AUTOSPHEREMAG

PM40014105

SEPTEMBRE 2025 / VOL 6 / NO 4 / 6,95 $

PNEUS

Dynamic Tire

TAILLÉS POUR LES CONDITIONS EXTRÊMES

CARROSSERIE

CARSTAR Rimouski

CROISSANCE, TRANSITION ET HAUTE TECHNOLOGIE

CONCESSIONNAIRES

La révolution connectée

KEYLOOP FAIT ÉVOLUER LE COMMERCE AUTOMOBILE

MÉCANIQUE

Pièces de suspension KYB

RAYMOND PROULX RACONTE L'HISTOIRE DE CETTE ENTREPRISE AU CANADA

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/

nokian®
TYRES

LA SÉCURITÉ RÉINVENTÉE

PREMIER PNEU HIVER AU MONDE

90 ANS

NOKIAN TYRES HAKKAPELIITTA® R5

R5 SUV et R5 EV

SANS CRAMPONS

LA SÉCURITÉ À L'ÉTAT PUR

DIMENSIONS DISPONIBLES :

HKPL R5 : de 14 à 20 pouces
HKPL R5 SUV : de 16 à 22 pouces
HKPL R5 EV : de 18 à 22 pouces

NOKIAN TYRES HAKKAPELIITTA® 10

10 SUV et 10 EV

CRAMPONNÉS DE L'USINE OU SANS CRAMPONS

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ

DIMENSIONS DISPONIBLES :

HKPL 10 : de 14 à 20 pouces
HKPL 10 SUV : de 16 à 22 pouces
HKPL 10 EV : de 18 à 21 pouces

NORDMAN NORTH 9

Et North 9 SUV

CRAMPONNÉS DE L'USINE OU SANS CRAMPONS

DES PNEUS POUR TOUTES VOS DESTINATIONS

DIMENSIONS DISPONIBLES :

NORTH 9 : de 15 à 17 pouces
NORTH 9 SUV : de 16 à 20 pouces

NOKIAN TYRES HAKKAPELIITTA® LT3

CRAMPONNÉS DE L'USINE OU SANS CRAMPONS

DIMENSIONS DISPONIBLES :

de 16 à 20 pouces

Visitez fr.nokiantyres.ca

/NOKIANTYRESNA

Scannez pour plus d'informations

DISTRIBUTION Stox

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

Un partenaire qui livre !

distributionstox.ca

SOMMAIRE

AUTOSPHEREMAG
Septembre 2025

CONCESSIONNAIRES

6 À la une | Keyloop
L'évolution du commerce automobile

Dossier : F&I | Loi 30
10 **L'industrie sous pression**

12 AutoJournal visite...
La formule gagnante de Polestar Montréal

14 Les grandes rencontres | Steve Flamand
Un Québécois aux commandes de Hyundai Canada

16 Marché
Dodge Charger 2025

19 Ressources humaines
Les avantages d'être un employeur de choix

20 Gestion de la relation client par Yanick Jomphe
La révolution humaine de l'expérience client

21 Écho de l'association | Corporation Mobilis par Charles Drouin
La voiture d'occasion comme porte d'entrée

PNEUS

22 À la une | Dynamic Tire
Taillés pour les conditions extrêmes

Dossier : Chaîne d'approvisionnement
26 **Prêts? Partez! Vendez!**

28 Atelier en vedette | Pirelli
L'intense travail autour des pneus de Formule 1

31 ADAS | Hunter Engineering
Une précision au millimètre

32 Nouveau produit | Sailun
Une solution rentable et efficace

34 Focus pneus d'hiver
Plus gros et plus performants

36 Écho de l'association | ASPMQ par Guillaume Martin
Les résultats concrets de l'implication

38 Événement
Le rendez-vous estival de l'ASPMQ

MÉCANIQUE

40 À la une | KYB
Raymond Proulx raconte l'histoire de cette entreprise

Dossier : Diagnostic et systèmes électroniques
44 **Se former et éduquer le client**

46 Atelier en vedette | Midas
L'impulsion d'un franchisé visionnaire

48 Le succès par le savoir-être par Réjean Lortie
La loyauté, un privilège fragile

49 Événement
Bumper to Bumper poursuit son expansion !

50 Prof Oborne par Steve Oborne
Les inspections obligatoires

52 Entretien par Denis Pageau
L'importance de l'entretien et la réparation des freins

53 Le Spécialiste par Mark Potvin
Le rôle essentiel des capteurs de pression des pneus

54 Le Spécialiste par Mark Potvin
Attirer les clients

55 Écho de l'association | AIA Québec par Élisabeth Lambert
Une victoire historique pour le droit à la réparation

CARROSSERIE

56 À la une | CARSTAR Rimouski
Croissance, transition et haute technologie

Dossier : Processus
60 **L'intelligence artificielle transforme l'estimation**

62 Recrutement étranger | ProColor Pintendre
Le recrutement étranger a changé la donne

64 Atelier en vedette | Procolor Saint-Hubert et Carignan
Gérer une carrosserie comme un investissement

66 Écho de l'association | CCIF par Jonathan Pilon
L'importance cruciale des travailleurs étrangers

C'EST MA VOITURE

La reconnaissance du droit à la réparation est un moment significatif pour l'industrie automobile du Québec.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Le règlement mettant en œuvre les dispositions sur le droit à la réparation de la Loi 21 entre en vigueur le 5 octobre 2025. C'est l'Office de la Protection du Consommateur qui s'assurera de son application.

Le droit à la réparation est une longue réclamation du marché secondaire automobile qui dit, sommes toutes, que le propriétaire d'une automobile a le droit de la faire réparer dans l'atelier de son choix. Tout ça est similaire à l'enjeu des ordinateurs et téléphones cellulaires qui doivent être retournés au fabricant pour se faire réparer.

Le fait que le gouvernement du Québec – le premier au Canada et un des premiers en Amérique du Nord – reconnaisse ce droit après plus d'une décennie de lobby est à souligner.

Il pouvait y avoir des réticences de la part des constructeurs automobiles à partager les données, les processus de réparation ou encore d'ouvrir aux ateliers indépendants l'accès aux pièces d'origines et aux outils spécifiques à leur marque. Des raisons de sécurité étaient évoquées, mais cet aspect a été grandement écarté dans le règlement. Toutefois, « les techniques qui compliquent la réparation ou l'entretien sont interdites, sauf si elles sont nécessaires pour protéger le consommateur d'un risque sérieux, direct et immédiat pour la sécurité physique », indique un article de la Loi. Cela signifie que l'application de la Loi précisera si certaines pièces ou informations ne seront disponibles que par le truchement des concessionnaires.

Cela demeure une grande victoire pour les ateliers indépendants et pour le travail de l'Association des Industries de l'Automobile du Canada (AIA), qui pousse avec persévérance ce dossier depuis plus de dix ans. Si les ateliers indépendants peuvent maintenant avoir un accès complet aux informations et aux équipements dont ils ont besoin pour réparer les voitures, même les plus modernes, ils devront démontrer qu'ils sont à la hauteur de cette reconnaissance. Les techniciens doivent être formés aux meilleures pratiques et doivent être en mesure de comprendre et d'appliquer les processus d'entretien et de réparations établis par le constructeur.

Mentionnons que les départements de service des concessionnaires, appelés à traiter souvent avec plusieurs marques de véhicules, profiteront sans aucun doute de ces accès facilités.

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

DIRECTION **Président** René Lewandowski

RÉDACTION
Rédacteur en chef Michel Beaunoyer
Collaborateurs Huw Evans, Isabelle Havasy, Jack Kazmierski
Chroniqueurs Charles Drouin, Yanick Jomphe, Elisabeth Lambert, Réjean Lortie, Guillaume Martin, Steve Oborne, Denis Pageau, Jonathan Pilon et Mark Potvin

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

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

ADMINISTRATION **Responsable de la comptabilité** Esther Twells

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

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

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

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

Financé par le gouvernement du Canada | Canada

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.

CONCESSIONNAIRES

La révolution connectée

KEYLOOP FAIT ÉVOLUER LE COMMERCE AUTOMOBILE

Le secteur automobile évolue sous une pression constante, porté par un flot continu d'innovations technologiques et des clients toujours plus exigeants.

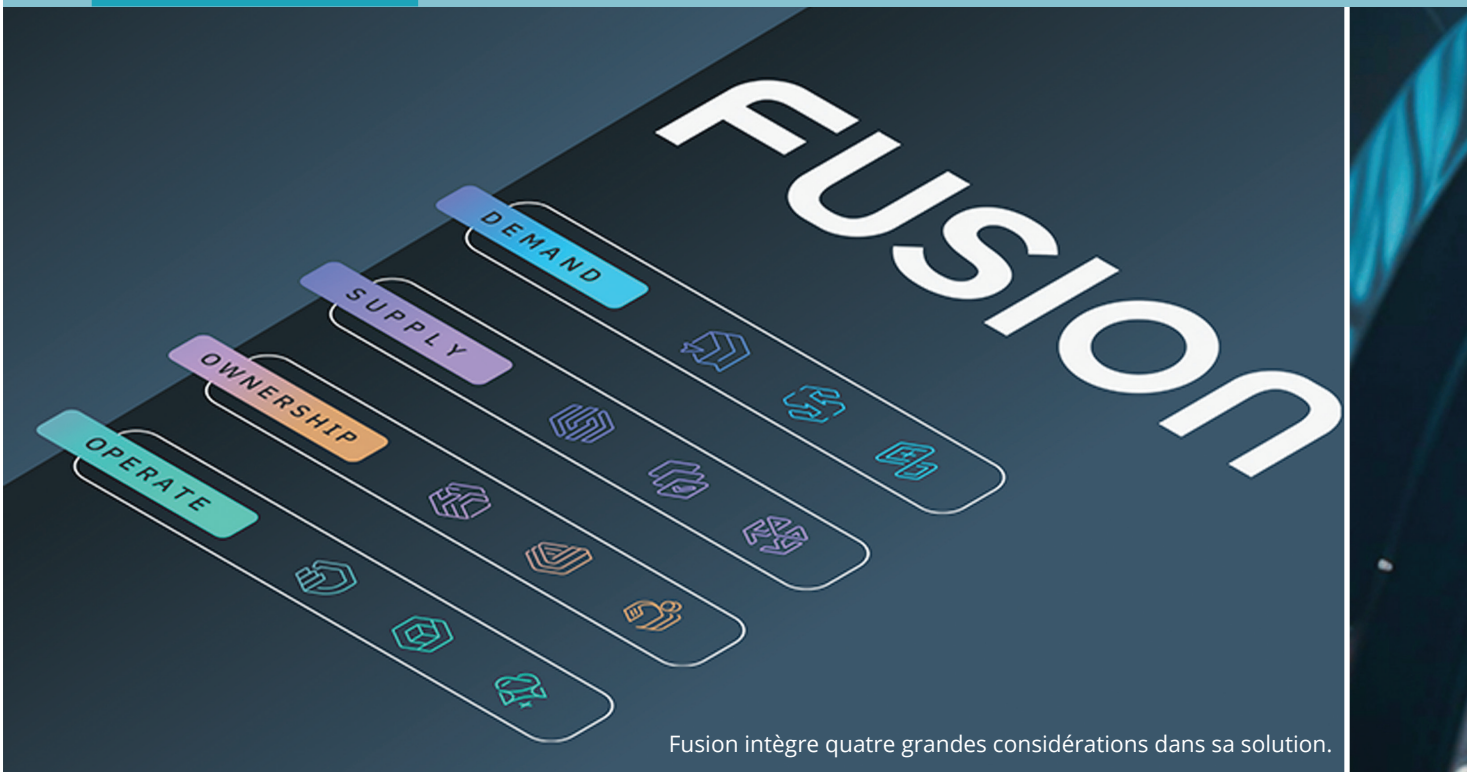
TEXTE **KEYLOOP**

Constructeurs et détaillants doivent se démarquer dans un environnement de plus en plus complexe et concurrentiel, tout en gardant le cap sur la maîtrise des coûts et la rentabilité. Depuis plusieurs années, de nombreuses entreprises empilent les solutions numériques pour traiter des besoins ponctuels. Une simple recherche en ligne suffit à constater l'ampleur de l'offre : une multitude d'outils, chacun prétendant résoudre un problème bien précis de l'écosystème.

Une nouvelle étape dans la transformation

Cette dispersion des outils s'est accentuée pendant la pandémie, lorsque les entreprises ont dû se doter rapidement de solutions numériques pour répondre à l'urgence du marché. S'ils ont permis de répondre à l'urgence, ces outils ont aussi créé des silos de données, fragmenté les processus et freiné l'efficacité opérationnelle.

Le consommateur aujourd'hui veut vivre une expérience d'achat sans aspérités.



Fusion intègre quatre grandes considérations dans sa solution.

Selon une étude menée par le fournisseur de solutions collaboratives RingCentral, plus de deux tiers des employés perdent jusqu'à une heure par jour à jongler entre différentes applications. 68 % d'entre eux passent d'un outil à l'autre jusqu'à dix fois par heure. Dans une entreprise de 100 personnes, cela représente 3 200 journées de travail perdues chaque année, soit l'équivalent de 12,8 postes à temps plein.

Pour un concessionnaire, le temps consacré à naviguer entre plusieurs plateformes et à ressaisir les données se traduit par une perte de productivité importante.

Le temps perdu n'est pas le seul problème : des systèmes déconnectés produisent des données incomplètes ou erronées, nuisent à l'expérience client et font grimper les coûts d'exploitation. Dans un marché très concurrentiel, ces failles peuvent plomber le succès à long terme.

Keyloop, spécialiste mondial des solutions logicielles pour le commerce automobile, s'est associé à OC&C Strategy Consultants pour mesurer l'effet de cette situation sur la satisfaction client :

- 47 % des consommateurs se disent insatisfaits de leur expérience d'achat automobile
- 69 % ont eu le sentiment de devoir répéter les mêmes démarches
- 76 % ont été frustrés par des informations en ligne inexactes

Ces chiffres donnent un aperçu de l'ampleur des conséquences liées à des données verrouillées et à des systèmes inefficaces.

Dans ce contexte, alors que l'efficacité opérationnelle est devenue essentielle pour protéger la rentabilité, il est temps de repenser les outils technologiques et d'ouvrir la voie à une nouvelle phase d'innovation.

Faire l'inventaire de son environnement numérique

Pour gagner en efficacité, améliorer l'expérience client et développer de nouvelles sources de revenus, l'intégration harmonieuse des technologies s'impose. Il s'agit de combiner solutions numériques, exploitation des données et automatisation intelligente pour créer un secteur plus connecté, plus performant et prêt à relever les défis à venir.

C'est précisément l'objectif de Keyloop avec Fusion : la première *Automotive Retail Platform* capable de connecter l'ensemble de l'écosystème automobile.

Conçue pour servir les concessionnaires, les constructeurs, les organismes de financement et les gestionnaires de parcs à l'échelle mondiale, Fusion propose une expérience de vente connectée et intelligente en réunissant quatre *Key Domains : Demand, Supply, Ownership* et *Operate*, chacun doté de solutions spécifiques :

- Le *Demand Domain* : tous les outils pour offrir un parcours d'achat fluide, du premier contact à la vente, puis à la fidélisation.
- Le *Supply Domain* : optimisation des stocks pour maximiser la marge par véhicule.
- Le *Ownership Domain* : solutions après-ventes destinées à enrichir l'expérience client et à renforcer la fidélité.

PHOTOS KEYLOOP

La connectivité est la clé du succès dans la vente au détail d'automobiles.

- Le *Operate Domain* : utilisation stratégique des données pour atteindre l'excellence opérationnelle.

Chacun de ces domaines poursuit un objectif précis, mais leur combinaison accroît la valeur globale du client et du véhicule tout au long de leur relation avec l'entreprise.

En centralisant toutes les données de l'entreprise sur une seule plateforme, Fusion offre une visibilité complète des clients et des véhicules, ce qui permet de proposer une expérience personnalisée et fluide à chaque étape du parcours.

La convergence au service de l'automobile

Fort de plus de 40 ans d'expérience et de plus de 14 milliards d'interactions numériques analysées, Keyloop est aujourd'hui le plus grand fournisseur mondial de solutions logicielles pour le commerce automobile. Cette position unique lui permet non seulement de répondre aux besoins actuels, mais aussi d'anticiper et de façonner l'avenir.

Avec Fusion, Keyloop apporte une réponse concrète à l'un des défis majeurs du secteur : sortir des systèmes fragmentés pour adopter une plateforme unique et connectée, capable de rendre les entreprises plus agiles, plus rapides et plus rentables.

En fournissant aux professionnels les outils pour travailler plus efficacement et offrir de meilleures expériences clients, Keyloop ouvre la voie à un secteur plus connecté et plus fluide.

L'IA comme moteur de performance, selon Tim Smith, directeur de la stratégie chez Keyloop

« Je souligne souvent que les cycles informatiques s'accélèrent avec le temps. Dans les années 1970 et 1980 sont apparus les mini-ordinateurs, puis les micro-ordinateurs et les PC. Vers 2000, le numérique et le Web ont connu une véritable explosion, avec toujours plus d'utilisateurs et des vitesses accrues.

La prochaine étape, c'est l'intelligence artificielle. Le lancement de ChatGPT ne remonte qu'à quelques années, et il est déjà utilisé par tous. Dans l'automobile, la plupart des dirigeants soutiennent activement des programmes liés à l'IA au sein de leur entreprise. C'est un investissement réel et un élément clé pour l'avenir du secteur. Fusion prend ces données, établit toutes les connexions nécessaires, puis nous y appliquons une IA agentique pour automatiser et optimiser autant de processus que possible. Mais cela suppose d'abord que les données soient maîtrisées, sécurisées et exploitées de façon réfléchie. Quand on applique l'IA à des données structurées, connectées à l'ensemble de l'écosystème automobile grâce à Fusion, les résultats et les retombées peuvent être considérables.

Avec Fusion, nous proposons enfin une architecture technologique entièrement connectée que le secteur attendait depuis de nombreuses années. Nous relions distributeurs, constructeurs, organismes de financement et gestionnaires de parcs sur une plateforme unique et ouverte : l'ARP, l'*Automotive Retail Platform*. »

Loi 30

L'INDUSTRIE SOUS PRESSION À L'APPROCHE DE LA DATE BUTOIR

Le compte à rebours est enclenché. Le 1er juillet 2026, la Loi 30 entrera en vigueur, obligeant les concessionnaires du Québec à revoir en profondeur leurs pratiques de vente en matière de produits de Finance & Assurance (F&I).

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Dès cette date, seuls les représentants certifiés par l'Autorité des marchés financiers (AMF) — assureurs et courtiers — pourront proposer des produits d'assurance de dommages tels que l'assurance de remplacement. Un modèle en place depuis plus de 30 ans s'apprête à être bouleversé.

Pour Ian Sam Yue Chi, président-directeur général de la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec (CCAQ), ce changement est tout sauf anodin. « L'avènement de cette loi crée une brèche. On vient briser la fluidité d'un procédé de distribution simple, bien établi qui arrivait au bon moment et qui répondait aux exigences du consommateur. Aujourd'hui, ce dernier veut une solution clé en main pour l'ensemble des besoins liés à son véhicule. »

« Le consommateur veut une solution clé en main pour l'ensemble des besoins liés à son véhicule. »

IAN SAM YUE CHI
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL, CCAQ

La nouvelle réglementation touche aussi l'assurance-crédit — vie, invalidité, maladies graves, perte d'emploi. Bien qu'elle reste offerte en concession, ses modalités changent. La prime, jusqu'ici financée sur toute la durée du prêt, devra désormais être réévaluée chaque année. « Fini la prime unique », résume M. Sam Yue Chi.

Au-delà des procédures, c'est tout un pan de revenus qui s'effrite. « On attaque une source de gains importante dans un contexte économique déjà difficile. Les concessionnaires passent de plus en plus de temps à jongler avec l'aspect bureaucratique, et moins sur la vente de véhicules », ajoute-t-il, rappelant que cette législation s'additionne aux obligations liées aux lois 96 et 25. Il plaide pour une approche gouvernementale axée sur la performance, l'efficacité et la productivité qui allégerait le fardeau administratif des PME.

Des pertes qui inquiètent

Du côté des concessions, l'inquiétude monte. « On parle de centaines de milliers de dollars de pertes, selon la taille du département F&I », note Yanick Jomphe, consultante en formation et spécialiste CRM. « Ces produits représentent souvent entre 15 % et 20 % des revenus bruts de financement et d'assurance. C'est assez considérable pour préoccuper n'importe quel dirigeant. » La réduction de la marge bénéficiaire sur les véhicules ne laisse guère de place à l'erreur. « La marge de profit sur le PDSF est déjà mince. Les concessionnaires devront compenser ces pertes autrement. »

Toutefois, nombreux sont ceux qui ne semblent pas avoir de plan de transition défini. « Lors du dernier congrès de la Corporation des Concessionnaires d'Automobiles de Montréal, j'ai parlé à des propriétaires qui n'avaient encore rien décidé », observe-t-elle. Elle soulève l'idée de faire certifier des employés à l'interne. « Ça permettrait de garder ces revenus au sein de l'entreprise, tout en offrant une progression de carrière. »

Certains songent aussi à implanter une division de courtiers ou un centre de courtage partagé entre plusieurs succursales. « Le but, c'est de conserver le tout sous un même toit pour ne pas nuire à la fluidité des transactions. » L'externalisation par référencement est également évoquée. Mais le temps presse. Il est minuit moins une. « C'est un gros mur qui s'en vient. On sait depuis un an qu'un moratoire entrera en vigueur en juillet prochain. » Et pourtant, rien ne semble bouger.

Une industrie en mutation

Chez iA Services aux concessionnaires, l'heure est à l'adaptation. « La loi est extrêmement claire, mais elle génère beau-

PHOTO **KIMOBY**

coup d'incertitude », tranche Sébastien Alajarin, vice-président régional du Québec. « Les gens souhaiteraient que cela n'ait pas d'impact, ou que l'on continue à faire ce qu'on faisait. Ce n'est pas le bon angle à adopter. Il va falloir s'adapter et modifier nos pratiques. »

iA chiffre les incidences. « Pour les concessionnaires, les produits visés représentent en moyenne 20 % des revenus F&I. Et chez nous, ce sont deux des trois produits les plus vendus. » L'entreprise travaille à revoir son offre, en tenant compte des nouvelles réglementations, des attentes du marché et des exigences de traitement équitable. « C'est une belle occasion de faire évoluer nos produits. »

Selon un sondage réalisé par l'assureur, 60 % des consommateurs souhaitent recevoir une proposition de protection complète au moment de l'achat de leur véhicule. « C'est une tendance lourde, qui existe depuis plusieurs années, mais qui est particulièrement forte chez les 18-34 ans », souligne M. Alajarin.

