AUTOSPHEREMAG

PM40014105

Au cœur de l'actualité automobile depuis plus de 30 ans

MARS 2026 / VOL 7 / NO 1 / 6,95 $



MÉCANIQUE

GSP North America

CONÇU POUR LE NORD



PNEUS

Les Équipements Qué-Mont

45 ANS DE CROISSANCE STRUCTURÉE

CARROSSERIE



Simplicity Soins d'auto North York Central

BÂTIR POUR L'AVENIR



CONCESSIONNAIRES

Sommet de la CCAM

LES DÉFIS DES CONCESSIONNAIRES

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/fr/abonnement/

Fiabilité

qu'on oublie, **jusqu'au moment clé**





ROAD RIDER IV

Pneu spécialisé pour remorque

Conçu pour les charges lourdes et les longs trajets, le Road Rider IV combine une construction radiale avancée à un composé de bande de roulement spécialement formulé pour dissiper la chaleur, accroître la robustesse et offrir une durabilité à long terme. Les pneus spécialisés pour remorques représentent une façon simple d'élargir votre gamme de produits et de répondre aux besoins croissants des clients possédant des bateaux, des remorques utilitaires et des véhicules récréatifs.

DISTRIBUÉ PAR :

DTI
DYNAMIC TIRE

SOMMAIRE

AUTOSPHEREMAG

Mars 2026

CONCESSIONNAIRES

6 À la une | Sommet de la CCAM
Un tour d'horizon des défis

9 Intelligence artificielle par André-Martin Hobbs
L'IA au service des ventes et du CRM

Dossier : Ventes et marketing

10 **Des outils connectés pour une concession cohérente**

12 **Rehausser l'expérience**

14 AutoJournal visite... | Subaru Des Sources
Qualité, loyauté et flexibilité

16 Gestion de la relation client par Yanick Jomphe
Les outils d'IA et l'analyse des comportements

18 Gestion par Jean-Philippe Choquette
La taxation foncière des immeubles commerciaux

19 Écho de l'association | CCAQ par Ian P. Sam Yue Chi
Les facteurs imprévisibles qui affectent les prix

PNEUS

20 À la une | Les Équipements Qué-Mont
45 ans de croissance structurée

Dossier : Service à la clientèle

24 **Trouver l'équilibre pour les garanties de pneus**

26 Atelier en vedette | Pneus Carignan
L'aventure à grand déploiement

30 Focus pneus | Tendances 2026
Des pneus pensés pour l'avenir

33 Écho de l'association | ASPMQ
Rendez votre équipe meilleure

MÉCANIQUE

34 À la une | GSP North America
Conçu pour le Nord

Dossier : Sous le capot

38 **Un oeil sur les courroies et durites**

40 **Choisir les bons lubrifiants**

42 **Le meilleur des deux mondes ?**

45 Entretien par Denis Pageau
L'inspection préventive et la connectivité

46 Le coin des fournisseurs de services par Mike Urban
Plus que de l'argent en jeu

47 Le Spécialiste par Mark Potvin
Identifier la vraie source du problème

48 Prof Oborne par Steve Oborne
Le coin rond professionnel est une impasse

49 Écho de l'association | AIA Québec
Une année sous le thème de la collaboration

CARROSSERIE

50 À la une | Simplicity Soins d'auto North York Central
Bâtir pour l'avenir

Dossier : Diagnostic et ADAS

54 **Rentabiliser les calibrations ADAS**

56 **L'avantage d'ADAS**

58 Profils | Femmes au volant
Deux franchisées qui font avancer le Réseau Fix

60 Atelier en vedette | Expert Carrossier Rive-Sud
Diversifier son expertise pour assurer sa prospérité

62 Spotlight Carosserie par Kassy Vaudry
Un parcours humain, résilient et inspirant

64 Peinture par Normand Cormier
L'ultime personnalisation de la couleur

65 Événement | Innoviste
Des recommandations pour avancer

66 Écho de l'association | CCPQ par Jonathan Pilon
S'unir pour élever notre industrie

ENTRE DEUX MONDES



Nous entendons beaucoup parler des outils liés à l'intelligence artificielle en ce moment. Ils offrent des solutions concrètes et applicables dans les opérations de plusieurs entreprises du secteur automobile. Cela étant dit, notre secteur repose avant tout sur des relations humaines.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

En complétant le montage de cette édition, je relisais le texte du spécialiste en IA d'André-Martin Hobbs, dont vous pouvez lire la chronique en page 9 de la présente édition. Il y explique que, dans les concessions automobiles, les outils de communication fondés sur l'intelligence artificielle ne remplacent pas les vendeurs, mais automatisent les tâches répétitives tout en qualifiant les clients potentiels.

Ce qu'affirme M. Hobbs, c'est que l'IA rend l'humain plus performant, en l'alimentant d'informations pertinentes tout en lui retirant des mains des tâches ennuyeuses qu'il pourrait être tenté de mettre de côté. Tout le monde parle de l'IA, mais la voici présentée sous un jour positif dans des applications concrètes. Assurez-vous de suivre cette nouvelle chronique au fil de nos éditions.

Le plaisir d'être humains

Autant cette chronique illustre comment nos entreprises peuvent tirer parti de ces nouvelles technologies, autant je dois avouer mon profond plaisir à avoir passé quelques moments aux côtés de l'entrepreneur et chic type Louis Carignan. Dans un reportage que vous pourrez lire en page 28, vous constaterez comment notre industrie reste encore et toujours liée à des relations humaines directes.

Une histoire de trois générations de garagistes dont le succès repose sur la confiance envers les membres de l'équipe. Un succès qui repose aussi sur la relation directe avec le client. À telle enseigne qu'on sent ce désir de complicité dans la conception de l'atelier de Varennes, en cours de transformation, où les clients auront un accès direct aux aviseurs et où les techniciens partageront l'atelier avec leurs directeurs.

On ne peut arrêter le progrès, comme le dit l'adage. On a le droit de se montrer méfiants envers les nouvelles technologies, surtout face à celles qui remettent notre propre pertinence en question. N'en demeure pas moins que je vois se tracer un équilibre, quelque part entre deux mondes, là où nous pourrons nous débarrasser de tâches sans grand intérêt pour nous libérer et consacrer plus de temps à développer nos entreprises. Et dans notre industrie, ça veut dire prendre plus de temps pour structurer nos équipes et fidéliser la clientèle. Une opération fondée sur une discussion et une poignée de main à la fois.

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

DIRECTION **Président** René Lewandowski

RÉDACTION
Rédacteur en chef Michel Beaunoyer
Collaborateurs Shirley Brown, Emily Chung, Huw Evans, Sophie Ginoux, Isabelle Havasy, Jack Kazmierski et Guy O'Bomsawin
Chroniqueurs Jean-Philippe Choquette, Normand Cormier, Mathieu Côté, André-Martin Hobbs, Yanick Jomphe, Steve Oborne, Denis Pageau, Jonathan Pilon, Mark Potvin, Ian P. Sam Yue Chi, Mike Urban et Kassy Vaudry

PUBLICITÉ
Directrice nationale des ventes Stéphanie Massé
Directeurs de comptes nationaux Lisa Marchese et Audrey Mc Craw
Coordonnatrice des ventes Gloria Lam

OPÉRATIONS
Responsable de la production Magazines Jessica Chaput-Turcotte
Designers graphiques Erik Borrelli et Anne-Marie Arel

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 Autosphere 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



POUR LES ENFANTS
SHAD'S R&R
POUR LA DISTROPHIE MUSCULAIRE
En route vers 10 millions

Depuis plus de 50 ans

Nous faisons une différence

Notez-le à votre agenda ! Le **51e Tournoi de golf annuel Shad's R&R** aura lieu le **jeudi 11 juin**, et tous les profits seront versés à Dystrophie musculaire Canada.

PREMIER DÉPART : 10 h PILE !

Pour commanditer l'évènement ou faire un don à SHAD'S R & R pour les enfants, veuillez communiquer directement avec l'un des membres de notre conseil.

Conseil d'administration de Shad's

Président	Charlie Grant	Grantcgrant@gbsales.com
• Kristine Brown		KBrown@wakefieldcanada.ca
• Brad Shaddick		brad.shaddick@outlook.com
• Andrew Connor		aconnor@dormanproducts.com
• Patricia Lazzarotto		Plazzarotto@owi.com
• Lisa Marchese		lisa.marchese@autosphere.ca
• Tiffany McCarthy		Tiffany@gbsales.com
• Mark Potts		mpotts@driv.com
• Malcolm Sissmore		malcolm@sissmore.com
• Scott Stone		Scott@promaxauto.com
• Jeff Van de Sande		jvandesande@uapinc.com
• Sean Williams		swilliams@uniselect.com
• Cameron Young		cameron.young@ca.bosch.com
• Jason Yurchak		jasony@worldpac.com

Woodington Lake Golf Club
Tottenham, Ontario
(à 40 minutes de l'aéroport Pearson)

VISITEZ ***WWW.SHADSRR.CA*** POUR PLUS DE DÉTAILS

Cet espace publicitaire a été fourni gratuitement par les partenaires médiatiques.

CONCESSIONNAIRES





Sommet de la CCAM

Un tour d'horizon des défis des concessionnaires

Le 14 janvier, dans un grand hôtel de Montréal, s'est déroulée la seconde édition du Sommet de la Corporation des concessionnaires d'automobiles de Montréal (CCAM) en présence d'environ 200 participants.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Commandité par Sym-Tech Services aux concessionnaires, l'événement visait à être une rencontre concrète pour les concessionnaires et autres professionnels de l'industrie. Comme l'a bien résumé Denis Dessureault, vice-président de la CCAM, dans son mot d'ouverture : « Nous vivons actuellement des transformations rapides et complexes dans notre secteur d'activités. Nous sommes confrontés à des enjeux réglementaires, technologiques, humains et économiques. Nous devons nous adapter. Notre Sommet est une plateforme de partage de nos expériences ainsi que de notre intelligence collective. »

Charles Bernard, économiste principal à la CADA, a d'abord fait un retour sur l'année écoulée, marquée par des fluctuations de ventes liées à la réduction des incitatifs à l'acquisition de véhicules électriques et aux craintes engendrées par les tarifs imposés par nos voisins du Sud. Ces turbulences risquent de se prolonger jusqu'en 2026, alors que les consommateurs restent inquiets face à l'économie, notamment en raison de l'augmentation du coût de la vie.

M. Bernard a néanmoins signalé une éclaircie, notant que notre économie a été beaucoup moins affectée par les caprices de l'administration américaine qu'on ne l'avait anticipé.

À son tour au lutrin, le président de la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec (CCAQ), Ian Sam Yue Chi, a abordé l'application de la Loi 30, qui entrera en vigueur en juillet prochain et modifiera les règles en matière de vente d'assurance de remplacement et de crédit. >

Financement, économie, véhicules chinois et intelligence artificielle, rien n'a été oublié au menu de ce Sommet de la CCAM.

« La CCAQ travaille avec les fournisseurs de services, et j'ai confiance que nos partenaires en F&I (financement et assurance) ont des solutions », a signalé le président, sans vouloir s'avancer davantage.

Ian Sam Yue Chi a conclu sa présentation en faisant le point sur le programme de certification des concessionnaires, dont 328 ont obtenu cette reconnaissance. « J'invite tous les concessionnaires à poursuivre dans cette direction ; cela rend nos équipes fières de ce qu'elles font. » Une campagne visant à faire connaître cette certification au grand public devrait se mettre en place au printemps.

Un moment plus léger a vu l'arrivée, aux côtés de l'animatrice Isabelle Maréchal, de l'ancien capitaine du Canadien de Montréal, Guy Carbonneau. Ce dernier a partagé son expérience sur la gestion et la motivation d'une équipe. « Chaque joueur a son importance, et si tous ne s'engagent pas avec toi, tu n'auras pas de succès », a-t-il illustré.

Un sujet brûlant d'actualité a été abordé par Niel Hiscox, président de Clarify Group : l'arrivée potentielle des véhicules électriques chinois sur le marché canadien. M. Hiscox a expliqué que le gouvernement chinois tire profit non pas de la vente, mais de la production de ces véhicules. Cela explique son désir d'élargir au maximum son marché d'exportation, le marché local, bien que colossal, étant désormais saturé.

« Il y a des voitures chinoises partout dans le monde, sauf au Canada et aux États-Unis à cause des barrières tarifaires, et cela ne peut pas durer », a déclaré l'expert avec prémonition, la dissolution de ces tarifs étant annoncée pour le Canada la semaine suivante. La scène a ensuite été occupée par un panel de concessionnaires québécois qui se sont rendus dans la région de Shanghai en avril dernier pour prendre le pouls de ce secteur qui suscite tant d'intérêt.

Charles et Alexandre Saillant, du groupe éponyme, étaient accompagnés de Marc Bourassa de Cadillac Laval pour tirer une première conclusion : « Nous nous attendions à des voitures de piètre qualité, produites rapidement et en grands volumes, et nous avons été sidérés de découvrir des voitures bien construites, à la finition impeccable et de haute technologie. »

Bref, la question de la pertinence de ces véhicules sur un marché qui serait demandeur de véhicules électriques de qualité, mais à des prix plus accessibles, ne se pose plus. Les concessionnaires sur scène se questionnaient davantage sur la manière dont ces véhicules seraient commercialisés ici.

L'intelligence artificielle était également au programme du Sommet, puisque Aurélien Debec, président de la firme aConnect, a parlé de son application dans l'automatisation des échanges vocaux avec les clients actuels ou potentiels. Il a évoqué les initiatives de son entreprise dans la création d'agents IA capables d'échanger avec un humain de manière plus naturelle.

Pour M. Debec, les échanges vocaux automatisés libèrent les humains, qui représentent la valeur ajoutée, une fois que l'intelligence artificielle s'est occupée de la routine.

Yamina Tsalamial, de Léger Marketing, a partagé les résultats d'un vaste sondage auquel ont répondu 2 000 immigrants établis au Québec depuis moins de dix ans.

Dans 83 % des cas, ils arrivent avec un diplôme universitaire en main, ce qui ne garantit pas qu'ils décrocheront un poste dans ce domaine. En fait, lors du sondage, un tiers d'entre eux gagnaient moins de 60 000 $ annuellement, mais près des deux tiers travaillent dans leur domaine, sans nécessairement occuper le poste convoité.

Intéressant pour les concessionnaires, 42 % des nouveaux arrivants louent ou achètent une voiture dans les deux années suivant leur arrivée. « Toutefois, ils doivent être sensibles au fait que pour un nouvel arrivant, la voiture n'est pas un moyen d'afficher un statut social. Pour lui, c'est une nécessité, un moyen de se déplacer pour trouver un emploi », explique Mme Tsalamial.

Cette présentation marquait la fin des conférences. Les participants ont prolongé leur séjour en échangeant lors du cocktail de clôture.



Sylvie Dagenais, récipiendaire du Prix de la reconnaissance de la CCAM

Dans le cadre de son Sommet, la CCAM a remis le tout premier Prix Reconnaissance CCAM à Sylvie Dagenais. Cette distinction souligne un parcours exceptionnel, marqué par l'engagement, la vision et une contribution profondément humaine à l'industrie automobile du Grand Montréal. Instigatrice de la Fondation de la CCAM en 1987, présidente du conseil d'administration en 1993-1994 et première femme à présider la CCAM et le Salon de l'Auto de Montréal, Mme Dagenais incarne une forme de leadership ancrée dans l'action, la discrétion et la transmission.

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER

L'intelligence artificielle au service des ventes et du CRM

Depuis quelques années, les concessionnaires automobiles font face à une réalité bien connue : plus de leads, plus de sources différentes (sites web, marketplaces, réseaux sociaux, recherche IA, chatbots, etc.) et plus d'attentes de la part des clients… mais pas plus de temps ni de personnel.

TEXTE **ANDRÉ-MARTIN HOBBS**

Les consommateurs sont désormais habitués à des réponses rapides et complètes, à des interactions simples et à des suivis cohérents, qu'ils écrivent par texto, par clavardage, par courriel ou qu'ils appellent. C'est dans ce contexte que l'intelligence artificielle commence à jouer un rôle concret, et de plus en plus stratégique, dans les ventes et les CRM.

Un assistant virtuel

Contrairement à certaines idées reçues, l'IA ne remplace pas les vendeurs. Elle agit plutôt comme un assistant invisible qui prend en charge des tâches répétitives, souvent mal exécutées faute de temps… ou parfois par négligence. La gestion des appels manqués et des leads entrants en est un bon exemple.

On sait qu'une partie des messages téléphoniques n'est jamais rappelée et que de nombreux leads web restent sans réponse rapide, souvent au-delà du délai critique des deux minutes. L'IA permet aujourd'hui de répondre automatiquement par texto et par courriel, de qualifier l'intention du client, de proposer un rendez-vous et même de le confirmer, le tout en quelques secondes. Résultat : plus de contacts établis, plus de rendez-vous fixés et moins de leads perdus.

Dans un CRM moderne, l'IA ne sert pas seulement à répondre plus vite. Elle aide aussi à mieux comprendre les clients. En analysant l'historique des interactions, les visites en ligne, les véhicules consultés, le type de crédit (1re, 2e ou 3e chance), les cycles de remplacement et même les données de service, l'IA permet d'identifier quels clients sont réellement en position d'achat. On passe ainsi d'une relance massive à une approche plus ciblée, où les vendeurs se concentrent sur les bons prospects, au bon moment et sur le bon véhicule. Cela améliore non seulement les taux de conversion, mais aussi l'expérience client, qui devient plus pertinente et moins intrusive.

PHOTO **ANDRÉ-MARTIN HOBBS**



Pour les ventes, une application de l'IA est d'alléger le travail routinier.

Libérer les conseillers

Un autre apport important de l'IA concerne l'aide directe aux vendeurs. Des copilotes intégrés aux CRM peuvent suggérer des réponses, résumer des appels, structurer automatiquement les notes et rappeler les suivis à effectuer. Le vendeur passe alors moins de temps à écrire ou à chercher de l'information, et plus de temps à vendre et à bâtir une relation. Dans plusieurs concessions, on observe déjà une réduction notable des tâches administratives et une hausse mesurable de la productivité par conseiller.

Enfin, les CRM permettent depuis longtemps de suivre des indicateurs clés (KPIs) comme le taux de conversion, le délai de réponse ou le nombre de rendez-vous en temps réel. Là où l'IA apporte une réelle valeur ajoutée, c'est dans sa capacité à analyser ces données en continu, à détecter automatiquement les écarts de performance et à en expliquer les causes probables. Le gestionnaire n'a plus seulement accès aux chiffres ; il est alerté lorsqu'un problème apparaît et peut intervenir plus rapidement, avec une meilleure compréhension de la situation.

En résumé, l'IA appliquée aux ventes et au CRM n'a rien de futuriste ou de théorique. Elle s'attaque à des enjeux très concrets que les concessionnaires vivent au quotidien. Et si vos concurrents l'utilisent déjà alors que vous ne le faites pas, vous prenez un retard réel.

Prochaine étape ? Désignez, à l'interne, une personne capable de comprendre comment l'IA peut réellement soutenir chaque département. Prenez ensuite le temps d'échanger avec vos fournisseurs, posez des questions, testez et ajustez. Avec un peu de méthode et d'ouverture, vous trouverez les solutions qui fonctionneront pour votre réalité.



Depuis plus de 20 ans, André-Martin transforme la technologie automobile : cofondateur d'entreprises reconnues, copropriétaire de concessions et administrateur à la CCAM, il investit avec Anges Québec et dirige depuis neuf ans une startup IA, alliant terrain et innovation..

Des outils connectés pour une concession plus cohérente

Face à la multiplication des outils numériques, les concessions cherchent moins à en ajouter qu'à les faire dialoguer plus aisément entre eux. L'heure est à l'orchestration de l'ensemble de ces outils.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**



Plusieurs outils numériques permettent de construire et enrichir la relation avec le client.

Keyloop, PBS Systems et FNI Prestige, trois acteurs actifs à divers niveaux de l'écosystème automobile, arrivent au même constat. Pour améliorer la performance commerciale et l'expérience client, la technologie doit d'abord mieux structurer les données, simplifier les processus et soutenir concrètement le travail des équipes sur le terrain.

Du point de vue de Keyloop, le diagnostic est clair. Les concessionnaires ne manquent pas d'informations. Ce qui leur fait défaut, c'est une vue d'ensemble et une réelle synergie. La plateforme développée par l'entreprise « vise précisément à mettre fin à cette fragmentation en connectant la totalité des données. Elle permet de rationaliser les processus, d'améliorer la fluidité des opérations et d'offrir une vision unique et fiable du parcours de chaque client, ainsi que des occasions d'affaires qui en découlent », explique Sebastiaan Roovers, vice-président des ventes pour les Amériques.

Aujourd'hui, nombreux sont les acheteurs qui amorcent leur démarche sur le Web, avant de poursuivre en concession. Quand ces interactions évoluent dans des systèmes distincts, le canal de communication n'est pas optimal et les renseignements risquent de se perdre. « Rien n'est plus frustrant pour un consommateur que de devoir recommencer à zéro lorsqu'il arrive en concession après avoir déjà fourni toutes ses informations en ligne », note M. Roovers.

Avec sa plateforme innovante, Keyloop entend non pas seulement remplacer les logiciels existants, mais bien servir de « colle pour connecter tous les points de contact », en apportant à la table son expertise mondiale et son long historique d'opérations au Canada. À la suite d'un premier déploiement réussi, une centaine de concessions à travers le Canada, incluant le Québec, s'apprêtent à intégrer cette technologie à leur système. « Notre objectif est simple : transformer les données en actions pour permettre aux équipes de se concentrer sur la relation client », résume le vice-président. L'offre devrait s'étendre à l'ensemble du réseau dès le premier trimestre de 2026. Le problème ne se limite toutefois pas qu'à la connexion entre les outils. Encore faut-il que la base soit solide.

Retour aux sources

Chez PBS Systems Group, un fournisseur technologique de premier plan dans l'industrie automobile, la réflexion commence à la racine. Pour Kevin Preston, vice-président des ventes en système de gestion en concession, une structure stable et cohérente est essentielle à la réussite de toute stratégie numérique durable. Il maintient que l'industrie a longtemps traité séparément le client des ventes et celui du service, alors qu'il s'agit d'une seule et même personne qui interagit avec l'entreprise à différents moments de son cycle de vie. Ainsi, au lieu de créer une vision continue du consommateur, l'étalement de ses informations sur plusieurs plateformes indépendantes brouille son parcours.

Au fil des décennies, PBS Systems s'est distinguée en adoptant une approche à long terme, axée sur l'architecture, en procédant à des reconstructions complètes de son système de gestion plutôt qu'à des corrections fractionnées. L'objectif étant, à chaque nouvelle itération, de mettre en place une solide base actualisée de données « propres », capable de soutenir l'ensemble des opérations, de la comptabilité aux ventes, en passant par le service, les pièces et la relation client.

Interrogé sur l'intelligence artificielle, M. Preston admet qu'il faut l'aborder avec prudence. « Mot à la mode », l'IA peut accroître la performance, convient-il, mais uniquement quand elle s'abreuve à une source fiable. Il ajoute qu'on lui attribue plusieurs aboutissants qui découlent plutôt d'une programmation intelligente fondée sur une connaissance approfondie des processus d'affaires, une expertise que PBS peaufine depuis les années 1990.

« On peut automatiser énormément de choses sans avoir recours à l'IA », plaide le vice-président, qui réitère qu'en fin de

compte, « l'important, c'est que le système produise les bons résultats, au bon moment ». Il affirme qu'après l'implantation de la solution PBS, les bénéfices opérationnels se font sentir en quelques semaines, à condition que l'accompagnement suive.

Repenser la rencontre en F&I

C'est précisément à l'interface entre technologie et humain que s'inscrit FNI Prestige. Depuis huit ans, sa fondatrice Marie-Ève Desautels, observe la même réalité en concession. Le nombre de protections en finance et assurance (F&I) augmente, les fournisseurs se multiplient et le temps accordé à leur présentation diminue. Ce constat a mené à la création de l'application E-NOV.

