Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec*

CANARI
RECRUTEMENT INTERNATIONAL



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

VERSION NUMÉRIQUE

AUTOSPHEREMAG

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec*

CANARI
RECRUTEMENT INTERNATIONAL



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

AUTOSPHEREMAG

PM40014105

DÉCEMBRE 2024 / VOL 5 / NO 6 / 6,95 $

COUVERTURE EXCLUSIVE D'AAPEX/SEMA À L'INTÉRIEUR ▶



CARROSSERIE

RÉSEAU FIX

L'ASCENSION DE KARIM ZAIDANE



PNEUS

SAILUN TERRAMAX

POLYVALENCE ET VALEUR



PARC

NISSAN CANADA

DE L'ESSENCE À L'ÉLECTRICITÉ !



MÉCANIQUE

AUTO-KOOL

LA PUISSANCE D'UN GROUPE



CONCESSIONNAIRES

MERCEDES-BENZ SILVER STAR

PASSER À LA VITESSE SUPÉRIEURE

RENOUVELEZ SANS TARDER

VOTRE MAGAZINE ! C'EST GRATUIT ET FACILE.

Balayez le code QR, remplissez le formulaire et continuez à recevoir votre copie.

autosphere.ca/reabonnement

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec* CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



OUTLANDER

SUPER CONTRÔLE INTÉGRAL

LE CONTRÔLE SUR TOUTE ROUTE, PAR TOUT CLIMAT.

Visitez mitsubishi-motors.ca/fr/acheter/parcs
Ou contacter luc.grenier@na.mitsubishi-motors.com

EN PRIME :

7 modes de conduite

11 coussins gonflables

Bluetooth[MD], Android Auto et CarPlay d'Apple

Caractéristiques de sécurité comme:

- Avertisseur de sortie de voie
- Atténuation de collision avant
- Surveillance des angles morts
- Alerte de circulation transversale arrière
- Surveillance de l'état du conducteur

MITSUBISHI MOTORS

SOMMAIRE

AUTOSPHEREMAG
Décembre 2024

CONCESSIONNAIRES

6 À la une | Mercedes-Benz
Silver Star de Montréal passe à la vitesse supérieure

9 Événement
35e congrès de l'AMVOQ

Dossier : Innovation
10 **Innover pour se démarquer**

13 Optimiser l'expérience client | Keyloop
L'expérience d'abord. L'expérience toujours

14 Services aux concessionnaires chez Sym-Tech
L'avenir du F&A

15 Gestion de la relation client par Yanick Jomphe
Une synergie entre la rétention et l'innovation

PARC

16 À la une | Nissan
VCI, VÉ et au-delà

Dossier : Télématique
20 **Quand la télématique alimente l'IA**

22 Sélecteur de véhicules | Camionnettes légères
Flexibilité pleine grandeur

24 Les grandes rencontres | Blainville-Mitsubishi
Michael Crête-Rousseau aux commandes

26 Parc en vedette | Simard Transport
Intégrer les camions électriques à la flotte

PNEUS

28 À la une | Sailun Terramax
Polyvalence et valeur

Dossier : Roues et accessoires
32 **Les TPMS sont une source de revenus additionnels**

34 Focus pneus | Pneus hors route
Les grandes tendances des gros pneus

36 Écho de l'association | ASPMQ
Une série de webinaires dès janvier

AAPEX \ SEMA

37 AAPEX/SEMA
Douze pages de couverture de ces grands salons du marché secondaire

MÉCANIQUE

50 À la une | Auto-Kool
La puissance d'un groupe

Dossier : Marketing et rétention
54 **Les approches innovantes**

56 Prof Oborne par Steve Oborne
Une Niro qui charge par intermittence

57 Formation | Innoviste
Une équipe d'experts au service de l'industrie

58 Atelier en vedette | Garage JPM Uni-Pro
Le cumul de l'expertise

CARROSSERIE

60 À la une | Réseau Fix
L'ascension de Karim Zaidane

Dossier : Outils et équipements
64 **Une solution en calibrations pour les carrosseries**

66 Bilan annuel | Réseau Fix
La société de l'avenir !

70 Nouvelle de l'industrie
Recrutement international : pas de panique !

72 Écho de l'association | CCPQ par Jonathan Pilon
Une stratégie qui progresse

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



L'EFFET TRUMP

Alors que nous célébrions la soirée des Canadiens dans le cadre des Salons SEMA et AAPEX du marché secondaire automobile à Las Vegas, le 5 novembre, les Américains élisaient leur 47e président.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Étrange de constater que, pendant que l'équipe d'Autosphere échangeait avec ses amis et contacts de l'industrie, les Américains ouvraient toute grande la porte de la Maison-Blanche à Donald Trump.

Quel sera l'impact d'un gouvernement républicain, conservateur et clairement protectionniste sur notre propre secteur automobile ? Bien malin qui peut le prédire. Tout d'abord, le prochain président a toujours maintenu l'imprévisibilité comme trait de caractère.

Les annonces musclées sur l'application de tarifs commerciaux tous azimuts pourraient aussi se diluer d'une bonne dose de réalisme puisqu'il ne faut pas être économiste pour comprendre que pénaliser les pièces automobiles manufacturées en Chine revient à taxer les consommateurs. Idem, pour la menace de taxer lourdement les véhicules fabriqués au Mexique ou ici au Canada. De plus, les grands distributeurs américains de pièces de remplacement vont-ils laisser faire alors que la même pièce pourra entrer au Canada sans subir une telle indexation ?

Et le retour de Trump au pouvoir marque-t-il l'arrêt de mort de l'électrification des transports aux États-Unis ? Ce serait quand même ironique, sachant qu'Elon Musk, père de la Tesla et principal initiateur de la vague électrique chez nos voisins du Sud, sera un des agents flamboyants de sa présidence.

Ce que me disait mon chauffeur de taxi à ce sujet, en route vers l'aéroport, concernant les véhicules électriques, c'est que les consommateurs américains n'ont rien contre, mais refusent de se les faire imposer.

Au lendemain de l'élection, alors que les résultats étaient clairs et reconnus par tous, nous marchions dans les allées de ces grands salons spécialisés. Et le message qu'on pouvait y entendre était étonnamment calme, *business as usual.* Avec une touche étonnante de pensée magique. Comme si la simple affirmation que le président redresserait l'économie - pas si mal en point d'ailleurs – insufflait un vent de confiance qui, à lui seul, dynamiserait l'économie.

AUTOSPHERE MAG 514 289-0888 | administration@autosphere.ca | abonnement@autosphere.ca | ventes@autosphere.ca

DIRECTION **Président** René Lewandowski

RÉDACTION
Rédacteur en chef Michel Beaunoyer
Collaborateurs Philippe-André Bisson, Guy O'Bomsawin, Hue Evans, Sophie Ginoux, Isabelle Havasy, Jack Kazmierski, Jil McIntosh, Martine Painchaud et Mathieu Valiquette
Chroniqueurs Yanick Jomphe, Steve Oborne et Jonathan Pilon

PUBLICITÉ
Directrice nationale des ventes Stéphanie Massé
Gestionnaires de comptes clés Luc Champagne et Lisa Marchese
Coordonnatrice des ventes Gloria Lam

OPÉRATIONS
Responsable de la production Magazines Laurène Jardin
Designers graphiques Erik Borrelli et Anne-Marie Arel
Révision Sophie Ginoux

ADMINISTRATION **Responsable de la comptabilité** Esther Twells

Autosphere Mag est publié six fois par année par *Autosphere Media Inc.* Le matériel contenu dans *Autosphere Mag* peut être reproduit, à condition que l'éditrice soit avisée et que la source soit dûment mentionnée. L'éditrice se réserve le droit de refuser toute publicité et décline toute responsabilité quant aux affirmations ou déclarations faites par ses annonceurs ou chroniqueurs indépendants. Tous les faits, opinions et déclarations figurant dans cette publication sont ceux des auteurs et des rédacteurs eux-mêmes et ne doivent en aucun cas être interprétés comme des déclarations, des positions ou des approbations de *Autosphere Media Inc.*.

Abonnement
1 an : 41,70 $ 2 ans : 83,40 $ 3 ans : 125,10 $

Postes Canada
Convention de la Poste-publications nº 40014105
Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à Autosphère Média / Service des abonnements, 51, Jean-Talon est, Montréal H2R 1S6

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN 2563-4445 (Imprimé) | ISSN 2563-4453 (En ligne)
Imprimé au Canada

Financé par le gouvernement du Canada | Canada

PRÉSENTÉE PAR

iA Services aux concessionnaires

iA Financement auto

EN COLLABORATION AVEC

Banque Scotia MD

3 MARS | 17H30 | EXPOCITÉ

SALON INTERNATIONAL DE L'AUTO DE QUÉBEC

SOIRÉE-BÉNÉFICE AVANT-PREMIÈRE

VISITE DU SALON INTERNATIONAL DE L'AUTO DE QUÉBEC EN AVANT-PREMIÈRE
PRESTATIONS MUSICALES ■ STATIONS GASTRONOMIQUES ■ & PLUS ENCORE

TENUE DE VILLE REQUISE

BILLETS AU SALONDELAUTODEQUEBEC.COM

PARTENAIRE MÉDIAS

AUTOSPHERE

UNE RÉALISATION DE

CORPORATION MOBILIS

AU PROFIT DE

FONDATION MOBILIS

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec* CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

CONCESSIONNAIRES





MERCEDES-BENZ

SILVER STAR DE MONTRÉAL PASSE À LA VITESSE SUPÉRIEURE

Autosphere a été invité, en octobre dernier, à l'ouverture du Centre de la marque AMG chez Mercedes-Benz Silver Star Montréal.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Deuxième installation au pays à accéder à ce privilège, Mercedes-Benz Silver Star, sur le boulevard Décarie, fait désormais partie d'un club très sélect où le nombre d'élus, triés sur le volet, frôle à peine la dizaine dans le monde.

« L'ouverture de notre Centre de la marque AMG va au-delà d'un simple espace de vente. Il s'agit d'une porte d'entrée dans l'univers de la performance et du luxe », a relaté Norman Hébert, président-directeur du conseil d'administration du Groupe Park Avenue, dans son allocution lors de la soirée de festivités. Tout comme les nouvelles installations Mercedes-Benz qu'il côtoie, le centre adopte les principes du concept MAR20X.

Le concept MAR20X du constructeur allemand fut initialement implanté en 2017 dans les établissements de Tokyo et de Sydney. En plus de repenser l'expérience de distribution dans son ensemble, le modèle présentait des nouveautés sur le plan de l'architecture et de l'aménagement de l'espace.

La formule innovante avait beau avoir séduit les têtes dirigeantes de Mercedes-Benz Silver Star, « il manquait quelque chose à la proposition », explique Norman John Hébert, fils de Norman, et président et chef de l'exploitation du Groupe Park Avenue, pour faire en sorte que la concession se distingue de ses consœurs. Ce constat motive Norman Hébert à entreprendre la traversée de l'océan pour découvrir de visu ce petit extra qui permettrait à son établissement montréalais de repousser les limites. Arrivé en terre germanique, il s'offre une visite chez un des dépositaires ayant fusionné un Centre de la marque AMG à ses installations. Il n'en fallait pas plus. >

Les éléments de design de la nouvelle installation reflètent le caractère « audacieux, brut et dynamique » de la division de performance du constructeur allemand.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

« À son retour », confie Norman John, « mon père n'avait qu'une seule idée. Il voulait faire ça à Montréal ! »

Raflant la position de tête au chapitre du volume de vente au pays, Mercedes-Benz Silver Star avait en main un atout de taille pour revendiquer le droit de s'approprier l'apanage grandiose réservé à la griffe sportive haut de gamme. Depuis le 8 octobre, l'établissement peut désormais se vanter d'être devenu le second centre spécialisé canadien. À l'échelle planétaire, il occupe le onzième rang. Telle une édition très limitée, peu de concessionnaires auront le privilège d'héberger ce concept exclusif. Au Canada, on n'en comptera que trois, situés dans les villes de Toronto, Montréal et Vancouver. Le Groupe Park Avenue brûle de ce désir de dépassement, encore et toujours. Il n'aspire qu'à positionner les seize joueurs qui composent son équipe en tête de peloton, peu importe le sigle qui orne sa façade. « Depuis 65 ans, nous voulons être les premiers à réaliser la nouvelle image d'une marque. L'innovation se situe au cœur de nos valeurs », confiait Norman John lors de l'inauguration, chez Mercedes-Benz Silver Star, du Centre de la marque AMG.

Performance rime également avec Montréal, « une ville de passionnés d'automobiles », signale Norman John, dont le cœur bat annuellement au rythme de la Formule 1. Un petit plus qui, s'avance-t-il prudemment à dire, pourrait avoir pesé dans la balance au cours du processus de sélection.

Précisons que le poids de la mouture AMG n'est pas négligeable sur la liste des livraisons : « L'année dernière, un véhicule de tourisme sur cinq que nous avons vendu au détail au Canada était une AMG », aux dires d'Andreas Tetzloff, directeur général de Mercedes-Benz Canada, dans un communiqué de presse.

D'une pierre deux coups

Le Centre de la marque AMG s'est greffé à l'organe Mercedes-Benz qui a, lui aussi, fait peau neuve. Ils occupent conjointement une superficie de 1 858 m² (20 000 pi²) et affichent tous deux la signature dernier cri de leur division respective. À l'image des produits qu'il propose, l'emplacement dédié à AMG illustre à merveille le caractère audacieux, brut et dynamique propre à l'espèce monogrammée. Sa façade, partagée entre un éclairage à DEL bicolore qui scintille de tous ses feux et une vaste fenestration, promet de ne laisser personne indifférent.

La facette transactionnelle, pour sa part, est reléguée à l'arrière-scène. Le processus d'achat et la prise de possession se transforment en des expériences exclusives, offrant un avant-goût de ce qui attend chaque futur propriétaire.



PHOTO MERCEDES-BENZ SILVER STAR

LES MARCHANDS DE VÉHICULES D'OCCASION SE RETROUVENT AU 35e CONGRÈS DE L'AMVOQ

Les 18 et 19 octobre se déroulait à Saint-Hyacinthe le 35e Congrès de l'Association des marchands de véhicules d'occasion du Québec (AMVOQ) en présence de quelque 250 participants.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**



L'équipe de l'Association des marchands de voitures d'occasion du Québec a organisé un Congrès où d'importantes questions ont été abordées.

PHOTO **BÉRANGÈRE FERRAND**

Au programme, on retrouvait des activités sociales et de réseautage, des conférences et surtout le plaisir, pour ces marchands, de se retrouver et d'échanger entre collègues sur les sujets d'actualité.

En fait, pour Steeve De Marchi, directeur général de l'AMVOQ, rencontré par Autosphere durant le Congrès, l'image déplorable des vendeurs de véhicules, comme révélée par le sondage de la perception des métiers au Québec, a été l'un des sujets importants abordés lors de la rencontre.

« Il y a maintenant 35 ans, l'AMVOQ est née de la volonté des marchands de voitures d'occasion de redorer leur image en imposant une barrière à l'entrée de leur association. Nous avons développé des outils pour nos membres afin qu'ils puissent contribuer à améliorer notre réputation, tout en rehaussant la qualité des services offerts aux consommateurs. Nous comprenons que dans le neuf, les consommateurs achètent un véhicule spécifique alors que dans l'occasion, nous vendons la réputation du marchand. »

Sans compromis sur la réputation

M. De Marchi voit d'ailleurs dans l'Office de la protection du consommateur (OPC), dont le président Denis Marsolais prenait la parole lors de la conférence d'inauguration du Congrès, un allié dans la quête de la qualité. « Nous voulons travailler ensemble pour réduire le nombre de plaintes qui visent nos marchands et sortir notre réputation du fond du baril », a expliqué M. De Marchi sans mâcher ses mots.

« Notre association n'a jamais misé sur le nombre de ses membres, mais plutôt sur leur qualité », insiste M. De Marchi. « Nous en avons retranché une dizaine cette année et sur les 90 demandes d'adhésion, nous n'en avons accepté que 60. Nous voulons surtout travailler davantage avec nos membres, notamment en leur offrant de la formation, pour qu'on arrive ensemble à redorer l'image de la profession. » Il mentionne que les habitudes de consommation changent tout comme le cadre législatif du commerce des véhicules et que l'AMVOQ est là pour aider ses membres à embrasser ces changements.

Avec un tel discours, pas étonnant que les conférenciers invités pour alimenter ce congrès aient abordé sous divers angles l'enjeu de la reconquête de la confiance des consommateurs.

Par exemple, prenant la parole devant les congressistes, le président de l'Office de la protection du consommateur (OPC), Denis Marsolais, a expliqué comment une table a été constituée, avec les associations du secteur de la vente automobile, afin de travailler conjointement à l'amélioration des pratiques et, conséquemment, à la réduction du nombre de plaintes envers les concessionnaires et marchands de véhicules.

Les conférenciers et formateurs Francis Gosselin, David Bernard et Mario Loubier se sont succédé au lutrin pour parler de l'importance de qualité de la relation avec les consommateurs, de l'état de l'économie et de l'implantation des meilleures pratiques.

Après une journée bien remplie, les congressistes se sont retrouvés pour une soirée de gala de clôture où les plats gastronomiques enrichissaient les discussions entre collègues et amis.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



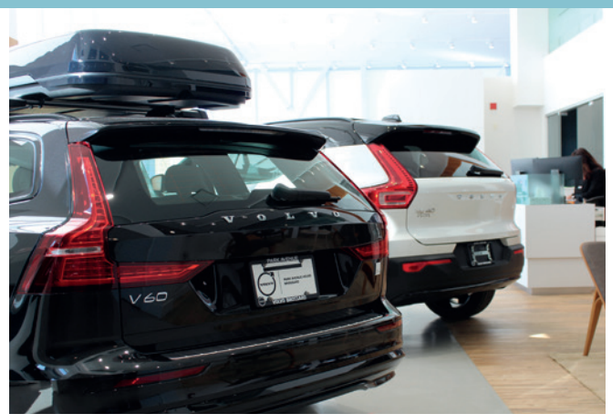
Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

INNOVER POUR SE DÉMARQUER

Dans le monde de la vente automobile, la concurrence n'a jamais été aussi féroce. Au Québec, quelque 890 détaillants représentant une quarantaine de marques se disputent une clientèle de plus en plus exigeante.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**



Les concessions VRSE déploient un espace lumineux, épuré et chaleureux dans un décor dominé par le design scandinave propre à la marque.

PHOTO **ISABELLE HAVASY**

Face à cette lutte acharnée, l'innovation devient le maître mot pour s'imposer. Repenser l'expérience client, miser sur la durabilité ou encore créer un lien émotionnel avec les consommateurs : voilà les nouvelles cartes que les constructeurs et concessions abattent pour tirer leur épingle du jeu.

« Là où ils vont réussir, c'est dans leur capacité à répondre aux désirs profonds de leur clientèle actuelle ou en devenir », souligne Ian Sam Yue Chie, président-directeur général de la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec (CCAQ). Pour lui, l'enjeu est clair : rétablir la confiance des Québécois envers une industrie qui traîne une réputation peu enviable tout en rehaussant l'expérience client dans son ensemble.

Des espaces repensés

Cette quête de renouveau passe souvent par une transformation radicale de l'approche. Les marques de luxe, particulièrement proactives, montrent la voie. Chez Porsche, le

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-Coeur 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

pari est d'aller à la rencontre d'un public élargi. Cet été, la firme allemande a lancé cinq boutiques éphémères Porsche NOW à travers le pays, en partenariat avec ses concessions. KhemRy Kuoy, directrice générale du Centre Porsche Lauzon de Laval, décrit ce concept comme « une occasion unique de mettre en valeur nos modèles électriques dans un environnement moins formel. » Fabriquées avec des matériaux durables, ces installations personnalisées, contribuent à élargir le rayonnement de la marque auprès d'une clientèle plus jeune, féminine, artistique et entrepreneuriale.

Mais Porsche ne s'arrête pas là. Le constructeur travaille également à renforcer sa présence dans des lieux stratégiques, tel le complexe Royalmount, où l'offre de service de voiturier avec recharge sur borne gratuite et l'accès au lounge exclusif créent une expérience haut de gamme. Il mise aussi sur d'autres propositions sur place, comme l'exposition de ses véhicules et les essais routiers.

Miser sur la proximité et la durabilité

Pour certains fabricants, l'avenir passe par le déploiement de nouveaux points de vente et de service plus modestes. Le projet pilote de concessions satellites, testé au Canada, est simple, mais ingénieux : créer des espaces réduits rattachés à un concessionnaire principal. « Moins intimidant qu'une installation standard, ce modèle évolutif permet d'établir une présence locale dans les petites communautés et les zones rurales tout en abaissant les coûts opérationnels grâce au partage des ressources, » explique Jeff Wingrove, directeur du développement du réseau chez Volkswagen Canada.

De son côté, Volvo aborde l'avenir sous le signe de l'écoresponsabilité, pierre angulaire de la stratégie globale de l'entreprise. Son programme Volvo Retail Experience (VRE), déjà en place depuis une décennie, a récemment évolué pour intégrer des normes écologiques rigoureuses. « Être durable et efficace est essentiel pour assurer la rentabilité à long terme », affirme Julian Pastore, directeur de l'expérience détaillant et de la durabilité chez Volvo Car Canada. L'itération Volvo Retail Sustainable Experience (VRSE) ouvre ainsi la voie à des bâtiments certifiés LEED. Mais la proposition Volvo dépasse le cadre de l'infrastructure. À cela se greffe « la promesse d'un prix unique » à l'échelle nationale qui élimine les négociations stressantes, ajoutant une dimension de transparence au processus d'achat.

La stratégie marketing, elle aussi, évolue. Pour séduire et fidéliser, les constructeurs explorent de nouvelles avenues. Parfois, ils profitent de rassemblements culturels pour mettre



Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

à l'avant-scène leur produit. Lors du festival Osheaga, Land Rover Canada a installé un espace VIP autour du Defender, transformant une place de concert en vitrine pour son véhicule phare. « Ce type de présence fait en sorte que les spectateurs, et futurs acheteurs potentiels, associent l'image de la marque à des moments liés au plaisir, à un style de vie cool et festif », souligne Adrienne Thomas, spécialiste du commerce de détail automobile de luxe, directrice marketing et événements.

Des dépositaires s'aventurent aussi à développer des approches personnalisées et immersives. Land Rover Laval, par exemple, offre gratuitement aux propriétaires de Defender une séance de conduite hors route avec un instructeur qualifié. « C'est une occasion d'engager le client de façon innovante. L'heure du marketing traditionnel est révolue. Il s'agit maintenant de concevoir des expériences qui frappent les esprits et connectent les consommateurs à la concession, au-delà de la marque. »

Une course sans fin

Dans ce marché hypercompétitif, les concessionnaires n'ont pas le luxe de ralentir. Comme le soulignait Mme Kuoy, « il faut parfois investir pour semer des graines. »

Même si certaines initiatives ne sont que passagères, leurs répercussions risquent de se faire sentir bien au-delà de leur durée de vie. Si ces efforts portent leurs fruits, certains concessionnaires pourraient bien réussir à conquérir le cœur — et le portefeuille — de nouveaux adeptes.