Cependant, tout ne se réglera pas en claquant des doigts. « Les discussions sont en cours et des groupes de travail sont en place. Les gens veulent des réponses, mais on est en pleine phase de création. » La solution finale n'est pas encore au point, le développement technologique ajoutant un niveau de complexité au procédé. « Ce n'est pas juste une question de modifier un produit, il faut penser à toute la structure financière et avoir la capacité technologique pour l'offrir. »

Les projets pilotes d'iA devraient s'amorcer au premier trimestre de 2026, afin que tout soit prêt pour le 1er juillet. « Les concessionnaires se fient à leurs fournisseurs pour arriver avec une solution, et c'est ce qu'on va faire. »

Définir la suite

Le marché va se transformer et la CCAQ, avec le concours des assureurs et de ses partenaires d'affaires, travaille à redéfinir la pratique de distribution de produits F&I. La garantie prolongée mécanique, les produits antivols avec des protections afférentes intéressantes pour certaines marques et certains modèles, la mutation de certains produits vers d'autres encore plus bénéfiques pour le consommateur sont autant de pistes envisagées par la corporation. Mais pour conserver leur compétitivité, les concessions devront présenter une offre claire et cohérente. « Il faut s'assurer que les nouveautés proposées sont équilibrées en matière de valeur ajoutée, digestes pour les PME, et bien intégrées à la structure existante », insiste M. Sam Yue Chi.

En ce qui a trait à la création de divisions internes de courtiers, M. Alajarin reste prudent. Est-ce que le volume justifie l'embauche d'un agent certifié dans chaque installation ? Et un courtier pourra-t-il proposer d'autres produits que ceux d'assurances ? « Beaucoup de questions demeurent en suspens quant à la viabilité de cette avenue. »

Malgré l'ampleur du bouleversement, un constat s'impose : le secteur saura rebondir. Tant du côté de la CCAQ que d'iA, le message est clair. Les concessionnaires, de même que leurs fournisseurs, ont su composer avec les changements au fil du temps, et continueront de le faire. Entre transformation réglementaire, refonte de l'offre des produits et modernisation technologique, le chantier est vaste. Mais comme l'industrie l'a démontré à maintes reprises, elle avance. Un pas à la fois, en cherchant toujours à mieux servir ses clients.

Félicitations, Annie!

Reconnu comme la plus haute distinction dans l'industrie automobile canadienne, le programme Lauréat CADA célèbre chaque année les meilleurs concessionnaires du pays. iA Services aux concessionnaires est fièrement commanditaire exclusif du programme depuis 2005.

iA Services aux concessionnaires

Annie Laliberté
Directrice générale et associée, Beauport Hyundai et Genesis de Québec
Lauréate CADA 2025 – Commerce de détail

iaservicesconcessionnaires.ca
iA Services aux concessionnaires
info.iasc@ia.ca 1 877 671-9009

Service, design, stratégie

LA FORMULE GAGNANTE DE POLESTAR MONTRÉAL

Parler avec Roger Jin, c'est ressentir la passion d'un homme pour la sécurité, l'électrification et le changement de paradigme.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Après avoir passé 20 ans chez Volvo, il est devenu, en 2020, le tout premier employé de Polestar Montréal. Lorsque le Groupe Taddeo Auto a racheté la concession l'année suivante, il a été nommé directeur général. Depuis, ce passionné d'automobile orchestre la croissance d'une pousse encore jeune, mais déjà influente.

« Polestar était la division performance de Volvo, alors pour moi, c'était la suite logique », explique celui qui a possédé une vingtaine de véhicules du constructeur suédois. Aujourd'hui Polestar, marque 100 % électrique, s'inscrit dans la continuité de Volvo. « Tous nos modèles sont conçus en Suède, avec les mêmes standards de sécurité, de qualité et d'écoresponsabilité. Ils reflètent également le design scandinave et l'expérience de conduite européenne propres à la marque. »

Construit en parallèle du fleuron Volvo Laval, le bâtiment au design minimaliste offre un environnement sobre et lumineux, à mi-chemin entre un musée et une boutique Apple. Les véhicules, soigneusement disposés, volent la vedette sur le plancher. Sur les murs, les immenses cadres ressemblent davantage à des œuvres d'art qu'à des affiches mettant de l'avant les produits de la marque sino-suédoise. Cet espace apaisant a été conçu pour offrir une expérience client moderne et haut de gamme, soutenue par un processus d'achat simple, clair et sans pression.

Les transactions s'effectuent exclusivement en ligne, mais « si un client souhaite finaliser l'achat sur place, on sort l'ordinateur, on ouvre le site et on fait le dépôt ensemble », explique M. Jin. À la base, « nos employés ne sont pas des vendeurs, mais bien des spécialistes de produits. Nous embauchons des gens issus du service à la clientèle ou du commerce de détail, mais pas de la vente automobile. Leur rôle est d'accompagner le client dans sa réflexion, répondre à ses questions, démystifier le mode de vie électrique, et non de conclure une transaction à tout prix. »

L'exception à la règle

Inaugurée en juin 2024, la concession fait figure d'exception dans le réseau global de la marque. « Nous étions le plus grand établissement Polestar en superficie dans le monde et les premiers en Amérique du Nord à regrouper ventes, pièces et service sous un même toit. » Une norme pour un concessionnaire classique, mais une particularité dans l'univers Polestar. Ainsi, contrairement à d'autres points de vente qui s'appuient sur les infrastructures de Volvo, ici, l'intégralité des opérations est assurée à même les installations, à l'exception de l'alignement qui se fait à la porte voisine.

L'offre traditionnelle est soutenue par des services mobiles qui permettent aux propriétaires de faire entretenir et réparer leur véhicule sans avoir à se déplacer. « L'un de mes chauffeurs peut aller livrer un véhicule de courtoisie au client, ramener la sienne, et inverser l'opération après l'entretien. On peut aussi envoyer un technicien sur place pour les interventions mineures. L'objectif, c'est d'optimiser le temps du client. Et une fois qu'ils y ont goûté, ils ne veulent plus revenir en arrière », explique M. Jin.

PHOTOS **ISABELLE HAVASY**

Roger Jin, directeur général de la concession Polestar Montréal, pose devant le Polestar 4, le plus récent utilitaire de la marque.

Cette façon de procéder profite également à l'équipe qui s'active en coulisse. « On peut planifier et répartir les ressources plus intelligemment. » Le résultat ? Des clients satisfaits et un atelier qui roule à plein régime, mais sans surcharge.

Cette souplesse constitue un atout majeur pour les gestionnaires de parcs. S'ajoutent à cela la facilité d'entretien et les faibles coûts d'exploitation d'un VE. Leur maintenance repose sur un cycle de 32 000 kilomètres ou deux ans. Une réalité bien différente des intervalles serrés exigés par les moteurs à essence. « Même si les pneus des véhicules s'usent plus rapidement à cause de leur poids, cela est largement compensé par le fait que les freins durent jusqu'à cinq fois plus longtemps. »

Pour façonner cette machine bien huilée, M. Jin a convaincu plusieurs collègues de Volvo de le suivre en misant sur l'adhésion à une vision. « Je leur ai dit : "Quand aurons-nous de nouveau la chance de bâtir une marque à partir de zéro ?" Aujourd'hui, ceux qui m'ont suivi en parlent avec fierté. Ils voient une Polestar sur la route et se disent : "J'y ai contribué". »

Comme plusieurs acteurs du secteur, Polestar Montréal a dû composer avec les effets des droits de douane sur les véhicules fabriqués en Chine. « Nous avons sécurisé un bon volume de Polestar 2 avant que la surtaxe canadienne de 100 % entre en vigueur. Mais ce stock sera très rapidement épuisé. »

Miser sur ses forces

L'avenir immédiat passe donc par le virage vers d'autres modèles. « Nous allons maintenant nous concentrer sur les Polestar 3, que nous avons en abondance et qui est désormais assemblé aux États-Unis, ainsi que sur le marché de l'occasion. Le Polestar 4, dont la production a été relocalisée en Corée du Sud, est exposé dans nos Spaces et sera disponible dès l'automne. » Son arrivée coïncidera avec l'ouverture d'une seconde installation Polestar au sein du Groupe Taddeo Auto sur la Rive-Sud de Montréal, une région qui regroupe près de la moitié de la clientèle. « En ajoutant cinq baies de service supplémentaires, nous pourrons mieux répartir les opérations et équilibrer nos ressources, afin de réduire les délais ici à Laval. »

> « Beaucoup souhaitent passer à l'électrique, mais sans tomber dans la science-fiction. Ils veulent quelque chose de logique, mais aussi de rassurant. Et Polestar répond exactement à ça. ».

Mais au-delà de toutes les stratégies mises en place, l'expérience de conduite demeure le meilleur argument pour conclure une vente, affirme M. Jin. « L'essai routier a toujours été pour nous l'atout dans notre manche. Les gens arrivent curieux. Ils repartent conquis, surpris par la douceur, l'accélération et le silence de roulement. Ils s'attendent à un ordinateur sur roues… et découvrent un véhicule familier, bien conçu et confortable. »

Et d'ajouter : « Beaucoup souhaitent passer à l'électrique, mais sans tomber dans la science-fiction. Ils veulent quelque chose de logique, mais aussi de rassurant. Et Polestar répond exactement à ça. »

Steve Flamand

UN QUÉBÉCOIS AUX COMMANDES DE HYUNDAI CANADA

Premier Québécois à diriger Hyundai Canada, Steve Flamand prend les rênes à un moment charnière. Avec une vision claire, il mise sur une croissance structurée, un virage numérique maîtrisé et une électrification sans compromis.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

« Je suis très reconnaissant et je suis honoré d'accéder à la présidence de cette compagnie où je travaille depuis près de huit ans. J'ai passé ma vie dans l'automobile et prendre en charge d'un pays, c'était un rêve. » M. Flamand ne cache pas sa fierté d'être le premier Québécois nommé à la tête de Hyundai Canada. Il y voit l'aboutissement d'un parcours international commencé chez GM, où il a cumulé 25 ans d'expérience avant de se rallier à Hyundai.

Au fil de sa carrière, il a occupé divers postes sur plusieurs continents. « Je me suis promené un peu partout dans le monde. Chaque expérience de travail m'a aidé à assimiler la business, mais aussi à mieux me connaître. Évoluer dans des environnements où l'anglais n'était pas la langue principale m'a appris à naviguer à travers différentes cultures, à bâtir des relations solides et à m'adapter. »

C'est cette polyvalence et cette facilité à s'intégrer qui, selon lui, l'ont préparé à son rôle actuel : « Il faut savoir se développer sur plusieurs fronts. Quand on est jeune, on ne pense pas toujours à se préparer pour l'avenir, à s'outiller pour relever de nouveaux défis. » Mais avec le temps, ces expériences s'additionnent et peuvent faire toute la différence au bout du compte.

Croissance oui, mais pas à tout prix

Aujourd'hui, Hyundai connaît une croissance soutenue au Canada. Mais pour son président, l'enjeu consiste à consolider cette progression sans céder à la tentation d'aller trop vite. « Pas question d'acheter des parts de marché. On veut grandir avec nos capacités, sans compromettre l'expérience client. »

Dans cette logique, le constructeur n'entend pas multiplier ses points de vente. « On est très satisfaits avec nos 225 concessionnaires avec lesquels nous avons une relation solide et une communication ouverte. Pour soutenir une expansion durable, ils doivent être profitables. Notre objectif consiste donc à renforcer notre position dans chaque région, et non à la diluer. » Cette volonté de consolidation passe également par une transformation numérique réfléchie. Dans un contexte où les consommateurs privilégient les plateformes en ligne pour magasiner ou acheter leur véhicule, Hyundai mise sur une stratégie qui intègre de façon plus poussée les divers canaux afin de permettre une expérience client unifiée.

« On investit beaucoup dans nos systèmes pour éliminer les irritants, faciliter la prise de rendez-vous, la communication et les promotions ciblées. » Mais l'objectif n'est pas de faire de

l'ombre aux détaillants. « Ils sont les experts de leur marché. Ce sont eux qui connaissent leur clientèle. Le numérique est là pour les épauler, pas pour les remplacer. »

Le programme Cliquez et achetez illustre bien cette philosophie. Il permet l'achat en ligne tout en conservant un lien direct avec le concessionnaire. « Ce que l'on veut, c'est offrir une expérience fluide, sans friction. L'acquisition, c'est une chose, mais le suivi après-vente doit aussi se faire de façon simple, connectée et efficace. »

« Je suis très reconnaissant et je suis honoré d'accéder à la présidence de cette compagnie où je travaille depuis près de huit ans. J'ai passé ma vie dans l'automobile et prendre la tête d'un pays, c'était un rêve. »

STEVE FLAMAND, PRÉSIDENT, HYUNDAI CANADA

Électrification : s'adapter au rythme des clients

Ce même pragmatisme guide la stratégie d'électrification du groupe. « Quand on parle d'une croissance bien pensée, c'est d'être aussi capable de pivoter lorsqu'il y a des fluctuations, changements de normes gouvernementales, ou encore dans l'appétit des clients face aux véhicules électrifiés. »

Ainsi, face à la réalité du marché, Hyundai a modifié son approche pour Genesis. Prochainement, des variantes hybrides viendront enrichir son portfolio. « On souhaite proposer des solutions adaptées aux attentes des consommateurs. On ne veut pas les forcer, mais bien les suivre. Et on a la faculté, à l'échelle mondiale, d'ajuster notre production conséquemment. »

Cette agilité opérationnelle s'est révélée précieuse dans le contexte des récentes tensions commerciales. « On a réussi à déplacer la production de certains modèles, comme le Tucson, vers le Mexique en seulement un mois et demi. Ce n'est pas idéal. Il y a des coûts associés à cette transition, mais c'est la preuve qu'on peut réagir rapidement. »

Pour M. Flamand, la clé réside dans la capacité à transformer les contraintes en leviers de croissance. La stabilité commerciale est essentielle à long terme. Mais la conjoncture actuelle complexe peut aussi ouvrir des portes. La réorganisation de l'approvisionnement pour répondre aux nouvelles réalités en est un bon exemple. « C'est exactement ce qu'on vise », dit-il.

Genesis: le luxe signé Hyundai

Ce souci de différenciation s'applique aussi à Genesis, la division de luxe du groupe. Dans un segment dominé par les constructeurs européens, la marque s'est taillé une place enviable grâce à son approche distincte. « C'est sûr qu'en tant que nouveau joueur dans ce segment, si on essaie d'être plus allemand que les Allemands, ce n'est pas une formule gagnante, d'où l'importance de développer notre propre façon de faire. »

Cela se traduit par une expérience simplifiée et hyper personnalisée. « On va chercher le véhicule chez le client, on fait l'entretien, on le ramène. Chaque point irritant est éliminé de l'équation. » Les utilitaires GV70 et GV80 ont largement contribué à l'essor de la branche haut de gamme, qui vise maintenant à doubler sa part de marché au pays pour atteindre 5 % d'ici cinq à sept ans.

Le Québec joue un rôle central dans la stratégie globale du groupe automobile. Il représente près de 15 % des ventes canadiennes, ce qui en fait la province la plus performante — et peut-être même le marché le plus fort à l'échelle mondiale pour Hyundai, après la Corée. Et avec ses 8 % de parts, le Canada fait aussi partie d'un des plus gros clients mondiaux du constructeur. Et même si aucune annonce officielle d'usine n'a encore été faite, l'idée n'est pas écartée. « Tout est sur la table. On analyse constamment les options. Mais pour l'instant, notre plan d'approvisionnement est robuste. »

À la tête de l'organisation, M. Flamand se voit comme un leader engagé, mais non intrusif. « Je suis très impliqué dans la compagnie, mais je ne suis pas un micro-manager. Mon équipe est solide, et la prise de décision se fait collectivement. »

Cette philosophie guide sa vision d'ensemble. « Chaque décision vise à renforcer notre écosystème : bons produits, bon réseau, bonne expérience client. C'est ça, la recette. »

Une cause qui dépasse l'automobile

Enfin, au-delà de l'automobile, Hyundai s'investit au sein des communautés où elle est implantée. Le programme L'espoir sur roues, qui soutient la lutte contre le cancer pédiatrique, témoigne de cet engagement. « C'est une cause qui nous tient à cœur. On a fait un don d'un million de dollars au CHU Sainte-Justine et on poursuit nos efforts ailleurs au pays. »

Pour M. Flamand, l'équation est simple : « On est une entreprise coréenne, mais on a du succès ici. Et on veut redonner là où on vend nos voitures. C'est une question de responsabilité. »

DODGE CHARGER 2025

Dodge a su marier tradition et innovation dans un véhicule au caractère affirmé.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

En 2024, Dodge a présenté « la première *muscle car* 100 % électrique, unique au monde » : la toute nouvelle Dodge Charger. Deux versions sont proposées : 670 ch pour la Charger Daytona Scat Pack et 496 ch pour la Daytona R/T.

La version Scat Pack passe de 0 à 96 km/h (0 à 60 mi/h) en 3,3 secondes et parcourt le quart de mile en 11,5 secondes. Contrairement aux muscles cars des générations précédentes, la toute nouvelle Dodge Charger est dotée d'un rouage intégral. Toutes les versions Scat Pack et R/T intègrent le mode « PowerShot » : il suffit d'appuyer sur le bouton dédié au volant, puis d'enfoncer l'accélérateur à fond pour bénéficier d'un surcroît de 40 ch pendant 15 secondes.

Dodge a enrichi l'expérience en y intégrant plusieurs technologies innovantes, dont des modes de conduite inédits. Le Donut Mode, par exemple, permet au véhicule de faire patiner uniquement les roues arrière et de pivoter autour de l'une des roues avant sans désactiver le système de contrôle de traction.

Le Drift Mode transfère la majeure partie du couple aux roues arrière, tout en sollicitant l'essieu avant pour maintenir l'angle de dérive. Les amortisseurs avant deviennent plus souples, ceux de l'arrière plus fermes, ce qui facilite le survirage. Le système de contrôle de traction tolère alors des écarts de vitesse entre les roues sans générer de codes d'erreur.

Selon Dodge, la Charger 100 % électrique propulsée par un système de 400 V offre des performances dignes d'un V8 suralimenté, avec en prime un couple instantané. Elle est équipée de deux modules de propulsion électrique (EDM), à l'avant et à l'arrière. Le module avant intègre une fonction de désaccouplement des roues qui leur permet de tourner librement lorsqu'il est désactivé, ce qui contribue à améliorer l'autonomie. À l'arrière, le module intègre un différentiel autobloquant mécanique pour optimiser la traction et les performances.

> « Pour Dodge, l'électrification est un levier de performance. »
>
> **PAUL TYLL** DIRECTEUR PRINCIPAL, DODGE MUSCLE CARS

La Dodge Charger Daytona R/T offre une autonomie supérieure à 500 km avec une charge complète. La version Scat Pack, plus performante, offre une autonomie d'environ 420 km en mode tout électrique.

Muscle car vs. électrification

À première vue, une *muscle car* électrique peut sembler contradictoire. Mais avec l'évolution rapide de l'électrification ces dernières années, son arrivée semblait inévitable.

Paul Tyll, directeur principal chez Dodge Muscle Cars, explique comment la marque a réussi à concilier les deux uni-

PHOTOS **STELLANTIS**

L'habitacle de la toute nouvelle Charger est moderne et entièrement pensé pour le conducteur.

vers. « La nouvelle Dodge Charger représente la *muscle car* du futur », affirme-t-il. « Pour Dodge, l'électrification est un levier de performance. Notre ADN, c'est la puissance, le style et les sensations fortes. Que ce soit avec un moteur thermique, un hybride rechargeable ou un modèle électrique, l'objectif reste le même : atteindre un niveau de performance digne de notre communauté de passionnés, la Fraternité du muscle. »

Et ce n'est pas seulement aux adeptes de sensations fortes que s'adresse cette nouvelle Charger. « Nous ciblons à la fois les clients actuels de *muscle cars*, qui exigent performance et personnalité, et les acheteurs de véhicules électriques, souvent déçus par une offre qu'ils jugent monotone », poursuit-il.

Une muscle car sous toutes ses formes

Dodge n'a pas pour autant oublié les puristes. Pour celles et ceux qui restent attachés à l'odeur du carburant et aux sensations mécaniques, deux versions thermiques viennent compléter la gamme. La Dodge Charger SIXPACK H.O. de 550 ch est propulsée par un moteur Hurricane biturbo haute performance de 3,0 L, tandis que la SIXPACK S.O. de 420 ch utilise le même moteur dans une version à puissance standard.

La Charger 2025 s'inscrit dans « Dare Forward 2030 », le plan de Stellantis pour un avenir électrifié.

« Grâce à cette offre qui combine des versions électriques et thermiques, chaque amateur de la marque y trouve son compte », souligne M. Tyll. « La Charger Daytona Scat Pack électrique délivre des performances dignes de la Hellcat Redeye, et affirme sa personnalité grâce au tout premier système d'échappement chambré Fratzonic. De leur côté, les modèles Sixpack à moteur Hurricane permettent à la Fraternité du muscle de conserver une vraie alternative à essence. »

Ce système d'échappement chambré Fratzonic utilise deux radiateurs passifs qui créent une sonorité unique, avec une intensité digne d'un moteur Hellcat. L'objectif est clair : permettre aux fans de *muscle cars* de retrouver la signature sonore d'un V8 traditionnel, même au volant d'un véhicule électrique. Et pour les déplacements matinaux, un mode furtif est également disponible.

« Notre équipe responsable de l'expérience utilisateur a conçu une signature sonore qui brise l'image d'un véhicule électrique silencieux et sans caractère », conclut M. Tyll. « La Dodge Charger Daytona affiche une attitude musclée, des sensations mécaniques bien présentes et une signature sonore marquée au démarrage, à l'accélération et dans diverses phases de conduite. La nouvelle génération de *muscle cars* Dodge est lancée et elle a tout pour s'imposer. »

LES AVANTAGES D'ÊTRE UN EMPLOYEUR DE CHOIX DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE

Dans l'industrie automobile actuelle, très concurrentielle, le succès repose non seulement sur les véhicules en inventaire, mais aussi sur les personnes qui représentent votre marque au quotidien.

TEXTE **JEFF DORAN**

Devenir un employeur de choix dans le secteur de la vente automobile n'est pas qu'un titre valorisant : c'est une décision stratégique qui peut améliorer la performance, fidéliser les employés et créer une culture d'entreprise forte et durable. Voici pourquoi ce statut est si recherché.

1. Attirer des talents recherchés

Le secteur automobile fait face à une pénurie de main-d'œuvre, notamment pour les postes de technicien qualifié, conseiller aux ventes et conseiller technique. Les concessions reconnues pour la qualité de leur milieu de travail se distinguent dans un marché saturé, en attirant des candidats qualifiés cherchant un cadre où s'épanouir et progresser. Ils veulent intégrer un environnement dynamique et stimulant, propice au développement professionnel. Une solide réputation comme employeur inspire confiance et véhicule des valeurs de stabilité, de respect et d'ouverture, essentielles pour les candidats d'aujourd'hui.