Avec cette application, Mme Desautels présente une nouvelle façon de procéder, en donnant aux directeurs financiers l'occasion de « présenter 100 % des produits, à 100 % des clients, peu importe où ils sont rendus dans leur processus d'acquisition ». D'abord déployée sur tablette en concession, E-NOV est maintenant accessible à distance sur une variété de supports.

L'acheteur peut ainsi consulter, à sa convenance l'ensemble de l'offre. L'exposé, centré sur le véhicule convoité et ponctué de vidéos explicatives, propose une expérience beaucoup plus agréable que de « feuilleter une pile de brochures ». L'approche, des plus conviviales, permet d'obtenir une meilleure lecture des intérêts du client, tandis que la solution, personnalisée selon les spécificités de chaque concessionnaire, facilite la discussion financière. Si leur moyen pour y parvenir diffère, les trois entreprises partagent un objectif commun : exploiter la technologie pour soutenir le travail des équipes, en offrant des propositions simples qui s'intègrent naturellement aux processus opérationnels existants. Sans chambouler l'ordre des choses ou ajouter des étapes supplémentaires, mais plutôt en allégeant les tâches et en misant sur une centralisation des outils déjà en place.

Keyloop agit comme un chef d'orchestre qui assure une synergie entre les divers systèmes établis. PBS Systems fournit la fondation sur laquelle repose l'intégralité des opérations, tandis que FNI Prestige transforme un moment clé du parcours transactionnel grâce à une présentation interactive innovante. La différenciation entre concessionnaires passera par leur capacité à maîtriser l'ensemble des technologies et ainsi offrir une expérience client fluide et cohérente.



Rehausser l'expérience

Les salons automobiles d'aujourd'hui vont bien au-delà de la simple présentation de véhicules.

TEXTE **HUW EVANS, ISABELLE HAVASY ET MICHEL BEAUNOYER**



Les salons automobiles d'aujourd'hui visent à offrir une expérience immersive et interactive.

PHOTO **HUW EVANS**

Les automobiles sont des produits uniques. Non seulement représentent-elles un investissement majeur pour la plupart des consommateurs, mais leur achat est souvent motivé par l'émotion. Et ce qu'un acheteur potentiel voit en ligne pourrait ne pas s'avérer le véhicule le plus approprié pour lui une fois qu'il a eu la chance de le découvrir en personne. Pour les concessionnaires, cela représente une occasion non seulement de fournir une solution de transport adaptée aux besoins spécifiques d'un client, mais aussi d'établir des relations à long terme. Or, il existe un autre facteur qui peut contribuer à faire passer cette expérience au niveau supérieur : les salons automobiles.

Évolution

Au Canada, les salons automobiles comptent parmi les plus grands événements ouverts au public tenus chaque année et ces événements ont su évoluer de concert avec la technologie des véhicules et les attentes des clients.

Selon Jason Campbell, directeur général du Salon international de l'auto du Canada (CIAS), qui se tient chaque février au Centre des congrès de Toronto, les salons automobiles sont « une façon extrêmement efficace d'explorer un vaste éventail de marques de véhicules, le tout sous un même toit et dans un environnement confortable », où l'accent est mis sur l'expérience du produit plutôt que sur la vente. Il admet que même des membres de son équipe y ont eu recours pour magasiner leur prochain véhicule.

Selon Ian P. Sam Yue Chi, président de la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec (CCAQ) les salons automobiles d'aujourd'hui sont plus pertinents que jamais comme outil de vente au détail et de marketing pour les constructeurs et les concessionnaires, comme en témoignent les niveaux d'achalandage constamment élevés depuis la pandémie de COVID-19.

En force

« À Montréal comme à Québec, il y a eu un fort achalandage au cours des dernières années. Les consommateurs québécois ont un réel besoin de pouvoir voir et toucher une variété de modèles sous un même toit. »

Partout au pays, la résurgence des salons automobiles s'est reflétée non seulement dans les chiffres d'achalandage robustes, mais aussi dans le fait que certains constructeurs, après avoir décidé de ne pas présenter leurs produits à ces salons pendant plusieurs années, ont choisi de revenir, et en force.

« Le soutien que nous avons reçu des constructeurs et de nos partenaires exposants a été exceptionnel », affirme Jason Campbell.

Au CIAS l'an dernier, malgré une violente tempête de neige qui a coïncidé avec l'ouverture du Salon, 323 521 personnes ont assisté à l'événement. Pour 2026, M. Campbell affirme que les projections indiquent qu'environ 350 000 visiteurs devraient y assister. Fait encore plus éloquent, environ 40 % de ces visiteurs, soit près de 140 000 acheteurs potentiels directement influencés par leur visite au salon, prévoient acquérir un véhicule dans les 12 prochains mois, ce qui représente près de 6 milliards de dollars en affaires pour les détaillants automobiles de l'Ontario.

Sur la côte Ouest, le Salon international de l'auto de Vancouver (VIAS) a également été témoin de statistiques encourageantes. « La résurgence [depuis la pandémie de COVID] a été frappante, explique Eric Nicholl, directeur exécutif du VIAS. Quand nous sommes revenus en tant qu'événement ouvert aux visiteurs et que nous avons établi des records d'achalandage, cela a confirmé à quel point les gens s'ennuyaient de partager des expériences en personne. Depuis, l'élan s'est maintenu, incluant une augmentation de 26 % des ventes de billets du Vendredi fou pour 2026. »

M. Nicholl affirme que ces tendances reflètent le fait que les consommateurs veulent des expériences « qu'ils ne peuvent

pas reproduire en ligne, et que le salon automobile offre cela d'une manière qui semble à la fois informative et excitante ».

Expérience immersive

Si les salons automobiles demeurent un incontournable pour les consommateurs, c'est notamment parce qu'ils sont passés de simples présentations statiques à une expérience automobile immersive et interactive.

Pour Charles Drouin, directeur général du Salon international de l'auto de Québec, cette évolution a été essentielle. Depuis qu'il s'est joint à Corporation Mobilis en 2013, un regroupement de 140 concessionnaires qui organise le salon, il a constaté que l'événement devait évoluer pour survivre et prospérer à long terme. Il a su le transformer en un rendez-vous immersif et familial coïncidant avec la semaine de relâche de mars. Un service de garde sur place est même offert pour que les parents puissent visiter à leur guise.

Pour 2026, l'événement de Québec connaît des changements importants, notamment le fait que les deux expositions auparavant distinctes de véhicules conventionnels et électriques seront combinées en un seul événement. Les concessionnaires régionaux sont bien représentés, aux côtés des constructeurs et de leurs agences respectives.

Tant à Montréal qu'à Toronto et Vancouver, les véhicules électriques ont attiré une attention considérable au cours des dernières années, et les essais routiers de VÉ sur place offrent aux consommateurs une façon unique de découvrir ces modèles par eux-mêmes, tout en profitant de l'expérience globale du salon. Et c'est bien cette « expérience » qui fait toute la différence. Les données le confirment : non seulement les salons automobiles affichent-ils des niveaux d'achalandage quasi records, mais les visiteurs y passent également de plus en plus de temps.

Au VIAS, Eric Nicholl observe « un engagement plus profond à tous les niveaux : les visiteurs passent plus de temps sur le plancher d'exposition, posent des questions plus détaillées et participent activement aux essais routiers. » Du côté de l'industrie, l'espace pour les exposants se vend plus rapidement que jamais, « ce qui témoigne d'une confiance accrue des fabricants envers notre événement », dit-il.

Expansion des marques et des expositions

Au CIAS à Toronto, Jason Campbell abonde dans le même sens : le nombre de marques et d'expositions ne cesse de croître. « Cette année, nous avons plus de 40 marques représentées, des véhicules abordables aux voitures exotiques à production limitée. »

Les essais routiers, tant pour les VÉ que pour les véhicules conventionnels, continuent eux aussi de prendre de l'ampleur. « Nous avions plus de 50 véhicules de 19 marques confirmés pour 2026, avec 25 véhicules d'essai intérieurs et 25 extérieurs, et nous travaillons à en ajouter encore davantage », précise M. Campbell.



Auto-jobs.ca®

TROUVEZ VOTRE PROCHAIN PRO DE L'AUTOMOBILE DÈS AUJOURD'HUI !

Recrutez des talents qualifiés en concessionnaires, pneus, mécanique et carrosserie.

Les experts en RH automobile au Canada depuis 2005.

Subaru Des Sources

Qualité, loyauté et flexibilité

Quand une tempête de neige s'abat sur l'Ouest-de-l'Île, le département de service de Subaru des Sources ne montre aucun signe de ralentissement.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**



Simon Létourneau occupe le poste de directeur général de la concession Subaru des Sources depuis quatre ans.

Rares sont les rendez-vous reportés lorsque la neige s'accumule au sol. « Ici, personne ne cancelle. Tout le monde est fier de dire à l'aviseur : "je me suis rendu" », souligne Simon Létourneau, directeur général de la concession.

Cette situation reflète le caractère unique de la marque, mais surtout la réalité des propriétaires lorsque les conditions routières se détériorent. Il n'est pas rare d'entendre un conseiller lancer à un futur client : « Vous allez vraiment l'aimer en été, mais vous allez tomber en amour durant l'hiver », rapporte M. Létourneau.

Après quelques années moins glorieuses, Subaru a repris du poil de la bête avec des véhicules affichant une excellente valeur de revente et un bon taux résiduel sur la location. En optant pour une Subaru, « on ne se trompe pas », note M. Létourneau.

Nom bien établi au Québec, Subaru peut se vanter d'avoir un taux de fidélisation très élevé et de nouveaux adeptes continuent de grossir les rangs. La province compte le plus grand nombre de ventes au pays et l'an dernier, le constructeur nippon a dépassé pour la première fois le seuil des 5 % de parts de marché.

Une relation de proximité

Sa croissance s'appuie sur un positionnement clair. Plutôt que de multiplier son nombre de détaillants, Subaru privilégie l'augmentation du volume de ceux déjà en activité. Ce modèle, insiste le DG, « favorise des échanges plus directs avec le manufacturier ». Il cite en exemple le comité consultatif des concessionnaires où propriétaires et directeurs généraux se réunissent chaque trimestre avec l'exécutif afin de remettre les pendules à l'heure. Pas de présentation PowerPoint, pas de politique ; juste une discussion autour d'une table ronde. « Quand on est capable, les choses se règlent on the spot. »

Situé en bordure de l'autoroute 40 à Dorval, Subaru des Sources fait partie d'un pôle rassemblant Mazda, Honda et Volkswagen. L'ensemble appartient au Groupe Dilawri, premier conglomérat automobile en importance au pays, avec ses 81 concessions.

M. Létourneau admet que cette affiliation donne accès à une structure bien établie. Des équipes régionales soutiennent les installations avec le marketing, les ressources humaines, les formations et les relations de travail, un appui qui permet à chacun de se concentrer sur ses opérations quotidiennes. Ce soutien est complété par celui du constructeur.

Subaru Canada pose aussi de petits gestes pour reconnaître le travail accompli. « Il n'est pas rare que les vendeurs reçoivent une carte-cadeau accompagnée d'une note manuscrite, pour souligner leurs bons coups », observe M. Létourneau.

La clientèle Subaru présente un profil à part.Le premier achat signe souvent le début d'une longue histoire d'amour avec la marque. Lorsqu'ils mettent les pieds en concession, les clients sont très avancés dans leur processus d'achat. « La plupart du temps, ils viennent simplement valider le choix qu'ils ont fait en ligne », explique M. Létourneau.

Cette loyauté à la marque se reflète aussi au sein de l'organisation où la rotation de personnel n'est pas monnaie courante. Du côté des véhicules neufs, les employés cumulent entre 7 et 17 ans d'ancienneté, à l'exception du petit dernier, embauché en raison de la croissance.

Avoir la marque tatouée

Au service, l'histoire se répète, mais ne se ressemble pas. « Le niveau de rétention est excellent », précise M. Létourneau, « mais trouver des techniciens qualifiés constitue un défi de taille. » Pour pallier ce manque, la concession a développé un partenariat avec le Centre de formation professionnelle West Island Career Centre pour recruter les stagiaires issus du pro-

PHOTOS **ISABELLE HAVASY**



Membre du Groupe Dilawri, le concessionnaire Subaru des Sources couvre un large territoire dans l'ouest de la métropole.

gramme en mécanique automobile. Il précise toutefois qu'ils devront cumuler plusieurs années d'expérience avant d'atteindre un degré d'expertise souhaité.

Le DG oberve que la « vibe est bonne » dans les baies de service. De belles installations, un environnement stimulant, mais surtout, des employés passionnés. « Subaru est une marque qui plaît aux mécanos. »

Ainsi, même après avoir complété leur semaine de travail, ils sont nombreux « à débarquer à l'ateleir les samedis pour venir se pratiquer sur leur propre auto ». Dans la mesure du raisonnable, les employés peuvent donc utiliser les installations le week-end pour des projets personnels ou pour aider un membre de la famille ou un ami.

Même si l'année 2025 fut plutôt calme, 2026 s'annonce différente. En plus du Solterra, deux nouveaux utilitaires viendront bonifier l'offre électrique : le Trailseeker et le Uncharted. Cette expansion de la gamme amène toutefois son lot de défis. Il faut non seulement éduquer les consommateurs, indique M. Létourneau, mais aussi s'assurer que les connaissances techniques des conseillers de vente sur ce mode de propulsion soient à la hauteur de celles liées aux véhicules à combustion.

Dans ce contexte de transformation, le travail en concession repose sur un équilibre délicat. Composer avec l'évolution des modèles et répondre aux attentes d'une clientèle bien informée font désormais partie du quotidien. Chez Subaru des Sources, M. Létourneau aborde cette période avec pragmatisme, misant sur l'expertise de ses équipes et sur un produit qui a fait ses preuves au fil des années.

RENOUVELEZ SANS TARDER

GRATUITEMENT !



EN LIGNE
Remplir le formulaire sur :
autosphere.ca/reabonnement

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



Les outils d'IA et l'analyse des comportements

Nous parlons déjà du printemps 2026 dans l'industrie, et que dire de cette année qui s'annonce rocambolesque, avec de nombreux tournants dans le secteur ?

TEXTE **YANICK JOMPHE**

Plusieurs nouveautés en matière de lois, de stratégies et de réformes sont à prévoir, et surtout d'une année où la transparence sera de mise. Serez-vous à la hauteur de tous ces revirements et continuerez-vous d'honorer votre service à la clientèle ?

En matière de vente, les outils d'intelligence artificielle analyseront les comportements lors d'une conversation et offriront des promotions adaptées aux clients. Les outils CRM seront assistés par l'IA, tout en suggérant aux équipes en place les meilleures actions pour améliorer l'expérience client. Les outils de vente aidée par l'IA permettront d'identifier tous les clients potentiels. L'expérience client oscillera entre la fluidité de l'IA et l'aspect humain, tout en personnalisant émotionnellement les échanges et les réponses.

Tous les diagnostics seront résolus par l'intelligence artificielle, qui deviendra le meilleur allié de l'humain dans l'industrie.

L'année 2026 sera remplie de surprises, de nouveaux procédés, de nouveaux outils d'assistants vocaux, d'entretien prédictif recommandé, d'analyses et d'aides à la détection des intentions d'achat, ainsi que dans le service après-vente.

Lorsque nous parlons d'assistance, nous sommes loin des anciens processus, tels que l'assistante de Bell Canada qui ne comprenait pas les requêtes téléphoniques. Nous sommes désormais dans une ère de rapidité, avec des réponses 24 heures sur 24, une prise en charge immédiate et une diminution du temps d'attente. Le client se sentira mieux compris grâce à la personnalisation, telle que l'accès à l'historique centralisé, aux messages ciblés, aux recommandations de profils selon les préférences du client, aux réponses automatisées et aux résumés détaillés.

Il est certain qu'il existe des risques liés à l'IA. Nous parlons ici de déshumanisation, car l'intelligence artificielle n'a pas d'émotions et peut paraître inadéquate dans certaines situations. L'IA doit demeurer transparente, ouverte à la discussion, supervisée par un humain et très bien conçue. Allons-nous encore pouvoir réfléchir par nous-mêmes en 2026 ou l'IA sera-t-elle utilisée partout ? C'est une question inquiétante.

Un humain se cachera toujours derrière l'IA, car ce sont les humains qui développent les algorithmes qui la composent. Cette technologie tente de copier l'humain en absorbant le plus d'informations possible. L'IA est définie comme un ensemble de techniques permettant à une machine de réaliser des tâches qui nécessitent normalement l'intelligence humaine :

- Comprendre le langage
- Générer du texte, des codes et bien plus encore
- Reconnaître des images ou des sons
- Apprendre à partir de données
- Résoudre des problématiques et trouver des solutions

L'IA qui raisonne comme un humain n'existe pas encore. Nous en sommes plutôt à une IA capable de traduire, de conseiller, de reconnaître, de corriger et de suggérer. Pour ma part, j'ai eu la chance de clavarder avec une IA sur la plateforme Amazon, et je peux confirmer que le service est rapide et très efficace. Cependant, j'ai testé le système en écrivant : « Passez de très joyeuses Fêtes », et j'ai constaté qu'il s'agissait d'un robot, en raison de l'absence d'émotions et de ses réponses prédéfinies. Tant que nous restons dans un cadre de requêtes similaires, tout fonctionne bien ; mais dès que nous divergeons, la différence entre un clavardage humain et celui d'une IA devient évidente.



Yanick Jomphe, spécialiste dans la relance client (BDC). Détentrice d'un B.A.A., d'un M.B.A. et d'un Ph.D.. 2 services offerts : formation personnalisée ou Contacto (service d'aide externe) : info@consultantsyjomphe.com

PHOTO **IGOR OMILAEV**

PARTENAIRE MÉDIA
AUTOSPHERE

PRÉSENTÉ PAR
iA Assurance auto et habitation

EN COLLABORATION AVEC
Banque Scotia

L'INTERNATIONAL DE L'AUTO DE QUÉBEC

3 → 8 MARS 2026 | EXPO CITÉ



COMME NULLE PART AILLEURS

le journal de québec
TVA
CORPORATION MOBILIS
Zone familiale
TOYOTA

La taxation foncière des immeubles commerciaux au Québec

Les quatre éléments essentiels à savoir ! Vous avez des ressources

TEXTE **JEAN-PHILIPPE CHOQUETTE**



La taxation foncière des immeubles commerciaux au Québec, tels que les concessions automobiles ou les garages, repose sur un cadre légal précis et nécessite une attention particulière. En plus de 18 ans de pratique dans le domaine, j'ai trop fréquemment vu des contribuables méconnaître le fonctionnement de cette imposition. Afin de vous aider à optimiser les coûts d'exploitation de votre entreprise, voici quatre éléments essentiels à connaître :

Seuls les biens immeubles sont taxables.

L'évaluation foncière municipale au Québec repose uniquement sur la valeur de l'immeuble. Les biens meubles, tels que les équipements de motorisation, les véhicules ou tout autre bien non fixé à l'immeuble, ne peuvent pas être intégrés à la valeur imposable. La notion « d'attache » est ici déterminante : lorsqu'un équipement est fixé de manière permanente et constitue une composante fonctionnelle de l'immeuble, celui-ci est alors considéré comme immeuble et inclus dans l'évaluation.

La valeur est établie selon la valeur réelle à une date de référence.

Deux précisions importantes :

- La valeur réelle, telle que définie par la Loi sur la fiscalité municipale, présume que le propriétaire détient également les droits sur les améliorations apportées par les locataires. Ainsi, les aménagements réalisés par un locataire peuvent être inclus dans l'évaluation foncière, même si le propriétaire n'en a pas assumé les coûts ou autorisé leur construction.
- La date de référence est fixée 18 mois avant l'entrée en vigueur du rôle d'évaluation. Par exemple, pour un immeuble situé à Montréal dont le rôle triennal est 2026-2027-2028, la valeur retenue est celle du marché au 1er juillet 2024.

La valeur inscrite au rôle est valable pour trois ans.

Le rôle triennal fixe la base de taxation pour trois années consécutives, sans révision automatique. La loi permet de contester la valeur uniquement durant les quatre premiers mois de la première année du rôle, soit du 1er janvier au 30 avril 2026 dans l'exemple de la Ville de Montréal. Cependant, il existe des cas particuliers qui permettent à la ville comme au citoyen de revoir la valeur du bien, par exemple si l'immeuble a été significativement modifié au cours du rôle triennal, comme lors d'une démolition ou d'un incendie.

Il est essentiel de consulter votre dossier avant de déposer une demande de révision.

L'évaluateur municipal devra inspecter votre propriété lors d'une contestation. Si des améliorations ont été apportées depuis la dernière mise à jour, l'évaluation pourrait être augmentée plutôt que diminuée. De plus, des frais administratifs s'appliquent à toute demande de révision. Ainsi, une contestation n'est ni gratuite, ni automatiquement avantageuse. Il est donc important d'avoir un expert pour vous guider dans cette démarche.

En conclusion, seuls les professionnels membres de l'Ordre des évaluateurs agréés du Québec sont habilités à déposer et signer un rôle d'évaluation pour une municipalité. Étant moi-même membre de cet ordre professionnel et ayant œuvré tant dans le secteur privé qu'au sein d'une importante ville du Québec, je suis disponible pour vous accompagner dans tous vos enjeux liés à la fiscalité foncière de votre bien immobilier.



Diplômé en évaluation et estimation du bâtiment, M. Choquette se spécialise dans la contestation des évaluations municipales.

CCAQ

Les facteurs imprévisibles qui affectent les prix

Le prix de vente moyen des véhicules neufs sur notre marché atteint quelque 63 000 dollars en ce moment, et bien malin qui peut en annoncer la réduction.

TEXTE **IAN P. SAM YUE CHI**



Les concessionnaires sont confrontés à des prix de vente élevés dans un contexte économique morose.

Les bruits que l'on entend en coulisse laissent entendre que l'année en cours pourrait indiquer un ajustement à la baisse des prix de vente des véhicules neufs. Je ne sais trop sur quelles bases reposent ces pronostics, et je doute grandement qu'elles résistent à un examen plus attentif.

Je me montre prudent, puisque les facteurs qui influent normalement sur les prix sont complètement chamboulés depuis les cinq dernières années. Ces agents perturbateurs sont connus. Les effets des tarifs commerciaux et de l'échéance prochaine de l'accord de libre-échange entre le Canada, les États-Unis et le Mexique (ACEUM) sont connus. Ils sont également alourdis par le cadre géopolitique mondial le plus tendu depuis la fin de la guerre froide.

Aussi, plusieurs constructeurs ont retiré de leurs catalogues des modèles abordables, ce qui contribue à une hausse moyenne de la valeur des véhicules offerts. Tout comme l'ajout constant d'équipements de pointe, même dans les modèles d'entrée de gamme, qui se reflète sur le prix demandé.

Les tergiversations concernant les politiques de réduction des émissions de gaz à effet de serre des transports risquent de créer une inéquation entre l'offre des constructeurs et l'intérêt des consommateurs. Cela étant dit, je demeure confiant envers la réussite du virage électrique, considérant que cette transition a besoin de temps et de paramètres clairs.

À ce chapitre, l'entrée de véhicules électriques chinois sur notre marché, dont le déploiement reste à préciser au moment d'écrire ces lignes, va évidemment avoir son impact.

À ces causes connues, il faut prévoir que l'actualité nous réserve des surprises qui viendront perturber le marché.

J'en conclus que 2026 verra au mieux une stabilisation des prix. Je note qu'il est en général plutôt rare, peu importe les circonstances, de constater une réduction du prix des biens de consommation, même si leurs coûts de production ont diminué.

Des cibles à atteindre

Les ventes de 2025 ont été en dents de scie, modulées notamment par l'appréhension provoquée par l'application potentielle de tarifs réciproques qui auraient fait monter davantage la facture. Toutefois, les résultats de cette année ont été somme toute positifs.

Aujourd'hui, sur le marché, l'humeur est au doute, tant chez le consommateur qu'auprès des concessionnaires. L'offre est étoffée, mais le consommateur sera-t-il preneur ? Pour lui, dans un contexte économique ombrageux, l'abordabilité semble être devenue un important facteur de choix. Avec des prix plus costauds, on comprend que cette prise de décision devra être appuyée par une approche d'accompagnement et de mise en confiance structurée et basée sur la transparence.

