Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale
des ventes - Est-du-Québec

Chaque jour, Sophie-Ann et tous les autres membres de notre équipe du Québec travaillent d'arrache-pied pour comprendre vos besoins et être des partenaires à la hauteur de vos ambitions. Nous savons que le Québec est unique, et nous nous dévouons à vous offrir les solutions les plus complètes possibles pour vous aider à réussir.

Pour en savoir plus sur nos services ou communiquer avec l'un des membres de notre équipe du Québec, visitez **go.carfax.ca/equipequebec**

CARFAX

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale
des ventes - Est-du-Québec

Chaque jour, Sophie-Ann et tous les autres membres de notre équipe du Québec travaillent d'arrache-pied pour comprendre vos besoins et être des partenaires à la hauteur de vos ambitions. Nous savons que le Québec est unique, et nous nous dévouons à vous offrir les solutions les plus complètes possibles pour vous aider à réussir.

Pour en savoir plus sur nos services ou communiquer avec l'un des membres de notre équipe du Québec, visitez **go.carfax.ca/equipequebec**

CARFAX

AUTOSPHEREMAG

PP40014105

OCTOBRE 2023 / VOL 4 / NO 5 / 6,95 $

MÉCANIQUE

CONGRÈS NATIONAL
NAPA AUTOPRO À HALIFAX

TOURNÉ VERS L'AVENIR

PNEUS

CONGRÈS NATIONAL POINT S

ON PARLE D'AVENIR

CARROSSERIE

CONFÉRENCE SUR LA CROISSANCE 2023
DE SIMPLICITY SOINS D'AUTO

IMPACT MAJEUR, CROISSANCE ACCRUE!

PARC

FEDEX

TRANSITION VERS L'ÉLECTRIQUE

CONCESSIONNAIRES

SALON DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE DE QUÉBEC 2023

ENGOUEMENT POUR LES VÉ

RENOUVELEZ SANS TARDER
VOTRE MAGAZINE ! C'EST GRATUIT ET FACILE.
Balayez le code QR, remplissez le formulaire et continuez à recevoir votre copie.
autosphere.ca/reabonnement

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

MIRAGE

MDR235

PNEU À ÉPAULE OUVERTE POUR LA TRACTION REGIONAL

Découvrez le Mirage MDR235, un pneu à épaule ouverte conçu pour les applications régionales. Doté d'un bloc de bande de roulement central à emboîtement, ce pneu garantit une stabilité accrue et une durée de vie remarquable de la bande de roulement, avec une profondeur de 27/32"

- Des lamelles centrales et latérales offrant une traction supérieure, assurant une adhérence optimale sur différentes surfaces.
- La conception à épaule ouverte et les rainures de la bande de roulement favorisent l'auto-nettoyage, prévenant l'accumulation de débris et améliorant la traction.
- Les crampons centraux intégrés contribuent à une meilleure stabilité, offrant une expérience de conduite fiable et sécurisée.
- La conception de la carcasse extra résistante du pneu améliore sa durabilité, lui permettant de résister aux conditions exigeantes sur de longues périodes.

MDW217

PNEU POUR CONDUITE HIVERNALE

Le Mirage MDW217 est un pneu de haute qualité spécialement conçu pour la conduite régionale, garantissant des performances optimales dans toutes les saisons. Avec sa conception de bande de roulement à lamelles avancée, ce pneu excelle dans des conditions météorologiques difficiles telles que fortes pluies, terrains boueux, neige et surfaces glacées. Le Mirage MDW217 est le choix idéal pour la conduite hivernale dans des circonstances exigeantes.

- Une traction remarquable sur la glace et la neige grâce aux nombreuses lamelles incorporées dans la bande de roulement.
- Une excellente adhérence sur la neige et la boue grâce aux blocs de bande de roulement agressifs.
- Le motif de bande de roulement ouvert expulse efficacement la neige et la boue, maintenant une traction optimale.
- Spécialement conçu comme pneu pour les conditions hivernales, garantissant des performances supérieures.

DYNAMICTIRE.COM/MIRAGE

DYNAMIC TIRE INC.

SOMMAIRE

AUTOSPHEREMAG
Octobre 2023

CONCESSIONNAIRES

6 Évènement | Salon du véhicule électrique de Québec
Le SVEQ répond à l'engouement pour les VÉ

Dossier : Département de service
10 **Agir pour conserver les clients**

12 Gestion de la relation client par Yanick Jomphe
La logique séquentielle

13 Écho de l'association | CCAQ par Ian P. Sam Yue Chi
L'objectif collectif du verdissement des transports

PARC

14 Parc en vedette
FedEx commence sa transition électrique

Dossier : Remarketing
17 **Facteurs à considérer pour la rotation du parc**

20 Parole de Kate par Kate Vigneau
Des étapes majeures vers l'électrification

22 Sélecteur de véhicules | Camionnettes
Répondre à tous les besoins

26 Profil de leader | Holman
Le rythme du changement

27 Écho de l'association | NAFA Québec par Simon Therrien
Plus de 150 participants au Ride & Drive

PNEUS

28 À la une | Point S
On parle d'avenir au Congrès national

32 Les grandes rencontres
L'approche de gestion de Leif Ellefsen

Dossier : Équipement
34 **Faire de l'alignement un poste de revenus**

36 Fournisseur en vedette | Dynamic Tire
Conquérir de nouveaux marchés

38 Focus pneus | Pneus pour camions légers
Travailler fort, s'amuser ferme

40 Pneus d'hiver | Sailun Tire Americas
Plus d'options, plus de valeur

41 Écho de l'association | ASPMQ
Pneus de traction commerciaux

MÉCANIQUE

42 À la une | Congrès national NAPA Autopro à Halifax
Un congrès historique, tourné vers l'avenir

46 Atelier en vedette | Auto Précision
Un des champions de compétences VÉ

Dossier : Sous l'auto
49 **Ne pas négliger ce qui se passe sous la voiture**

52 Le Spécialiste par Mark Potvin
Du carbone sur les valves

54 Prof Oborne par Steve Oborne
Plus capable de faire le plein d'électrons

56 Développement des affaires | Vérifié Électrique
Un coup d'accélérateur sur l'électrification

58 Événement | Bumper to Bumper
Défi relevé pour le Congrès national

CARROSSERIE

60 À la une | Conférence de Simplicity Soins d'auto
Impact majeur, croissance accrue !

64 Peinture par Normand Cormier
Énoncés de positionnement des fabricants de peinture

Dossier : Finition
66 **Comment adapter les produits ?**

70 Regard sur l'industrie par Sylvain Séguin
Atteignez votre plein potentiel

71 Technologie automobile | GAA
L'estimation des véhicules électriques

72 Développement des affaires | Carossier ProColor
Construire une entreprise sur des valeurs de respect

73 Finition
L'innovation du numérique

74 Écho de l'association | CCPQ par Luc Fillion
Le sondage sur les relations avec les assureurs

AUTOSPHERE
DÉCOUVREZ NOS ARTICLES ET PLUS ENCORE SUR AUTOSPHERE.CA/FR

SUIVEZ-NOUS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

AUCUNE CRAINTE FACE À L'ÉLECTRIQUE

Dans quelques jours, j'aurai ma première voiture 100 % électrique. Au volant d'une voiture d'essai, j'ai réalisé à quel point l'eau avait coulé sous les ponts depuis ma première voiture, une Coccinelle 1972 d'occasion payée 200 $.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Je comprends que le facteur économique est une bonne raison d'adhérer à cette nouvelle technologie. La question environnementale compte aussi pour beaucoup. Toutefois, c'est sincèrement davantage par curiosité que je me suis tourné dans cette direction. Métier oblige, je voulais comprendre le phénomène de l'intérieur.

Avant même d'être au volant, je tire certaines observations. La première, manifestement, est que les livraisons de voitures neuves reprennent puisque l'attente annoncée à l'origine a été réduite du tiers. L'autre constat, c'est le prix offert pour ma voiture d'échange. L'offre intéressante indique que l'équilibre entre l'offre et la demande n'est pas atteint, malgré la hausse des taux d'intérêt. Ce qui m'arrive correspond parfaitement aux signaux provenant de l'industrie.

Pour compléter ce volet, je mentionne comment mon conseiller, celui qui m'a vendu une voiture il y a six ans, avait fait ses devoirs et pouvait répondre à mes nombreuses questions. L'évolution électrique demande en effet une mise à jour des connaissances à tous les niveaux. Dans un autre ordre d'idée, tout le monde parle électrique, mais il n'en demeure pas moins que les véhicules munis de moteur à combustion interne seront encore dans le paysage pour de nombreuses années.

Ça sent encore l'essence

Lors d'un dîner dans le cadre d'un des nombreux congrès de l'automne, je discutais avec un garagiste du marché secondaire qui me disait justement que derrière cet engouement électrique, qui ne représente encore qu'une fraction du marché, roulent des millions de voitures à essence qui doivent encore être réparées et entretenues. Ce savoir-faire doit évidemment être maintenu et enrichi, tout en considérant que j'aurai besoin, un jour prochain, d'un atelier auquel confier ma voiture électrique.

L'industrie automobile n'en est pas à sa dernière évolution. Verrons-nous bientôt l'hydrogène se glisser parmi les options ? Ce dont je suis convaincu, autant par la qualité de l'accompagnement dans l'acquisition d'un nouveau véhicule électrique que par le marché secondaire automobile qui déploie des programmes de formation spécifiquement conçus pour absorber cette nouvelle technologie jusqu'à son recyclage, c'est que nos entreprises du secteur automobile savent se positionner face aux nouveaux défis. Tout ça me rassure. Il ne me reste plus qu'à vaincre mon anxiété d'autonomie.

AUTOSPHEREMAG

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

DIRECTION **Président** René Lewandowski

RÉDACTION
Rédacteur en chef Michel Beaunoyer
Collaborateurs Huw Evans, Jack Kazmierski, Krystyna Lagowski, Lilian Largier, Jil McIntosh, Guy O'bomsawin, Martine Painchaud et Mathieu Valiquette
Chroniqueurs Normand Cormier, Luc Fillion, Yanick Jomphe, Guy Letellier, Steve Oborne, Ian P. Sam Yue Chi, Mark Potvin, Sylvain Séguin, Simon Therrien, Kate Vigneau

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 Patrice Francœur
Designers graphiques Erik Borrelli et Anne-Marie Arel

ADMINISTRATION **Responsable de la comptabilité** Esther Twells

Autosphere Mag est publié six fois par année par Rousseau Communication. 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 Rousseau Communication.

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 Rousseau Communication / Service des abonnements, 455, rue Notre-Dame Est, bureau 311, Montréal (Québec) H2Y 1C9

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

L'EMPLOYÉ DU MOIS. À TOUT COUP.

Votre entreprise mérite une équipe engagée, et votre Toyota en fait partie. Gagnants du prix de la meilleure valeur résiduelle du Canadian Black Book, les véhicules de Toyota contribueront assurément à votre succès, année après année.

VISITEZ TOYOTA.CA/PARC POUR EN SAVOIR PLUS.

