontario avec la venue de Marlène Caron comme directrice nationale. Elle prend la relève de Normand Bergeron, qui quitte l'organisation pour une retraite bien méritée, après 40 ans de fiers services chez Desjardins.

Marlène occupait le poste de conseillère principale pour le secteur d'activité. C'est désormais Isabelle Chiasson qui lui succède.



Marlène Caron

Directrice nationale, Direction ventes,
Financement automobile et biens durables

LES SOUHAITS POUR 2025

Tout au long de la nouvelle année, notre équipe de représentants des ventes poursuivra son rôle, celui de vous accompagner dans vos événements et vos transactions. Cette équipe émérite pourra également vous aiguiller dans vos projets divers.

Que ce soit pour vos besoins en gestion d'entreprise (service de paie, régime collectif et transfert d'entreprise), votre représentant

pourra vous aider. C'est avec plaisir qu'il vous dirigera vers nos équipes spécialisées, qui pourront vous faire connaître nos services et ainsi répondre à vos besoins.

Nous entamons l'année 2025 avec beaucoup d'enthousiasme et d'inspiration. Entre-temps, nous vous souhaitons de très joyeuses fêtes! 🌈

Faire route ensemble en 2025

Que votre année 2025 soit remplie d'accomplissements, tous plus inspirants les uns que les autres, pour vous et votre entreprise. Comptez sur notre équipe vouée à la satisfaction de vos besoins.



N'hésitez pas à communiquer avec
notre centre du service à la clientèle au 1-877-871-0114



LES BONS COUPS DE 2024

L'année qui prend fin se clôture une fois de plus sur une très bonne note pour l'équipe de DSMA au Québec.

D'abord, soulignons que l'entreprise a une toute nouvelle directrice générale pour le Québec, Mélissa Samatas. Celle qui était déjà associée depuis un an a hérité de la direction au cours de l'automne.

Outre cette nomination, DSMA s'est démarquée à plusieurs égards. «Notre équipe a réalisé plus de 65 % de la vingtaine de transactions entre concessionnaires qui ont eu lieu en 2024 au Québec. Et si on isole toutes celles qui se sont déroulées à l'aide d'une agence, ce taux grimpe à plus de 85 %», signale fièrement la nouvelle dirigeante.

D'ailleurs, renchérit son associé Étienne Demeules, ces transactions représentent un record en termes de valeur. Une conséquence directe de l'augmentation de la valeur des concessions en 2024, précise le directeur financier de DSMA.

Ces performances ont fortement contribué à la croissance de DSMA qui, pour une quatrième année consécutive, figure au classement *Canada's Top Growing Companies* du *Globe and Mail*.

Le courtier des concessionnaires est également fier du nouveau partenariat avec la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec qui permet à ses membres de bénéficier de QUOTUS, son outil d'intelligence d'affaires.

LES SOUHAITS POUR 2025

Plen de nouveaux projets en termes d'outils et de services pour bonifier les études de marché du secteur automobile figurent à l'agenda pour l'année à venir au sein de l'équipe de DSMA. «Des an-



nonces devraient survenir assez rapidement en ce sens au courant de 2025», précise Mélissa.

De plus, puisque l'équipe ne cesse de prendre de l'expansion, DSMA emménagera dans de nouveaux bureaux situés dans Griffintown, dès le mois de janvier prochain.

«Outre ces projets, qui tiendront occupée toute notre équipe, nous souhaitons à tous nos partenaires de l'industrie que les taux d'intérêt continuent de baisser afin que se stabilise l'économie.»

« Nous souhaitons également aux concessionnaires un retour à une saine rentabilité, de bons inventaires, de bons incitatifs de la part de leur constructeur et, bien sûr, de la santé, du bonheur et de belles transactions », conclut joyeusement Mélissa Samatas. ●●●



JOYEUSES FÊTES

DE NOTRE FAMILLE À LA VÔTRE

+ DE 2000 ÉVALUATIONS DE CONCESSIONS

+ DE 475 TRANSACTIONS CONCLUES



LES BONS COUPS DE 2024

L'année qui s'achève a été marquée par des changements importants au sein de la direction d'EBlock. À la suite du départ de Max Fabian, une figure centrale au cœur même du succès d'EBlock au Québec et un nom bien connu à l'échelle nationale, plusieurs se sont inquiétés du sort de la compagnie et se demandaient si l'entreprise conserverait sa part de marché majoritaire dans la Belle Province.

Or, déjà présent dans l'organigramme de la compagnie, Maxime Knitel a pris la direction des ventes pour l'est du Canada et les résultats parlent d'eux-mêmes, puisque de nouveaux records de ventes ont été atteints!

«Nous avons célébré nos meilleures semaines de notre histoire durant le mois de septembre et nous aurons connu une croissance remarquable de 44% sur une période d'un an à la fin d'octobre. L'équipe a tout simplement excellé», explique avec beaucoup de fierté le nouveau directeur.

En plus de bien sécuriser les fondations de l'entreprise, EBlock lui a ajouté un nouveau volet durant l'automne. Ainsi, Cars.ca, pro-



Maxime Knitel
Directeur des ventes de l'est du Canada

pulsé par EINC, l'entité qui chapeaute EBlock, a été officiellement lancé sur le marché.

En réponse à une demande répétée des clients concessionnaires, la plateforme assure maintenant un lien avec le consommateur. Ce nouvel outil puissant présente numériquement les véhicules et optimise la visibilité face aux acheteurs.

«Dès sa mise en place, le site Cars.ca présentait 130 000 véhicules, ce qui en fait déjà un des plus importants sites de véhicules d'occasion», souligne Maxime.

Il s'agissait du troisième élément que recherchait le groupe afin de boucler la boucle. «EDealer fournit des sites Web de pointe aux concessionnaires et EBlock gère le côté de la vente en gros. Avec Cars.ca et sa technologie dernier cri, du jamais vu auparavant sur une plateforme B2C, nous offrons désormais un guichet unique et inédit», dit Maxime Knitel.

LES SOUHAITS POUR 2025

Avec tous ces changements, tant au sein même de l'entreprise que dans l'industrie, EBlock compte régler la machine au quart de tour et rationaliser tous les processus afin d'éviter le gaspillage.

Si le marché printanier de 2024 a été pour ainsi dire inexistant selon Maxime Knitel, «2025 apportera son lot de développements passionnants et de nouvelles perspectives!», prédit-il.

Grâce à la baisse des taux d'intérêt et à l'économie qui démontre une belle vigueur, le directeur des ventes s'attend à connaître une croissance de 5% à 6% durant la nouvelle année. ●●●



LE CADEAU IDÉAL



À NOËL, ON OFFRE L'ANNUEL!

annuelauto.ca

Vos efforts sur les
médias sociaux
ne mènent nulle part?



C'est pas la faute
de Facebook ...
... mais de ce que
vous publiez dessus!



On peut vous aider.

L'AGENCE
automédia.

MÉDIAS SOCIAUX
PUBLICITÉ NUMÉRIQUE
PRODUCTION PHOTO & VIDÉO

LES BONS COUPS DE 2024

Garantie AutoRoute continue sur sa lancée! L'augmentation continue de ses ventes ainsi que du nombre croissant de commerçants distribuant ses produits en témoigne.

Son programme de franchisage, qui permet aux concessionnaires automobiles qui le souhaitent de devenir propriétaires de leurs garanties prolongées mécaniques et esthétiques, a connu beaucoup de succès en 2024. Ravi, le président Benjamin Plourde explique: «Nous sommes très fiers d'avoir complété la première cohorte de franchisés et la deuxième débutera sous peu.» Il ajoute: «Nous voulons participer à la prospérité des commerçants automobiles du Québec en mettant l'accent sur la simplicité, l'efficacité et la cohérence. Toujours présentes au cœur de nos décisions et de nos actions, ces valeurs contribuent à la qualité de nos partenariats.»

Rappelons que Garantie AutoRoute révolutionne l'industrie des garanties supplémentaires avec son concept de franchisage.



BENJAMIN PLOURDE
Président de Garantie AutoRoute

L'entreprise continue de déployer ses équipes à travers la province pour permettre que de plus en plus de concessionnaires puissent bénéficier de sa formule gagnante.