Bref, je ne crois pas que le prix des voitures neuves va chuter au cours des prochains mois. Toutefois, si les concessionnaires savent offrir à leurs clients potentiels des véhicules correspondant à la fois à leurs besoins et à leurs capacités de payer, les résultats de 2026 devraient être à la hauteur de ceux que nous avons enregistrés au cours de la dernière année.



Ian P. Sam Yue Chi est président de la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec.

PNEUS





Les Équipements Qué-Mont

45 ans de croissance structurée

Depuis 45 ans, Les Équipements Qué-Mont ont su adapter leur offre pour répondre aux besoins en équipements, outils et matériel spécialisés des centres de pneus et de mécanique canadiens, ainsi que des centres de rechapage.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Le catalogue du distributeur couvre tout ce qui concerne les outils et équipements pour l'industrie du pneu et de la roue. En discutant avec le président de Les Équipements Qué-Mont, Dominic Labelle, on comprend que cette offre évolue constamment pour le plus grand intérêt d'une clientèle répartie dans tout l'Est du Canada.

M. Labelle, qui travaille à temps plein dans cette entreprise familiale depuis 2011 pour ensuite la présider deux ans plus tard, en est désormais l'actionnaire principal. Francine Warren effectue régulièrement des visites de courtoisie à son gendre, qui a repris l'entreprise fondée par son époux.

Basée à Boisbriand, en banlieue nord de Montréal, l'entreprise compte une dizaine de représentants sur la route et six conseillers au service à la clientèle. « Ici, notre réputation, c'est de résoudre les rares problèmes qui peuvent survenir en moins de 24 heures », déclare le président. « Et tous savent que ma porte est toujours ouverte. » >

Francine Warren en compagnie de Dominic Labelle et de son fils Alexis, des piliers pour cette entreprise familiale.

Cette approche transparente est également partagée par Alexis, le fils de Dominic Labelle, qui travaille au sein de l'entreprise en tant que représentant des ventes. « Il acquiert une expérience précieuse au contact direct des clients », souligne le président. « C'est excellent. Il a une approche moderne et peut contribuer à faire avancer les ateliers face aux nouvelles technologies. Notre philosophie d'entreprise a toujours été de grandir en aidant nos clients à mieux performer. Alexis sait ce que nous pouvons leur offrir, mais, comme toute notre équipe sur le terrain, il reste également à l'écoute de leurs nouveaux besoins pour anticiper leurs demandes. »

Un catalogue dynamique

Tous les deux ans, l'entreprise imprime 4 500 copies de son catalogue bilingue, à la demande de ses clients. « Mais il est important de mentionner que notre catalogue numérique est constamment mis à jour », précise M. Labelle. Les clients peuvent passer des commandes directement sur cette plateforme évolutive.

Chaque commande est validée par un spécialiste, et le client peut suivre son évolution, tout comme pour un colis expédié par un commerce en ligne. De plus, le client peut savoir quel employé a signé la réception. Cette traçabilité est liée à l'engagement de Les Équipements Qué-Mont de livrer le lendemain toute commande passée avant 14 h 30.

On estime entre 100 et 150 le nombre de produits ajoutés au catalogue chaque année, ce qui l'allonge de 15 pages à chaque édition. Cette croissance est essentielle pour l'entreprise, qui souhaite s'assurer que les ateliers ont accès à tout ce qui peut les aider à mieux performer dans les opérations liées aux pneus.

Cette année, M. Labelle souligne qu'un des nouveaux produits phares est le capteur de pression (TPMS) pour pneus commerciaux. « C'est un produit très intéressant pour les flottes de camions lourds qui n'ont pas ce système de série. C'est un appareil simple, mais qui a un grand impact sur la sécurité. Nous allons le proposer à nos centres de pneus et de mécanique qui entretiennent des véhicules commerciaux. »



Depuis 45 ans, l'entreprise base sa croissance sur l'excellence de son service à la clientèle.



L'inventaire de Les Équipements Qué-Mont est imposant et a demandé une modernisation des installations d'entreposage.

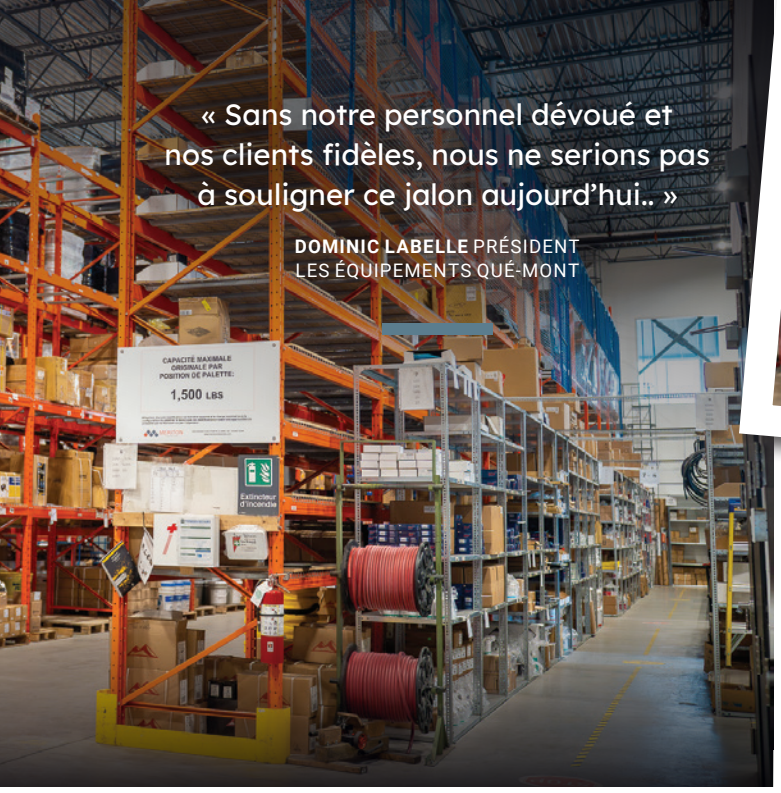
Embrasser la technologie

L'entreprise de Boisbriand a su investir dans les nouvelles technologies pour optimiser ses propres opérations. En effet, pour aider les clients à se surpasser, un partenaire performant est essentiel. Par exemple, l'immense entrepôt a vu tout son rayonnage remplacé par des structures en hauteur, augmentant considérablement ses capacités. Un système de codes-barres a également été instauré pour identifier chaque article, permettant non seulement une gestion de l'inventaire en temps réel, mais assurant aussi une précision dans l'assemblage des commandes supérieure à 98 %.

Cette innovation a aussi été proposée à la clientèle. Certains ateliers choisissent cette approche à codes-barres pour les produits livrés par Les Équipements Qué-Mont, leur permettant de suivre leurs inventaires en continu afin de ne pas manquer de matériel en période de pointe.

Cependant, cette éventualité semble hautement hypothétique. Pourquoi ? Parce qu'un représentant de Qué-Mont rend visite à ses clients au moins toutes les cinq semaines. Il en profite pour examiner les inventaires à la lumière des statistiques d'achats antérieures et échanger avec le garagiste au sujet des dernières nouveautés. Ainsi, le client a tout en main lorsqu'il en a besoin et peut se projeter dans ses futurs investissements en équipements de pointe.

PHOTOS ALAIN KUHN VON KUHNENFELD





Un atelier de réparation d'outils

Les Équipements Qué-Mont proposent un service unique à leurs clients. En effet, depuis quelques années, l'entreprise offre un service de réparation d'outils. Lorsque le produit n'est plus couvert par la garantie du fabricant et qu'il se brise ou présente un défaut, le client peut le confier à cet atelier. Le coût de réparation de l'outil ou de l'équipement est alors évalué, et si le client juge que cela en vaut la peine, les travaux seront effectués rapidement.

Selon l'administration, ce service n'est pas rentable pour l'organisation. Cependant, sa popularité est telle qu'un second technicien vient d'être engagé pour répondre à la demande, et l'entreprise considère que ce service ajoute de la valeur à la relation avec ses clients tout en leur offrant une approche plus respectueuse de l'environnement.

Une croissance structurée

Quand Dominic Labelle parle de marchés, il explique qu'il privilégie une approche basée sur la relation client. « Avant de vendre des produits, nous vendons une expertise et une qualité de service », dit-il. « Les marchés sur lesquels nous concentrons nos efforts de croissance, notamment l'Ontario et les Maritimes, sont abordés par des représentants récemment embauchés et formés à nos valeurs. Oui à la croissance, mais non à la dilution de la qualité du service. »

Le potentiel de ces deux grandes régions est important, mais l'entrepreneur envisage déjà une possible expansion un peu plus à l'ouest, dans la limite de ses capacités actuelles de distribution sur ce marché.

La relation avec les clients, souvent fidèles depuis des décennies à ce fournisseur, est primordiale pour M. Labelle et son équipe. Bien au-delà des mots, le président a réagi rapidement lors de l'annonce de nouveaux tarifs commerciaux par le gouvernement américain. Avec des outils, des équipements et du matériel pouvant franchir les frontières à plusieurs reprises et contenant de l'acier ou de l'aluminium soumis à des taxes, l'entrepreneur a rapidement analysé quels produits seraient les plus affectés. « Il est trop facile de refiler la facture au client », explique-t-il. « Dans certains cas, nous avons absorbé les ajustements, mais j'ai aussi mis en place une stratégie de remplacement. »

Trouver les meilleurs fournisseurs

En effet, Dominic Labelle traverse régulièrement l'océan pour découvrir les offres des fabricants européens et visite le salon SEMA de Las Vegas chaque année pour les mêmes raisons. Ses contacts d'affaires sont nombreux. Si un équipement est proposé à un prix inférieur tout en offrant les mêmes caractéristiques de qualité et de capacité que celui de son fournisseur actuel, il établira un partenariat et en fera bénéficier ses clients. L'entreprise fait également partie d'un important groupe d'achat nord-américain, lui permettant d'obtenir des prix de gros sur plusieurs produits spécialisés du secteur des pneus.

Des pesées d'équilibrage aux machines de montage de pneus les plus sophistiquées, l'entreprise Les Équipements Qué-Mont se fait une fierté d'avoir le plus riche catalogue de solutions pour les spécialistes du pneu. Mais la force de cette offre, insiste Dominic Labelle, repose avant tout sur la qualité de la relation qui unit l'entreprise à sa clientèle.

Célébrant avec fierté ses 45 ans au service de l'industrie canadienne du pneu et de la roue, Les Équipements Qué-Mont s'appuient sur cette base solide pour construire l'avenir. L'entreprise familiale développe de nouveaux marchés tout en construisant la relève, et ce, à l'écoute quotidienne des besoins en perpétuelle évolution de ses clients.



Trouver l'équilibre pour les garanties de pneus

Sur papier, les garanties de pneus semblent relativement simples. Elles protègent contre les défauts de fabrication, parfois contre les imprévus de la route, et contribuent à rassurer le client quant à la fiabilité du produit acheté. Dans les faits, leur portée et leurs modalités demeurent souvent floues.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

En atelier, la réalité est plus nuancée. Certains marchands de pneus s'en servent comme d'un levier de crédibilité et d'un outil de fidélisation. D'autres les abordent brièvement ou les passent sous silence, faute de temps pour en présenter les petits caractères. Entre la méconnaissance des produits, la pression saisonnière et les procédures qui varient d'une marque à l'autre, la gestion des garanties met en lumière des zones grises de l'industrie du pneu.

Pour les détaillants, le constat est sans équivoque. La garantie existe, sous diverses formes, mais elle est exploitée de façon inégale et ses modalités sont rarement expliquées adéquatement. Ces réalités font en sorte que la majorité des consommateurs ne les réclame pas, estime Guillaume Martin, propriétaire de OK Pneus Pointe-aux-Trembles et président de l'Association des spécialistes de pneu et mécanique du Québec (ASPMQ).

« À la base, je crois que ça part du fait que, lors de la vente, ce n'est pas mentionné qu'il y a une garantie. » Certaines protections requièrent pourtant un enregistrement en ligne pour entériner la couverture. Un manquement à cette exigence pourrait en limiter l'étendue ou l'invalider.

La réclamation se fait habituellement par deux canaux. Le consommateur contacte directement le service à la clientèle du manufacturier pour ouvrir un dossier. Ce dernier le réfère ensuite à un détaillant pour inspection. Mais la plupart du temps, il retourne simplement chez son marchand, qui se charge de soumettre la demande.

Trois garanties, trois réalités

La plus courante demeure la garantie contre les défauts de fabrication. Elle couvre les problèmes liés aux matériaux ou à la conception et s'applique généralement durant la première année d'utilisation. C'est aussi la plus simple à réclamer. « Tous les manufacturiers offrent cette garantie de base », rappelle M. Martin, à laquelle s'ajoute la protection accordée par l'Office de la protection du consommateur (OPC).

Plus pointilleuse, la garantie kilométrique prévoit une compensation par le fabricant au prorata de l'usure. Elle requiert l'achat préalable d'un pneu de remplacement, « sans quoi elle ne sera pas honorée ». Des photos et divers documents peuvent être demandés pour compléter le dossier. Pour ce type de réclamation, M. Martin insiste sur l'importance d'une

bonne communication avec le client, puisque la procédure peut s'étirer sur plusieurs semaines. Cette contrainte temporelle, combinée à la nécessité de fournir des preuves à l'appui en amont, freine parfois certains marchands, qui hésitent à s'engager dans le processus par crainte d'un refus ou d'un remboursement tardif.

La troisième catégorie concerne les protections contre les hasards de la route. À la différence des défauts de fabrication, elles n'interviennent pas quand un pneu présente une anomalie de conception, mais lorsqu'il est endommagé par un événement extérieur, comme un impact ou une crevaison irréparable. Historiquement intégrée à l'offre de certaines marques premium, cette couverture tend toutefois à devenir plus rare.

Lourdeur et harmonisation

Pour le manufacturier, dont le cadre est balisé, la garantie repose d'abord sur le respect des critères établis. « Si le produit est admissible et que les informations requises sont correctement soumises, ils procéderont au remboursement », assure Jason Cawker, directeur des ventes chez Kumho Tire Canada.

Toutefois, entre cette logique contractuelle et la réalité du terrain, le distributeur constate des zones de friction. « La couverture peut être complexe et, à l'occasion, intimidante, puisque plusieurs variables individuelles se chevauchent. Une même situation peut être recevable en vertu d'une clause spécifique, tout en étant limitée par une autre disposition », note Corey Parker, spécialiste des processus d'affaires – garanties chez Groupe Touchette. « Ce que j'ai observé au fil du temps n'est pas nécessairement un resserrement des critères de garantie, mais plutôt une application plus rigoureuse des politiques existantes. »



« Ce que j'ai observé au fil du temps n'est pas nécessairement un resserrement des critères de garantie, mais plutôt une application plus rigoureuse des politiques existantes. »

COREY PARKER
SPÉCIALISTE DES PROCESSUS D'AFFAIRES
GROUPE TOUCHETTE

Cette application plus uniforme des obligations n'efface pas pour autant la diversité des procédures d'un manufacturier à l'autre. Pour un centre de pneus qui jongle avec plusieurs marques, cela signifie composer avec des critères, des exigences et des délais qui diffèrent. C'est précisément cette superposition de variables qui complique la lecture des dossiers. Sur le terrain, la gestion se vit autrement. M. Martin affirme qu'il « ne refuse jamais une demande de garantie et laisse le fabricant trancher ». Il reconnaît qu'en agissant de la sorte, il s'évite des tensions inutiles avec ses clients.

Au sein du réseau Point S, certains groupes choisissent de bonifier l'offre initiale. Chez Pneus Ratté, la protection contre les hasards de la route est proposée à un coût fixe par pneu, conformément aux modalités prévues au programme. L'ajout demeure facultatif. La garantie ne remplace pas celle du manufacturier. Elle se greffe à celle-ci et contribue à accroître la proposition de valeur du groupe.

« C'est vraiment une question de réassurance. L'idée, c'est d'avoir l'esprit en paix », explique Annie Germain, directrice marketing, SAC et e-commerce. Car, contrairement à un électroménager, « un pneu, c'est exposé aux aléas. Les nids de poule, ça peut arriver à tout le monde », rappelle-t-elle.

Un potentiel négligé

Les perspectives de chacun varient selon sa position dans la chaîne. Le fabricant encadre les critères d'admissibilité. Le distributeur, lui, cherche à harmoniser leur mise en œuvre. Le marchand en assume la gestion quotidienne. Un rôle distinct, mais un dénominateur commun : l'intégration.

Mieux intégrées aux procédures internes et mieux expliquées dès la vente, les garanties pourraient devenir un véritable outil d'uniformité opérationnelle. Leur impact repose surtout sur la clarté des processus et l'homogénéité de leur application.

« Nous pouvons contribuer à simplifier l'expérience en misant sur l'éducation autour des variables communes et en mettant en lumière les similitudes entre les différentes politiques », souligne M. Parker.

Dans un environnement où performance et confiance évoluent de pair, la garantie dépasse le stade de la clause contractuelle. Elle révèle la capacité d'un réseau à aligner ses pratiques, ses communications et ses responsabilités. L'industrie possède déjà les mécanismes. Reste à les intégrer pleinement pour qu'ils deviennent de réels leviers de croissance plutôt que des irritants administratifs.

Pneus Carignan

L'aventure à grand déploiement

Louis Carignan nous reçoit dans son nouvel atelier de Boucherville. Le président de Pneus Carignan gère cinq établissements qui couvrent l'ensemble de l'offre de services en entretien et en réparation automobile.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**



Louis Carignan avec son père Jacques, devant l'atelier de Varennes en pleine transformation.

Comment ce jeune entrepreneur, qui vole d'un projet à l'autre, peut-il nous rencontrer avec un sourire désarmant en nous donnant l'impression de n'avoir du temps que pour nous ? Cela demeure un mystère. Chose certaine, Louis Carignan incarne les valeurs familiales de bienveillance dans un contexte d'affaires où tout semble aller à très grande vitesse.

Le représentant de la troisième génération de garagistes à Boucherville (l'atelier du grand-père y existe toujours sous l'appellation Garage Onil) a dû faire ses preuves avant de prendre la présidence de ce qui est maintenant le Groupe Carignan, en 2015. Un retour rapide sur cette période indique que, tout en dirigeant le nouvel atelier Pneus Carignan à Varennes, il a poursuivi des études en finances. « C'était intense, admet Louis, mais tellement formateur. Mon père Jacques opérait l'atelier à Boucherville et moi celui de Varennes en appliquant mes propres façons de faire. Quand nous avons réuni nos expertises et nos bonnes pratiques, mon père a bien compris qu'il pouvait me passer le flambeau en toute confiance. » La transition s'est faite en douceur.

L'histoire familiale se poursuit ainsi. D'ailleurs, Philippe, le frère cadet de Louis, âgé de 26 ans, est en train de faire ses propres preuves en dirigeant l'atelier de Varennes.

Diversifier les services

Ce qui marque notre rencontre avec le président de l'entité commerciale du Groupe Carignan, c'est l'incroyable diversification enregistrée au cours des dernières années. Un atelier à Saint-Amable a rejoint ceux de Boucherville et de Varennes en 2020. Le groupe compte aussi un atelier spécialisé dans la vitre automobile, également à Boucherville.

Il est particulièrement surprenant de voir que le Groupe Carignan possède aussi un atelier de carrosserie, lancé en 2019 et maintenant sous la bannière CSN Collision.

> « Être la meilleure alternative aux concessionnaires, en offrant à nos clients un service plus professionnel, plus économique, chaleureux et bienveillant. »
>
> **LOUIS CARIGNAN** PRESIDENT, PNEUS CARIGNAN

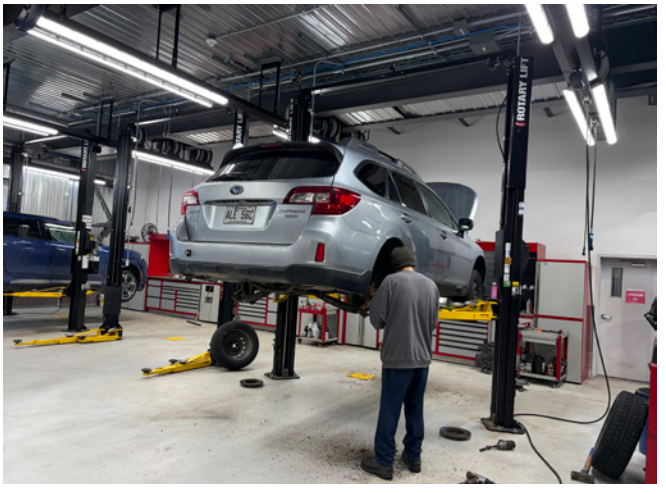
« Nos clients nous demandaient souvent où ils pouvaient faire réparer des dommages légers sur leur carrosserie. L'idée nous est alors venue d'ouvrir un centre, Rénovauto, d'abord orienté vers l'esthétique, mais qui s'est rapidement transformé en véritable carrosserie. L'atelier a longtemps été indépendant, l'option de joindre le réseau CSN nous attirant en raison de ses connections avec plusieurs compagnies d'assurance, nous garantissant un volume intéressant de voitures à réparer », explique Louis Carignan.

Ce dernier, avec une grande candeur, avoue que s'il avait su à l'époque à quel point la mise en opération d'une carros-

PHOTOS **MICHEL BEAUNOYER**



serie était à des années lumières des opérations de pneus et de mécanique, il y aurait sérieusement pensé à deux fois. « Nous avons tout bâti à partir de zéro. Heureusement, nous avons également travaillé en collaboration avec un concessionnaire de la région qui nous a guidé et donné du travail au démarrage. Mais sérieusement, c'est complètement différent et il a fallu des nerfs d'acier pour passer au travers », reprend-il avec philosophie.

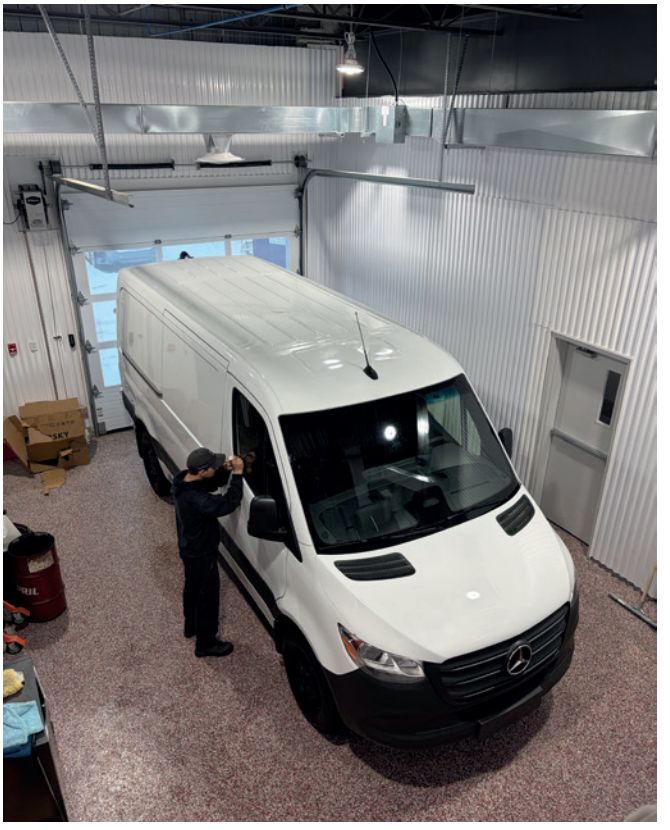


Le nouvel atelier de Boucherville impressionne tout d'abord par sa luminosité.