Isabelle Havasy récompensée par l'AJAC

Notre journaliste Isabelle Havasy s'est vu remettre, des mains de Jennifer Okoeguale représentante de Volvo, à gauche sur la photo, le Prix du journalisme en sécurité routière présenté par Volvo Car Canada dans le cadre de la 41e édition des Prix du journalisme organisé récemment par l'Association des Journalistes automobile du Canada (AJAC). Nouvellement dans l'équipe d'Autosphere, Mme Havasy a mérité cette reconnaissance grâce à l'article « Les femmes dans l'angle mort de la sécurité automobile » publié récemment sur le site de l'Annuel de l'auto. Toute l'équipe d'Autosphere tient à féliciter sa collègue pour cette belle accolade. **MB**



NAPA PIÈCES D'AUTO

SI C'EST UNE PIÈCE, ON CONNAÎT ÇA.

KEYLOOP

L'EXPÉRIENCE D'ABORD. L'EXPÉRIENCE TOUJOURS.

L'approche de Keyloop en matière de commerce automobile captive et fidélise la clientèle.

TEXTE **KEYLOOP**



De la prise de contact initiale au service après-vente, Keyloop se concentre sur la création d'une solution centrée sur l'expérience pour les concessionnaires, qui captive les clients finaux.

Dans le marché actuel de la vente au détail automobile, il ne s'agit pas tant de posséder l'expérience client que de la capturer. Chez Keyloop, cela s'est traduit par une approche « Expérience d'abord » où l'objectif principal est de transformer chaque point de contact entre les clients et les concessionnaires en une occasion de captiver la clientèle et de développer une fidélité à long terme.

Une étape intéressante

Sebastiaan Roovers, vice-président des ventes chez Keyloop Canada, affirme que nous sommes à « une étape intéressante de l'évolution du paysage automobile ». La croissance de la numérisation que nous avons connue pendant la pandémie de COVID-19 — largement motivée par la nécessité de minimiser les contacts physiques — a fait place au besoin d'une approche plus personnelle, créant une préférence pour un modèle hybride qui combine l'efficacité du processus numérique/virtuel avec le service personnalisé haut de gamme que les consommateurs exigent de plus en plus. « Les concessionnaires et les constructeurs qui seront en mesure d'incorporer efficacement ces deux éléments seront ceux qui connaîtront le plus de succès », déclare M. Roovers.

M. Roovers estime qu'avec le concept « Expérience d'abord », les concessions ont un avantage sur les autres entreprises, puisque l'achat d'un véhicule est souvent une expérience très émotionnelle. Il note que traditionnellement, dans le commerce automobile, les attentes ont été relativement basses, influencées par une idée préconçue de la façon dont l'achat et l'entretien d'un véhicule se dérouleront. Cette « perception » offre aux détaillants l'opportunité d'impressionner leurs clients, leur permettant d'interagir régulièrement avec eux, de les tenir informés concernant leur achat de véhicule, tout en utilisant chaque point de contact pour « créer des interactions agréables et hautement personnalisées tout au long du processus de vente ».

Les expériences exceptionnelles sont le résultat du passage des données d'un système à l'autre. Le parcours client et le processus de vente interne doivent être rendus aussi simples que possible pour les consommateurs. Trouver un fournisseur expert dans l'exploitation du potentiel des données est essentiel pour le détaillant automobile d'aujourd'hui. De multiples ensembles de données – des données sur les véhicules, le financement et les clients aux performances et aux rapports – doivent être interconnectés pour leur donner une vue à 360 degrés de leurs opérations. Ce n'est que lorsque les concessionnaires ont une vue complète des clients et des véhicules qu'ils peuvent fournir une approche proactive et personnalisée ainsi que prendre des décisions basées sur leurs données.

Comprendre les besoins

Face aux solutions de commerce numérique et d'IA, les détaillants automobiles peuvent se sentir désorientés et risquent de prendre des décisions mal avisées et coûteuses. Ce qui est important, explique M. Roovers, ce n'est pas de « cocher les cases », mais plutôt de développer une compréhension des besoins et des processus de l'organisation, puis de construire une solution centrée sur le client et axée sur l'expérience.

« Les consommateurs d'aujourd'hui sont de retour aux commandes, et ils sont très exigeants dans leur façon de communiquer avec les détaillants tout au long de leur expérience de vente et d'après-vente », explique M. Roovers. C'est pourquoi il est essentiel d'établir une relation de confiance avec chaque client en leur offrant un accompagnement et des conseils sur mesure. « La personnalisation n'est pas seulement bénéfique pour le consommateur, elle l'est aussi pour les détaillants », affirme M. Roovers. En ayant des informations uniques sur chaque consommateur, cela permet aux constructeurs et aux concessionnaires de mieux adapter chaque point de contact, améliorant l'expérience et consolidant la rétention à long terme.

Pour plus d'information, visitez Keyloop.com/fr-ca afin de découvrir comment les produits actuels et la future plateforme de Keyloop Canada pourraient transformer votre entreprise.

PHOTO **KEYLOOP**

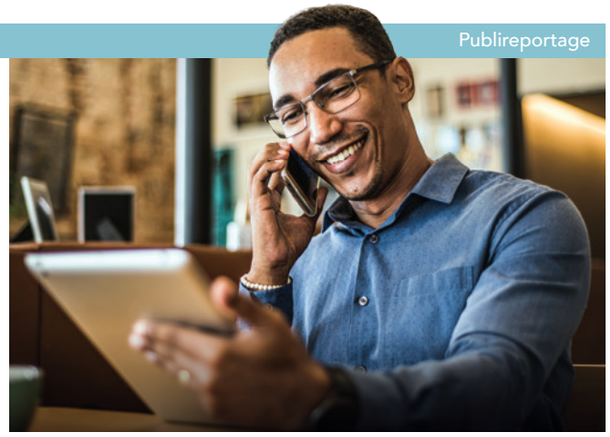
Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



SERVICES AUX CONCESSIONNAIRES CHEZ SYM-TECH

L'AVENIR DU F&A

Les concessionnaires canadiens doivent s'adapter aux préférences d'achat des consommateurs.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

L'expérience du « bureau des ventes » fait depuis longtemps partie intégrante du processus d'achat automobile au Canada. Toutefois, une mise à niveau s'impose. Selon Derek Sloan, président des Services aux concessionnaires chez Sym-Tech, les concessions canadiennes tardent à adopter de nouvelles stratégies de financement et d'assurance (F&A) et de vente, ce qui nuit à leur rentabilité.

Historiquement, les concessionnaires s'appuyaient sur la vente par étapes au bureau de F&A. Bien que certains aient adopté la vente par menu, Sym-Tech est allé plus loin avec le lancement de sa plateforme dave® (solutions électroniques automatisées et vérifiées pour concessionnaires) en 2012. « Cette avancée a transformé la gestion des menus au Canada, modernisant à la fois la technologie et les processus », explique M. Sloan. « Aujourd'hui, nous sommes le principal fournisseur de technologie F&A au Canada, avec plus de 1 200 concessionnaires utilisant notre plateforme. »

Maintenant, Sym-Tech redéfinit encore le F&A avec sa dernière plateforme, daveplus®. « Nous intégrons des appareils comme les téléphones mobiles et les iPad pour rendre l'expérience F&A plus conviviale pour les clients », affirme M. Sloan.

Les habitudes d'achat des consommateurs

M. Sloan insiste sur le fait que Sym-Tech ne réinvente pas la roue. « Nous observons comment les gens achètent aujourd'hui », dit-il. « Que ce soit sur mobile ou ordinateur, ou même en concession, la technologie fait désormais partie intégrante du processus d'achat. » Adoptant cette tendance, Sym-Tech exploite les outils numériques pour permettre aux clients de prendre des décisions éclairées et pertinentes.

La philosophie de Sym-Tech mise moins sur la vente pure que sur l'autonomie décisionnelle des clients pour l'achat de produits qui leur conviennent, et c'est là l'essentiel. Sym-Tech rompt avec la tradition du F&A qui proposait tous les produits à chaque client. L'approche actuelle : offrir uniquement les solutions adaptées aux besoins réels.

En exploitant l'analyse prédictive, Sym-Tech peut déterminer ce qui est pertinent pour chaque client, basé sur les données du SIG (système informatique de gestion) du concessionnaire et un questionnaire rempli par chaque client.

« Nous compilons instantanément des solutions correspondant au style de vie du client, à l'utilisation du véhicule et à sa localisation », explique M. Sloan. « Les clients réagissent positivement quand les options sont pertinentes, ce qui se traduit par une hausse des ventes. »

Formation des concessionnaires

Cette approche F&A transformative nécessite de la formation. Sym-Tech gère des centres de formation à Calgary, Toronto et Montréal, ainsi que des bureaux aux Barbades pour soutenir les concessionnaires. De plus, 80 formateurs certifiés expérimentés dans le commerce de détail offrent une formation pratique directement dans les concessions à travers le Canada.

« Nous formons par la démonstration », explique M. Sloan. « Nos associés interviennent dans la concession, traitent les transactions et démontrent le processus sur place », ajoute-t-il. « Dans notre deuxième semaine sur place, nous inversons les rôles, permettant à l'équipe de la concession de pratiquer pendant que nous les guidons. »

M. Sloan est confiant dans l'approche F&A de Sym-Tech et garantit une augmentation de 20 % des profits F&A dans les 30 premiers jours, sinon Sym-Tech comblera la différence.

« L'avenir du F&A repose sur l'adaptation aux préférences d'achat des clients », conclut M. Sloan. « Depuis 1971, nous avons évolué pour devenir une entreprise axée sur la performance, un fournisseur de produits, un leader technologique et un partenaire de formation pratique. Nous préparons les concessionnaires canadiens pour l'avenir. »

UNE SYNERGIE ENTRE LA RÉTENTION ET L'INNOVATION

Voyons la transformation dans l'expérience client. L'innovation prend toute sa place et permettra sans aucun doute d'augmenter la rétention de la clientèle.

TEXTE **YANICK JOMPHE**

Plusieurs groupes européens analysent la rétention de la clientèle et tentent de prédire l'avenir, du moins ce que sera l'expérience en 2030. Le Groupe IN (France), spécialisé en rétention client, explique « que l'objectif principal est de faire disparaître tous les irritants du parcours afin d'offrir une meilleure expérience ».

Selon l'étude du Groupe, en 2030, 67 % des interactions entre les marques et les consommateurs seront traitées par des robots. Plusieurs entreprises investissent déjà dans des assistants vocaux basés sur l'intelligence artificielle afin d'aider la clientèle, comme pour le poste de réceptionniste. Cette stratégie permet de mieux diriger les lignes, mais faut-il encore pouvoir parler avec quelqu'un au bout de la ligne. L'étude souligne que 80 % des consommateurs qui ont été sollicités sont d'accord avec l'assistance de l'IA, mais seulement 54 % font confiance à la technologie. Un pur paradoxe.

Que ce soit en matière d'expérience client ou du produit, les entreprises doivent investir dans l'amélioration des produits et dans l'innovation. Environ 55 % des clients sont fidèles à une marque, car ils aiment le produit.

Innover sur des bases humaines

D'autre part, il faut montrer constamment à vos clients que vous les appréciez. L'innovation en matière de suivis client permet d'augmenter la rétention.

Vous devez envoyer des remerciements après l'achat ou après un service, présenter des cadeaux personnalisés ou des offres exclusives, offrir des points de fidélité (programme), organiser des événements ciblés, ou encore célébrer les anniversaires (courriels ou cartes). La réflexion, l'innovation, les stratégies ainsi que les processus permettront d'offrir un service novateur à votre banque de clients qui représente une mine d'or !

Selon une étude réalisée par PwC (2023), « 59 % des clients estiment que les entreprises ont perdu le contact avec l'aspect humain de l'expérience client ». Selon plusieurs chercheurs, l'IA a révolutionné la satisfaction client en permettant aux organisations d'offrir des expériences ciblées, d'améliorer le service ainsi que d'obtenir des données précieuses. Dans l'industrie automobile, nous travaillons déjà avec l'IA sans nous en rendre compte avec les outils de gestion technologiques (certains CRM) afin d'enrichir les données opérationnelles des clients.

Pouvons-nous célébrer le mariage de l'innovation, de l'IA et de la rétention ?



Yanick Jomphe est consultante en formation et spécialiste en implantation de systèmes de relance-CRM. Détentrice d'un B.A.A., d'un M.B.A. et d'un Ph.D. Formation en ligne et en vidéoconférence offert info@consultantsyjomphe.com.



Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec* CANARI

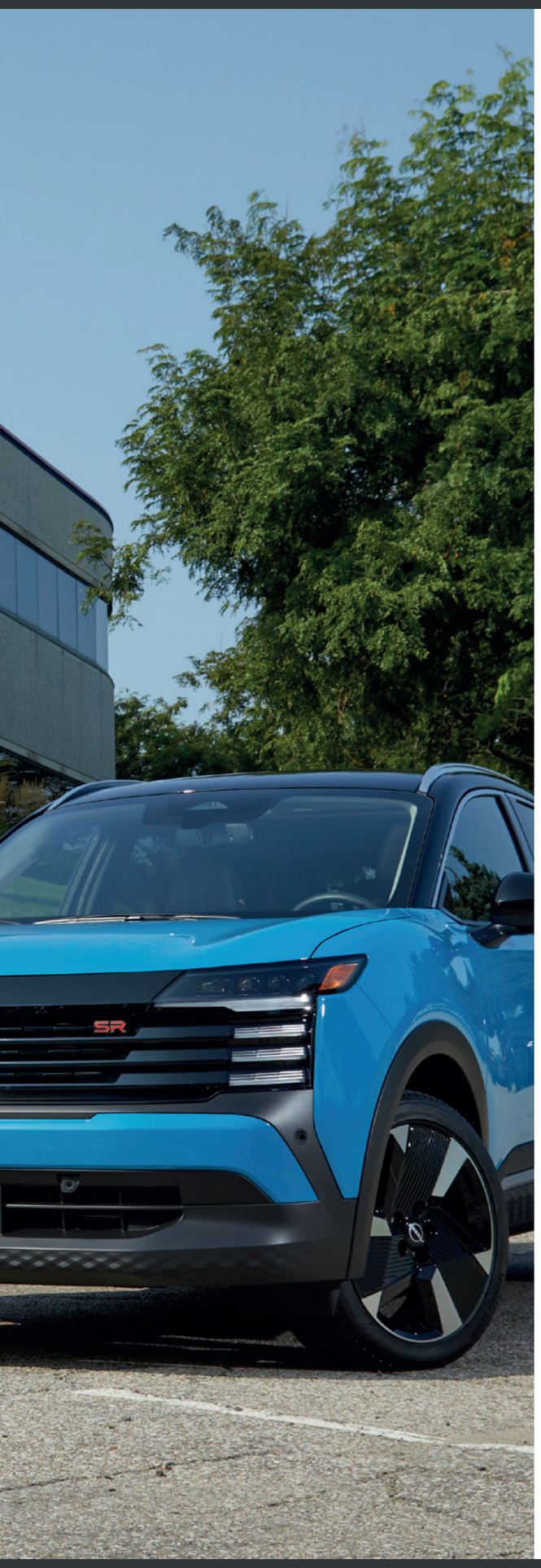


Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

PARC





NISSAN CANADA

ÉNERGIE POUR TOUS : DE L'ESSENCE À L'ÉLECTRICITÉ !

Nissan propose une gamme de véhicules avancés technologiquement pour les besoins de votre parc automobile.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Alors que les professionnels des parcs automobiles se préparent pour 2025 et planifient leurs acquisitions de nouveaux véhicules et leurs budgets, Nissan Canada est prête à répondre à tous vos besoins en matière de parc automobile avec une gamme de véhicules « adaptés aux parcs de toutes tailles », affirme Louis-Philippe Rochefort, directeur principal des ventes corporatives, valeurs résiduelles et véhicules d'occasion certifiés pour Nissan Canada.

« En plus d'une gamme de multisegments et de VUS écoénergétiques, nous sommes prêts à répondre à vos besoins en matière de voitures, de camions et de véhicules électriques », ajoute M. Rochefort.

Options de véhicules électriques

En parlant de véhicules électriques, le premier multisegment entièrement électrique de Nissan, l'ARIYA, est disponible en configurations à traction avant et à traction intégrale e-4ORCE, avec une batterie à autonomie prolongée ou standard.

Le système de traction intégrale e-4ORCE à double moteur de l'ARIYA a été nommé au palmarès « Wards 10 Best Engines & Propulsion Systems » en 2023. Cette distinction est importante, car la technologie e-4ORCE permet à l'ARIYA d'accélérer rapidement et en douceur, ainsi que d'effectuer des manœuvres de dépassement à haute vitesse sur l'autoroute.

Louis-Philippe Rochefort, directeur principal des ventes corporatives, valeurs résiduelles et véhicules d'occasion certifiés chez Nissan Canada affirme que Nissan offre une variété d'options écoénergétiques et technologiquement avancées qui répondront assurément aux besoins de chaque parc automobile.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Bien que vos conducteurs n'auront pas nécessairement besoin de la puissance et de l'agilité que le système e-4ORCE a été conçu pour offrir, il est rassurant de savoir qu'il est là en cas de besoin. Cette expérience de conduite agile ne fait qu'ajouter à votre tranquillité d'esprit et à la sécurité du conducteur lorsque nécessaire.

« La technologie e-4ORCE de Nissan est idéale au Canada, simplement parce qu'elle est conçue pour offrir un contrôle et une maniabilité supérieurs dans toutes les conditions météorologiques et routières, y compris lors de nos hivers canadiens », explique M. Rochefort.

Ce n'est pas une affirmation que Nissan fait à la légère. L'entreprise a mis l'ARIYA à l'épreuve au centre d'essai de Hokkaido au Japon, où les ingénieurs ont testé le système de traction intégrale e-4ORCE dans des conditions hivernales difficiles, notamment sur des routes enneigées et des terrains glissants. L'ARIYA a été poussé à ses limites afin de tester pleinement le système et de s'assurer que la technologie e-4ORCE offre une expérience sans stress pour le conducteur ainsi que pour tous les passagers.

Les modèles ARIYA 2025 sont disponibles avec une batterie standard de 63 kWh ou une batterie à longue autonomie de 87 kWh, offrant jusqu'à 465 km d'autonomie. Tous les modèles sont bien équipés avec une longue liste de technologies avancées de série, incluant Nissan Safety Shield[MD] 360, qui comprend six caractéristiques de sécurité active, et l'assistance ProPILOT avec technologie Navi-link, une technologie d'assistance à la conduite avec mains sur le volant.

L'équipement de série comprend un écran d'aide à la conduite perfectionné de 12,3 pouces, un écran couleur tactile de 12,3 pouces, Apple CarPlay sans fil, Android Auto avec fil et Amazon Alexa. Les caractéristiques disponibles incluent ProPILOT Park, qui permet au conducteur de se stationner en parallèle et de reculer dans une place de stationnement en appuyant sur un seul bouton.

Deux fois plus de Kicks

Au-delà des véhicules électrifiés, Nissan Canada offre un large éventail de véhicules à combustion interne. L'entreprise a récemment annoncé qu'elle offrira deux versions du Kicks en 2025. Le Nissan Kicks 2024 sera reconduit pour 2025, mais sous un nouveau nom : Kicks Play, et sera disponible aux côtés du tout nouveau Nissan Kicks 2025.



Nissan a récemment annoncé qu'ils offriront deux versions du Kicks en 2025.

PHOTOS JACK KAZMIERSKI, NISSAN



Les modèles Nissan ARIYA 2025 offrent une autonomie allant jusqu'à 465 km.

Le tout nouveau Kicks est un crossover compact, polyvalent et intelligent, qui se distingue par son design audacieux et expressif, en faisant le compagnon idéal pour la conduite en milieu rural et urbain. Plus grand que son prédécesseur, le tout nouveau Kicks offre une technologie qui connecte les conducteurs à ce qui compte le plus. Cela inclut la traction intégrale intelligente disponible sur toutes les versions pour une confiance accrue, la meilleure économie de carburant de sa catégorie en version traction intégrale intelligente, et l'assistance ProPILOT disponible pour faciliter la conduite sur autoroute.

Comme l'ARIYA, le tout nouveau Kicks s'est avéré bien adapté aux hivers canadiens. Le nouveau système de traction intégrale intelligente du Kicks a été rigoureusement testé dans la ville de Québec à travers une variété de scènes hivernales – un cadre idéal pour des évaluations hivernales extrêmes.

Alternativement, le Kicks Play, plus compact, sera disponible en deux versions écoénergétiques – S et SV. Les deux versions affichent les meilleurs chiffres de consommation de carburant sur l'autoroute et combiné de leur catégorie, soit 6,6 L/100 km sur l'autoroute et 7,2 L/100 km en mode combiné.

Le Kicks Play S 2025 est équipé de série du Nissan Safety Shield[MD] 360, du régulateur de vitesse, d'un système d'infodivertissement à écran tactile de 7 pouces avec Apple CarPlay et Android Auto, de trois ports USB (un à l'avant ainsi que deux à l'arrière pour la recharge uniquement), de l'alerte de gonflage facile des pneus, de roues de 16 pouces et d'une banquette arrière rabattable 60/40.

Le Kicks Play SV s'appuie sur la version S avec des améliorations clés incluant des roues en alliage de 17 pouces, des rails de toit peints argent, un frein de stationnement électrique, des freins à disque arrière, le régulateur de vitesse intelligent, la clé intelligente Nissan, un écran d'aide à la conduite perfectionné de sept pouces, un écran tactile de huit pouces, un port USB Type-C avant supplémentaire, le démarrage à distance du moteur, des sièges avant chauffants, un volant chauffant, la climatisation automatique et l'alerte de portière arrière.

Destination Rogue

L'un des véhicules de parc les plus populaires de Nissan, le Rogue, a été rafraîchi pour l'année-modèle 2024 avec des améliorations stylistiques et l'ajout de Google intégré en option.

Le Rogue est disponible avec deux niveaux d'assistance à la conduite. L'assistance ProPILOT est de série sur les versions SV et SL, et combine le régulateur de vitesse intelligent avec l'assistance à la direction. Sur le modèle Platinum (Platine), l'assistance ProPILOT 2.1 est disponible et utilise les informations de navigation pour aider à ajuster proactivement la vitesse avant les courbes et les échangeurs autoroutiers.