PARCS | TOYOTA

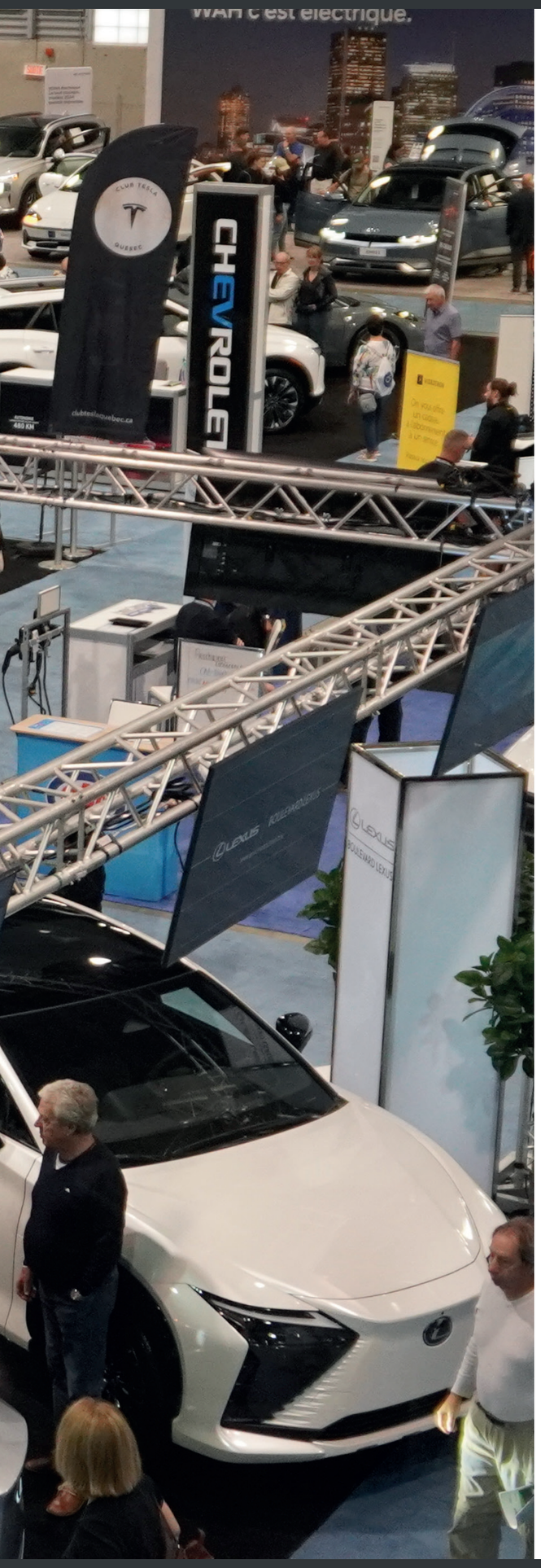
Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

CONCESSIONNAIRES



RECORD DE VISITES AU SALON DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE DE QUÉBEC 2023

LE SVEQ RÉPOND À L'ENGOUEMENT POUR LES VÉ

Le Salon du véhicule électrique de Québec (SVEQ) a réussi à attirer plus de 20 constructeurs automobiles différents pour venir exposer leur savoir-faire au Centre de foires de Québec, du 15 au 17 septembre, un record pour l'évènement qui en est à sa 4e édition.

TEXTE **MATHIEU VALIQUETTE**

Sur un total de 9600 visiteurs, plus de 2700 personnes sont montées à bord des 35 véhicules électriques offerts en essai routier lors du SVEQ. Cela représente une nette augmentation comparée à l'édition 2022 du salon, où 25 modèles étaient disponibles pour des essais.

Le nombre d'essais routiers effectués lors du salon a aussi presque doublé par rapport à l'année précédente. Ainsi, chaque visiteur avait la chance d'essayer au moins un des véhicules électriques du salon. Parmi ceux-ci figuraient une excellente variété de modèles – déjà sur la route comme nouveaux – tels que la Kia EV6, la toute dernière création de la division électrique de Kia, ou encore la Nissan Leaf, un modèle déjà très bien connu et établi au Québec. >

En plus d'une visite des kiosques, les visiteurs pouvaient mettre à l'essai 35 véhicules électriques.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

L'essai routier d'une dizaine de minutes n'exigeait pas le moindre déboursement des visiteurs.

Ainsi, le SVEQ a été une façon très accessible de mettre à l'épreuve la conduite des nouveaux modèles de véhicules électriques. C'est un réel incontournable pour les Québécois qui comptent acheter un véhicule électrique dans un avenir proche.

Le Salon du VÉ a également pu compter sur un appui plus soutenu de la part des autres acteurs du secteur du véhicule électrique, tel que l'explique M. Charles Drouin, chef de la direction de la Corporation Mobilis et directeur général du Salon du véhicule électrique de Québec.

« Contrairement aux autres années, l'énorme majorité des véhicules présents au salon pour essais routiers proviennent des concessionnaires plutôt que de nos bénévoles de l'Association des véhicules électriques du Québec. On sent vraiment que les concessionnaires et les constructeurs veulent faire connaître leurs modèles électriques davantage auprès du grand public. »

Premier en matière d'électrification des véhicules

L'édition 2023 du Salon du véhicule électrique de Québec a également invité de nombreux conférenciers et personnalités à venir faire leur apparition tout au long de la fin de semaine.

La ministre des Transports et de la Mobilité durable, Geneviève Guilbault, est venue ouvrir le salon le vendredi matin lors d'une conférence de presse tenue devant les médias. La ministre n'a pas hésité à vanter les Québécois en rappelant que le Québec est la province qui possède la plus grande proportion de véhicules électriques sur ses routes.

« Les habitants du Québec émettent moins de gaz à effet de serre en moyenne que tous les autres en Amérique du Nord, indique la ministre Guilbault. Nous prévoyons donc rester en pôle position et détenir un parc de véhicules gouvernementaux 100 % électriques d'ici 2030. »

Mme Guilbault a également rappelé les grandes lignes du plan d'électrification des modes de transport du Québec, planifiant de déployer plus de 116 000 bornes de recharge électriques sur l'ensemble du territoire au cours des 7 prochaines années.

À l'ouverture du salon, la politique a fait place à l'apprentissage en invitant des exposants à monter sur la scène principale et à enseigner aux visiteurs les nombreuses subtilités techniques du monde des véhicules électriques.

Par exemple, on offrait des trucs pratiques pour maximiser la durée de vie de la batterie du véhicule électrique, ou encore, on dressait un palmarès des problèmes mécaniques les plus récurrents sur ce type de véhicules. Toutefois, ce n'est pas une surprise que les organisateurs de l'évènement aient

C'est en présence de Geneviève Guilbault, ministre des Transports et de la Mobilité durable, que les dignitaires ont procédé à l'ouverture du SVEQ.

choisi de mettre de l'avant l'apprentissage au SVEQ. Comme l'indique Charles Drouin, le visiteur moyen est beaucoup plus connaissant de véhicules et de technologies que les visiteurs d'un salon automobile typique. Les visiteurs du Salon du VÉ de Québec sont même souvent propriétaires d'un véhicule électrique et s'attendent à une plus grande expertise lorsqu'ils effectuent leur visite annuelle au Centre de foires de Québec.

Une exposition électrisante

Les visiteurs du SVEQ ont pu profiter d'une vaste sélection de marques et modèles de véhicules exposés pour l'occasion. Tous les portefeuilles pouvaient y trouver leur compte !

Nombreux sont ceux qui se sont laissés séduire par l'élégant look et le somptueux habitacle de la nouvelle Mercedes EQS 100 % électrique.

Les modèles exposés par Hyundai ont eux aussi obtenu beaucoup d'attention de la part du public. Notamment, la dernière arrivée dans le parc électrique de Hyundai, la Ioniq 6, a su piquer la curiosité de nombreux visiteurs grâce à son look très distinctif et son prix d'achat beaucoup plus raisonnable que celui des modèles électriques de luxe allemands.

Il faut aussi mentionner la présence de plusieurs modèles hybrides au salon, tels le Mitsubishi Outlander PHEV ou encore, la Toyota Prius 2023 nouvellement redessinée au look beaucoup plus dynamique et innovant que ses itérations précédentes. Il y en avait donc pour tous les goûts.

Il faut aussi mentionner la forte présence des véhicules électriques américains, tels le Jeep Wrangler 4XE hybride ou encore le tout nouveau Dodge Hornet qui, avec son look agressif et son logo distinctif, a su en surprendre plus d'un avec la qualité des matériaux composant son habitacle.

Finalement, on peut observer que l'édition 2023 du salon spécialisé a été une réussite, autant au niveau de la quantité de ses exposants et partenaires, qu'au niveau de son exécution.

Si la tendance se maintient, on pourrait s'attendre à voir près de 50 véhicules électriques à l'essai dès l'édition 2024 du Salon.

RENOUVELEZ SANS TARDER

GRATUITEMENT !

4 façons simples et rapides de vous réabonner

PAR LA POSTE

Poster au :
455, Notre-Dame Est, suite 311
Montréal (Québec) H2Y 1C9

PAR COURRIEL

Envoyer une numérisation ou une photo du coupon à l'adresse :
abonnement@autosphere.ca

EN LIGNE

Remplir le formulaire sur :
autosphere.ca/reabonnement

VIA MOBILE

Balayez le code QR, remplissez le formulaire et continuez à recevoir votre copie.
autosphere.ca/reabonnement

Il est temps de renouveler votre abonnement...

OPTION D'ABONNEMENT

- ☐ Je veux recevoir le magazine.
- ☐ Je veux recevoir l'infolettre.
- ☐ Je veux recevoir les deux.

Votre signature est importante pour valider votre abonnement gratuit.

Signature **DATE** JJ / MM / AA

VERSION DE MAGAZINE

☐ Papier ☐ Numérique ☐ Papier et numérique

LANGUE

☐ Français ☐ Anglais ☐ Français et anglais

L'abonnement papier gratuit nécessite une adresse canadienne et le respect de certains critères de qualification.

INFORMATION DE BASE

Compagnie	
Prénom	Nom
Courriel	
Adresse	
Ville	Pays
Code postal	Téléphone

QUESTION DE QUALIFICATION

Dans quel secteur de l'industrie automobile travaillez-vous ?

☐ Concessionnaires ☐ Parc ☐ Pneus
☐ Mécanique ☐ Carrosserie

Quelle est votre profession ?
Activité commerciale de l'entreprise ? (atelier, grossiste, financement, etc.)

ABONNEZ UNE AUTRE PERSONNE À LA MÊME ADRESSE

Prénom	Nom
Courriel	
Profession	

102023

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

LES DÉPARTEMENTS DE SERVICE DOIVENT AGIR POUR CONSERVER LEURS CLIENTS

Une fois son automobile acquise, un client peut se rendre chez d'autres concessionnaires ou dans un atelier indépendant pour en faire l'entretien, et ce, tout en conservant sa garantie d'origine.

TEXTE **LILIAN LARGIER**

Benoit Gauthier, directeur général de Hyundai Île-Perrot, supervise le département de service.

La fidélisation de la clientèle débute d'abord par un service de qualité à chaque visite ou contact. Au département de service, cela commence dès le premier entretien. Quand tout se passe pour le mieux, certains clients peuvent d'ailleurs devenir des habitués et connaître le prénom des employés.

Dans les bonnes pratiques, on note tout d'abord la transparence envers le client. Par exemple, le fait d'avouer un retard sur les travaux ou l'indisponibilité de certaines pièces, et l'importance de trouver des solutions. On retrouve, en outre, la vente du service d'entreposage des pneus, car le propriétaire devra obligatoirement repasser. Offrir un service de navette de qualité pour véhiculer le client entre sa maison ou son lieu de travail et la concession est également un atout. Mais dans un domaine automobile ultra concurrentiel, les concessionnaires doivent aller plus loin.

> « Si le client ne revient pas faire son entretien à la concession, il n'y a que 10 % de chance pour qu'il vienne renouveler son véhicule. »
>
> **RACHEL LECLERC** PARTENAIRE DE SUCCÈS POUR L'EST DU CANADA, TEKION

Fidéliser les propriétaires dès la vente

« Chez nous, la garantie constructeur est de cinq ans », indique Benoit Gauthier, directeur général de Hyundai Île-Perrot – Groupe Autoforce. « La plupart de nos clients vont venir vers nous pour leurs entretiens afin d'avoir l'esprit tranquille ». Il a d'ailleurs instauré il y a six mois une nouvelle étape lors de la livraison. Les représentants aident désormais les nouveaux propriétaires à « prendre un rendez-vous en ligne pour le premier entretien et à créer leur compte sur la plateforme ». En complément, la marque diffuse deux ou trois fois par an des promotions par courriel et par la poste, en juin ou fin décembre, mettant notamment en vedette des accessoires de protection.