Aujourd'hui, la carrosserie est une unité autonome dont le chiffre d'affaires surpasse celui de l'atelier de pneus et de mécanique de Saint-Amable. Qui plus est, la carrosserie vient boucler la boucle dans l'écosystème de l'entreprise familiale qui peut réellement offrir à ses clients tous les services d'entretien et de réparation automobile sous la même entité commerciale. Une approche clé en main. « Depuis trois générations nos clients nous font confiance, souligne Louis. C'est la qualité de cette relation qui nous a permis de diversifier notre offre. Nos clients veulent qu'on s'occupe de leur voiture. Nous pouvons le faire autant en leur proposant les meilleurs pneus selon leurs besoins, en réparant un pare-brise, en réalisant les entretiens préventifs et même en réparant leur voiture après une collision. » Offrir tous les services sous un même toit, pour ainsi dire, aboutit à une formule commerciale qu'on ne voit pas beaucoup dans le marché secondaire automobile.

Suivre les marchés

Au printemps dernier a été inauguré le nouvel atelier de Boucherville, remplaçant le Point S existant. Ce dernier sert présentement d'entrepôt dans l'attente d'une nouvelle >



L'atelier de Varennes se spécialisera en véhicules commerciaux, mais Boucherville peut aussi en accueillir.

vocation. Mais revenons à l'atelier. Dans un concept complètement nouveau, il combine deux bannières, celle de V1 en pneus et de Bumper to Bumper en mécanique. Le design intérieur est original. Le client y est bien reçu, notamment dans une salle d'attente confortable, mais les employés y évoluent aussi dans un environnement bonifié. L'engagement familial y figure en bonne place, sur un mur : « Être la meilleure alternative aux concessionnaires, en offrant à nos clients un service plus professionnel, plus économique, chaleureux et bienveillant. »

Cette approche très moderne répond aux besoins d'une clientèle spécifique. Ici, à Boucherville, la salle d'attente est modeste, les clients n'ayant pas le temps d'attendre. Ces derniers confient en grand nombre des véhicules récents à cet atelier indépendant, au lieu de s'adresser au concessionnaire. On voit ici que, sur trois générations de garagistes, le lien de confiance créé contredit les statistiques qui veulent qu'en grande majorité ces voitures sont prises en charge par le département de service des concessionnaires. « Nous sommes fidèles aux valeurs familiales, résume Louis Carignan, seule l'exécution a évolué. »



La salle d'attente est petite mais confortable.


Louis Carignan dirige maintenant un groupe dynamique de cinq ateliers couvrant tous les services d'entretien et de réparation automobile.

Il cite pour exemple le programme de certification VÉ présentement en cours, qui permettra à son équipe technique d'entretenir et de réparer les véhicules électriques et hybrides au sein de cet atelier. Quittant Boucherville, nous prenons la route vers Varennes, à tout juste quelques minutes plus à l'est le long de l'autoroute 132. Ici, aucun client et les seuls véhicules que l'on voit sont ceux des entrepreneurs qui sont en train de transformer de fond en comble cet atelier. Deux braves employés occupent une roulotte temporaire pour accueillir les éventuels clients et les rediriger vers les installations voisines du Groupe. Il s'agit d'un autre avantage de compter sur plusieurs établissements pouvant prendre le relais d'un atelier en transformation.

Que se passe-t-il dans cet atelier ? En fait, la clientèle y est très différente de celle de Boucherville ou même de Saint-Amable, davantage axée sur la voiture de tourisme et le particulier. Ici, dans une importante zone industrielle et de transport, les véhicules commerciaux prennent beaucoup de place, autant dans le volume d'affaires que physiquement, dans l'atelier. D'où la nécessité d'agrandir et de multiplier les baies de service pour mieux accueillir la clientèle commerciale.

« Nous avons plusieurs ententes avec des entreprises pour prendre en charge l'entretien de leurs véhicules privés et commerciaux. C'est une approche très différente, mais cela nous garantit une stabilité dans nos opérations, puisque les cycles commerciaux dans la région peuvent jouer sur la demande pour nos services », explique Louis Carignan. L'atelier répond aussi évidemment aux besoins des particuliers, notamment à ceux des employés des compagnies de la région.



L'accueil du nouvel atelier de Boucherville combine le visuel de Bumper to Bumper et de V1.

Ce que l'avenir réserve

L'ouverture de cette nouvelle mouture de l'atelier de Varennes est prévue pour le printemps. Il se pourrait que, par la suite, ce soit à celui de Saint-Amable de connaître une cure de rajeunissement. « Il y a là une belle croissance démographique, plusieurs quartiers émergent et accueillent des premiers acheteurs, analyse l'entrepreneur. Sur ce marché, il faut faire nos preuves et lancer l'opération séduction auprès de consommateurs qui ne nous connaissent pas encore. »

Est-il possible que Louis Carignan, possiblement épaulé par son frère Philippe, réalise de nouvelles acquisitions dans un avenir rapproché ? Les finances du Groupe sont solides et permettent en effet à la fois les investissements en cours et d'éventuelles acquisitions. « J'ai en tête un entrepôt centralisé qui desservirait tous nos ateliers en pneus, mentionne-t-il. En ce qui concerne l'achat d'autres entreprises du secteur automobile dans notre région… rien n'est exclu », conclut notre guide avec un clin d'œil.



Tendances 2026

Des pneus pensés pour l'avenir

De l'ingénierie dictée par les véhicules électriques (VÉ) à la montée en popularité des pneus toutes saisons et à indice de charge renforcé (XL), les fabricants adaptent leurs produits pour répondre à l'évolution des véhicules et aux attentes changeantes des consommateurs.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Alors que le paysage automobile continue d'évoluer et de se transformer, les fabricants de pneus suivent le rythme en multipliant les innovations et les améliorations. En 2026, plusieurs tendances se dessinent dans l'industrie.

D'abord, l'électrification d'un nombre croissant de véhicules a un impact tangible sur le marché du pneu. « La montée en popularité des VÉ et des hybrides rechargeables influence la façon dont les pneus pour voitures de promenade sont développés », explique Aadil Dutli, gestionnaire de segment de produits – PLT et STR chez Dynamic Tire. « Même lorsqu'un pneu n'est pas commercialisé comme étant spécifiquement conçu pour les VÉ, les fabricants tiennent compte du >



Le marché du pneu pour véhicules de promenade continue d'évoluer.



Nokian Surpass AS01
Le Nokian Surpass AS01, pneu toutes saisons ultra haute performance, assure une conduite complète : dynamique sur les routes sinueuses et plus durable qu'un pneu UHP traditionnel. Renforcé de fibres d'aramide anti-perforation, il est couvert par une garantie de 90 000 km.



Mirage MR-182
Le Mirage MR-182 est conçu pour offrir des performances exceptionnelles sur les coupés sport et les berlines d'aujourd'hui, tout en assurant une conduite douce et silencieuse. Sa sculpture asymétrique informatisée améliore la stabilité en virage à haute vitesse et promet une adhérence supérieure sur chaussée sèche comme mouillée, tandis que les larges blocs d'épaulement optimisent la tenue de route en virage.

PHOTOS **NOKIAN TYRES, DYNAMIC TIRE, SAILUN, MICHELIN**





Sailun Atrezzo 4S
Le Sailun Atrezzo 4S assure adhérence et contrôle supérieurs sur chaussée mouillée et en conditions hivernales. Son composé de caoutchouc spécialement formulé demeure souple à des températures sous zéro, assurant une performance constante à l'année. Il promet confort, silence et adhérence sans compromis, peu importe la météo.



Michelin CrossClimate2
Le Michelin CROSSCLIMATE 2 est conçu pour offrir des performances dans toutes les conditions climatiques, avec d'excellentes distances de freinage sur chaussée sèche et mouillée, ainsi qu'une durée de vie de la bande de roulement pouvant atteindre jusqu'à une année supplémentaire. Pneu toutes saisons pour voitures, VUS, multisegments et fourgonnettes, conçu pour la route. Excellentes performances en toute saison, même lorsqu'il est usé.

poids accru des véhicules, du couple instantané et d'exigences plus élevées en matière de confort de roulement. »

Selon M. Dutli, les conducteurs de VÉ s'attendent à profiter d'un habitacle silencieux, ce qui pousse les fabricants à miser sur des technologies de réduction du bruit. « Ces améliorations sont aussi de plus en plus intégrées aux pneus destinés aux véhicules à moteur à combustion interne », ajoute-t-il.

Wes Boling, directeur principal, Communications et contenu chez Nokian Tyres, partage cet avis. « Les véhicules électriques entraînent des changements dans l'ensemble de l'industrie automobile et le secteur du pneu n'y échappe pas », affirme-t-il. « Les fabricants conçoivent des produits capables de supporter le poids et le couple accrus des VÉ, tout en réduisant le bruit dans l'habitacle et en maximisant l'autonomie. »

Cela signifie parfois le développement de pneus spécifiquement conçus pour les VÉ, poursuit-il. « Parallèlement, il est essentiel pour les fabricants de tenir compte des VÉ dans l'ensemble de leurs gammes de produits. Tous nos pneus sont certifiés avec l'emblème Electric Fit, qui indique qu'ils ont été testés et développés en tenant compte des VÉ. »

Attentes des consommateurs

Cela dit, James McIntyre, vice-président principal des ventes canadiennes et du développement de produits pour l'Amérique du Nord chez Sailun Tire Americas, souligne que les consommateurs recherchent une offre encore plus complète. « Ils veulent des pneus silencieux, durables et performants sur chaussée mouillée comme en conditions hivernales », explique-t-il, en précisant que si les consommateurs sont exigeants, ils ne souhaitent toutefois pas payer un prix élevé pour l'ensemble de ces qualités.

M. McIntyre ajoute qu'au Canada, « la demande pour les pneus toutes saisons demeure très forte, puisque les automobilistes recherchent un seul pneu fiable à l'année, sans compromis sur la sécurité. De notre côté, nous nous concentrons sur l'optimisation des composés, des motifs de bande de roulement et de la structure afin d'offrir de meilleures performances ».

Debora Junca, directrice principale de la marque et du marketing B2C chez Michelin, confirme que le segment des pneus toutes saisons est en croissance. « Les consommateurs privilégient une conduite sûre et des performances fiables, peu importe les conditions météorologiques », explique-t-elle. « La catégorie des pneus toutes saisons représente environ 15 % du marché du remplacement en Amérique du Nord, et nous nous attendons à ce que ce segment poursuive sa croissance cette année. »

M. Dutli, de Dynamic Tire, partage le même avis, ajoutant qu'au Canada, le virage vers les pneus toutes saisons n'est plus une tendance marginale. « Les consommateurs recherchent la simplicité et la polyvalence. Les pneus toutes saisons offrent une solution pratique à l'année, sans les inconvénients des changements saisonniers », précise-t-il. Bien que les pneus toutes saisons ne puissent rivaliser avec des pneus d'hiver dans des conditions hivernales rigoureuses, M. Dutli souligne qu'ils gagnent en popularité dans les régions du Canada où leur utilisation est judicieuse.

« Nous constatons que les pneus toutes saisons grugent progressivement des parts de marché aux autres segments, particulièrement auprès des conducteurs urbains et suburbains qui souhaitent une capacité hivernale modérée, sans avoir à gérer et payer pour deux jeux de pneus », explique-t-il.

Charge renforcée (XL)

À mesure que l'industrie automobile poursuit sa transition vers l'électrification, une autre tendance intéressante émerge : l'augmentation du nombre de pneus à indice de charge renforcé (XL) offerts sur le marché.

« Avec l'évolution des VÉ, un nombre croissant de constructeurs d'équipement d'origine choisissent des pneus XL pour répondre aux exigences de charge plus élevées de ces véhicules », indique Mme Junca, de Michelin. « Nous observons également une stabilisation du marché des VÉ. La croissance se poursuit, mais à un rythme moins soutenu qu'anticipé et de nombreux consommateurs se tournent vers les véhicules hybrides. Cette transition renforce le besoin de pneus à faible résistance au roulement et à haute efficacité énergétique, sans compromis sur la durabilité. »

Le recours accru aux pneus XL offre également plus de flexibilité aux consommateurs, ajoute M. Dutli. « Ces pneus peuvent répondre aux exigences de poids des VÉ tout en demeurant entièrement compatibles avec les véhicules à moteur à combustion interne. » Justement, en ce qui concerne les véhicules à combustion, M. McIntyre, de Sailun Tire, explique que de nombreux VUS et multisegments modernes tirent aussi avantage d'une construction XL. « Le principal défi consiste à s'assurer que ces pneus offrent toujours confort, silence et longévité, particulièrement pour les conducteurs qui passent d'un véhicule traditionnel à un VÉ », précise-t-il.

Alors que l'industrie automobile continue d'évoluer, nul doute que le secteur du pneu saura suivre le rythme en proposant des produits qui répondent aux besoins et aux attentes des consommateurs.



ASPMQ

N'espérez pas que votre équipe devienne meilleure, rendez-la meilleure

Dans le secteur de l'entretien automobile, la performance repose sur la force de l'équipe. Attendre que les choses s'améliorent d'elles-mêmes comporte des risques. Bâtir une équipe solide et engagée demande des efforts, mais en vaut largement la peine.

TEXTE **ASPMQ**

Le domaine de la mécanique automobile évolue constamment. Les nouvelles technologies, les véhicules électriques et hybrides, ainsi que les systèmes électroniques de plus en plus sophistiqués exigent que vos techniciens actualisent régulièrement leurs compétences.

Offrir des formations techniques à votre équipe n'est pas une dépense, c'est un investissement qui se traduit par une meilleure qualité de service, moins d'erreurs coûteuses et une plus grande satisfaction de la clientèle.

Pensez également aux formations en service à la clientèle. Un excellent mécanicien qui sait communiquer avec les clients devient un atout majeur pour votre entreprise. Ces compétences relationnelles peuvent transformer l'expérience client et fidéliser votre clientèle.

Créer une culture d'amélioration continue

Le leadership ne consiste pas à tout contrôler, mais à se donner les moyens de faire grandir son équipe. Posez des questions, suscitez la réflexion, encouragez l'autonomie. Si vous constatez des points à améliorer, proposez des solutions et accompagnez vos collègues dans leur évolution.

Un environnement positif, où chacun sent qu'il a un rôle à jouer et où ses efforts sont reconnus, crée un cercle vertueux : la motivation s'élève, la productivité grimpe, et l'ambiance générale est plus saine. Soyez ce moteur de changement et transformez l'état d'esprit de votre équipe pour bâtir le succès, ensemble.

Miser sur le mentorat

Jumelez vos mécaniciens expérimentés avec les plus jeunes. Cette transmission de connaissances est précieuse et crée des liens solides au sein de l'équipe. Les mentors se sentent valorisés dans leur rôle, tandis que les apprentis progressent plus rapidement grâce à cet accompagnement personnalisé.

Donner l'exemple

En tant que propriétaire ou gestionnaire, vous êtes le premier modèle pour votre équipe. Votre attitude face aux défis, votre ouverture à l'apprentissage et votre engagement envers l'excellence donnent le ton. Si vous voulez une équipe qui se dépasse, montrez-leur ce que cela signifie par vos propres actions.

Créer un environnement de travail stimulant

L'ambiance de travail influence directement la performance. Un atelier bien organisé, des équipements en bon état, des conditions de travail sécuritaires et un climat respectueux : tous ces éléments contribuent à créer un environnement où vos employés ont envie de donner le meilleur d'eux-mêmes.

Pensez aussi à l'équilibre travail-vie personnelle. Des employés reposés et épanouis sont plus productifs et plus engagés.

Le coût de l'inaction

Ne rien faire a aussi un prix. Une équipe qui stagne finit par démotiver vos meilleurs éléments, qui iront chercher ailleurs des occasions de progresser. La qualité du service en souffre, tout comme votre réputation. Dans un marché compétitif, vous ne pouvez pas vous permettre de rester immobile. Alors, qu'attendez-vous ? N'espérez plus que votre équipe s'améliore. Prenez les rênes et faites-en une réalité dès aujourd'hui.

PHOTO **APSMQ**

MÉCANIQUE





GSP North America

Conçu pour le Nord : GSP est le partenaire de confiance en train de roulement du marché secondaire canadien

Des arbres conçus pour résister aux températures sous zéro à la solidité de la chaîne d'approvisionnement, l'approche globale de GSP transforme la façon dont les distributeurs et ateliers canadiens perçoivent la fiabilité du train de roulement.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Lorsque l'hiver resserre son emprise sur le Canada, il ne met pas seulement les conducteurs à l'épreuve — il teste chaque composant sous le véhicule. Les arbres de transmission homocinétiques se fissurent, la graisse se fige, les soufflets échouent et les chaînes d'approvisionnement sont sous tension en raison de la demande saisonnière. Pour les professionnels du train de roulement, il n'y a pas de compromis : les produits fonctionnent dans des conditions extrêmes, ou pas. L'inventaire est disponible, ou les ateliers tournent au ralenti.

C'est dans ce contexte que GSP North America a bâti l'une des propositions de train de roulement les plus solides du marché secondaire canadien — une proposition ancrée non seulement dans les pièces, mais dans le contrôle de l'ingénierie, la discipline logistique et un profond respect pour la façon dont les Canadiens utilisent réellement leurs véhicules.

« GSP a développé des produits qui répondent aux besoins du marché canadien », affirme Michael Ceritano, directeur de l'exploitation de GSP North America.

Ingénierie adaptée à -40 °C

La gamme XD d'arbres de transmission homocinétiques, conçue pour le froid extrême, illustre l'approche « Canada d'abord » de GSP.

Le succès des partenaires de GSP commence par un soutien local et une compréhension approfondie des besoins régionaux.

Née des commentaires de clients travaillant dans des conditions extrêmes, la gamme XD répond à un problème sérieux: la graisse qui gèle entre -30 °C et -40 °C, faisant éclater les soufflets et tuant prématurément les arbres.

La réponse de GSP n'a pas été progressive. Leurs arbres XD utilisent du néoprène amélioré, de la graisse résistante au froid et des colliers robustes conçus et testés pour rester fonctionnels jusqu'à -50 °C. Le résultat ? Un arbre de transmission homocinétique fiable même quand l'hiver met tout le reste hors service. Aujourd'hui, la gamme XD est la ligne d'arbres de transmission homocinétiques la plus vendue de GSP au Canada .

Le succès des partenaires de GSP commence par un soutien local et une compréhension approfondie des besoins régionaux. L'engagement va au-delà de la disponibilité des produits : il s'agit de fournir outils, ressources et expertise pour permettre aux partenaires de croître en toute confiance.

Des produits conçus pour les conditions de conduite canadiennes aux stratégies d'inventaire régionales, les clients de GSP bénéficient de bonnes solutions, quand et où ils en ont besoin. Ce soutien inclut des ressources de vente et marketing clés en main pour former les installateurs, stimuler la demande et faciliter le service au comptoir.

« Notre objectif au Canada est simple. Nous facilitons les affaires de nos partenaires », affirme Tom DiPippo, directeur des ventes – distributeurs traditionnels, Amérique du Nord pour GSP. « Cela signifie une couverture de produits fiable, un soutien local et des outils de marketing qui aident nos partenaires à vendre en toute confiance. »

Contrôle du fabricant — pourquoi c'est important

L'entreprise possède son outillage, contrôle sa capacité de production et gère la qualité, de la conception à la distribution. Ce modèle couvre l'ensemble du cadre des 4P : produit, prix, promotion et place.

Les distributeurs canadiens en retirent des avantages concrets :



La gamme XD est la ligne d'arbres de transmission homocinétiques la plus vendue de GSP au Canada.



La vision de GSP est claire : être un chef de file mondial en produits de train de roulement de haute qualité.

- **Qualité uniforme** grâce au contrôle des matériaux, des tests et de la validation.
- **Réactivité accrue face aux besoins du marché** sans dépendre d'usines tierces.
- **Garantie de capacité** même en période de forte croissance ou de perturbations industrielles.

« Nous détenons notre propre capacité de production », explique M. Ceritano. « Cela nous permet de planifier plusieurs années à l'avance et d'assurer que nos usines peuvent répondre à la croissance en Amérique du Nord et partout dans le monde. »

Cette planification à long terme permet de coordonner les ressources humaines, l'inventaire et le transport maritime afin de maintenir des taux de remplissage supérieurs à 90-95 %. « Nous pouvons réagir rapidement aux changements du marché », ajoute M. Ceritano. « Lorsque la demande augmente, nous augmentons notre propre capacité. »

Fabrication diversifiée

Bien que le Canada demeure relativement à l'abri de certaines pressions tarifaires, les chaînes d'approvisionnement nord-américaines sont tout sauf statiques. GSP a réagi en diversifiant sa fabrication au-delà de ses installations d'origine.

En plus de leurs usines établies de longue date en Chine, GSP exploite maintenant cinq installations en Malaisie. Cette diversification permet à l'entreprise de soutenir les distributeurs qui naviguent les défis tarifaires des États-Unis et du Mexique tout en maintenant l'approvisionnement à travers l'Amérique du Nord.

À long terme, la stratégie de GSP est claire : Construire suffisamment de flexibilité mondiale pour que les changements géopolitiques n'interrompent pas le service aux clients.

Une couverture complète

La vision de GSP est claire : être un chef de file mondial en produits de train de roulement de haute qualité — et le faire

PHOTOS GSP



« GSP a développé des produits qui répondent aux besoins du marché canadien. »

MICHAEL CERITANO DIRECTEUR DE L'EXPLOITATION
GSP NORTH AMERICA

sans forcer les distributeurs ou les ateliers à jongler avec plusieurs fournisseurs.

Le portefeuille de l'entreprise comprend des arbres de transmission homocinétiques, des ensembles de moyeux, ainsi que des composants de direction et de suspension, tous développés à l'interne en utilisant des échantillons d'équipement d'origine et un catalogage basé sur l'équipement d'origine. Toutes les pièces sont indexées selon les références d'équipement d'origine, ce qui assure une identification précise et une couverture maximale.

Une refonte majeure du catalogue il y a plusieurs années illustre cette approche. En alignant chaque numéro de pièce sur l'interchangeabilité de l'équipement d'origine, GSP a élargi sa couverture d'environ 30 %.

Pour les distributeurs, cela signifie moins de lacunes. Pour les techniciens, cela signifie une identification plus rapide des pièces, que ce soit à partir d'un numéro d'équipement d'origine ou d'une application du marché secondaire.

Faciliter la vie dans l'atelier

GSP comprend que même les meilleures pièces échouent si elles sont mal comprises ou mal installées. C'est pourquoi l'entreprise a investi dans un soutien numérique évolutif grâce à son Programme de soutien GSP Garage.

Accessible en ligne avec une simple inscription, la plateforme offre des guides d'installation, des aperçus de produits et des vidéos étape par étape que les techniciens peuvent consulter sur un téléphone ou une tablette.

En complément de ce soutien numérique, il y a quelque chose de plus en plus rare dans l'industrie d'aujourd'hui : une aide technique en direct. GSP exploite des lignes de soutien technique dotées de personnel — de vraies personnes, pas d'IA ou d'enregistrements interminables — qui aident avec les questions d'installation et collectent les commentaires des techniciens. Cette boucle de rétroaction alimente directement le développement de produits et les mesures correctives, permettant à GSP de repérer les tendances et de résoudre les problèmes rapidement.

Garder la machine en marche

Demandez à n'importe quel propriétaire d'atelier ce qui compte le plus, et la réponse est simple : des pièces disponibles en tout temps.

GSP traite les taux de remplissage comme une mesure de performance essentielle, pas comme une note de bas de page. Dans des conditions normales, l'entreprise vise 95 % (et plus) de disponibilité. « Nous maintenons un minimum de trois mois d'inventaire en entrepôt pour chaque numéro de pièce », affirme M. Ceritano.

La logique est simple : sans pièces, la machine s'arrête. Et quand la machine s'arrête, tout le monde perd.

Une histoire de 40 ans

Fondée il y a 40 ans en Chine — à l'origine pour fournir des pièces difficiles à trouver pour les taxis Fiat — GSP est devenue une organisation multinationale générant plus de 600 millions de dollars de revenus annuels, servant des clients dans 120 pays.

L'entreprise est publique depuis 2021, se négocie actuellement à la Bourse de Shanghai, et sa direction s'engage à réinvestir dans l'entreprise, redoublant d'efforts en matière d'automatisation, de capacité et de croissance à long terme.

GSP est active au Canada depuis environ 15 ans et travaille actuellement avec un vaste réseau de distributeurs, incluant des partenaires de marque GSP tels qu'Uni-Select et Lordco, ainsi que des relations majeures de marques privées à travers le pays.