2. Fidéliser les employés qualifiés

Le roulement de personnel coûte cher aux concessions. Une entreprise reconnue pour la qualité de son milieu de travail limite ce roulement en proposant un cadre où les employés se sentent valorisés, stimulés et soutenus. Cela se traduit notamment par :

- une rémunération et des avantages sociaux compétitifs ;
- des programmes de développement de carrière ;
- des initiatives de reconnaissance et de récompense ;
- une culture d'entreprise positive et inclusive.

La satisfaction des employés favorise leur fidélité et leur engagement, réduisant les coûts liés à l'embauche et à la formation, tout en assurant la continuité du service client.

3. Favoriser une meilleure expérience client

La satisfaction des employés influence directement l'expérience client. Des employés respectés et motivés se dépassent pour les clients. En concession, cela se traduit par un service plus chaleureux, des conseils adaptés et un meilleur accompagnement en atelier. Le bien-être des employés se reflète souvent dans la fidélité des clients et l'image positive de la concession.

4. Favoriser la productivité et la croissance

Un environnement sain stimule la productivité. Lorsque les employés sont investis dans leur travail, ils contribuent concrètement aux résultats de la concession, que ce soit en atteignant les objectifs de vente ou en faisant progresser l'indice de satisfaction de la clientèle (CSI). Les entreprises qui réussissent à mobiliser durablement leurs équipes sont généralement plus rentables que leurs concurrentes.

5. Encourager l'innovation dans un environnement stable

Les concessionnaires qui se positionnent comme employeurs de choix créent un cadre propice à l'innovation. L'adoption de nouvelles technologies, l'amélioration des méthodes de travail ou le passage à la vente numérique reposent largement sur l'engagement du personnel. Un environnement positif encourage les employés à prendre des initiatives et à s'impliquer dans le changement. Cette dynamique aide l'entreprise à rester agile dans un secteur en constante évolution.

6. Soigner sa réputation au sein de la communauté

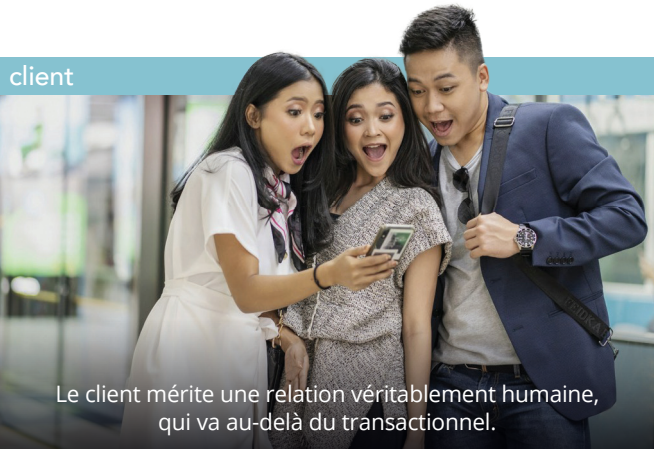
Un bon cadre de travail ne se limite pas à l'entreprise. Il contribue aussi à faire rayonner la concession dans sa communauté. Quand employés et clients témoignent positivement de leur expérience, cela inspire confiance, attire des talents locaux et facilite l'établissement de partenariats. Cette reconnaissance locale consolide la place de l'entreprise dans l'économie de proximité.

Mot de la fin

Offrir un bon milieu de travail est un engagement durable, fondé sur l'écoute, une gestion de qualité et le respect des employés. Les résultats sont concrets : moins de départs, un recrutement plus efficace, un service client renforcé et une croissance stable portée par une équipe motivée. Dans un secteur où les relations humaines comptent autant que les résultats, miser sur ses employés est sans doute la décision la plus judicieuse.

Si vous souhaitez en savoir plus sur le programme de prix de l'employeur de choix des concessionnaires, veuillez contacter Jeff Doran à : *jdoran@ccemployerofchoice.com* ou appelez le 416-886-7007.

LA RÉVOLUTION HUMAINE EN MATIÈRE D'EXPÉRIENCE CLIENT



Le client mérite une relation véritablement humaine, qui va au-delà du transactionnel.

Nous parlons souvent d'expérience client, de stratégies, de tendances ainsi que de rétention. Mais comment s'assurer que le client est satisfait, est adéquatement suivi et véritablement « chouchouté » ?

TEXTE **YANICK JOMPHE**

La réussite de l'expérience client repose sur l'adoption, la fidélisation, le développement continu, la promotion et, surtout, un suivi personnalisé. Nous devons nous adapter au marché actuel et à ses exigences. La rapidité des services, la politesse du personnel, le professionnalisme ainsi que la personnalisation représentent tout ce que le client désire.

Comment un client se sent-il lorsque son véhicule est en service depuis plusieurs jours et qu'il doit contacter sans cesse le personnel pour obtenir un suivi ? Il serait approprié que la personne-ressource prenne l'initiative de contacter le client pour lui fournir une mise à jour sur l'état de son véhicule, et non l'inverse.

Le client a presque l'impression de déranger la concession en téléphonant constamment. Ce n'est pas normal ! Cette situation est attribuable au manque de personnel et de ressources — d'où l'intérêt de l'intelligence artificielle (IA). Un humain ne peut pas tout faire ni travailler seul indéfiniment. Par conséquent, l'IA peut jouer un rôle de soutien ! Que devons-nous faire pour l'instant ? Changer nos habitudes, revoir nos stratégies et adapter nos systèmes d'information (TI). La révolution est en marche : soyez prêts ! Les entreprises ont besoin d'aide en matière d'expérience client !

Selon une étude du cabinet Accenture, une quatrième révolution indus-trielle est en cours, accentuant la transformation numérique actuelle : l'intelligence artificielle (IA) pourrait doubler la croissance industrielle d'ici 2035.

L'IA comme outil relationnel

Tous les secteurs devraient ainsi être impactés, y compris les forces commerciales : l'IA est en train de révolutionner la gestion de la relation client (CRM). Elle vise à optimiser la qualité de cette relation en automatisant certaines tâches. Pour ce faire, les concessionnaires devront mettre à jour leur base de données clients ainsi que leurs listes de prospects. Personnellement, je trouve assez perturbant de constater que la majorité des bases de données clients ne sont pas à jour — surtout avec ce que l'avenir nous réserve. La nouvelle génération demande un service impeccable, rapide, efficace et à portée de main. La flexibilité en matière d'expérience client, voilà ce qu'elle veut !

Keyriam Boisedu-Cadet (2024, Marketing Management) explique que, pour un service de qualité, il faut :

1. Instaurer une culture client « customer centric »
2. Avoir une équipe qui connaît bien l'entreprise et ses valeurs pour répondre aux besoins des clients et d'anticiper leurs attentes
3. Solliciter l'avis des clients et être à leur écoute pour mieux les satisfaire
4. Être présent sur différents canaux
5. Être réactif face aux demandes des clients fera toute la différence
6. Communiquer en interne afin d'impliquer toutes les équipes
7. Enfin, mettre en place un CRM pour fidéliser les clients

« Vous l'aurez compris, l'expérience client est primordiale pour votre entreprise. C'est une stratégie sur le long terme qui finira par apporter une valeur ajoutée auprès de vos clients » (M. Boisedu-Cadet).

Nous parlons également d'intelligence « poétique », qui se définit par le fait de voir la beauté des choses, se relier à la nature, se reconnecter aux autres et à soi-même — savoir donner du sens, écouter, trouver des métaphores, parler en images, synthétiser nos pensées, être un bon communicateur. La communication entre le personnel et le client doit être transparente, bien dirigée, intelligente, tout en respectant les valeurs de l'entreprise. L'humain devra évoluer tout en s'appuyant sur les bases de l'expérience client dans sa globalité.

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

LA VOITURE D'OCCASION COMME PORTE D'ENTRÉE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

La vente de voiture d'occasion par nos concessionnaires garantit une source de revenus complémentaires et une belle porte d'entrée pour développer une nouvelle clientèle.

TEXTE **CHARLES DROUIN**

Le contexte économique a une influence directe sur nos ventes. L'économie s'essouffle, les ménages remettent en question la pertinence d'une seconde voiture, l'économie reprend des couleurs et les nouveaux travailleurs se cherchent un volant pour aller au boulot.

L'offre de véhicules d'occasion demeure un volet de toute première importance dans les opérations de nos concessionnaires. Cette offre semble encore trop souvent mise à l'arrière-scène, alors que la concession reste, pour le consommateur, là où l'on fait l'acquisition de véhicules neufs. Toutefois, la voiture d'occasion, qui parfois est un véhicule d'échange qui revient au bercail, est une partie très importante de l'offre du concessionnaire.

Pas étonnant que plusieurs de nos membres comptent sur des équipes dédiées spécifiquement à l'achat et à la revente de véhicules d'occasion. Pour un premier acheteur, intéressé par la marque, la voiture d'occasion peut représenter son meilleur accès. Soutenue par le concessionnaire, c'est-à-dire un commerce ayant pignon sur rue, couverte par un programme d'inspection et de remise en condition rigoureuse et bénéficiant de solutions de financement avantageuses, cette voiture permet au consommateur de vivre une première expérience auprès du concessionnaire.

Préparer le second achat

Offrir à cette clientèle un véhicule qui correspond à ses besoins, et à son portefeuille, c'est ouvrir la porte à une expérience positive qui l'incitera à renouveler sa confiance lors de son prochain achat qui visera, qui sait, un véhicule neuf.

Je vois comment nos concessionnaires jouent habilement cette carte. Le véhicule d'occasion est souvent récent et provient parfois de la fin d'une entente de location. Dans ces conditions, le concessionnaire peut facilement fournir à l'acheteur potentiel tout l'historique des entretiens pour le rassurer, ajoutant parfois des garanties supplémentaires sur le produit.

Le véhicule est aussi lié au concessionnaire par son offre de solutions d'entretien. L'acheteur doit être mis en relation avec le département de service, d'autant si la voiture est de la marque de la maison. On pourra lui expliquer l'avantage d'un entretien préventif effectué par des techniciens formés aux normes du constructeur ayant recours à des pièces de remplacement d'origine.

Rassurer le consommateur

Tous les acheteurs ont besoin d'être rassurés, encore davantage lorsqu'il est question d'un achat aussi important que celui d'une automobile. Un prix raisonnable sur des véhicules d'occasion certifiés permet au consommateur d'avoir accès à un catalogue élargi de possibilités. Plus besoin de se déplacer inutilement ou de craindre pour la qualité de son investissement, puisqu'il peut trouver en un même endroit des experts du produit et un encadrement transactionnel professionnel. N'oublions pas que nos concessionnaires sont liés par un code d'éthique rigoureux et que leur réputation repose aussi sur la qualité de leur prestation en revente.

Vu sous cet angle, je comprends pourquoi la vente de véhicules d'occasion doit être un département clé du concessionnaire. Voilà une superbe occasion d'offrir aux nouveaux clients, comme aux anciens, le traitement VIP auquel ils ont tous droit.

Charles Drouin est chef de la direction de la Corporation Mobilis qui regroupe quelque 145 concessionnaires dans la grande région de Québec.

Dynamic Tire

TAILLÉS POUR LES CONDITIONS EXTRÊMES

La gamme de pneus de chantier de Dynamic Tire est prête à relever tous les défis.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

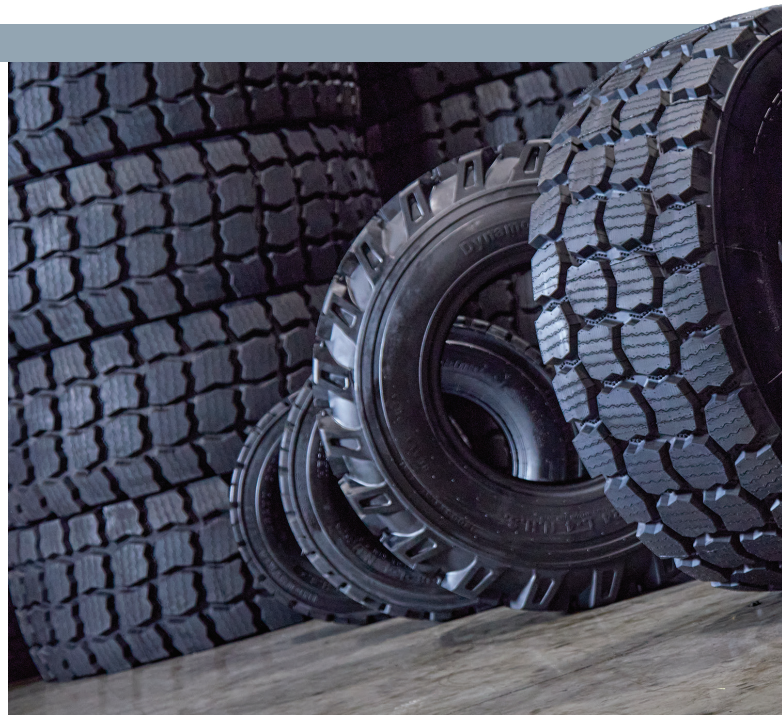
Les chantiers de construction comptent parmi les environnements les plus exigeants pour un pneu hors route (OTR). Il doit conjuguer robustesse et fiabilité pour affronter un terrain irrégulier et imprévisible, tout en conservant ses performances sur des chaussées dégradées, souvent couvertes de débris.

Il doit aussi faire preuve d'une grande polyvalence pour offrir une performance optimale sur différents types de surfaces, de l'asphalte aux chemins de terre, jusqu'aux zones gravillonnées et aux nombreuses variantes intermédiaires.

Et ce n'est pas tout : au Canada, les pneus de chantier doivent aussi fonctionner de longues heures sous des conditions climatiques parfois extrêmes. De la chaleur accablante de l'été au froid mordant de l'hiver, en passant par l'humidité et les surfaces glissantes typiques du printemps et de l'automne, ils doivent maintenir leur efficacité en toute circonstance.

C'est pourquoi Dynamic Tire se réjouit d'avoir intégré le pneu Dynamo Grip Bear à sa gamme de pneus de chantier. Mis en marché au début de l'année 2025, il suscite déjà un vif intérêt partout au Canada. >

Gregory Pickering, de Dynamic Tire, explique que de nombreux clients souhaitent éviter de changer de pneus entre l'hiver et l'été. Avec les modèles Dynamo, ce n'est plus nécessaire.



Conçu pour exceller dans des conditions particulièrement difficiles, le Grip Bear est doté d'une sculpture tout-terrain robuste, parfaitement adaptée aux environnements les plus exigeants.

Caractéristiques clés

Le Dynamo Grip Bear a été pensé pour répondre aux exigences élevées des applications en chantier. Il est doté d'une sculpture tout-terrain renforcée, optimisée pour offrir un maximum de traction sur une grande variété de surfaces. Neige compacte ou fondue, gravier mouillé, boue glissante : le Grip Bear assure une excellente motricité, une adhérence constante et des performances soutenues.

« Le Grip Bear présente une empreinte au sol optimisée pour une meilleure stabilité, et sa sculpture lui permet d'évoluer sur des surfaces variées, du sol meuble à l'asphalte, en couvrant toute la gamme des terrains intermédiaires », explique Gregory Pickering, responsable de gamme – pneus hors route non homologués, chez Dynamic Tire.

Il se montre également très résistant face aux aléas courants des chantiers, comme les débris ou les déchets susceptibles d'endommager un pneu et de mettre un véhicule hors service. « Grâce à ses flancs renforcés, conçus pour résister aux coupures et à l'abrasion, ce pneu peut évoluer dans les conditions les plus imprévisibles sans subir de dommages », ajoute M. Pickering.

La composition du pneu a elle aussi été soigneusement étudiée. La gomme, formulée pour résister aux coupures et aux arrachements, vise à prolonger sa durée de vie tout en réduisant les risques d'éclatement.

« Le Grip Bear offre d'excellents résultats dans les applications à fort couple et sur les chargeuses à direction à glissement, grâce au dessin de sa bande de roulement », souligne M. Pickering. « Même dans ces conditions exigeantes, il reste

Le Dynamo Grip Bear présente une empreinte au sol optimisée pour offrir une meilleure stabilité.

PHOTOS JACK KAZMIERSKI

Le Dynamo Xtreme Grip+ a été conçu pour offrir un rendement optimal dans des conditions météorologiques et des écarts de température extrêmes.

intact : sa robustesse en fait un atout pour tous ceux qui travaillent sur des terrains variés. »

Le Grip Bear a également été conçu pour résister aux écarts climatiques extrêmes, ce qui le rend particulièrement adapté au marché canadien, où l'on passe chaque année de tempêtes de verglas à des vagues de chaleur. « Il offre un bon rendement aussi bien sous la chaleur accablante de l'été que dans le froid mordant de l'hiver, et gère sans difficulté toutes les températures intermédiaires », ajoute M. Pickering.

Large éventail d'applications

Bien que le Dynamo Grip Bear ait été conçu pour répondre aux exigences des chantiers, Gregory Pickering précise qu'il peut aussi convenir à d'autres usages.

« C'est un pneu hors route, un pneu spécialisé, surtout destiné aux équipements de construction », explique-t-il. « Mais il peut aussi convenir à certains véhicules industriels ou utilitaires. »

Il offre de bonnes performances sur terrains mixtes. « Il peut être utilisé sur un chantier urbain, en milieu rural, et même dans certains contextes agricoles ou industriels », précise M. Pickering. « Il se distingue donc par sa polyvalence. »

Patrick Allcock, vice-président à la gestion de produits chez Dynamic Tire, explique que le Grip Bear a été conçu pour répondre aux attentes essentielles des clients dans ce segment : la qualité et le prix. « C'est un pneu diagonal, ce qui le rend plus abordable pour l'utilisateur final. Notre objectif est d'offrir un pneu de qualité à un prix concurrentiel, car c'est ce que les clients recherchent aujourd'hui. »

Dynamic Tire a mis à profit sa fine connaissance du marché canadien pour participer à la conception du Grip Bear. « Nous avons collaboré avec l'usine pour définir les spécifications en fonction des exigences de performance nord-américaines », indique M. Pickering. « Le résultat : un pneu performant, proposé à un prix concurrentiel. »

Diagonale ou radiale : deux options

Au Québec, où les équipements de déneigement sont souvent montés sur des pneus diagonaux, le Grip Bear répond parfaitement aux besoins des clients de Dynamic Tire, explique M. Allcock. « Sa sculpture agressive le rend idéal pour l'hiver et les conditions neigeuses. Mais il peut rester en place toute l'année et servir sur les chantiers pendant les mois plus chauds. »

La possibilité de garder le Grip Bear monté toute l'année est d'ailleurs l'un des atouts qui expliquent son succès sur le marché. « Nous avons constaté que les pneus radiaux étaient souvent jugés trop coûteux pour ce type d'usage. C'est pourquoi nous avons développé ce pneu diagonal pour répondre à ces besoins », explique M. Allcock.

Cela dit, certains clients préfèrent les pneus radiaux. Pour ceux qui recherchent une performance haut de gamme à prix concurrentiel dans une version radiale, Dynamic Tire propose le Dynamo Xtreme Grip+.

« La présence de lamelles dans les blocs de la bande de roulement améliore l'adhérence sur la glace, explique M. Allcock. Le Grip Bear, en version diagonale, ne comporte pas de lamelles, mais sa sculpture est plus adaptée à la neige. »

Malgré l'apport des lamelles, M. Pickering précise que le Dynamo Xtreme Grip+ peut aussi être utilisé toute l'année. « Les lamelles ont été conçues spécifiquement pour améliorer l'adhérence sur la neige et la glace, explique-t-il. Mais la sculpture permet un usage toutes saisons. De nombreux clients ne veulent plus changer de pneus à chaque passage de l'hiver à l'été. Avec le Dynamo Xtreme Grip+, ce n'est plus nécessaire. »

Tout comme le Grip Bear, le Dynamo Xtreme Grip+ a été conçu pour affronter des conditions climatiques extrêmes sans risque de déchirure ou d'éclatement. En somme, il a été pensé pour les conditions rigoureuses que l'on rencontre au Canada.

Les deux modèles sont déclinés dans un large choix de dimensions et conçus pour encaisser de lourdes charges, affronter des terrains éprouvants et résister à l'usure causée par des conditions exigeantes comme celles de la construction, de l'excavation ou du déneigement. Avec cette gamme dédiée aux chantiers, Dynamic Tire mise sur des performances de haut niveau à un prix accessible, pour que les équipes puissent poursuivre leur travail sans interruption.

PRÊTS ? PARTEZ ! VENDEZ !

Fabricants et distributeurs sont prêts pour la saison des pneus d'hiver. Et vous, êtes-vous prêt ?

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Les consommateurs se tournent vers des produits moins dispendieux.

D'ici quelques semaines, les Canadiens commenceront sans doute à penser au remplacement de leurs pneus d'été ou toutes saisons par un jeu plus adapté aux rigueurs de l'hiver.

Difficile de prévoir comment la saison des pneus se dessinera pour les détaillants.

Dans un contexte d'incertitude, les professionnels de l'industrie partagent tout de même quelques éléments de perspective. D'après Ugo Desgreniers, directeur de la stratégie produit chez Stox, les tarifs douaniers ne devraient pas avoir de réels impacts sur le marché canadien.

« Puisque très peu de pneus d'hiver sont fabriqués aux États-Unis, les hausses de prix attendues cet automne restent dans les normes habituelles », explique M. Desgreniers. « Les consommateurs seront donc moins touchés que dans d'autres segments où les augmentations ont été plus marquées en 2025. »

Diana Colosimo, directrice du développement de la marque chez Yokohama Tire Canada, confirme cette observation. « Aucun de nos pneus d'hiver ne vient des États-Unis », précise-t-elle. « Ils sont fabriqués en Asie, donc les tarifs visant les produits américains ne nous touchent pas. »

C'est une bonne nouvelle, mais M. Desgreniers met en garde contre d'autres facteurs susceptibles d'influencer les ventes de pneus d'hiver. « De nombreux consommateurs cherchent des produits plus abordables, notamment ceux qui achetaient auparavant du haut de gamme et qui se tournent désormais vers des modèles intermédiaires. Ce glissement s'explique clairement par un pouvoir d'achat en baisse. » Cela dit, M. Desgreniers estime que les automobilistes déjà équipés de pneus d'hiver haut de gamme devraient y rester fidèles.

Proactivité et préparation

Peu importe les choix des consommateurs, l'industrie semble prête, avec un volume conséquent de pneus d'hiver déjà disponibles pour les détaillants locaux. « Nous sommes conscients des nombreux défis auxquels fait face l'industrie, comme les tarifs, l'inflation, les pressions économiques et les perturbations de la chaîne d'approvisionnement », indique David Pulla, président de Dynamic Tire. « Nous avons adopté une gestion proactive de notre logistique et de nos stocks afin d'assurer un approvisionnement stable aux détaillants. Cette approche vise à réduire au maximum les perturbations durant la saison de transition. »

Malgré ces signes encourageants, James McIntyre, vice-président principal aux ventes pour le Canada et au développement de produits en Amérique du Nord chez Sailun Tire Americas, recommande aux détaillants d'anticiper davantage leur planification.