Tous les modèles Rogue sont équipés de Nissan Safety Shield[MD] 360, qui comprend le freinage d'urgence intelligent avec détection des piétons, l'avertissement d'angle mort, l'alerte de circulation transversale arrière, l'avertissement de sortie de voie, l'assistance aux feux de route et le freinage automatique arrière.

Tous les modèles S et SV sont également équipés de fonctionnalités d'infodivertissement clés, notamment un système d'infodivertissement à écran tactile de huit pouces avec Apple CarPlay et Android Auto de série, et la radio SiriusXM. Les versions SL et Platinum (Platine) reçoivent un écran tactile de 12,3 pouces avec Google intégré et les applications Google (Assistant Google, Google Maps, etc.), ainsi qu'Apple CarPlay sans fil, Android Auto sans fil et un chargeur sans fil.

« Que vous ajoutiez des camions, des berlines, des multisegments ou des VUS à votre parc en 2025, Nissan offre une variété d'options écoénergétiques et avancées technologiquement qui répondront assurément à vos besoins, dépasseront vos attentes et mettront un sourire sur le visage de chaque conducteur », conclut M. Rochefort. « Et si votre sélecteur de véhicules exige des véhicules électriques, Nissan propose deux options économiques pour votre parc, toutes deux équipées de caractéristiques de sécurité et de technologies d'aide à la conduite avancée qui vous donneront, à vous et à vos conducteurs, la tranquillité d'esprit supplémentaire que tout gestionnaire de parc souhaite et que tout conducteur de parc mérite. »

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

QUAND LA TÉLÉMATIQUE ALIMENTE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Le terme Intelligence artificielle (IA) a quitté le domaine de la science-fiction pour présenter des solutions concrètes pour les gestionnaires de parc.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**



Les décisions assistées par Intelligence artificielle reposent sur la capture de données par télématique.

L'intelligence artificielle existe depuis longtemps et ce n'est que plus récemment que cette notion abstraite a trouvé des applications intéressantes pour les gestionnaires de parc.

Comme l'explique Guillaume Poudrier, président de la firme Geothentic, les gestionnaires de parc doivent prendre des décisions au quotidien en se basant sur une multitude de données tirées notamment de la télématique tout en jonglant avec des variations constantes. « Comment prendre la décision pour s'assurer que c'est la meilleure ressource qui sera attribuée pour accomplir une tâche donnée ? Il y a des milliards de combinaisons possibles. Et qu'arrive-t-il si un véhicule tombe en panne sur la route ; comment trouver la solution la plus efficace ? »

Pour M. Poudrier, l'intérêt de laisser l'intelligence artificielle démêler toutes les données et proposer au gestionnaire des solutions idéales écarte de l'équation les facteurs émotifs ou politiques. Chaque département a son importance et leurs directeurs souhaiteront toujours avoir la priorité sur les équipements mobiles. Avec des chiffres en main, il est plus facile de réduire ces débats et de s'entendre sur la meilleure décision.

Des données de qualité

Évidemment, la collecte des données repose sur la présence des capteurs nécessaires sur les véhicules. De plus, les systèmes informatiques de l'entreprise doivent être en mesure de communiquer pour ouvrir un partage des données à la demande.

Le concept d'un robot qui va traiter automatiquement les données pour en extraire des scénarios répondant aux questions spécifiques d'un gestionnaire est bien assimilé aujourd'hui. Ce qui change, c'est le raffinement des solutions proposées par les firmes spécialisées dans l'accompagnement des gestionnaires de parc. Comme le constate M. Poudrier, l'introduction de solutions liées à l'intelligence artificielle dans un parc peut se faire graduellement, spécifiquement en établissant des problématiques claires à corriger ou des objectifs précis à atteindre.

Questionné à ce sujet, Anthony Mainville, président de Attrix, présente quelques applications où l'Intelligence artificielle peut faire une différence.

« La mobilité durable dont nous entendons tellement parler représente un enjeu d'une très grande complexité », explique M. Mainville qui est d'ailleurs président de la communauté d'intérêts Camionnage Zéro Émission de Propulsion Québec. « L'intelligence artificielle sera incontournable pour aider les gestionnaires à cibler là où se trouvent les gains. Si les données sont bien structurées, des gestes très précis peuvent être posés pour faire une différence dans le court terme. Par exemple, est-ce que ça vaut la peine, dans le cadre de l'électrification d'une flotte, d'opter pour une camionnette équipée d'une grosse batterie alors que les usages et l'accès facile à une borne ne justifient pas cette option ? »

L'expert mentionne, dans le même ordre d'idées, que l'optimisation des itinéraires par IA permettrait de réduire la consommation de carburant et la distance parcourue jusqu'à 25 %.

Selon M. Mainville, les tableaux affichant les indicateurs de performance ne suffiront bientôt plus. « L'optimisation de la navigation, par exemple, c'est de demander au système de

proposer une solution lorsqu'un chauffeur est malade et qu'un nouveau chantier débute sur le parcours. »

De plus en plus s'offre la possibilité de converser avec le système, un peu comme on le voit avec l'application ChatGPT, qui puisera dans la banque de données du parc.

La pêche aux informations

C'est d'ailleurs ce qu'illustre notre collègue Huw Evans, qui interviewait récemment Mike Branch, vice-président des Données et Analytique chez Geotab. M. Branch confirme qu'il est difficile pour un gestionnaire de parc de plonger au cœur d'un océan de données pour y pêcher l'information pertinente.

« Le défi pour de nombreux gestionnaires de flotte est de pouvoir donner un sens à toutes ces données. La compagnie Geotab a développé Geotab Ace, un assistant d'analyse optimisé par l'IA. Avec Ace, nous avons la possibilité d'utiliser les données sans avoir besoin d'un analyste de données, mais il est possible également d'exploiter la technologie de l'IA, en posant des questions. En substance, on pose une question à Ace, qui fournira une réponse en effectuant des requêtes en arrière-plan, en extrayant des données de milliers de véhicules différents pour obtenir rapidement les informations nécessaires. »

François-Alexandre Tremblay, responsable de l'innovation 4.0 chez Baseline, une coopérative de solidarité basée au Québec qui offre des services d'accompagnement en intelligence artificielle, mentionne un élément important dans toute cette question de gestion de données et de solutions optimisées par l'intelligence artificielle : « Il y a des retombées directes sur le positionnement concurrentiel de l'entreprise », explique-t-il. « Si la livraison de votre entreprise n'est jamais en retard ou que vous pouvez faire bénéficier vos clients de votre bonne gestion des ressources, vous affirmez votre position sur le marché. » M. Tremblay constate qu'il existe plusieurs solutions qui peuvent aider les gestionnaires dans leur prise de décisions. « Mais il faut établir nos besoins au préalable et voir si une solution générique s'applique ou si l'entreprise aura besoin d'une solution sur mesure. Ce qui est certain, assure M. Tremblay, c'est qu'il faut mettre à l'essai les plateformes avant de s'engager avec un contrat. »



« Il faut mettre à l'essai les plateformes avant de s'engager avec un contrat. »

FRANÇOIS-ALEXANDRE TREMBLAY
RESPONSABLE DE L'INNOVATION 4.0 , BASELINE



Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

CAMIONNETTES LÉGÈRES PLEINE GRANDEUR

FLEXIBILITÉ PLEINE GRANDEUR

Peu importe vos besoins, il existe un choix de camionnette d'une demi-tonne pour votre parc automobile !

TEXTE **JIL MCINTOSH**

Les camionnettes pleine grandeur d'une demi-tonne peuvent couvrir une grande variété de tâches, des travaux légers jusqu'au transport de charges lourdes. Les constructeurs automobiles en produisent une grande variété, avec un nombre croissant de versions électrifiées. Voici les spécifications des modèles 2024-2025.



Chevrolet Silverado 1500



GMC Sierra 1500

Chevrolet Silverado 1500/GMC Sierra 1500

Les camionnettes jumelles par leur mécanique de GM ne reçoivent que des mises à jour mineures, y compris de nouvelles technologies d'aide à la conduite disponible. Les deux modèles sont offerts en versions 4x2 ou 4x4, mais le Silverado offre davantage de niveaux de finition.

SPÉCIFICATIONS

- **Moteurs :** 2,7 L 4 cylindres en ligne turbocompressé (310 ch/430 lb-pi de couple) | 3,0 L 6 cylindres en ligne turbodiesel (305 ch/495 lb-pi de couple) | 5,3 L V8 (355 ch/383 lb-pi de couple) | 6,2 L V8 (420 ch/460 lb-pi de couple)
- **Configurations de cabine :** Cabine régulière, Cabine allongée, Cabine multiplaces
- **Capacité de remorquage maximale :** 6 033 kg (13 300 lb)



Ford F-150 Lightning

La camionnette entièrement électrique de Ford comprend un modèle Pro axé sur le travail. Elle est basée sur le F-150 à essence, mais avec deux moteurs électriques fournissant une traction intégrale. L'option du Pro Power Onboard fournit jusqu'à 9,6 kW et 11 prises pour alimenter les outils électriques.

SPÉCIFICATIONS

- **Moteurs :** 452 ch/775 lb-pi de couple (Autonomie standard)
- 580 ch/775 lb-pi de couple (Autonomie prolongée)
- **Autonomie :** 386 km (Standard) ; 515 km (Pro, Prolongée)
- **Configuration de cabine :** Super Crew
- **Capacité de remorquage maximale :** 4 536 kg (10 000 lb)



Ford F-150

Le F-150 est offert en plusieurs versions et peut être commandé avec un moteur hybride. Les versions d'entrée de gamme sont en 4x2 ou 4x4, alors que les versions haut de gamme, incluant les hybrides, sont équipées de la transmission intégrale de série. « EcoBoost » indique la présence d'un moteur à turbocompresseur.

SPÉCIFICATIONS

- **Moteurs :** 2,7 L EcoBoost V6 : 325 ch/400 lb-pi de couple | 3,5 L EcoBoost V6 : 400 ch/500 lb-pi de couple | 3,5 L EcoBoost V6 Hybrid : 430 ch/570 lb-pi de couple | 5,0 L V8 : 400 ch/410 lb-pi de couple
- **Configurations de cabine :** Cabine régulière, Super Cab, Super Crew
- **Capacité de remorquage maximale :** 6 123 kg (13 500 lb)

PHOTOS **FORD, GENERAL MOTORS, STELLANTIS, TOYOTA**



Chevrolet Silverado EV

Cette toute nouvelle camionnette est construite sur la plateforme VÉ « Ultium » de GM, plutôt que d'être un Silverado régulier équipé d'un moteur électrique. Elle est offerte en versions WT (Work Truck) à traction intégrale ; il existe également un modèle performance destiné aux consommateurs. GMC prévoit élargir sa gamme avec une version électrique du Sierra.

SPÉCIFICATIONS

- **Moteur :** Deux moteurs (510 ch/615 lb-pi de couple) (WT)
- **Autonomie :** 623 km (3WT) ; 724 km (4WT)
- **Configurations de cabine :** Cabine multiplace
- **Capacité de remorquage maximale :** 4 536 kg (10 000 lb) (9 072 kg avec ensemble)



Ram 1500

Le Ram 1500 échange son moteur V8 contre un six cylindres en ligne turbocompressé plus puissant. La gamme 2025 comprendra le 1500 Ramcharger, une camionnette électrique à autonomie prolongée qui utilise un moteur V6 comme génératrice pour alimenter les moteurs électriques.

SPÉCIFICATIONS

- **Moteurs :** 3,6 L V6 (305 ch/271 lb-pi de couple)
  3,0 L 6 cylindres en ligne (420 ch/469 lb-pi de couple)
  3,0 L 6 cylindres en ligne HO (540 ch/521 lb-pi de couple)
- **Ramcharger :** 663 ch/615 lb-pi de couple
- **Configurations de cabine :** Quad Cab, Cabine d'équipe
- **Capacité de remorquage maximale :** 5 262 kg (11 600 lb)



Ram 1500 REV

Le Ram 1500 REV tout électrique arrive en 2025 et sera offert avec une batterie standard ou à autonomie prolongée. Les spécifications complètes seront fournies à l'approche de sa date de mise en vente.

SPÉCIFICATIONS

- **Moteur :** 654 ch/620 lb-pi de couple (estimée)
- **Autonomie :** 564 km (standard) ; 805 km (prolongée) (estimée)
- **Configurations de cabine :** Cabine d'équipe
- **Capacité de remorquage maximale :** 6 350 kg (14 000 lb) (estimée)



Toyota Tundra

Le Tundra est offert en version essence uniquement ou en version hybride, cette dernière appelée i-Force Max, toutes deux avec des moteurs turbocompressés. L'hybride n'est disponible qu'en cabine d'équipe et en configuration 4x4.

SPÉCIFICATIONS

- **Moteurs :** 3,5 L V6 (348 ch/405 lb-pi de couple pour SR ; 389 ch/479 lb-pi de couple pour toutes les autres versions)
  3,5 L V6 hybride (437 ch/583 lb-pi de couple)
- **Configurations de cabine :** Double Cab, CrewMax
- **Capacité de remorquage maximale :** 5 443 kg (12 000 lb)

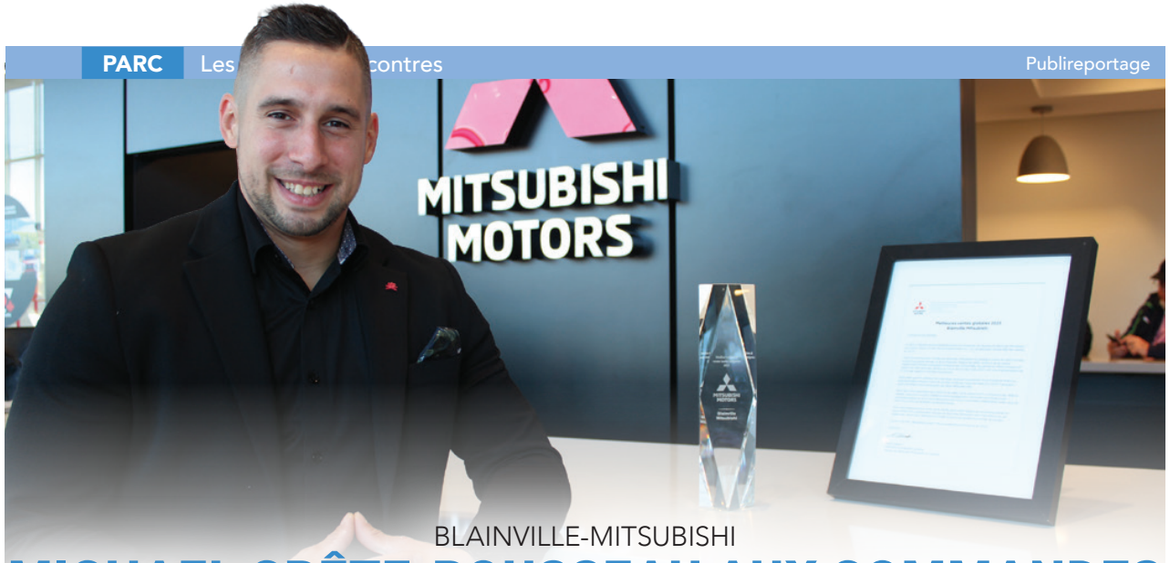
Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



BLAINVILLE-MITSUBISHI

MICHAEL CRÊTE-ROUSSEAU AUX COMMANDES

Michael Crête-Rousseau a toujours su qu'il voulait être pompier. Il consacrera quatre ans et demi de sa vie à cette carrière avant qu'une blessure au genou ne l'oblige à revoir ses plans. Dans l'attente de sa nouvelle vocation, il enchaîne les boulots dans les secteurs de la construction et de la restauration.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Il découvre le monde de l'automobile par hasard en répondant à une offre d'emploi comme livreur de véhicules neufs chez un concessionnaire de marque japonais. Lors de l'entrevue, raconte M. Crête-Rousseau, « le directeur des ventes est venu me voir et m'a dit : "Donne-toi six mois, puis on va commencer à te former pour être vendeur." » Cette lueur d'espoir s'est rapidement dissipée, le directeur mettant fin abruptement à sa formation après quelques semaines. Loin de se décourager, M. Crête-Rousseau persévère, observe ses collègues et étudie le marché de la vente. « Je suis une éponge. J'apprends en regardant les gens travailler. »

C'est chez Blainville-Mitsubishi qu'il trouve enfin sa vocation. En 2016, Renaud Demers-Lizotte, alors directeur des ventes, voit en lui un potentiel unique. « Il cherchait justement une personnalité dynamique comme la mienne dans son équipe. »

La clé du succès

Dans son nouvel emploi, il ne tarde pas à se démarquer. En 2017, il obtient le titre de meilleur vendeur, mois après mois, pendant un an. En 2018, Michael (Mike) Charland, le DG de la concession, l'introduit au département commercial, où il accède au poste de directeur adjoint. Là encore, il fonce. « Au lieu d'attendre que le téléphone sonne, j'ai décidé d'appeler des carrossiers. Je me déplaçais, j'allais rencontrer les clients. C'est à partir de ce moment que tout a commencé à débouler. » Résultat : en un an, le volume de ventes triple, passant de 30 à 100 véhicules.

La pandémie ralentit les activités commerciales, cantonnant M. Crête-Rousseau à la vente au détail. En 2022, tout en continuant d'être présent sur le plancher, il reprend les rênes de son département. Sous sa tutelle, le nombre annuel d'unités destinées aux parcs croît constamment. Les immatriculations passent de 200, en 2022, à 300 l'an dernier, propulsant la concession au sommet du volume de ventes globales à l'échelle canadienne.

L'importance des mentors

Cette croissance rapide résulte de la détermination et du travail de prospection acharné d'un individu passionné par son métier et reconnaissant de pouvoir s'épanouir au sein d'une entreprise qui apprécie la valeur de ses employés. Tout au long de son cheminement, M. Crête-Rousseau savait qu'il pouvait compter sur le soutien indéfectible de ses mentors : Luc Grenier, directeur canadien du département des parcs pour Mitsubishi, qu'il décrit comme son ange gardien. « Si Luc n'avait pas été présent pour m'encourager dans les moments difficiles, je n'aurais pas grandi aussi vite. » Quant à M. Charland, « il est une source d'inspiration et toujours là pour nous motiver à aller plus loin. »

Depuis janvier 2024, M. Crête-Rousseau se concentre exclusivement sur le développement de sa division commerciale, déterminé à atteindre son objectif ambitieux de 500 véhicules pour 2025.

PHOTO **ISABELLE HAVASY**



OUTLANDER PHEV

SUPER CONTRÔLE INTÉGRAL

LE CONTRÔLE SUR TOUTE ROUTE, PAR TOUT CLIMAT.

Visitez mitsubishi-motors.ca/fr/acheter/parcs
Ou contacter luc.grenier@na.mitsubishi-motors.com

EN PRIME :

ABS

Coussins gonflables

Systèmes avancés d'aide à la conduite

- Avertisseur de sortie de voie
- Atténuation de collision avant
- Surveillance des angles morts
- Alerte de circulation transversale arrière
- Régulateur de vitesse adaptatif
- Surveillance de l'état du conducteur

MITSUBISHI MOTORS

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



SIMARD TRANSPORT DÉBUTE L'ÉLECTRIFICATION DE SA FLOTTE

Simard Transport est une entreprise de camionnage établie à Montréal, Toronto et Vancouver. Dans une perspective de diversification, Simard Transport ajoute à sa flotte montréalaise quatre camions eCascadia.

TEXTE **MARTINE PAINCHAUD**

Simard Transport est une entreprise familiale en affaires depuis trois générations. Établie à Montréal, Toronto et Vancouver, la firme de camionnage compte 1 000 employés et une flotte de 500 camions.

Dans une perspective de diversification, Simard Transport ajoute à sa flotte montréalaise quatre camions eCascadia équipés d'une batterie de 438 kW/h et d'une puissance équivalente à un moteur de 470 hp.

« L'électrification de notre flotte, on y pense depuis 2018, explique Brandon Abraham, directeur des services partagés et des finances chez Simard Transport. En 2023, on a décidé de se lancer, parce que les programmes de subventions gouvernementales proposés pour l'achat de camions électriques étaient intéressants. En fait, sans subvention, nous n'aurions pas acheté ces véhicules parce que leur prix est trop élevé. Nous évoluons dans un marché très compétitif et on ne peut pas se permettre de faire payer nos clients pour ces camions. »



> « Nous évoluons dans un marché très compétitif et on ne peut pas se permettre de faire payer nos clients pour ces camions. »
>
> **BRANDON ABRAHAM** DIRECTEUR DES SERVICES PARTAGÉS ET DES FINANCES , SIMARD TRANSPORT

Le coût des camions eCascadia varie chaque jour en fonction d'une multitude de facteurs. Selon Normand Saint-André de Globocam, le type de véhicule acquis par Simard se vend en octobre 2024 au coût de 650 000 $; la subvention du gouvernement fédéral de 150 000 $ et celle de Québec de 175 000 $, par véhicule.

« Nous n'avons pas encore commandé de nouveaux camions, et ce pour deux raisons : leur prix a augmenté significativement depuis deux ans et la subvention de Québec est maintenant suspendue, les fonds sont épuisés. »

La Presse rapporte en effet que l'enveloppe de 30 millions pour l'écocamionnage est épuisée et que le ministère des Transports et de la Mobilité durable ne semble pas avoir l'intention de la renflouer à court terme. Le ministère se dit d'ailleurs « conscient que cette pause temporaire peut créer une certaine incertitude et entend travailler avec les différents partenaires de l'industrie pour minimiser les impacts de cette situation. »

Devant une telle situation, Brandon Abraham rappelle que pour verdir sa flotte, Simard « ne compte pas seulement sur les camions électriques, mais aussi sur les véhicules qui fonctionnent au gaz naturel et à l'hydrogène. »

Collaboration avec Cléo et Globocam

Simard Transport s'est associée à Cléo (Polara) pour le déploiement de son infrastructure de recharge. Rappelons que la

PHOTO SIMARD TRANSPORT



Simard Transport ajoute à sa flotte montréalaise 4 camions eCascadia équipés d'une batterie de 438 kW/h et d'une puissance équivalente à un moteur de 470 hp.

mission de cette ancienne filiale d'Hydro-Québec est d'accompagner les opérateurs de parcs de véhicules dans leur transition vers l'électrification.

« Nos camions ont été livrés en juin 2023, mais c'est seulement en janvier, donc six mois plus tôt, que nous avons commencé à discuter des bornes de recharge ; un délai trop serré surtout s'il faut demander à Hydro-Québec de fournir une nouvelle ligne d'électricité vers nos installations. Mais nous avons été assez chanceux : un de nos bâtiments avait la puissance nécessaire pour alimenter nos bornes. »

L'ensemble des travaux électriques requis pour l'installation de deux bornes Detroit eFill de 120 kW et de deux bornes ABB DC Wallbox de 24 kW était subventionné à 50 %. L'entretien des bornes électriques a été délégué à Cléo.