« Les rappels aux clients sont importants, par téléphone ou par courriel, mais plusieurs oublient de les faire », selon Jean-Robert St-Georges, président fondateur du Centre de formation automobile du Québec (CFAQ). Le message peut être le suivant : "Monsieur X, vous êtes rendus à 40 000 km selon nos estimations. Vous auriez avantage à faire l'entretien numéro trois, en prenant un rendez-vous avec notre département de services." » Pour arriver à rejoindre sa clientèle existante et les prospects, des centres d'appels proposent leurs services.

L'affaire de toutes et tous

Toute la concession est concernée par la fidélisation du département de service. Selon M. St-Georges, « chaque conseiller aux ventes devrait contacter ses clients trois fois par an au minimum, et six mois avant le terme du financement ou de la location ». Le conseiller fidélise ainsi le client au département de service et pour les transactions futures.

Personnaliser le passage au département service

« Le conseiller au service est obligé de proposer des produits

PHOTO LILIAN LARGIER/AUTOSPHERE

imposés par le constructeur ou la concession, lors de chaque prise de rendez-vous », rappelle M. St-Georges. Pour rendre cette étape plus agréable, il peut présenter les options en ajoutant ses conseils, par exemple, en fonction des habitudes du client. Lorsque ce dernier est dans la salle d'attente, le conseiller doit saisir l'occasion de venir le saluer. Un membre du département de service a tout intérêt à appeler le client après les travaux pour savoir s'il est satisfait, et l'inviter à répondre à un sondage. Lors de la vente de véhicules usagés, certaines concessions en profitent pour offrir des plans d'entretien qui vont faire revenir les clients.

Logiciels pour optimiser le suivi et la fidélisation

Les DMS (*Daily Management System*) sont développés pour la gestion de l'ensemble d'une concession. Ils peuvent servir à suivre les actions de fidélisation, automatiser des campagnes promotionnelles ou encore connecter les services. Ainsi, un conseiller aux ventes peut savoir ce qui se passe avec son client au département de service, et être alerté si celui-ci n'est pas satisfait, afin de le joindre rapidement et de trouver des solutions.

« Si le client ne revient pas faire son entretien à la concession, il n'y a que 10 % de chance pour qu'il y revienne pour renouveler son véhicule. De même, environ 50 % des clients des départements de service n'ont pas acheté leur véhicule dans la concession », relève Rachel Leclerc, partenaire de succès pour l'est du Canada chez Tekion, un éditeur de solutions DMS. Œuvrant depuis 15 ans dans le domaine de la vente automobile, elle rappelle que les appels vers l'extérieur « sont difficiles », car ils demandent du personnel disponible.

Il est ainsi possible de prendre un rendez-vous pour ses entretiens à partir de son cellulaire, ou de choisir à distance les options avec un menu personnalisé comprenant les travaux requis par le constructeur et les recommandations, comme sur un site marchand. La plage horaire de rendez-vous s'adapte en temps réel. De son cellulaire, le client a également accès à une boîte à clé pour déposer ou récupérer son véhicule en dehors des heures d'ouverture, au suivi par photo ou vidéo de l'avancée des travaux réalisés et peut valider des opérations supplémentaires à distance.

Des centres d'appels externes spécialisés sont aussi sollicités pour inviter des prospects et des clients existants à des ventes privées, avec des cadeaux offerts pour l'occasion.

LA LOGIQUE SÉQUENTIELLE

Une stratégie révolutionnaire.

TEXTE **YANICK JOMPHE**

L'heure est à planification stratégique automnale ! La synchronisation de la période des pneus requiert une stratégie intelligente et songée. Le département du service accueillera sa clientèle active sur une période approximative de trois mois durant cette saison très achalandée. Que devons-nous mettre en place pour synchroniser toutes ces activités ? La logique se veut l'intégration de procédés et l'établissement de délais respectant un échéancier très serré, selon le nombre de clients dans la banque de données. Sommes-nous en mesure de calculer :

1. Le nombre de clients qui ont acheté un véhicule neuf et qui ont des pneus entreposés, qui ont des pneus (valise) ou qui sont sans pneus. Séparer la clientèle par segment.
2. Le nombre de clients avec des pneus en entreposage (au département de service, segmentant ainsi la base de données) et excluant bien sûr les clients qui ont acheté un véhicule neuf.
3. Le nombre de clients qui ont fait installer leurs pneus, mais n'ont pas entreposé ceux-ci et n'ont pas acheté de véhicules chez vous.
4. Le nombre de clients perdus qui ne sont pas passés lors de la dernière saison (donc dernière visite il y a 12 mois).

Les grands gagnants seront les concessionnaires qui pourront cibler adéquatement tous leurs clients selon des critères bien précis. Les retombées statistiques se verront plus précises et exhaustives selon chaque type de clients. Quelle chance de pouvoir rencontrer tous les clients actifs avant la période des fêtes ! Pensez rétention et fidélisation et optez pour des stratégies qui permettront de retenir le client chez vous et d'assurer sa prochaine visite au service. L'anticipation est la clé du succès ! C'est pour cette raison que la plupart des constructeurs exigent un prochain rendez-vous réservé au service.

Parfois, il est difficile d'instaurer les processus et de s'assurer que tout le personnel travaille dans cette direction. En outre, il y a des solutions pour augmenter la rétention en offrant un rabais lors de la prochaine visite, une carte fidélité applicable dans tous les départements ou autres astuces marketing.

Vos clients vous seront servis sur un plateau d'argent pour la saison des pneus ! Le client doit avoir une expérience hors du commun, unique et répondant à ses attentes et ses besoins. Votre service à la clientèle devient donc l'acteur principal de ce spectacle et rentabilisera vos investissements. Nous savons que Disney offre une stratégie marketing *direct-to-consumer* et est un précurseur de l'expérience client.

> « Ne vous plaignez jamais du client à caractère difficile, car il est la cause de vos progrès. Traitez les autres mieux encore : ils sont les raisons de vos bénéfices. »
>
> **AUGUSTE DETOEUF (1883-1947)**
> ARTISTE, ÉCRIVAIN, ESSAYISTE,
> HOMME D'AFFAIRES ET INDUSTRIEL

Nous pouvons instaurer quelques-uns de ces secrets et les adapter dans le merveilleux monde de l'automobile. Un service unique rendra la visite du client fantastique pour que celui-ci désire revenir à notre concessionnaire. Il est si facile de l'accueillir en prononçant son nom, de lui offrir un café ou une bouteille d'eau, de le tenir au courant des développements concernant son véhicule, de l'informer quand le véhicule est prêt, de s'assurer que le client est satisfait à son départ et d'offrir plusieurs autres valeurs ajoutées. Le personnel fait toute la différence et n'oubliez jamais que le client d'aujourd'hui est votre meilleur journaliste pour la publicité.

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 disponible info@consultantsyjomphe.com.

L'OBJECTIF COLLECTIF DU VERDISSEMENT DES TRANSPORTS

En tant que distributeurs de véhicules, les concessionnaires du Québec souscrivent pleinement aux objectifs gouvernementaux de verdissement du parc automobile, en espérant être appuyés par des conditions gagnantes.

TEXTE **IAN P. SAM YUE CHI**

Bien des citoyens font des efforts pour réduire leur empreinte carbone. Changement des habitudes de consommation, désir d'utiliser des moyens de transport collectif ou moins polluants, etc. De là à espérer réduire de moitié le parc de voitures au Québec d'ici 2050, il y a un glissement vers l'utopie. Considérant la densité de notre population et notre spécificité territoriale, la solution québécoise passe nécessairement par la transition vers des véhicules sans émissions. Il devient donc primordial de maintenir notre attention sur cette avenue.

Depuis 2019, la Corporation et ses partenaires de l'industrie travaillent sur l'objectif d'accompagner le virage vert des transports au Québec, notamment en mettant tout en œuvre pour se positionner pour l'objectif du tout électrique en 2035. Déjà, le gouvernement du Québec pointe la date de 2030 pour l'atteinte de deux millions de véhicules électriques et hybrides rechargeables sur les routes du Québec. Cet objectif est ambitieux, mais réalisable, pourvu que les conditions favorables soient réunies.

Les concessionnaires ont pris les devants, investissant temps et ressources pour mettre leurs installations à niveau, qu'il s'agisse d'équipements spécialisés pour l'entretien de ces véhicules ou de l'installation de bornes de recharge partagées. La formation du personnel de vente et des techniciens suit aussi son cours.

Un leadership de Québec

D'un autre côté, le gouvernement doit s'assurer d'affirmer son leadership dans ce virage. Pour contrer les appréhensions en matière d'autonomie, Québec doit s'assurer de la disponibilité d'une électricité verte et accessible, et accélérer le programme d'installation de bornes de recharge publiques sur tout le territoire. La multiplication des points de recharge va aussi faciliter l'adoption des véhicules à moins grande autonomie, ce qui va réduire la demande pour des batteries plus grosses, allégeant ainsi la chaîne d'approvisionnement. Car la disponibilité des véhicules électriques, malgré la position attirante du marché québécois, demeure un enjeu alors que plusieurs communautés à travers le monde prennent aussi ce virage et puisent dans le même bassin de véhicules.

Maintien des incitatifs

Les incitatifs financiers à l'achat et à la location à long terme de véhicules électriques et hybrides rechargeables doivent être maintenus au moins jusqu'à ce que leur coût d'acquisition arrive à parité avec leur équivalent à essence.

La population doit rester motivée face à ce changement important. Elle doit avoir l'information et les services nécessaires à l'acquisition de ces nouveaux moyens de transport. C'est le rôle qu'embrassent pleinement les concessionnaires automobiles québécois.

Les consommateurs doivent aussi sentir l'appui du gouvernement. Ce dernier doit poursuivre l'implantation des bornes de recharge dans toutes les régions du Québec et maintenir les incitatifs financiers qui favoriseront l'adoption des VÉ dans un contexte économique incertain et plombé par des taux d'intérêt élevés.

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

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

PARC

FEDEX MET SES VÉHICULES À L'ÉLECTRIQUE

FEDEX COMMENCE SA TRANSITION VERS L'ÉLECTRIQUE

FedEx vient d'intégrer 50 véhicules électriques dans ses parcs de Montréal, Toronto et Surrey, en Colombie-Britannique. Au Québec, cinq nouvelles fourgonnettes électriques font désormais partie du parc de la succursale de Montréal-Est, sur un total de 80 fourgonnettes en activité.

TEXTE **MARTINE PAINCHAUD**

L'entreprise est prête à recevoir 20 camions électriques dès qu'ils seront disponibles, afin de remplacer autant de camions à essence. Mais comme pour la plupart des parcs au pays, c'est la réalité de l'offre de VÉ sur le marché qui impose le rythme de la transition chez FedEx.

« Notre approche est progressive, ambitieuse et reflète une analyse réaliste de la disponibilité des VÉ sur le marché », explique Nabil Ghazou, gestionnaire principal chez FedEx Express Canada. « Nos calendriers seront adaptés en fonction de la disponibilité des véhicules. Nous avons déjà commencé la préparation dans d'autres succursales en installant des bornes de recharge. »

Pour FedEx, les impacts de cette transition sur les opérations ne sont que positifs. >

Fed Ex commence sa transition vers les véhicules électriques et remplace ces camions à essence par des fourgonnettes électriques ainsi que des vélos électriques.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

Des véhicules plus verts et plus sécuritaires

Les nouveaux véhicules sont des Zevo 600 de BrightDrop fabriqués par General Motors, qui sont notamment munis d'un ensemble de caméras qui éliminent pratiquement tous les angles morts. L'aspect sécuritaire est un enjeu central pour FedEx.