« On observe une approche à la fois prudente et proactive chez les détaillants de pneus », indique-t-il. « Les tarifs et l'inflation ont fait grimper les coûts, surtout pour certaines grandes marques haut de gamme. En parallèle, l'instabilité de la chaîne d'approvisionnement complique la gestion des stocks à long terme. Pour la saison de transition, il faut s'attendre à une offre plus restreinte. Le marché canadien reste solide, mais il est désormais essentiel de réserver ses allocations à l'avance. »

Il reconnaît toutefois que la plupart des détaillants canadiens ont l'habitude de constituer leurs stocks d'hiver dès le début de la saison afin d'éviter tout problème. « Cela dit, je pense qu'ils devraient aussi accorder une attention particulière à leurs références les plus populaires en toutes saisons et toutes conditions. Un ajustement tarifaire chez certains fabricants pourrait en effet entraîner des changements imprévus au niveau de l'approvisionnement ou des prix. »

De son côté, M. Pulla préconise une approche mesurée. « Il est pertinent de constituer ses stocks à l'avance pour les

tailles les plus demandées. Mais il peut aussi être utile de garder une certaine souplesse et de commander au fur et à mesure. Notre équipe accompagne les détaillants dans leurs choix selon leurs besoins. »

La planification doit également tenir compte des effets du changement climatique, qui retarde parfois l'arrivée du temps froid dans certaines régions du pays. Yokohama Tire Canada a d'ailleurs ajusté les dates de son offre promotionnelle sur les pneus d'hiver en conséquence.

« Normalement, notre programme de rabais commence le 15 septembre et se termine le 15 novembre », explique Mme Colosimo. « Mais nous avons repoussé cette date de deux semaines : il débutera désormais le 1er octobre. »

Hausses de prix

Bien que l'inflation et les hausses de prix demeurent préoccupantes, les prix des pneus d'hiver devraient, pour le moment, rester stables jusqu'à la fin de la saison.

« À mon avis, le plus difficile est derrière nous », affirme Mme Colosimo. « Nous utilisons un système de prévision qui nous permet d'anticiper la demande et les prix. Pour l'instant, la situation semble stable, même si l'avenir reste incertain. »

M. Pulla reconnaît que les fluctuations de prix restent un facteur à surveiller. « Cela dit », ajoute-t-il, « nous pensons que les hausses les plus importantes ont déjà eu lieu. Nous ne prévoyons pas d'augmentations majeures à court terme. »

M. McIntyre dresse un constat similaire. « Les détaillants peuvent s'attendre à une stabilité des prix cet hiver, surtout pour les pneus d'hiver, et ce malgré la hausse continue des coûts de production et de transport. La période la plus instable semble passée », précise-t-il. M. McIntyre apporte toutefois une nuance : « Même si les fortes hausses observées au cours des 18 à 24 derniers mois se sont atténuées, on continue de voir des hausses ponctuelles et modérées. Elles sont souvent liées au coût des matières premières, au transport ou aux variations monétaires. »

M. Desgreniers se veut rassurant : « Aucun ajustement de prix important n'est prévu d'ici la fin de 2025. Les fabricants révisent généralement leurs tarifs une fois la saison automne-hiver terminée, soit autour de mars ou avril. Par ailleurs, les contre-tarifs canadiens ne touchent qu'une faible part des pneus d'hiver fabriqués aux États-Unis, ce qui contribue à la stabilité des prix dans ce segment. »

L'INTENSE TRAVAIL AUTOUR DES PNEUS DE FORMULE 1

Nous sortons des sentiers battus dans cette édition pour présenter un atelier hors normes, celui de l'équipe Pirelli responsable de la fourniture et de la préparation des pneus pour les équipes de Formule 1.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Mario Isola est le chef de l'équipe Pirelli de Formule 1, un poste d'une importance capitale.

C'est lors du Grand Prix de Formule 1 du Canada, qui s'est déroulé à Montréal le 15 juin, qu'Autosphere a eu le privilège de découvrir l'atelier de préparation des quelque 1 800 roues prévues pour la course, grâce à une généreuse invitation du fournisseur unique de pneus pour l'événement, le fabricant italien Pirelli.

Une vingtaine de techniciens sont chargés de préparer ces pneus pour chaque Grand Prix. Il s'agit d'une équipe volante hautement qualifiée qui parcourt les 24 circuits du championnat de Formule 1 sur tous les continents. Pirelli, tout comme les écuries de course d'ailleurs, ne fait guère appel aux talents locaux, comptant sur des équipes de techniciens formées selon ses exigences.

Concernant les pneus, cette équipe de haute voltige doit préparer environ 1 800 roues en une journée et demie. « Et toutes ces roues doivent être rigoureusement identiques », explique Mario Isola, chef de Pirelli Formule 1, rencontré dans le paddock de Pirelli, situé dans l'annexe du circuit Gilles-Villeneuve la veille de la grande compétition montréalaise. La Fédération Internationale de l'Automobile (FIA), qui supervise les compétitions automobiles, garde un œil sévère sur le respect des règlements. Par exemple, un code-barres unique est appliqué sur chaque pneu afin d'en assurer la traçabilité.

Tous pareils

Chaque équipe recevra son lot de pneus, en général une vingtaine d'ensembles, répartis en pneus lisses, intermédiaires et pour la pluie.

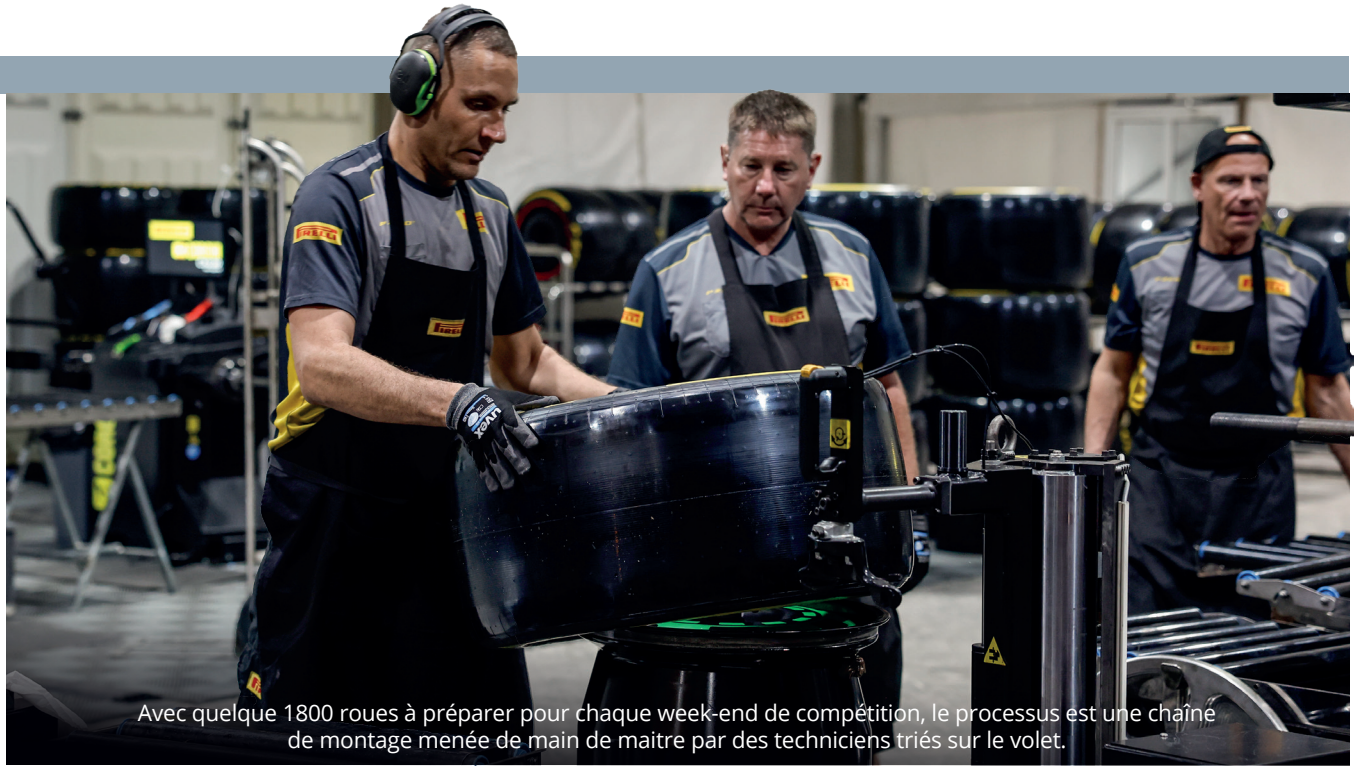
Les jantes sont fournies par un fabricant unique agréé par la FIA, ce qui signifie qu'elles ne peuvent pas différer d'une équipe à l'autre, afin de ne favoriser personne. Les équipes sont responsables du transport des jantes ; ainsi, si une jante est endommagée pendant le transport, l'équipe doit en fournir une de rechange. Des jantes de rechange sont également prévues en cas de dommages dus à des chocs ou des accidents sur la piste. L'équipe de préparation des roues reçoit toutes les jantes avant le week-end, afin de commencer le montage le mercredi.

« Les pneus P Zero, que Pirelli va fournir aux écuries pour qu'elles puissent participer au Championnat du monde de F1 jusqu'en 2027, selon le contrat en cours, répondent à des spécifications très précises. Pour le montage, la proximité des freins de la jante demande une grande dextérité », explique M. Isola. L'équilibrage est également une étape qui nécessite une grande précision. Imaginons une roue mal équilibrée sur une voiture qui, en ligne droite à Montréal, dépasse la vitesse de 330 kilomètres heure !

Équipements connus mais modifiés

Tout ce travail de précision est effectué avec des équipements que nos lecteurs des centres de pneus et de mécanique vont reconnaître. Certaines modifications ont été apportées aux machines pour s'adapter aux dimensions des jantes de 18 pouces et au profil particulier de ces pneus de performance ultime. Une attention particulière est portée à l'ergonomie des opérations de préparation des roues. Avec 1800 roues à monter en moins de deux jours, la cadence est soutenue, et on voit l'utilité des élévateurs pneumatiques et des convoyeurs à rouleaux qui facilitent leur manipulation.

PHOTOS **MICHEL BEAUNOYER ET PIRELLI**



Avec quelque 1800 roues à préparer pour chaque week-end de compétition, le processus est une chaîne de montage menée de main de maitre par des techniciens triés sur le volet.

Les dimensions des pneus sont déterminées par le règlement technique, rappelle l'équipe technique de Pirelli. Ils sont gonflés à l'air asséché, mais les écuries peuvent remplacer l'air par de l'azote dans leurs installations tout en respectant des paramètres précis.

Mentionnons que les pneus arrière sont plus larges afin d'offrir une plus grande surface de contact avec l'asphalte au niveau de l'essieu arrière, ce qui améliore l'adhérence, l'accélération et la stabilité de la voiture. La charge aérodynamique des monoplaces repose également principalement sur l'essieu arrière.

Des retombées technologiques

M. Isola souligne d'ailleurs que les pneus de Formule 1 développés pour résister à ces charges aérodynamiques ouvrent la porte aux solutions pour véhicules électriques. La création d'une structure des flancs plus solide pour résister à ce poids est un bon exemple de transfert de technologie vers les pneus vendus au détail aux électromobilistes.

Autant pour les qualifications que durant la course, les stratégies de gestion des pneus reposent sur les épaules des équipes. Souvent, un mauvais choix selon les conditions de

Les pneus sont gonflés à l'air sec, mais les écuries peuvent le remplacer par de l'azote en respectant des paramètres précis.

Les équipements sont semblables à ceux de nos centres de pneus, mais modifiés pour les roues de grande dimension des Formules 1.

la piste fait toute la différence. Pirelli positionne un ingénieur au sein de chaque équipe. Ils sont là pour surveiller la performance des pneus en conditions réelles, mais aussi pour partager avec les écuries des considérations sur l'état des pneus. « Nous convenons, avant les épreuves, de ce que nos ingénieurs pourront partager dans les paddocks, encore une fois par souci d'équité », précise M. Isola. Les équipes de Formule 1 sont consultées lors du développement des nouvelles générations de pneus lorsque la FIA change certains critères. « Nous écoutons tout le monde, car chacun a ses préférences, mais c'est la FIA qui tranche afin d'éviter le favoritisme. »

Du virtuel vers la piste

La dernière version des pneus Pirelli pour la Formule 1, signée P Zero, a impliqué la création de 70 prototypes virtuels mis à l'épreuve durant 5000 heures sur simulateur. Cela a donné 30 prototypes à valider sur la piste par les écuries de Formule 1. « Cette approche nous permet d'être plus écoresponsables », souligne M. Isola. À ce sujet, il pointe le flanc du pneu P Zero destiné au championnat de Formule 1. Le pneu porte le logo du FSC pour cette saison de course, et ce, jusqu'en 2027 au minimum. Il s'agit de la certification que le caoutchouc naturel contenu dans le pneu est conforme aux normes rigoureuses du FSC en matière de foresterie durable.

Après la course, l'équipe Pirelli reprend possession de toutes les roues, retire les jantes qui sont retournées aux écuries et met les pneus usés dans un conteneur. Les pneus sont expédiés aux installations de Pirelli en Angleterre où ils seront recyclés, de la même façon que nous le faisons ici au Québec avec nos pneus de tous les jours en fin de vie.

Toute cette préparation se prolonge dans les paddocks des équipes de course. À chaque occasion qui se présente, les équipes techniques des écuries pratiquent le remplacement des pneus aux puits. Pistolet pneumatique à la main, les techniciens reçoivent la voiture. Zip zip zip zip, zip zip zip zip, et c'est fait. Une impressionnante chorégraphie qui peut faire toute la différence durant l'épreuve.

On comprend que chaque équipe travaille avec exactement les mêmes gammes de pneus. Ainsi, chaque décision concernant la gomme la mieux adaptée aux conditions de course ou le moment où les remplacements doivent se faire pèse dans la balance. Le reste est entre les mains du pilote.

Pirelli brille durant ces épreuves. Son image est placardée partout sur les circuits. La visibilité et la projection d'une image de pneus de haute technologie ont une grande valeur, raison pour laquelle le fabricant italien investit tant en recherche et développement pour conserver sa position de fournisseur unique de pneus pour le Championnat de Formule 1.

Toutes les équipes ont accès aux mêmes pneus ; ensuite, tout est question de stratégie.

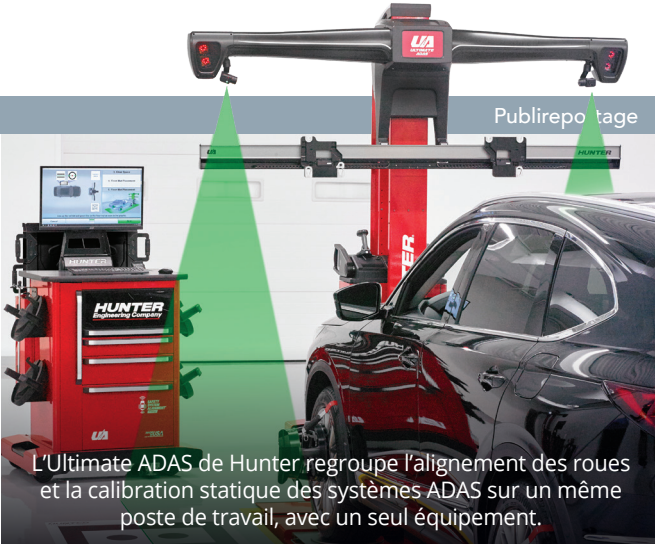
Les pneus sont récupérés après chaque épreuve et retournés en Angleterre pour être recyclés.

Hunter Engineering

UNE PRÉCISION AU MILLIMÈTRE

Hunter a supprimé toute part d'incertitude dans la réalisation correcte des calibrations ADAS.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**



L'Ultimate ADAS de Hunter regroupe l'alignement des roues et la calibration statique des systèmes ADAS sur un même poste de travail, avec un seul équipement.

Face à des systèmes avancés d'aide à la conduite (ADAS) de plus en plus complexes et sophistiqués, les techniciens automobiles doivent veiller à effectuer chaque calibration dans le strict respect des spécifications du constructeur, sans omettre aucune étape ni tolérer la moindre approximation.

C'est pourquoi Hunter Engineering conçoit l'ensemble de ses équipements d'alignement de façon à ce que les techniciens puissent suivre à la lettre les procédures des constructeurs, assurant ainsi que les systèmes ADAS conservent le même niveau de performance après l'intervention qu'auparavant.

Simplifier la formation

La formation joue un rôle essentiel dans la réussite d'une calibration ADAS. Pour permettre aux techniciens de prendre en main les nouveaux équipements sans repartir de zéro à chaque mise à jour, Hunter Engineering s'assure de préserver une continuité d'un modèle à l'autre, en maintenant une structure d'utilisation claire et cohérente sur l'ensemble de ses systèmes d'alignement.

Prenons, par exemple, nos touches de navigation », explique Ross Iacobellis, directeur des ventes techniques et de la formation chez Hunter Engineering Canada.

« Comme sur un clavier classique, nous utilisons des touches de fonction, de K1 à K4, et elles ont toujours été associées aux mêmes écrans, quel que soit l'équipement. Les techniciens savent ainsi exactement où aller, sans avoir à réapprendre l'usage de chaque touche. »

Documentation détaillée

Effectuer correctement les calibrations ADAS est essentiel, mais il est tout aussi important de documenter chaque étape du processus. En enregistrant les opérations au fur et à mesure et en validant leur conformité aux normes des constructeurs, les ateliers s'assurent de disposer des justificatifs nécessaires pour facturer les services rendus.

Et si le véhicule est impliqué dans une collision par la suite, cette documentation sert de preuve que toutes les technologies ADAS ont été correctement calibrées, écartant ainsi toute responsabilité potentielle de l'atelier.

« Chaque calibration commence par le balayage du véhicule ou la saisie manuelle du NIV dans la machine », précise M. Iacobellis. « Le système précharge alors toutes les technologies ADAS qui doivent être calibrées. Une fois chaque technologie ADAS calibrée, nous attestons que chaque étape du processus a été réalisée correctement. »

Toutes les données clés sont enregistrées, précise M. Iacobellis, notamment le jour et l'heure de chaque calibration, les informations de positionnement des cibles, les mesures effectuées ainsi que la preuve que la calibration a été menée à bien. « Nous pouvons même joindre des photos à chaque étape de la calibration », ajoute-t-il.

Des solutions personnalisées

Consciente qu'une solution universelle ne répond pas aux réalités actuelles, Hunter Engineering propose des solutions et des recommandations adaptées à chaque type d'entreprise automobile. Après tout, les besoins d'un détaillant de pneus, d'un atelier de carrosserie, d'un concessionnaire ou d'un centre de réparation indépendant ne sont pas les mêmes, et chacun doit avoir accès à des informations propres à ses activités. C'est pourquoi Hunter offre une solution spécifique pour chaque type d'établissement (voir l'encadré pour le lien vers plus d'informations).

Les technologies ADAS font désormais partie du quotidien dans notre industrie, et leur complexité ne cessera d'augmenter. Heureusement, Hunter Engineering a éliminé toute incertitude liée à leur calibration. Les techniciens disposent ainsi des outils nécessaires pour réaliser chaque intervention avec précision.

Liens Hunter Engineering

Guide ADAS par type d'entreprise : hunter.com/media-center/adas-hub/?#shoptype).

Calculateur de rendement : hunter.com/roi/

PHOTO **HUNTER ENGINEERING**

UNE SOLUTION RENTABLE ET EFFICACE

La gamme de pneus commerciaux TOP de Sailun est une option séduisante pour le transport longue distance.

TEXTE **HUW EVANS**

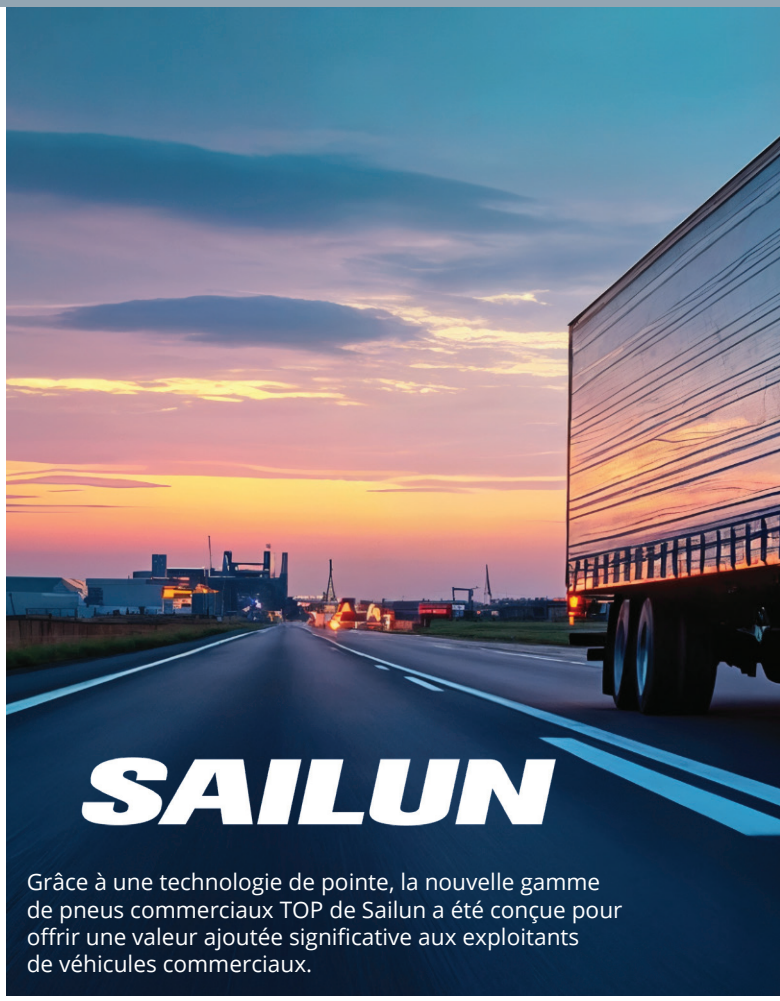
La rentabilité est une priorité pour les parcs de véhicules commerciaux. Ces derniers recherchent des pneus sûrs et fiables qui offrent de bonnes performances et une consommation réduite à un prix raisonnable. Ce constat est encore plus marqué dans le transport longue distance, un secteur que Sailun Tire connaît bien. Sa nouvelle gamme de pneus commerciaux TOP (Technical Optimization of Performance) répond précisément à ces attentes : longévité, faible consommation et usure réduite.