Tous les produits de train de roulement GSP sont couverts par des garanties limitées à vie.

Le message que GSP veut transmettre aux distributeurs, propriétaires d'ateliers et techniciens automobiles peut se résumer en un seul mot : confiance.

Confiance que les pièces survivront aux hivers canadiens. Confiance que l'inventaire sera là au besoin. Confiance que GSP se tient derrière ses produits, demeure à l'écoute et maîtrise son propre destin. Dans un marché où les composants de train de roulement sont poussés plus que jamais — par le climat, par le poids des véhicules, par les attentes des clients — le message de GSP est rafraîchissant et terre-à-terre.

Ils ne courent pas après les tendances en dehors de leur domaine. Ils se concentrent sur le train de roulement et conçoivent leurs produits pour prospérer dans les extrêmes de notre Grand Nord.

Un œil sur les courroies et durites

Les courroies et les boyaux de caoutchouc subissent les ravages du temps. Un suivi attentif de leur état est essentiel pour garantir la sécurité sur la route des véhicules des clients.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**



Les conduites et courroies sont parfois difficiles d'accès et exposées aux éléments.

Ces pièces flexibles sont parfois négligées lors des inspections. « Les gens attendent qu'elles lâchent avant de les remplacer », résume Denis Pageau, chroniqueur dans nos pages et conseiller du réseau des garages recommandés de CAA Québec. « Il existe une plage de temps recommandée par le constructeur pour le remplacement des courroies, mais il est facile d'évaluer l'état de celles qui sont accessibles. »

Une inspection de la courroie serpentine doit figurer au programme lors de la visite d'un client, car elle peut se détendre avec le temps, tout comme les tendeurs peuvent s'user prématurément ou perdre de leur flexibilité.

Des pièces importantes

Jerry Reeves, directeur des produits chez le concepteur et fabricant de pièces de remplacement Dayco, rappelle qu'il existe deux principaux types de courroies sur un véhicule : la courroie serpentine (ou d'accessoires) et la courroie de distribution.

La fonction principale de la courroie serpentine et de ses composants environnants est de transmettre le couple du vilebrequin aux accessoires tels que l'alternateur, le compresseur de climatisation, la pompe de direction assistée, le ventilateur et, souvent, la pompe à eau.

La courroie de distribution (timing belt), quant à elle, est responsable de la synchronisation de l'arbre à cames et du vilebrequin, garantissant ainsi un calage précis des soupapes. Certains constructeurs automobiles ont opté pour des chaînes de distribution.

Nous avons demandé à M. Reeves quels sont les symptômes d'un problème de courroie serpentine. « Si une courroie serpentine glisse, le conducteur peut remarquer une perte de puissance ou de climatisation, ou encore une batterie qui ne se recharge pas complètement. Cela peut aussi entraîner une surchauffe si la courroie entraîne la pompe à eau. »

« Concernant la courroie de distribution, si elle est mal alignée ou glisse, des codes d'erreur ou un voyant moteur apparaîtront. Le conducteur remarquera un ralenti irrégulier, une perte de puissance, voire des ratés d'allumage. En revanche, si une courroie de distribution casse, cela peut provoquer des dommages catastrophiques au moteur sur certains véhicules », explique M. Reeves.

Selon lui, il existe des signes précurseurs d'un problème. « Une courroie émet toujours des signes avant-coureurs, qu'ils soient visibles (vitrification, durcissement, effilochage) ou liés au bruit. Toutefois, il faut garder à l'esprit que les courroies EPDM plus récentes s'usent comme une bande de roulement de pneu, rendant l'usure difficile à détecter à l'œil nu. »

Ces courroies présentent un profil en « V » traditionnel dans les rainures entre les nervures. Dayco propose un outil simple appelé jauge aWEARness, qui mesure la profondeur et le profil des nervures et vérifie également la présence de fissures sur les courroies serpentines.

Il n'est pas nécessaire d'utiliser un outil pour comprendre que les sifflements aigus ou les couinements caractéristiques provenant de l'avant du moteur sont autant de signes révélateurs d'un problème. Chaque constructeur indique des intervalles de remplacement différents pour la courroie serpentine. Toutefois, Dayco recommande une inspection régulière de toutes les courroies d'entraînement, des tendeurs et des accessoires une fois que le véhicule dépasse 95 000 km. Lorsque la courroie est usée et prête à être remplacée, tous les composants environnants doivent également l'être, ce qui se produit souvent entre 145 000 km et 160 000 km.

La courroie de distribution et ses composants associés devraient également être inspectés à partir d'environ 95 000 km et remplacés, dans la plupart des cas, entre 110 000 et 145 000 km. Cette règle liée au kilométrage ne peut être le seul indicateur ; « attention à l'âge aussi, car le caoutchouc

tend à perdre ses propriétés avec le temps », précise Denis Pageau. Les fournisseurs de pièces de remplacement recommandent, si ces courroies doivent être changées, d'opter pour un ensemble complet comprenant la courroie et tous les accessoires qui la tendent et la guident.

Ce remplacement peut prendre quelques minutes pour la courroie serpentine, mais jusqu'à plusieurs heures pour la courroie de distribution, installée à l'avant du moteur. Le client trouvera peut-être l'estimation élevée, mais assurément plus acceptable que celle liée à la réparation ou au remplacement d'un moteur.

Durites et boyaux

M. Pageau se tourne vers d'autres pièces flexibles. Une belle variété de durites et de boyaux serpente sous le capot et sous le véhicule pour relier les composants des systèmes de refroidissement, d'évacuation des gaz et d'alimentation en carburant.

« Le vieillissement de ces pièces est à l'origine de nombreuses pannes, constate M. Pageau. Encore une fois, on ne pense à leur remplacement qu'une fois qu'elles rendent l'âme. » Selon lui, on observe avec le temps une décoloration des durites et des boyaux, indiquant que le caoutchouc perd ses propriétés. « Il faut prêter attention à ce phénomène lors de l'inspection et surtout vérifier s'il y a des fuites aux joints. Dans le même ordre d'idée, les collets tendent à s'oxyder et doivent être remplacés si nécessaire. »

En ce qui concerne le système de refroidissement, des débris ou un cerne noir dans le vase d'expansion de l'antigel sont des signes de dégradation de l'intérieur des conduites. « Et si un automobiliste donne un coup de fil désespéré, en panne le long d'une autoroute, les deux pieds dans l'antigel, de grâce, ne lui dites pas de rouler doucement jusqu'au garage, exhorte Denis Pageau, cela pourrait endommager son moteur. »

Des pièces exposées aux éléments

Pour sa part, Jerry Reeves, de chez Dayco, explique que les durites peuvent s'endommager ou s'user pour plusieurs raisons, mais le plus souvent à cause de l'abrasion, d'un mauvais positionnement des colliers, de la corrosion ou de l'exposition à des contaminants.

Les durites doivent être souples, mais non molles. Si une durite est dure au toucher ou cassante, c'est un signe de dégradation et elle doit être remplacée. La présence de gonflements, de boursouflures ou de fissures rend également le remplacement indispensable.

« La durée de vie des durites varie selon l'application et dépend de l'exposition à des facteurs tels que la chaleur, la contamination et la pression », résume M. Reeves.

Les durites de liquide de refroidissement doivent être inspectées plus fréquemment, généralement à chaque vidange, et il est recommandé de les remplacer à l'intervalle de remplacement du liquide de refroidissement, soit environ 160 000 km pour la plupart des véhicules.





Choisir les bons lubrifiants

Bien informer les clients est plus important que jamais en ce qui concerne les huiles moteur.

TEXTE **HUW EVANS**

Les avancées en matière de technologie des moteurs ont changé la donne en ce qui concerne la lubrification et la technologie. Alors que les constructeurs cherchent à repousser les limites en matière de performance et d'efficacité, de nouvelles formulations d'huile ont été introduites pour s'assurer que les moteurs à cylindrée réduite, turbocompressés et à injection directe bénéficient de la protection nécessaire pour garantir une fiabilité optimale, une économie de carburant et des performances constantes.

Cela a également conduit à l'introduction de nouvelles normes de performance internationales révisées pour les huiles moteur, notamment l'API *(American Petroleum Institute)* SQ et l'ILSAC *(International Lubricant Standard and Approval Committee)* GF-7A/B.

« Ces normes ont pour objectif d'améliorer les performances et la fiabilité des moteurs, tout en favorisant une meilleure économie de carburant, autant pour les véhicules récents que pour les modèles plus anciens », déclare Albert Côté-Séguin, directeur technique et de la formation chez Total Energies Canada.

Spécifications et additifs

Pour atteindre ces objectifs, il a fallu introduire de nouvelles spécifications d'huile, notamment des huiles de base hautement raffinées ainsi que des additifs spécifiques et plus résistants. M. Côté-Séguin souligne que cette approche assure une protection durable des ensembles rotatifs et autres pièces mobiles, tout en permettant aux fabricants de développer des huiles à viscosité réduite pour les moteurs modernes aux tolérances strictes.

> « Les lubrifiants synthétiques de haute qualité offrent généralement une couverture OEM plus large et conviennent aussi bien aux applications avancées qu'à celles de base, ce qui contribue à réduire le nombre de SKU nécessaires. »
>
> **ALBERT CÔTÉ-SÉGUIN** DIRECTEUR TECHNIQUE ET DE LA FORMATION CHEZ TOTAL ENERGIES CANADA

Ces avancées technologiques signifient que, dans le cadre de l'entretien des véhicules, les ateliers doivent s'assurer que leurs clients sont correctement informés et sensibilisés quant aux raisons pour lesquelles leur véhicule nécessite une huile spécifique.

« Un marketing efficace repose sur une communication claire et l'instauration d'un sentiment de confiance chez le client », explique Sean Nguyen, scientifique technique et spécialiste des lubrifiants automobiles chez Pennzoil.

Il souligne que si la plupart des conducteurs sont conscients de l'importance des vidanges d'huile, ils en ignorent souvent les raisons, particulièrement en ce qui a trait aux huiles à spécifications précises et à certains types de moteurs.

C'est pourquoi, insiste M. Nguyen, il est essentiel que les centres de service expliquent à leurs clients comment les huiles moteur protègent contre la chaleur et la friction, ainsi que contre les dépôts à l'intérieur du moteur, et comment les lubrifiants se dégradent avec le temps.

« Cela aide les clients à comprendre qu'une vidange d'huile est essentielle pour favoriser la longévité du véhicule, et non pas seulement un entretien de routine », explique M. Nguyen. De plus, à mesure que le parc automobile canadien continue de vieillir, cette importance accordée à l'entretien à long terme et à la fiabilité des véhicules devient de plus en plus cruciale.

La question du prix

Si le concept de la vidange d'huile à bas prix comme produit promotionnel existe toujours, les choses ont changé aujourd'hui. « Ces types de tactiques sont efficaces pour les clients qui conduisent des véhicules plus anciens et hors garantie », explique M. Côté-Séguin. Il y voit également une belle occasion de ventes croisées sur d'autres produits consommables, tels que les essuie-glaces, les filtres, les pneus, les courroies, les durites et les plaquettes de frein.

La plupart des ateliers ont désormais revu leur approche tarifaire pour tenir compte des exigences techniques des véhicules modernes et des lubrifiants qu'ils nécessitent.

Dans un contexte où chaque dollar compte pour les consommateurs, M. Côté-Séguin rappelle que malgré un coût initial plus élevé qu'une vidange d'huile minérale traditionnelle 5W30/10W30, une huile à spécifications précises reste le choix le plus économique à long terme, grâce à des intervalles de vidange plus longs et moins de visites à l'atelier.

De plus, M. Nguyen souligne qu'avec des fréquence des vidanges plus longues, chaque visite à l'atelier devient un point de contact précieux. Il indique que les associer à des inspections de véhicules et à des vérifications d'entretien préventif donne aux centres de service l'occasion d'établir une relation de transparence et de confiance avec leurs clients.

« Associer des huiles synthétiques longue durée à des inspections proactives renforce également l'idée que vous êtes axé sur la santé à long terme du véhicule du client, et non pas sur une simple transaction, ce qui peut contribuer à fidéliser la clientèle », déclare M. Nguyen.

Distribution et approvisionnement

Or, avec de plus en plus de véhicules nécessitant des formulations d'huile spécifiques, les centres de service, tout comme les fabricants et les distributeurs de lubrifiants, font face à des enjeux supplémentaires pour s'assurer que les bonnes huiles sont disponibles au bon moment et en quantité suffisante.

« La gestion des inventaires est devenue de plus en plus complexe, car un nombre croissant de moteurs et de transmissions nécessitent des formulations de fluides très spécifiques », explique M. Côté-Séguin. S'il n'existe pas de formule « idéale », ce spécialiste identifie néanmoins plusieurs bonnes pratiques que le marché secondaire peut adopter pour optimiser leur approvisionnement en huiles et mieux servir leurs clients.

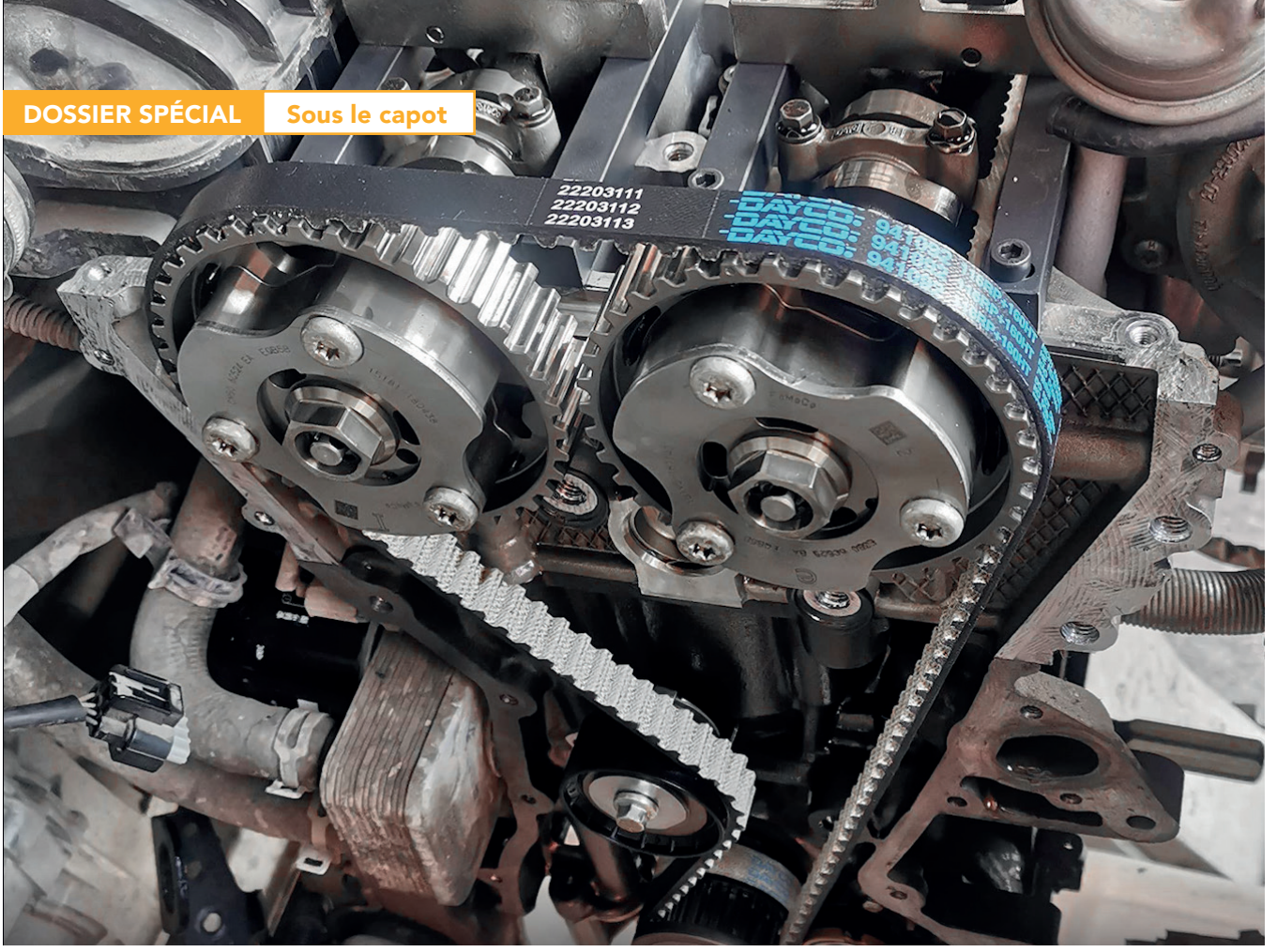
« Les lubrifiants synthétiques de haute qualité offrent généralement une couverture OEM plus large et conviennent aussi bien aux applications avancées qu'à celles de base, ce qui contribue à réduire le nombre de SKU nécessaires », explique M. Côté-Séguin. Cela dit, il souligne que la plupart des ateliers indépendants doivent tout de même maintenir une gamme élargie de produits à faible rotation afin de répondre efficacement à la demande de tous leurs clients.

M. Côté-Séguin note également que là où la 5W30 en vrac suffisait autrefois à couvrir la majorité des véhicules, les centres de service doivent aujourd'hui stocker quatre à cinq formulations de 0W20 différentes pour répondre aux exigences des groupes motopropulseurs modernes. « Cette diversification pousse le marché à délaisser l'approvisionnement en vrac au profit des fûts et des barils plus petits », dit-il.

M. Nguyen de Pennzoil souligne que les distributeurs ont tout intérêt à travailler en étroite collaboration avec leurs fournisseurs de lubrifiants pour s'assurer que leurs inventaires répondent aux spécifications OEM et aux normes de l'industrie, telles que l'ILSAC GF-7 et l'API SQ. « Miser sur des huiles entièrement synthétiques de haute qualité simplifie la gestion des inventaires tout en couvrant un large éventail de véhicules », dit-il.

Les véhicules hybrides

Alors que les véhicules hybrides continuent de gagner du terrain sur le marché nord-américain, de plus en plus d'entre eux se retrouvent dans les ateliers du marché secondaire. Les hybrides parallèles — dont la propulsion peut être assurée par le moteur électrique, le MCI ou les deux — soulèvent des considérations particulières, tant en ce qui concerne les huiles requises que les fréquences d'entretien. « Un suivi rigoureux est essentiel », souligne M. Côté-Séguin. En conduite urbaine, le MCI est souvent peu sollicité et ne monte pas toujours en température de façon adéquate, favorisant l'accumulation de condensation qui, si elle est négligée, peut réduire les performances et la fiabilité. M. Côté-Séguin recommande donc de documenter soigneusement le kilométrage et les intervalles de vidange pour prévenir l'oxydation et éviter des réparations coûteuses et évitables.



Le meilleur des deux mondes ?

Les avancées technologiques des courroies de distribution et des moteurs créent de nouvelles opportunités de service.

TEXTE **HUW EVANS**

Au Canada et aux États-Unis, l'âge moyen des véhicules en circulation continue d'augmenter. Selon les données de S&P Global, au Canada, il atteint 10,5 ans, tandis qu'aux États-Unis, les véhicules en usage sont en moyenne encore plus âgés, soit 12,6 ans.

Ce parc automobile vieillissant, combiné au fait que de plus en plus de consommateurs choisissent de conserver leurs véhicules existants plus longtemps, signifie davantage d'opportunités pour le secteur du marché secondaire de l'entretien automobile.

Plus doux et plus silencieux

Et pour de nombreux véhicules récents, cela inclura l'entretien de pièces telles que le système de courroie de distribution du moteur. Les courroies de distribution ont initialement gagné en popularité durant les années 1960 et 1970 avec l'introduction de moteurs de petite cylindrée à arbre à cames en tête. En utilisant une courroie plutôt qu'une chaîne, les constructeurs pouvaient offrir un système de distribution plus souple, plus silencieux et également plus économique à produire.

Pourtant, bien qu'elles soient reconnues pour leur douceur et leur efficacité, les courroies de distribution doivent être inspectées régulièrement, car ces courroies ont tendance à se dégrader avec le temps et devront éventuellement être remplacées. Les constructeurs automobiles recommandent un intervalle précis pour inspecter et remplacer la courroie, généralement entre 5 et 7 ans ou de 96 000 km (60 000 milles) à 160 000 km (100 000 milles), selon ce qui survient en premier.

Problèmes majeurs

Sans effectuer d'inspections régulières, une défaillance de la courroie de distribution peut survenir, causant des problèmes catastrophiques incluant des pistons endommagés et des soupapes pliées. Toutefois, avec des consommateurs de plus en plus soucieux de leur budget familial et le remplacement de

PHOTO **DAYCO**

courroie de distribution étant une réparation coûteuse en main-d'œuvre, les ateliers doivent aborder ce type de service avec doigté.

« Tout commence vraiment par la formation », explique Jerry Reeves, responsable du développement de produits pour Dayco en Amérique du Nord. Il note qu'il est important pour les centres de service de s'assurer que leurs clients comprennent la valeur et l'importance de l'entretien préventif en ce qui concerne les systèmes de courroie et de chaîne de distribution. « Essayer d'économiser quelques dollars aujourd'hui en sautant un entretien peut coûter considérablement plus cher à long terme. »

Exigeant en main-d'œuvre

Bien que nous ayons constaté une résurgence des systèmes de chaîne de distribution depuis les années 1990 et qu'en général, les chaînes de distribution en acier durent plus longtemps que les courroies de distribution en caoutchouc, elles nécessiteront toutes éventuellement un entretien. De plus, bien que la chaîne de distribution elle-même soit souvent durable, les guides de chaîne ou le tendeur peuvent défaillir, causant des dommages et un étirement. L'usure de la chaîne de distribution a tendance à se manifester par un fonctionnement plus rugueux, une mauvaise réponse à l'accélérateur et un bruit excessif. De plus, comme M. Reeves le note, la plupart des équipementiers n'ont pas conçu les systèmes de chaîne de distribution pour un entretien régulier, donc les remplacer peut prendre « des dizaines d'heures », s'avérant non seulement exigeant en main-d'œuvre, mais aussi coûteux pour les consommateurs.

Avec les courroies, la défaillance peut survenir soudainement et de façon inattendue, c'est pourquoi l'inspection régulière est cruciale, surtout à mesure que le véhicule vieillit et que le kilométrage s'accumule.

Information adéquate

Comme Tom Lee, directeur du marketing pour les produits du marché secondaire automobile chez Continental le note, bien que les améliorations en matière de qualité et de durabilité aient entraîné une diminution globale des taux de remplacement des courroies de distribution, des problèmes importants peuvent toujours survenir lorsque le manque d'information adéquate et de formation mène à un entretien retardé. C'est pourquoi les centres de service doivent travailler de manière proactive avec leurs clients et développer des plans d'entretien préventif.

Il faut expliquer pourquoi les composants doivent être remplacés, à quel moment et comment le faire maintenant permettra d'économiser à long terme. Cela améliore la proposition de valeur globale tout en augmentant la transparence et la confiance entre le client et le centre de service.

M. Lee rappelle aussi que que lors de l'inspection et de l'entretien d'une courroie de distribution, inspecter et remplacer d'autres pièces d'usure en même temps (engrenages, pompe à eau, joint d'étanchéité, poulies, roulements, boulons, vis et attaches) améliore considérablement la fiabilité du véhicule. Après tout, un système n'est jamais plus fort que son maillon le plus faible.

Aujourd'hui, la plupart des fabricants de courroies de distribution et d'accessoires connexes fournissent des ensembles complets regroupant tous les composants, garantissant ainsi la tranquillité d'esprit du technicien, de l'atelier et du client, en plus de réduire les délais et les frais de main-d'œuvre.





Technologie de courroie en bain d'huile

Dayco, qui a longtemps été un défenseur du remplacement complet du système ainsi qu'un fournisseur d'équipement d'origine, a également lancé de nouveaux produits sur le marché, incluant une technologie spécifique de courroie en bain d'huile (Belt in Oil – BIO) comme équipement d'origine et trousses de remplacement de courroie de distribution pour le marché secondaire.