Fait marquant de l'année: l'arrivée de Mark Vallée, vice-président au développement des affaires. Il s'agit d'un ajout majeur au sein de l'équipe, car son expertise et son dynamisme ont permis de faire la différence.

Cette belle réussite a aussi nécessité l'embauche de trois nouveaux employés pour répondre aux besoins grandissants du service à la clientèle ainsi qu'à celui des réclamations. «Pour répondre aux nouveaux besoins, les bureaux de l'entreprise déménageront à la fin de l'année... car nous avons besoin d'espace!» souligne Benjamin Plourde.

LES SOUHAITS POUR 2025

Si l'intégration des nouveaux membres de l'équipe et la gestion de la croissance de l'entreprise demeurent des priorités pour l'année qui vient, Garantie AutoRoute s'engage à continuer de nous surprendre.

Benjamin Plourde remercie ses partenaires pour leur confiance et souhaite continuer à les accompagner dans la réussite de leurs objectifs pour que 2025 soit une très belle année.

«Nous avons de grands projets pour la nouvelle année et il me tarde de vous en parler», conclut-il. ●●●

*L'équipe de Garantie AutoRoute
vous souhaite*

une très belle année 2025

**GARANTIE
AutoRoute**

Votre PAIX D'ESPRIT... Notre GARANTIE

LES BONS COUPS DE 2024

Le marché automobile a été malmené par l'économie en 2024. Un contexte difficile au sein duquel l'équipe de iA Services aux concessionnaires a malgré tout réussi à tirer son épingle du jeu. « Nous avons pu réaliser de belles prouesses nous permettant d'atteindre nos objectifs », se félicite son Vice-président régional Québec, Sébastien Alajarin.

« Un de nos meilleurs coups de l'année demeure l'implantation d'une toute nouvelle gamme de produits d'apparence au sein du réseau des concessionnaires Mercedes-Benz au Québec », partage sa collègue Nancy Longchamps, Directrice régionale des ventes Québec. « Cette implantation, précise-t-elle, a été un franc succès sur toute la ligne. Tous les concessionnaires l'ont adoptée. Nous en sommes très fiers. »

L'implication de iA Services aux concessionnaires lors des principaux événements de l'industrie automobile au Québec constitue un autre élément qui a nourri la fierté de l'équipe. « Ce n'est pas un devoir mais bien un honneur pour notre entreprise de prendre part aux activités de l'industrie. Que ce soit lors de la Rencontre au Sommet de la CCAQ ou durant les salons de l'auto, c'est un privilège d'être un partenaire majeur afin de soutenir ces rendez-vous », explique Sébastien Alajarin.

Rappelons qu'en 2024, iA Services aux concessionnaires a célébré sa cinquième année à titre de principal commanditaire du Salon International de l'Auto de Québec. Une entente similaire existe également depuis deux ans avec le Salon de l'Auto de Montréal. « Nous sommes très heureux de contribuer à ces événements, ainsi qu'au Salon du



Sébastien Alajarin
Vice-président régional Québec



Nancy Longchamps
Directrice régionale des ventes Québec

Véhicule électrique de Québec. Les gens adorent se déplacer pour voir et toucher les véhicules, comme en font foi les succès aux billetteries de tous ces événements », constate le vice-président, très heureux de voir son équipe appuyer ces succès.

LES SOUHAITS POUR 2025

« Puisque la nouvelle année s'annonce remplie de défis, souhaitons-nous d'abord de la santé et du bonheur », avance Nancy Longchamps. « Et la volonté de prendre de bonnes décisions », enchaîne aussitôt son collègue Sébastien Alajarin.

« L'industrie, dit-il, tend à vouloir prendre des engagements et les concessionnaires veulent améliorer la perception des consommateurs envers eux. Les changements dans la régulation nous donnent l'occasion d'améliorer nos processus. Du coup, souhaitons-nous de prendre le bon virage... et d'en maintenir le cap! » ●●●

BONNE ANNÉE 2025!



iaservicesconcessionnaires.ca



info.iasc@ia.ca



1 877 671-9009

LES BONS COUPS DE 2024

Notre programme de financement automobile pour les nouveaux arrivants a connu un très beau succès en 2024 et s'annonce très prometteur pour 2025. Nous avons aussi conclu en septembre dernier une entente exclusive pour tout le Canada avec la compagnie AutologiQ pour le financement des réparations automobiles. Cette nouvelle verticale devrait générer plus de 30 M\$ en financement en 2025. Notre programme de financement des produits d'assurance-crédit, d'assurance de remplacement et de garantie prolongée financé sur un prêt distinct du financement du véhicule a connu également un très gros succès en 2024 et est très apprécié des concessionnaires automobiles et marchands de véhicules d'occasion. Nous sommes d'ailleurs à le déployer dans l'ensemble du Canada. Notre croissance organique s'est donc poursuivie en 2024 (+ de 20%) et, pour la première fois de notre histoire, nous avons dépassé le cap des 100 M\$ en nouveaux financements.

Du côté de notre autre compagnie iFinance, notre déploiement pancanadien s'est pour-

suivi là aussi et la croissance organique a été excellente avec un peu plus de 40% vs 2023. La meilleure année en 28 ans d'existence avec un peu plus de 70 M\$ de nouveaux prêts émis en 2024. En plus d'être un leader au Canada dans le financement médical, esthétique, dentaire et vétérinaire, nous avons connu aussi une très belle croissance dans le financement de biens ou services de toutes sortes.

C'est donc un peu plus de 170 M\$ de nouveaux prêts réalisés en 2024 et une augmentation importante du nombre de commerçants et entreprises qui font maintenant affaire avec nous.

LES SOUHAITS POUR 2025

Croissance, croissance, croissance! Il y a encore énormément de place pour nous au Canada et nous sommes très loin d'avoir atteint notre plein potentiel. Nous travaillons d'ailleurs actuellement sur plusieurs nouvelles verticales, et ce, dans nos deux compagnies et certains nouveaux programmes de financement vont être lancés au courant du



Réal Breton
Président d'Iceberg Finance

1^{er} trimestre de 2025 et d'autres dans le 2^e trimestre. Enfin, nous aimerions vraiment en 2025 avoir l'opportunité de faire une 2^e acquisition. Nous sommes super contents de l'acquisition d'iFinance que nous avons faite en mars 2022 et nous sommes maintenant prêts pour la seconde. Cela peut être aussi bien dans les créneaux d'Iceberg Finance que ceux d'iFinance Canada. Notre objectif pour 2025 est de terminer l'année avec un portefeuille de prêts en vigueur de plus de 400 M\$. ●●●

JOYEUSES FÊTES ET BONNE ANNÉE 2025 !

*Que cette nouvelle année soit l'occasion
de relever de nouveaux défis ensemble
et de célébrer nos réussites.*

**ICEBERG
FINANCE**
icebergfinance.ca

LES BONS COUPS DE 2024

L'année a été bien remplie pour l'équipe d'Innoviste qui, grâce à son expertise et à sa persévérance, a concrétisé un plan d'action ambitieux.

En premier lieu, après plus de 25 ans sous le nom de CSMO-Auto, l'organisation a adopté le nom d'Innoviste. Un tournant stratégique : en plus du secteur de l'automobile, il inclut les secteurs des véhicules lourds, des véhicules de loisirs, des véhicules récréatifs, des engins de chantier, des véhicules agricoles et du recyclage de véhicules, reflétant une mission plus large et inclusive. L'identité visuelle d'Innoviste a du coup été modernisée.

L'année a aussi été marquée par une augmentation de l'offre de formations en ligne, incluant désormais des formations pour les conseillers techniques, les démonteurs de véhicules routiers, les estimateurs de dommages et les conseillers en vente d'automobiles.

Innoviste est fier de compter plusieurs diplômés de l'Attestation d'études professionnelles (AEP) en mécanique de véhicules électriques cette année, un programme unique qui se poursuivra au moins jusqu'en 2026.

Pour soutenir les gestionnaires dans leurs efforts d'attraction, de recrutement et de fidélisation, Innoviste a déployé une série d'outils numériques. Ces solutions facilitent l'embauche et le maintien de la main-d'œuvre qualifiée, un atout crucial pour l'industrie. De plus, Innoviste a centralisé des informations pour guider les employeurs sur le recrutement international pour contrer la pénurie de main-d'œuvre qualifiée.