Une garantie parmi les meilleures de l'industrie

Sailun propose également une garantie de 8 ans sur sa gamme TOP qui couvre la fabrication et les matériaux, avec une protection allant jusqu'à trois rechapages supplémentaires. « L'objectif est d'offrir une tranquillité d'esprit et une valeur ajoutée à long terme,» explique Al Eagleson, responsable du segment pneus commerciaux chez Sailun Tire Americas.

Il précise que cette gamme complète comprend des pneus directionnels, des pneus pour essieu moteur et des pneus de remorque. Elle permet à Sailun de mieux répondre aux besoins du transport longue distance grâce à des modèles à bande de roulement large et à faible résistance au roulement. Un bon exemple est le modèle SDL70-EFT, destiné à l'essieu moteur. « Nous l'avons mis sur le marché l'an dernier et il a surpassé nos attentes pour la longévité comme pour la résistance au roulement », explique M. Eagleson.

Fort de ce succès, Sailun a repris la structure, la conception et le composé de caoutchouc du SDL70-EFT pour développer deux nouveaux modèles : le pneu directionnel SFL70-EFT pour poids lourds et le STL-70-EFT pour remorques. « Nous pensons que la combinaison de ces trois pneus sera gagnante pour les parcs de transport longue distance et les propriétaires exploitants », ajoute M. Eagleson.



Grâce à une technologie de pointe, la nouvelle gamme de pneus commerciaux TOP de Sailun a été conçue pour offrir une valeur ajoutée significative aux exploitants de véhicules commerciaux.

Mélange en phase liquide

L'un des éléments clés pour améliorer l'adhérence sur sol mouillé tout en réduisant la résistance au roulement est le composé de bande de roulement EcoPoint3 de Sailun. Il est issu du procédé breveté de mélange en phase liquide, fruit de plus de dix ans de recherche et développement. Ce procédé consiste à introduire un solvant liquide dans le mélange, ce qui permet de travailler le composé à l'état liquide. Le solvant est ensuite extrait avant la fin du processus, puis réutilisé. Cette méthode permet une dispersion bien plus fine de la silice dans le caoutchouc que les procédés traditionnels à sec. Ce composé accroît la longévité du pneu, réduit la résistance au roulement et améliore l'adhérence sur sol mouillé, tout en préservant chacune de ces qualités. « Dans le domaine du pneu, on parle de réussir le triangle magique », explique M. Eagleson. Il précise que cette technologie offre un avantage certain en performance comme en rentabilité pour le transport longue distance.

Des tests qui confirment les performances

Pour démontrer les performances de ses pneus longue distance

PHOTO **SAILUN TIRE AMERICAS**

par rapport à ceux d'autres marques, Sailun a fait appel à un laboratoire d'essai accrédité. Les essais ont été menés en conditions contrôlées avec les mêmes attelages tracteur-remorque. D'après M. Eagleson, les pneus Sailun dotés de la technologie EcoPoint3 ont consommé 1,4 % de carburant en moins que ceux d'un concurrent majeur. Il ajoute que les tests de longévité en conditions réelles, donnent eux, aussi des résultats très prometteurs.

Tringle allégée

La gamme TOP de Sailun intègre également une technologie de tringle optimisée qui permet de réduire le poids du pneu en redessinant la zone de la tringle afin de retirer une partie de la gomme sans compromettre sa robustesse. On obtient ainsi une structure plus légère et une résistance au roulement réduite pour une meilleure efficacité énergétique. Le montage et le gonflage sont également facilités, ce qui représente un gain de temps et d'argent pour les ateliers.

« Nous pensons que la combinaison de ces trois pneus sera gagnante pour les parcs de transport longue distance et les propriétaires exploitants. »

AL EAGLESON
, DIRECTEUR DE SEGMENT, PNEUS COMMERCIAUX
SAILUN TIRE AMERICAS

Par ailleurs, les pneus directionnels et de remorque de la gamme TOP adoptent un nouveau dessin de bande de roulement avec nervure de désolidarisation destinée à limiter l'usure irrégulière. Selon Eagleson, les trois modèles de la gamme TOP (SDL-70-EFT, SFL70-EFT et STL-70-EFT) seront proposés en dimensions 11R22.5, 295/75R22.5 et 11R24.5. Les commandes concessionnaires seront ouvertes dès le quatrième trimestre de 2025.

Pour en savoir plus sur les pneus TOP Line, visitez le site *sailun.ca*.

PLUS GROS ET PLUS PERFORMANTS

Les Canadiens connaissent les avantages des pneus d'hiver et placent la sécurité au sommet de leurs priorités.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

À l'approche de la saison des pneus d'hiver, les détaillants cherchent à savoir quelles tendances se dessinent. Une chose est claire : les pneus gagnent en taille et en performance.

Sabrina Garofalo, directrice principale de marque chez Michelin au Canada, explique que la tendance est aux véhicules équipés de jantes plus grandes, ce qui entraîne de nouveaux besoins lors de l'installation. Elle ajoute que la popularité des véhicules électriques continue de croître. « Tous les pneus d'hiver Michelin sont compatibles avec les véhicules électriques, y compris les hybrides et hybrides rechargeables. »

Même constat pour James McIntyre, vice-président principal des ventes Canada et développement de produits Amérique du Nord chez Sailun Tire Americas. « La gamme hivernale doit être solide et offrir un bon choix pour les jantes de plus grand diamètre. On réduisait souvent la taille autrefois, mais cette pratique perd du terrain. Avec les ensembles de freins plus imposants des véhicules modernes, les jantes plus grandes deviennent indispensables. »

Ugo Desgreniers, directeur de la stratégie produit chez Stox, explique que les fabricants proposent de plus en plus de dimensions entre 19 et 23 pouces afin de couvrir le plus grand nombre possible de véhicules. La demande pour ces tailles est en forte hausse. Outre le choix de jantes plus grandes, la qualité demeure au cœur des attentes. Selon lui, un pneu doit avant tout répondre aux exigences de sécurité en conduite hivernale. « Beaucoup ont déjà roulé avec des pneus d'hiver haut de gamme et constaté les avantages concrets dans des conditions difficiles. Pour ceux qui ne les ont jamais essayés, il suffit d'expliquer clairement les bénéfices et de rappeler que miser sur la sécurité est un investissement plutôt qu'une dépense. »

Faire de la sécurité un atout commercial

Les pneus d'hiver procurent sécurité et tranquillité d'esprit. Le contexte économique actuel amène toutefois les consommateurs à tenir compte du prix. « Les consommateurs cherchent des pneus d'hiver de qualité qui assurent sécurité et performance dans des conditions difficiles, tout en restant abordables », souligne David Pulla, président de Dynamic Tire. « Ils veulent des produits fiables et efficaces, capables de leur assurer une tranquillité d'esprit pendant les mois les plus rudes. La demande est forte pour des pneus qui combinent sécurité, durabilité et un bon rapport qualité-prix. »

M. Pulla explique que même si le prix joue un rôle, la sécurité reste la principale raison d'acheter des pneus d'hiver.

Michelin X-Ice Snow

Pneus d'hiver sans crampons conçus pour multisegments compacts, VUS, camionnettes, berlines et véhicules électriques. Les X-Ice Snow assurent une mobilité optimale dans les hivers canadiens les plus exigeants. Ils offrent une conduite sécuritaire, stable, confortable et parfaitement maîtrisée au fil des saisons hivernales.

Mirage MR-W662

Conçu pour affronter les pires conditions hivernales, le Mirage MR-W662 intègre un composé à base de silice qui assure une excellente traction même par grand froid. Sa bande de roulement directionnelle fend la neige et la neige fondante pour offrir une maniabilité exceptionnelle, tandis que les lamelles latérales renforcent l'adhérence sur route mouillée ou enneigée.

PHOTOS **MICHELIN, MIRAGE, ROVELO, YOKOHAMA**

« Les conducteurs cherchent des pneus fiables, capables d'offrir une bonne tenue de route, des distances de freinage réduites et un comportement fiable, même dans les pires conditions hivernales. Certains clients portent également leur intérêt sur la faible résistance au roulement car ils souhaitent réduire leur consommation de carburant, mais la priorité demeure une performance fiable et une tranquillité d'esprit tout au long de l'hiver. »

Pour Sabrina Garofalo de Michelin, la sécurité prime toujours. « Les consommateurs veulent se sentir en sécurité au volant. C'est pourquoi la performance en neige et sur glace est essentielle lors du choix d'un pneu d'hiver. Les études montrent que confiance et performance priment sur le prix. La notion de valeur compte aussi, car ils veulent des pneus performants qui durent dans le temps. »

Pneus toutes saisons ou pneus d'hiver ?

Les pneus toutes saisons gagnent en popularité, mais la demande pour les pneus d'hiver demeure forte au Canada. « Les pneus toutes saisons séduisent surtout en milieu urbain et auprès des conducteurs qui roulent peu, car ils offrent la commodité d'un produit utilisable toute l'année », explique M. Pulla. « Cependant, les pneus d'hiver demeurent le meilleur choix pour garantir sécurité et performance durant les hivers rigoureux. »

Diana Colosimo, directrice du développement de marque chez Yokohama Tire Canada, partage ce point de vue. « La majorité des Canadiens privilégient encore un pneu d'hiver spécialisé. Un vrai pneu d'hiver reste la référence en performance. » Les conditions extrêmes expliquent aussi ce choix. « Au Canada, avec des hivers plus rigoureux et davantage de neige et de glace, le véritable pneu d'hiver conserve l'avantage », ajoute Mme Garofalo.

Mme Colosimo reconnaît cependant que chaque client a des besoins différents. « Un conducteur qui ne prend la route qu'une fois par semaine pour aller à l'épicerie, mais qui souhaite une meilleure adhérence qu'avec des pneus toutes saisons, peut se tourner vers un pneu toutes conditions. En revanche, s'il a un enfant qui étudie à trois heures d'ici et qui rentre chaque fin de semaine, mieux vaut opter pour de vrais pneus d'hiver. »

M. Pulla partage ce point de vue. « Le choix dépend des besoins de conduite et de la rigueur du climat, mais les pneus d'hiver restent l'option privilégiée dans les conditions exigeantes. »

Pour Ugo Desgreniers, les pneus toutes saisons devraient rester une option pour les conducteurs confrontés à des hivers modérés. Il s'agit souvent de personnes qui utilisent déjà des pneus d'été ou toutes saisons et qui souhaitent un peu plus de sécurité lors des rares épisodes de neige ou de glace. « Ces clients ne veulent pas passer aux pneus d'hiver ni changer leurs pneus deux fois par an. Ils sont faciles à repérer et à cibler. »

Les avantages des pneus d'hiver sont clairs, et selon M. Desgreniers, une fois qu'un conducteur a expérimenté la traction et la performance supplémentaires qu'ils procurent, difficile ensuite de revenir en arrière.

« Un conducteur qui a déjà roulé avec des pneus d'hiver revient rarement aux pneus toutes saisons. La sécurité en hiver reste, et restera, la priorité pour ceux qui circulent dans un climat nordique. »

Rovelo

Pneu d'hiver cloutable conçu pour les conditions les plus extrêmes, le Rovelo Arctic Vison RW01 arbore les certifications 3PMS et IGS, qui attestent de sa traction supérieure sur la neige, la glace et par temps glacial.

Yokohama BluEarth Winter V906

Les BluEarth Winter V906 et V906 SUV, homologués V et W, sont les nouveaux pneus d'hiver haute performance de Yokohama pour berlines, multisegments compacts et petits VUS. Ils offrent une excellente tenue sur neige, glace et routes mouillées, de bonnes performances sur route sèche et une durée de vie accrue.

LES RÉSULTATS CONCRETS DE L'IMPLICATION

L'implication de la génération montante dans l'Association des Spécialistes de Pneu et Mécanique du Québec (ASPMQ) se traduit par la multiplication des réalisations.

TEXTE **GUILLAUME MARTIN**

Guillaume Martin poursuit la deuxième année de son mandat à la présidence de l'ASPMQ. Élu en juin 2024, M. Martin a bénéficié d'un appui renouvelé de la part des membres, reflet de la confiance qu'ils accordent à son leadership.

Propriétaire des établissements OK Pneus Pointe-aux-Trembles et OK Pneus Sainte-Agathe, et membre du conseil d'administration de l'association depuis 2021, il possède une connaissance approfondie du terrain ainsi qu'une solide compréhension des enjeux liés à l'industrie. Son implication constante et sa vision stratégique favorisent la stabilité nécessaire à la poursuite des projets en cours.

« En tant que président, c'est un honneur pour moi de continuer à accomplir la mission de l'ASPMQ qui est de protéger, encadrer et développer l'ensemble des aspects de l'industrie », déclarait-il en 2024 lors de son entrée en fonction. Une affirmation qui demeure pleinement fidèle à sa vision.

Parmi les initiatives marquantes de ce mandat qui se poursuit, on peut souligner :

- Le lancement d'une boutique en ligne proposant des outils pratiques destinés aux membres ;
- Plus de 60 représentations sectorielles, accompagnées de nombreux webinaires informatifs ;
- La réalisation du Rendez-vous estival de l'ASPMQ, une journée dédiée à la formation et au réseautage.

Plus récemment, il a entrepris le lancement officiel du balado de l'ASPMQ. Cette nouvelle plateforme d'information s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue, visant à offrir un meilleur accès à l'information et un soutien accru aux membres dans l'exercice de leur profession.

Sous sa direction, l'ASPMQ poursuit 2025-2026 avec confiance, déterminée à soutenir ses membres, à renforcer la communauté professionnelle et à accompagner le secteur dans ses transformations.

Guillaume Martin préside l'ASPMQ tout en gérant deux centres de pneus et mécanique.

DISTRIBUTION Stox PNEUS & JANTES

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

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

HIFLY TIRES

toujours en Stox !

DÉCOUVREZ NOS MEILLEURS VENDEURS

Win-Turi 215
cramponnable

Win-Turi 216

Win-Turi 212

GARANTIE
HASARD DE ROUTE

PREMIER 25 % DE LA BANDE DE ROULEMENT*

**Pour la première année suite à l'achat. Sur certains modèles seulement. Application commerciale non-éligible.*

DISTRIBUTION Stox

QUÉBEC
1 866 906-8848

PROVINCES DE L'ATLANTIQUE
1 877 779-3484

ONTARIO
1 866 795-7777

OUEST CANADIEN (MB, AB & CB)
1 800 303-8473
NORTH COUNTRY TIRE

Un partenaire qui livre !

distributionstox.ca

Les membres du CA de l'ASPMQ étaient aux premières loges de cet événement pour en faire un succès.

LE RENDEZ-VOUS ESTIVAL DE L'ASPMQ COUVRE PLUSIEURS ENJEUX

Le 19 juin dernier se déroulait à la Cidrerie Lacroix à Saint-Joseph-du-Lac, le Rendez-vous estival de l'Association des Spécialistes de Pneu et Mécanique du Québec (ASPMQ).

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Près d'une centaine de personnes ont participé à cette grande rencontre dans un site enchanteur. Cette rencontre était structurée de façon à permettre aux professionnels du pneu d'échanger et de partager, mais aussi d'assister à des conférences très pertinentes et même de rencontrer des fournisseurs à leurs kiosques extérieurs.

Après un mot de bienvenue du président de l'ASPMQ, Guillaume Martin, les formateurs Pierre Henry et Serge Tremblay d'Atelier branché ont pris le micro pour parler non seulement des véhicules électriques, mais de la haute technologie qui se trouve dans toutes les voitures qui arrivent dans les ateliers indépendants. Ils ont donné des exemples concrets de l'importance de suivre attentivement les processus de réparation. « La formation est de la plus grande importance, a expliqué M. Henry avec son dynamisme légendaire, car vous devez aussi éduquer le consommateur sur la nature des entretiens nécessaires sur son véhicule. »

Sylvain Pelletier, directeur général du Comité paritaire Laurentides – Lanaudière, a ensuite expliqué le rôle de cet organisme dans l'écosystème de la mécanique. Ici aussi, le discours a gravité autour du rôle crucial de la formation dans le développement des compétences techniques.

Sur le même thème, Danielle Le Chasseur et Martin Cloutier d'Innoviste ont succédé à la présentation de Mauro DuTullio des Assurances Federated sur la gestion des risques. Ce dernier invitait d'ailleurs les participants à consulter le site federated.ca/fr pour accéder à plusieurs articles présentant des conseils de prévention.

Pour en revenir à Innoviste, Mme Le Chasseur et M. Cloutier ont expliqué que le rôle de leur organisme est de faciliter la diffusion de la formation partout sur le territoire. Ils ont déploré le fait que 70 % des travailleurs en atelier de mécanique n'aient pas complété un DEP, et qu'Innoviste travaille avec tous les partenaires de l'industrie pour établir une base commune de formation. Le duo a aussi précisé offrir un service de formation pour les gestionnaires aussi, ces derniers, ayant parfois gravi les échelons à partir de l'atelier et ayant besoin de soutien professionnel pour enrichir leurs façons de faire.

Sylvie Malette et Catherine Bernier d'Auto-Prévention sont finalement venues parler des droits et responsabilités des employeurs dans le secteur automobile. L'organisme offre plusieurs services gratuits pour aider les propriétaires d'atelier à réduire les risques sur liés à la santé et la sécurité de leurs travailleurs. Son personnel peut aussi prodiguer des conseils pour bien accompagner les travailleurs immigrants et les jeunes, une clientèle particulièrement à risque dans nos ateliers où ils sont confrontés à plusieurs machines parfois méconnues.

PHOTOS **MICHEL BEAUNOYER**

Le conférencier et ancien journaliste sportif Louis Jean a conclu le volet des conférences après un cocktail très apprécié des participants. Ce dernier a parlé avec beaucoup d'animation de la valeur intrinsèque de chacune des personnes présentes et de la manière dont cette valeur reste constante, malgré les circonstances ou le jugement d'autrui. La journée s'est terminée par un souper gastronomique agrémenté d'un duo musical. Ce rendez-vous estival représentait une formule où le partage d'informations très pertinentes pour les gestionnaires de centres de pneus et mécanique s'est déroulé dans un cadre décontracté, favorisant les échanges entre collègues et fournisseurs spécialisés.

MÉCANIQUE

Pièces de suspension KYB

RAYMOND PROULX RACONTE L'HISTOIRE DE CETTE ENTREPRISE AU CANADA

Avec 21 ans d'expérience au sein de l'entreprise de pièces de suspension KYB, Raymond Proulx est aux premières loges pour parler de l'évolution du marché secondaire automobile et comment l'entreprise qu'il représente, a su constamment adapter ses produits en conséquence.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Le visage canadien de KYB a toujours eu la mécanique dans le sang. Tout jeune, à la fin des années 1970, il travaillait dans un garage durant ses temps libres d'étudiant.

Il fait ses études en administration des affaires à l'Université Concordia à Montréal. Il opte pour cette institution anglophone reconnue pour la qualité de son enseignement, mais aussi parce que le jeune Raymond veut s'assurer de maîtriser les deux langues officielles. « C'était une recommandation de mes parents, souligne M. Proulx. Et j'avoue que mon bilinguisme s'est avéré très utile pour la progression de ma carrière par la suite. »

Les premiers postes qu'il occupe concernent au service à la clientèle dans de grandes entreprises de fabrication du secteur automobile, avant de glisser graduellement vers le département des ventes. Ce passage au service à la clientèle a été très formateur pour cet homme chaleureux qui a su appliquer à son travail un sens de l'écoute naturel. Comprendre les besoins et les critiques des utilisateurs sera un des piliers de ses succès à venir.

Depuis 21 ans, Raymond Proulx est le visage de KYB au Canada.

Après six ans dans une société de marketing, il entend le chant des sirènes, sous la forme de KYB, un fabricant de pièces de suspension qui faisait ses premiers pas sur le marché canadien. « Je ne connaissais pas cette entreprise, admet M. Proulx, mais ce que je savais, c'est que l'offre représentait un beau défi et me donnait, surtout l'occasion de retourner dans une industrie qui me passionne. »

Une entreprise de renommée mondiale

En fait, KYB célébrera en 2025 ses 50 ans en Amérique du Nord. Le fabricant de pièces de suspension pour les constructeurs automobiles et le marché secondaire est en fait une entreprise centenaire basée au Japon, qui compte 15 usines dans le monde et des opérations commerciales dans 21 pays. Aux États-Unis, KYB compte des bureaux corporatifs, une usine, un centre de recherche en Indiana en plus d'installations supplémentaires en Illinois.

« Pour l'approvisionnement, dans un contexte tarifaire volatile, le fait que nous puissions produire partout dans le monde s'avère un grand avantage », souligne M. Proulx.

La mission qui lui a été confiée par KYB était de faire connaître la marque et de construire des relations d'affaires avec les principaux distributeurs de pièces canadiens. « Introduire une nouvelle gamme de produits sur un marché n'est pas simple, explique Raymond Proulx, mais KYB avait plusieurs cartes dans sa manche. »

Tout d'abord, KYB ne propose sur le marché que des pièces de remplacement de première qualité. Le catalogue ne présente aucun compromis. Plusieurs types de produits sont proposés selon les applications, mais les clients qui cherchent des pièces à rabais doivent regarder ailleurs.

« Ça, c'est une force pour KYB », constate le directeur du développement des affaires pour le Canada. « Le fabricant fournit aussi des pièces d'origine pour plusieurs constructeurs automobiles. Les entreprises du marché secondaire profitent de l'expertise de nos ingénieurs qui développent les pièces en première monte. Les pièces sont identiques, à la seule différence notable que la pression des gaz sera plus élevée dans les pièces de remplacement, puisqu'un véhicule vieillissant aura besoin de plus de fermeté. »

Pour Raymond Proulx, cela signifie que les distributeurs canadiens peuvent offrir à leurs clients installateurs des pièces haut de gamme couvertes par une solide garantie. De plus, KYB a su suivre les tendances du marché en offrant plusieurs solutions de jambes de force préassemblées. Les pièces sont plus faciles et plus sécuritaires à installer et le nombre de retours est en chute libre.

Ce qui est aussi important à ses yeux, c'est que lorsque KYB annonce de nouvelles applications (10 à 15 nouveautés par mois) la compagnie veille à ce que les inventaires soient au rendez-vous. Inutile d'informer une pièce qui n'est pas immédiatement disponible. Mentionnons que le catalogue de

PHOTOS YANN CANNO, KYB

KYB est en mesure de produire partout dans le monde, dont en Amérique du Nord, ce qui garantit une grande accessibilité à ses pièces.

L'expertise de KYB découle en grande partie de sa collaboration avec les constructeurs automobiles.

pièces KYB compte 900 applications uniquement pour le marché croissant des véhicules électriques et hybrides.