Simard Transport a aussi travaillé avec Globocam, le réseau de concessionnaires de camions lourds au Québec, pour l'achat de ses camions électriques. Le spécialiste du camion lourd a pris part aux analyses techniques et opérationnelles et accompagné les dirigeants de Simard tout au long du processus décisionnel.

Rodage, formation et entretien

L'intégration des véhicules électriques à la flotte de Simard Transport s'est déroulée rondement et les problèmes rencontrés ont été résolus rapidement, se rappelle Brandon Abraham.

« Au début, nous avons eu quelques enjeux à régler : par exemple, l'électricité ne passait pas et on ne savait pas pourquoi ; parfois, la solution était simplement de brancher et débrancher le camion une demi-douzaine de fois. Nous avons connu quelques bris, mais somme toute, la période de rodage a duré quelques mois à peine. »

Pour ce qui est des chauffeurs assignés à ces camions électriques, ils ont été choisis en fonction de leur performance en matière de sécurité.

« Une dizaine de nos chauffeurs ont eu droit à quelques heures de formation donnée par le constructeur ; ils se sont familiarisés avec la marche à suivre en matière de chargement, d'entretien de la batterie, etc. De plus, nous avons formé nos propres formateurs ; ce sont eux qui maintenant ont la responsabilité d'entraîner nos chauffeurs. »

En ce qui concerne l'entretien des camions eCascadia, Simard a pris la décision de ne pas former ses mécaniciens pour l'instant étant donné le nombre limité de véhicules ; en cas de bris, les camions seront réparés chez le concessionnaire par des mécanos spécialisés.



L'intégration des véhicules électriques à la flotte de Simard Transport s'est déroulée rondement et les problèmes rencontrés ont été résolus rapidement.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec* CANARI





Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

PNEUS





SAILUN TERRAMAX

POLYVALENCE ET VALEUR

Grâce à une ingénierie à la fine pointe de la technologie, des performances robustes et des prix concurrentiels, cette gamme de pneus route/hors route est particulièrement attrayante.

TEXTE **HUW EVANS**

Au cours des deux dernières décennies, la demande pour les camionnettes et les VUS a explosée. Aujourd'hui, au Canada comme aux États-Unis, les camionnettes légères représentent plus de 80 % des ventes de véhicules neufs et, sur le marché de l'occasion, de nombreux camions et VUS ont tendance à conserver leur valeur et demeurent très recherchés.

Cette popularité a également entraîné une augmentation exponentielle de la demande de pneus destinés aux VUS et aux camionnettes, d'autant plus que le parc automobile vieillit. De plus, la hausse du coût de la vie au cours des cinq dernières années a poussé de plus en plus de consommateurs à maximiser la valeur de chacun de leurs achats, particulièrement pour les articles coûteux comme les véhicules et les pneus.

Des capacités haut de gamme, une valeur supérieure

C'est un aspect sur lequel Sailun Tire Americas (STA) s'est particulièrement concentré depuis son entrée sur le marché nord-américain en 2005. La gamme de pneus Terramax de Sailun cible spécifiquement les propriétaires de camions et de VUS, mettant l'accent sur des capacités et des performances haut de gamme, à un prix avantageux et constant.

« Nous croyons que les principes du Terramax sont cohérents avec le reste de la marque Sailun », explique Wayne Cuculuzzi, vice-président, Produits et développement de produits chez STA.

Le Terramax AT2 illustre la nouvelle gamme de pneus polyvalents de route/hors route offerts par Sailun Tire Americas.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

Il reconnaît que le segment en pleine expansion des camions et des VUS est très important pour STA. Les commentaires, les tests et l'évaluation des produits de la dernière génération de Sailun ont continué à faire progresser la marque, garantissant la fabrication d'une gamme de pneus offrant le bon équilibre entre les capacités sur route et hors route, convenant à tous les types de conducteurs dans toutes les conditions d'utilisation, tout en offrant une qualité haut de gamme et des garanties solides à un prix très concurrentiel sur le marché.

Conçu sur mesure

« Grâce aux commentaires reçus sur nos produits précédents, nous avons pu développer des pneus spécialement conçus pour le segment de route/hors route », déclare Cuculuzzi. « Nos nouveaux Terramax AT2, ainsi que les nouveaux Terramax RT et Terramax M/T en sont des exemples parfaits. » Selon M. Cuculuzzi, chaque pneu Sailun de ce segment doit offrir un équilibre optimal entre performance sur route et hors route, tout en répondant aux besoins variés des conducteurs, peu importe les conditions : chaussée sèche, gravier, roches, boue, sentiers accidentés ou surfaces glissantes. M. Cuculuzzi souligne également la nécessité d'avoir des garanties solides qui soutiennent la qualité haut de gamme des pneus, comme c'est le cas pour la gamme Terramax.

« En termes de valeur, nous offrons une qualité haut de gamme et des garanties qui appuient ce que nous vendons. » Il note également qu'en valeur ajoutée, Sailun offre une protection gratuite contre les incidents routiers sur tous les pneus pour voitures de tourisme et camionnettes légères jusqu'à 3/32e de pouce de profondeur de bande de roulement ou jusqu'à deux ans. « Cela offre une couche de protection supplémentaire au consommateur lors de l'achat d'un jeu de pneus Sailun Terramax », explique M. Cuculuzzi.

À la fine pointe de la technologie

Souvent, les pneus destinés au segment à prix avantageux du marché sont perçus comme faisant des compromis sur l'ingénierie et la qualité afin d'être vendus au meilleur prix possible. L'approche de Sailun est totalement différente. STA exploite un centre de recherche et développement (R&D) ultramoderne à Chattanooga, au Tennessee, qui se concentre sur le développement de pneus spécifiquement pour le marché nord-américain, incorporant une technologie exclusive et utilisant des tests et des évaluations approfondis pour offrir un produit de qualité haut de gamme et performant, à un prix véritablement avantageux.

« Notre objectif est de toujours nous améliorer », déclare M. Cuculuzzi. « Le processus commence toujours par l'écoute des besoins du client pour faire progresser les produits existants afin de répondre aux nouvelles exigences du marché. » Il note que STA peut alors tirer parti de ses capacités de R&D, d'ingénierie et de tests — qui sont parmi les meilleures de l'industrie — pour améliorer la gamme de pneus Terramax offerte aux consommateurs au Canada et aux États-Unis. « Notre nouvelle usine ultramoderne permet la production routinière de ces pneus de grande taille pour camions et VUS plus lourds. »

Des partenariats solides

Outre la R&D, l'ingénierie et la fabrication, STA a également établi des partenariats solides avec les principaux réseaux de distribution et de vente au détail de pneus au Canada. « Nous sommes très chanceux d'avoir établi des partenariats avec ces détaillants et grossistes », affirme M. Cuculuzzi. « Ces partenaires comptent parmi l'élite de l'industrie en Amérique du Nord. Leur professionnalisme et leur vaste expérience permettent aux clients de bénéficier de conseils experts pour choisir leurs pneus. »

M. Cuculuzzi reconnaît qu'en ce qui concerne la gamme de produits Terramax et l'ensemble du portefeuille de pneus de Sailun, l'objectif est d'offrir la meilleure valeur de l'industrie et de sa catégorie. « Peu importe le segment, notre mission est d'exceller en qualité tout en proposant des prix qui offrent une valeur optimale aux consommateurs. »



Sailun Terramax AT2

PHOTOS HUW EVANS

Terramax AT2

Conçu pour améliorer l'expérience de conduite grâce à une traction supérieure sur route et hors route, le Terramax AT2 présente un motif de bande de roulement agressif à épaulement ouvert avec des lamelles profondes et une nervure centrale robuste. Combiné à un composé de caoutchouc avancé, le résultat est un pneu tout-terrain qui offre une stabilité exceptionnelle et une conduite silencieuse tout en offrant des capacités hors route supérieures sur des surfaces allant des routes en gravier aux chantiers de construction boueux, et dans toutes les conditions météorologiques imaginables. Portant la certification 3PMS, le modèle AT2 a été lancé en 44 tailles différentes, dont 19 tailles métriques P et 25 tailles LT/flottantes afin de couvrir les principales dimensions d'origine et les dimensions majorées.

Terramax RT

Pneu tout-terrain (R/T) agressif certifié 3PMS, le Terramax RT présente une profondeur de sculpture importante pour maximiser les performances hors route, notamment une traction supérieure sur sol meuble, tout en minimisant le bruit sur route et en offrant un raffinement supérieur. Les flancs robustes avec un composé de caoutchouc anti-déchirure exclusif s'étendent jusqu'au flanc pour améliorer les capacités hors route et l'apparence, tandis que les éjecteurs de cailloux empêchent les petites pierres de se coincer dans la bande de roulement. Le Terramax RT est disponible en 36 tailles et peut s'adapter aux jantes de 17 à 22 pouces avec des dimensions flottantes de 35, 36 et 37 pouces. Toutes les versions LT du Terramax RT sont également pré-percées pour les crampons pour une polyvalence accrue.

Terramax M/T*

Grâce à ses flancs triple-pli hautement résistants à l'usure et à ses arêtes mordantes optimisées, le Terramax M/T est un pneu tout-terrain qui excelle particulièrement sur les sols boueux et qui est destiné à une utilisation hors route intensive peu importe les conditions météo. Il possède un motif de bande de roulement autonettoyant agressif pour offrir une adhérence maximale sur les surfaces inégales, avec un motif large et profond qui, combiné à un design à épaulement ouvert, améliore davantage l'adhérence, la stabilité et la qualité de roulement tout en évacuant efficacement la boue à basse et à haute vitesse. Le Terramax M/T est offert dans toute une gamme de dimensions populaires de remplacement d'origine pour les applications de roues de 15 à 20 pouces. Il bénéficie également d'une protection supérieure dans l'industrie contre les incidents routiers et offre l'un des meilleurs comportements sur route de tous les pneus du segment boueux.

*Actuellement offert au Canada seulement



Sailun Terramax RT



Sailun Terramax M/T

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

DOSSIER

LES TPMS SONT UNE SOURCE DE REVENUS ADDITIONNELS POUR LES ATELIERS

Comment ces petits appareils peuvent-ils contribuer autant à la sécurité des automobilistes et pourquoi les ateliers doivent-ils leur porter une attention particulière ?

TEXTE **MATHIEU VALIQUETTE**



La condition des TMPS devrait être vérifiée à chaque manipulation des roues dans l'atelier.

Même s'ils étaient réservés aux véhicules de luxe à leurs débuts, dès la fin des années 1980, les capteurs TPMS ont commencé à s'introduire graduellement dans bon nombre de véhicules. Aujourd'hui, l'industrie des TPMS est donc en plein essor. Plus précisément, d'après la firme de recherche automobile, Towards Automotive, on prévoit que la valeur de cette industrie passera de 8 milliards de dollars en 2022 à 23 milliards en 2032.

D'une part, on peut expliquer ce phénomène par le fait que les véhicules électriques, de plus en plus nombreux sur nos routes, dépendent d'une bonne pression des pneus pour assurer une autonomie maximale.

Par ailleurs, les gouvernements à travers le monde sont de plus en plus nombreux à imposer aux constructeurs de poser des TPMS sur leurs véhicules. En fait, d'après le manufacturier spécialisé dans les capteurs de pression, TPMS Bypass, ces systèmes permettraient de réduire de 56 % le nombre d'accidents causés par une mauvaise pression des pneus. Ils peuvent donc réellement sauver des vies !

Universels vs préprogrammés

À une certaine époque, chaque marque, et parfois même chaque modèle, utilisait des TPMS différents, ce qui rendait la gestion de l'inventaire des pièces de ces systèmes assez fastidieuse pour les ateliers d'après-marché. Heureusement, comme l'explique le président des Équipements Qué-Mont, Dominic Labelle, il existe aujourd'hui des TPMS universels qui facilitent la tâche aux ateliers.

« Ils peuvent être posés sur la grande majorité des véhicules, pour autant que l'atelier possède un outil de programmation compatible », précise M. Labelle. « Les capteurs des TPMS ont généralement une durée de vie de cinq ans au Québec. En fait, c'est souvent la batterie qui s'épuise, mais puisqu'elle est souvent intégrée au capteur, il est impossible de la retirer. Il faut remplacer la pièce. Et c'est plus facile pour les ateliers s'ils ont des TPMS universels en stock. »

Cependant, d'après la gestionnaire des communications chez le fabricant de pièces Sensata, Mariam Lochoshvili, les TPMS de nouvelle génération risquent d'imposer l'achat de nouveaux outils de calibration aux ateliers : « Jusqu'à aujourd'hui, les TPMS utilisaient des ondes radio pour communiquer avec le véhicule. Les TPMS commencent maintenant à utiliser des signaux Bluetooth, et cela va aussi demander des outils de programmation différents. Néanmoins, il reste encore quelques années avant qu'on les retrouve couramment dans les véhicules. »

Les TPMS préprogrammés sont plus pratiques pour les consommateurs, comme l'explique Mme Lochoshvili : « Les TPMS préprogrammés n'ont pas besoin d'être calibrés avec un outil, ce qui permet aux consommateurs de les changer eux-mêmes s'ils le souhaitent, sans avoir recours à de l'équipement spécialisé. »

Une source de revenus additionnels pour les ateliers

« Ici, les automobilistes doivent obligatoirement faire poser des pneus d'hiver à chaque changement de saison et, très souvent, ils ne possèdent pas de TPMS sur le second ensemble de jantes », explique M. Labelle. « Ainsi, pour les ateliers au pays, il y a un marché intéressant à saisir lors de la vente ou de l'installation de jantes de remplacement qui seront montées pour l'hiver. »

Et comme le rappelle M. Labelle, l'entretien des TPMS représente, lui aussi, une autre source de revenus. Chaque fois que les clients changent leurs pneus, les valves des TPMS doivent être vérifiées et remplacées si le besoin se présente, ce qui arrive fréquemment.

« C'est important de le suggérer au client, car les valves peuvent se corroder, ce qui entraîne des pertes d'air lentes dans les pneus, parfois difficiles à diagnostiquer pour les ateliers », conclut M. Labelle.

TIANLI

DES PNEUS FORESTIERS SUR LESQUELS VOUS POUVEZ COMPTER !

TIANLI METRIC STEELFLEX

Application : Débusqueuse et machine de coupe en longueur

- Conception à haute flottation
- Traction améliorée et auto-nettoyante
- Protection supérieure contre les perforations
- Durée de vie prolongée des pneus



DISTRIBUÉ PAR : DTI DYNAMIC TIRE

Contactez-nous pour plus de détails !

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

PNEUS HORS ROUTE

LES GRANDES TENDANCES DES GROS PNEUS

Les équipements hors route deviennent plus gros et plus lourds, obligeant les ingénieurs en pneumatique à retourner à leur planche à dessin.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Il est indéniable que les équipements hors route deviennent plus imposants, tout comme les pneus dont ces machines massives ont besoin pour fonctionner dans les conditions extrêmes auxquelles elles sont régulièrement exposées.

« Nous observons une augmentation des dimensions métriques, d'abord dans le secteur des équipementiers, qui s'est maintenant étendue au marché secondaire », explique John Hagg, vice-président, Ventes et Opérations chez HTC/Double Coin.

Selon Gregory Pickering, directeur de segment des produits hors route chez Dynamic Tire, cette tendance est bien réelle. « Nous constatons une transition vers des dimensions et des applications plus importantes. Ces machines deviennent plus grosses, elles transportent des charges plus importantes et elles ont besoin de pneus plus gros. On observe aussi cette transition vers des pneus plus imposants dans le transport lourd, particulièrement dans les mines à ciel ouvert et les applications de construction. »

Une autre tendance intéressante concerne les pneus pleins hors route. « Ils sont plus présents sur le marché dans certaines applications », explique M. Pickering. « Donc, quand on regarde les cours à ferraille ou les centres de recyclage, il est logique d'utiliser des pneus pleins hors route dans ces conditions, car les pneus ne crèveront jamais. »

M. Pickering note que même si les pneus pleins hors route sont plus coûteux, ils valent bien leur prix pour les entreprises qui opèrent dans des conditions où une crevaison signifie une perte de productivité. « Il y a dix ans, les pneus pleins hors route n'étaient pas vraiment disponibles, ajoute-t-il. Maintenant, ils sont partout. »

Les pneus pleins constituent un remplacement logique des pneus remplis de mousse, selon M. Pickering. « Si vous coupez le flanc d'un pneu rempli de mousse, celle-ci finira par s'échapper et le pneu deviendra inutile. Ils durent certainement plus longtemps qu'un pneu gonflé, mais un pneu plein continuera de fonctionner même si vous enfoncez un clou dedans. »

Pneus radiaux et rechapage

Bien que les pneus radiaux hors route ne soient pas nouveaux, l'industrie bénéficie certainement des avantages qu'ils offrent. « La majorité des pneus hors route vendus au Canada sont radiaux, affirme Dan Parker, directeur des ventes minières, région du Canada pour Maxam Tire North America. L'approvisionnement est optimal et les pneus radiaux surpassent les autres en termes de performance, considérant les charges et les vitesses propres à ces industries. »

John Hagg de HTC/Double Coin note que « le Canada est l'une des nations les plus avancées dans la radialisation des pneus hors route ». Cela dit, il admet qu'« il existe des applications où les pneus à carcasse diagonale fonctionnent bien, notamment dans certains secteurs agricoles, dans la construction et dans les applications portuaires, ainsi qu'avec certains équipements plus anciens. »

En bref, les pneus radiaux hors route sont meilleurs à plusieurs égards. « Ils sont plus gros, ils peuvent supporter plus de charge et ils dissipent mieux la chaleur, ce qui permet d'aller plus vite, explique Gregory Pickering de Dynamic Tire. Grâce à leur souplesse, ils offrent une traction optimale et un roulement plus doux. » M. Pickering reconnaît que les pneus à carcasse diagonale présentent des avantages et que, malgré les bénéfices



Double Coin REM-2S

La conception large et non directionnelle du REM-2S, pneu radial hors route toutes saisons, garantit une traction optimale en toutes conditions, surtout sur surfaces enneigées et glacées.

PHOTOS **DOUBLE COIN, DYNAMO, MAXAM**

qu'offrent les pneus radiaux hors route, les pneus diagonaux sont probablement là pour rester. « Ils sont particulièrement populaires dans l'industrie minière et dans certaines applications portuaires, dit-il. Ils transportent des charges lourdes et on veut un flanc plus rigide. On ne veut pas que le pneu se déforme. »

Le rechapage est un autre domaine d'intérêt pour le marché des pneus hors route. « Le rechapage des pneus hors route devient plus populaire, car la plupart des pneus hors route sont maintenant conçus pour être rechapés, explique John Hagg de HTC/Double Coin. Il existe des carcasses à usages multiples qui réduisent les déchets et l'impact environnemental, avec des gains d'efficacité pour les flottes et des coûts d'exploitation réduits grâce à la réutilisation des carcasses. »

Dan Parker, de Maxam Tire, note que la décision d'une entreprise de rechaper un pneu hors route peut dépendre des raisons pour lesquelles elle le fait, ainsi que de ce qu'elle est prête à investir dans un jeu de pneus neufs. « Le rechapage des pneus hors route coûte environ le même prix, ou un peu moins, que ce que coûterait un pneu neuf d'un fabricant outremer », explique-t-il.

En d'autres termes, si quelqu'un compare le coût d'un pneu hors route moins cher avec le coût du rechapage, il pourrait opter pour l'achat du pneu neuf. Cependant, s'ils envisagent le rechapage pour des raisons environnementales, M. Parker note qu'ils pourraient choisir le rechapage. « Certaines compagnies minières examinent davantage cette option du point de vue de leur empreinte écologique », dit-il.

Électrification des équipements lourds

Quand on parle de véhicules électriques, on pense souvent aux voitures, aux VUS et aux camionnettes. Cependant, les équipements hors route ne sont pas à l'abri de cette tendance, et un nombre croissant de machines électrifiées arrivent sur le marché, ce qui crée à son tour des défis pour le marché des pneus hors route.

« L'électrification des équipements miniers augmente l'autonomie et la capacité de charge des camions, accélérant ainsi l'usure des pneus », explique Dan Parker de Maxam Tire.

John Hagg de HTC/Double Coin est d'accord, ajoutant : « En tant que fabricant, nous surveillons les exigences de capacité de charge plus élevées et leur impact sur la performance des pneus en raison des équipements électriques plus lourds. »

Tout comme les VÉ routiers ont renvoyé les ingénieurs en pneumatique à leur planche à dessin, Gregory Pickering de Dynamic Tire croit que les fabricants de pneus hors route vont devoir repenser la façon dont ils conçoivent leurs produits.

« Les ingénieurs vont devoir développer des composés plus durables et des bourrelets plus rigides pour gérer le stress et le couple supplémentaires, conclut M. Pickering. Nous pensons aussi qu'ils vont passer à des roues plus grandes. Donc, vous verrez plus de pneus 29 pouces que de 25, et peut-être verrez-vous plus de pneus 33 pouces et plus de pneus 49 pouces, simplement parce que ces machines vont être plus grosses et plus puissantes. »



Dynamo Xtreme Grip II

L'Xtreme Grip II, évolution du pneu d'hiver Xtreme Grip, est un radial développé pour les niveleuses et chargeuses exigeant une traction exceptionnelle en conditions hivernales.



Maxam MS453 PRO

Optimisé pour les conditions minières les plus extrêmes, le MS453 PRO offre une bande de roulement robuste et améliorée maximisant la durée de vie, l'empreinte et la performance dans les applications minières les plus exigeantes.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



UNE SÉRIE DE WEBINAIRES DÈS JANVIER

En partenariat avec Propulsion 360, ces formations en ligne se dérouleront sur plusieurs jours à l'heure du midi, offrant un format à la fois concis et pratique, parfait pour les professionnels désireux de parfaire leurs compétences tout en maintenant leur productivité.

TEXTE **ASPMQ**

L'Association des Spécialistes de Pneu et Mécanique du Québec (ASPMQ) continue d'affirmer son engagement envers ses membres en annonçant une série de webinaires qui débuteront en janvier 2025.

Un contenu riche et recherché pour un succès garanti

Ces webinaires aborderont deux thèmes majeurs qui promettent de susciter un vif intérêt. Le premier, intitulé « Le succès en affaires en 4 temps », se concentrera sur des aspects essentiels tels que l'optimisation des finances, l'établissement d'une structure organisationnelle solide, l'élaboration d'une stratégie centrée sur le client et l'utilisation d'indicateurs clés de performance (KPI) pour mesurer le succès. Le second thème, « Gestion de la transition », explorera les différents types de transition d'entreprise, tels que l'acquisition et la cession, ainsi que les meilleures pratiques pour naviguer entre ces étapes importantes.