Parmi les autres réussites de 2024, la campagne *Carbure aux défis* s'est illustrée. Lancée pour promouvoir les métiers de la mécanique et de la carrosserie, cette initiative a non seulement atteint mais surpassé ses objectifs initiaux.



L'un des projets majeurs de 2024, l'Offensive de la formation continue, vise à renforcer les compétences à travers tout le Québec en optimisant l'offre de formation continue pour répondre aux besoins réels des métiers de l'industrie.

En somme, ces réussites renforcent la position d'Innoviste comme acteur clé dans le développement des compétences et la promotion des métiers de l'industrie.

LES SOUHAITS POUR 2025

Innoviste se tourne résolument vers l'avenir avec des ambitions élevées. La poursuite des activités de concertation pour l'Offensive de la formation continue est au cœur de ses priorités, avec pour objectif d'assurer une offre de formation pertinente et accessible dans toutes les régions du Québec.

En 2025, Innoviste souhaite se faire davantage connaître des employeurs et travailleurs de l'industrie, afin qu'ils reconnaissent son leadership et sa volonté de mobiliser l'industrie pour le bien de tous. Innoviste souhaite aussi jouer un rôle central dans la formation des employeurs et des travailleurs, tout en établissant de nouveaux partenariats et programmes de formation. ●●●



LES BONS COUPS DE 2024

Depuis des années, les produits de garantie mécanique signés LGM Services financiers font le bonheur des manufacturiers et, surtout, des consommateurs qui en bénéficient. «Une relation gagnante qui a fracassé de nouveaux records en 2024», partage Marc-André Lefebvre, vice-président des ventes du Québec chez LGM Services financiers.

«Non seulement nos protections atteignent des niveaux de pénétration inégalés au sein du marché (jusqu'à 50 % dans certains secteurs), les manufacturiers veulent renouveler leurs ententes et de nouveaux souhaitent se joindre à notre réseau pour offrir, eux aussi, nos produits à leurs clients», indique le gestionnaire.

La popularité des produits de LGM s'est d'ailleurs traduite par une augmentation des membres au sein de l'équipe en 2024, souligne Marc-André. «Afin de maximiser notre présence auprès des concessionnaires, nous avons ajouté deux nouveaux directeurs en développement de concessions.»

L'entreprise salue également l'arrivée de sa nouvelle directrice régionale, Marie-Eve Boursier, entrée en poste cet automne. «Depuis déjà quatre ans, Marie-Eve joue un rôle majeur en termes de développement des affaires. En devenant directrice, elle travaillera encore plus étroitement avec les concessionnaires, et plus particulièrement avec ceux et celles qui dirigent des groupes de concessions», dit-il.

Cette nomination coïncide également avec le lancement de nouveaux produits de garantie mécanique à prix très abordables qui s'adressent aux propriétaires de véhicules de moins de 13 ans d'âge. «Un produit qui va faire fureur, c'est garanti !», promet le v.-p. québécois de LGM Services financiers.



LES SOUHAITS POUR 2025

Très motivée par les performances de l'année 2024, l'équipe de LGM souhaite bien sûr poursuivre sur sa lancée durant la nouvelle année.

«Nous sommes conscients qu'il y aura des changements importants au sein de l'industrie automobile au Québec. Tout le monde se prépare en prévision des nouvelles règles qui s'appliqueront en 2026. Pour cette raison, nous allons continuer de prioriser nos garanties mécaniques afin de bien servir nos partenaires manufacturiers. Et, plus que jamais, notre plus grand objectif est d'offrir la meilleure expérience client à tous ceux qui font affaires avec LGM Services financiers tout en favorisant le facteur rétention en concession», conclut Marc-André Lefebvre. ●●●

joyeuses Fêtes



Comment rester pertinent dans un monde en constante évolution

L'année 2024 a été marquée par des avancées majeures chez Nerd Marketing, avec deux initiatives qui ont transformé notre manière de travailler et les résultats de nos clients. Tout d'abord, nous avons intégré l'intelligence artificielle au cœur de nos processus. En recommandant à nos équipes de remplacer leur fenêtre de recherche Google par ChatGPT, nous avons non seulement accéléré la résolution de problèmes, mais également stimulé l'innovation. Cette simple habitude a enrichi nos campagnes et optimisé nos décisions au quotidien.

En parallèle, nous avons introduit TikTok et TikTok Ads dans notre éventail de produits. Ce nouveau canal s'est révélé un outil puissant, non seulement pour booster les ventes, mais aussi pour simplifier le recrutement, un défi constant pour les concessionnaires automobiles. Nos clients ont pu capturer l'attention d'une audience plus jeune et engager de manière plus authentique, augmentant ainsi leur notoriété et leur efficacité opérationnelle.

Alors que 2025 approche, nos vœux pour les lecteurs sont axés sur deux dimensions.

D'un côté, nous encourageons chacun à poursuivre les micro-actions qui font la différence. Améliorer chaque département et chaque



interaction client, même de 1% par semaine, peut sembler anodin, mais cela aboutit à des résultats extraordinaires à la fin de l'année.

D'un autre côté, nous espérons que les éléments sur lesquels vous n'avez pas de prise, comme les taux d'intérêt, le pouvoir d'achat des consommateurs et les décisions des constructeurs, évolueront favorablement. Ces facteurs externes jouent un rôle crucial dans la santé de notre industrie.

Pour 2025, notre ambition est de continuer à être un partenaire stratégique et innovant pour nos clients. Ensemble, cultivons le succès, une étape à la fois. Bonne année 2025! 🟡🟢🔴



LES BONS COUPS DE 2024

« Nous avons vécu une autre très bonne année. En fait, pour moi, dans l'automobile, ça a été ma meilleure à vie! » affirme tout de go Yves Poirier, responsable justement du secteur automobile chez Pedlex, la compagnie fondée il y a 48 ans par son père Pierre.

C'est connu, les OEM lancent régulièrement des programmes Image pour revamper le look de leurs franchises. Cette année, le jeu des cycles a fait que ça a surtout été au tour des concessionnaires Ford de se démarquer.

Comme Léveillé Ford qui inaugurera bientôt une nouvelle construction à Saint-Jérôme, le long de l'autoroute 15. Une impressionnante concession et une très grosse commande pour Pedlex.

« Elle ouvrira avec 25 baies de service mais en comptera 40 au total. Il s'agit de la première concession pour laquelle je n'habille pas des baies de service régulières parce que plusieurs sont au milieu du plancher. Donc, rien de fixe. Chaque technicien a un coffre à outils Rousseau sur roues, avec un établi à côté, lui aussi sur roues. Tout se bouge! Heu-

reusement que le catalogue Rousseau répond à tous ces besoins », dit Yves Poirier.

En fait, l'Ovale bleu n'a pas chômé dans les Laurentides puisque Élite Ford, également à St-Jérôme, a lui aussi fait peau neuve. De même qu'Alliance Ford Tremblant, à Mont-Tremblant. Plus au sud, Ford Île-Perrot, du Groupe AutoForce, s'est également offert un nouvel établissement. Tous comblés par Pedlex.

La profusion des gros chantiers ne complique pas la vie d'Yves outre mesure. « En fait, c'est plus facile. On part du même gabarit multiplié par un plus gros multiplicateur. Quand un département de pièces est plus grand, il compte plus de tablettes. Un département de service plus grand? Plus de coffres. C'est tout », dit le directeur dont la grande expérience explique cette apparente simplicité d'exécution.

LES SOUHAITS POUR 2025

Yves Poirier prévoit pour Pedlex en général une autre bonne année: « Pour notre



Yves Poirier, responsable du secteur automobile chez Pedlex.

division automobile en particulier, plusieurs projets sont encore sur la table à dessins. Donc il serait possible que l'année soit plus tranquille parce que l'exécution des plans se déroulerait en 2026. »

De toute façon, avec le temps, Yves pense bien avoir développé une recette infallible pour garder ses clients heureux et, donc, loyaux. « Un, ils adorent le produit Rousseau. C'est le top de la ligne, point final! Deux, nous écoutons. Ce que le client veut, nous en prenons bonne note et nous le réalisons. » ● ● ●

JOYEUSES FÊTES!

QUE 2025 SOIT L'OCCASION
DE DÉCOUVRIR NOS PRODUITS
INNOVATEURS, DURABLES ET
DE HAUTE QUALITÉ!