Vendre la suspension

Après 21 ans de travail au sein d'une entreprise basée sur la passion, Raymond Proulx est très content de la position que KYB s'est taillé sur le marché canadien. « Nous sommes à l'écoute de nos clients et pouvons prendre des décisions rapidement. Évidemment, nous visons toujours plus de parts de marché. Mais KYB occupe une position enviable dans le créneau de pièces de qualité. Et l'avenir s'annonce prometteur. »

Il base cette prévision sur un marché où l'âge moyen du parc automobile canadien atteint la douzaine d'années. « Les gens veulent conserver leur voiture plus longtemps, c'est à nous de savoir comment les servir en leur proposant le remplacement des pièces de suspension au moment opportun », souligne M. Proulx en précisant que le site de KYB présente plusieurs vidéos explicatives à ce sujet. « Les gens ne réalisent pas que la suspension doit être remplacée, car elle se fatigue graduellement et sans signe évident d'usure. Pourtant, c'est une question de confort et de sécurité. Des pièces de suspension qui n'effectuent plus leur travail ont une incidence sur la stabilité du véhicule et sa distance de freinage. Il faut l'expliquer au client. »

En ce qui concerne la qualité des pièces offertes, le directeur du développement des affaires préconise les solutions de qualité supérieure. « Dans le créneau des voitures de cinq à huit ans, il y a une clientèle qui veut clairement les conserver encore longtemps. C'est le type de consommateur qui vont aimer retrouver pour longtemps le comportement d'origine de leurs véhicules. »

Un catalogue sans compromis

Le catalogue en ligne et sa version mobile permettent aux techniciens de trouver facilement exactement la pièce appropriée pour le véhicule. Le fabricant suit les évolutions du marché. Cela signifie, qu'il s'agisse de VUS, de camionnettes ou encore de lourds véhicules électriques, KYB a l'amortisseur ou la jambe de force qui répond à leurs spécifications.

La famille des produits KYB se décline sous des marques qui répondent à l'ensemble des applications du parc des véhicules canadiens. L'offre est en constante évolution pour répondre adéquatement aux besoins des automobilistes canadiens.

Excel-G : Amortisseurs, jambes de force et cartouches à double tube équivalents ou supérieurs aux pièces montées d'origine sur les voitures, camions légers et VUS domestiques ou importés.

Gas-a-Just : Amortisseurs monotubes qui remplacent les pièces d'origine ou servent de mise à niveau pour les voitures et les camions légers.

MonoMax : Amortisseurs monotubes robustes conçus pour les camions utilisés pour le travail, le transport, le remorquage, le déneigement et les conditions extrêmes.

Strut-Plus : Ensembles complets de ressorts hélicoïdaux et de jambes de force conçus pour une installation facile et de meilleures performances.

Truck-Plus : Ensembles complets de ressorts hélicoïdaux et de jambes de force conçus pour une installation facile, de meilleures performances et un nivellement des camions légers et des VUS.

SE FORMER ET ÉDUQUER LE CLIENT SUR LES DÉFIS DE L'ÉLECTRONIQUE

Le diagnostic électronique est devenu une opération incontournable pour identifier la source réelle d'un problème dont l'origine serait autrement incroyablement difficile à retracer.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Exemple parmi tant d'autres ? Une voiture qui refuse de démarrer à cause d'une caméra en panne sous le pare-brise. « En plus, pour compliquer les choses, l'analyseur m'indique que le problème est lié à la transmission », ajoute le formateur Pierre Henry de l'Atelier branché qui a vécu la situation.

Ce spécialiste en a vu d'autres. Au fil des ans, il a également constaté l'augmentation de la complexité des réseaux de communication à l'intérieur d'un véhicule. « Une camionnette Silverado, par exemple, compte 40 modules électroniques qui communiquent par l'entremise de 15 réseaux informatiques partagés. Alors, si un court-circuit se produit quelque part sur un réseau, c'est tout ce qui y est relié qui tombe en panne et envoie un signal d'anomalie lors de la prise de données avec l'analyseur. Il va indiquer qu'il y a un problème de communication sur l'un des réseaux. Ensuite, c'est au technicien de procéder méthodiquement pour en retracer l'origine. »

Un fil corrodé, un capteur défectueux ou un module à mettre à jour peut expliquer un comportement anormal ou un accessoire qui a subitement cessé de fonctionner. Le diagnostic évolue à grande vitesse depuis ces dernières années. Les ateliers doivent être en mesure d'analyser les problèmes électriques et électroniques s'ils veulent rester compétitifs. Brancher un véhicule donne accès à 2 000 chemins qui parcourent tous les réseaux de communication et vérifient leur bon fonctionnement.

Toutes les voitures

« Vous savez, on trouve aujourd'hui toutes sortes d'anomalies électroniques, même sur les véhicules d'entrée de gamme », enchaîne Wilson Almeida, directeur de l'Académie Vast-Auto Distribution. « Dans l'entretien et la réparation automobile, l'ordinateur a détrôné le tournevis. Il faut apprendre à lire et à comprendre les circuits. Finie l'époque où l'on changeait une pièce simplement parce que cela avait fonctionné dans le passé. » Il est parfois devenu difficile de faire comprendre aux clients, qui arrivent avec leur expertise YouTube, qu'avant de réparer, il faut diagnostiquer. « Il nous faut des techniciens formés et équipés, c'est essentiel, surtout quand on sait que 70 % de nos techniciens n'ont pas de diplôme professionnel en mécanique », poursuit M. Almeida. L'atelier doit aussi s'assurer de l'expertise du personnel au comptoir, car c'est ce dernier qui devra éduquer le consommateur.

Remonter à la source

Le défi pour le marché secondaire automobile est de taille. Chaque année, des voitures de plus en plus sophistiquées accèdent à ses baies de service. « Ce n'est pas étonnant, en ce sens que cet automne, ma tournée de formation portera, entre autres, sur la communication et les réseaux informatiques des véhicules », constate Billy Thomas, spécialiste de la formation chez Bumper to Bumper. « Je suis d'accord pour dire que ce diagnostic n'est pas évident. Mais aujourd'hui, il est impossible d'accomplir la moindre tâche sur une voiture sans la brancher préalablement pour évaluer son état de santé, puis accéder au diagnostic menant au bon processus de réparation. »

M. Thomas souligne également l'importance de former le client. « L'instinct du mécano doit changer. Le diagnostic électronique est maintenant un travail rigoureux d'enquête, explique-t-il. Le client doit comprendre que trouver la source du problème prend du temps, mais revient moins cher que de remplacer des pièces inutilement. »

Des surprises à éviter

« La technologie nous met devant de beaux défis », tranche Al Kozun, formateur technique pour les ateliers du réseau

PHOTOS MICHEL BEAUNOYER, L'ATELIER BRANCHÉ

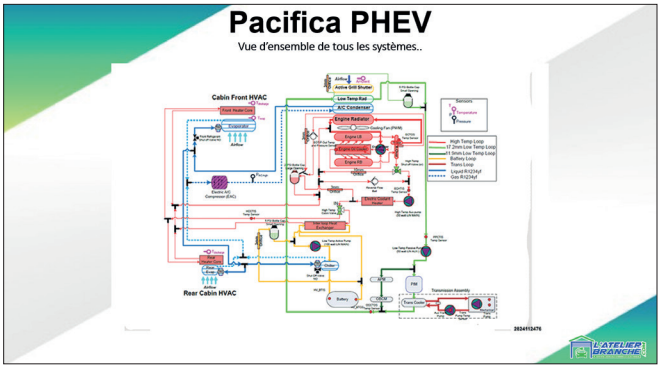
NAPA. « Par exemple, les clés sans contact, qui ressemblent en fait à une carte de crédit, fonctionnent grâce à une antenne située à l'intérieur de l'habitacle de la voiture, qui capte son signal. Que se passera-t-il quand cette antenne se corrodera ou tombera simplement en panne ? Comment ouvrira-t-on la porte, sans clé physique, si la communication est impossible ? »

Selon cet expert de la formation, face à ces nouvelles technologies, les techniciens des ateliers indépendants doivent établir un plan de diagnostic. Le premier élément est d'avoir accès à un oscilloscope et à un analyseur à jour. Mais l'analyse des données n'offre pas la solution ; elle guide le technicien vers les tests à mener. Le second est de recueillir l'information, tant auprès du client que de la voiture. « Ensuite, suivez les étapes, consultez les bulletins techniques et comprenez les chemins à parcourir ainsi que les tests à réaliser, et dans quelle séquence, pour arriver à la solution », explique M. Kozun.

Le désir de réparer

Heureusement, selon lui, les mécaniciens professionnels ont dans leur ADN le désir de réparer. « Avec les médias sociaux, on voit apparaître partout des communautés d'experts dans lesquelles des techniciens échangent sur leurs problèmes et leurs solutions. » C'est dans la nature des mécaniciens d'aimer résoudre les problèmes. Il recommande de brancher chaque véhicule qui entre en atelier pour en présenter le bilan de santé au client. « Avec la montée des problèmes électriques et électroniques, il faut accompagner le consommateur dès le départ. C'est en bâtissant une relation de confiance qu'il laissera tomber ses hésitations lorsqu'on lui parlera du temps qui sera facturé pour le diagnostic », conclut M. Kozun.

Le formateur Pierre Henry lors d'une de ses présentations portant, en partie, sur les réseaux de communication actifs dans un véhicule.



Circuit qui gère le refroidissement d'un Pacifica hybride

NAPA PIÈCES D'AUTO

SI C'EST UNE PIÈCE, ON CONNAÎT ÇA.

L'ASCENSION DE MIDAS SOUS L'IMPULSION D'UN FRANCHISÉ VISIONNAIRE

Midas fait partie de la famille de Claude Martel depuis le milieu des années 1980. Son père a dirigé la branche nationale pendant cinq ans avant d'ouvrir sa propre franchise en 1989. Le garage de Chambly allait devenir son école, un lieu où il apprendrait les rudiments du métier d'entrepreneur.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

De passeur de balais, Claude Martel allait gravir les échelons pour finalement racheter l'établissement en 2009. Cependant, après quelques années passées à rouler sa bosse, son enthousiasme s'effrite. Maîtrisant les rouages de son atelier sur le bout de ses doigts, il se retrouve soudain à la croisée des chemins, confronté à un dilemme : quitter ce domaine qu'il connaît par cœur pour relever un nouveau défi ou continuer à y travailler, mais différemment. C'est alors qu'une occasion de mettre la main sur une deuxième installation Midas s'est présentée.

L'acquisition de la succursale de Boucherville aura un effet inattendu. En plus de raviver la passion du métier chez M. Martel, stimulée par de nouveaux apprentissages quotidiens, elle allumera l'intérêt de son fils ainé. Diplômé en marketing, le jeune homme caressait l'idée de devenir entrepreneur. Et l'ajout d'une seconde franchise de service auto et pneu au portfolio de son père changeait la donne, faisant miroiter le potentiel de succursales multiples regroupées sous une même entité. Il s'est donc joint à l'équipe il y a deux ans. Claude Martel a de grandes aspirations pour sa progéniture, mais avant de prendre plus de responsabilités, pour éventuellement superviser les ateliers, il lui faudra faire de nombreux apprentissages, tient-il à préciser.

Jamais deux sans trois

Motivé par l'implication de la relève et épaulé par un réseau solide, M. Martel décide de poursuivre sa croissance. « Midas a le vent dans les voiles », explique-t-il fièrement. « Nous avons une belle équipe de direction très engagée et qui nous offre un excellent support. Ça donne envie d'investir dans cette bannière-là, d'ouvrir des succursales et de prendre de l'ampleur. » Le groupe aspire à s'imposer comme une alternative aux concessionnaires, en proposant une qualité de service et de produits égale ou supérieure, secondée par une approche plus personnalisée.

De pouvoir compter sur réseau revêt une importance cruciale, mais « le nerf de la guerre pour avoir plus d'une location, c'est d'être bien entouré, d'avoir de bons gérants et une adjointe administrative compétente », insiste l'homme d'affaires. Sachant qu'il avait au sein de son équipe LA personne idéale pour opérer une troisième installation, il part donc à la recherche d'une nouvelle shop dont il confiera les rênes à Marco Duchesne.

L'endroit devait être stratégique pour faciliter la fluidité des opérations entre les trois branches. C'est au coin de la rue Duvernay et du boulevard Sir-Wilfrid-Laurier à Beloeil qu'il déniche l'emplacement « exceptionnel ». L'ancien garage indépendant, fermé depuis à peine quelques mois, dispose d'un

PHOTOS **ISABELLE HAVASY**

Marco Duchesne (à droite) est à la tête de la troisième franchise Midas de Claude Martel.

Dès son ouverture, l'atelier a connu une bonne saison des pneus et vise maintenant à fidéliser la clientèle.

énorme potentiel. Situé à une intersection et à proximité d'un centre commercial « c'est mon atelier le mieux placé », souligne Claude Martel. Malgré une superficie inférieure et un nombre réduit de baies de service, le site se trouve dans un secteur à fort achalandage, étude de marché à l'appui.

Mieux vaut trop que pas assez

Ouverte depuis le mois de février, la succursale de Beloeil se porte bien. L'excellente réputation de l'ancien maître des lieux et celle de la marque qui orne la devanture ont fortement contribué à remplir les plages horaires. « On a eu une bonne saison des pneus », admet M. Martel. Il est d'avis que ces incontournables (ou presque) visites bisannuelles constituent une occasion en or pour fidéliser la clientèle, en offrant un service incomparable. Même s'il ne sait pas comment se profilerait alors l'été, le nouveau propriétaire s'assure d'avoir amplement de personnel pour répondre rapidement à la demande, quitte à être overstaff. « En tant que nouveau venu, on ne peut pas se permettre de refuser un client ou que les délais soient trop longs ». Ainsi, Claude Martel et son équipe sont fins prêts à accueillir chaque intéressé qui franchira la porte de sa succursale Belleoilloise. En plus d'avoir une salle de bain impeccablement tenue, un petit détail qui peut en dire beaucoup sur l'entreprise, l'endroit est répertorié sur le site de l'Atelier Branché. Ce dernier recense les garages ayant des techniciens certifiés pour l'entretien et la réparation des VE. Bien qu'il concède que la demande ne soit pas encore au rendez-vous, le propriétaire s'assure d'avoir tous les outils pour « faire face à la musique, lorsque le bal commencera. »

Même si l'ajout de nouveaux emplacements revêt son lot de défis, l'entrepreneur n'a pas l'intention de se limiter à trois. Toutefois, pour faire croître son petit empire, il reconnaît qu'il lui manque quelques apprentissages. Mieux cerner ses besoins en main-d'œuvre, mais surtout apprendre à se détacher complètement des opérations quotidiennes, afin de focaliser ses énergies sur le développement de son entreprise.

Survoltez votre atelier!

Avec ce logiciel de gestion

- Facturation rapide
- Module de comptabilité complet
- Aide et mises a jour incluses
- Module de Rétention de Clientéle (MRC)
- Beaucoup, beaucoup plus !

Appelez-nous pour un essai gratuit
1 800 268-4044
www.vlcom.com

LA LOYAUTÉ, UN PRIVILÈGE FRAGILE

Reconnaître que la loyauté implique du dévouement, de la droiture, de l'honnêteté et de l'intégrité permet de comprendre à quel point il est difficile de l'obtenir et facile de la perdre.

TEXTE **RÉJEAN LORTIE**

Souvenons-nous des débuts de notre entreprise et des efforts considérables investis pour attirer nos premiers clients. À travers ces premières interactions, nous cherchions à offrir une expérience parfaite et à marquer les esprits grâce à nos services exceptionnels.

Nous avons investi beaucoup d'efforts dans notre service à la clientèle, en veillant tant à la qualité de nos produits qu'à la transparence et à la cohérence de nos communications. Bien que nous valorisions grandement la loyauté, celle-ci demeure fragile et peut être influencée par divers facteurs qui nous semblent mineurs, mais significatifs pour le client, pouvant ainsi ébranler ce précieux lien.

Il est souvent dit que la loyauté des clients d'aujourd'hui repose principalement sur le prix ou qu'elle n'existe tout simplement plus. Plusieurs raisons peuvent amener un client à remettre en question sa loyauté envers votre entreprise. La plus fréquente et la plus insidieuse raison est l'indifférence.

Le petit plus

Les entreprises qui instaureront une rigueur de service à la clientèle dépassant les attentes courantes et qui s'efforceront de créer une connexion émotionnelle authentique par leur savoir-être réussiront à bâtir une véritable fidélité.

La loyauté des clients se gagne à chaque visite. Ils recherchent un service fiable, transparent et constant, délivré par des personnes en qui ils ont confiance.

L'expérience client est devenue un critère fondamental de loyauté. Je préconise de considérer chaque transaction comme une performance théâtrale où vous êtes les acteurs et le client, le spectateur. Votre objectif : obtenir une ovation et susciter un rappel.

Rappelez-vous que la loyauté est liée au sentiment d'appartenance que vous avez construit avec votre clientèle, et ce sentiment instaure un niveau d'attente élevé qui laisse peu de place à l'erreur.

Dans un secteur où la facture moyenne augmente et où la qualité prime sur la quantité, répondre seulement aux attentes des clients serait une erreur coûteuse. Un processus de vente bien défini à chaque étape permet d'aller au-delà des attentes.

Rappelez-vous que l'expérience de service se compare à une performance théâtrale, où chacun des actes vous donnera un droit de rappel.

Avec 40 ans d'expertise dans le domaine automobile, Réjean Lortie accompagne les entreprises dans leur croissance en s'appuyant sur leurs forces vives.

BUMPER TO BUMPER POURSUIT SON EXPANSION !

L'ouverture récente d'un tout nouveau magasin à l'Île-du-Prince-Édouard marque le plus récent jalon de la présence croissante de Bumper to Bumper à travers le pays.

TEXTE **HUW EVANS**

Au cours des deux dernières années, la marque a ouvert 26 nouveaux magasins et ateliers au Canada, grâce à une combinaison d'acquisitions stratégiques et d'expansion de la bannière, consolidant ainsi son développement dans des marchés clés.

« Nous sommes fiers de servir notre clientèle d'un océan à l'autre avec des centaines de magasins de pièces et d'ateliers de réparation Bumper to Bumper », déclare Christina Zarcone, directrice du développement des magasins corporatifs. Elle note que le réseau continue également de croître dans les régions où la demande de produits adaptés aux besoins des entreprises industrielles, agricoles et reliées à l'équipement lourd est forte. Cela permet de répondre aux besoins grandissants des professionnels de l'automobile autant que des bricoleurs, et renforce encore la portée de la marque parmi les milliers de clients desservis à l'échelle nationale.

Le nouveau magasin de l'Île-du-Prince-Édouard est un bel exemple des efforts déployés par Bumper to Bumper pour accroître sa présence et établir des partenariats durables avec les fournisseurs de services automobiles. Selon Mme Zarcone, l'ouverture de cette succursale à Charlottetown souligne la volonté de la marque d'assurer une présence auprès des communautés locales et de répondre à leurs besoins particuliers. Il n'est donc pas surprenant que l'événement ait pris des airs de fête de quartier - avec rafraîchissements, jeux, présentations de produits, offres exclusives et d'excellentes occasions de réseautage.

Les consommateurs conservent leur véhicule plus longtemps que jamais, ce qui rend essentiel l'accès à des services professionnels d'entretien mécanique, soutenus par des magasins disposant d'inventaires de pièces adaptés aux besoins locaux. L'expertise en magasin et l'accès rapide et fiable à des pièces de qualité sont également des éléments essentiels pour maintenir la rentabilité des fournisseurs de services automobiles. Mme Zarcone souligne que le succès et la croissance de Bumper to Bumper reposent sur sa capacité à « établir la confiance en offrant des pièces de haute qualité, un personnel compétent et des partenariats solides avec des fournisseurs et des fabricants de pièces canadiens et internationaux respectés ».

Avec chaque nouvel emplacement, le réseau renforce sa capacité à soutenir les professionnels de l'automobile et les besoins croissants des experts de l'industrie et des bricoleurs à travers le pays. Au fur et à mesure que Bumper to Bumper poursuit son expansion, son engagement envers l'excellence, l'innovation et le service de confiance restent la force motrice de son succès.

Francis Ash, directeur de Bumper to Bumper, souhaite la bienvenue aux participants dans son nouveau local à Charlottetown.

Le nouveau magasin est bien approvisionné et s'adresse aux professionnels de l'entretien automobile, aux entrepreneurs ainsi qu'aux bricoleurs.

PHOTOS **BUMPER TO BUMPER**

LE MOMENT EST PROPICE POUR PARLER DES INSPECTIONS OBLIGATOIRES

La sécurité routière ne doit pas reposer uniquement sur nos épaules. Une inspection obligatoire serait bénéfique pour tous.

TEXTE **STEVE OBORNE**

Tout propriétaire doit faire faire une vérification mécanique complète de son véhicule routier tous les 6 ou 12 mois, selon le type de véhicule, afin d'obtenir une vignette de conformité attestant de la sécurité du véhicule. Cette vérification obligatoire est un moyen de s'assurer que les véhicules routiers sont sécuritaires en tout temps pour l'ensemble des usagers de la route.

Une réglementation, qui, hélas, ne s'applique pas à la majorité des véhicules qui entrent dans nos baies de services. Elle vise les taxis, véhicules d'urgence, poids lourds, et j'en passe. Qu'est-ce que cette omission implique de notre côté ? Qu'il faut garder les yeux et les oreilles en mode inspection à chaque fois qu'un véhicule entre dans nos ateliers. La sécurité routière fait partie de nos responsabilités en tant que professionnels, et c'est notre devoir d'informer le ou la propriétaire de l'état de son véhicule. Certes, une fois informé, on ne peut qu'espérer que le propriétaire prenne au sérieux les conséquences qu'un véhicule non sécuritaire peut avoir sur la route.

> « La sécurité routière fait partie de nos responsabilités en tant que professionnels, et c'est notre devoir d'informer le ou la propriétaire de l'état de son véhicule. »
>
> **STEVE OBORNE** PROPRIÉTAIRE, OBORNE SERVICE DE VAL-JOLI

PHOTO **STEVE OBORNE**

Des cas alarmants

La sécurité des véhicules routiers m'est venue en tête pour cet article lors d'une réparation un peu plus tôt ce printemps. Un nouveau client nous a confié une camionnette pour une fuite d'essence, qui, une fois sur le pont élévateur, nous a fait découvrir la déplorable condition de son châssis.

Comment un véhicule rouillé à ce point a-t-il pu continuer de rouler sur nos routes ? Je n'en vois pas à toutes les semaines, mais je reste quand même étonné par leur nombre. Des rotules qui ne demandent qu'un dernier nid-de-poule pour retrouver leur liberté hors de leur logement, des tuyaux de freins rouillés au point d'avoir la solidité de ma dernière tranche de fromage suisse, des tableaux de bord aussi illuminés qu'un sapin de Noël et, pour finir, des moteurs et des transmissions qui réussissent tant bien que mal à garder un peu de liquides et de lubrifiants, au point de se demander s'il y en a plus à l'extérieur qu'à l'intérieur.