La technologie BIO est devenue de plus en plus courante étant employée sur des moteurs utilisés dans des véhicules fabriqués par des entreprises comme Stellantis, Ford et General Motors. Contrairement aux courroies de distribution « sèches » traditionnelles, cette technologie présente une courroie qui baigne dans l'huile du côté « humide » du moteur. L'objectif était de combiner les meilleurs attributs de la technologie de courroie et de chaîne de distribution, avec comme objectifs finaux une friction réduite pour une meilleure économie de carburant, moins de vibrations et un fonctionnement plus silencieux, ainsi qu'une meilleure durabilité et résistance à la chaleur comparativement aux systèmes de courroie sèche.

Applications populaires

À AAPEX 2025 à Las Vegas, Dayco a présenté sa nouvelle technologie exclusive de courroie de distribution en bain d'huile (Timing Belt in Oil – TBIO) pour le marché nord-américain. Le lancement initial vise plus de 2 millions de véhicules Ford et Lincoln, avec des trousses pour des moteurs populaires comme les V6 EcoBoost de 2,7 et 3,0 litres.



« La technologie de courroie en bain d'huile influencera directement les méthodes d'entretien des véhicules, en offrant aux distributeurs, aux grossistes et aux ateliers de nouvelles possibilités de revenus et de spécialisation technique. »

JERRY REEVES
CHEF DU DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS, AMÉRIQUE DU NORD, DAYCO

Jerry Reeves note que la technologie TBIO de Dayco utilise des courroies d'ingénierie de précision offrant une résistance et une longévité supérieures, afin d'optimiser les performances, de minimiser le bruit et d'assurer une synchronisation très précise du système de distribution.

M. Reeves note que le nombre croissant de moteurs utilisant la technologie BIO « aura ultimement un impact sur la façon dont les véhicules sont entretenus, offrant aux distributeurs, aux grossistes et aux ateliers une nouvelle opportunité de revenus et de formation puisque ces courroies ont des intervalles de service spécifiques ». Il note toutefois que pour que le marché secondaire et les prestataires de services puissent vraiment capitaliser sur ces opportunités de service, il faudra d'abord bien informer les clients. « Les consommateurs ne savent peut-être même pas que leur véhicule est équipé de ce type de technologie de courroie de distribution », dit-il, « donc il est essentiel de les sensibiliser à ce sujet. »

L'inspection préventive et la connectivité

Aider votre client à maintenir son véhicule en bonne condition va bien au-delà du simple profit.

TEXTE **DENIS PAGEAU**

Contrairement à ce que certains d'entre nous peuvent penser, de nombreux clients considèrent comme une priorité le fait de bien prendre soin de leurs véhicules. Le rôle du technicien (conseiller technique) est d'expliquer correctement les détails d'une inspection, d'évaluer les coûts et de justifier le temps nécessaire à la réalisation des travaux.

L'autre défi à relever concerne la communication et notre responsabilité envers le client. Nous sommes les traducteurs des besoins du véhicule, et le client doit comprendre que notre rôle est de nous assurer de son bon fonctionnement.

Nous sommes maintenant familiers avec la présentation de la condition des divers systèmes à l'intérieur et autour de l'automobile selon un code de trois couleurs. Le vert, tout est beau ; le jaune, il faut y voir sous peu ; et le rouge, indique une intervention immédiate. Toutefois, le client veut comprendre ce qui se trame sous cette codification simplifiée.

L'échantillonnage et les explications font partie de cette valeur ajoutée. Ils permettront au client de mieux comprendre le degré de tolérance en fonction des couleurs et ce qu'il aura à gérer dans son quotidien. Je parle de problèmes urgents tout comme d'entretiens préventifs à prévoir.

Documenter et expliquer

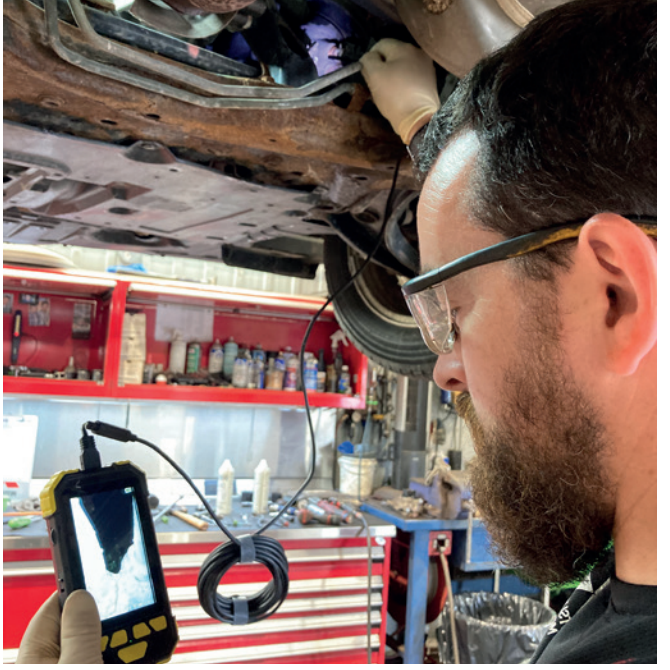
Cela étant dit, même si nous l'accompagnons dans sa démarche, il n'est pas toujours facile pour le client de comprendre l'impact ou la nécessité d'un entretien préventif.

L'inspection numérique permet au mécanicien de commenter, d'ajouter des photos, de cocher les cases correspondant aux degrés de tolérance, et enfin de transmettre le rapport par courriel ou messagerie, selon la préférence du client.

Je ne sais pas si la fiabilité des véhicules modernes se traduit par des intervalles d'entretiens beaucoup plus espacés, mais une chose est certaine : le rôle du conseiller de service n'est plus de vendre, mais d'aider le client à comprendre afin qu'il puisse décider d'acheter en connaissance de cause.

Par exemple, les professionnels du pneu ne se contentent plus d'informer simplement le client du niveau d'usure de ses pneus. Ils l'informent sur les données spécifiques du pneu de remplacement proposé, sur les besoins de son véhicule et ils se renseignent sur ses habitudes de conduite. Ce qu'on veut, c'est un client informé, bien servi et en confiance.

PHOTO **DENIS PAGEAU**



L'inspection détaillée est la base de la relation de confiance avec le client.

Touche pas au piton !

Parfois, la source du problème, c'est le client lui-même, confronté à la complexité de son véhicule. L'ensemble des éléments (menus et périphériques du tableau de bord) doit être compris par le client pour qu'il les configure selon ses préférences et les ajuste, mais sans consultation, il pourrait se créer un symptôme imaginaire. Avouons que ce n'est pas évident de deviner comment le client a configuré ou pas les accessoires et systèmes de son véhicule, et encore moins de jouer dans ses paramètres sans son autorisation. Cela peut entraîner des situations qui nous font sourire, où un client nous demande de régler un problème de configuration qu'il a lui-même occasionné.

J'ai été témoin d'une situation où la facture de l'atelier avait été déposée sur le manuel du propriétaire, dans la boîte à gants. Le client aurait pu rectifier la situation lui-même s'il avait pris un petit moment pour lire le document.

En conclusion, la science informatique implantée dans un véhicule interagit avec la manière de penser du mécanicien et du conseiller pour mieux en informer le client.

Oui, les temps ont changé, tout comme les habitudes chez le garagiste. Oui, les clients sont prêts à prendre soin de leurs véhicules, mais… saurez-vous lire dans leurs pensées ?



Conseiller en développement au sein du réseau des garages recommandés de CAA-Québec, Denis Pageau est un technicien et formateur émérite. Il peut être joint à denis.pageau@caaquebec.com.



Plus que de l'argent en jeu

Quand c'est votre entreprise et que vous vous y investissez pleinement, le risque a une tout autre saveur.

TEXTE **MIKE URBAN**

Pour cette première édition 2026 du magazine *Autosphere*, je partage quelques réflexions tirées de mon expérience. Parce que même si notre métier consiste à entretenir et réparer des véhicules, un bon propriétaire d'atelier va bien au-delà, il investit aussi dans les outils, la formation et les systèmes que la plupart des gens ne voient jamais.

Ne jamais faire du surplace

Vous débourserez 40 000 $ pour un outil de diagnostic, parce que prendre du retard n'est pas une option. Vous enverrez vos techniciens en formation coûteuse, sachant qu'ils pourraient mettre ces connaissances à profit ailleurs. Vous passez vos soirées à vous documenter sur les nouvelles technologies — ADAS, diagnostic des véhicules électriques, inspections numériques — parce que faire du surplace, c'est se laisser distancer.

Le risque n'est pas que financier, il y a aussi le poids émotionnel. Vous passez des nuits blanches à vous demander si vous facturez assez, si vous en faites suffisamment pour les gens qui comptent sur vous. Mais les grands entrepreneurs assument ce risque. On ne peut pas croître autrement. Chaque dollar réinvesti est un pari sur l'avenir.

Composer avec le changement

Les voitures modernes sont des ordinateurs sur roues, si vous ne pouvez pas communiquer avec elles, vous ne pouvez pas les réparer. Les garagistes avisés prévoient un budget pour de nouveaux outils, investissent dans la formation et entretiennent des relations solides avec leurs fournisseurs. Et il ne s'agit plus seulement de réparer des voitures, il faut aussi gérer les inspections numériques, la gestion de la clientèle, la prise de rendez-vous en ligne et les médias sociaux. Rester pertinent, c'est se tenir à l'affût, tout en demeurant rentable.

Les relations, c'est tout

Les relations solides, c'est le fondement même de votre entreprise. Vous pouvez avoir les meilleurs outils et l'atelier le plus propre, sans liens solides avec vos gens, vos fournisseurs et vos clients, vous construisez sur du sable. Traitez bien vos fournisseurs, payez vos comptes à temps, négociez des ententes équitables. Et tissez des liens même avec vos concurrents, une industrie forte profite à tous.

Un héritage, pas juste un chèque de paie

Tout le monde peut pointer du doigt ce qui ne va pas : les vrais leaders trouvent des solutions. Les vrais gestionnaires gardent la tête haute même quand tout va de travers, même quand la paie est serrée, même quand les projets familiaux passent au second rang pour qu'un client rentre chez lui en sécurité.

Mais ils savent pourquoi ils le font : pour voir un apprenti devenir un technicien de confiance, pour lire un mot touchant d'un client fidèle. En fin de compte, ce n'est pas juste une question de revenus. C'est l'héritage que vous bâtissez qui perdurera bien après votre départ. Vous ne venez pas travailler juste pour un chèque de paie. Vous êtes là pour vos gens, vos clients et votre communauté. Et même si la récolte se fait attendre, vous savez que votre travail finira par porter ses fruits.

Dans ce métier, on mise bien plus que de l'argent; on y met son cœur, son âme et, comme moi, son nom sur l'enseigne. Et c'est ce qui rend cette industrie meilleure, un atelier à la fois.

Alors, à la prochaine et continuez de faire tourner les moteurs et de créer des héritages.



Mike Urban est propriétaire et exploitant d'Urban Automotive, à Oakville, en Ontario. Vous pouvez le joindre à admin@urbanautomotive.ca

Identifier la vraie source du problème

Ah, l'hiver, quelle magnifique saison. Par contre, elle comporte plusieurs défis et pousse nos voitures à leurs limites.

TEXTE **MARK POTVIN**

Dernièrement, j'ai reçu deux clientes à une semaine d'intervalle qui ont eu le même problème avec le même modèle de véhicule, soit une Chevrolet Cruze 2012 à moteur 1,4 litre turbo. Le problème perçu pouvait mener à un enjeu de sécurité, puisque le véhicule en question n'avait plus aucune accélération.

Les codes relevés étaient le P0299, indiquant une sous-pression du turbocompresseur (turbo underboost) et P0237, qui indique un circuit bas du capteur de suralimentation (*Boost Sensor A*), entraînant une perte de puissance.

Le diagnostic du centre mécanique où ma cliente s'était rendue à ce moment-là mentionnait que le turbo était en cause. Une fois la pièce remplacée, la voiture avait pu reprendre la route. Mais pourquoi le même problème un an plus tard ? Surtout durant la même saison, c'est-à-dire en hiver.

À ce moment-là, j'ai vraiment eu l'impression qu'il y avait quelque chose de bouché, un catalyseur ? Non, puisque aucun code n'était relié avec cette composante. Peut-être le filtre à air qui aurait absorbé de l'eau ? Après vérification, tout était sec, il ne restait plus qu'une pièce à vérifier qui pouvait causer ces deux codes d'erreur : l'intercooler !!! Il est bien placé pour causer ces problèmes de manque de puissance. Son rôle est de refroidir l'air avant son entrée dans le moteur. Chaleur et refroidissement égalent condensation, donc formation d'humidité.

L'eau et le froid ne font pas bon ménage C'est pourquoi le véhicule fonctionnait correctement après le remplacement du turbo : le garage étant chauffé, la glace qui s'était formée dans le refroidisseur a fondu et tout est ensuite rentré dans l'ordre.

Lorsque nous avons défait l'intercooler le lendemain, il n'y avait pas moins de 600 ml d'eau accumulés ! Impossible de bien fonctionner puisque tout était gelé à l'intérieur. Après avoir remplacé cette composante, les deux voitures ont pu reprendre la route à pleine puissance.



Mark Potvin est spécialiste du diagnostic mécanique et électronique.



Le coin rond professionnel est une impasse

Vous avez sûrement vu l'image qui circule sur le web d'une personne qui se fait tatouer un pégase sur le dos. Entre l'image que la personne tient en main et le tatouage, une grosse différence est facilement remarquable. Puis, en sous-titre, on écrit : « Il y aura toujours quelqu'un pour faire votre travail moins cher. ».

TEXTE **STEVE OBORNE**

Nous avons justement eu à réparer une auto qui était passée par là.

Le véhicule présenté pour cet article, un Jeep Liberty 2008, est à transmission manuelle. Il arrive sur la remorqueuse avec une plainte du propriétaire indiquant que l'embrayage ne fonctionne plus. De plus, il a déjà été remplacé une première fois et très peu de kilomètres ont été parcourus depuis son remplacement.

Alors, on constate très rapidement qu'effectivement l'embrayage ne fonctionne pas. Il n'y a pratiquement aucun symptôme sur la pédale d'embrayage. Il est fort probable que nous allons avoir, au minimum, un embrayage à remplacer.

Et c'est ici que ça se gâte. Une fois la transmission retirée, on constate que la dernière réparation n'a pas été faite dans les règles de l'art. Pire encore, le client n'a jamais été informé des décisions qui ont été prises lors de l'opération.

Dans un ensemble d'embrayage, il y a toujours le roulement pilote de transmission. Mais, pour le Liberty, un roulement complètement différent doit être acheté séparément. Le dernier atelier a décidé de remplacer le roulement par une pièce inappropriée et de faire des soudures pour la garder en place, le plus centré possible ! On s'entend, il n'y a pas grande précision dans tout ça.

Beaucoup d'ateliers se font accuser d'être trop chers ou trop à cheval sur des principes enseignés dans les formations. Cependant, je peux facilement utiliser cet exemple pour faire comprendre à ces gens que d'avoir été honnête dans cette situation aurait entraîné des coûts importants (véhicule immobilisé sur un pont élévateur en attendant l'arrivée d'une pièce, déplacement des autres rendez-vous, et j'en passe). Néanmoins, le travail aurait été fait de façon professionnelle.



Photo du roulement pilote qui avait été soudé.

Être transparent et compétent fait partie des éléments qui entraînent des coûts qui sont répercutés sur le taux horaire et le prix des réparations et de l'entretien en atelier. Alors, nos chers clients, soyez attentifs lors de vos comparaisons, et pour les ateliers, soyez conscients que votre manque de transparence pourrait très bien revenir vous hanter un jour, avec une facture.



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.

PHOTO **STEVE OBORNE**

AIA Québec

Une année sous le thème de la collaboration

L'année 2026 démarre sur les chapeaux de roues pour la division du Québec de l'AIA Canada.

TEXTE **MATHIEU CÔTÉ**

Au cours des prochains mois, la division du Québec de l'AIA Canada poursuivra son travail de valorisation des métiers de l'automobile tout en proposant des activités sociales et de formation pour resserrer les liens qui unissent ses membres. Faire entendre la voix unifiée des acteurs et des entreprises de notre secteur à tous les niveaux décisionnels gouvernementaux demeure pour nous une priorité. Concrètement, au Québec, cela signifie une collaboration plus étroite avec d'autres associations sectorielles importantes. Je reconnais le rôle primordial joué par ces associations professionnelles dans l'écoute des besoins spécifiques de leurs secteurs. Toutefois, dans nos efforts de lobbying et de communication avec les gouvernements, nous avons tout intérêt à parler d'une seule voix.

Des activités de terrain

Nous avons également poursuivi la belle tradition des visites de centres de formation professionnelle à travers le Québec. Nos rencontres avec des étudiants visent à les attirer vers tous les secteurs de l'entretien et de la réparation automobile. Il est essentiel de leur démontrer comment ils peuvent se construire des carrières enviables dans nos ateliers, mais aussi au sein de toutes les entreprises qui œuvrent dans l'écosystème du marché secondaire automobile. L'an dernier, nos bénévoles (étiez-vous parmi eux ?) ont visité 11 centres de formation et serré la main de 1 000 étudiants, tout en distribuant 9 000 $ en bourses.

Notre rôle est également de prendre soin de nos membres en leur offrant des activités qui rehaussent leurs connaissances et leurs aptitudes, les divertissent, ou leur permettent de passer de bons moments avec leurs collègues. La division du Québec de l'AIA Canada forme ainsi une communauté soudée par des intérêts partagés et un profond respect mutuel.

Le Grand Rendez-Vous

Ils pourront ainsi se retrouver au Grand Rendez-Vous, propulsé par la division du Québec de l'AIA Canada, qui se déroulera le 28 mai au complexe archéologique et historique de Pointe-à-Callière à Montréal. Cette soirée caritative ne manquera pas de profondeur, car le conférencier principal sera nul autre que Jean-François Lépine, journaliste de renom et expert en géopolitique. Dans le contexte d'instabilité commerciale et politique que nous vivons actuellement, son regard avisé sera assurément apprécié des participants.

Sur une note plus légère, nous venons de confirmer le déroulement de notre tournoi de golf annuel. Prenez note qu'il est déplacé au 27 août et se déroulera au Royal Bromont.

Les lecteurs de cette chronique ont pu constater les résultats des efforts menés par leur association ici au Québec, tout comme à Ottawa. L'AIA Canada et sa division québécoise ont remporté la longue lutte pour la reconnaissance du droit à la réparation et de tout ce qui en découle pour nos ateliers. Évidemment, d'autres dossiers nécessitent de poursuivre nos efforts, notamment en matière de recrutement de nouveaux talents.

C'est en travaillant étroitement avec nos membres et en nous associant à d'autres associations sectorielles que nous pourrons également accumuler des gains pour toute notre industrie.



Les rencontres dans les écoles sont bénéfiques pour tous.

PHOTO AIA CANADA



Mathieu Côté est directeur général de Pièces d'auto Alain Côté et président de la Division du Québec de l'AIA Canada.


Simplicit
CAR CARE
Audi

Simplicity Soins d'auto North York Central

Bâtir pour l'avenir

Simplicity Soins d'auto North York Central est un tout nouvel établissement bien outillé pour l'avenir.

TEXTE **HUW EVANS**

Simplicity Soins d'auto North York Central est un centre ultra-moderne impressionnant qui a ouvert ses portes en novembre 2025 après un parcours empreint de résilience, de détermination et d'engagement. M. Sinniah, qui est propriétaire et exploitant de l'entreprise, est un immigrant de première génération au Canada qui a toujours eu une passion pour les voitures. « J'ai d'abord été formé comme technicien en automobile, et je travaillais à l'entretien et à la réparation de véhicules. » Au Canada, après quatre ans comme technicien, Shangar Sinniah a eu l'occasion d'acquérir sa propre entreprise. Il raconte : « Je me spécialisais dans les travaux électriques et l'installation de systèmes audio. » Il a participé activement à la scène locale des voitures personnalisées et importées, mais après plusieurs cambriolages et constatant l'évolution du marché, il a décidé de changer de cap.

Saisir une occasion

« J'ai décidé de saisir une occasion et de me lancer dans la réparation de carrosserie », dit-il. En 2005, M. Sinniah a trouvé un emplacement, acquis l'équipement nécessaire et démarré son entreprise. « C'était difficile au début, trouver des clients était ardu », admet-il, mais les choses ont changé lorsqu'il a décroché des contrats avec des concessionnaires franchisés. Peu à peu, l'entreprise de Scarborough, en Ontario, a pris de l'expansion. À mesure que sa réputation s'établissait, M. Sinniah constatait que le secteur évoluait et qu'adhérer à un réseau offrirait de nombreux avantages, notamment l'accès à des contrats d'assurance importants. >

Shangar Sinniah, photographié avec sa fille Nirusha Shangar, a fait construire des installations impressionnantes.

« J'ai commencé à examiner des occasions de franchisage, et j'ai failli m'associer à un réseau dans mon ancien emplacement, mais nous n'avons finalement pas réussi à conclure l'affaire », explique-t-il.

M. Sinniah a néanmoins persévéré et a fini par découvrir une nouvelle occasion de franchise avec Simplicity Soins d'auto. « Je connaissais Frank Ieraci [père du président de Simplicity Soins d'auto, Domenic Ieraci] depuis longtemps, dit M. Sinniah. Je lui ai mentionné que je cherchais une franchise depuis plus de dix ans. Il m'a informé d'un nouveau territoire où une franchise devenait disponible. Alors, j'ai rencontré l'équipe de Simplicity Soins d'auto pour explorer les options. »

Nouvel emplacement

Quand M. Sinniah a trouvé un bâtiment désaffecté sur le croissant St. Regis à North York, tout s'est mis en place. « C'était un ancien garage que le gouvernement de l'Ontario avait acheté pour le démolir dans le cadre d'un projet de métro, dit-il. Mais les plans sont tombés à l'eau et la propriété a été mise en vente. »

M. Sinniah a pu l'acquérir avec l'objectif de construire un tout nouvel établissement, Simplicity Soins d'auto North York Central. Mais le moment choisi ne s'est pas avéré idéal. « Nous avons obtenu la propriété et commencé à demander les permis pour tout démolir et reconstruire, raconte M. Sinniah. Le problème : c'était début 2020, juste avant la pandémie. Quand la COVID a frappé, le projet a été retardé. »



Simplicity Soins d'auto North York Central est un tout nouveau centre de carrosserie, nouvellement construit.

Finalement, les choses ont commencé à avancer : les permis ont été approuvés, l'ancienne installation a été démolie et la construction du nouveau centre de carrosserie a débuté. Assis dans son bureau, M. Sinniah explique comment le projet s'est concrétisé et, compte tenu des circonstances, le résultat est impressionnant. La construction a enfin été achevée en 2025 et une ouverture officielle a eu lieu en novembre.

M. Sinniah, sa fille Nirusha Shangar et toute l'équipe sont fiers de ce centre de 5 500 pieds carrés équipé de technolo-



Des techniciens expérimentés et hautement qualifiés travaillent selon les normes de réparation les plus strictes.



Les hauts plafonds permettent à l'atelier d'accueillir des véhicules à toit haut, comme les fourgonnettes commerciales.

PHOTOS HUW EVANS





De g. à d.) Lu Saad, soutien TI de l'atelier ; Vito Attila, directeur, Performance des territoires, Simplicity Soins d'auto ; Shangar Sinniah ; Nirusha Shangar et Andres Moya, Simplicity Soins d'auto.

gies de pointe : cabine de peinture à tirage vers le bas, équipement de soudage avancé Pro Spot, outils de réparation d'aluminium et des outils complets d'étalonnage des systèmes d'aide à la conduite (ADAS) pour remettre les véhicules dans leur état d'origine.

Une équipe expérimentée

L'entreprise compte six employés à temps plein, dont trois techniciens licenciés. « En tant que technicien moi-même, je valorise l'expérience, l'expertise et la formation », souligne M. Sinniah. Bien qu'il soit technicien de formation, M. Sinniah se consacre aujourd'hui surtout à la gestion d'équipe, à la formation et à la stratégie. L'entreprise travaille sur des voitures, VUS et camionnettes demi-tonne, mais aussi sur des véhicules plus grands : camionnettes lourdes et fourgonnettes commerciales à toit haut.