 *We challenge
space*
Pedlex
défie l'espace

info@pedlex.com

514 324-5310 - 1 888-PEDLEX-9



SYSTÈMES DE GESTION DES CONCESSIONNAIRES

LE DMS POUR LES ÉVÉNEMENTS ET LA FORMATION

LA CONFÉRENCE



Là où les idées de notre clientèle prennent vie dans le logiciel.

L'ACADÉMIE PBS



Là où vous trouverez de la formation autonome en ligne, ou des sessions virtuelles animées par notre personnel.

LES ATELIERS



Là où vous recevrez de la formation plus poussée en petits groupes selon les enjeux régionaux.

LES WEBINAIRES



Là où vous découvrirez les nouvelles fonctionnalités du DMS pour renforcer votre entreprise

WWW.PBSSYSTEMS.COM

1.800.665.6304

En savoir plus



Produits **Avantage Plus**

LES BONS COUPS DE 2024

L'IA a fait son entrée chez Produits Avantage Plus pendant l'année et Karine Lebel témoigne déjà des bienfaits ressentis. «L'utilisation de l'IA permet une uniformisation dans le traitement des réclamations qui se traduit par une plus grande rapidité d'exécution», dit la présidente.

Parmi les autres belles initiatives figure la diffusion d'une série de capsules informatives sur les garanties prolongées. «Nous nous engageons activement à démystifier le rôle des compagnies de garanties prolongées, que ce soit à la télévision, sur les réseaux sociaux ou à travers des publications imprimées», explique Karine avec la ferveur d'un missionnaire.

«Notre objectif, poursuit-elle, est de clarifier l'importance de ces garanties et de souligner leurs avantages lorsqu'elles sont bien vendues. En partageant notre expertise de manière transparente, nous souhaitons informer le grand public. Ces garanties deviennent des atouts précieux pour les consommateurs lorsqu'elles sont adaptées à leurs besoins.»

Karine Lebel ne cache pas que 2024, et particulièrement le projet de loi 30, ont taxé

l'industrie et secoué les modèles d'affaires traditionnels. «Nous avons saisi la balle au bond en ajustant notre catalogue et en établissant des partenariats pour offrir des produits à valeur rajoutée, autant pour le consommateur que pour nos distributeurs.» Bien sûr, parallèlement à ses activités professionnelles florissantes, Produits Avantage Plus continue d'appuyer sa Fondation dédiée à tout ce qui peut améliorer le bilan routier du Québec. «C'est simple, nous tenons mordicus à promouvoir la prévention des accidents.»

LES SOUHAITS POUR 2025

L'amélioration de la plateforme de PAP se poursuivra durant la nouvelle année. «Notamment, les directeurs financiers pourront y naviguer avec une plus grande facilité. L'ensemble du site sera plus flexible», promet Karine Lebel.

Consciente des changements rapides qui percutent l'industrie et des attentes croissantes des consommateurs, PAP suit le rythme. «Nous nous languissons de vous présenter nos nouveaux produits et services! Et nous nous faisons un point d'honneur de le faire



Éric Lindquist et Karine Lebel

d'une manière fluide et personnalisée afin d'optimiser les ventes et de répondre précisément aux attentes du marché.

Dans ce but, PAP a développé des programmes de coaching pour toutes les étapes du processus (expérience client, vente et gestion des réclamations). «Nous allons jusqu'à proposer des ateliers de vulgarisation mécanique afin que les directeurs financiers soient à l'aise avec toutes les facettes des produits qu'ils proposent à leurs clients», dit Karine. Une écoute attentive, un service réactif et des solutions personnalisées, voilà le secret. ●●●

Joyeuses Fêtes



**PRODUITS
AVANTAGEPLUS**

*La famille de la Banque Scotia
et d'Avantage concessionnaire Scotia
vous souhaite, ainsi qu'à vos proches,
de la sérénité et du bonheur pour l'année à venir.*



Danny Migliozi | Directeur développement des affaires, Laval, Lanaudière

Dimitri Coconas | Directeur développement des affaires, Montréal-Est, Rive Sud

Kara Hollister | Directrice nationale des ventes (ACS)

Alexa Birboutsakis | Directrice développement des affaires, Montréal et Rive Sud

Mélissa Furfaro-Gattola | Directrice développement des affaires, Rive Nord de Montréal

Yannick Pouliot | Directrice développement des affaires, Ville de Québec

Alain Légaré | Directeur régional des ventes Québec/Atlantique

Alain Henry | Vice-président Avantage Concessionnaire Scotia (ACS)



Marc Saulnier | Premier directeur et chef de marché Québec

Martine Drolet | Directrice des ventes aux particuliers, Québec

Julie Simard | Directrice principale relation d'affaires

Sylvie Hurtubise | Directrice principale, relations d'affaires

Cynthia Ficca | Directrice principale, relations d'affaires

Roberto D'Errico | Directeur principal, relations d'affaires

LES BONS COUPS DE 2024

La nouvelle image de marque de SiriusXM est maintenant visible partout, des concessionnaires aux consommateurs en passant par tous les grands événements musicaux. Avec l'image sont venues également de nouvelles façons d'expérimenter les nombreuses facettes de SiriusXM.

Par exemple, avec 360L, SiriusXM propose une écoute nouveau genre sur tous les appareils mobiles grâce à une plateforme satellite et Internet. «Nous avons présenté ces nouvelles technologies innovantes à tous nos clients constructeurs et concessionnaires et c'est super intéressant», raconte Jean-François Martin, directeur régional de SiriusXM pour l'est du Canada.

Par ailleurs, la compagnie voulait offrir des essais prolongés. Or, GM propose désormais cette option à ses nouveaux clients. La programmation se fait avant la livraison du véhicule. Ainsi, le nouveau propriétaire peut apprécier une meilleure expérience radio dès sa première balade et ce, pendant trois ans.

Au Québec et à travers tout le pays, le diffuseur poursuit sa mission de promouvoir les artistes francophones émergents et établis.

À plus d'une trentaine d'occasions, les ferrets de musique ont déferlé sur les sites des plus grands festivals de musique québécois, dont le Festival d'été de Québec, Osheaga et Lasso Montréal.

«Les amateurs de country sont passionnés et le new country est non seulement très populaire, c'est malade!», a constaté Jean-François. De Chicoutimi à Rouyn-Noranda, SiriusXM opère même sa magie jusqu'au Festival du Voyageur à Winnipeg.

LES SOUHAITS POUR 2025

Fort du succès connu avec GM, SiriusXM continuera de promouvoir les essais prolongés. L'entreprise est en pourparlers avec plusieurs autres constructeurs qui se joindront à la liste au cours de la nouvelle année.

Évidemment, avec les fonctionnalités disponibles sur tous les appareils mobiles, les efforts de synchronisation et de transition améliorée seront multipliés afin de toujours offrir une meilleure expérience au mélomane, assure le directeur. D'ailleurs, toujours dans



Suzie Dassylva, directrice district Québec, et Jean-François Martin, directeur régional, Est du Canada.

un souci d'offrir plus à moindre prix, le client pourra s'offrir 24 mois d'écoute à seulement 5\$.

Enfin, les nouveaux artistes pourront bénéficier du soutien de SiriusXM, car «nous valoriserons encore et toujours la musique et la culture québécoises grâce à nos contributions et à nos programmes», conclut Jean-François Martin. ●●●

RAPPROCHEZ-VOUS DE CE QUE VOUS AIMEZ

Écoutez SiriusXM dans votre voiture + sur l'appli.

SiriusXM

Pour en savoir plus, visitez le siriusxm.ca



Solution Globale

LES BONS COUPS DE 2024

Du côté des nouveautés au cours des 12 derniers mois, le président de Solution Globale, Jean-Claude Rabbat, a été heureux d'accueillir une douzaine de nouveaux clients et deux nouvelles ressources, Audrey Landry au bureau de la Rive-Sud, et Alexandre Dimitri Latil, spécialiste des produits de Sym-Tech.

Malgré les chamboulements actuels et futurs dans l'industrie, que certains qualifient de mauvaises nouvelles, «nous avons atteint nos objectifs et nos nouveaux produits d'assurances sont là pour aider. Cette offre inédite se traduit par des économies pour nos clients», rassure Jean-Claude Rabbat.