> L'ASPMQ offre à ses membres un accès gratuit à ces webinaires, tandis que les non-membres auront la possibilité de participer moyennant un tarif.

Une opportunité exclusive pour les membres

L'ASPMQ offre à ses membres un accès gratuit à ces webinaires, tandis que les non-membres auront la possibilité de participer moyennant un tarif. Fait intéressant, tout non-membre souhaitant bénéficier de ces formations gratuitement pourra le faire en devenant membre de l'Association avec un abonnement proportionnel aux mois restants de l'année. Cela représente une occasion en or pour ceux qui hésitent encore à rejoindre une communauté dynamique et engagée.

Un avenir prometteur

Les inscriptions pour ces webinaires ouvriront bientôt et l'ASPMQ s'attend à un grand intérêt. Ces sessions ne sont pas seulement une chance de renforcer ses compétences en gestion ; elles représentent également une plateforme d'échange et de partage d'expertise.



LE CANADA NIGHT DE L'AIA SOUS LES ÉTOILES À LAS VEGAS

C'est le 5 novembre que s'est déroulé la Soirée canadienne (Canada Night) organisée par l'AIA Canada, réunissant 600 représentants du marché secondaire sur la terrasse de l'hôtel Venetian de Las Vegas, dans le cadre des salons SEMA / AAPEX.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

L'endroit choisi sortait de l'ordinaire, puisque les invités étaient conviés à l'extérieur, où des stations alimentaires et des bars les attendaient entre les piscines et les palmiers.

Les commanditaires principaux de l'évènement profitaient de loges où ils pouvaient discuter confortablement avec leurs clients et collègues.

Il s'agissait de la première édition du Canada Night à l'extérieur. Cette grande rencontre se déroule depuis quelque 50 ans alors de l'Association des Industries de l'automobile (AIA) profite de la présence de fournisseurs et de visiteurs canadiens aux importants salons du marché secondaire automobile que sont le SEMA et AAPEX pour les réunir dans cette soirée décontractée.

Cette soirée, dont la date coïncidait avec l'élection présidentielle américaine, réunit des représentants du secteur de la mécanique automobile, mais aussi de la carrosserie.



PHOTOS **MICHEL BEAUNOYER**

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



BALAYEZ LE CODE QR POUR UNE VERSION COMPLÈTE DE L'ARTICLE SUR AUTOSPHERE.ca

LE POINT FOCAL DU MARCHÉ SECONDAIRE AUTOMOBILE

Les salons AAPEX et SEMA, qui se déroulent du 4 au 7 novembre au Venetian Expo et au Centre des conventions de Las Vegas, regroupent les produits et services de près de 5000 marques et fabricants œuvrant auprès des entreprises du marché secondaire automobile.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Pour les membres de l'équipe d'Autosphere sur le terrain, ces journées intenses représentent une occasion unique de rencontrer plusieurs partenaires et clients, découvrir de nouveaux équipements et produits, participer à des conférences de presse et évènements sociaux et aussi, de voir une multitude de véhicules d'exception.

Nous avons regroupé dans les pages suivantes les joueurs de l'industrie que nous avons rencontrés lors de ces deux salons ainsi que les nouveautés qui ont piqué notre curiosité.



Continental introduit de nouveaux capteurs

Le fabricant Continental présentait une nouvelle série de capteurs de déploiement de coussins gonflables et de détection d'angles morts, enrichissant son catalogue de pièces de haute qualité liées à la sécurité des automobilistes bénéficiant de systèmes ADAS dans leurs véhicules.

Michel Beaunoyer



KYB modernise l'amortisseur

Tout en célébrant son 50e anniversaire, KYB a présenté deux nouveautés. La récente gamme d'amortisseurs prémontés, conçus pour simplifier l'installation, figurait parmi les vedettes du kiosque. La jambe de force rehaussée destinée aux camionnettes constitue la seconde nouveauté.

Isabelle Havasy

PHOTOS **MICHEL BEAUNOYER, HUW EVANS**



Niterra lance de nouveaux démarreurs et alternateurs

Niterra (NGK/NTK) a annoncé le lancement d'une nouvelle gamme de démarreurs et alternateurs destinés aux voitures et aux camions légers. On précisé que ces produits sont entièrement neufs, et non reconditionnés. Niterra continue d'élargir son offre de produits de rechange NGK. **Huw Evans**



Chez Mevotech performance rime avec simplicité

Mevotech a présenté la gamme de freins TTX, spécifiquement conçue pour les véhicules commerciaux. Elle sera offerte dès le début de l'année 2025.Mevotech se spécialise dans la conception de pièces de remplacement. se déclinant sous trois appellations : Original Grade, Supreme et TTX. **IH**



Phinia présente de nouveaux composants et formations

Sous l'égide de Phinia se trouvent les marques Delphi, Delco Remy et Hartridge. Parmi les nouveautés présentées figurait une gamme de composants de direction et de suspension Delphi améliors destinées aux véhicules à fort kilométrage et aux applications de livraison. De nouveaux capteurs de cliquetis et d'oxygène étaient également exposés.

L'Académie de Formation Delphi est également une priorité majeure pour Phinia. Il s'agit d'un programme de formation complet qui inclut des formations dirigées par des instructeurs ainsi que des modules d'apprentissage en ligne à rythme libre. « Nous voulons offrir aux techniciens et aux professionnels de l'industrie la possibilité d'apprendre de la manière qui leur convient », a expliqué Sarah Martin, spécialiste en contenu de communication chez Phinia.

Russ Stebbins, directeur général du marché secondaire en Amérique du Nord, a souligné que Phinia reste très enthousiaste à propos du secteur des pièces de rechange automobile. « Nous voyons cela comme une industrie en croissance constante ». **HE**



GSP renforce sa présence au Canada

Lors d'un entretien avec David Young et Autumn Lamb, de GSP North America, nous avons pu comprendre la croissance continue de GSP et la popularité de gammes de produits telles que les essieux XD Xtreme Duty et Performance Revolution, qui rencontrent un grand succès auprès des clients canadiens. **HE**



Nouveaux produits ENEOS

ENEOS a présenté plusieurs produits innovants, dont son huile moteur 0W-8 ENEOS Prime X, spécifiquement formulée pour les moteurs Toyota récents. L'entreprise a également lancé un nouvel antigel prêt à l'emploi compatible avec les véhicules électriques et hybrides. Ces nouveaux produits visent à répondre aux besoins des véhicules modernes. **HE**

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, HUW EVANS

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Nouvelles crémaillères de direction et boîtiers de filtre améliorés de Dorman

Un produit important de Dorman cette année est le nouveau boîtier de filtre à huile de rechange pour les véhicules Chrysler, Dodge et Jeep équipés des moteurs Pentastar V6 de 3,6 litres, produits entre 2011 et 2023. Les boîtiers de filtre à huile de Dorman sont fabriqués en aluminium moulé sous haute pression au lieu de plastique, offrant ainsi une durabilité accrue. Dorman vend ces boîtiers sous forme de kits complets comprenant le boîtier, le capuchon et le filtre.

Avec plus de 11 millions de véhicules équipés de moteurs Pentastar 3,6 litres en circulation, ce kit est un ajout bienvenu sur le marché des pièces de rechange.

Étaient également exposées des crémaillères de direction assistée électronique (ePAS) remanufacturées pour les applications Dodge et Jeep. Ces crémaillères, disponibles à partir de janvier 2025, sont dotées d'électronique amélioré avec un logiciel conçu par les ingénieurs de Dorman et de joints renforcés par rapport aux pièces d'origine, offrant une meilleure fiabilité et une plus longue durée de vie.Dorman a aussi dévoilé de nouveaux régulateurs de vitres de remplacement pour les véhicules Tesla. **HE**



L'offensive électrique de SKF

SKF a profité du salon AAPEX à Las Vegas pour sonder l'intérêt des clients face à ses nouveaux ensembles de pièces de remplacement pour véhicules électriques. Tout en préparant sa transition vers l'électrique, la société continue de renforcer son offre de solutions pour les moteurs à combustion. **IH**



Stylo de précision et nettoyant pour contacts de WD-40

L'équipe de WD-40 a présenté le nouveau Stylo de Précision. Ce produit est conçu pour accéder à de petites zones, comme les charnières de porte. WD-40 a également présenté son nouveau Nettoyant pour contacts électroniques à séchage Rapide, conçu pour nettoyer les pièces électroniques. **HE**



Une approche axée sur la qualité et la formation chez Dayco

Dayco a présenté environ 60 nouveaux numéros de pièces pour les chaînes de distribution, tout en mettant l'accent sur l'importance cruciale d'offrir un soutien aux techniciens. Bob Rosen et Jay Buckley ont souligné que remplacer les chaînes de distribution une fois qu'elles ont atteint la fin de leur durée de vie est une tâche techniquement exigeante, mais qui peut être très rentable pour les ateliers.

« Nous proposons des kits de remplacement de haute qualité accompagnés de garanties solides », a expliqué M. Rosen. Cependant, il a ajouté que le processus de remplacement d'une chaîne de distribution nécessite plusieurs heures de travail, ce qui signifie que le technicien doit être parfaitement préparé. Si le processus de diagnostic confirme que la chaîne doit être remplacée, Dayco a développé une approche complète et étape par étape pour aider les techniciens tout au long du processus.

« Chaque remplacement a ses propres caractéristiques uniques », a noté M. Buckley. « C'est pourquoi nous avons inclus un code QR sur la boîte contenant la chaîne et tous les composants nécessaires. En le scannant, les techniciens sont dirigés vers un processus de remplacement détaillé. » **MB**

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, HUW EVANS, ISABELLE HAVASY



Spectra Premium élargit son catalogue

Les nouvelles étaient positives au kiosque de Spectra Premium alors qu'elle introduisait des carters à transmission et à différentiel dans son catalogue. Cela permet au fabricant de proposer des pièces adaptées aux modèles domestiques comme importés. La présence du fabrican tà AAPEX s'explique par sa volonté de développer davantage le marché américain. **MB**



Mitchell1 ajoute Job View à Manager SE et des améliorations à ProDemand

Mitchell1 a annoncé des mises à jour de son système de gestion d'atelier Manager SE. La fonctionnalité Job View a été introduite. Concernant ProDemand, la solution a été mise à jour avec un filtrage VIN amélioré. Cela permet aux techniciens d'accéder facilement aux informations pertinentes. **HE**



Schaeffler et Vitesco : une alliance appelée à électriser le marché secondaire

La division marché secondaire de Schaeffler s'est affichée pour la première fois sous sa nouvelle identité, Vehicle Lifetime Solutions (VLS). La récente fusion avec Vitesco Technologies positionne désormais le groupe à l'avant-scène de l'e-mobilité. L'alliance renforce sa gamme de solutions. **IH**



Hella présente de nouveaux accessoires d'éclairage

Hella dévoilait deux nouveaux produits d'éclairage. La nouvelle barre lumineuse de la famille Black Magic est maintenant offerte en version chauffante. La famille Cube s'enrichit car le nouveau modèle permet de sélectionner le type d'éclairage. Ces accessoires sont simples à installer. **MB**



Agility déploie sa distribution au Canada

Scott Cléroux de l'équipe d'Agility nous a expliqué que le fabricant de pièces de remplacement pour les systèmes de refroidissement et de distribution de carburant pourra déployer son catalogue avec plus d'efficacité au Canada grâce à une entente conclue récemment avec les distributeurs Uni-Sélect et le Groupe Monaco. **MB**



De nouveaux essuie-glaces chez Trico

Luciano Cifelli, responsable de First Brands du Canada, nous indique la récente acquisition de l'entreprise Hopkins. Elle se spécialise dans les accessoires de remorquage, de déneigement ou encore d'éclairage auxiliaire. First Brands, sous la maque Trico, introduisait aussi à l'AAPEX, les balais d'essuie-glaces Signal et Charge. **MB**

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, HUW EVANS, ISABELLE HAVASY

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Brembo dévoile ses nouvelles solutions

Brembo élargit sa gamme de disques de freins avec l'addition d'une déclinaison Sport à sa ligne Xtra, d'un grade équivalent aux pièces d'origine. Elle comprend trois versions : Xtra Max (perforés), ainsi que Max et Sport, tous deux avec rainures. Brembo introduit aussi les étriers X-Style. Ils ouvrent la porte à la personnalisation tout en étant de qualité supérieure. **IH**



70 ans d'innovation pour CRP

CRP Automotive introduisait plusieurs nouvelles pièces et produits sous les marques AAE, Pensotin et Rein. La compagnie célèbre ses 70 ans cette année, sous le signe de 70 ans d'innovation. Qu'il s'agisse de support à filtre à huile ou de chaînes de distribution en passant par les pompes HPS ou encore les crémaillères, son catalogue ne cesse de progresser. **MB**



Nouveautés chez ZF Aftermarket

ZF Aftermarket a présenté une large gamme de produits. Plus de 500 numéros de pièces sont attendus pour la gamme de durites TRW, qui sera disponible au Canada, pour des applications sur véhicules domestiques et importés. ZF Aftermarket continue également d'élargir sa gamme d'amortisseurs (CDC), conçus pour optimiser le confort et la maniabilité. **HE**



Philips éclaire le Salon AAPEX

Philips a présenté sa gamme étendue de solutions d'éclairage automobile. Fin 2025, Philips lancera l'Ultinon Essential Next-Gen au Canada. Ce phare innovant, compatible avec les systèmes halogènes, a été conçu pour favoriser l'adoption de la technologie à DEL. Philips bonifie également son éventail d'accessoires avec de nouvelles barres et cubes lumineux. **IH**



La couverture de filtres et FluidPRO mise à jour de MAHLE

MAHLE Aftermarket a présenté une gamme de produits et de solutions pour les applications de véhicules légers et commerciaux. MAHLE a également exposé son FluidPRO ATX-280, redessiné, conçu pour l'échange de liquide de transmission. Ce modèle présente un grand écran tactile. **HE**



De l'éclairage à DEL aux turbocompresseurs : DRiV a le vent dans les voiles

DRiV, acteur incontournable dans le domaine des pièces, opère une transformation majeure sur le marché nord-américain. Historiquement limitée à sept gammes de produits, l'entreprise amorce une expansion rapide et ambitieuse, ajoutant près de 3 200 nouveaux numéros de pièces en 2024. . **IH**

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, HUW EVANS, ISABELLE HAVASY



Finitions intelligentes et solutions d'AkzoNobel

AkzoNobel démontrait le système de gestion de flux de travail Carbeat pour les centres de collision qui ontinue de connaître un grand succès. AkzoNobel a également lancé un nouveau produit appelé Refinish+. Ce produit réunit toutes les solutions numériques de refinition d'AkzoNobel en une seule plateforme. L'objectif est d'aider les carrossier à améliorer leur efficacité et augmenter leur rentabilité, ce qui est particulièrement important dans une époque où de nombreux ateliers de carrosserie doivent faire face à des coûts plus élevés, une complexité accrue des réparations et des pénuries de compétences.

Les gestionnaires et le personnel des centres de collision peuvent accéder à une gamme d'outils, tels que l'application de récupération de couleurs basée sur le cloud d'AkzoNobel, MIXIT, et Carbeat, via une seule connexion. Refinish+ simplifie également les commandes et donne accès aux ressources d'apprentissage en ligne et aux importantes informations sur les produits. Il peut également s'intégrer à des logiciels tiers. **HE**



La polyvalence chez Mirka

Mirka a présenté la polisseuse Iridium SR et la ponceuse électrique DEROS, en démonstration sur place. Ces ponceuses légères incluent des fonctionnalités intelligentes. L'extracteur qui accompagne la ponceuse DEROSbest équipé d'un sac à poussière d'une capacité de 25 livres. Mirka propose aussi une gamme d'extracteurs de poussière portatifs. **HE**



Une démonstration éloquente chez Induction Innovations

Le Venom HP est le Mini-Ductor le plus puissant disponible dans le catalogue d'Induction Innovations. Seule la pièce métallique visée est chauffée. L'appareil libère les écrous sans les dangers des flammes nues, et ce jusqu'à 90 % plus rapidement, grâce à sa puissance de 1800 watts.. **MB**



La nouvelle MOONWALK de PPG révolutionne le mélange de peinture

PPG a présenté sa nouvelle solution innovante de mélange automatisé de peinture, MOONWALK. Conçue pour s'intégrer parfaitement à l'écosystème numérique LINQ de PPG, elle offre une précision bien supérieure à celle du mélange manuel. Le but principal est de maximiser les économies. **HE**



Martins Industries poursuit sa progression

Ce qui attirait l'attention, au kiosque de Martins Industries, outre les nombreux équipements visant à faciliter le travail en atelier tout en y rehaussant la sécurité pour les travailleurs, ce sont les indicateurs Checkpoint. Positionnés sur les écrous des roues des poids lourds, ils montreront, simplement par inspection visuelle, si un des boulons est desserré. **MB**

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, HUW EVANS

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Hunter présente des solutions ADAS et des formations

Une innovation au stand de Hunter était un affichage interactif intitulé «Qu'est-ce que l'ADAS?». Utilisant des écrans tactiles et des outils complémentaires, cet affichage est conçu pour éduquer à la fois le personnel des ateliers et leurs clients sur les fonctions ADAS, leur fonctionnement et leur application sur différents véhicules. L'outil permet aux utilisateurs de faire défiler plusieurs constructeurs pour comprendre quelles fonctionnalités ADAS sont installées sur chaque véhicule

Lors du SEMA, l'affichage «Qu'est-ce que l'ADAS ?» a rencontré un grand succès. Ces outils seront fournis aux consultants commerciaux de Hunter pour éduquer les ateliers, qui pourront également les acquérir pour montrer à leurs clients motoristes comment fonctionne l'ADAS sur leur véhicule.

Hunter a également présenté son changeur de pneus professionnel TCX51 Table-Top. Le modèle le plus lourd de sa catégorie, le TCX51 est conçu pour offrir une grande facilité d'utilisation, une haute efficacité et une longue durée de vie, permettant un retrait et une installation rapides et efficaces des pneus en quelques minutes. **HE**



SATA propose un pistolet à peinture de pointe et numérique

En début 2025, SATA mettra sur le marché son tout nouveau pistolet à peinture, le jet X, qui fait véritablement entrer l'ère numérique dans la cabine à peinture. Le pistolet jet X se déclinera en quatre modèles : BASIC, DIGITAL ready, DIGITAL et DIGITAL pro. **MB**



ALLDATA simplifie la gestion des réparations

Au kiosque ALLDATA, Phil Blouin a expliqué que la compagnie de solutions de gestions est en mesure de proposer aux ateliers des plateformes numériques complètes. Avec cette solution, l'atelier peut suivre le véhicule, dès son entrée jusqu'à sa livraison au client. Le tout, sans papier. **MB**.



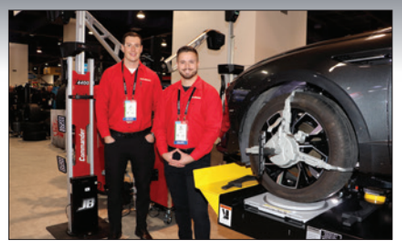
Produits de sécurité pour VE de Kent Automotive

Nous avons eu l'opportunité de découvrir des articles extrêmement utiles et importants de Kent Automotive.

Travailler sur des véhicules électriques (VE) nécessite un ensemble particulier dde procédures de sécurité. Kent Automotive propose son EV Starter Bundle, qui comprend un crochet de sauvetage, un écran facial avec casque de sécurité, une cagoule résistante au feu, des panneaux «Danger Haute Tension» comprenant des panneaux à monter sur les fenêtres, ainsi qu'une barrière «Danger Haute Tension, Accès Interdit» et un cabinet de rangement Kent Automotive.

Le EV Advanced Bundle va encore plus loin, en ajoutant un kit ArcGuard 12 Cal Coverall qui comprend une cagoule de protection, un tapis de tableau de distribution Dielectric Corrugated, une couverture de volant Lockout "Danger" de 15 pouces, des étiquettes de technicien EV Key, en plus du crochet de sauvetage, des panneaux de danger et du cabinet. Des gants de protection, y compris des articles isolants électriques et des protège-cuirs, sont également disponibles. **HE**

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, HUW EVANS



La multitude de solutions de Snap-on

Le kiosque de Snap-on regroupait des innovations sous ses diverses marques pour répondre aux besoins des centres de pneus, ainsi que des ateliers de carrosserie et de mécanique.

C'est au kiosque de Snap On que la nouvelle équilibreuse à roue Hofmann Armored Series 2400P a fait sa première rencontre officielle avec le public.

Pour sa pa part John Bean y présentait son nouvel appareil d'alignement V4400 Commander. Et c'est sous la marque Car-O-Liner que l'on retrouvait la soudeuse automatique CTR9, équipée d'un pistolet léger. Doté d'une poignée pivotante à 355° et d'une prise ergonomique, ce pistolet offre des positions de travail parfaites pour chaque utilisateur et chaque tâche. **MB**



Sous la marque Car-O-Liner, Snap-on propose aux carrossiers cette toute nouvelle soudeuse à points CTR9.



Schrader solutionne le rétrofit de systèmes TPMS

Avec l'AirCheck CLE, Schrader offre aux propriétaires de véhicules et de remorques sans capteurs de pression (TPMS), une solution sur mesure. Cette technologie permet de greffer aux roues cet accessoire de sécurité. Les informations sont affichées sur une application mobile conviviale. **MB**



MC1 et Booth Connect : GFS en mode innovation

GFS (Global Finishing Solutions) a présenté son nouveau modèle d'entrée de gamme REVO Rapid MC1. Booth Connect figurait également parmi les incontournables. Le système relève l'ensemble des données de la chambre de peinture, afin d'en optimiser la performance. **IH**



ProSpot veut simplifier la vie des carrossiers

Pas moins de six nouveaux produits attendaient les visiteurs au kiosque de l'équipementier ProSpot. Notre guide, Roger Charron du distributeur Les Entrepôts AB, a tourné les projecteurs sur deux produits coups de cœur.

Le premier est la soudeuse à points i5S équipée d'une technologie de soudage adaptatif automatique. Le système de contrôle de soudage avancé i5s détecte, réagit et ajuste l'énergie de soudage en temps réel en fonction de la composition du matériau, de l'épaisseur et des propriétés de résistance. L'intelligence du système vient aussi de son accès à de la formation, directement sur la console.

L'autre appareil, d'une tout autre dimension, est le pistolet sans fil de débosselage, idéal pour les petits travaux.