Considérant que ces fourgonnettes circulent dans les quartiers les plus denses de Montréal, on comprend la préoccupation du transporteur pour la sécurité des piétons et des cyclistes. « Les caméras sont installées tout autour du camion ; il y a même une caméra qui permet au chauffeur de regarder par-dessus le véhicule avant de faire une manœuvre. De plus, le siège du conducteur va vibrer pour l'avertir qu'un piéton est tout près. Pour nous, ces équipements sont essentiels. »

Le transporteur compte sur ses propres techniciens en mécanique pour faire l'entretien de ces véhicules.

Les chauffeurs préfèrent les VÉ

La priorité pour FedEx est de remplacer les camions à essence par des VÉ dans les secteurs où les livraisons sont nombreuses, le territoire est dense et les arrêts sont fréquents.

Mais c'est la majorité des chauffeurs qui « lèvent la main tout de suite » pour conduire ce type de camion, raconte M. Ghazou. On leur offre d'ailleurs une formation individuelle sur le fonctionnement de ces VÉ.

« Nos chauffeurs préfèrent le véhicule électrique au véhicule à essence. Ils apprécient l'impact environnemental positif, le caractère plus silencieux du VÉ et les outils technologiques intégrés dans les véhicules. » Même les clients réagissent positivement et ne se gênent pas pour interpeller les chauffeurs pour leur poser des questions sur le fonctionnement du VÉ. Les véhicules de FedEx étant sur la route pendant la journée et en soirée, la recharge se fait la nuit. Pour atteindre une charge de 100 %, cinq à six heures suffisent pour ce type de véhicule.

Place aux vélos de livraison électriques!

Dans les secteurs densément peuplés comme l'arrondissement du Plateau-Mont-Royal, FedEx vise à remplacer certains véhicules à essence par des vélos électriques. Depuis le début du mois de juin, deux vélos électriques de fabrication suisse sont en service dans les rues de ce quartier. À court terme, FedEx intégrera à son parc montréalais cinq vélos électriques supplémentaires.

« Ces vélos peuvent transporter de 40 à 60 colis à la fois. Le chauffeur part d'un centre de tri (*micro-hub*) à Montréal avec ses 60 colis ; une fois ces livraisons terminées, il revient prendre les autres colis disponibles et retourne sur la route. »

Fed Ex prévoit utiliser ces vélos de livraison électriques dans les quartiers densément peuplés et ce, même en hiver.

FedEx prévoit utiliser ces vélos même en hiver ; ils seront équipés de pneus d'hiver alors qu'on fournira aux chauffeurs des vêtements pour se protéger du froid. « C'est sûr que certaines journées, face au froid intense ou aux tempêtes de neige, on va devoir analyser et décider d'utiliser un autre véhicule si c'est trop dangereux pour le chauffeur. »

Par ailleurs, à Toronto, FedEx met à l'essai dans le cadre d'un projet pilote des chariots électriques qui permettent de transporter facilement des colis sur courte distance, un peu comme les vélos.

La carboneutralité en 2040

Conscient que l'industrie doit faire tout en son pouvoir pour réduire son empreinte écologique, M. Ghazou confirme « qu'il y a beaucoup de travail à faire. Je pense que notre objectif d'avoir, en 2040, un parc de véhicules 100 % électriques pour les livraisons et la cueillette est assez réaliste. » Il conseille d'ailleurs aux gestionnaires de parc d'aller de l'avant avec la transition et de commencer rapidement à mettre en œuvre ce type de programme.

Finalement, la capacité d'Hydro-Québec de fournir l'énergie demeure un enjeu potentiel. « C'est sûr que plus le parc de VÉ va augmenter, plus on sera en mesure de constater l'ampleur de cet enjeu et les façons de le gérer, explique M. Ghazou. Mais nous sommes encore au tout début de notre transition. »

DOSSIER

FACTEURS À CONSIDÉRER POUR LA ROTATION DU PARC

Plusieurs facteurs sont à considérer pour la rotation d'un parc de véhicule. Outre les coûts d'acquisition et les coûts d'entretien, une analyse de cycle de vie économique et une bonne planification font partie des meilleures pratiques.

TEXTE **MARTINE PAINCHAUD**

La meilleure façon de procéder au remplacement de ces équipements est d'étudier les coûts d'acquisition et les coûts d'entretien en procédant à des analyses de cycle de vie économique sur quelques années, explique Roger Constantin, expert en gestion de parc de véhicules.

« Prenez le temps de planifier et de bien calculer. Soyez très précis dans vos calculs et portez attention à la capture et à l'intégrité des données avant de procéder à ce genre d'évaluation. Une analyse de cycle de vie économique va permettre de trouver le moment précis à partir duquel les coûts d'entretien vont commencer à remonter en fonction du type d'actif. »

> « La vraie façon de faire c'est de regarder ses coûts. Et souvent, on va se rendre compte qu'on peut prolonger de façon significative la durée de vie des véhicules. »
>
> **ROGER CONSTANTIN**
> EXPERT EN GESTION DE PARC

Pour certains actifs, ce point se situera après les 5 ou 6 premières années, alors que pour d'autres ce sera dans 10 ou 15 ans. Évidemment, plus un actif a une valeur importante, plus sa durée de vie devrait être théoriquement plus longue.

« On peut se baser sur ce que les constructeurs nous disent, ou encore se fier aux avis qui prévalent dans la communauté des entreprises de gestion de parc de véhicules, mais la vraie façon de faire consiste à regarder ses coûts, rappelle M. Constantin. Et souvent, on va se rendre compte qu'on peut prolonger de façon significative la durée de vie des véhicules. »

Planification stratégique

Pour les gestionnaires, la plus grande difficulté est de planifier cette rotation, souligne Ryan D'Souza, président de Jim Pattison Lease, une firme spécialisée en location et en gestion de parc.

« Les PME sont tellement occupées à gérer leur entreprise au quotidien que beaucoup d'entre elles attendent que le véhicule brise pour le réparer ou le remplacer. Planifier à l'avance c'est difficile, mais c'est essentiel, car cette industrie évolue très rapidement et vous ne voulez pas vous retrouver sans véhicule. »

M. Constantin rappelle que le fait de planifier la rotation à partir d'analyses précises « va permettre d'allonger la période

PHOTO JIM PATTISON LEASE

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

« L'analyse et la planification pour les VÉ sont un peu plus difficiles, car vous devez identifier différents facteurs d'utilisation », explique Ryan D'Souza.

de remplacement sur un an ou deux plutôt que sur quelques mois et ainsi donner la possibilité aux responsables financiers de l'entreprise d'ajuster leur budget en conséquence ».

Valeur de revente

Le prix moyen des véhicules se situe aujourd'hui autour de 66 000 $, estime M. D'Souza, ce qui est nettement plus élevé qu'il y a deux ou trois ans. Ainsi, il recommande aux clients qui prévoient remplacer les véhicules de leur parc d'examiner quels seront leurs besoins d'ici les deux prochaines années, et d'évaluer comment cela pourrait changer.

« En ce moment, l'enjeu central est que les valeurs de gros pour les véhicules correspondent aux valeurs de revente ; elles sont à un niveau historique aujourd'hui. Donc la meilleure chose à faire est de faire circuler le parc maintenant alors que la valeur est très élevée. Mais le défi est que les prix des véhicules neufs destinés à les remplacer sont également très élevés. »

Par ailleurs, soucieux de réduire leurs coûts d'acquisition, les gestionnaires décident parfois de ne pas faire installer certaines fonctionnalités de sécurité avancées sur les véhicules, car elles ne répondent pas à leurs besoins. Il s'agit d'une erreur, selon M. D'Souza. « Lorsque vous prenez ce véhicule en option ou que vous le revendez au public, il faut considérer que la plupart des consommateurs veulent avoir ces fonctionnalités. Donc lorsque vous vendrez le véhicule, davantage de clients seront attirés par celui-ci, car il possède ces caractéristiques. »

Les coûts d'entretien

Selon M. D'Souza, les coûts d'entretien des véhicules ont augmenté de façon significative. La compagnie Jim Pattison Lease analyse les coûts d'entretien moyens depuis 4 ans et conclut que ces coûts ont augmenté de 20% par rapport aux chiffres de 2020. Tout est à la hausse: les coûts de main-d'œuvre et les coûts de pièces de rechange. Devant une telle réalité, il devient d'autant plus important de revoir les données concernant l'usage du véhicule.

« Nous recommandons de revoir l'ensemble de votre parc actuel : les kilomètres moyens parcourus en fonction du type de véhicule, de l'endroit où le véhicule circule, etc., et ensuite de projeter un kilométrage estimé et de définir ce kilométrage sur la base d'un modèle de coût total de possession », précise M. D'Souza.

Les entreprises disposent de beaucoup de données qui leur permettent d'estimer le coût total de possession pour

un véhicule et ainsi en arriver à établir le kilométrage optimal pour déterminer le cycle de remplacement.

Optimiser l'intégration des VÉ dans un parc

Les gestionnaires qui prévoient intégrer graduellement dans leur parc des véhicules électriques doivent se préparer en conséquence. Les VÉ risquent de coûter plus cher à l'acquisition, mais l'aide financière provenant des gouvernements contribue à réduire ce coût.

« Avec les VÉ, c'est un tout autre défi, mais les nouvelles sont bonnes, lance M. Constantin. Les études scientifiques démontrent qu'en matière d'entretien des véhicules électriques, on observe une baisse des coûts. Mais il ne faut pas oublier qu'avant d'intégrer des VÉ dans un parc, il faut mettre en place une infrastructure pour alimenter ces véhicules. »

La planification entourant les VÉ est différente, car la recharge est un enjeu. Faire le plein d'essence prend 10 minutes et les stations-service sont partout. Recharger un VÉ peut prendre des heures, donc si le véhicule n'est pas sur la route pendant les heures de travail, il n'est pas productif. « Planifier et analyser un parc mixte c'est globalement différent, sauf en matière de coût total de possession, explique M. D'Souza. Il est donc important d'avoir des politiques précises pour ces enjeux. L'analyse et la planification pour les VÉ sont un peu plus difficiles, car vous devez identifier différents facteurs d'utilisation. »

> « La pénurie de véhicules électriques qu'on a connue jusqu'à maintenant s'améliore et l'inventaire est meilleur. »
>
> **RYAN D'SOUSA**
> PRÉSIDENT, JIM PATTERSON LEASING

La planification permet d'établir des faits et de trouver réponse aux questions qui s'imposent rapidement :

- Où se fera la recharge de ces véhicules ?
- Qui conduit les VÉ ? Quels seront leurs parcours ?
- Les conducteurs ramènent-ils les VÉ chez eux ? Si oui, ont-ils accès à une borne de recharge ?

La pénurie de véhicules électriques qu'on a connue jusqu'à maintenant s'améliore et les stocks sont meilleurs, estime M. D'Souza. En fait, « dans le secteur des parcs commerciaux, les véhicules électriques sont assez faciles à trouver dépendamment du modèle, même si la pénurie existe encore pour plusieurs modèles ».

DES ÉTAPES MAJEURES VERS L'ÉLECTRIFICATION

Comment créer un plan durable et pratique pour l'adoption des VÉ.

TEXTE **KATE VIGNEAU**

Un plan clair, concis et précis est essentiel pour que l'adoption des VÉ par les parcs soit une réussite.

Le domaine de la gestion de parcs qui connaît la croissance la plus rapide à l'heure actuelle est l'électrification des véhicules, et cela est en réponse aux nouvelles exigences réglementaires.

Après avoir aidé plus d'une douzaine d'organisations dans leurs démarches vers l'électrification, j'ai ciblé les dix étapes suivantes.