On ne peut nier que certains représentants de banques, courtiers en assurances et manufacturiers ont spéculé auprès des concessionnaires sur la légitimité de vendre des produits d'assurances de remplacements et sur le retrait de certains services qui pourrait peut-être survenir en 2026. «Bien sûr, dit le président, ce genre de message a créé une incertitude et entraîné quelques pertes, mais nous avons su rétablir la situation.»

Quant aux services financiers et au cabinet de placements qui gravitent autour de Solution Globale depuis le début de l'année, cette affiliation a permis un taux de conversion de plus de 60%. De précieux conseils, notamment au chapitre des transactions en liquide plutôt qu'en paiement, ont conduit à des économies grâce à l'expertise de Brigitte Grenier. Aussi, «des nouveautés misant sur un plus vaste choix a complété et bonifié notre offre pour tous nos produits d'assurance et de garantie.»



Enfin, depuis plusieurs années, Solution Globale offre une solution à ses clients en manque de ressources humaines. Ainsi, un service de remplacements à distance vient appuyer les concessionnaires dans le besoin. Des remplacements sur le site de la concession sont également possibles.

LES SOUHAITS POUR 2025

Solution Globale compte bien faire profiter ses clients au maximum de la baisse des taux d'intérêt de la Banque du Canada afin de revenir à une rentabilité se rapprochant des retours d'il y a quelques années.

«À la suite de cette baisse des taux, nous désirons nous assurer que les pertes qu'ont connues nos clients en 2024 soient compensées et que toutes leurs initiatives portent fruit», souhaite ardemment Jean-Claude Rabbat. ●●●

EN 2025, ASSUREZ VOTRE SUCCÈS.

Faites place à la solution service complet de coaching et de formation automobile.

SOLUTION
GLOBALE

jc@solutionautomobile.ca • solutionautomobile.ca • Jean-Claude Rabbat 514 949-5905

LES BONS COUPS DE 2024

S'il y a un exploit que veut souligner l'équipe de Sym-Tech au terme de la présente année, c'est d'avoir su garder sa concentration et canaliser toute son énergie sur le plus important de ses produits: son service hors pair à l'égard de ses partenaires et clients. «Malgré l'ensemble des pressions externes, notamment les changements de loi, l'économie, la venue de nouvelles technologies et les défis que pose l'intelligence artificielle, mon équipe et moi sommes très fiers d'avoir continué de bien servir nos précieux partenaires, tout en mettant en place de nouveaux produits. Notre service à la clientèle efficace s'est d'ailleurs traduit par une croissance de nos parts de marché de plus de 20% en 2024. Une croissance que l'on affiche année après année», partage avec bonheur Francis Vallée, vice-président Québec à Sym-Tech, Services aux concessionnaires.

Le gestionnaire tient à préciser que cette offre de service ne serait pas possible sans l'ajout de nouveaux talents exceptionnels. «Grâce à nos nouvelles recrues, nous sommes en mesure de déployer nos produits partout



Francis Vallée, vice-président, Québec

en province avec une présence accrue. Un autre défi que nous avons réussi à relever avec brio.»

L'apport de Sym-Tech dans l'évolution et l'adoption du projet de loi 72 en novembre dernier fait aussi partie des bons coups de l'entreprise que recense Francis Vallée. Rappelons que cette loi vise à protéger les consom-

mateurs contre les pratiques commerciales abusives, tout en offrant une meilleure transparence en matière de prix et de crédit. «Cette loi permettra de meilleures options de financement sur les primes d'assurance et surtout de mieux encadrer les cas de prêts ballons», dit-il.

LES SOUHAITS POUR 2025

La nouvelle année s'annonce comme une importante période de transition pour l'industrie des F&A. «Mon équipe et moi allons être partout. Nous allons être présents pour aider l'industrie automobile à bien s'adapter aux nouvelles réglementations qui sont prévues pour 2026», promet Francis Vallée.

«Nous allons être là pour mettre en place, de façon efficace, nos solutions et stratégies afin que les concessionnaires et les consommateurs reçoivent la meilleure qualité de services et produits. En somme, nous allons être les meilleurs partenaires pour soutenir l'industrie comme nous l'avons toujours fait.» ●●●

**Nous vous
souhaitons les
meilleurs vœux en
cette période des
fêtes et une heureuse
nouvelle année !**

Sym-Tech
SERVICES AUX CONCESSIONNAIRES

COMPAGNIE DU GROUPE AMYNTA

LES BONS COUPS DE 2024

En passant en revue les meilleures initiatives de Financement auto TD durant l'année qui s'achève, impossible de passer à côté de ses résultats au classement annuel de J.D. Power en termes de satisfaction des concessionnaires à l'égard du financement au pays.

«Pour une septième fois d'affilée, nous occupons le premier rang au Canada dans la catégorie des prêteurs spécialisés non exclusifs. Nous sommes même en tête dans deux catégories de satisfaction des concessionnaires», partage avec fierté Luigi Mancini, directeur régional du Québec chez Financement auto TD.

D'ailleurs, il tient à préciser que le retour de Michael McGhee au poste de premier vice-président et chef de Financement auto TD à l'échelle nationale a grandement contribué au succès de sa division.

Mais ce qui fait encore plus plaisir à Luigi Mancini, c'est de voir Financement auto TD occuper le premier rang des prêteurs non-captifs auprès des concessionnaires du Québec. «En moins de cinq ans, nous sommes

passés du septième au premier rang dans La Belle Province. Une performance dont nous sommes très heureux», indique le gestionnaire.

Luigi et son équipe se félicitent aussi d'avoir contribué à un événement, en octobre dernier, qui a réuni plus d'une trentaine de femmes leaders de l'industrie automobile du Québec. «En fait, chapeau à notre collègue Ann Perrier, directrice relations avec les concessionnaires, qui a fait de ce rendez-vous un succès sur toute la ligne», précise Luigi.

Son collègue Louis Cavaliere, vice-président associé de Financement auto TD sur le plan commercial, tient aussi à mentionner les nouvelles ententes que l'entreprise a signées avec de nombreux concessionnaires automobiles, de véhicules motorisés, de loisirs, sans oublier des sociétés de locations de voitures, et ce, partout dans la province.

LES SOUHAITS POUR 2025

L'équipe de Financement auto TD au Québec souhaite que la nouvelle année soit marquée par des baisses de taux d'intérêt.



Luigi Mancini, directeur régional des ventes du Québec.

«Nous espérons que l'économie se stabilisera. Surtout pour certains manufacturiers qui ont vécu une année difficile en 2024.»

Autrement, Financement Auto TD réserve de belles surprises à ses partenaires pour l'année 2025. «Nous devrions faire l'annonce sous peu (si ce n'est déjà fait) de nouvelles technologies qui faciliteront davantage le travail de nos partenaires pour les prêts de véhicules neufs et usagés», prédit Luigi Mancini.

«D'ici là, nous souhaitons à tous nos partenaires de très joyeuses fêtes!» 🟠🟡🟢



LES BONS COUPS DE 2024

Il y a maintenant deux ans, après trois belles décennies écoulées au cœur des institutions bancaires, Sylvie Gagnon délaissait son métier de gestionnaire pour entreprendre une toute nouvelle carrière avec Templeton Marsh, une équipe de courtage automobile aguerrie d'envergure nationale.

Certes, 48 mois plus tard, cette décision la comble. Mais ce qui la rend heureuse plus que tout, ce sont les relations qu'elle bâtit avec les concessionnaires pour les aider à mener à bien leurs fusions et leurs acquisitions.

«Encore une fois cette année, j'ai eu la joie d'accompagner ces hommes et femmes d'affaires dans leur processus de vente ou d'achat. Or, pour chacune de ces transactions, je me suis sentie choyée, voire chanceuse, de pouvoir les représenter sur un marché particulièrement très actif ces temps-ci. Ces gens me font confiance pour les aider à réaliser l'une, sinon la plus importante transaction de leur vie. Et ça, c'est ce que je qualifie comme l'un de mes meilleurs coups pour l'année 2024», partage avec cœur et enthousiasme l'associée Sylvie Gagnon.

Les méthodes et les processus qu'emploie Sylvie à toutes les étapes

de la transaction, et surtout sa rigueur, ne gagnent pas seulement la confiance des concessionnaires d'ici. La réputation qu'elle a de chouchouter tous ses dossiers a franchi les frontières. «En 2024, j'ai reçu, pour la première fois, plusieurs appels de la part de groupes venant de l'extérieur du Québec qui veulent investir dans la Belle Province. J'en éprouve une très grande fierté.»