Disponible tout récemment, cet appareil permet de tirer sur la surface métallique à débosser, comme on le ferait avec une clé, mais en un seul mouvement rapide. **MB**

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, ISABELLE HAVASY

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



VOITURES CLASSIQUES, MODIFIÉES ET DE PERFORMANCE

Le SEMA de Las Vegas est le point de convergence de centaines de voitures et camions légers hors normes.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Comme le veut la tradition, nous présentons à nos lecteurs une variété de véhicules exceptionnels découverts lors de notre visite du salon SEMA de Las Vegas.

Ces véhicules servent à certains fournisseurs de démonstrateurs de leurs produits, qu'il s'agisse de revêtements, d'accessoires ou de pièces mécaniques. Partout, on découvre des camionnettes transformées, pour un look d'enfer ou une utilisation pour des sorties hors des sentiers battus côtoyant de belles classiques et des voitures exotiques hors de prix.






GSWF


FLEX


EBERHARD


Consolidate
All Your
Business
UNMATCHED
PROTECTION


Mercedes-AMG
GT3 "Raw Spec"
IWC




#Team HotParts
MISHIMOTO



Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



DRiV accueille ses invités lors d'une soirée exclusive

Dans le cadre d'une soirée, DRiV a accueilli clients et distributeurs, en provenance de plus d'une vingtaine de pays, ainsi que des représentants des médias, au prestigieux restaurant Wakuda de l'hôtel Venetian. Les dirigeants de l'entreprise ont pris la parole, dévoilant les nouveautés et la vision l'entreprise. **IH**



3M et BASF s'associent pour de meilleures pratiques environnementales

Les compagnies 3M et BASF ont annoncé une collaboration pour développer des procédures normalisées (SOP) et des contenus de formation destinés aux ateliers de carrosserie voulant atteindre une durabilité et une productivité accrues. **MB**



3M et Axalta collaborent pour lancer du contenu de formation

3M et Axalta ont annoncé leur collaboration pour lancer une nouvelle série de capsules de formation, axées sur la refinition de revêtement automobile. Cette série vise à aider les techniciens et les ateliers à améliorer leur compréhension des pratiques de réparation et à atteindre de meilleurs résultats. **MB**



SATA en met plein la vue à AREA 15

La soirée événementielle de SATA s'est déroulée le 6 novembre à la salle multimédia AREA 15, lors du SEMA de Las Vegas. Lors de cet évènement de célébrations, l'équipe SATA accueillait ses agents, distributeurs, partenaires et leaders de l'industrie du secteur de la réparation automobile des États-Unis, mais aussi du Canada. **MB**



CMA et Double Coin organisent un événement d'appréciation de la clientèle

Chaque année, durant l'Industry Week à Las Vegas, CMA et Double Coin Tires organisent un événement d'appréciation de la clientèle au luxueux hôtel Nobu, situé dans le complexe du Caesar's Palace. Cet événement est devenu incontournable pour les professionnels de l'industrie du pneu et coïncide avec le Global Tire Expo et le SEMA Show, qui, en 2024, se sont déroulés du 3 au 8 novembre au vaste Las Vegas Convention Center. Comme les années précédentes, l'édition 2024, tenue le 5 novembre, a tenu toutes ses promesses avec d'incroyables opportunités de réseautage dans un cadre spectaculaire au 83e étage de l'hôtel Nobu, offrant une vue imprenable sur le boulevard de Las Vegas.

Autosphere y était et a eu l'occasion de rencontrer des légendes canadiennes de l'industrie du pneu, telles que Robert Vetter et John Hagg de Huyai Tire.

Dans le secteur des pneus commerciaux, Double Coin s'impose comme un acteur de premier plan, offrant des pneus de qualité pour les segments des poids lourds et autobus. Double Coin propose également des pneus tout-terrain pour les secteurs portuaires, industriels et miniers. **HE**

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, HUW EVANS, ISABELLE HAVASY

DISTRIBUTION Stox PNEUS & JANTES

Plus de 2 200 000 pi² d'espace d'entreposage et 2 500 000 de pneus en stock !

- Livraison rapide et service efficace
- Plateforme de commande facile à utiliser
- Partenariats avec de nombreux fabricants d'envergure mondiale

TOYO TIRES® toujours en Stox !

DÉCOUVREZ NOS MEILLEURS VENDEURS



Observe GSI-6 ***Observe G3-Ice*** ***Open Country WLT1*** ***Celsius II***

DISTRIBUTION Stox

QUÉBEC **1 866 906-8848** | PROVINCES DE L'ATLANTIQUE **1 877 779-3484** | ONTARIO **1 866 795-7777** | OUEST CANADIEN (MB, AB & CB) **1 800 303-8473** NORTH COUNTRY TIRE

Un partenaire qui livre !

distributionstox.ca

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec* CANARI





Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

MÉCANIQUE



AUTO-KOOL

LA PUISSANCE D'UN GROUPE COMBINÉE À L'EXPERTISE DU MARCHÉ

En voyant ses opérations fusionnées en 2021 à celles du groupe américain Omega, le distributeur Auto-Kool est propulsé avec une nouvelle énergie sur le marché canadien.

TEXT **MICHEL BEAUNOYER**

L'entreprise Auto-Kool a été fondée en 1992 par la famille Koolian à Montréal. Dès sa fondation, le distributeur s'est spécialisé dans la fourniture aux ateliers et réseaux du marché secondaire automobile de pièces de remplacement liées au système de refroidissement et de chauffage automobiles.

Les trois dernières années ont été marquées par une période de transition où une nouvelle équipe a été mise en place. Car Auto-Kool, si elle change de propriétaires, ne renie pas ses origines et ses valeurs. Elle veut construire sur ses bases solides développées sur l'ensemble du territoire canadien au fil des ans.

« La maison-mère d'Omega aux États-Unis a bien compris qu'en fusionnant Auto-Kool à ses opérations, elle mettait la main sur une entreprise de distribution spécialisée bien établie, comptant huit entrepôts au Canada et possédant une connaissance très fine des particularités de notre marché », souligne Behnam Mehrgani, vice-président aux opérations d'Auto-Kool. Les opérations canadiennes resteront d'ailleurs gérées à partir des bureaux de Montréal. >

Behnam Mehrgani et Mark Nasra sont les piliers de l'administration de la nouvelle mouture de l'entreprise Auto-Kool.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

Ce dernier vient tout juste de joindre les rangs de l'entreprise, où sa solide expertise dans la gestion des opérations et du contrôle de la qualité, enrichie par son passage dans des entreprises aussi prestigieuses et exigeantes que le groupe Peugeot Citroën ou Air France Industries, vient structurer davantage les activités commerciales du distributeur.

Docteur en génie mécanique, M. Mehrgani voit tout le potentiel de croissance que représente cette situation où une entreprise d'ici est soudainement portée sur les épaules d'un géant. Il explique par exemple que Omega bénéficie d'une équipe de recherche et développement dont la seule mission est de s'assurer que les ateliers du marché secondaire canadien auront accès aux pièces dont ils ont besoin pour réparer les voitures qui leur sont confiées. En connaissant en profondeur les besoins de chaque marché, l'entreprise peut sélectionner les pièces qui seront le plus demandées et le plus utiles aux ateliers indépendants.

« Ce développement de nouvelles pièces est constant, reprend l'ingénieur. Nous devons toujours regarder en avant et prévoir les demandes du marché. La fourniture de pièces neuves de remplacement pour les voitures électriques, par exemple, figure parmi une de nos cibles. »

Selon le vice-président aux opérations, le potentiel de croissance d'Auto-Kool au Canada est considérable. Il indique que la côte ouest et la grande région de Toronto recèlent un potentiel sur lequel l'équipe va se pencher avec attention.

Un catalogue enrichi

Mark Nasra, dont l'exploitation de ce potentiel commercial sera une des principales missions, nous reçoit à son tour dans son bureau. Souriant et chaleureux, il occupe depuis peu le poste de vice-président aux ventes et au marketing pour Auto-Kool. L'homme est connu du domaine de l'automobile, ayant œuvré pour plusieurs fabricants et distributeurs de pièces de remplacement, au fil des ans. Sa réputation est à la hauteur de son enthousiasme face à ses nouvelles fonctions.

« J'avais besoin de nouveaux défis et voici que l'occasion se présente avec Auto-Kool. Une belle entreprise, avec un réseau de distribution bien établi d'un océan à l'autre, dont le changement de propriétaires signifie son entrée dans une grande famille. Nos ateliers vont pouvoir bénéficier d'un accès aux pièces qui sont déjà offertes par la maison-mère aux États-Unis. »

Pour le moment, le catalogue d'Auto-Kool présente 47 lignes de produits se déclinant sous 13 000 numéros de pièces. En plus des pièces liées au chauffage et à la climatisation, le distributeur propose aussi des pompes à carburant et des réservoirs pour des applications pour véhicules légers et camions poids lourds.



Les deux vice-présidents veilleront à l'expansion du marché et de l'enrichissement du catalogue d'Auto-Kool au Canada.

PHOTO BIANCIA DIORIO

Avec l'acquisition par Omega et le partage de son catalogue, le distributeur pourra bientôt proposer des pièces de précision pour la gestion du moteur. On parle ici des bobines d'allumage ou encore de turbocompresseurs, en applications aussi bien sur des véhicules légers que lourds. Toute une famille de capteurs se greffera aussi à cette offre graduellement. Les véhicules modernes sont équipés d'une multitude de ces capteurs qui mesurent la performance du moteur ou agissent sur les systèmes avancés d'aide à la conduite.

Des applications pour véhicules lourds

Le nouveau catalogue d'Auto-Kool offre aussi la particularité de couvrir aussi bien les véhicules légers que les camions commerciaux, les autobus, les équipements lourds motorisés spécialisés.

Ce qui est certain, c'est que les pièces disponibles comme celles à venir seront neuves et viseront une couverture optimale de tous les véhicules sur les routes canadiennes. Des pièces essentielles comme les compresseurs pour climatiseurs ou les radiateurs pour système de refroidissement, par



exemple, répondent aux besoins de 98 à 99 % des véhicules présentement sur les routes nord-américaines.

« J'ai aussi été garagiste, rappelle M. Nasra, et pour moi, cette expérience a une grande valeur dans mes fonctions actuelles. Je sais comment il est important pour les installateurs d'avoir accès à une pièce de qualité, à bon prix, rapidement, pour compléter le travail. »

Mentionnons que le mandat de l'équipe d'ingénieurs à la recherche de Omega est de développer des pièces de remplacement neuves qui rencontrent ou surpassent les spécifications des pièces d'origine. Les pièces sont testées avant livraison pour s'assurer de leur qualité et bon fonctionnement.

> « Ce développement de nouvelles pièces est constant. Nous devons toujours regarder en avant et prévoir les demandes du marché. »
>
> **BEHNAM MEHRGANI**
> VICE-PRÉSIDENT AUX OPÉRATIONS
> AUTO-KOOL

Une croissance réfléchie

Le réseau de distribution d'Auto Kool est bien développé avec ses entrepôts répartis de la Colombie-Britannique à Terre-Neuve. Cette empreinte commerciale est supportée par des représentants ou agents qui vont accompagner les produits et faire leur promotion sur chaque marché. M. Nasra veut aussi densifier ce réseau de représentants sur le terrain, sachant l'importance d'accompagner les produits d'Auto-Kool avec des experts.

Une des missions essentielles de Mark Nasra sera aussi de signer de nouvelles ententes avec de grands distributeurs sur le territoire canadien. De telles ententes lient déjà le distributeur avec des partenaires nationaux et le vice-président veut y ajouter.

« Nous comptons sur un réseau de distribution bien établi qui nous permet de livrer les pièces demandées partout au Canada rapidement, résume M. Nasra. Nous avons en place une toute nouvelle équipe, dont les membres sont choisis pour leurs compétences et leur complémentarité. Cette équipe est appelée à grandir. Avec nos liens directs avec la maison-mère de Omega, nous accédons à une multitude de nouveaux produits que nous allons introduire dans notre catalogue. Nous avons en effet l'expertise nécessaire pour identifier quelles nouvelles familles de produits vont répondre aux besoins de nos garagistes. »

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

LES APPROCHES INNOVANTES DE MARKETING

Dans un marché de l'automobile toujours plus compétitif, les ateliers doivent mettre les bouchées doubles s'ils souhaitent se démarquer. Pour ce faire, une des avenues qui s'offre à eux est d'améliorer leur stratégie marketing.

TEXTE **MATHIEU VALIQUETTE**

Les propriétaires d'ateliers d'entretien automobiles le savent : répondre aux besoins variés et souvent changeants des clients passe avant tout par un service à la fois réactif et sur mesure. Ce que les consommateurs recherchent aujourd'hui, ce n'est plus seulement un achat ponctuel ou un service unique, mais une attention personnalisée, comme l'explique le propriétaire de Auto Performance Reifen, Nicholas Assimakopoulos : « Nous essayons de garder nos clients informés en leur envoyant directement des photos et des prix. Cela crée une connexion personnelle qui renforce leur fidélité. » Cet exemple de geste simple, mais significatif pour le client est perçu comme un service dédié à ses besoins uniques, permettant de bâtir une relation de confiance que l'on ne pourrait pas retrouver avec l'achat en ligne.

Ainsi, mettre les bouchées doubles pour offrir un service à la clientèle hors pair est une stratégie marketing qui est, comme toujours, gagnante pour les ateliers. Comme le dit le copropriétaire du distributeur Pneu9.ca, M. Guy-Philippe Polissena: « Le bouche-à-oreille est encore pertinent dans l'industrie automobile, et meilleur est son service à la clientèle, plus le bon mot se répand loin. »

Les fameux réseaux sociaux

Pour les ateliers indépendants, tirer parti des réseaux sociaux et du marketing en ligne est devenu essentiel pour connecter avec les clients potentiels dans sa région. Avec les consommateurs qui recherchent de plus en plus une expérience personnalisée, les réseaux sociaux représentent une opportunité de montrer le quotidien de l'atelier et la qualité du service. Comme on dit, si une image vaut mille mots, alors une vidéo en vaut cent mille !



L'équipe de Pneu9.ca est à développer sa propre plateforme de gestion de la relation client.

Chez Auto Performance Reifen, M. Assimakopoulos utilise les réseaux sociaux pour publier des images et vidéos de beaux véhicules en cours d'entretien : « Nous postons régulièrement des photos de nos services sur Instagram, ce qui nous permet de garder notre clientèle informée et engagée ». En publiant des photos de véhicules de qualité, des produits et des services récents, ainsi que des membres de son équipe, les ateliers peuvent mettre en avant leur expertise et leur transparence, des qualités particulièrement appréciées par les consommateurs.

De plus, l'utilisation des "stories" sur les réseaux permet de partager rapidement des moments de la vie quotidienne de l'atelier. Cela représente une opportunité pour générer gratuitement des bons leads, car le public peut répondre directement à ces stories s'il a des questions ou s'il souhaite acheter un service.

Les réseaux sociaux offrent aussi des options payantes pour promouvoir son contenu. Ainsi, si un atelier souhaite lancer une campagne publicitaire, il est beaucoup plus facile, rapide et moins coûteux de le faire sur les réseaux sociaux qu'à la télévision ou à la radio. Ainsi, toutes les raisons sont bonnes pour que les ateliers renforcent leur présence sur les réseaux sociaux!

Automatiser ses suivis après-vente

L'automatisation des services après-vente est une tendance qui prend de l'ampleur dans l'industrie automobile, offrant aux ateliers une opportunité d'améliorer l'efficacité de leurs opérations tout en renforçant la satisfaction client.

D'ailleurs, l'équipe de Pneu9.ca est en train de mettre sur pied un système de gestion des relations clients (CRM) personnalisé qui permet de gérer toutes les facettes de son entreprise à un seul et unique endroit, comme l'explique M. Guy-Philippe Polissena : « Le logiciel qu'on est en train de mettre sur pied va permettre aux ateliers de passer des commandes en quelques clics, mais aussi

PHOTO PNEU9.CA

de lancer des campagnes marketing et d'effectuer des appels automatiques », explique M. Polissena. « L'automatisation permet non seulement de gagner du temps, mais aussi de garantir un suivi rigoureux des clients. »

En effet, l'un des aspects les plus précieux de l'automatisation est la possibilité d'envoyer des rappels de rendez-vous, des notifications de maintenance et des mises à jour personnalisées aux clients. De plus, l'intégration de chatbots sur les sites Web ou les plateformes de médias sociaux permet aux clients d'obtenir des réponses instantanées à leurs questions, améliorant ainsi l'expérience utilisateur et réduisant le temps d'attente en personne ou au téléphone. « C'est important d'être présent pour les clients le plus possible, même en dehors des heures d'ouverture. Internet ne dort jamais! », ajoute M. Polissena.

Les offres spéciales et les rabais

Les programmes de rabais représentent un levier intéressant pour attirer et fidéliser la clientèle t. Ces initiatives, qu'il s'agisse de rabais par la poste, de remises instantanées ou de programmes de fidélité, donnent aux clients l'impression de faire de bonnes affaires, surtout dans un marché où la concurrence est forte, comme l'explique M. Nicholas Assimakopoulos : « Les rabais par la poste attirent bien, mais ce qui marche vraiment, c'est la combinaison entre le rabais et une relation de confiance. ». Ce type de programme joue donc un rôle majeur pour initier ou renforcer les relations avec les clients, en particulier ceux qui sont plus sensibles au prix.

Cependant, bien que ces offres puissent attirer une clientèle plus large, elles ne doivent pas compromettre la rentabilité globale de l'entreprise. « Les rabais, c'est bien, mais il faut s'assurer de préserver la rentabilité de l'entreprise », partage Guy-Philippe Polissena de Pneu9. Il est donc essentiel de trouver un juste équilibre entre offrir une réduction significative et protéger les marges de profits.

Un autre avantage des rabais est leur flexibilité : ils peuvent être personnalisés selon les saisons ou les besoins spécifiques de l'atelier. Par exemple, au Québec, les rabais saisonniers pour l'achat de pneus d'hiver ou les promotions sur les services d'entretien en début de saison estivale, permettent de stimuler la demande à des périodes stratégiques.

Finalement, en combinant l'automatisation, la publicité, les rabais et un service à la clientèle personnalisé, les ateliers peuvent être certains de tirer le maximum de leurs actions marketing !



Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

UNE NIRO QUI CHARGE PAR INTERMITTENCE

Avec plein de sujets possibles pour cette chronique, j'avais du mal à me décider sur lequel finalement me concentrer.

TEXTE **STEVE OBORNE**

C'est à mon retour d'une belle visite du Salon du véhicule électrique de Montréal (SVEM) que j'ai choisi de parler d'une Kia qui a visité notre atelier pour une réparation il y a déjà quelques semaines.

Passons aux détails du véhicule. La voiture en question, une Kia Niro EV 2019, compte 280 000 km. Oui oui, 280 000 km. Le client se plaint que la recharge est de plus en plus instable et imprévisible.

Il se peut que le véhicule ne recharge pas pendant la nuit. Un électricien lui confirme que l'installation à la maison est en bon état. C'est ici qu'on fait appel à nos services pour trouver la cause du problème.

Pour éviter que le diagnostic se fasse en plusieurs rendez-vous, je demande au client s'il peut apporter sa borne pour avoir tous les éléments utilisés dans sa recharge à la maison. C'est une borne portative, alors, aucun problème à me l'apporter.

Détailler les codes

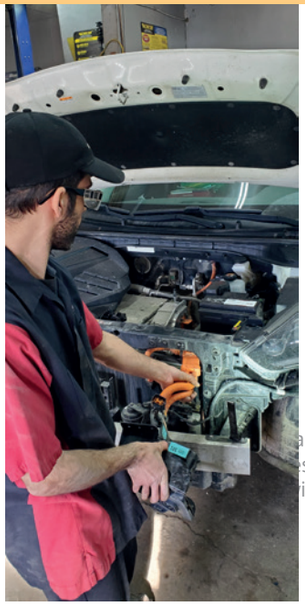
Au rendez-vous, la première étape a été, comme de raison, la lecture des codes d'anomalies que le véhicule pourrait avoir en mémoire.

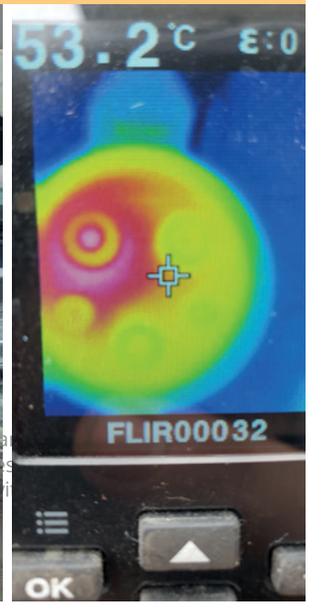
Un code retient mon attention : *C182C EVSE Failure.* Assez vague comme titre de code.

Dans la charte de Kia, la description nous indique qu'il y a un problème de communication entre le véhicule (qui est fait par le *Charge Control Module* situé à l'intérieur du tableau de bord !) et le EVSE (*Electric Vehicle Supply Equipement).*

Je vous épargne la lecture de la charte, les problématiques qu'elle va vous apporter, en plus des maux de tête qui pourraient en découler en vous donnant un petit truc qui va vous sauver tout cela.

Cela prend simplement un outil dont on se sert de plus en plus à notre atelier : une caméra thermique.





À gauche : Remplacement du port de recharge par notre technicien Jayson. *À droite :* Pistolet de recharge après deux heures de recharge.

Des pièces qui s'usent

La Niro ne manifeste aucun problème de charge lors de notre diagnostic. C'est ici que je décide de laisser aller la charge, avec la borne du client, pendant deux heures, pour ensuite y faire une inspection avec la caméra thermique. BINGO ! Le port de recharge démontre un problème flagrant.

Un mauvais contact sur un des terminaux dans le port de recharge nous mène à conclure qu'avec 280 000 km à l'odomètre, le port de recharge s'est usé, et un remplacement de celui-ci en plus du pistolet de la borne est la solution.

Une fois le port de recharge et le pistolet remplacés, le client a pu retrouver sa belle Niro prête à recevoir des recharges complètes à la maison sans problème.

Je termine cet article avec une question. Lors de notre visite du SVEM, plusieurs centres de formation pour la réparation et l'entretien de VE étaient présents. Quelle est la questionla plus récurrente qu'ils ont reçue du public ? Qui d'autre que les concessionnaires peuvent réparer et entretenir leurs VE ?

Avec l'engouement pour les VE que nous avons pu constater encore une fois au salon, allez-vous faire partie de ceux qui pourront répondre oui je peux entretenir ou réparer votre VE au prochain qui va entrer dans votre cour ? Bonne réflexion !



Steve Oborne est propriétaire, avec sa conjointe Jennifer Gilbert, de l'atelier Oborne Service de Val-Joli. Il baigne dans la mécanique depuis son enfance. oborneservice2012@gmail.com.