1. Inventaire du parc. Un système de gestion de parc solide capable de générer un inventaire complet du parc, dont le nombre d'actifs, la classification des véhicules, la location, le kilométrage total, l'utilisation du carburant, les coûts d'exploitation et les dépenses d'investissement, est essentiel.
2. Rajuster le parc. Avant de se lancer dans l'électrification, il importe d'effectuer un examen de son utilisation. Servez-vous des déplacements quotidiens, des heures d'utilisation et des besoins opérationnels pour veiller à ce que les véhicules peu utilisés soient cédés ou affectés au covoiturage, et que tous les véhicules conviennent à leur objectif premier.
3. Évaluation du marché pour la disponibilité des VÉ. Le marché des VÉ évolue rapidement et les gestionnaires de parcs doivent suivre de près les disponibilités dans leur région, les échéanciers de livraison, les subventions et les infrastructures planifiées afin de prendre les meilleures décisions pour leur parc.
4. Sélection parmi l'éventail de VÉ. Un examen de l'utilisation permet de cibler les besoins opérationnels pouvant être satisfaits par des véhicules à carburant de remplacement, y compris les VÉ. Il faut considérer le type d'actif pour chaque rôle. S'il n'existe pas d'option électrique, il peut être possible de changer le type de véhicule, ou encore la façon d'effectuer cette tâche.
5. Plan de remplacement. Dressez un plan pour remplacer la bonne taille de véhicule, y compris le choix électrique, au moment le plus opportun. Le point de remplacement optimal est lorsque le coût total de propriété de cet actif est réduit.
6. Plan de recharge. L'introduction des VÉ sera un échec si elle n'est pas entièrement supportée par un plan de recharge qui englobe des chargeurs de niveau adéquat et en nombre suffisant aux bons endroits, ainsi qu'un système de gestion des recharges pour veiller à ce que tous les besoins du parc soient couverts. Un tel plan doit considérer la gestion des charges.
7. Modifications nécessaires dans les ateliers. Les établissements de service et d'entretien doivent être équipés avec les outils et l'équipement adéquats afin de pouvoir recharger et entretenir les véhicules électriques.
8. Formation nécessaire pour les techniciens d'entretien. Les organisations doivent investir dans la formation de leurs techniciens pour les besoins particuliers des VÉ.
9. Éducation de tous les intervenants. Tous les utilisateurs, superviseurs et gestionnaires de parcs ont un rôle à jouer dans l'exploitation et la gestion des actifs du parc. Des stratégies de gestion du changement devraient être mises en œuvre pour assurer une bonne compréhension du besoin de passer aux carburants de remplacement et de leurs avantages.
10. Mise en place du plan de parc écoénergétique. Un plan de mise en œuvre doit tenir compte des résultats de l'ensemble des étapes précédentes et inclure un cadre de mesure du rendement pour détailler les résultats de ces changements. À tout le moins, les coûts et les réductions des émissions devraient faire l'objet de suivis pour assurer l'efficacité du plan de parc écoénergétique.

En suivant ces étapes, les gestionnaires de parc peuvent contribuer à faire en sorte que les parcs des organisations respectent les exigences de conformité et soutiennent efficacement et effectivement les opérations.

Kate Vigneau, CAFM, est directrice (parc et Canada) pour Matrix Consulting Group. Elle est responsable de la division des solutions de parc de Matrix et dirige l'expansion dans tous les domaines fonctionnels liés aux activités au Canada.

PHOTO **FORD DU CANADA**

BÂTIR ET ENTRETENIR UN PARC AUTOMOBILE QUI VOUS CONVIENT. NOUS SOMMES ICI POUR VOUS AIDER.

PARCS

gm

Modèle Chevrolet Silverado 3500 HD LTZ avec roues jumelées 2024 de préproduction présenté. Le modèle de production peut être différent.

CONNECTIVITÉ DE VOTRE PARC[1]

Les Solutions d'entreprises OnStar propose des services qui donnent aux propriétaires de petites entreprises et aux gestionnaires de de parc automobile des informations significatives, des données exploitables et la confiance de savoir qu'ils maximisent leur retour sur investissement.

GARANTIE DE 5 ANS/160 000 KILOMÈTRES DISPONIBLE[2]

Garantie limitée du groupe motopropulseur pour certains véhicules de parc automobile.

POUR EN SAVOIR PLUS, VISITEZ
fr.gmfleet.ca

[1] OnStar n'est pas livrable sur les camions à châssis-cabine surbaissée et sur les véhicules GM fabriqués sans le matériel OnStar y compris, sans s'y limiter, les camions Chevrolet et GMC de base. Certains modèles nécessitent l'achat supplémentaire du matériel OnStar (option UE1) fabriqué et installé à l'usine de GM. L'option UE1 doit être sélectionnée avant que le véhicule soit construit. Nécessite un système électrique en bon état de marche (y compris la batterie), un plan de services actif, une réception cellulaire et un signal GPS. Les services, la connectivité et les capacités varient selon le modèle et/ou la configuration du véhicule et les conditions ainsi que les restrictions géographiques et techniques, et sont assujettis aux modalités de l'utilisateur et à des limitations. Consultez onstar.ca/solutionsdentreprises pour connaître les régions desservies, les détails et les limitations liées au système, ou parlez à votre concessionnaire pour plus de détails.

Des conditions et restrictions s'appliquent. Voir le livret de garantie pour les détails. Au Canada, tous les véhicules neufs Chevrolet et GMC de l'année modèle 2024 reçoivent une garantie de 5 ans ou 100 000 km sur les composants du groupe propulseur, selon la première éventualité; sauf les véhicules neufs Chevrolet ou GMC de l'année modèle 2024 équipés d'un moteur turbo diesel Duramax[MD] de 3,0 L ou de 6,6 L qui reçoivent une garantie de 5 ans ou 160 000 km sur les composants du groupe propulseur, selon la première éventualité; et certains véhicules neufs Chevrolet ou GMC de l'année modèle 2024 admissibles livrés à des clients parcs commerciaux ou gouvernementaux admissibles qui reçoivent une garantie de 5 ans ou 160 000 km sur les composants du groupe propulseur, selon la première éventualité.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

CAMIONNETTES À CHÂSSIS-CABINE
ET CAMIONNETTES TRONQUÉES

RÉPONDRE À TOUS LES BESOINS

Ces bourreaux de travail sont l'ossature sur laquelle construire ce dont vous avez besoin.

TEXTE **JIL MCINTOSH**

Un travail spécialisé nécessite un véhicule de travail spécialisé. C'est là qu'entrent en jeu les camionnettes à châssis-cabine et les camionnettes tronquées, puisqu'elles peuvent être aménagées avec les éléments de carrosserie ou l'équipement qu'il leur faut pour qu'elles soient adaptées aux tâches pour lesquelles elles sont destinées. Voici une liste de ce qui est offert pour 2023 et 2024.

Fourgon tronqué Ford Série E

La Série E, mieux connue sous le nom Econoline, n'est proposée qu'en version tronquée. Pour 2024, elle est propulsée par un moteur V8 étalonné Premium plus puissant, ou encore d'un moteur économique de puissance moindre. La version E-350 peut être montée sur roues arrière simples ou jumelées alors que seules des roues jumelées équipent la version E-450. Parmi les options d'aménagement disponibles, notons un module d'interface programmable et des interrupteurs à fusible haute capacité intégrés au tableau de bord et au système électrique.

DONNÉES TECHNIQUES

- **Moteurs :** V8 étalonné Premium de 7,3 litres (350 chevaux et 468 lb-pi de couple) | V8 étalonné économique de 7,3 litres (300 chevaux et 425 lb-pi de couple)
- **Boîte de vitesse :** Automatique à 6 rapports

Chevrolet Silverado / GMC Sierra 3500 à châssis-cabine

Ces jumeaux passent à une nouvelle génération en 2024. La plupart des versions affichent un nouvel esthétisme extérieur et le même habitacle redessiné que le Silverado et le Sierra 1500. À la liste des options, on a ajouté quelques nouvelles technologies, dont le régulateur de vitesse adaptatif et la surveillance des angles morts. Le moteur diesel est plus puissant, passant de 445 à 470 chevaux. Le moteur à essence a été reconduit, mais sa boîte de vitesses automatique à six rapports a été remplacée par la même boîte de vitesses Allison à dix rapports qui est jumelée au moteur diesel.

DONNÉES TECHNIQUES

- **Moteurs :** V8 de 6,6 litres (401 chevaux et 464 lb-pi de couple) | V8 Duramax turbodiesel de 6,6 litres (470 chevaux et 975 lb-pi de couple)
- **Boîte de vitesse :** automatique Allison à 10 rapports

PHOTOS **FORD, GENERAL MOTORS, MERCEDES-BENZ, STELLANTIS**

Bonjour!

Nous sommes Cléo, votre alliée pour la recharge des parcs de véhicules électriques.

cléo
par Hydro-Québec
www.cleo.eco

Ford Super Duty à châssis-cabine

La fourgonnette Ford Super Duty passe à une nouvelle génération en 2023. Complètement redessinée, elle possède une capacité accrue et est dotée de nouvelles technologies. Le moteur V8 de 6,2 litres de base a été remplacé par un moteur V8 de 7,3 litres de série. La F-350 peut être montée sur roues arrière simples ou jumelées tandis que seules les roues jumelées équipent la F-450. Il y a trois choix de cabine : régulière, allongée ou d'équipe. La Super Duty est également offerte en versions robustes, soit les F-550 et F-600, et les F-650 et F-750.

DONNÉES TECHNIQUES

- **Moteurs :** V8 de 7,3 litres (335 chevaux et 468 lb-pi de couple)
  V8 Power Stroke turbodiesel de 6,7 litres (330 chevaux et 950 lb-pi de couple)
- **Boîte de vitesse :** Automatique à 10 rapports

Sprinter à châssis-cabine

Le fourgon Sprinter a fait l'objet de plusieurs mises à niveau pour 2023. Parmi la liste des options, notons l'application mobile *Mercedes me connect* avec fonctions de connectivité embarquées, des mises à jour logicielles en liaison radio et des services numériques. Les versions avec traction intégrale bénéficient d'un nouveau système de distribution du couple sur demande et d'une plus grande garde au sol. Le Sprinter à châssis-cabine est proposé en deux longueurs d'empattement, en configurations 3500XD à traction intégrale ou 4500 à deux roues motrices avec moteur diesel quatre cylindres.

DONNÉES TECHNIQUES

- **Moteurs :** Turbodiesel I4 de 2,0 litres à rendement standard (168 chevaux et 295 lb-pi de couple) | Turbodiesel I4 de 2,0 litres à rendement élevé (208 chevaux et 332 lb-pi de couple)
- **Boîte de vitesse :** Automatique à 9 rapports

Fourgonnettes tronquées Chevrolet Express et GMC Savana

Ces jumelles n'ont à peu près pas changé depuis longtemps, mais elles continuent de faire le boulot et de représenter une proposition de valeur aux gestionnaires de parcs de véhicules. La version tronquée se présente en trois différentes longueurs d'empattement, son PNBV peut aller jusqu'à 14 200 livres et elle peut être alimentée par un moteur à essence V6 ou V8 au choix.

DONNÉES TECHNIQUES

- **Moteurs :** V6 de 4,3 litres (276 chevaux et 298 lb-pi de couple)
  V8 de 6,6 litres (401 chevaux et 464 lb-pi de couple)
- **Boîtes de vitesse**
  Automatique à 8 rapports (V6)
- Automatique à 6 rapports (V8)

Quand électrifier rime avec simplicité

Bénéficiez d'un accompagnement de A à Z en choisissant notre service clés en main pour le déploiement et l'exploitation de votre infrastructure de recharge.

cléo
par Hydro-Québec
www.cleo.eco

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

RAM à châssis-cabine

Le Ram à châssis-cabine, offert en versions 3500, 4500 et 5500 et avec cabine ordinaire ou d'équipe, a fait l'objet de mises à jour technologiques pour 2023. Parmi elles se trouvent une commande de direction de recul de la remorque, un rétroviseur numérique et des rétroviseurs télescopiques électriques. Il peut être propulsé par un moteur V8 à essence ou par le moteur diesel Cummins à six cylindres, et quatre différentes distances entre la cabine et l'essieu sont possibles.