LES SOUHAITS POUR 2025

Il va de soi que la dame au cœur d'or de Templeton Marsh souhaite que son scénario de rêve se poursuive en 2025. «Plus que jamais, je réalise que je suis investie d'une mission. La vie m'a confié une toute nouvelle responsabilité pour laquelle j'ai les outils pour faire une différence. Je constate que toutes mes années dans le milieu bancaire au service du monde automobile constituent une riche feuille de route qui me permet aujourd'hui de bien conseiller mes clients.»

«En somme, j'ai tellement de plaisir à partager mon expertise que j'espère de tout cœur que ce bonheur se poursuivra encore et encore! Avec une santé de fer que je souhaite à tous et chacune!» ●●●

Joyeuses fêtes!



Sylvie Gagnon,
directrice des ventes



Samir Akhavan
Co-fondateur et associé directeur

En notre nom et celui de toute
l'équipe, nous vous offrons à vous et
à votre famille nos meilleurs vœux
de bonheur pour la saison des fêtes!

templeton  marsh
experts, achat & vente de concessions automobiles

LES BONS COUPS DE 2024

Mine de rien, Top Gun Formation est devenue l'une des meilleures références dans le service de vente commercial des concessionnaires par impartition au Québec. D'ailleurs, son professionnalisme et sa rigueur ont déjà commencé à faire bouler de neige jusqu'au Nouveau-Brunswick.

Au printemps dernier, en effet, l'équipe de Top Gun a été appelée en renfort pour aider un concessionnaire néo-brunswickois. «Le client, qui détient également d'autres concessions dans cette province maritime, a tellement apprécié nos méthodes de travail, qu'il nous a confié la gestion d'un département de F&A dans une deuxième concession», précise David Lamarre, vice-président de l'agence.

Parallèlement, les parts de marché de Top Gun au Québec sont en constante évolution. En moins de cinq ans, l'entreprise a enregistré une impressionnante croissance qui dépasse les 200%. «En plus de recruter de nouveaux clients chaque mois, nous affichons un excellent taux de rétention qui frôle les 100% auprès de notre clientèle qui requiert nos ser-

vices depuis les débuts de l'entreprise», dit David.

Cette performance se traduit par un besoin constant d'augmenter les effectifs de l'entreprise. «L'année 2024 marque justement l'arrivée de deux nouveaux membres au sein de notre équipe qui en compte maintenant une quinzaine», indique le gestionnaire fort occupé.

LES SOUHAITS POUR 2025

Motivé par sa récente percée dans une province hors Québec, Top Gun Formation souhaite évidemment poursuivre son expansion dans les Maritimes au cours de la prochaine année. Ce qui s'annonce très prometteur. «Bien entendu, nous souhaitons également poursuivre notre expansion à l'intérieur de la Belle Province», dit David Lamarre.

Le dirigeant souhaite aussi pouvoir offrir à ses clients la même qualité de services ainsi que le même travail éthique et responsable



Édouard-Yves Paris et David Lamarre
codirigeants de Top Gun Formation.

qui font la force de Top Gun depuis le tout premier jour de sa fondation.

«De plus, nous sommes accrédités auprès de l'ensemble des fournisseurs de produits d'assurances et de garanties au Québec et au Nouveau-Brunswick, précise David. En somme, nous allons continuer d'appliquer la recette qui fait le succès de Top Gun, c'est-à-dire de faire en sorte que tout se déroule bien entre le consommateur et le concessionnaire. Et surtout que chacun, une fois le contrat signé, soit satisfait du résultat.» ●●●

BONNE ANNÉE 2025

Choisissez la **meilleure solution**
pour optimiser la satisfaction
et le profit de votre département F&I.

topgunformation.com



Scout Motors dit **NON** aux concessionnaires

UNE TENDANCE QUI INQUIÈTE L'INDUSTRIE

Après avoir fait confiance au modèle d'affaires consistant à faire appel aux concessionnaires pour la vente et le service au Canada, voilà que le groupe Volkswagen est sur le point de changer de stratégie. En effet, avec la nouvelle marque Scout Motors, le constructeur automobile allemand entend mettre de l'avant le modèle des boutiques corporatives pour percer le marché nord-américain.

Inspiré par l'exemple de Tesla, le groupe Volkswagen ne fait pas que des heureux avec cette stratégie. Conscients qu'ils marchent sur des œufs, les concessionnaires sont mécontents, mais ils hésitent à le divulguer publiquement et à visage découvert.

Une jeune pousse propulsée par un géant

Et pour la petite histoire, l'International Harvester Scout est un véhicule américain ayant vu le jour au début des années 1960. Il visait à rivaliser avec les produits de la marque Jeep avec d'authentiques 4x4. En 2021, le groupe Volkswagen a racheté le nom Scout Motors avant d'annoncer le retour de la marque l'année suivante. Puis, cet automne, voilà que Scout Motors a officiellement dévoilé deux modèles 100 % électriques: un VUS (Traveler) et une camionnette (Terra). Hautement plus modernes et sophistiqués que les véhicules d'antan, ils conservent l'esprit d'autrefois par leur vocation aventurière.

D'ailleurs, il est pratiquement impossible de ne pas faire le parallèle entre Scout Motors et Rivian. On se rappellera que cette entreprise américaine commercialise un VUS et une camionnette électriques de luxe s'adressant à une clientèle notamment adepte de plein air. La situation nous donne l'impression d'un géant de l'automobile, en l'occurrence le groupe Volkswagen, qui désire concurrencer un jeune constructeur en calquant le produit et le concept. Après tout, si ça fonctionne pour le voisin, pourquoi ça ne marcherait pas pour nous ?

Mentionnons que Rivian, à l'instar de Tesla, a adopté le modèle des boutiques corporatives sur les marchés américain et canadien. Ainsi, il ne s'agit pas de franchise comme on a eu l'habitude de voir dans l'automobile, mais plutôt de détaillants appartenant au constructeur et dirigés par des gestionnaires locaux. À la suite de la présentation de ses deux premiers véhicules, Scout Motors a aussi précisé son modèle d'affaires. Lindsay Bago, chef du service des communications pour Scout

Motors, a confirmé l'intention de la marque « d'ouvrir sept boutiques corporatives d'ici 2032 ». Le constructeur a ciblé les régions de Toronto, Montréal, Vancouver et Ottawa. « Nous développerons d'abord les marchés identifiés comme ayant la plus forte demande en fonction du nombre de réservations reçues », a mentionné Mme Bago. Au Canada, un dépôt de 150 \$ permet la réservation d'un Traveler ou d'un Terra. La collecte de dépôts des consommateurs fera donc partie intégrante de l'élaboration du plan d'affaires de l'entreprise.

Les installations permettront de faire la vente et le service en plus de proposer des essais routiers à la clientèle. De plus, Scout a affirmé qu'un service mobile sera mis sur pied dans un rayon de 300 km des boutiques corporatives.

Les concessionnaires Volkswagen se sentent abandonnés

Afin de ne pas miner ou mettre en péril leur longue relation d'affaires avec le constructeur, les concessionnaires Volkswagen sont peu bavards lorsqu'on place un micro devant eux. Cependant, leur ressenti est perceptible. *AutoMédia* a réussi à obtenir le témoignage d'une personne à la direction d'une concession Volkswagen de la province de Québec. Cette personne a insisté pour conserver l'anonymat.

Invitée à partager sa réaction face à la venue au Canada de la marque Scout Motors sans passer par un réseau de concessionnaires, notre source a affirmé être « extrêmement déçue sans toutefois être surprise en raison des informations qui circulaient ». Elle évoque d'ailleurs que la réaction des conces-



Scout Terra



Scout Traveler

sionnaires Volkswagen américains est encore plus vive que la sienne. Des échanges musclés avec la National Automobile Dealers Association (NADA) ont justement lieu actuellement. Elle espère que la Canadian Automobile Dealers Association (CADA) pourra défendre les droits et les intérêts des concessionnaires Volkswagen du Canada dans cette situation.