« C'est l'une des raisons pour lesquelles le bâtiment est si haut et que les portes d'accès sont plus grandes », explique Nirusha, alors qu'on peut y voir une Mercedes-Benz Sprinter à toit surélevé en cours de réparation majeure de carrosserie. M. Sinniah ajoute également qu'il a dû installer une cabine de peinture pouvant accueillir ces véhicules plus grands. « Dans notre ancien emplacement, nous n'avions pas l'espace pour le faire, alors c'est formidable d'avoir désormais cette flexibilité. »

M. Sinniah a vu de première main à quel point le secteur de la réparation de carrosserie a évolué depuis ses débuts il y a 20 ans, notamment les avancées technologiques des véhicules et les types de réparations requises.

> « Nous sommes heureux de faire partie de ce grand réseau et de pouvoir saisir les occasions qui s'offrent à nous. »
>
> **SHANGAR SINNIAH** PROPRIÉTAIRE, SIMPLICITY SOINS D'AUTO NORTH YORK CENTRAL

« Les accrochages d'aujourd'hui ne sont plus des réparations peu coûteuses, dit-il. Si un pare-chocs doit être réparé ou remplacé, de nombreux aspects entrent en jeu, notamment la façon dont il est réparé, le type de peinture utilisé et la vérification du bon fonctionnement des ADAS. Même un phare fissuré ou endommagé peut coûter des milliers de dollars, alors qu'autrefois c'était une réparation simple et peu dispendieuse. C'est un secteur très différent aujourd'hui. »

Même si M. Sinniah est relativement nouveau comme franchisé au sein de Simplicity Soins d'auto, il affirme qu'il en voit déjà les avantages. Le réseau offre un soutien opérationnel, de la formation, de l'équipement et l'accès à plus de travaux d'assurance.

« Nous commençons déjà à en voir les retombées, explique M. Sinniah, et nous sommes heureux de faire partie de ce grand réseau et de pouvoir saisir les occasions qui s'offrent à nous. »

Rentabiliser les calibrations ADAS

S'assurer du bon fonctionnement de toutes les composantes du système avancé d'aide à la conduite (ADAS) avant de remettre un véhicule sur la route après sa réparation est un enjeu crucial pour les ateliers de carrosserie.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**



La complexité des systèmes ADAS demande des équipements, de l'espace et la formation des techniciens.

La vérification des capteurs, caméras, radars et lidars sur les véhicules avant leur remise aux clients est une préoccupation présente dans les ateliers depuis des années. Le développement et la commercialisation d'équipements dédiés à ces opérations, ainsi que la prise de conscience des partenaires assureurs quant à l'importance de ces travaux, pourraient laisser croire que la mise à niveau des systèmes ADAS est désormais courante dans nos ateliers de carrosserie. Cependant, après avoir discuté avec des experts du secteur, il est évident qu'il reste encore beaucoup à accomplir.

Ali Raza Rizvi, responsable régional de la performance pour l'Ontario Centre chez Simplicity Soins d'auto, a répondu avec précision et générosité à nos questions sur les calibrations ADAS.

« La réalité est inconfortable et indéniable : de nombreux véhicules retournent encore sur la route sans calibration ADAS adéquate après leur réparation en atelier. Cela expose tout le monde à des risques, notamment les conducteurs et leurs familles, les réparateurs, les propriétaires d'ateliers, les assureurs, ainsi que la crédibilité de l'industrie dans son ensemble », explique M. Raza Rizvi.

Des systèmes de sécurité incontournables

Comme il le souligne, les véhicules modernes s'appuient sur les systèmes ADAS — freinage d'urgence automatique, maintien de voie, régulateur de vitesse adaptatif — non pas comme des options, mais comme des systèmes de sécurité essentiels. Même des réparations apparemment mineures, comme le remplacement d'un pare-brise, de composants de pare-chocs, ou l'alignement des roues peuvent nécessiter une calibration ADAS selon les procédures du constructeur (OEM).

Le responsable de la performance pour Simplicity Soins d'auto ajoute que la bonne pratique est claire : « Si un système peut être affecté, il doit être vérifié. S'il doit être vérifié, il doit être documenté. La calibration ADAS ne consiste plus simplement à effacer des codes d'erreur, mais à rétablir le niveau de sécurité du véhicule tel qu'il était avant l'accident. »

Il est avantageux pour l'atelier de réaliser ces travaux à l'interne, car cela facilite le contrôle de leur qualité et permet de conserver les revenus au sein de l'entreprise. Selon cet expert, sous-traiter les calibrations coûte généralement entre 300 $ et 800 $ par intervention. Cet argent quitte l'atelier chaque fois que les travaux sont confiés à un tiers. Outre cet aspect financier, M. Raza Rizvi souligne que la calibration réalisée à l'interne permet de contrôler les conditions d'installation, d'éliminer les délais liés à un tiers et de constituer une documentation complète, essentielle pour la préparation des dossiers destinés aux assureurs.

Et le retour sur l'investissement ?

Nous avons relayé à M. Raza Rizvi une question souvent soulevée par les ateliers, à savoir comment ils prévoient rentabiliser ces équipements. Une crainte fréquente est la suivante : « Nous n'aurons jamais assez de calibrations pour justifier l'investissement », reconnaît notre expert. Il détaille l'investissement :

- Système de calibration ADAS : 25 000 $ à 45 000 $
- Outils de diagnostic et abonnements : 3 000 $ à 6 000 $/par an
- Formation et mise en place : 2 000 $ à 5 000 $

Il estime ensuite, à la lumière des chiffres compilés au sein du réseau Simplicity, que 70 à 90 % des véhicules récents nécessitent un pré-scan, 50 à 70 % nécessitent un post-scan et finalement, 25 à 40 % nécessitent au moins une calibration. M. Raza Rizvi applique ensuite la tarification issue des moyennes des ateliers canadiens.

- Pré-scan : 75 $ à 150 $
- Post-scan : 75 $ à 150 $
- Calibration statique : 300 $ à 600 $
- Calibration dynamique : 150 $ à 300 $

PHOTO **HUNTER ENGINEERING**

Il présente un scénario de retour sur l'investissement conservateur, basé sur huit à dix calibrations mensuelles pour une facturation moyenne de 400 $ par calibration, ce qui représente des revenus annuels oscillant entre 38 000 $ et 48 000 $.

« La plupart des ateliers récupèrent leur investissement en 12 à 18 mois. Par la suite, les services ADAS deviennent un service à forte marge de profit », conclut Ali Raza Rizvi.

Un pensez-y-bien

Rémi Michaud, directeur régional pour le Québec chez CARSTAR, soutient que la situation sur le terrain est plutôt inégale. « On parle d'investissements de dizaines de milliers de dollars pour l'achat d'équipements qui ne sont pas toujours facilement rentabilisables. De plus, on observe un nombre croissant de calibrations dynamiques, qui se font sur la route et ne nécessitent pas de machines en atelier. »

Il ajoute également que tous les ateliers n'ont pas l'espace, le temps ou les ressources humaines nécessaires pour offrir ce service de pointe. De plus, selon lui, plusieurs assureurs doivent être sensibilisés sur la nécessité de réaliser toutes les calibrations avant de remettre les véhicules de leurs clients sur la route et de payer à leur pleine valeur l'opération.

Cela dit, M. Michaud concède que ne pas effectuer à l'interne les vérifications et calibrations des composantes des systèmes avancés d'aide à la conduite représente une opportunité manquée de contrôler la qualité et les délais tout en générant des revenus supplémentaires.

« Ce que je dis aux carrossiers, c'est que s'ils veulent réaliser ces opérations de calibration, ils doivent le faire sérieusement », maintient le directeur régional de CARSTAR. « Identifier les vrais problèmes avant la réparation, s'assurer qu'ils sont correctement corrigés et les documenter demandent de la rigueur. Cette vigilance doit s'appliquer durant les travaux, car le remplacement d'un pare-chocs, par exemple, peut déplacer un radar qu'il faudra calibrer par la suite. Nous entendons encore aujourd'hui de nombreuses histoires d'horreur ! »

Selon lui, la solution est de s'entendre avec un carrossier du réseau qui détient cette expertise pour lui confier cette opération.

Zakari Krieger, vice-président de Prime CarCare du Réseau Fix Canada, constate également que « de nombreux véhicules retournent sur la route après des réparations de collision sans diagnostics ni calibrations ADAS appropriés. Cet écart entre la technologie des véhicules et l'exécution des réparations représente à la fois un risque sérieux en matière de responsabilité et une occasion d'affaires manquée pour les ateliers de réparation de collision. »

Avec une approche réaliste, M. Krieger reconnaît que, pour de nombreux carrossiers, la question clé demeure de savoir s'il faut effectuer les calibrations à l'interne ou continuer à sous-traiter ce travail.

« Il n'existe pas de solution universelle. Toutefois, pour les ateliers disposant d'un volume suffisant, d'une superficie adéquate et d'une solide maturité opérationnelle, les calibrations réalisées à l'interne peuvent devenir un avantage stratégique. »

M. Krieger constate que de nombreux propriétaires d'ateliers au sein du Réseau Fix au Canada ont adopté une approche d'affaires segmentée, séparant les opérations de calibration et de vitres d'auto des activités traditionnelles de réparation de collision. « Ce modèle permet aux propriétaires de maintenir leur concentration opérationnelle tout en créant un fournisseur interne contrôlé pour les diagnostics et la calibration ADAS. Les ateliers gèrent les véhicules en interne, ce qui permet de conserver les revenus au sein de l'entreprise tout en améliorant les délais de traitement, le contrôle de la qualité et la cohérence des données. »

Dans ce réseau, certains propriétaires vont plus loin en intégrant les opérations NOVUS Vitres d'auto, afin de capter un potentiel commercial supplémentaire. « Au-delà du soutien au volume interne de carrosserie, les services de vitres et de calibration ouvrent de nouvelles sources de revenus, tant B2B que grand public », signale avec justesse M. Krieger.

Conserver l'expertise

Ce constat rejoint l'opinion de ses collègues qui voient dans le développement d'une expertise au sein de certains ateliers une solution de transition, garantissant que les volumes d'affaires restent au moins, au sein du réseau des ateliers de la même franchise.

En prenant du recul, M. Krieger souligne que « des unités d'affaires diversifiées mais complémentaires renforcent également la planification de la relève et la valeur de l'entreprise, en créant des modèles d'affaires plus clairs et évolutifs, soutenus par des marques reconnues et des processus standardisés. »

En conclusion de cette discussion, Zakari Krieger explique que le Réseau Fix soutient ses franchisés grâce à des données opérationnelles complètes et à des modèles d'analyse de rentabilité. C'est une manière structurée de déterminer quand les calibrations réalisées à l'interne sont judicieuses — et quand elles ne le sont pas. « L'objectif n'est pas simplement d'ajouter un service, mais de s'assurer qu'il contribue de façon durable à la rentabilité et à l'efficacité opérationnelle », conclut M. Krieger.



L'avantage d'ADAS

Une sélection intelligente d'équipement fait toute la différence pour les ateliers.

TEXTE **GODFREY BUDD**

Les systèmes avancés d'aide à la conduite (ADAS), autrefois réservés aux véhicules haut de gamme, sont désormais omniprésents et leur maîtrise est devenue une nécessité opérationnelle pour les centres de réparation de carrosserie. Aujourd'hui, le marché de la calibration des ADAS se trouve à un point d'inflexion critique de croissance. « Si 86 % des ateliers effectuent désormais certaines calibrations à l'interne, seulement 21 % ont un processus entièrement optimisé. Cet écart représente un défi mais aussi une opportunité pour l'industrie », selon un rapport d'octobre 2025 de Revv, qui se spécialise dans les solutions logicielles et les programmes liés aux ADAS. Le rapport est basé sur un sondage auprès de 300 ateliers de carrosserie, de mécanique et de vitrage à travers l'Amérique du Nord. (Carrosserie 59 %, mécanique 33 %, vitrage 8 %)

Considérations relatives aux coûts

Sans surprise, l'un des obstacles est le coût. Les ateliers signalent un investissement initial moyen de 55 494 $ US, avec des coûts d'équipement de 18 773 $ US en moyenne annuellement. De plus, « la formation reste un enjeu majeur, 49 % citant les coûts et le temps perdu en production comme principales préoccupations », selon Revv.

Malgré les obstacles, le rapport reste optimiste : les ateliers prévoient une hausse de 30 % de leur travail d'ADAS d'ici deux ans. Plusieurs planifient de faire davantage de calibration interne, passant de 57 % à 64 % d'ici deux ans.

Un rapport de Market Report Analytics (MRA) prévoit une expansion rapide continue des ADAS à travers le monde au cours des prochaines années, les automobiles — et non les camionnettes — représentant environ 70 % de la croissance.

Risque, cohérence et documentation

Les véhicules modernes nécessitent des calibrations d'une grande précision, lesquelles sont influencées par les conditions environnementales, la précision de l'alignement, le positionnement des cibles et l'exécution du logiciel. « Les décisions d'équipement ne sont plus motivées par des caractéristiques «agréables à avoir», mais par la gestion des risques, la cohérence et la documentation. Les ateliers investissent donc pour effectuer des calibrations de manière défendable, d'une façon qui soutient les exigences OEM (fabricant d'équipement d'origine), l'examen minutieux des assureurs et, ultimement, la sécurité des véhicules », explique Joel Adcock, directeur des partenariats stratégiques chez Revv. La plupart des ateliers équipés pour les ADAS se concentrent sur quelques catégories d'équipement essentielles, affirme M. Adcock.

Parmi les principaux équipements figurent les outils de diagnostic et les plateformes de balayage. « Ils constituent le point de départ de toute décision concernant les ADAS. Les balayages pré et post-réparation déterminent quels systèmes sont touchés, si des calibrations sont nécessaires et si des défauts subsistent après les réparations. Avec l'informatisation croissante des véhicules, la couverture de balayage et la fréquence des mises à jour importent autant que les capacités matérielles », indique M. Adcock.

Assurer la précision

Les systèmes de calibration et configurations de cibles sont également essentiels. Ils incluent cadres de calibration statique, cibles et équipement auxiliaire. Ils garantissent la précision, la reproductibilité et le respect des procédures OEM.

PHOTO **SNAP-ON**

Les ateliers privilégient de plus en plus les systèmes réduisant les variations de configuration et la subjectivité du technicien.

Les ateliers effectuant des calibrations d'ADAS ajoutent l'alignement des roues à leurs opérations, puisqu'un simple désalignement suffit à compromettre une calibration et la sécurité du véhicule. « En conséquence, l'équipement d'alignement qui s'intègre étroitement aux flux de travail liés aux ADAS est devenu un investissement prioritaire, non pas un ajout facultatif », affirme M. Adcock.

D'autres facteurs, tels que l'espace disponible, les planchers nivelés et l'éclairage, bien qu'ils ne soient pas considérés comme de l'équipement à proprement parler, doivent néanmoins respecter des spécifications précises pour garantir le succès des calibrations. Les principaux fournisseurs d'équipement de calibration d'ADAS aujourd'hui incluent John Bean (Snap-on), Hunter Engineering et Autel.

Approche et adéquation à l'atelier

M. Adcock indique que plutôt qu'un « leader incontesté » dans les catégories de produits ou les fabricants, la différenciation se joue plutôt sur l'approche adoptée, les priorités établies, la philosophie et la compatibilité avec les besoins de l'atelier. « Certaines plateformes privilégient l'intégration avec les systèmes d'alignement et des environnements hautement contrôlés. D'autres misent sur la flexibilité, une couverture plus vaste de modèles de véhicules et des prix compétitifs. Certaines excellent en logiciels et diagnostics, d'autres en précision technique et reproductibilité. »

Les ateliers les plus efficaces choisissent leur plateforme selon la variété de véhicules traités, le volume d'activité, l'expertise technique de leur personnel, l'espace disponible et leur modèle de calibration (interne ou partiellement sous-traitée). « En d'autres termes, le «meilleur» système est souvent celui qui s'aligne le mieux avec la réalité du flux de travail d'un atelier et pas seulement sa liste de caractéristiques », affirme M. Adcock.

Certains investissements dans les ADAS semblent mieux adaptés aux ateliers plus grands, mais l'écart entre les grands établissements et les plus petits pourrait se rétrécir. Les centres à haut volume investissent davantage dans des baies dédiées, des systèmes intégrés et des contrôles environnementaux avancés. D'autre part, les ateliers plus petits et indépendants participent de plus en plus par le biais de modèles hybrides à l'interne et de sous-traitance, de partenariats de calibration mobile et d'investissements ciblés axés sur les diagnostics, la documentation et la conformité. Dans cette optique, la stratégie de réparation pourrait être un facteur déterminant, autant sinon plus que la taille de l'atelier, quant au volume de travail de calibration d'ADAS.

Spécifications OEM

La calibration pour les ADAS implique des tâches telles que le réglage des Lidar, radars, caméras et cibles pour effectuer des alignements et s'assurer que la suite de fonctions des ADAS fonctionne efficacement et en toute sécurité. Il est essentiel que les spécifications d'origine soient suivies et que les calibrations respectent leurs exigences.

Les logiciels peuvent fournir une aide précieuse aux calibrations d'ADAS. « Le matériel permet la calibration, tandis que le logiciel permet la cohérence, la conformité et la confiance. Chez Revv, notre objectif a été d'aider les ateliers de carrosserie à répondre à trois questions fondamentales : Quelles sont les exigences spécifiques de ce véhicule ? Comment démontrer que le travail a été fait correctement ? Comment le documenter et le facturer de façon claire ? », affirme M. Adcock.

Il note que le logiciel de Revv soutient : la recherche d'ADAS spécifique au NIV liée aux exigences OEM, les parcours de diagnostic et de calibration basés sur la configuration réelle du véhicule, la documentation qui soutient les assureurs, les vérificateurs et l'assurance qualité interne, et une façon structurée de justifier et de facturer les opérations liées aux ADAS. « L'objectif n'est pas de remplacer l'équipement ou les techniciens, mais de relier diagnostics, calibrations, procédures et documentation dans un flux de travail défendable », précise-t-il.

Ce qui peut être fait

Les radars liés aux ADAS, qui pourraient nécessiter une calibration en cas de collision, se trouvent principalement sur les pare-chocs, les ensembles de calandre et les rétroviseurs. « Lorsqu'on travaille sur un véhicule équipé d'ADAS, un atelier doit savoir exactement ce qui peut et ne peut pas être réparé. Toute l'information provient du constructeur. Certains fabricants indiquent que le pare-chocs doit être remplacé en cas de dommages d'un certain niveau », explique Brad Kruhlak, gestionnaire technique chez Revêtements automobiles et aérospatiaux AkzoNobel.

Une mésaventure coûteuse illustre bien le propos. M. Kruhlak note un exemple où, « dans le cas d'un pare-chocs réparé, un atelier a appliqué trop de peinture et les ADAS ne fonctionnaient plus. Par conséquent, il a été nécessaire d'acheter un nouveau pare-chocs pour une Porsche Panamera. L'atelier a dû absorber le coût puisqu'il n'avait pas fait ses devoirs. Le coût dépassait 7 000 $. »

Femmes aux commandes

Deux franchisées qui font avancer le Réseau Fix

À l'occasion de la Journée internationale des femmes, le Réseau Fix est fier de célébrer des femmes remarquables dont le leadership redéfinit les attentes, modernise les opérations et prouve que l'entrepreneuriat dans cette industrie repose sur la vision, la résilience et l'engagement communautaire.

TEXTE **RÉSEAU FIX**

Parmi elles, les franchisées Sarah Maude Giguère et Anita Slovak se démarquent. Bien que leurs parcours soient distincts, leur impact est commun. Chacune rehausse les standards, inspire les futurs propriétaires et illustre pourquoi le Réseau Fix demeure un choix idéal pour les entrepreneurs qui souhaitent bâtir des entreprises porteuses de sens et durables.



Sarah Maude Giguère

Sarah Maude Giguère

Carrossier ProColor

Façonner l'avenir par l'héritage et le leadership

Sarah-Maude Giguère représente une nouvelle génération de femmes qui redéfinissent ce à quoi ressemble le leadership dans l'industrie de la réparation de carrosserie. Elle a grandi dans l'atelier de son père, où elle a développé une fascination précoce pour l'artisanat, la précision et la discipline requise pour réparer des véhicules avec soin. Cet apprentissage forgé dès l'enfance aux côtés de son père, lui a donné à la fois les bases techniques et l'assurance nécessaire pour devenir propriétaire de Carrossier ProColor Lac St Charles. Sa décision d'assumer cette responsabilité ne résulte pas d'un seul moment décisif, mais d'un cheminement qui l'a amenée à tester ses capacités et à faire confiance à sa résilience. Tout au long de sa carrière, Sarah Maude a appris que le succès dans ce domaine exigeant nécessite rigueur, constance et patience. Elle mise sur une structure solide et une vision claire, tout en veillant à maintenir un équilibre entre performance et bien-être humain. Elle se fixe des objectifs ambitieux et s'y consacre entièrement, sans négliger le bien-être de son équipe ou le sien

Son engagement envers sa communauté est tout aussi important. Chaque année, elle accueille des étudiants en stage et soutient activement des organisations locales. Elle est fière de servir le quartier où elle a grandi et apprécie l'opportunité de former la prochaine génération de talents de l'industrie. Animée par la curiosité et un désir d'amélioration continue, elle s'engage à rester à l'avant-garde des changements dans l'industrie, particulièrement en ce qui concerne les nouvelles technologies automobiles. Son histoire reflète la détermination, le leadership moderne et un profond sens des responsabilités, lui permettant de perpétuer l'héritage de sa famille tout en façonnant l'avenir de l'industrie.

Anita Slovak

fix AUTO COLLISION

Briser les barrières et bâtir la confiance

À Quesnel, en Colombie-Britannique, Anita Slovak a transformé Fix Auto en l'un des centres de réparation de carrosserie les plus fiables de la région. Son parcours a débuté en 2017 lorsqu'elle et son partenaire ont acheté leur installation. Sans formation automobile mais forte de son expérience en comptabilité, elle est entrée dans l'industrie avec la volonté d'apprendre et de maintenir des standards élevés de service. Malgré le scepticisme initial lié à son statut de nouvelle venue dans un domaine à prédominance masculine, elle s'est appliquée à prouver sa valeur auprès de son équipe, de ses clients et de sa communauté.

Au cours de sa première année, cette détermination l'a aidée à doubler ses ventes et à remporter le prix Entrepreneur lors de la Convention nationale Fix Auto. Elle a poursuivi sur cette lancée en complétant plus de 40 formations et en développant une expertise en estimation, en processus d'assurance et en gestion d'atelier. Sous sa gouverne, l'entreprise s'est agrandie par l'acquisition du bâtiment adjacent, la modernisation de l'équipement et l'amélioration de l'expérience client. Ses réalisations ont été reconnues en 2022 lorsqu'elle a été nommée Personnalité d'affaires de l'année par la Ville de Quesnel.

Aujourd'hui, Mme Slovak exploite une entreprise florissante renforcée par une équipe dévouée, une entreprise de lettrage et une clientèle fidèle. Son atelier offre un service accueillant, une communication claire, des réparations de qualité et une expérience rationalisée, le tout soutenu par des estimateurs qualifiés et des installations modernes.

L'histoire de Mme Slovak démontre que les franchisés n'ont pas besoin d'une formation automobile pour réussir dans l'industrie de la carrosserie. Son parcours montre comment l'engagement envers la clientèle, l'apprentissage continu et des opérations disciplinées peuvent transformer une entreprise en une présence communautaire de confiance.


Anita Slovak

Comment les femmes façonnent l'avenir du Réseau Fix

Sarah Maude Giguère et Anita Slovak prouvent que les femmes ne font pas que réussir chez Réseau Fix, elles en définissent l'avenir. Leurs histoires montrent ce qu'on peut accomplir quand passion et soutien se conjuguent, offrant un modèle inspirant pour les femmes qui aspirent à devenir franchisées.