J'ai le plaisir de voir ma fille passer devant mon atelier en auto tous les matins. Et à chaque fois qu'elle passe, j'essaie de me convaincre qu'un jour, notre gouvernement mettra en place un programme d'inspection automobile obligatoire, pour qu'elle poursuive sa route encore longtemps, en toute sécurité.

> Pourquoi ne pas clore sur un slogan très accrocheur que Katherine Levac nous répétait dans les annonces de la SAAQ, « La sécurité routière, j'embarque. »

Pourquoi ne pas clore sur un slogan très accrocheur que Katherine Levac nous répétait dans les annonces de la SAAQ il n'y a pas si longtemps : « La sécurité routière, j'embarque ». Mon atelier aussi, et sans aucun doute, le vôtre aussi.

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.

La Fondation Groupe Monaco récolte 440 000 $

C'est le 19 juin dernier, contre toute attente, par un soleil radieux, que se tenait la **31e édition de la Classique Groupe Monaco**. La journée se déroulait au très chic club de golf Summerlea à Vaudreuil-Dorion.

Comme à chaque année, tous les profits amassés par la Fondation Groupe Monaco sont remis à la Fondation pour la recherche en chirurgie thoracique de Montréal, la Fondation de L'Institut cardiologie de Montréal ainsi qu'à l'Institut Neurologique de Montréal.

160 personnes ont parcouru les allées du golf et plus de 200 convives ont participé à la soirée.

Clients, fournisseurs, employés de concert avec Groupe Monaco, ont unis leurs contributions afin de remettre la fabuleuse somme de 440 000 $ à la Fondation.

Dominic Monaco – *Président*
Yvan Domingue – *Vice-président*

Daniel Boyer – *Directeur du Marketing*
Patrick Saint-Pierre – *Directeur des ventes*

GROUPE MONACO GROUP AUTOMOTIVE
ATELIER SERVICE XPERT
V.I.P. STOP
pronto

L'ENTRETIEN ET LA RÉPARATION DES FREINS GAGNENT EN IMPORTANCE

Depuis quelques années, les véhicules entretenus dans vos baies de service sont équipés de systèmes d'aide à la conduite. Cette évolution permet à l'industrie automobile de mieux appréhender l'environnement de conduite et de permettre ainsi aux automobilistes de mieux anticiper les risques.

TEXTE **DENIS PAGEAU**

Lors de l'inspection ou des travaux sur les freins, plusieurs facteurs ayant une incidence doivent être pris en considération. Le bricoleur même moyennement expérimenté, n'a plus sa place. Chez nos professionnels de la réparation mécanique, il s'agit plutôt d'un travail destiné, a minima, à un apprenti mécanicien supervisé par un compagnon.

Les systèmes avancés d'aide à la conduite viennent appuyer le conducteur lorsque les conditions météorologiques se dégradent subitement ou qu'un hasard de la route le surprend tout aussi subitement. Ces systèmes veillent également lorsque la distraction du conducteur le transforme en danger pour lui et les autres utilisateurs de la route.

Un dossier m'a récemment été confié où l'assistance au freinage d'urgence était impliquée. L'analyse de l'incident indique que la voiture aurait dû s'immobiliser d'elle-même avant d'emboutir un autre véhicule à un arrêt obligatoire. De nouveaux freins avaient pourtant été installés récemment.

Notre équipe a passé en revue le système de freinage, depuis la conformité et de l'état des pneus jusqu'aux logiciels de gestion. Tout semble conforme sur papier malgré l'impossibilité d'effectuer un essai routier.

Un travail mal fait

Un autre élément à considérer, en plus de l'état du système de gestion, du poids et du coefficient de friction nécessaire à l'immobilisation du véhicule, est la qualité des travaux effectués sur les freins. Ainsi nous constatons que les travaux de frein ont été effectués par un mécanicien du dimanche, histoire de sauver quelques dollars.

Il est important de souligner que certains modèles de véhicules offrent l'alerte de collision sans toutefois intégrer le freinage d'urgence. Je m'abstiendrai d'expliquer le fonctionnement des capteurs, mais disons qu'ils jouent un rôle important dans le bon fonctionnement du système ADAS.

En expertise, il s'agit parfois de déterminer la cause au-delà de la réparation et d'utiliser les applications spécifiques du produit. En revanche, les détails concernant le niveau de friction (Edge Code) sur les plaquettes nous ont permis d'effectuer un contrôle de qualité sur le matériel en comparaison des pièces d'origine. Bref, les plaquettes n'étaient pas à la hauteur de la tâche exigée d'elles.

En menant notre enquête, nous avons réalisé que ce ne sont pas tous les fournisseurs qui en transmettent les détails techniques sur leurs produits. Nous constatons que pour l'entretien d'un système aussi important que celui du freinage, effectuer ses travaux soi-même ou par une personne non qualifiée peut sembler simple et économique, mais les risques associés à cette approche peuvent coûter bien plus cher à long terme.

Un système qui demande réflexion

- Manque d'information : Non, les systèmes ne sont pas toujours bien compris. Selon les options, ils ne prendront pas nécessairement la bonne décision à la place du conducteur.
- Confiance excessive ou insuffisante : Certains conducteurs surestiment les capacités des ADAS.
- Interface utilisateur peu intuitive : Les alertes visuelles ou sonores peuvent être mal interprétées, désactivées ou ignorées.
- Niveau de compréhension : Faire ses freins soi-même ne correspond pas aux particularités de la complexité sur les véhicules modernes.

La sécurité est primordiale lorsque l'on parle de freinage. Seuls les experts automobiles sont disposés et mieux équipés pour garantir la sécurité des automobilistes.

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.

LE RÔLE ESSENTIEL DES CAPTEURS DE PRESSION DES PNEUS

Avez-vous déjà eu l'impression de rouler et d'avoir une tenue de route différente du jour au lendemain ? Parfois, le problème n'est pas très loin et ne devrait pourtant pas être pris à la légère.

TEXTE **MARK POTVIN**

On trouve plusieurs solutions de TPMS sur le marché secondaire.

De nos jours, la plupart des voitures sont équipées d'un système de surveillance de la pression des pneus (TPMS) qui surveille la pression à laquelle les pneus sont gonflés. Peut-on installer ce type de système même si la voiture de vos clients n'a pas l'équipement d'origine ? Absolument !

Il existe plusieurs fournisseurs de ce type d'outil essentiel que l'on peut trouver sur des sites de vente en ligne bien connus. Un capteur TPMS (*Tire Pressure Monitoring System*) est un dispositif électronique installé sur les valves des pneus d'un véhicule. Il mesure la pression de l'air à l'intérieur et transmet ces informations au conducteur par un témoin lumineux ou des données sur le tableau de bord.

Voici une explication plus détaillée de son fonctionnement, ainsi vous aurez plus de facilité à expliquer à vos clients l'importance d'avoir un système fonctionnel. Tout d'abord, il faut savoir que le principal facteur est lié à la sécurité.

La condition des pneus en temps réel

Les capteurs TPMS, fixés sur les valves des pneus, mesurent en continu la pression de l'air à l'intérieur de ceux-ci. Ces informations sont ensuite transmises sans fil, par des ondes radio, à un récepteur situé dans le véhicule qui peut lire uniquement les informations des capteurs qui lui sont affiliés.

Le rôle essentiel des capteurs de pression des pneus.

PHOTOS **MARK POTVIN**

Le récepteur transmet les données au tableau de bord du véhicule, où elles sont affichées sous forme d'un témoin lumineux, de chiffres indiquant la pression précise des deux formes. Si la pression d'un pneu descend sous un certain seuil, le capteur TPMS déclenche une alerte, généralement un voyant lumineux ou un message sur le tableau de bord. On parle en général d'une pression située entre 30 et 40 PSI dans la plupart des voitures à essence ou électriques et entre 50 et 80 PSI dans le cas de camionnettes ou de petits fourgons de livraison.

Il existe deux types de capteurs, les indirects et les directs. Les TPMS directs utilisent des capteurs individuels dans chaque pneu. Quant aux indirects, ils utilisent les capteurs de vitesse des roues du système ABS pour estimer la pression, en détectant une différence de vitesse de rotation entre les roues.

Un accessoire important

Les avantages du TPMS sont d'éviter les accidents liés à des pneus sous-gonflés qui peuvent provoquer une perte de contrôle du véhicule, augmenter la distance de freinage et entraîner une usure prématurée des pneus. Des pneus correctement gonflés réduisent la résistance au roulement, ce qui permet de réduire la consommation de carburant.

Prenez bien le temps d'expliquer à votre clientèle les bienfaits de ce type de système et les avantages liés à l'ajout de ces composantes électroniques, essentielles pour leur sécurité. Bon diagnostic à tous !

Mark Potvin est spécialiste du diagnostic mécanique et électronique.

ATTIRER LES CLIENTS

Discutons de l'approche qui nous permet de satisfaire une clientèle en pleine croissance, malgré nos ressources humaines limitées.

TEXTE **MARK POTVIN**

Conserver votre clientèle établie et la servir comme il se doit est à mon avis plus important que d'essayer de l'augmenter à tout prix. De plus, il est plus facile (et moins coûteux) de conserver ces clients et de les inviter à effectuer les travaux recommandés et nécessaires que d'en acquérir de nouveaux.

Des clients qui reviennent

Aussi, les clients satisfaits et fidèles se révèlent plus enclins à écouter vos conseils et à faire réaliser les entretiens périodiques lors de leur prochaine visite. De plus, ils attirent de nouveaux prospects par leurs recommandations, et ce, sans que vous n'ayez à payer pour de la publicité. Une bonne stratégie de rétention marketing peut consister à offrir à vos clients, tout comme à vos employés et à leurs familles d'ailleurs, le meilleur rapport qualité-prix tout en les faisant se sentir privilégiés. Pensez donc à leur proposer un cadeau intelligent.

Par exemple, offrez-leur, à l'achat de quatre pneus, un changement d'huile gratuit applicable lors de la prochaine visite, si elle se déroule à l'intérieur d'une période de six mois. Ainsi, votre client va revenir pour profiter de l'entretien gratuit et vous donnera la chance d'inspecter son véhicule. Vous pourrez peut-être trouver des réparations qui n'auraient pas été découvertes si vous n'aviez pas offert cette promotion. Bref, tout le monde y gagne ! Un client content, à mon avis, est une bonne formule pour réussir et répondre à une demande en constante augmentation. Veuillez prendre le temps de bien comprendre ce dont les clients ont besoin et attendent de votre entreprise.

Mark Potvin est spécialiste du diagnostic mécanique et électronique.

UNE VICTOIRE HISTORIQUE POUR LE DROIT À LA RÉPARATION AUTOMOBILE

Le gouvernement du Québec reconnaît aux consommateurs le droit de choisir l'atelier de leur choix pour l'entretien de leur véhicule et mandate l'OPC pour veiller de l'application du droit à la réparation de la Loi 21 sur le secteur automobile.

TEXTE **ÉLISABETH LAMBERT**

Nous soulignons une excellente nouvelle pour tous les ateliers indépendants du Québec.

C'est le 5 octobre prochain que les règlements en lien avec cette loi entreront en vigueur. L'Office de la protection du consommateur (OPC) est chargé de s'assurer du respect de cette loi, qui clarifie enfin les accès de nos ateliers aux outils, pièces et processus de réparation et d'entretien des véhicules automobiles au Québec.

En fait, les constructeurs doivent s'assurer que les ateliers indépendants puissent avoir accès aux outils, aux pièces de remplacement d'origine et aux informations nécessaires au diagnostic, à l'entretien et à la réparation de leurs automobiles avec simplicité et à des coûts jugés raisonnables.

Nous pouvons souligner ici une victoire historique pour notre secteur de l'économie, mais aussi, pour tous les automobilistes du Québec. Le gouvernement reconnaît en fait l'importance pour les consommateurs de pouvoir choisir librement à qui confier l'entretien de leur véhicule : au concessionnaire ou à l'atelier de leur quartier.

Nous sommes très contents et fiers de ce résultat. Le Québec est le précurseur au Canada à ce chapitre. L'AIA Canada veut d'ailleurs poursuivre ses représentations à Ottawa et se servir de cette décision législative québécoise pour faire reconnaître le droit à la réparation dans toute l'industrie automobile canadienne.

L'œil ouvert

Nos ateliers doivent désormais jouer leur rôle en assurant une vigie sur l'application de la Loi 21 si des pièces leur sont refusées pour de vagues raisons de sécurité, si des accès leur sont fermés lors de la recherche de processus de diagnostic ou de réparation ou encore s'ils ne peuvent mettre la main sur des outils spécifiques à un prix raisonnable.

Ce n'est pas l'AIA qui transmettra ces dossiers au nom des ateliers. Ce sont ces derniers qui doivent le faire auprès de l'OPC. Toutefois, notre organisation déploiera un plan de communication avec ses membres afin de s'assurer que ces derniers soient au courant des moyens de signaler toute infraction à l'un ou l'autre des règlements de la Loi 21. L'accès aux données, aux pièces et aux outils dont nos ateliers ont besoin constitue une très grande victoire qui confirme leur caractère essentiel et contribue à assurer leur pérennité.

Trop souvent la pertinence du mouvement associatif est contestée de nos jours. L'entrée en vigueur de la Loi 21 est une illustration on ne peut plus concrète des résultats que l'on peut obtenir lorsque toute une industrie se montre solidaire derrière une cause commune.

Je tiens à remercier notre président, Mathieu Côté, qui a eu la courtoisie de me céder la parole pour cette chronique, afin de détailler la signification de cette victoire, à laquelle je me suis engagée depuis si longtemps avec de précieux partenaires.

Élisabeth Lambert est propriétaire de Bumper to Bumper Pièces d'Auto Joliette. Elle a été présidente de la division du Québec de l'AIA Canada.

CARROSSERIE

CARSTAR Rimouski

CROISSANCE, TRANSITION ET HAUTE TECHNOLOGIE

L'atelier de carrosserie CARSTAR Rimouski est l'illustration parfaite que l'excellence en réparation automobile est une valeur que l'on retrouve aussi en région.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

C'est Jeannot Soucy qui a lancé cette entreprise en 2007 alors qu'il a réussi à mettre la main sur un atelier en détresse financière et a invité son fils Steven à se joindre à lui dans l'aventure. À l'origine, l'atelier porte les couleurs de la défunte bannière AUTO PRO Collision avant de basculer dans la famille CARSTAR en 2013 – à cause de l'excellente approche de l'équipe québécoise du franchiseur, nous racontent les propriétaires.

Aujourd'hui, bien de l'eau a coulé sous les ponts, et l'atelier occupe maintenant un local de 7 000 pieds carrés sur l'Avenue du Havre, construit sur mesure en 2018. « Et déjà, nous pensons à un agrandissement », explique Steven.

Gérer son avenir professionnel

Avant de parler de la situation actuelle de cet atelier à la fine pointe de la technologie, revenons quelques instants en arrière pour suivre le parcours de Jeannot Soucy.

Formé en carrosserie, il a travaillé pendant 26 ans dans le domaine, auprès d'une concession automobile, avant de marquer une pause qui s'est révélée bénéfique, puisqu'elle lui a confirmé sa volonté de prendre son destin professionnel en main en devenant propriétaire de sa propre entreprise. >

Jeannot Soucy en compagnie de son fils Steven qui mène à son tour l'atelier vers de nouveaux sommets.

« J'avais trois ans de formation professionnelle et toute mon expérience sur le plancher, mais pour prendre les rênes d'une entreprise, je ne me sentais pas suffisamment outillé. Alors j'ai profité de cette période d'arrêt pour suivre une formation d'un an en gestion pour en apprendre les rouages. » C'est alors que l'occasion s'est présentée de relancer un atelier en détresse financière qui offrait toutefois l'avantage d'être livré avec les équipements de base.

Lors de cette période charnière, Steven, fraîchement diplômé en carrosserie, travaillait dans un atelier de la même région et n'a pas hésité une seconde à rejoindre son père dans cette aventure.

Nous avons mentionné le changement de couleur de l'atelier et l'importance qu'aura eu le soutien de l'équipe régionale de CARSTAR dans cette décision. « Nous aimions l'approche très transparente de cette équipe et nous comprenions que nous sommes en région et que ses représentants ne peuvent pas toujours venir nous voir. Toutefois, chaque fois que nous avons une question, les réponses arrivent très rapidement », explique le père. « Et c'est lorsque nous avons participé aux premières rencontres régionales de franchisés que nous avons vraiment eu le sentiment d'être à notre place, avec des entrepreneurs qui nous ressemblent et avec lesquels nous partageons bien des valeurs », ajoute Steven.

En fait, avec les ateliers CARSTAR Dégelis et Rivière-du-Loup, l'atelier a tissé des liens professionnels étroits. Par exemple, cet automne, ils coordonneront leur participation à un programme de formation en réparation de véhicules électriques et hybrides qui se tiendra dans l'un des trois ateliers. « Nous aimons collaborer, car cela nous permet d'avancer ensemble », résume Steven Soucy.

La carrosserie est à la fine pointe de la technologie, procédant aux mesures des châssis avec un outil de lecture à trois dimensions.

Préparer la relève

L'entreprise compte une dizaine d'employés et père et fils travaillent sur le plancher. Longtemps à l'estimation, Jeannot célèbre son retour récent sur le plancher, là où il se sent à sa place. Le duo est copropriétaire avec la mère de Steven et, même si on parle de transfert d'entreprise, rien ne semble presser. « Nous nous entendons bien et, de plus en plus, c'est Steven qui prend les décisions, explique le paternel. Surtout avec les nouvelles technologies, c'est lui qui fait avancer l'entreprise dans la bonne direction. Mais j'ai toujours ma place ici et tant que Steven aura besoin de moi, il me trouvera dans l'atelier. »

Et Steven a comme principale vision d'être aussi autonome que possible. Il explique que 80 % des volumes confiés à l'atelier proviennent des assureurs. Le reste provient de concessionnaires avec lesquels des ententes sont graduellement construites et de contrats avec des parcs commerciaux. « Nous voulons être en mesure de servir tous ces clients et

CARSTAR Rimouski compte sur une équipe engagée, ouverte aux nouvelles technologies et à la collaboration.

PHOTOS MICHAEL AUDET

L'atelier veut le maximum d'autonomie et les calibrations des composantes ADAS sont faites sur place.

ne refuser aucun véhicule. De plus, je veux être en mesure de faire toutes les opérations de diagnostic électronique et de calibration des systèmes avancés d'aide à la conduite en interne, d'où notre investissement dans un système de calibration ADAS de dernière génération que nous utilisons depuis janvier dernier. »

Dans le même esprit, l'atelier effectue ses propres remplacements de pare-brise et les calibrations qu'ils nécessitent de plus en plus. Sans oublier la station dédiée aux réparations des panneaux d'aluminium ou encore le système de mesure 3D de l'ère spatiale, qui permet de documenter avec précision pour les estimations toute anomalie à corriger sur le châssis.

« Vous savez, ce n'est pas parce qu'on gère un atelier familial en région qu'on ne peut pas être à la fine pointe de la technologie », résume le copropriétaire avec une fierté de bon aloi.

L'enjeu de la main-d'œuvre

Loin des grands centres, Rimouski est toutefois doté d'un centre de formation professionnelle qui donne accès à un certain bassin potentiel de techniciens qualifiés. « Le problème, c'est que plusieurs de ces étudiants ne sont pas de notre région et surtout, qu'il est difficile de former des cohortes complètes, précise Steven. Évidemment, nous travaillons étroitement avec l'école pour attirer des stagiaires dans notre entreprise et tenter de les garder. Nous avons aussi deux travailleurs tunisiens en attente de leur arrivée depuis plus d'un an. »

Cela étant dit, l'atelier compte suffisamment de ressources pour gérer les volumes de voitures qui lui sont confiés. Face à la demande soutenue, il est constamment question d'augmenter les capacités, ce qui demandera l'ajout de bras. « On garde à la fois un œil sur les talents d'ici et sur les ressources disponibles à l'étranger. »

Le père et le fils regardent l'avenir avec sérénité. La transition vers la nouvelle génération se fait tout naturellement, dans le plus grand respect. L'entreprise, bien soutenue par le réseau, est constamment encouragée par ses clients à agrandir. Mais si elle le fait un jour, ce ne sera pas au détriment des efforts investis pour maintenir un climat de travail chaleureux et familial dans l'atelier.

Une présence dans la communauté

Lorsque la ville de Rimouski a accueilli le tournoi de la Coupe Memorial, du 23 mai au 1er juin, CARSTAR était au cœur de la fête. Et c'était en grande partie grâce à l'équipe de CARSTAR Rimouski. « Je sais que CARSTAR commandite plusieurs activités sportives à travers le Canada, pourquoi pas chez nous, à Rimouski », s'est questionné Steven Soucy.

Quelques appels plus tard, une délégation de la maison mère du franchiseur s'est investie à fond dans l'activité.

En tant que commanditaire officiel de la Coupe Memorial, CARSTAR était sur place pour animer le Festival des partisans et les matchs de championnat, interagissant avec des milliers de passionnés de hockey venus de partout au pays. « Le logo de CARSTAR était partout, poursuit le carrossier. Nous étions sous le chapiteau avec nos amis de CARSTAR Dégelis et Rivière-du-Loup et avons partagé des moments de passion avec les membres de notre communauté. Ça a été une belle occasion de faire briller notre marque et même de faire de solides contacts d'affaires. Je suis très fier de l'engagement de l'équipe de CARSTAR qui est venue nous soutenir dans cette belle activité. »

COMMENT L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE TRANSFORME L'ESTIMATION DES DOMMAGES

Autrefois perçue comme une perspective futuriste, l'intelligence artificielle (IA) fait aujourd'hui une entrée remarquée dans le monde de l'estimation automobile.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Elie Lloyd, président-directeur général de Trueclaim.ai.

Face à la pression croissante pour réduire les délais, assurer la précision des devis et réduire la marge d'erreur, elle devient une alliée incontournable pour accroître l'efficacité.

Elie Lloyd, fondateur de Trueclaim.ai, n'est pas qu'un ingénieur logiciel. Il a grandi dans une famille de carrossiers et connaît intimement les défis du métier. « J'ai vu à quel point les processus étaient manuels, répétitifs, inefficaces. J'ai créé Trueclaim.ai pour appliquer la technologie et l'IA là où elle peut vraiment faire une différence », explique-t-il.

Depuis 2024, l'entrepreneur propose aux assureurs et aux carrossiers sa solution qu'il a peaufinée pendant trois ans. Sa plateforme, alimentée par des photos transmises par l'une ou l'autre des parties, produit une estimation rapide et conforme en tous points aux procédures des manufacturiers. « C'est comme avoir un employé qui travaille 24 heures sur 24 et qui ne fait aucune erreur d'inattention. » Il identifie les dommages, suggère les réparations et facilite la commande de pièces. L'automatisation contribue à raccourcir le cycle de traitement, tout en augmentant la satisfaction du client.