Cette personne à la tête d'une concession Volkswagen prévoit un échec pour Scout Motors avec cette stratégie. Elle estime que l'organisation n'a pas les ressources nécessaires pour effectuer notamment la vente au détail et composer avec la clientèle au quotidien. «Avec Scout Motors, Volkswagen débarque sur un marché sans avoir l'expertise du client», ajoute-t-elle.

Elle déplore le fait que Volkswagen n'ait pas consulté le réseau de concessionnaires avant de faire une telle annonce. Elle trouve aussi dommage que le constructeur n'ait pas répondu aux questions des concessionnaires au fil de l'avancement du projet de la marque Scout Motors.

Questionnée sur la possibilité d'ouvrir une hypothétique concession Scout Motors, notre source a indiqué qu'elle «voudrait faire ses devoirs, analyser les exigences et les investissements, puis avoir le droit de dire non». Dans le contexte actuel, Volkswagen a complètement écarté le réseau d'entrepreneurs locaux avec lesquels le constructeur a bâti une relation d'affaires au cours des dernières décennies.



Un autre concessionnaire Volkswagen, faisant partie d'un grand groupe, s'interroge quant à la viabilité d'un réseau pour une marque qui ne compte que deux seuls modèles. Il a, lui aussi, requis l'anonymat.

L'avis de la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec

De son côté, la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec (CCAQ) et son président-directeur général, Ian P. Sam Yue Chi, trouvent «intéressante la stratégie d'acquisition et de développement de nouveaux produits avec la marque Scout Motors».

Cela dit, l'organisation qui se porte à la défense des concessionnaires de la province «croit fermement au modèle d'affaires de distribution de véhicules par l'intermédiaire de concessionnaires franchisés et qu'il s'agit du meilleur modèle pour le constructeur et pour les consommateurs». M. Sam Yue Chi ajoute

que «c'est d'ailleurs ce qui a fait le succès de Volkswagen sur un marché comme celui du Canada depuis les années 1950». Toujours dans l'analyse de la situation de Volkswagen, il explique aussi le «succès de la satisfaction de la clientèle par le fait que la marque est représentée dans plusieurs localités du Québec et qu'elle est capable de répondre aux besoins des consommateurs dans leur région». Ce que pourrait difficilement faire une jeune pousse comme Scout Motors avec seulement une poignée de boutiques corporatives à l'échelle canadienne.

En somme, les deux véhicules que sont le Traveler et Terra promettent d'être fort intéressants. Alors que cette marque appartenant au groupe Volkswagen adopte la stratégie des boutiques corporatives, certains concessionnaires arborant le logo VW déplorent le fait qu'ils soient carrément contournés et écartés de l'aventure. ●●●

Nissan Kicks 2025

L'AMBASSADEUR JUVÉNILE

La rumeur voulait que des ingénieurs de Nissan aient logé à l'Hôtel Ambassadeur, à Québec, le temps de compléter les essais hivernaux du Kicks 2025. Des tests qui s'étaient aussi déroulés au Japon, au Colorado, au Michigan et en Alaska.



Le nouveau Kicks a beau être le plus compact des utilitaires de Nissan, ses ingénieurs voulaient s'assurer qu'il traverserait le pire mois de janvier avec l'aisance d'un manchot sur sa banquise.

C'était l'une des nombreuses qualités qu'on attendait de la part du plus jeune ambassadeur de la gamme. Rien de moins et beaucoup plus.

Un produit jeune

En fait, l'équation qui définit la deuxième génération du petit utilitaire est simple à résoudre. Design tendance + technologie à l'avenant + conduite rassurante + prix raisonnable = Kicks 2025.

Les changements vers la première génération sont significatifs. À commencer par la nouvelle plateforme CMF-B destinée spécifiquement aux Amériques et habillée à l'usine mexicaine d'Aguascalientes.

Cette structure inédite garantit au nouveau VUS des mensurations soufflées. Plus long, plus haut, plus large, même la garde au sol a grimpé. Ces gains se traduisent par plus d'espace pour les occupants et pour les bagages (+ 133 litres) mais un peu moins pour le Kicks à traction intégrale.



Et voilà, je viens de brûler le punch! Comme un ambassadeur qui dévoile trop vite ses meilleures cartes durant des négociations tendues: le Nissan Kicks 2025 offre désormais la motricité aux quatre roues! On la dit même «intelligente».

Quand il le faut

En effet, cette AWD n'intervient que lorsque le besoin s'en fait sentir. Comme lorsqu'on fait appel à un ambassadeur pour dénouer une crise (l'analogie à ce fameux ambassadeur m'a été généreusement suggérée par Didier Marsaud, le directeur des communications de Nissan Canada, lui-même un farouche ambassadeur de tout ce qui touche de près ou de loin à l'automobile).

Quand les capteurs du Kicks réalisent que

le conducteur écrase l'accélérateur, la motricité avant se métamorphose en rouage intégral, les roues arrière pouvant encaisser jusqu'à 50 % du couple.

Autrefois, l'acheteur qui tenait mordicus à l'AWD pouvait se tourner vers le Qashqai. Comme celui-ci a disparu de nos rives depuis deux ans, il ne fallait quand même pas que le client bifurque vers un autre constructeur faute de petit utilitaire Nissan à quatre roues motrices, lesquelles sont en option pour les versions S et SV, de série pour la SR Premium.

Sous le capot

Plus gros, plus spacieux, plus adhérent, le Nissan Kicks 2025 est aussi plus puissant, puisque le 4-cylindres 2,0L (de la Sentra) remplace le 1,6L. De 122 à 141 chevaux (et 140 lb-pi de couple au lieu de 114).

Trop cher? Le Kicks Play en renfort

L'ambassadeur, qui a des oreilles partout, nous a confirmé que le Kicks 2024 resterait disponible, pour un temps indéterminé, aux côtés du Kicks 2025. À un PDSF de 22 598\$ pour la version S et de 25 198\$ pour la SV, deux tractions dotées du vieux 1,6L mais coiffées d'un nouveau nom: Kicks Play. ●●●

★ Anna, la cliente idéale

Début trentaine, mature mais pas encore en mode famille, intéressée par des projets culturels et personnels. Elle recherche un véhicule qui lui permettra d'explorer sa communauté, le Canada, des choses qui l'aideront à élargir ses horizons. Le Kicks n'a pas été conçu au départ en pensant aux familles. La vie d'Anna gravite autour de son fiancé, de ses amis, d'elle-même. Nos données ont démontré que 60 % des ventes dans ce segment s'adressent à une clientèle féminine.

Michael Epstein, directeur sénior du marketing

Les prix

STA: 27 199\$	STI: 29 199\$
SV TA: 28 749\$	SV TI: 30 749\$
SR Premium TI: 34 899\$	

Les deux options

Ensemble Premium SV: 800\$

Roues sport SR: 800\$

Plus frais de transport et de préparation de 2030\$.

Trevor Longley Président de Nissan Canada

GENS ET ENTREAGENT

Trevor Longley, 44 ans, a accédé à la présidence de Nissan Canada le 1^{er} août dernier. C'est la deuxième fois seulement qu'un Canadien occupe ce prestigieux fauteuil, son prédécesseur Steve Milette ayant été le premier.



Est-ce que Steve a laissé la compagnie en meilleure posture qu'à son arrivée ?

Oh oui. Steve est très certainement l'un des meilleurs dirigeants que j'aie jamais eus. Il est une personne formidable doublée d'un fin stratège. Il a vraiment transformé la culture de Nissan Canada.

Comment ?

En se concentrant sur les gens. Il a mis les clients, les concessionnaires et les employés au centre de nos décisions, avant même le volume des ventes. Il estimait que nous pouvions mieux performer en formant d'abord une bonne équipe. Le temps lui a donné raison.

Avez-vous des idées que vous aimeriez implanter ?

Les conditions de l'industrie changent encore. L'époque de Steve a été marquée par des embûches comme on n'en voit que tous les 100 ans ! COVID, inventaire, puces, etc. Or, l'industrie est en train de revenir à ce que nous connaissions. Les défis sont donc différents. Mais l'idée de rester concentré sur les humains, nous n'en dévierons pas.

Outre la bonne équipe, vous avez besoin de bons produits. Comment vous assurer de les avoir ?