PHOTOS **STEVE OBORNE**



INNOVISTE

UNE ÉQUIPE D'EXPERTS AU SERVICE DE L'INDUSTRIE

Innoviste assume de plus en plus un rôle pivot dans la coordination des efforts de développement des compétences dans les ateliers du marché secondaire automobile, tout comme au sein des concessionnaires et des marchands de véhicules.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

En fait, depuis le passage de CSMO-Auto à l'appellation Innoviste, il y a environ un an, le travail de l'organisme au sein de l'industrie des véhicules motorisés s'est nettement élargi et dynamisé.

Son équipe compte une quinzaine de personnes qualifiées. Elle rassemble des spécialistes en formation et concertation, des experts en stratégies de main-d'œuvre, de fins analystes qui scrutent les tendances du marché du travail et des communicateurs habiles. L'équipe d'Innoviste se distingue par son expertise diversifiée et son engagement indéfectible envers le progrès de l'industrie des véhicules motorisés. Innoviste bénéficie également d'une équipe administrative dédiée qui, entre autres, veille aux remboursements salariaux pour faciliter les démarches des entreprises.

« En repoussant les limites et en explorant de nouvelles avenues, nos experts offrent des solutions novatrices et adaptées aux besoins des employeurs et travailleurs de l'industrie », souligne Martin Cloutier, directeur général adjoint d'Innoviste.

Identifier et répondre aux besoins

Courroie de transmission entre les entreprises du secteur automobile et les différentes instances gouvernementales, Innoviste redouble sa présence sur le terrain, son personnel étant en contact constant avec les entreprises du secteur afin d'en mesurer les enjeux. Les informations recueillies directement auprès de ces entreprises, combinées à des analyses statistiques, permettent à l'organisme de présenter un portrait clair des besoins de l'industrie.

Ainsi, l'accompagnement offert aux gestionnaires d'atelier en ce qui a trait à la formation et au développement de leurs travailleurs est continuellement bonifié. Des guides disponibles sur le site d'Innoviste accompagnent par exemple les gestionnaires dans toutes leurs démarches relatives au recrutement et au développement des ressources dont ils ont besoin, allant du recrutement ici comme à l'étranger, aux bonnes pratiques de rétention en passant par la formation nécessaire à l'élaboration de leur plan de carrière.

Soutenir la formation

Les secteurs de la mécanique et de la carrosserie nécessiteront des milliers de travailleurs au cours des prochaines années. Si Innoviste n'offre pas de formation technique directement aux travailleurs, il fait partie de son mandat de s'assurer que cette dernière soit de qualité et offerte sur tout le territoire québécois, peu importe le diffuseur. « Nous voulons réduire les obstacles à la formation », explique pour sa part Danielle Le Chasseur, directrice générale d'Innoviste. « Nous visons aussi un changement dans la culture de nos entreprises, un changement qui fera que la formation et le développement des compétences ne seront pas uniquement un avantage concurrentiel, mais une nécessité indéniable pour l'avenir des ateliers. »

En bref, le mandat premier d'Innoviste est d'informer les ministères du gouvernement du Québec des différents enjeux rencontrés par l'industrie, d'identifier des solutions en fonction des programmes offerts et de prioriser des actions pour assurer l'atteinte des objectifs gouvernementaux. Voilà pourquoi il est impératif pour Innoviste de maintenir un lien de proximité avec les employeurs et travailleurs pour avoir une bonne compréhension des enjeux de l'industrie des véhicules motorisés.

PHOTO **INNOVISTE**

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



LE CUMUL DE L'EXPERTISE

À Shefford, près de l'entrée sud-est de Granby sur la route 112, est situé l'atelier Uni-Pro dont Pierre Brazeau, 33 ans, est devenu propriétaire en novembre 2023.

TEXTE **GUY O'BOMSAWIN**

Il atteignait ainsi, sans tambour ni trompette, l'un de ses grands objectifs après avoir fait plus que toutes ses classes, puisque cette expression classique ne représente que partiellement son cheminement.

Pierre Brazeau a toujours opté pour l'action. Il a préféré l'apprentissage par les stages, qui sont si formateurs, ou encore par les emplois d'été qui l'ont amené à apprendre toujours davantage sur son métier et à constamment s'améliorer.

Jamais il n'a perdu le fil depuis les premiers jours où, à l'école secondaire, chez les raccrocheurs de l'école Wilfrid-Léger de Waterloo, il terminait ses journées par des stages en mécanique et en carrosserie.



Le propriétaire Pierre Brazeau et sa conjointe Justine Gélineau, entourés de Renaud Barrière, Raphaël Vaudry, Jason Paquette-Laroche et de Guillaume Pronovost.

Un maître plutôt qu'un DEP

Tout compte fait, Pierre Brazeau avait cumulé plusieurs centaines d'heures comme apprenti lorsqu'il s'est inscrit au programme du DEP en Mécanique au CRIF de Granby.

Étant déjà initié à tous les aspects de la mécanique, incluant les systèmes et les astuces pour les entretenir, sous le compagnonnage de Michel Fortin de l'atelier Bazinet & Fils, de Waterloo, il ne s'y est pas éternisé.

« Michel Fortin m'a enseigné toute la base de la mécanique, m'a supervisé et m'a donné assez de liberté pour que j'apprenne aussi de ces erreurs qui nous rendent professionnels », souligne M. Brazeau.

C'est là qu'il a acquis de l'expérience en conseils techniques aussi bien qu'en gestion des rendez-vous, en facturation, en informatique et en gestion, notamment en s'appropriant les logiciels de supervision et de planification numérique des opérations.

Défi et débrouillardise

Après une décennie à cette première vraie école, il est passé au Garage Jean Parent, de Warden, où il a fait équipe avec le propriétaire : un professionnel à la fois mécanicien et carrossier.

Cette période a été particulièrement intense sur le plan du défi et de la débrouillardise. Il naviguait dans un univers où les mauvaises surprises se transformaient parfois en étonnantes solutions. Voulant élargir son expérience, M. Brazeau, également aligneur en passant, a ensuite ajouté coup sur coup

PHOTOS **GARAGE JPM**

de l'expérience en centres de pneus et en concession automobile à ses compétences : afin de connaître ces milieux et leur fonctionnement.

Les conclusions avant de plonger

De son passage à travers ces emplois, il a conclu qu'il est incontournable d'entretenir de franches et cordiales relations avec le personnel et la clientèle… et pertinent d'avoir son propre atelier.

Ces brefs passages précédant l'achat de son atelier l'ont par ailleurs convaincu de la pertinence de compter sur une solide structure de gestion pour son entreprise et sur des descriptions de tâches claires pour les membres de son équipe.

Par ailleurs, il ne comprend pas qu'un atelier en fasse le moins possible pour le client, ou ne lui offre jamais de rabais, de produits ou de services gratuits en échange de sa fidélité.

Il s'estime chanceux d'avoir eu d'excellents maîtres et d'avoir suivi un parcours dont les nombreuses balises ont fait de lui, en une quinzaine d'années, un professionnel franchement reconnu par le statut de compagnon.

Installé initialement dans le bâtiment de Moto de l'Estrie, l'atelier actuel, toujours appelé Garage JPM, a vu sa superficie être triplée en 2017. Il appartenait depuis 2003, avant son acquisition, à Jean-Pierre Maheu et Francine Langlois.

Fait probablement unique dans le monde des ateliers, ce n'est pas un distributeur de boissons gazeuses qui monte la garde à l'extérieur de l'atelier, mais un croque-livres bien garni !







CLASSIQUE DE GOLF FONDATION GROUPE MONACO 2024

FONDATION GROUPE MONACO GROUP FOUNDATION



C'est le 20 juin dernier, par un soleil radieux, que se tenait la 30e édition de la **Classique Groupe Monaco**. La journée se déroulait au très chic club de golf Summerlea .

Comme à chaque année, tous les profits sont remis à la Fondation des maladies du cœur et des chirurgies thoraciques.

160 personnes ont parcouru les allées du golf et plus de 220 convives ont participé à la soirée.

Clients, fournisseurs, employés de concert avec Groupe Monaco ont unis leurs contributions afin de remettre **la fabuleuse somme de 420,000 $ à la Fondation**.

Un chaleureux MERCI à tous pour votre apport.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec*

CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

CARROSSERIE



RÉSEAU FIX

L'ASCENSION DE KARIM ZAIDANE

Karim Zaidane, récipiendaire du Prix du Président de Réseau Fix 2024, incarne un parcours inspirant, composé de résilience, d'ambition et de passion pour l'industrie.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Âgé d'une quarantaine d'années, Karim Zaidane dirige aujourd'hui quatre ateliers de carrosserie sous la bannière ProColor et Fix Auto. Mais rien ne laissait présager une carrière aussi prolifique lorsqu'il débute chez Toyota-Lexus Spinelli de Lachine en 2001 en tant que laveur d'autos.

Initialement motivé par l'idée d'un emploi provisoire dans l'industrie de l'automobile, il découvre un univers stimulant lui permettant d'exploiter son potentiel et s'épanouir. « C'était juste un travail temporaire avant de reprendre mes études en techniques policières, » se souvient-il.

Son charisme et son aisance naturelle avec les clients attirent toutefois l'attention de Michel Spinelli, qui lui propose de rejoindre le département des pièces. C'est là qu'il connait une véritable révélation. « Ce n'était pas tant la division, mais plus le fait d'avoir l'occasion de relever de nouveaux défis, de faire bouger les choses et de changer les façons de faire. »

Karim Zaidane et son épouse entourés de l'équipe du Carrossier ProColor LaSalle A.M.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Faire ses classes

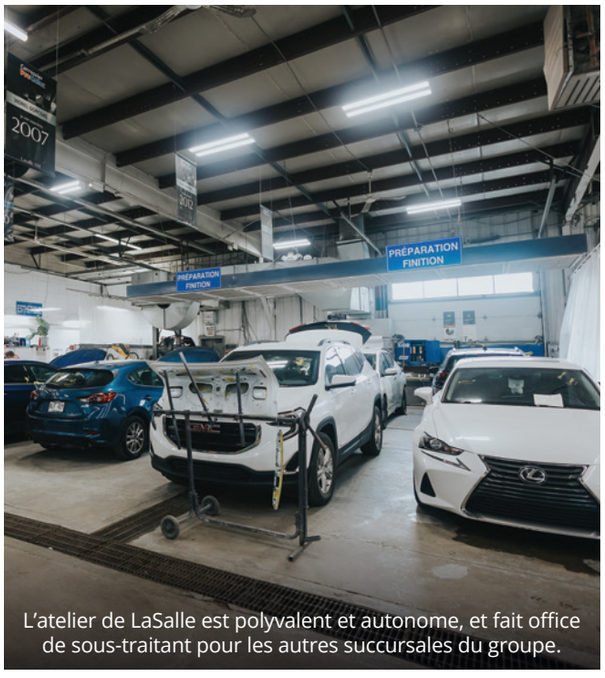
Stimulé par son nouvel environnement qui met à profit son esprit d'initiative et son leadership, M. Zaidane gravit rapidement les échelons. Plutôt que de retourner sur les bancs d'école, il choisit de parfaire son éducation sur le terrain. Chez Spinelli, il apprend les rudiments de la gestion des stocks et les subtilités de la relation client.

Cependant, après quelque temps, il ressent qu'il a fait le tour de sa division. Un concours de circonstances va redéfinir sa trajectoire lorsqu'on lui propose un poste dans le département de carrosserie du concessionnaire. Grâce à ses performances remarquables, il accède au poste de directeur, même s'il avoue qu'il « ne connaissait rien dans ce domaine ».

Le changement est radical et brutal. Ses débuts en tant qu'entrepreneur sont marqués par son entêtement, son acharnement, et une perte de poids. Malgré tout, il n'a jamais songé à abandonner la partie. Il désirait ardemment déchiffrer les rouages de ce secteur complexe qu'il tentait d'apprivoiser, mais il lui manquait des éléments. Il devait « mettre le doigt » sur ces pièces manquantes.

Les planètes s'alignent

Après trois mois, les planètes s'alignent enfin : « Des connaissances se sont rajoutées et des fournisseurs m'ont aidé avec des paramètres. Je comprenais enfin la logique qui régit le système. » Malgré les défis, M. Zaidane persévère, apprenant les aspects techniques de la carrosserie, de même que les enjeux liés à la gestion d'équipe et la logistique. Ces années formatrices l'initient à un domaine empreint de subtilités, exigeant, mais profondément gratifiant.



L'atelier de LaSalle est polyvalent et autonome, et fait office de sous-traitant pour les autres succursales du groupe.

Le département croît rapidement, attirant de nouvelles occasions d'affaires qui font germer en lui l'idée d'être à la barre de son propre navire. Un premier projet d'actionnariat dans un atelier de carrosserie de Québec n'aboutit pas, mais un second se concrétise le 2 décembre 2020. En pleine pandémie, M. Zaidane devient propriétaire de Carrossier ProColor LaSalle A.M., installation qui lui servira de vaisseau amiral.

M. Zaidane s'adapte rapidement et avec brio à sa nouvelle réalité, malgré un début tumultueux marqué par la crise sanitaire qui l'oblige à des choix difficiles. Il se voit alors contraint de licencier certains employés. « Une épreuve qui nous a beaucoup rapprochés » tient-il à préciser, car le processus s'est fait en toute transparence.

La force de l'équipe

Bientôt, l'atelier dépasse les attentes et doit accroître ses effectifs. La succursale, qui ne comptait que douze travailleurs, au moment de l'acquisition, en emploie désormais 41, une croissance que le gestionnaire attribue à la force de son équipe. Il voit dans chaque coéquipier un acteur essentiel au succès de l'entreprise. « Je suis très proche de mes employés. Chaque matin, je prends le temps de leur serrer la main individuellement. J'ai compris que dans la vie, il faut savoir bien s'entourer. Chez nous, tout le monde a droit au même niveau de respect, peu importe leur poste. » Cette approche humaine crée un

PHOTOS BIANCA DIORIO



M. Zaidane cherche constamment des moyens d'alléger le volume de travail de ses employés, afin qu'ils puissent consacrer plus de temps à leur famille, une valeur au cœur de ses préoccupations.

environnement de travail stimulant, propice à l'épanouissement et à la loyauté du personnel ; une culture adoptée par l'ensemble des ateliers de M. Zaidane et mise en application par chaque directeur de succursale.

Sa démarche collaborative se reflète également dans ses relations avec ProColor et Fix Auto. « Je dis souvent aux autres propriétaires : la bannière n'est pas là pour nous sauver, mais bien pour nous soutenir. Il faut oser demander de l'aide quand on en a besoin, mais surtout être clair dans nos requêtes afin qu'elles puissent nous fournir le support adéquat. »

Outre la force de son équipe et celle de son réseau, M. Zaidane souligne l'importance de la qualité et de l'innovation pour sortir se démarquer. Dès son entrée en poste, le nouveau propriétaire profite du ralentissement imposé par la COVID-19 pour investir dans la certification de ses ateliers. « Quand j'ai acheté, on n'en avait aucune. » Aujourd'hui, la liste ne cesse de s'allonger. L'atelier de LaSalle, le seul du groupe a détenir une certification de Tesla pour l'instant, vise désormais celles des marques de luxe. Parfois, ce n'est pas la volonté qui fait défaut, mais plutôt l'espace, certains équipements nécessitant une plus grande superficie. La certification, explique-t-il, va bientôt devenir un atout majeur, car les assureurs vont privilégier ceux qui en sont dotés. « Mon objectif, c'est de toujours être à la fine pointe et ce qu'on n'a pas encore, on travaille pour l'obtenir. »

Innover et s'impliquer

Pour se démarquer dans cette industrie hautement compétitive, M. Zaidane a même créé un poste d'agent de livraison. Cette personne, dédiée aux clients, s'assure de la qualité du service. Elle leur présente les travaux, explique les garanties et gère les détails liés à la transaction, centralisant les étapes et déchargeant ses collègues de tâches qui leur incombaient auparavant par défaut. L'instauration de nouveautés s'inscrit toujours dans une optique d'amélioration : « On veut travailler intelligemment et alléger les processus afin d'arriver au même volume et obtenir le même profit, tout en continuant à offrir un excellent service. C'est un défi constant. »

Le gestionnaire s'implique aussi activement à l'extérieur des murs de son entreprise. Il soutient divers projets de la communauté de LaSalle et suit de près les transformations de cet arrondissement qui l'a vu grandir. « Je comprends très bien la culture, les clients et les habitants de LaSalle et de Lachine, où j'ai travaillé pendant 19 ans. Ce sont des secteurs que je maîtrise et qui n'ont pas de secrets pour moi. » M. Zaidane anticipe l'évolution de la demande et prépare déjà son plan d'attaque pour répondre à la croissance prévue de cette clientèle dans les dix prochaines années. Il adapte ses stratégies pour maintenir un service de proximité et répondre aux besoins, présents et futurs, de cette population diversifiée.

La diversité se retrouve aussi au sein de son équipe. En collaborant avec des agences de recrutement à l'international, M. Zaidane attire des talents variés, intégrant des perspectives nouvelles et un savoir-faire complémentaire. Sous peu, quatre estimateurs français viendront grossir les rangs.

Axé sur la croissance

Le modèle de gestion de M. Zaidane, axé sur la croissance de l'individu autant que sur celle de l'entreprise, semble prêt à amorcer le prochain chapitre de son évolution. En seulement quatre ans, il est passé d'un à quatre ateliers, et bientôt, un cinquième s'ajoutera à la liste. Ce parcours exemplaire a été couronné par la remise des Prix du Président Fix et du Service à la clientèle lors de la dernière Conférence nationale du réseau, témoignant de la qualité de ses services et de l'engagement de son équipe. Pour le lauréat, cette reconnaissance représente une motivation supplémentaire pour viser toujours plus haut.

Avec des projets plein la tête, M. Zaidane sait qu'il peut toujours compter sur le réseau lorsqu'il se bute à des obstacles. Et il risque d'en rencontrer plusieurs au cours des deux prochaines décennies, car il aspire à s'imposer comme un acteur clé dans l'industrie de la carrosserie. « J'aimerais y transposer ma vision, non pas pour des raisons financières, mais pour la postérité du secteur. » Et quand il est question d'avenir, l'entrepreneur ne cache pas ses ambitions. « Dans cinq ans, je me vois avec quinze à vingt carrosseries. »

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

UNE SOLUTION EN CALIBRATIONS POUR LES CARROSSERIES

Pour les ateliers de carrosserie, la calibration des systèmes d'aide à la conduite (ADAS) représente un enjeu de taille. Ce défi, pour plusieurs bonnes raisons, ne peut être relevé par tous.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**



Jimmy Dorion a fondé ce centre exclusivement dédié à la calibration à Québec et supervisé l'ouverture d'une succursale dans la région des Basses-Laurentides.

Au cours des dernières années, les carrossiers se sont approprié les diagnostics électroniques leur permettant de déceler une foule de problèmes découlant d'une collision qui affectent des systèmes dont la condition ne peut être évaluée à l'œil nu. L'analyse des données du véhicule indique quels systèmes électroniques ou électriques ont besoin d'attention, tout comme leurs composantes physiques.

Lorsqu'un capteur ou une caméra intégrée dans les systèmes avancés d'aide à la conduite (ADAS) doit être remplacé ou ajusté, sa programmation ou sa calibration sera nécessaire. Pour ce faire, l'atelier doit compter non seulement sur les compétences de ses techniciens et les équipements nécessaires, mais aussi sur un local se prêtant à l'opération. Cette combinaison n'est pas accessible par tous.

Jimmy Dorion avait mis à l'essai les différentes approches de calibration de systèmes ADAS alors qu'il travaillait au sein de l'entreprise familiale, qui compte trois carrosseries dans la région de Québec. « Je suis tombé en amour avec la calibration », nous explique-t-il. « J'ai centralisé les opérations dans un local et j'ai rapidement réalisé qu'en plus des volumes provenant des ateliers de ma famille, il y avait une très forte demande provenant d'autres carrosseries. Le bouche-à-oreille a eu un tel effet qu'en 2022, j'officialisais la fondation du Centre de calibration de la Capitale. »

Le local que nous visitons avec M. Dorion n'a rien de remarquable au premier regard. En fait, les espaces sont dégagés, les murs peints en blanc, l'éclairage équilibré et on devine que le plancher est parfaitement de niveau. Ce sont les prérequis pour effectuer avec succès une calibration, des conditions qui ne se trouvent justement pas dans toutes les carrosseries.

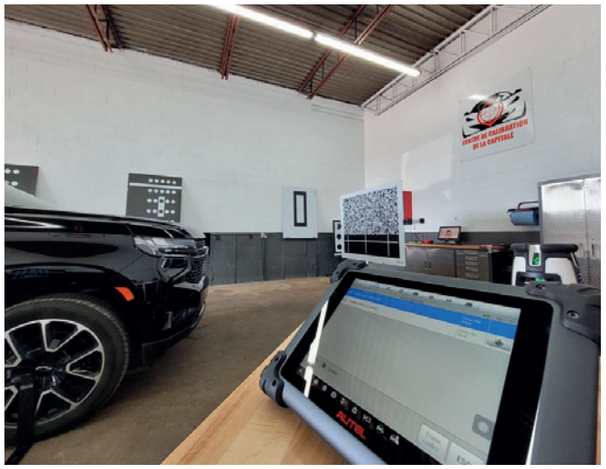
Dans ce local, nous trouvons aussi les outils de calibration mobiles, un analyseur et une collection impressionnante de cibles. La combinaison de ces éléments permet la programmation ou la calibration que l'on qualifie de statique, car effectuée en atelier et non pas sur la route. Un poste informatique vient coordonner le tout. C'est là que M. Dorion trouvera le lien vers les processus des constructeurs automobiles pour mener à bien cette délicate opération. Toute erreur dans la calibration peut en effet avoir des conséquences directes sur la sécurité de l'automobiliste.

D'ailleurs, un essai routier est effectué après chaque calibration pour s'assurer que tous les systèmes sont opérationnels. L'entrepreneur prépare ensuite les rapports de diagnostics et de calibrations afin que son client carrossier puisse soumettre rapidement la documentation demandée par l'assureur.

Selon cet expert, il est normal que les ateliers de carrosserie préfèrent lui confier les calibrations que de les réaliser à l'interne, pour les raisons évoquées, mais aussi pour des considérations purement économiques. « Comment rentabiliser les calibrations si, pour les réaliser, l'atelier doit leur consacrer un espace qui peut leur rapporter, en moyenne, 400 000 dollars annuellement en réparations de carrosserie ? »

Des dossiers de calibration, l'équipe de M. Dorion en a complété 6 500 au cours de la dernière année. Et ce nombre est appelé à grandir. Une succursale a été ouverte à Blainville sous la supervision d'Amir Farrokh, formateur converti à l'entrepreneuriat. De plus, les régions de l'Estrie et de la Mauricie sont desservies par des unités mobiles. Bientôt, un local sera trouvé pour implanter un nouveau centre d'opération dans ces régions.