DONNÉES TECHNIQUES

- **Moteurs :** V8 de 6,4 litres (370 chevaux et 429 lb-pi de couple)
  Turbodiesel Cummins I6 de 6,7 litres (360 chevaux et 800 lb-pi de couple)
- **Boîtes de vitesse :** Automatique à 8 rapports (3500 – moteur à essence)
  Automatique à 6 rapports (4500 / 5500 – moteur à essence)
  Automatique à 6 rapports (moteur diesel)

Transit à châssis-cabine et Transit tronqué

La fourgonnette pleine grandeur de Ford est proposée avec un choix de deux moteurs à essence, dont un est turbocompressé, de trois longueurs d'empattement et de roues arrière simples ou jumelées. La traction intégrale est livrable. Le fourgon E-Transit électrique est lui aussi proposé en configuration à châssis-cabine ou tronquée (et en fourgon de livraison), et avec roues arrière simples. Son autonomie estimée est de 203 km par charge pleine.

DONNÉES TECHNIQUES

- **Moteurs :** V6 de 3,5 litres (275 chevaux et 262 lb-pi de couple)
  Moteur V6 EcoBoost de 3,5 litres (310 chevaux et 400 lb-pi de couple)
  Motorisation électrique (198 kW / 266 chevaux / 317 lb-pi de couple)
- **Batterie (E-Transit) :** Au lithium-ion, procurant 68 kWh d'énergie utilisable
- **Boîte de vitesse :** Automatique à 6 rapports (moteur à essence)
  Transmission à une vitesse (moteur électrique)

DONNÉES TECHNIQUES

- **Moteur :** V6 de 3,6 litres (276 chevaux et 250 lb-pi de couple)
- **Boîte de vitesse :** Automatique à 9 rapports

RAM Promaster à châssis-cabine ou tronqué

Pour 2023, le Ram ProMaster a subi une cure de jouvence, dont un parechoc modulaire avec marchepied pour faciliter le nettoyage du parebrise ou le remplacement des balais d'essuie-glaces. Sa configuration 3500 peut être livrée en deux différentes longueurs d'empattement au choix. Propulsé par un moteur V6 à essence, il est le seul fourgon à traction dans ce segment, ce qui réduit la hauteur de plancher de chargement. Parmi les autres caractéristiques livrables se trouvent le régulateur de vitesse adaptatif avec fonction arrêt-départ, la surveillance des angles morts et une caméra à 360 degrés. Le constructeur prévoit ajouter très bientôt une version électrique du ProMaster.

Des véhicules rechargés et prêts au bon moment

Assurez la fiabilité de vos opérations à l'aide de notre plateforme intelligente : pour une gestion automatisée et dynamique de la recharge et une facture d'électricité réduite.

cléo
par Hydro-Québec
www.cleo.eco

CONÇU POUR SURPASSER LES ATTENTES

LANCEMENT DE L'ECLIPSE CROSS 2023.

La nouvelle sophistication n'est que le début de l'Eclipse Cross 2023. Tous les modèles sont équipés de notre légendaire super contrôle intégral (S-AWC) pour affronter tous les itinéraires, quelles que soient les conditions routières ou météorologiques. Et une chaîne audio à écran d'affichage de 8 po et connexion pour téléphone intelligent avec CarPlay® d'Apple et Android Auto^MC permettra à votre parc automobile de rester en contact en permanence lorsque cela compte le plus.

- Des améliorations significatives du style créent une apparence sportive et élégante de VUS unique en son genre
- Il est doté d'un affichage tête haute†, d'une connectivité mains libres et de l'atténuation de collision avant offerte de série
- La navigation intégrée† avec la technologie what3words permet de se rendre sans effort à n'importe quel endroit précis

MITSUBISHI MOTORS
Réalisez vos Ambitions

20 ANNIVERSAIRE

Visitez mitsubishi-motors.ca/fr/parcs/ pour en savoir plus sur l'ajout de l'Eclipse Cross 2023 à votre parc automobile.

Pour plus d'informations, contactez l'équipe des parcs Mitsubishi à l'adresse fleet@mmcan.ca

10 ANS 160 000 KM* GARANTIE LIMITÉE SUR LE GROUPE MOTOPROPULSEUR

†Livrables sur certaines versions. *Le premier des deux prévalant. Entretien périodique non inclus. Visitez votre concessionnaire ou mitsubishi-motors.ca pour obtenir tous les détails, les modalités de la garantie et les restrictions.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

HOLMAN

LE RYTHME DU CHANGEMENT

Malgré les défis auxquels notre secteur est confronté, ce professionnel du parc a une vision positive de l'avenir.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

En juin, Holman a nommé Chris Conroy au poste de chef de la direction de l'entreprise. Après avoir occupé pendant plusieurs années les fonctions de président et de directeur de l'exploitation de Holman, Chris Conroy accédera à son nouveau poste à un moment où le secteur des parcs est confronté à des défis et à des perturbations d'une ampleur qu'il aurait été difficile d'imaginer il y a seulement quelques années.

En cette ère post-pandémie, les problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement demeurent préoccupants, comme les prix élevés du carburant, l'inflation, la hausse des taux d'intérêt, les changements climatiques et l'électrification des véhicules. « Personne ne sait ce que l'avenir nous réserve, et si quelqu'un devait vous dire à quoi ressembleront les choses dans cinq ans, je pense qu'il pourrait se tromper, déclare-t-il. Mais nous sommes prêts à aider nos clients à naviguer dans l'incertitude qui les attend et à les aider à prendre les meilleures décisions possible. »

M. Conroy deviendra chef de la direction exactement 30 ans, au mois près, après avoir commencé sa carrière chez Holman. « J'ai commencé comme représentant du service à la clientèle dans notre bureau de Mississauga, se souvient-il. Ç'a été un parcours remarquable au sein d'une organisation remarquable. »

Un siècle d'existence

À titre de chef de la direction, M. Conroy sera à la tête d'une entreprise dont l'héritage et la culture sont vraiment uniques. Entreprise familiale, Holman fêtera ses 100 ans d'existence en 2024. « J'hérite d'une entreprise aux fondations solides, bâtie sur ce que j'estime être les bons principes : traiter les employés comme il se doit et se préoccuper des clients et de la communauté », déclare-t-il.

Si Holman est bien connue au Canada comme une entreprise de gestion de parcs de véhicules, M. Conroy explique que l'organisation a bien plus à offrir. « Nous sommes une société de services automobiles intégrés, affirme-t-il. Nous sommes l'un des plus grands détaillants automobiles privés, nous comptons 30 concessionnaires franchisés dans huit États américains. Nous possédons une entreprise d'aménagement de véhicules, notre propre division de fabrication et bien plus encore. »

L'expérience client

Pour l'ensemble de ces compétences et de ces activités, M. Conroy indique que Holman se concentre sur l'expérience client. En effet, des entreprises comme Apple et Amazon placent la barre très haut en matière d'attente des consommateurs.

« Ce que nous visons dans le cadre de l'expérience Holman, c'est une facilité dans la collaboration, tant pour nous que pour nos clients, explique-t-il. Nous donnons à nos clients de meilleurs outils et, du coup, nous facilitons la tâche de notre personnel pour qu'il puisse répondre à nos clients le plus rapidement possible. » Holman tire parti de la puissance de la technologie et de l'analytique pour offrir la transparence et l'accessibilité informationnelles requises par les professionnels des parcs pour suivre le rythme du changement.

Bien que le changement soit inévitable, et que les défis auxquels notre secteur est confronté puissent paraître intimidants, M. Conroy est très optimiste quant à la situation actuelle et à l'avenir. « Notre industrie est vraiment géniale et elle est composée de gens formidables, conclut-il. Je m'attends à ce que, dans dix ans, notre secteur ressemble beaucoup à ce que nous voyons aujourd'hui. Mais nous devrons évoluer ensemble pour faire face aux changements à venir. Cela ne fait aucun doute. »

PHOTO **HOLMAN**

PHOTO STÉPHANIE MASSÉ

PLUS DE 150 PARTICIPANTS AU RIDE & DRIVE DE LA NAFA DIVISION QUÉBEC

Le 14 septembre, au Circuit ICAR à Mirabel, plusieurs gestionnaires de parcs ont pu essayer des véhicules électriques, hybrides et hybrides rechargeables dans le cadre de cette rencontre spécialisée.

TEXTE **SIMON THERRIEN**

Les gestionnaires de parcs provenaient de différents secteurs dont la construction, les services gouvernementaux et publics ainsi que des entreprises de livraison commerciale.

Pour les gestionnaires, c'était l'occasion non seulement d'essayer plusieurs modèles, mais aussi d'obtenir toute l'information désirée sur l'offre des constructeurs en parlant avec des spécialistes.

L'équipe de Ford présentait les Lightning, E-Transit et Mach-E. Du côté de GM, les participants pouvaient essayer le camion Brightdrop et le Cadillac Lyriq, en plus d'en apprendre davantage sur le Silverado EV et le Blazer EV en démonstration. Stellantis présentait quatre modèles : Jeep Wrangler PHEV, Pacifica PHEV, Grand Cherokee PHEV et Grand Cherokee PHEV.

Chez Kia, des essais étaient possibles pour le Sportage Hybrid, l'EV6 et le Niro EV alors que l'EV6 GT était en démonstration. Volkswagen offrait le volant de l'ID.4 et Polestar celui de sa version 2. Toyota n'était pas en reste avec un accès à la Prius Prime hybride branchable, la Crown hybride et le bZ4X entièrement électrique. Nissan présentait deux modèles : l'Ariya et la célèbre Leaf. Pour sa part, Mitsubishi présentait et faisait essayer l'Outlander PHEV.

Le fournisseur de services Simpli-Cité Location offrait pour sa part la possibilité de prendre le volant d'une Tesla Model Y.

Des camions commerciaux

Les camions commerciaux affichaient aussi une solide présence avec la Série eMV présentée par Réseau Dynamique, un réseau de concessionnaires de camions International, ou encore avec le Lion6 de Lion Électrique.

Les équipementiers Protek et RH Équipement aérien présentaient de leur côté le F-550 et le Sprinter en version hybride munis d'accessoires professionnels.

En plus de la possibilité d'échanger avec des spécialistes et des collègues et de mettre ces nouvelles technologies à l'épreuve sur un circuit fermé, les participants ont pu visiter les différents kiosques afin d'obtenir toute l'information nécessaire en matière d'électrification des parcs. Des kiosques de Cléo par Hydro-Québec, de Géothentic et de 7Gen étaient notamment sur place. Location Jim Pattison a participé à l'évènement en commanditant la nourriture offerte aux participants.

Face au succès de ce rendez-vous visant à accompagner les gestionnaires de parc dans leur virage vert, une nouvelle édition du Ride & Drive de la NAFA division Québec est prévue pour l'an prochain.

Simon Therrien est gestionnaire principal du parc automobile chez Bell.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

PNEUS

POINT S

ON PARLE D'AVENIR AU CONGRÈS NATIONAL

Le Congrès annuel Point S s'est déroulé les 19 et 20 septembre à Mont-Tremblant, au Québec, en présence de 260 participants venus de partout au Canada.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Cette forte présence démontre l'engagement des 252 marchands Point S du Canada et leur intérêt à se retrouver et à profiter des plus récentes informations qui proviennent du réseau.