Je vais vous donner un exemple concret. À l'interne, nous avons convenu qu'un PHEV était une bonne façon pour les consommateurs d'effectuer la transition vers le 100 % électrique. Alors, nous sommes partis pour le Japon, avec des concessionnaires, et nous avons rencontré le CEO et les patrons du développement pour leur dire que le Canada avait besoin du futur Rogue PHEV et que nous en avions besoin maintenant ! Ils ne s'attendaient pas à cette requête, mais l'organisation nous a prêté une oreille très attentive.



De sorte que, vous le verrez, nous recevons une très bonne allocation du Rogue PHEV en comparaison des États-Unis, pourtant un plus gros marché. Il s'agira d'un produit très important pour le Canada.

Quand ?

Vers la fin de l'année prochaine.

Un modèle 2026 ?

Je ne peux le confirmer encore, mais c'est sûr que ça se produira durant notre année fiscale 2025.

Votre plan « Ambitions 2030 » parle de 34 modèles électrifiés dans le monde d'ici 2030, lesquels composeront 60 % de votre portfolio global. Combien de PHEV viendront au Canada ?

Je peux vous dire que ce sera un mix de e-Power (le moteur thermique sert seulement à recharger le moteur électrique), de PHEV et

Dans l'ordre habituel, Trevor Longley, président de Nissan Canada, Michael Epstein, directeur senior du marketing, et Peter Wendel, directeur de la planification des produits.

de VÉ dans les segments qui font du sens. Et je dirais « ventes » au lieu de « portfolio » : d'ici 2030, 60 % de nos ventes auront une motorisation électrifiée.

Et le Québec là-dedans ?

Il est incroyablement important. Depuis longtemps, l'est du Canada enregistre nos meilleures parts de marché. Entre les Québécois et Nissan, il y a une grande complicité. Notamment pour les voitures compactes, l'AWD, les prix abordables (ex : le Kicks Play) et la qualité de l'ingénierie. Et puis, je suis des cours de français. C'est un signe de respect envers nos partenaires.

Je veux être là pour eux, tout le temps, et j'espère qu'ils le savent. ●●●

Mazda CX-50 Hybride 2025

PROMESSE TENUE

Pourquoi une version hybride 2025 du Mazda CX-50? Pour au moins trois bonnes raisons...

No 1 La consommation

Quand un véhicule grand public de format compact est incapable de consommer 7 litres ou moins aux 100 km, plusieurs consommateurs ne le considèrent même pas. À une époque où les hybrides branchables et les véhicules électriques proposent aux clients de faire un pied de nez aux pétrolières, les scores supérieurs à 9 litres n'ont plus la cote.

Or, c'est ce genre d'appétit à la pompe que dictent les versions atmosphériques du 4-cylindres 2,5L (187 ch) du CX-50 régulier, et pire dans le cas des variantes turbocompressées (256 ch).

Le CX-50 Hybride 2025 fait mieux. Beaucoup mieux. En le conduisant avec ménagement, ses 219 chevaux (et son couple de 163 lb-pi) flirtent avec les 6 litres, parfois moins, le vent dans le dos...

No 2 Le partenaire

Mazda Motor n'est pas un gros constructeur: 21^e rang des ventes mondiales (1,2 million de véhicules dans plus de 130 pays) en 2023. Mais dans ses bons marchés (le Canada est 6^e), la société gâte ses fans en multipliant les déclinaisons. La gamme du CX-50 en compte désormais pas moins de sept, incluant trois hybrides: GS-L (42 950\$), Kuro (44 850\$) et GT (48 350\$), plus taxes et frais de 2095\$.

Cela dit, mettre au point une motorisation hybride efficace prend des décennies d'efforts et des goussets profonds. Mazda s'est donc tournée vers Toyota, le numéro un des ventes mondiales (presque 9,5 millions d'unités l'an dernier), un as de l'hybridation et déjà un partenaire fiable, puisque Mazda et Toyota gèrent 50/50 une usine à Huntsville, en Alabama.

Bien qu'on y construise côte à côte le Corolla Cross et le CX-50, le modèle hybride



a préféré emprunter le système du RAV4 Hybride, qui utilise aussi un 2,5L mais assisté de trois moteurs électriques et d'une boîte de vitesse à variation continue, une première pour Mazda en Amérique du Nord (mais pas au Japon où, dès 2014, l'Axela/Mazda3 était équipée d'une CVT de Toyota).

Comme le Toyota, le Mazda offre une transmission intégrale, mais ça, c'était déjà dans les plans du constructeur d'Hiroshima, puisque tous ses CX vendus au Canada incluent l'AWD.

Quant au plaisir au volant, signature obligatoire des produits Mazda, les ingénieurs

ont doté le CX-50 Hybride de réglages qui font honneur à la tradition du vroom-vroom. En revanche, sa capacité de remorquage a diminué à 650 kg (1500 lb).

No 3 La promesse

Mazda a promis de fortement s'électrifier d'ici 2030. Après les CX-90 et CX-70 rechargeables, après ce nouveau CX-50 Hybride, attendez-vous à voir d'autres hybrides bientôt et sûrement au moins un VUS totalement électrique qui viendra faire oublier le faux pas nord-américain du MX-30. ●●●

Et comment le distinguer rapidement?

Avec un sens de l'observation très pointu! Ou alors avec un galon à mesurer pour vérifier les 35 mm supplémentaires en hauteur par rapport aux CX-50 non hybrides. Vous pou-

vez aussi rechercher les écussons «Hybrid», les roues spéciales de 17 ou 19 pouces, la garniture des ailes ou le cuir rouge grenat dans l'habitacle.



Le CX-50 Hybride 2025 est en vente chez les 56 concessionnaires Mazda du Québec depuis novembre et la compagnie s'attend à ce qu'il représente jusqu'à 30% des ventes totales du modèle sur 12 mois.



LES COMMUNAUTÉS D'ABORD

La Fondation Nissan Canada a été créée en 1993. Sa mission: redonner aux communautés canadiennes dans lesquelles nous sommes présents, et ce, d'un océan à l'autre. La Fondation se consacre à trois piliers distincts, soit l'éducation, l'environnement et l'aide humanitaire. Des partenariats durables ont donc été établis avec des organisations telles que Habitat pour l'humanité, le Fonds mondial pour la nature et Food Banks Mississauga. Afin de soutenir ces causes, les employés de Nissan bénéficient de journées rémunérées pour faire du bénévolat auprès de l'un de ces partenaires.

Plus particulièrement au Québec, nous soutenons pour une deuxième année La guignolée des médias à travers nos diverses activités tout au long de l'année. D'ailleurs, lors du tournoi de golf annuel des concessionnaires Nissan du Québec, nous avons amassé la somme de 15 905 \$ grâce à la générosité de nos partenaires et invités, sans oublier l'implication de notre porte-parole, Karine Vanasse. L'ensemble des concessionnaires poursuit la collecte de denrées non périssables durant tout le mois de décembre, et vous invite à venir faire un don dans l'une des 63 concessions du Québec.



«Au fil des années, la Fondation Nissan Canada a su contribuer financièrement aux communautés d'ici. À cela s'ajoutent des initiatives telles que les journées de bénévolat rémunérées, qui permettent aux membres de l'équipe de soutenir les causes de leur choix. Toutes ces expériences enrichissantes ont su créer une culture de bienveillance et de générosité au sein des communautés où nous vivons et travaillons.»

– Tara Willis

Gestionnaire principale de l'équité, de la diversité et de l'inclusion chez Nissan, a été nommée Championne de la diversité en 2024 selon Automotive News Canada.



Nissan Canada est fière de souligner l'engagement, le travail et les efforts constants de Tara à créer une culture d'équité, de diversité et d'inclusion au sein de l'entreprise.

Photo de gauche : Collecte de fonds au profit de La guignolée des médias, lors du tournoi annuel des concessionnaires Nissan.

Photo de droite : Les employés de Nissan, nos fidèles bénévoles, réalisant ici un projet de construction avec Habitat pour l'humanité.

Vous voulez devenir la référence de votre industrie.

Sym-Tech^{MD}
SERVICES AUX CONCESSIONNAIRES

COMPAGNIE DU GROUPE AMYNTA

Grâce à la formation et
au soutien en concession
de Sym-Tech, vous serez
en mesure d'offrir une offre
globale à vos clients qui
surpassera leurs attentes.



Pour plus d'informations, veuillez contacter
info@sym-tech.ca ou visiter sym-tech.ca