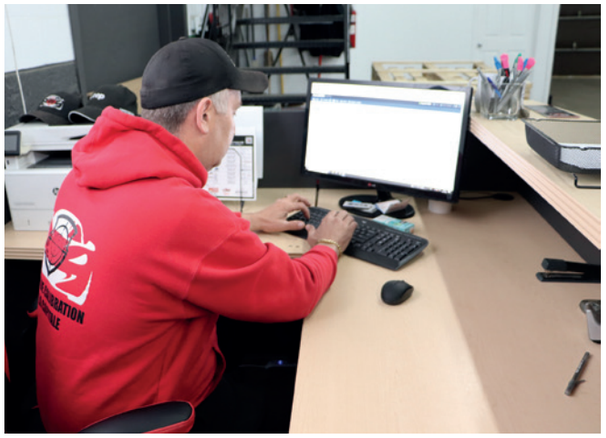
PHOTOS **CENTRE DE CALIBRATION DE LA CAPITALE, MICHEL BEAUNOYER**



La calibration demande des équipements, un grand savoir-faire et un important et très précis processus de mise en place.

Jimmy Dorion a aussi l'intention d'élargir ses opérations à Québec, en trouvant un local plus grand où il pourra aussi offrir à ses clients l'alignement des voitures à calibrer. « Pour le moment, je leur demande de s'assurer que les roues du véhicule soient bien parallèles avant de me le confier, c'est un autre prérequis pour la plupart des calibrations », explique-t-il. « Avec l'espace pour le faire dans mes installations, je pourrais leur offrir vraiment le service complet. »

Avec la complexification des systèmes d'aide à la conduite et des voitures qui comptent dessus pour se faire de plus en plus autonomes, M. Dorion n'a aucune inquiétude face à la demande pour ses services.



Effectuer les calibrations est une chose, les documenter pour l'assureur en est une autre qui demande aussi une attention minutieuse.

CARSTAR®



CARSTAR Etobicoke

Ayant grandi dans une grande famille, j'ai toujours apprécié le travail d'équipe et le sentiment d'appartenance. Faire partie de CARSTAR, c'est exactement ça : une vraie famille. Le soutien a été exceptionnel. J'apprends énormément et je constate déjà l'effet positif et la croissance de mon entreprise. C'est une expérience incroyable et je suis fier de faire partie de

Pour en savoir plus sur la possibilité de vous joindre à la famille CARSTAR, contactez Dave Foster à **dfoster@carstar.ca**

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

RÉSEAU FIX

LA SOCIÉTÉ DE L'AVENIR !

Alors que le marché secondaire de l'automobile connaît une transformation rapide, Réseau Fix Canada ne se contente pas de s'adapter ; il établit la norme et ouvre la voie vers un avenir durable et novateur.

TEXTE **PHILIPPE-ANDRÉ BISSON**



La combinaison des services de carrosserie et de vitres d'auto est une tendance appréciée par les franchisés tout comme par les consommateurs.

Grâce à une approche visionnaire, l'entreprise fait des vagues en franchissant des étapes impressionnantes, en réalisant des percées technologiques et en s'engageant profondément envers ses partenaires franchisés et les collectivités qu'ils desservent. Voici comment Réseau Fix se positionne en tant que chef de file de l'industrie et façonne activement l'avenir du marché secondaire de l'automobile.

Une présence plus forte

En 2024, Réseau Fix a fait d'importants progrès dans le renouvellement de la présence de sa marque et dans l'expansion de ses services. Il a renouvelé avec succès 30 emplacements Fix Auto, 13 CRE et 65 ProColor, renforçant ainsi son engagement à l'égard de la qualité et de l'excellence du service. « Alors que nous nous dirigeons vers 2025, je suis fier des efforts que nous avons déployés pour renforcer nos partenariats et élargir notre offre de services », a déclaré Sylvain Seguin, président de Réseau Fix Canada. « Le renouvellement réussi de 108 emplacements témoigne de notre engagement à collaborer avec nos partenaires et reflète la valeur qu'ils voient à faire partie de notre

PHOTOS **RÉSEAU FIX**



Les franchisés et le personnel de l'entreprise se réunissent à l'occasion de la réunion régionale de l'Ontario, qui favorise la collaboration et l'innovation dans l'ensemble du réseau.



réseau. » Leurs marques de détail, en particulier NOVUS Vitres, ont également connu une croissance à deux chiffres au Canada, grâce à des initiatives stratégiques qui ont permis à leurs marques de pénétrer plus efficacement le marché du détail avec des services de vitrage et d'étalonnage.

Réseau Fix a également une stratégie bien définie pour protéger sa part de marché. Cela implique l'acquisition d'ateliers auprès de propriétaires désireux de se retirer, ce qui non seulement préserve leur empreinte mais garantit également que ces emplacements peuvent être proposés à de nouveaux acheteurs de manière transparente, en maintenant la continuité du service pour les clients. L'entreprise s'appuie également sur ses ateliers d'entreprise pour promouvoir la croissance de ses franchisés. Ces ateliers ont joué, et continueront à jouer, un rôle clé dans l'amélioration de la valeur de l'ensemble de leur réseau de franchise. Ils ont la capacité d'absorber le surplus de véhicules confiés à leurs ateliers franchisés et de leur confier du travail afin de maximiser l'efficacité de l'ensemble des opérations. Réseau Fix se positionne ainsi comme une solution fiable, flexible et toujours professionnelle pour ses partenaires assureurs à travers le pays.

Atelier du futur et diversification

Alors que le paysage automobile évolue avec l'essor des véhicules électriques (VE) et des systèmes avancés d'aide à la conduite (ADAS), Réseau Fix est à l'avant-garde de la diversification. Son concept « d'Atelier du Futur » permet aux partenaires franchisés de s'adapter en élargissant leur offre de services, en intégrant efficacement NOVUS Vitres dans les ateliers de mécanique et de carrosserie. Zakari Krieger, vice-président de Prime CarCare, a expliqué pourquoi « l'Atelier du Futur » est déjà une réalité pour de nombreuses personnes et a exhorté les propriétaires d'entreprises de réparation automobile à planifier en conséquence pour rester pertinents. « Les nouvelles >



Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



La signature graphique des ateliers projette une image professionnelle et dynamique.

technologies réduiront la fréquence des accidents, et il est donc essentiel de maximiser les revenus sur chaque véhicule », a déclaré M. Krieger. Cela permet non seulement d'améliorer la capacité de service, mais aussi de positionner les partenaires de manière à ce qu'ils puissent répondre aux exigences d'une clientèle moderne.

Innover grâce à la technologie

Réseau Fix comprend que l'innovation est essentielle pour maintenir un avantage concurrentiel. Il a investi massivement dans la technologie en établissant trois centres de formation au Canada - à Milton, en Ontario, à Blainville, au Québec, et à Calgary, en Alberta. Ces centres sont équipés d'outils de pointe et de formateurs experts, ce qui a permis à plus de 750 étudiants et représentants d'atelier d'être formés et d'obtenir des certifications cette année seulement. « Nous avons été très réactifs aux demandes de formation des ateliers et nous les avons activement soutenus à distance lorsqu'ils rencontraient des difficultés, en leur fournissant des solutions efficaces », a déclaré Andre Cabana, premier vice-président Réseau Fix Canada. « Par conséquent, nous avons élaboré plusieurs cours pratiques, notamment sur le soudage et la réparation du plastique, les bases du remplissage de la carrosserie, l'esthétique, etc. »

De plus, leur engagement envers l'intelligence d'affaires a mené à l'introduction d'un logiciel de gestion d'atelier amélioré, y compris une migration vers Shopmonkey et un système de point de vente basé sur l'informatique en nuage pour leur réseau mécanique. Ces avancées permettent non seulement de rationaliser les inspections des véhicules et d'améliorer l'approvisionnement en pièces, mais aussi d'améliorer l'expérience client grâce à l'intégration de l'IA.



Une séance de formation en soudage bat son plein au centre de formation du Réseau Fix à Blainville, au Québec - l'un de ses trois centres à la fine pointe de la technologie - où les compétences sont perfectionnées et où la sécurité est une priorité.





Cultiver une culture d'entreprise forte

L'engagement de Réseau Fix va au-delà de la technologie et des services ; l'entreprise se consacre également à la promotion d'une culture d'entreprise positive. Sa stratégie de GSE est cruciale pour transformer le marché secondaire de l'automobile en utilisant les meilleurs outils et talents pour renforcer son réseau.

Leur engagement en matière de responsabilité sociale est illustré par leur partenariat avec l'Œuvre des Manoirs Ronald McDonald (OMRM Canada), qui a débuté en 2016. Depuis leur partenariat avec l'OMRM Canada, ils ont recueilli plus de 725 000 $ et ont atteint le statut de partenaire de mission national grâce à leurs contributions de 2023. Ce partenariat leur a permis d'avoir un impact significatif sur les familles dans le besoin, reflétant leur dévouement à rendre à la communauté.

En plus de ces initiatives, Réseau Fix célèbre plus de 80 ateliers qui ont atteint des jalons importants de 10, 20 et même 45 ans d'exploitation cette année. « Ces réalisations mettent en évidence des partenariats de longue date avec nos franchisés et soulignent notre engagement à bâtir un réseau résilient qui peut s'adapter aux changements de l'industrie », a déclaré Daryll O'Keefe, premier vice-président, Réseau Fix Canada. « Ensemble, ces efforts démontrent notre approche holistique de la réussite, équilibrant l'engagement communautaire avec une base solide pour la croissance. »

Leçons tirées et perspectives d'avenir

En réfléchissant aux défis de 2024, en particulier aux impacts persistants du COVID-19, Réseau Fix a réaffirmé ses valeurs fondamentales d'écoute de son réseau et de réponse à ses besoins. L'avenir de ses ateliers dépend de partenariats solides qui renforcent la force collective. En regardant vers l'avenir, la société s'engage à augmenter les investissements dans la technologie et l'IA, à fournir des solutions innovantes aux partenaires et à assurer un service de première classe aux clients. « Grâce à nos initiatives stratégiques, à notre engagement envers l'innovation et à une solide culture d'engagement, nous sommes prêts à redéfinir le paysage de l'industrie », a déclaré Jeff Labanovich, vice-président des ventes et des opérations, Réseau Fix Canada. « Nous ne sommes pas seulement un choix ; nous sommes l'entreprise de l'avenir, qui ouvre la voie à un marché secondaire de l'automobile prospère et durable. »

En conclusion, Réseau Fix ne se contente pas de s'adapter à l'évolution du marché secondaire de l'automobile ; il ouvre la voie à une transformation qui établit la norme pour l'avenir. Grâce à des expansions stratégiques, à des programmes de formation novateurs et à un engagement indéfectible envers la communauté, l'entreprise renforce sa position en tant que chef de file de l'industrie. En adoptant les avancées technologiques et en favorisant des partenariats solides, Réseau Fix est bien équipé pour relever les défis à venir et saisir de nouvelles opportunités. Son approche holistique - qui concilie l'excellence opérationnelle et la responsabilité sociale - lui permet non seulement de répondre aux besoins des clients d'aujourd'hui, mais aussi de façonner un avenir durable pour l'ensemble de l'industrie automobile. En continuant à innover et à se développer, Réseau Fix illustre ce que signifie être l'entreprise du futur, en montrant la voie à suivre.

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

RECRUTEMENT INTERNATIONAL : PAS DE PANIQUE !

Les annonces gouvernementales ne signifient pas la fin du recrutement de travailleurs étrangers dans le secteur automobile. Voici comment manœuvrer pour les jours et mois à venir.

TEXTE **SOPHIE GINOUX**

Québec et Ottawa ont commencé à annoncer au mois d'août des restrictions à l'embauche de travailleurs étrangers temporaires à bas salaire (en deçà de 27,47 $ de l'heure, ou 57 000 $ par an) : gel pour six mois des recrutements à Montréal, refus de traitement des demandes d'EIMT dans les zones métropolitaines où le taux de chômage est de 6 % ou plus, nouveau plafond de 10 % de travailleurs étrangers temporaires au sein d'une entreprise, durée maximale d'emploi réduite de deux à un an.

Évidemment, ces annonces ont bousculé le milieu automobile, où le recrutement international est souvent vital pour combler un manque de main-d'œuvre récurrent. Dans les faits, ces dernières annonces ne signifient pas du tout la fin du recrutement de travailleurs étrangers dans le secteur automobile.

Au niveau provincial, le gouvernement a mis à l'arrêt pour huit mois deux programmes d'immigration permanente, dont le Programme régulier des travailleurs qualifiés (PRTQ). Les travailleurs étrangers temporaires qui veulent s'établir au Québec de façon permanente sont donc concernés par ce moratoire, mais pas ceux qui y disposent d'un statut temporaire, ni ceux qui sont attendus ou seront recrutés dans les prochains mois.

D'autre part, au niveau fédéral, il a été décidé qu'à compter du 8 novembre 2024, une augmentation de 20% du salaire minimum provincial sera imposée aux employeurs pour tout nouveau travailleur étranger. Ce dernier passera donc au Québec de 27,47 $ de l'heure à 33 $ de l'heure. À travers cette action, le gouvernement souhaite encourager les employeurs à recruter leurs employés dans le bassin de main-d'œuvre canadienne. Mais cette décision ne touchera en vérité qu'une fraction des travailleurs du milieu automobile.

Des solutions à court et à moyen terme

Les employeurs du secteur automobile peuvent compter sur des professionnels comme l'agence de recrutement international Canari, partenaire d'Auto-jobs, pour y voir clair dans toutes ces annonces et trouver des solutions efficaces pour embaucher des travailleurs étrangers.



Sophie Corriveau d'Auto-jobs, et Karim Mouldi, PDG de Canari.

« Si vous envisagez d'engager un travailleur étranger cette année et voulez bénéficier du salaire minimum en vigueur, nous vous recommandons fortement de nous faire signe, mentionne Karim Mouldi, le président de Canari. Nous avons élaboré une stratégie afin de contrer cette situation et vous aider pour la prochaine année. »

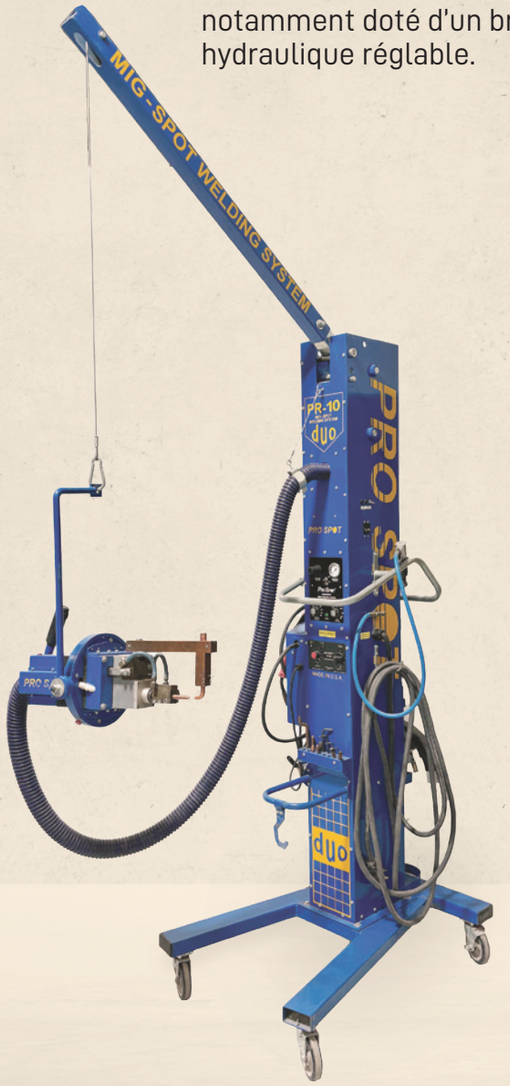
Par la suite, l'équipe de Canari et, bien sûr, celle d'Auto-jobs seront également actives pour les acteurs du milieu automobile, avec les meilleures ressources internationales à portée de main et les meilleurs moyens pour les recruter.

Comme l'indique d'ailleurs Sophie Corriveau, conseillère en recrutement automobile pour Auto-jobs, « Nous sommes disponibles afin de répondre à vos interrogations relatives aux changements importants en recrutement international. En tant qu'employeurs, vous n'aurez à gérer aucun aspect de ces changements, car tout est pris en charge par Canari et Auto-jobs. »

Pas de panique, donc ! Les leaders québécois en recrutement dans le secteur automobile sont prêts à poursuivre leur mission auprès de leurs clients sans faillir.

PRO SPOT ATTEINT DE NOUVEAUX SOMMETS... UNE FOIS DE PLUS.

1994 Depuis 1994, Pro Spot est à l'avant-garde de la technologie des bras ajustables, avec le lancement du PR-10, notamment doté d'un bras hydraulique réglable.



2024 Voici l'Ergo Lift Assist, le bras ajustable le plus grand et le plus polyvalent sur le marché, conçu spécifiquement pour les véhicules à toit surélevé.



PRO SPOT
QUALITY WELDING SYSTEMS

Pro Spot International, Inc.
5932 Sea Otter Place,
Carlsbad, CA 92010

www.prospot.com
info@prospot.com
+1 760-407-1414

Balayez pour en savoir plus!

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



UNE STRATÉGIE QUI PROGRESSE

Voilà déjà 100 jours depuis mon arrivée à la tête de la CCPQ. Mon évaluation de la situation et du défi d'assurer la pérennité de la CCPQ se précise de plus en plus.

TEXTE **JONATHAN PILON**

Il était important pour moi de bien comprendre l'importance des dossiers à entreprendre afin de m'assurer de répondre aux besoins de nos membres. De plus, notre mission est également d'ajouter de la valeur au membership pour les entrepreneurs carrossiers du Québec.

Il est beaucoup plus facile pour moi aujourd'hui d'identifier les attentes et les approches que la CCPQ doit utiliser. Nous avons parcouru des milliers de kilomètres dans notre belle province cet été pour aller à la rencontre des entrepreneurs, fournisseurs et d'une foule d'autres acteurs importants de l'industrie.

C'est une priorité pour moi et je vais continuer d'aller rencontrer les gens, de serrer des mains et de prendre un moment pour échanger et visiter des ateliers. Rappelons-nous que l'entrepreneur carrossier est au cœur de notre association et que la survie de la CCPQ passe par l'augmentation de son membership.

À ce sujet, je peux déjà confirmer que la réponse est excellente. Les acteurs du secteur (carrossiers et fournisseurs) souscrivent et notre objectif d'atteindre 200 membres d'ici la fin de l'année 2024 est atteignable.

Je reste cependant très prudent sur l'aspect financier, qui repose sur le modèle actuel de frais annuels pour devenir membre. Avec l'aide des membres du CA, je vais analyser le tout en début d'année et trouver une façon de nous solidifier financièrement. J'ai senti que les gens de l'industrie ont besoin de reprendre confiance en la CCPQ. Il serait donc prématuré et mal avisé d'y aller avec une hausse de tarification pour 2025.

Cela dit, je demeure très positif et emballé pour l'avenir de notre association. Le plan initial progresse et continue d'évoluer. Ainsi, nous avons ajouté Kassy Vaudry à l'équipe afin d'être en mesure de mieux communiquer avec nos membres et l'industrie tout en apportant un vent de fraîcheur dans l'équipe.

Nous avons également terminé la formation de notre Conseil d'administration, qui sera composé de 10 personnes et d'un président. Je voulais un groupe dynamique, varié et surtout y trouver des représentants des diverses régions du Québec. Ils pourront contribuer à l'avancement de nos dossiers et faire refléter leur réalité, parfois très différente, dans nos opérations.

Nous allons également continuer à nous assurer d'avoir de la visibilité sur le terrain, dans les réseaux sociaux et avec les différents intervenants de l'industrie et des gouvernements.

En conclusion, je suis satisfait des résultats et du travail accompli jusqu'à présent. Cela m'encourage à continuer d'être un facilitateur pour notre industrie et à faire avancer les conditions de nos entrepreneurs carrossiers du Québec. Nous allons être prêts pour 2025 et plusieurs bonnes nouvelles vous seront communiquées prochainement.



Jonathan Pilon possède 20 ans d'expérience en carrosserie et en estimation des dommages. Il occupe également le poste de président exécutif de la CCPQ.

PRENEZ EN MAIN

L'AVENIR DE VOTRE ATELIER



- **Certifications OEM**
- **Relations avec les assureurs**
- **Partenariats avec les fournisseurs**
- **Formation et équipements à la fine pointe**

CSN COLLISION™

CSNCOLLISION.COM

Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

NOUVEAU! *Auto-Jobs.ca offre le service de recrutement International en partenariat avec* CANARI



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

vive la différence^MC sur le chemin de la réussite

Vous voulez aider votre équipe à atteindre son but? Voilà un souhait que nous avons en commun. Non seulement nos véhicules d'aventure sécuritaires vous traceront le chemin vers la réussite, mais en plus, notre service d'experts et la valeur de revente élevée dont vous bénéficierez transformeront votre parc automobile. Notre but est le même, alors allons-y ensemble.

CROSSTREK IMPREZA ASCENT

AWD Traction intégrale symétrique

La traction intégrale symétrique à prise constante procure un sentiment de confiance inébranlable et offre une agilité supérieure, un contrôle accru et une maniabilité des plus fiables.

EyeSight^MD Technologie d'aide à la conduite

Un système d'alerte-sécurité évolué et novateur qui vous aide à éviter les dangers potentiels sur votre chemin. Subaru garde l'œil ouvert pour votre sécurité[1].

SUBARU STARLINK^MD

Une technologie qui connecte votre Subaru à votre monde. Un système sécuritaire et pratique, en ligne 7 jours sur 7, 24 heures sur 24, peu importe où vous vous trouvez[2].

1. EYESIGHT^MD est un système d'assistance au conducteur qui peut ne pas fonctionner dans certaines conditions. Il incombe en tout temps au conducteur d'adopter une conduite sécuritaire et prudente. L'efficacité du système dépend de nombreux facteurs, tels que l'entretien du véhicule ainsi que les conditions météorologiques et routières. Consultez le Manuel du propriétaire pour les détails de fonctionnement et les limites. 2. Les services connectés SUBARU STARLINK^MD sont offerts avec un abonnement gratuit de trois ans sur certaines versions des véhicules. Les clients doivent s'inscrire au programme de services connectés SUBARU STARLINK^MD. Pour fonctionner comme prévu, les services connectés SUBARU STARLINK^MD nécessitent un signal et une connexion de réseau cellulaire suffisamment puissants. Visitez votre concessionnaire Subaru participant pour tous les détails.

SUBARU

Visitez **subarufleet.ca**