- Parcours pour diriger et grandir : Bien qu'issues de milieux distincts, elles prouvent qu'avec curiosité, leadership et soif d'apprentissage, les femmes peuvent créer leur propre réussite. Le Réseau Fix fournit l'encadrement ; les franchisées, la vision.
- Un réseau qui célèbre les femmes : Le Réseau Fix valorise les contributions des femmes à travers ses marques, reconnaissant la valeur qu'elles apportent au service à la clientèle, à la culture d'équipe et à la croissance de l'entreprise.
- Formation et outils qui renforcent la confiance : De la formation technique aux ressources de gestion, le Réseau Fix offre aux propriétaires tout le soutien nécessaire pour réussir sans avoir à tout faire seuls.
- Forces qui favorisent le succès : Au sein du Réseau Fix, la communication, le travail d'équipe, la résolution de problèmes et l'engagement communautaire transforment les franchises en espaces fiables où les clients se sentent compris, soutenus et assurés que leur véhicule sera réparé avec soin et expertise.
- Créer un impact local : Ces deux entrepreneures sont devenues des piliers de leur milieu en dirigeant des ateliers bâtis sur la confiance, la sécurité et le service. Le Réseau Fix offre aux femmes une opportunité rare : conjuguer entrepreneuriat et leadership local pour faire une réelle différence.

Les parcours de ces deux franchisées portent un message puissant : il y a de la place pour vous ici, et votre vision est essentielle. Leurs expériences prouvent que les femmes peuvent s'imposer dans l'industrie automobile avec assurance, innover avec audace et bâtir des entreprises prospères fidèles à leurs valeurs. Elles confirment également que le Réseau Fix n'accueille pas seulement les franchisées : il se renforce grâce à elles.

Expert Carrossier Rive-Sud

Diversifier son expertise pour assurer sa prospérité

Le secteur de la carrosserie n'échappe pas à la complexité croissante des véhicules.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**



(de g. à d.) Éric Bernard, président et directeur général; Malcom Willshire, directeur des opérations; Jennifer Bernard, chargée de la qualité du service et Sylvie Breton, vice-présidente aux finances et co-propriétaire.

Plus que jamais, les « artisans de la tôle » se doivent d'approfondir leur champ de connaissances pour jongler avec la panoplie de technologies émergentes. Chaque réparation doit se faire dans les règles de l'art et selon les standards des constructeurs, une référence qui s'impose de plus en plus comme un incontournable.

Au lieu de subir, l'Expert Carrossier Rive-Sud a choisi d'anticiper les besoins du marché. Certifications, formations continues et équipements de pointe sont autant d'éléments qui constituent l'approche innovante de cet atelier de Québec. Ce virage, amorcé il y a plus d'une dizaine d'années, se poursuit sous la direction de la troisième génération avec, à sa tête, Jennifer Bernard. Responsable de la qualité du service, elle incarne cette volonté d'évoluer avec son temps et d'être parée pour répondre aux exigences de demain.

Pourtant, rien ne laissait présager que la jeune femme reprendrait un jour les rênes de l'entreprise familiale fondée par son grand-père en 1973. Contrairement à la majorité des histoires de relève, la pression n'était pas au rendez-vous. Son père souhaitait au contraire que ses enfants tracent eux-mêmes leur voie. « Je ne veux pas que vous travailliez avec nous », leur disait-il. « Je veux que vous viviez vos propres rêves. » En pleine pandémie, alors qu'elle poursuit ses études en sciences de la consommation à l'Université Laval, Mme Bernard s'immisce dans ce « nouvel » univers qui fait pourtant partie de son quotidien depuis toujours. C'est derrière le comptoir de la réception qu'elle met à profit ses expériences de travail antérieures. Ses connaissances et son intérêt progressent rapidement sur le terrain, nourris par l'ardeur des employés qu'elle côtoie chaque jour. De l'accueil, elle migre ensuite vers l'inspection des dossiers.

Un quatuor gagnant

En 2024, elle endosse le rôle d'actionnaire aux côtés d'Éric, son père, et de Malcom Willshire. Ce dernier, qui a suivi le même cursus universitaire que Mme Bernard, assume le poste de directeur des opérations pour l'Expert Carrossier Rive-Sud et le Carrossier Rive-Sud, la division du groupe spécialisée dans la fabrication de camions lourds. M. Bernard, quant à lui, « travaille fort à devenir inutile », lance-t-elle en riant. Sa mère, Sylvie Breton, complète l'équipe. Vice-présidente aux finances et co-propriétaire des deux entités, la femme d'affaires travaille au sein du groupe depuis 1994.

La transition générationnelle s'effectue graduellement, mais le désir d'excellence se transmet de père en fille. Les certifications figurent parmi les piliers essentiels à la réalisation de cette vision commune. L'atelier, qui s'affiche sous la bannière CarrXpert, en détient aujourd'hui 18. Cet investissement n'a pas toujours fait l'unanimité dans l'industrie, mais il s'impose éventuellement comme un passage obligé en raison de la complexité croissante des véhicules, croit Mme Bernard. « Les certifications, c'est le futur et ça va le devenir de plus en plus. Ça offre au client une tranquillité d'esprit, puis ça responsabilise l'entreprise. Car en plus d'être esthétique, la réparation doit aussi répondre aux standards du constructeur. »

Cette volonté de conformité, qui flirte avec celle de se démarquer, a mené l'Expert Carrossier Rive-Sud à se tourner vers le créneau haut de gamme. En 2015, alors que les véhicules de luxe gagnent en popularité dans la région, elle décroche la certification Porsche. L'expertise de l'entreprise croît au même rythme que l'implantation des griffes prestigieuses sur le territoire de la Capitale-Nationale. « Depuis l'inauguration du concessionnaire Maserati Québec, nous avons été approchés pour être certifiés pour les marques Maserati, McLaren et Lotus », souligne fièrement Mme Bernard.

Un investissement qui rapporte

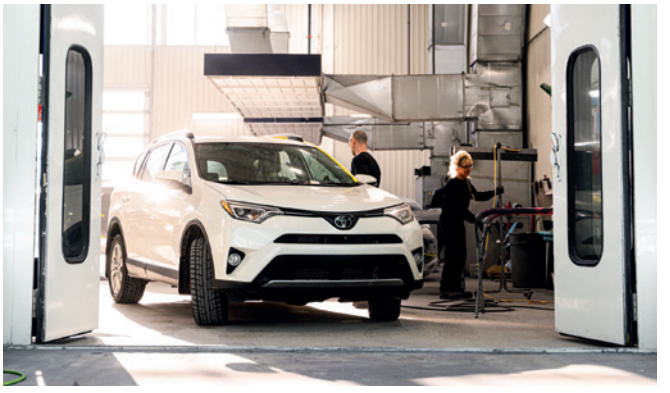
Bien que certaines certifications exigent des investissements plus considérables, la co-propriétaire maintient que le jeu en vaut la chandelle puisque les connaissances acquises profitent

PHOTOS **LUDOVIC GAUTHIER**



à l'ensemble des réparations. Même si l'atelier peut désormais accueillir des supercars dans ses installations, ses dirigeants restent bien ancrés dans la réalité.

Mme Bernard soutient que le futur de la carrosserie se joue dès aujourd'hui. Consciente de l'inévitabilité de l'électrification, elle élabore déjà un plan de match afin que ses équipes soient prêtes « quand ça va être la majorité ». Actuellement, les véhicules hybrides et électriques représentent « un bon 30 % du volume des réparations ». L'intégration de l'intelligence artificielle, la robotisation et l'automatisation des processus sont d'autres avenues qu'elle explore. L'objectif ultime n'est pas de remplacer l'expertise humaine, mais bien de l'utiliser de concert avec les technologies disponibles pour optimiser les temps de cycle et améliorer la productivité globale. Nonobstant les visées de modernisation de l'Expert Carrossier Rive-Sud, l'individu occupera toujours une place importante au sein de l'entreprise, insiste Mme Bernard. Le savoir-faire artisanal des techniciens, dont certains cumulent plusieurs décennies d'expérience, constitue une richesse inestimable. Elle déplore toutefois le déclin d'intérêt pour les métiers de son secteur d'activités. Ainsi, pour encourager la relève, elle multiplie les initiatives avec les écoles et les centres de formation. Soutenues par des infrastructures à la fine pointe et des conditions de travail attractives, elle espère que ces démarches contribueront à montrer que l'atelier de carrosserie est un milieu stimulant et en évolution, mais par-dessus tout, porteur d'un bel avenir.



L'Expert Carrossier Rive-Sud dispose d'un vaste portfolio de certifications qui englobe une variété de segments, des véhicules pour les déplacements quotidiens jusqu'aux voitures exotiques.



Auto-jobs.ca®

TROUVEZ VOTRE PROCHAIN PRO DE L'AUTOMOBILE DÈS AUJOURD'HUI !

Recrutez des talents qualifiés en carrosserie, concessionnaires, pneus et mécanique.

Les experts en RH automobile au Canada depuis 2005.

AIA Canada *Partenaire officiel de l'AIA Canada pour l'emploi*

Un parcours humain, résilient et profondément inspirant

Il y a des parcours professionnels qui tracent une ligne droite. Celui de Mario Comtois, lui, dessine plutôt une trajectoire riche et sinueuse.

TEXTE **KASSY VAUDRY**



Mario Comtois, un incontournable dans l'industrie, a fait un survol de son parcours professionnel, et personnel.

Aujourd'hui directeur du développement et animateur de podcast chez PME GURU, Mario cumule plus de 40 ans d'expérience dans l'industrie automobile. Mais derrière cet impressionnant CV se cache surtout un homme de cœur animé d'un désir profond d'accompagner, de comprendre et de faire grandir.

Son histoire débute au Saguenay. Après le secondaire, il vise une carrière en télévision au Cégep de Jonquière. Mais un programme contingenté et quelques notes insuffisantes réorientent son parcours. Grâce à un contact, il obtient une entrevue chez Uni-Select en 1980. À sa grande surprise, il se retrouve dans un entrepôt rempli de pièces automobiles, un domaine dont il ne connaît absolument rien. Malgré ses doutes, il saute à pieds joints dans l'aventure, débutant comme « picker » à l'entrepôt de Boucherville.

Trois semaines plus tard, animé par son besoin constant de nouveaux défis, il passe à l'expédition, puis au quart du soir comme superviseur d'une équipe de 80 employés. Soutenu par son employeur, il retourne aux études et complète un certificat en administration. C'est là qu'il découvre sa passion pour le marketing et le développement de marque.

Apprendre sur le terrain

Avant de lui ouvrir la porte du marketing, ses patrons l'incitent à aller sur le terrain. Mario accepte et devient représentant. Ce virage lui permet de maximiser son expérience et son lien privilégié avec les clients. Il crée le concept du « camping », qui consiste à passer quelques jours dans le magasin d'un client et à occuper tour à tour chacun des postes.

Planifications stratégiques, accompagnement à la relève, soutien lors d'acquisitions ou de ventes de succursales, participation aux congrès, animation de galas, organisation d'événements internes… Mario ne fait jamais les choses à moitié. Il développe une expertise unique, fondée sur l'écoute, la proximité et un profond respect pour l'humain derrière l'entreprise.

Après un changement de direction, Mario sent qu'il n'est plus utilisé à la pleine mesure de son potentiel. Il quitte donc Uni-Select et accepte le poste de directeur général chez CARRUS. Pendant deux ans et demi, il se consacre intensément à un projet qui lui tient à cœur : un catalogue électronique québécois. Un projet ambitieux qui, malheureusement, ne verra jamais le jour, laissant place à un véritable deuil professionnel.

Prendre un pas de recul

Un nouveau changement de gestion survient et Mario ne se reconnaît plus dans les valeurs de l'entreprise. Il continue malgré tout, jusqu'à ce que son corps l'arrête : épuisement, insomnie et anxiété. Son médecin lui diagnostique un trouble de l'adaptation. Il entame alors un processus thérapeutique pour se rebâtir et comprendre comment il a franchi cette limite. Une fois remis sur pied, il sait qu'il ne retournera pas à cet emploi.

C'est finalement chez PME GURU qu'il retrouve sa voie. Aux côtés de Jean François Claveau, il contribue aujourd'hui à transformer l'industrie en outillant les ateliers à partir de données quotidiennes, de tableaux de bord, de groupes de performance et d'un accompagnement serré.

Il anime également deux podcasts mensuels, toujours avec le même désir : informer, inspirer et faire évoluer. Il contribue aussi à la plateforme numérique *Autosphere.ca*.

Mario Comtois est la preuve qu'un parcours n'a pas besoin d'être parfait pour être remarquable — il doit simplement être profondément humain.



Kassy Vaudry est également chroniqueuse pour *Autosphere.ca* où vous pouvez découvrir ses réflexions originales sur les gens qu'elle rencontre lors de ses podcasts. Vous pouvez aussi y trouver les entrevues complètes.

PHOTO **SPOTLIGHT CARROSSERIE**

Aborder les réparations modernes en toute confiance

Il est essentiel de rester en avance sur l'évolution des exigences de réparation. CSN Collision offre aux ateliers un savoir partagé, une expérience collective et un soutien pratique pour renforcer leurs opérations et accroître leur rentabilité.

Opérations
Optimisez les processus de votre atelier pour gagner en efficacité et en qualité.

Recrutement
Attirez et retenez les meilleurs talents grâce à notre soutien en dotation.

Ristournes fournisseurs
Bénéficiez de remises exclusives pour réduire vos coûts.

Partenariats OEM et assureurs
Générez plus d'affaires grâce à notre réseau de partenaires de confiance.

Plateforme d'apprentissage
Offrez à votre équipe une formation à la fine pointe de l'industrie.

Marketing
Renforcez votre image de marque et élargissez votre clientèle.



Découvrez l'avantage du réseau CSN
Visitez csncollision.com

CSN COLLISION



L'ultime personnalisation de la couleur pour un véhicule

J'ai abordé le sujet de la personnalisation de la couleur des automobiles dans des chroniques ultérieures. En 2021, je m'étais penché sur les programmes de personnalisation proposés par les manufacturiers, puis, en 2022, sur un prototype de BMW capable de faire varier la carrosserie du blanc au noir grâce au système « E-Ink », inspiré des liseuses électroniques.

TEXTE **NORMAND CORMIER**

BMW a présenté en octobre 2024 la BMW525i Flow NOSTOKANA qui avait évolué au point de pouvoir offrir des teintes de couleur sur les panneaux du véhicule, mais aussi de présenter des graphiques animés d'art visuel.

Porsche veut pousser la technologie encore plus loin

Porsche offre déjà deux programmes de personnalisation à sa clientèle. Pour environ 15 000 $ US, elle peut choisir à partir d'un catalogue de plus de 220 teintes préapprouvées, issues des vastes collections historiques et spéciales de Porsche. Pour approximativement 30 000 $ US, elle peut obtenir une teinte développée pour s'agencer à pratiquement n'importe quoi : un meuble, un vêtement ou une couleur de vernis à ongles. En revanche, le procédé de développement de la couleur prend environ neuf mois… Ainsi, il peut s'écouler jusqu'à un an avant de recevoir sa nouvelle voiture.

Un processus breveté

Porsche s'est vu accorder un brevet le 4 décembre dernier pour une technologie offrant une teinte qui s'adapte en temps réel ! L'illustration qui accompagne le brevet montre une Porsche 911 avec un système qui permet de changer la couleur extérieure du véhicule selon les données fournies par une caméra placée à l'intérieur de l'habitacle. À la rigueur, une caméra de téléphone intelligent pourrait être connectée à l'ordinateur du véhicule et fournir ces données. Le brevet suggère l'utilisation d'un "revêtement activement contrôlable et optiquement modifiable" en utilisant des particules de pigments stimulées électriquement. Cette technologie existe déjà, mais elle est statique et ne permet pas de changement de couleur.

Porsche songe à utiliser une technologie similaire en utilisant des couches superposées de rouge, vert et bleu. En théorie, cette approche qui emprunte le principe RGB pourrait permettre de créer un éventail assez large de couleurs.

Le summum de l'harmonisation

Donc, en théorie, la couleur détectée par la caméra pourrait recréer en temps réel n'importe quelle teinte : votre veston, un coucher de soleil, un rouge à lèvres, etc. C'est un peu comme un spectrophotomètre qu'on utilise dans un atelier.

Le brevet est davantage en lien avec la méthode à employer que la technologie qui serait finalement utilisée. Pour l'instant, le brevet suggère que l'utilisation initiale serait pour les salles de montre des concessionnaires. Ils auraient la possibilité de montrer toutes les couleurs de carrosserie disponibles sur un même véhicule.

La durabilité, l'entretien, les coûts de réparation et la surface spécifique couverte devraient tous être résolus avant que les clients puissent commencer à commander des véhicules à changement de couleur.

Les dépôts de brevets ne garantissent pas l'utilisation de cette technologie dans les véhicules futurs et sont souvent utilisés exclusivement comme moyen de protection de la propriété intellectuelle.

La technologie est tout de même impressionnante !



Normand Cormier est directeur de la formation en classe pour l'Amérique du Nord et l'Amérique Latine pour les Systèmes de Revêtements Axalta
normand.a.cormier@axalta.com.

PHOTO **PORSCHE**

Innoviste

Des recommandations pour faire avancer la carrosserie

Innoviste, organisme dont le mandat est de soutenir le développement de la main-d'œuvre au sein des entreprises du secteur automobile, a présenté le 4 février les résultats d'une étude sectorielle de la carrosserie qui se conclut par une série de recommandations.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Réalisée en consultation avec plusieurs acteurs du secteur de la carrosserie - fournisseurs, réseaux, associations et autres partenaires -, l'étude repose sur une analyse du secteur ainsi que sur un sondage mené auprès de propriétaires et d'employés d'ateliers de carrosserie du Québec.

Caroline Lacasse, de la firme Upsylon et Carolle Larose de la firme conseil portant son nom, ont assemblé cette vaste enquête. Pour alimenter leurs réflexions, le duo de spécialistes a compté sur 279 répondants à un long questionnaire envoyé aux ateliers de carrosseries québécois.

Un document à consulter

Le portrait sectoriel de plus de 150 pages est accessible sur le site d'Innoviste, sous l'onglet Documentation.

Ce qu'on peut en retenir de cet exercice, c'est que le secteur de la carrosserie est au cœur d'une transformation entraînée par les nouvelles technologies, la consolidation des entreprises et une certaine incertitude face à la disponibilité et à la qualification de la main-d'œuvre.

De plus, la carrosserie au Québec reste une affaire de PME alors que la moitié de ces entreprises comptent moins de cinq employés. Cela étant dit, les volumes de réparation sont en grande partie absorbés par les ateliers de taille plus importante comptant plus de 10 employés. Mentionnons que selon ce rapport, on atteint maintenant un ratio d'un technicien en atelier pour un administrateur dans les carrosseries.

Signe des temps, les répondants au sondage indiquent adhérer aux nouvelles technologies (certification des constructeurs, diagnostic électronique, calibration ADAS, réparation de l'aluminium, mesures 3D) et les intégrer dans leurs opérations. Ils demeurent plus réticents à se fier à l'intelligence artificielle lors de l'estimation des dommages, une opération qui, de l'avis de plusieurs, demanderait plus de fluidité et de collaboration avec les assureurs.



Danielle Le Chasseur en compagnie des consultantes Carolle Larose et Caroline Lacasse.

Le manque de main-d'œuvre ne semble pas aussi criant qu'on l'entend pourtant sur le terrain. Il y aurait une certaine stabilité dans les équipes. Toutefois, la valse-hésitation gouvernementale en matière de travailleurs étrangers vient créer une grande incertitude auprès des gestionnaires.

Des recommandations pour le secteur

Les auteures de ce rapport ont conclu la présentation en formulant leurs recommandations autour de huit thèmes, invitant Innoviste à poursuivre ses efforts pour valoriser les travailleurs du secteur, mais aussi à encourager les entreprises à s'engager dans la même direction.

« Nous travaillons déjà à répondre à ces besoins », soulignait Danielle Le Chasseur, directrice générale d'Innoviste en entrevue avec *Autosphere*. « Nous poursuivons aussi nos efforts de promotion des métiers de l'automobile. Innoviste est une organisation neutre et nous pouvons, par exemple, travailler avec toutes les bannières en carrosserie pour faire avancer les compétences de leurs travailleurs. »

Le partage simplifié des indicateurs de performance de l'ensemble des ateliers québécois a aussi été recommandé.

SCANNEZ LE CODE QR POUR CONSULTER LE RAPPORT DU PORTRAIT SECTORIEL - CARROSSERIE

PHOTO **MICHEL BEAUNOYER**



CCPQ

Bien commencer l'année : s'unir pour élever notre industrie

Le début d'une nouvelle année est toujours un moment charnière. C'est le moment de se recentrer sur nos priorités et de décider collectivement de la direction que nous voulons donner à notre industrie.

TEXTE **JONATHAN PILON**

À la CCPQ, bien commencer l'année passe par une base solide : une adhésion engagée, représentative et en santé. Notre objectif de 300 membres n'est pas qu'un chiffre. Il représente 300 entreprises qui choisissent de travailler ensemble pour faire avancer la carrosserie québécoise, la propulser vers le haut et renforcer sa crédibilité.

Notre industrie est en pleine transformation. L'innovation est désormais bien présente : intelligence artificielle, automatisation, robotisation des processus, nouvelles technologies. Malgré les défis — pénurie de main-d'œuvre, pression des coûts, exigences accrues — ces changements représentent aussi de véritables occasions d'évolution pour les ateliers qui souhaitent se structurer et performer autrement.

Dans ce contexte, l'attractivité de nos métiers devient un enjeu central. Nous devons collectivement redonner envie aux jeunes et aux travailleurs de choisir la carrosserie comme carrière. Cela passe par une meilleure valorisation de nos professions, par des milieux de travail modernes et par un lien renforcé avec les DEP, la formation continue et le perfectionnement. Former, accompagner et développer les talents est essentiel pour assurer la pérennité de notre industrie.

L'innovation est désormais bien présente : intelligence artificielle, automatisation, robotisation des processus, nouvelles technologies.

Propulser vers le haut, c'est aussi partager les bonnes pratiques, investir dans la formation, encourager l'innovation et redonner un sentiment de fierté et de respect à nos équipes et à notre savoir-faire.

L'année 2026 sera marquée par des actions concrètes et des résultats tangibles pour la CCPQ. Déjà, plusieurs alliés de l'industrie nous tendent la main. Des collaborations prennent forme, des événements se préparent et des initiatives structurantes verront le jour afin de rapprocher les acteurs de l'industrie et de créer de la valeur réelle pour nos membres.

Plus que jamais, l'unité et l'engagement feront la différence. Ensemble, en misant sur la collaboration, l'innovation, la formation et la fierté professionnelle, nous avons l'occasion de bâtir une industrie plus forte, plus attractive et tournée vers l'avenir.

La CCPQ sera au rendez-vous. Et vous ?



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.

Vernis transparent ? La perfection.



Le vernis transparent peut être appliqué – ou perfectionné. Le jet X redéfinit complètement la qualité de surface dans l'application du vernis transparent. Et il le fait avec une sensation de peinture contrôlée, sûre et directe. Il n'a jamais été aussi facile d'obtenir d'aussi bons résultats.

jet X. Travaille pour toi.

INFO
www.sata.com/jetX



La marque N°1 auprès des techniciens d'autos européennes*

PRÉS DE **50%** DES REMPLISSAGES INITIAUX DES VÉHICULES EUROPÉENS EN AMÉRIQUE DU NORD SONT FAITS AVEC LA CASTROL EDGE.

Castrol EDGE Euro Car est formulée pour offrir une performance améliorée d'au moins 40% comparativement aux plus récentes limites des fabricants européens et de l'ACEA.** Obtenez plus de puissance avec la même quantité de carburant.***



* Selon l'étude de santé de marque Kantar – Oct 2023
** Amélioration moyenne de performance comparativement aux limites de tests industriels ACEA et aux spécifications de fabricants de véhicules européens
*** Plus de puissance générée pour la même quantité de carburant lors des tests de moteur Castrol et/ou de la modélisation comparativement à la base de référence 5W-40

WAKE3426 EDGE Euro_Jobber News_Print Ad_E_02.indd 1 2026-02-09 1:51 PM