Comme l'a souligné Jean Novak, président et chef de la direction de Point S Canada, le réseau de marchands de cette bannière poursuit son expansion dans plusieurs régions du Canada tout en consolidant ses bases au Québec. « Avec l'acquisition du distributeur North Country dans l'Ouest du Canada, par exemple, nous enregistrons de belles percées. De plus, nous tissons des liens d'affaires avec des marchands, des clients, des fournisseurs et de nouveaux partenaires. »

Daniel Beauvais, vice-président du réseau, a d'ailleurs présenté aux congressistes le détail de cette évolution et partagé les plus récentes nouvelles à ce sujet. Le réseau est dynamique, et la notoriété de la marque attire non seulement une nouvelle clientèle, mais aussi un nombre toujours croissant d'entrepreneurs sous la bannière Point S. >

L'équipe de Point S Canada s'est montrée disponible pour les marchands venus de partout au pays.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

Le Congrès accueillait aussi Fabien Bouquet, chef de la direction de Point S. Cette présence à valeur ajoutée a permis de saisir les grandes mouvances des marchés internationaux. L'expertise de Point S acquise dans le monde percole jusqu'aux ateliers canadiens en termes de bonnes pratiques et d'adaptation à l'évolution constante du marché.

À l'échelle nationale, le marché automobile connaît des turbulences et de nouvelles tendances de fond. M. Novak a expliqué que la reprise progressive des ventes de véhicules neufs fait en sorte que le parc canadien de 26 millions de véhicules prenne de l'âge, ce qui représente d'excellentes occasions d'affaires pour les centres de pneu et mécanique indépendants. « Nous voyons aussi s'affermir la tendance favorisant l'acquisition de VUS et de camionnettes au détriment des voitures de tourisme. Ajoutons à cela l'arrivée des véhicules électriques, qui représentent 9 % des ventes sur le territoire canadien, et nous voyons que le marché vit des changements qui impliquent un ajustement de notre offre de service. »

À ce chapitre le réseau accompagnera les marchands dans le développement de leurs compétences en matière d'entretien et de réparation des véhicules électriques, tout en s'assurant, à un autre niveau, que ces pneus spécifiques seront accessibles.

Leif Ellefsen, vice-président principal à la croissance et aux partenariats stratégiques, a d'ailleurs abordé cette question lors de son allocution qui présentait les chantiers en cours et à venir du portfolio de produits. Il a aussi profité de l'occasion pour informer les participants sur l'évolution de l'équipe, de la logistique et des fonctions qui y sont rattachées.

Comme le souligne le président de Point S Canada, la bannière est solide. Il ajoute que le réseau travaille ardemment à la croissance et à soutenir la profitabilité des marchands, à

L'occasion était belle pour les marchands Point S de découvrir cette belle région du Québec.

les aider en matière de recrutement et de développement des ressources humaines.

Maxime-Olivier Gauthier, vice-président au marketing et aux communications, avait aussi plusieurs informations à partager. Revenant sur la force de la marque Point S, il a présenté la nouvelle campagne publicitaire qui se déploie cet automne. Rappelons qu'une bonne partie de la reconnaissance de la marque depuis son implantation au Canada repose sur des campagnes de marketing accrocheuses et d'une efficacité remarquable.

Des ateliers pertinents

Plusieurs ateliers spécialisés étaient aussi organisés dans le cadre du congrès, le premier portait sur l'expérience employé, notamment. Ce qu'on y a appris de la bouche des conférencières Sara-Christine Rousseau et Alexandra BG, férues en ressources humaines, c'est comment les marchands peuvent créer un environnement qui favorise l'attraction et la fidélisation des travailleurs. Philippe Trudel Guerbilsky et Pascal Côté de la firme QuatreCentreQuatre ont ensuite abordé les divers outils accessibles aux marchands qui voudraient mousser leur notoriété locale.

Enfin, dans le prolongement d'une meilleure compréhension des tendances du marché, les spécialistes Martin Gauthier et Marilyse Dionne de la firme Sid Lee, ont partagé avec les marchands les attentes des consommateurs. Bien comprendre les besoins des consommateurs c'est se positionner pour bien le servir et le fidéliser.

Des évènements sociaux

Évidemment, toute cette information et tous ces outils, qui visent à enrichir l'expérience d'affaires des membres du réseau Point S, ont été ponctués d'occasions de socialiser et d'élargir ses horizons personnels. À ce titre, la conférence de Laurent Duvernay-Tardif, sportif de renom, a été grandement appréciée. Il en a inspiré plus d'un avec sa présentation où il a souligné comment le succès vient avec l'audace. Cette journée s'est terminée par une soirée thématique western.

En conclusion du congrès, les participants avaient aussi une période libre où ils ont pu découvrir les versants du mont Tremblant. Le tout s'est terminé par une soirée de gala mémorable agrémentée d'un souper-spectacle mettant en vedette Gregory Charles.

« Ce Congrès est un succès, a conclu Jean Novak. Nous avons bien senti que nos marchands comprennent que nous sommes là, avec eux, pour les épauler et les aider dans le développement de leurs entreprises. Nous avons aussi partagé notre stratégie de développement du réseau et et saisi avec eux les occasions d'affaires qui se présentent à nous. Et nous maintenons notre engagement à maintenir notre notoriété, ici au Québec, et de la faire briller partout au Canada en adaptant notre message à la réalité des divers marchés qu'il représente. »

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

L'APPROCHE DE GESTION DE LEIF ELLEFSEN

Il porte un nom de conquérant scandinave et pourtant, c'est un homme discret et chaleureux que nous rencontrons à son bureau de Boucherville. Leif Ellefsen, vice-président exécutif chez Unimax, combine un parcours professionnel remarquable et une philosophie de gestion inspirante.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Leif Ellefsen, vice-président exécutif, croissance et partenariats stratégiques chez Unimax, a expliqué à *Autosphere* sa vision de gestionnaire.

Fils d'entrepreneur du Saguenay, M. Ellefsen porte un héritage norvégien qui prend racine de longue date dans la région. Là où l'histoire croise la légende, il est descendant de ces Vikings explorateurs qui auraient posé le pied dans cette région bien avant que les Européens n'y plantent leur drapeau.

Chose certaine, le jeune Leif, dont la mère est une Tremblay, s'empresse-t-il de préciser, quitte sa région pour s'inscrire à l'Université Laval en administration. La gestion l'intéresse grandement et il se découvre une passion pour la grande distribution et les opérations.

Il fait ses premières armes dans ce domaine au sein de la boulangerie Multi-Marques à Laval, avant de changer de domaine, s'occupant des opérations chez un grand confectionneur de maillots pour dames à Montréal. Il passe ensuite chez Akzo-Nobel, le fabricant de peinture, où il consolide le réseau de distribution au pays.

Développer son expérience

« Cela a représenté une précieuse expérience, mentionne-t-il. Le siège social était à Cleveland, ce qui m'a permis d'approfondir mon anglais tout en découvrant les ramifications d'une entreprise d'envergure internationale. Cette expérience de quatre ans représente une belle école pour moi alors que j'étais responsable de la distribution et du transport. »

C'est dans la chaîne de restauration bien connue St-Hubert que M. Ellefsen poursuit sa carrière. Le niveau de complexité de ses tâches grimpe de plusieurs degrés alors qu'il occupe le poste de vice-président de la chaîne d'approvisionnement. On parle ici d'une entreprise de 10 000 employés qui œuvrent au sein de restaurants, mais qui approvisionnent aussi les supermarchés de produits alimentaires dérivés de la marque populaire. Après quatre ans, le gestionnaire décide de prendre un pas de recul et s'accorde une année sabbatique alors qu'il atteint la cinquantaine.

Entrée chez Unimax

C'est Bruno Leclair, président et chef de la direction d'Unimax, qui fait entendre le chant de la sirène et l'attire dans les rangs de son entreprise en 2016. D'abord à titre de vice-président exécutif et chef de l'exploitation de Distribution Stox puis, depuis juillet dernier, à titre de vice-président exécutif, croissance et partenariats stratégiques. Il joue ainsi un rôle pivot dans la restructuration de cette organisation, autant au chapitre de l'approvisionnement que de la distribution.

Rappelons qu'Unimax chapeaute la distribution de pneus sous l'égide de Distribution Stox, mais aussi tout le réseau des marchands Point S, V1, Otobox, Pneus Prestige, Mega Pneu et Local Tire. « Nous devions nous assurer de développer nos équipes en fonction de la croissance rapide et importante de notre volume d'affaires », explique M. Ellefsen.

Pour le gestionnaire, le développement des affaires, sous son nouveau mandat, repose sur les acquisitions à travers le Canada pour en faire une véritable entreprise nationale. On compte d'ailleurs 14 acquisitions depuis 2016.

« Avec notre nouveau président, Jean Novak, je retrouve un homme de qualité qui est un leader, un coach et un excellent joueur d'équipe. Ce type de gestion rejoint la mienne. L'équipe de direction travaille en collégialité et on sent bien que nous sommes tous là pour nous entraider et nous assurer

PHOTO **MICHEL BEAUNOYER**

de la réussite de chacun, tout comme celle de l'entreprise dans son ensemble. Nous sommes prêts pour la prochaine étape de notre développement. »

Riche de son expérience, le vice-président atteint une position enviable dans sa carrière. « J'ai toujours eu la chance de choisir mes patrons, mentionne-t-il. Pour moi, il faut une affinité de vision. Et ce partage de valeurs doit rejoindre tous les membres de l'équipe. »

Pour ce gestionnaire, le produit à commercialiser peut changer, qu'il s'agisse de peinture ou de plats cuisinés, l'important est d'être une source d'inspiration et de motivation pour les humains qui consacrent leur temps à l'avancement de l'entreprise.

La proximité avec les gens

« Quand Jean a accédé à la présidence, nous avons fait le tour de nos installations. Il voulait rencontrer les gens, connaître le détail de nos opérations et les comprendre. Il est proche des gens et ça, ça me rejoint. Pour moi, le bien-être de nos employés est la base de notre réussite. Ici, la relation de confiance est au cœur de nos relations, tant au comité de direction que dans toutes nos équipes. Au-delà des paroles, je considère que tous les gestes que nous posons pour rendre leur travail plus agréable comptent. »

Flexibilité et adaptation

« Tous nos gestionnaires ont un rôle de leader et de coach pour la nouvelle génération qui joint notre équipe, poursuit M. Ellefsen. Ces travailleurs ont des attentes et des besoins qui leur sont essentiels, et ça rend notre travail tellement intéressant. Comme gestionnaires, il faut se montrer flexibles et savoir s'adapter. Avec nos acquisitions, nous avons pu greffer à l'entreprise un grand nombre de nouveaux talents, des gens qui connaissent les particularités de leurs marchés. C'est une richesse pour nous d'accéder ainsi à leur intelligence stratégique. »

Selon cet expert, le secteur du pneu est promis à un bel avenir. Qu'ils soient à essence, électriques ou à hydrogène, les véhicules de demain auront toujours besoin de pneus. Les défis d'approvisionnement se sont estompés et le travail avec les fournisseurs, confrontés aux mouvances du marché mondial, demeure au centre du mandat de M. Ellefsen qui, encore ici, mise sur la qualité des relations interpersonnelles.

FAIRE DE L'ALIGNEMENT UN POSTE DE REVENUS

Tous les centres de pneus n'offrent pas le service d'alignement des roues à leurs clients, une opération qui peut pourtant s'avérer très rentable quand elle est bien gérée.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Pour un centre de pneus, avoir la possibilité de réaliser à l'interne ces opérations offre plusieurs avantages. Qu'il s'agisse de la réduction des délais, puisque la voiture n'a plus besoin d'être confiée à un sous-traitant, ou encore d'un meilleur contrôle de qualité, la décision d'investir dans les équipements nécessaires est un atout.