Des gains concrets et mesurables

Le modèle de Trueclaim.ai est simple et accessible aux petits ateliers avec sa formule de facturation à l'usage, sans engagement. Une formation de 30 minutes suffit à la prise en main de la plateforme infonuagique. Les avantages pour les entreprises sont immédiats, affirme M. Lloyd, puisque les utilisateurs réduisent de 50 % les points de contact (*touch point*) nécessaires à l'approbation d'un devis.

Le logiciel élimine aussi presque entièrement les oublis fréquents : « Une estimation manuelle omet en moyenne entre 300 à 400 dollars de réparations. Avec l'IA, on tombe à 0,1 % ». Mais au-delà des chiffres, c'est la sécurité qui est en jeu. « Si un capteur n'est pas calibré, le système peut se déclencher à tort. Et ça peut causer un accident. »

L'IA arrive dans un contexte de mutation accélérée. Matériaux complexes, véhicules électriques, ADAS, nouveaux types de batteries : la réparation automobile est devenue une affaire de haute technologie. Face à cette réalité inédite, la nouvelle venue s'impose comme un assistant incontournable et puissant.

En plus de contribuer à réduire les tâches répétitives, elle accélère la prise en charge, mais surtout, elle aide à limiter les erreurs humaines. « L'IA assure une réparation adéquate », souligne M. Lloyd. « Elle suit tous les protocoles. Elle ne néglige rien parce que c'est une machine. » Fini les calibrations manquantes, les restaurations incomplètes ou les oublis de documentation.

Vers une automatisation plus large

Si l'IA s'impose aujourd'hui dans la phase d'estimation, elle n'en restera pas là. Chez Trueclaim.ai, des projets sont en cours pour couvrir les autres étapes du cycle de réclamation, de l'achat des pièces jusqu'à la gestion des réparations. « L'estimation n'est que la pointe de l'iceberg », note son fondateur.

À plus grande échelle, l'automatisation gagne aussi le terrain de l'inspection. L'émergence de solutions telles que UVeye illustre bien l'ampleur du phénomène. La compagnie propose

PHOTO **TRUECLAIM.AI « TRUE END-TO-END AUTOMATION»**

un système de scanneur optique automatisé qui balaie le dessous de caisse, les pneus et la carrosserie pour détecter les imperfections extérieures, les fuites et les problèmes mécaniques quand un véhicule passe dans un portique.

Cette innovation, saluée comme l'une des meilleures inventions de 2024 selon le magazine *Time*, est déjà déployée dans des entreprises possédant des flottes, des concessions et des agences de location de courte durée.

L'enthousiasme est réel, mais non dénué de réserves. D'après une étude mondiale menée par Solera, les ateliers de carrosserie et constructeurs ayant adopté des technologies comme l'IA ont observé au cours des 12 derniers mois une amélioration de la rentabilité (52 %), de la productivité du personnel (50 %) et de l'efficacité des employés (49 %). Le coût de déploiement, l'intégration dans les systèmes existants et la réticence au changement freinent encore toutefois certains acteurs.

Pourtant, selon McKinsey & Company (cité par Solera), plus de la moitié des activités liées à la gestion des sinistres seront automatisées d'ici 2030. L'avenir réside donc inévitablement dans la numérisation. La firme soutient que l'IA transformera les solutions assurantielles. Grâce à la technologie d'apprentissage profond (*Deep Learning*), « leurs capacités actuelles de "détecter et réparer" passeront à "prévoir et prévenir" .»

L'intelligence artificielle ne révolutionnera pas du jour au lendemain les pratiques en carrosserie, mais elle change déjà la donne. Elle réduit les erreurs, améliore les délais, structure les processus. Utilisée avec rigueur, elle devient une alliée technique fiable. Encore faut-il la comprendre, l'encadrer, et ne jamais perdre de vue ce qu'en disent ceux qui la manient au quotidien : l'IA ne remplace pas l'humain. Elle l'aide à faire mieux, plus vite et plus juste.

Êtes-vous prêt à changer pour assurer votre avenir ?

Soutien opérationnel sur le terrain

Ententes nationales d'approvisionnement

Territoire exclusif

Soutien pour la reconnaissance de marque et le marketing

Relation de confiance avec les partenaires assureurs

Les avantages d'une marque globale

Carrossier ProColor

Contactez Yves Roy à
yroy@reseaufix.com
ou visitez la page de franchise sur
procolor.com/franchise
pour en savoir plus.

Carrossier ProColor Pintendre

COMMENT LE RECRUTEMENT ÉTRANGER A CHANGÉ LA DONNE À PINTENDRE

L'arrivée d'un travailleur mexicain au sein de l'équipe a marqué un tournant pour cette entreprise.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Vincent Gaudreau est propriétaire d'un atelier que son père Richard et son oncle Jacques ont en grande partie bâti de leurs propres mains il y a 45 ans. L'entrepreneur a racheté les parts de son oncle puis de son père. Toutefois, ce dernier reste attaché à l'entreprise et demeure le conseiller principal de son fils.

L'atelier a su évoluer, et son propriétaire suit attentivement les avancées technologiques. Ici, on répare la camionnette diesel tout comme la plus récente voiture électrique. La formation y est continue et les équipements répondent aux normes les plus élevées.

« Nous livrons entre 12 et 18 véhicules par semaine, explique Vincent Gaudreau. Et cela, grâce à une solide équipe d'une dizaine de personnes, dont cinq techniciens. L'an prochain, j'entreprends la construction d'un tout nouvel atelier qui sera trois fois plus spacieux. »

Le fils de José a pris une place importante dans l'atelier et contribue à sa pérennité.

PHOTOS **RÉSEAU FIX**

Jonatan et son père José Arturo forment un duo très efficace dans cet atelier.

Une simple mise à niveau a été nécessaire pour que José atteigne le niveau de finition requis.

Trouver les ressources

Évidemment, un plus grand atelier signifie un besoin accru de travailleurs. Or, la main-d'œuvre qualifiée est rare en ce moment. Toutefois, Vincent a un as dans sa manche. Il a eu recours au recrutement international pour compenser l'offre locale anémique et a déniché une perle rare. Il compte bien renouveler l'expérience si nécessaire.

« J'avais entrepris des démarches pour trouver des travailleurs étrangers il y a quelques années, témoigne-t-il. Réseau Fix m'avait donné un coup de main précieux en me mettant en relation avec des agences de recrutement sérieuses. »

Un candidat avait été identifié, mais la pandémie frappe et tout est figé pendant dix mois. Le processus est complexe, mais l'agence s'est occupée de toute la paperasse et de l'encadrement. Finalement, José Arturo, carrossier mexicain spécialisé en débosselage et redressement de châssis, rejoint la petite équipe le 2 septembre 2021. Comment s'est déroulée son intégration ?

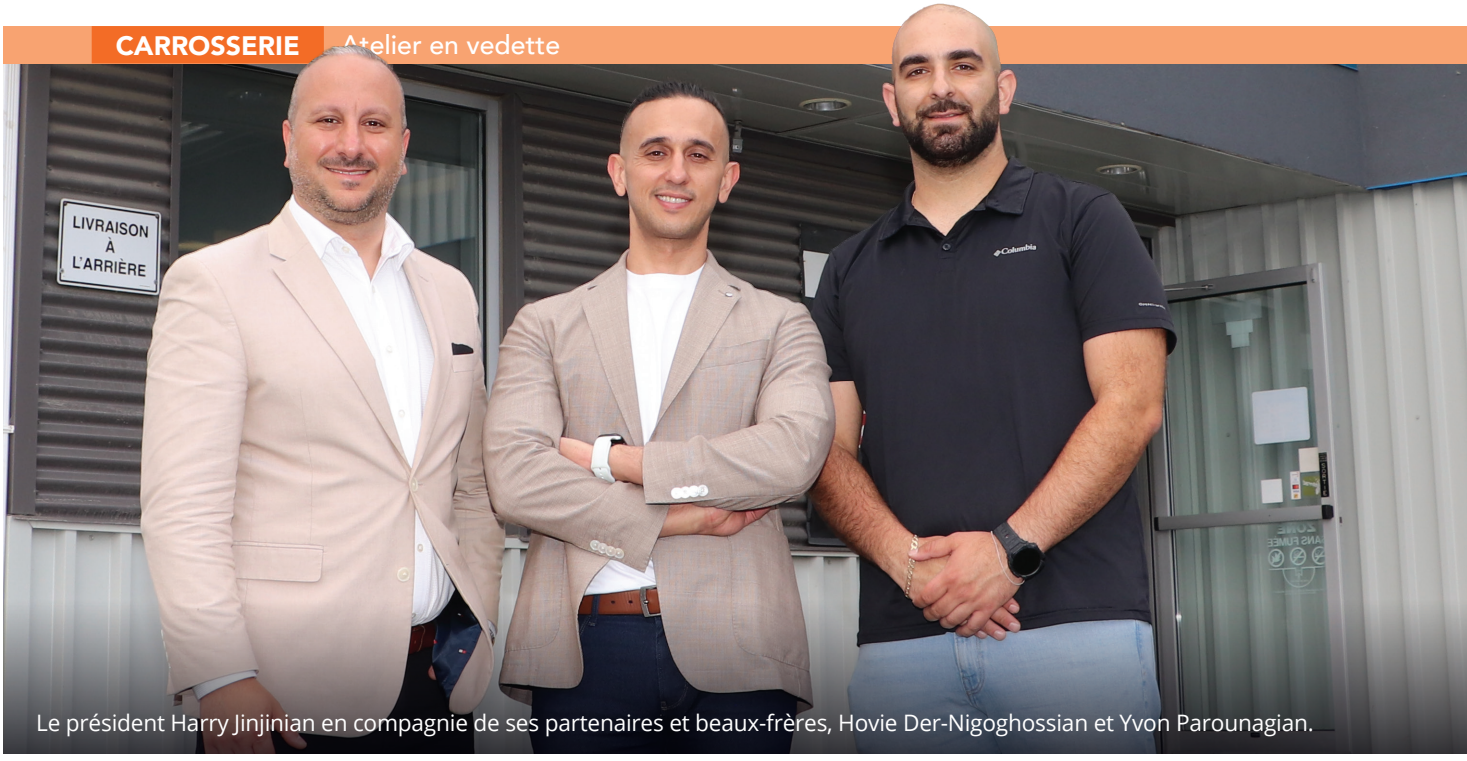
« Les membres de l'équipe ont soutenu mon approche et je vous le dis, dès qu'ils ont vu à quel point José était compétent et avait une attitude positive, ils ont poussé un soupir collectif de soulagement. Enfin, quelqu'un venait les aider », témoigne Vincent. Il se remémore avec un sourire les premiers mois où la communication avec l'hispanophone se faisait par l'entremise de Google Traduction. Un simple accompagnement sur certaines pratiques a suffi à aligner le travailleur sur les attentes les plus élevées.

Toda la familia

Et la belle histoire ne s'arrête pas là. En effet, depuis le printemps 2023, Jonatan, fils de José, travaille dans l'atelier. Un duo père-fils qui fait des étincelles. De plus, toute la famille – son épouse et cinq de leurs six enfants – est maintenant réunie à Pintendre et s'intègre à sa communauté d'accueil. Les plus jeunes vont à l'école, tandis que l'épouse de José a trouvé un emploi dans une entreprise voisine de transformation alimentaire.

« Je suis tellement content pour eux. Ils sont travailleurs et veulent s'intégrer. C'est un exemple inspirant, explique le carrossier. Leur arrivée a un impact direct sur la rentabilité et le développement de mon entreprise. Oui, la démarche est longue, coûteuse et complexe, surtout avec les nouvelles contraintes gouvernementales, mais le résultat est tellement spectaculaire que je n'hésiterai jamais à recourir au recrutement international si je ne trouve pas ici les ressources dont j'ai besoin. »

Scannez ce code QR pour accéder à des vidéos complémentaires



Le président Harry Jinjinian en compagnie de ses partenaires et beaux-frères, Hovie Der-Nigoghossian et Yvon Parounagian.

Carrossier ProColor Saint-Hubert et Carrossier ProColor Carignan

GÉRER UNE CARROSSERIE COMME UN INVESTISSEMENT

Il n'est pas fréquent de voir un diplômé des HEC, sans aucun lien avec l'industrie automobile, faire l'acquisition non pas d'un, mais de deux ateliers de carrosserie. Rencontrons Harry Jinjinian, conseiller en placements et président de Carrossier ProColor Saint-Hubert et Carrossier ProColor Carignan.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

C'est lors des célébrations soulignant l'ouverture officielle de l'atelier de Carignan que nous avons rencontré M. Jinjinian et son équipe. L'acquisition de cet atelier remonte à octobre 2024 et suit de deux ans la prise de possession de l'atelier de Saint-Hubert. Le conseiller en placements n'est pas seul dans cette aventure financière, il compte comme partenaires ses beaux-frères Hovie Der-Nigoghossian et Yvon Parounagian. Ce dernier apporte au groupe une certaine expertise, ayant mené une carrière de peintre automobile.

Le président Jinjinian résume la situation, « Yvon s'occupe du plancher, je m'occupe des chiffres ». Aussi, en appui à cette équipe de direction, on retrouve Audrey Daoust, qui joue le rôle clé de directrice de la carrosserie nouvellement acquise par M. Jinjinian et ses partenaires. Mme Daoust était déjà dans l'entreprise depuis huit ans, bien avant l'acquisition.

« Je venais avec une expérience dans de gros ateliers de carrosserie très performants, explique-t-elle. Avec l'atelier de Carignan, c'était un autre défi. Surtout que nous avons passé à travers la pandémie en équipe. Cela nous a obligés à nous réinventer. »

Mme Daoust a vu l'arrivée des nouveaux propriétaires d'un très bon œil. « Ce ne sont peut-être pas des gens qui ont grandi dans l'industrie, mais ils nous donnent les moyens de réussir. »

Un beau témoignage, appuyé par les décisions concrètes que nous détaille Harry Jinjinian pour nous. « Tout d'abord, avant d'acheter, j'ai analysé les chiffres. Il y a de l'argent à faire en carrosserie si on est bien organisés et si les opérations sont optimisées. »

Des équipements de pointe

Il veut aussi un atelier à la fine pointe. Profitant de réaménagements importants, l'atelier est maintenant doté d'un banc de redressage haut de gamme qui est encastré dans le sol. Il est aussi en mesure d'effectuer toutes les calibrations liées

PHOTOS **MICHEL BEAUNOYER**

Une photo de famille prise lors de l'ouverture officielle de l'atelier de Candiac.

aux systèmes avancés d'aide à la conduite. « Nous avons envoyé Yvon à New York pour qu'il suive une formation spécifique afin d'utiliser ces équipements, explique le président. C'est bien d'investir dans des machines, mais il faut aussi savoir bien s'en servir. » Il pense même élargir l'offre, alors qu'Yvon en maîtrise le fonctionnement, en proposant le service de calibration à d'autres ateliers qui n'ont pas les équipements nécessaires.

On voit que l'investisseur garde l'œil ouvert sur le potentiel de revenus de ses opérations, au-delà de la relation avec les assureurs. Mais à ce chapitre, il comprend parfaitement l'importance d'une solide réputation. « Les équipements et la formation, c'est avant tout pour démontrer aux assureurs que nous sommes à la hauteur. Je veux aussi travailler plus étroitement avec les concessionnaires de mon voisinage, voir les partenariats que nous pouvons construire. »

Très dynamique, l'investisseur nous indique que le prochain objectif à court terme est d'obtenir la certification des constructeurs par le biais du programme CCC. La dizaine d'employés de cette carrosserie est ouverte à cette approche d'amélioration continue.

Selon M. Jinjinian, il a opté en partie pour l'acquisition de cet atelier, car il était déjà franchisé du réseau Carrossier ProColor. Pour lui, il était hors de question d'investir dans un atelier indépendant, sachant l'importance du support d'une bannière forte et d'un siège social à l'écoute des franchisés. « Pour moi, la question d'image est très importante. Nous voulons être modernes et cette bannière m'intéressait grandement. »

Travailler avec deux ateliers

Avec un atelier plus petit à Saint-Hubert, à 18 minutes de distance, le gestionnaire profite d'une intéressante flexibilité opérationnelle. « Par exemple, j'ai beaucoup d'espace ici, alors je peux accepter des camionnettes ou de gros VUS qui peineraient à trouver de la place à Saint-Hubert. Toutefois, je n'ai pas l'intention de spécialiser mes ateliers dans les marques européennes, asiatiques ou domestiques. Je veux garder la possibilité de déplacer les véhicules, mais aussi les techniciens, selon les fluctuations des volumes à réparer. »

Pour les prochains mois, outre le processus de certification qui va bon train, M. Jinjinian veut tout d'abord optimiser les capacités des deux ateliers. Il gravite d'ailleurs entre les deux carrosseries, sachant qu'il a sur place des gens de confiance. « J'ai aussi le personnel technique qu'il me faut, mais il y aura certainement de la place pour des embauches dans l'avenir. Pour le moment, je veux m'assurer qu'ils se sentent bien avec nous. » Il mentionne ce fait en indiquant, en marchant dans l'atelier, que toutes les opérations de sablage s'effectuent avec des outils munis d'un système d'extraction de poussière. Preuve concrète de son souhait pour un environnement de travail propre.

Et qu'en est-il de l'avenir plus éloigné ? « Nous allons évidemment aller chercher la formation nécessaire pour travailler en toute sécurité sur les véhicules électriques et hybrides. Et puis, ajouter la réparation et le remplacement de vitres d'auto serait un prolongement naturel et profitable de nos activités ; j'y songe. » Et qui sait, si l'occasion se présente, l'investisseur et entrepreneur pourrait bien ajouter un autre atelier à son portefolio. Mais il a amplement à s'occuper d'ici là.

L'IMPORTANCE CRUCIALE DES TRAVAILLEURS ÉTRANGERS

Les travailleurs étrangers font partie de la solution dans un contexte de pénurie de techniciens qualifiés.

Les prochains mois seront déterminants pour l'avenir des travailleurs étrangers dans notre industrie.

TEXTE **JONATHAN PILON**

Le dossier des travailleurs étrangers (TET) est un bel exemple de l'importance de l'existence d'une association comme la CCPQ afin de pouvoir bien représenter les intérêts des entrepreneurs carrossiers du Québec. Malgré la complexité et les enjeux de ce dossier, nous avons été en mesure de créer un comité de travail formé d'entrepreneurs membres de la CCPQ et de préparer notre plan stratégique pour faire entendre nos voix aux différents intervenants gouvernementaux.

Nous avons également rencontré la majorité des assureurs du Québec afin d'ouvrir la discussion sur l'importance de conserver cette main-d'œuvre étrangère, pour la continuité et la survie de nos entreprises. Notre problème va devenir un problème général si personne ne fait rien et si on suit les nouvelles réglementations des gouvernements. Les travailleurs étrangers sont présents dans tous les secteurs économiques à travers le Québec.

Cette main-d'œuvre représente près de 35 % de nos travailleurs et dans certaines régions elle dépasse les 50 % des employés actifs dans les ateliers.

Notre industrie est aux prises avec une pénurie de main-d'œuvre depuis plusieurs années. Des actions ont été mises en place et continuent d'évoluer. Toutefois, comment allons-nous remplacer 35 % de la main d'œuvre d'ici deux ans sans compter les nombreuses retraites d'ici dix ans ? Mentionnons que dans les dix prochaines années, nous allons souligner le départ à la retraite de 62 % de nos débosseleurs, 43 % de nos peintres et de 70 % des techniciens qui combinent ces deux tâches. Malgré l'avancé des applications de l'intelligence artificielle, un robot ne peut certainement pas effectuer leur travail.

Cette main-d'œuvre représente près de 35 % de nos travailleurs et dans certaines régions elle dépasse les 50 % des employés actifs dans les ateliers.

Un travail d'équipe

La CCPQ travaille également conjointement avec les CPA, CPCPA et Innoviste afin de promouvoir, faciliter et accélérer le recrutement de nouvelles ressources d'ici. Cependant ce n'est pas encore assez pour combler le besoin actuel. De plus, c'est bien beau de trouver de la main d'œuvre ici, mais elle doit être formée et qualifiée pour travailler sur des voitures de plus en plus sophistiquées.

Les changements annoncés par le gouvernement ont également un impact sur le salaire d'un TET à bas salaire et celui-ci doit être rémunéré à 34.62 $/heure, nul besoin de mentionner que ce changement a un impact majeur également sur l'aspect financier de nos ateliers. Des entrepreneurs de la CCPQ ont mentionné que cela représentait des augmentations près de 10 % de leur masse salariale afin de pouvoir conserver leurs employés, particulièrement dans le Grand Montréal.

Le plan de la CCPQ est de joindre sa voix à celle des autres acteurs de l'industrie de l'automobile pour faire comprendre aux deux paliers de gouvernement l'importance d'avoir accès à cette main-d'œuvre pour maintenir nos opérations et assurer aux consommateurs les services dont ils ont besoin pour garantir leur mobilité. Nous travaillons conjointement avec l'AIA Canada et la Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec pour mener de l'avant ce dossier de toute première importance pour toute notre industrie.

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.

pour des résultats de peintures parfait.

SATA

SATA Canada Inc.
125, Avenue Buttermill
Vaughan, ON L4K 3X5
Bureau: +1 905 660 1101
Sans Frais: +1 844 554 SATA (7282)
Télécopieur: +1 905 760 1250
Courriel: contact@sata.com www.sata.com

Les produits SATA garantissent des finitions parfaites grâce à leur excellente précision et leur qualité irréprochable.

Vous pensez qu'il n'y a rien de mieux qu'une surface parfaitement finie ? Nous sommes d'accord. Depuis des décennies, nous développons des les pistolets de peinture, des systèmes de protection respiratoire et des accessoires qui répondent aux normes les plus élevées.

Constatez par vous-même les résultats que vous pouvez obtenir avec les produits SATA.

INFO
Catalogue SATA Canada

Les gens intelligents utilisent des outils intelligents

Le nouveau eShop de Wakefield Connect vous redonne ce qui compte le plus : du temps.

Wakefield Connect est un outil intelligent qui permet aux ateliers et aux distributeurs de réagir rapidement, de se réapprovisionner rapidement et de garder une longueur d'avance.

Avec des outils comme eShop, les gens d'affaires bénéficient de :

- ✔ Un historique personnalisé des commandes et des réapprovisionnements
- ✔ Un accès instantané aux fiches de données de sécurité et de produits
- ✔ Un catalogue et livret de spécifications numériques complets
- ✔ Des promotions et des prix exclusifs
- ✔ Une visibilité en temps réel sur les volumes des réservoirs de vrac

Comme le temps, c'est de l'argent, chaque clic compte

Commencez à acheter plus intelligemment sur WakefieldConnect.ca

Wakefield Canada
1-800-268-5339

eSHOP PROPULSÉ PAR Wakefield CONNECT | Wakefield | Castrol