Pour les professionnels des pneus, remettre aux consommateurs une voiture qui roule bien droit est aussi garant de pneus qui s'useront normalement et qui offriront la performance escomptée.

L'ajustement du parallélisme des roues représente un profit potentiel quand il fait partie d'une stratégie commerciale réfléchie.

« Oui, l'alignement est un service très rentable pour les ateliers », corrobore Alexandre Thivierge, gérant de territoire pour Total Shop Solutions de Snap-On Equipment. Il explique que l'investissement dans des équipements d'alignement doit faire partie d'une stratégie globale de l'atelier.

Calculer le retour sur l'investissement

« Il faut calculer un retour sur investissement (ROI) en tenant compte du profit généré, mais également du coût de production, incluant la main-d'œuvre et l'investissement en équipement. Évidemment, plus un retour est court, mieux c'est. L'approche que j'adopte est celle de la vente consultative, puisque l'investissement dans un système d'alignement est une pierre angulaire d'un atelier et un investissement d'un grand intérêt. Une conversation sur la dynamique de l'atelier, l'emplacement et des raisons pour l'investissement sont à prévoir. »

La rampe servant à l'alignement peut assurément se prêter à d'autres tâches dans un atelier qui n'aurait pas les volumes nécessaires pour l'occuper à temps plein. Ceci étant dit, l'équipe du centre de pneus est aux premières lignes de la rentabilisation de cet équipement. Une vérification du parallélisme des roues devrait être recommandée à chaque client qui se présente au comptoir.

« Il y a des outils pour aider la vente de l'alignement, telle qu'une vérification avec impression, reprend M. Thivierge. Ce rapport, facile à comprendre par le client, lui montrera la condition réelle de son véhicule. Il faut noter que rien ne vaut une véritable vérification sur une table d'alignement ; on y obtient un environnement contrôlé, au niveau, un véhicule libre, normalement sans conducteur et un dévoilage complet et précis. Ces résultats réels sont la base d'une clientèle satisfaite. »

Mentionnons aussi que les équipements de mesure du parallélisme des roues indiquent aux techniciens les remises à zéro des systèmes avancés d'aide à la conduite (ADAS). Cela est de toute première importance dans le cas d'une mise à niveau.

Pour les centres de pneus qui veulent inclure la mise au point du parallélisme ou pour ceux qui offrent déjà ce service, Snap-On présente plusieurs solutions proposées par la marque John Bean et Hofmann. Comme l'indique M. Thivierge,

Le système d'alignement V3300 proposé par Snap-On Equipment.

La table d'alignement à ciseau du catalogue Hofmann.

Le système Hawkeye Elite de Hunter permet d'aller plus loin que l'alignement mécanique.

PHOTOS SNAP-ON EQUIPMENT, HUNTER ENGINEERING

ces solutions permettent à un atelier qui commence à offrir ce genre de service de se mettre à niveau, avec un équipement d'entrée de gamme, quitte à passer à un niveau supérieur quand l'expertise et la rentabilité seront au rendez-vous.

Ainsi, selon cet expert, un investissement dans un système d'alignement varie énormément, de 15 000 $ à 70 000 $, si l'on y ajoute une table élévatrice.

Un potentiel considérable

Dave Leclair, représentant indépendant du manufacturier Hunter Engineering, estime pour sa part que le potentiel commercial du service d'alignement pour un centre de pneus est considérable.

« Environ la moitié des véhicules sur la route ont besoin d'un alignement. Alors il est facile pour un atelier de réaliser combien d'opportunités sont nécessaires pour couvrir l'investissement avec une source de revenus stable et fiable. »

Il explique que c'est la mesure du nombre de clients d'un centre de pneus et l'estimation du prix de l'opération qui permettra au gestionnaire de déterminer quel équipement choisir et comment il se rentabilisera. « Je ne suis pas partisan d'opter pour un équipement d'entrée de gamme pour un atelier qui voudrait offrir ce service, explique M. Leclair. On doit plutôt opter pour l'équipement le plus efficace selon les volumes. Ce service est toujours classé premier ou deuxième pour la profitabilité. »

Savoir vendre le service

Il souligne toutefois qu'avant même d'envisager cet investissement, le personnel technique doit systématiquement inclure dans son protocole d'inspection la vérification de l'alignement. L'interaction avec le consommateur est simplifiée par la production d'un rapport visuel facile à interpréter.

« Pour un centre de pneus, remettre à son client un véhicule dont la géométrie des roues est adéquate est très important, souligne M. Leclair. Le confort de conduite en dépend, tout comme la durabilité des pneus et leur performance. Mais aujourd'hui, avec un nombre croissant de véhicules dotés de systèmes avancés d'aide à la conduite, le parallélisme des roues est un important facteur de sécurité. Les caméras et autres capteurs des véhicules suivent les roues et si ces roues ne vont pas en ligne droite, les systèmes ADAS non plus. »

Pour le marché du Québec, l'équipement phare de Hunter Engineering est, selon M. Leclair, le Hawkeye Elite. Cet appareil est approuvé par tous les constructeurs automobiles et permet au centre de pneus d'accéder au monde des calibrations ADAS.

DYNAMIC TIRE

CONQUÉRIR DE NOUVEAUX MARCHÉS

Le marché de la chenille en caoutchouc, qui se développe à un rythme constant, pourrait bien constituer pour les détaillants de pneus une occasion en or pour générer de nouveaux profits.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Établie depuis longtemps comme chef de file du segment des pneus à bon prix au Canada, Dynamic Tire élargit son offre en ajoutant des chenilles en caoutchouc à sa gamme de produits de spécialité. Fidèle à sa proposition de valeur depuis toujours, Dynamic Tire vend ses chenilles en caoutchouc à prix d'entrée de gamme.

« Notre mission est de continuer à être le plus important grossiste de pneus de spécialité au Canada », déclare David Pulla, vice-président aux ventes pour Dynamic Tire. « Voilà pourquoi nous élargissons notre gamme de produits afin d'y inclure des chenilles en caoutchouc. Il s'agit d'un produit de niche, mais la demande ici au Canada est très forte. »

La bonne nouvelle pour les détaillants de pneus qui ont une clientèle déjà établie pour des produits de spécialité, c'est qu'ils peuvent désormais proposer une gamme de chenilles en caoutchouc pour l'équipement de terrassement et la machinerie lourde. Auparavant, les détaillants devaient orienter cette clientèle vers un marchand spécialisé. Alors que maintenant, grâce à Dynamic Tire, ces mêmes détaillants peuvent aller chercher une nouvelle source de profits.

« Les chenilles en caoutchouc ont beau être un produit de niche », ajoute Gregory Pickering, directeur de segment, produits HR chez Dynamic Tire, « elles deviennent rapidement un produit grand public. »

Demande croissante et nouvelles occasions

Selon M. Pulla, plus de 60 % de la machinerie lourde neuve est munie de chenilles en caoutchouc – les perspectives de vente sont donc très importantes. À son avis, cependant, certains détaillants de pneus de spécialité pourraient être intimidés par l'idée de proposer une nouvelle gamme de produits, surtout s'ils doivent revoir toute leur logistique. Et c'est là qu'entre en jeu Dynamic Tire, qui est bien placée pour gérer cet aspect pour ses clients.

« Certains détaillants hésiteront à faire le saut parce qu'ils ne savent pas tout ce que cela implique, explique M. Pulla. D'un point de vue logistique, cela pourrait devenir cauchemardesque, car il ne s'agit pas simplement d'attraper quatre pneus et de les lancer dans un camion. Les chenilles en caoutchouc sont très lourdes et très difficiles à manipuler, et nous sommes fiers d'être un fournisseur de services logistiques de premier plan et de rendre le processus aussi fluide et simple que possible pour nos partenaires. »

Les détaillants de pneus qui ne connaissent rien des chenilles en caoutchouc pourraient hésiter à se lancer dans ce nouveau marché. Mais, comme l'énonce M. Pickering : « Ils n'hésiteront pas une seconde lorsqu'ils saisiront l'ampleur de ce marché. »

Il explique que les chenilles en caoutchouc équipent maintenant un nombre croissant de véhicules, dont les chargeurs à direction à glissement, les mini-excavatrices, et bien d'autres. « Il y a 10 ans, ajoute-t-il, seulement 10 % environ de ce type d'équipement roulait sur des chenilles en caoutchouc. Aujourd'hui, c'est près de 60 %, ce qui montre bien à quelle vitesse le marché s'accroît et à quel point ce créneau est très prometteur. »

M. Pulla mentionne quelques chiffres significatifs : « En 2022, le marché mondial des chenilles en caoutchouc valait 1,9 milliard $ US. D'ici 2030, il est prévu qu'il atteindra 3,2 milliards $ US. La demande explose partout dans le monde, et le Canada compte pour une grande part du marché mondial. »

L'avantage concurrentiel de Dynamic Tire dans ce marché est sa gamme de prix. En plus de vendre des chenilles en caoutchouc 20 à 25 % moins cher que certaines chenilles à prix

PHOTOS **JACK KAZMIERSKI**

Selon David Pulla de Dynamic Tire, les chenilles en caoutchouc sont très demandées ici au Canada.

plus élevé, le grossiste les accompagne d'une garantie à toute épreuve. « Le client économise entre 20 et 25 % et il obtient à ce prix le même rendement qu'avec un produit plus coûteux », ajoute M. Pulla.

Se lancer

Si vous vendez déjà des pneus de spécialité pour équipement de construction, intégrer des chenilles en caoutchouc est une alternative qui va de soi pour accroître vos activités de vente et de service. « Il est en fait plus rapide d'installer deux chenilles en caoutchouc que quatre pneus de construction, affirme M. Pickering. Et si vous disposez d'un véhicule de service de pneus, vous êtes alors déjà suffisamment équipé pour faire le travail. »

Dynamic Tire s'engage à fournir aux détaillants de pneus le savoir-faire nécessaire pour qu'ils puissent se lancer dans ce marché en rapide expansion. « C'est assez simple en réalité, soutient M. Pulla. Dans les faits, à l'heure actuelle, plusieurs parcs de véhicules de construction procèdent eux-mêmes au remplacement de leurs chenilles en caoutchouc. Si votre équipe compte des techniciens en pneus qualifiés, ils maîtriseront rapidement les rouages de l'installation et de l'entretien des chenilles en caoutchouc. »

Il souligne que ce segment est une progression toute naturelle pour les détaillants de pneus hors route ou de spécialité. « Si vous vendez déjà des pneus pour chargeurs à direction à glissement, il serait logique que vous commenciez à proposer des chenilles en caoutchouc à vos clients, dit-il. Ils en ont besoin, et s'ils ne les achètent pas chez vous, c'est que vous ne les offrez pas encore. Bref, si vous n'avez pas le produit, vous n'aurez pas la vente. »

Les défis de la livraison juste à temps

Si vous desservez déjà des parcs de véhicules spéciaux ou de construction, vous savez que les temps d'arrêt sont du temps perdu, et qu'une pièce d'équipement qui ne fonctionne pas n'est pas rentable. Dynamic Tire est en mesure d'aider à résoudre ce genre de défis grâce à ses vastes installations d'entreposage et à son savoir-faire en matière de logistique.

« Prenons un parc de véhicules de construction dont l'une des chenilles d'un chargeur à direction à glissement s'est brisée sur un chantier. Évidemment, il ne peut se permettre d'attendre deux jours avant que l'équipement ne soit réparé, explique M. Pulla. C'est pourtant le délai habituel, surtout s'il faut commander la chenille de remplacement aux États-Unis. Nous promettons un délai d'exécution très rapide. Nous expédions partout au Canada depuis très longtemps et, grâce à nos équipes chevronnées de recherche en matière de produits et de marchés, nous savons quelles chenilles et quels motifs nous avons en stock, et à quel endroit. Nous sommes ainsi en mesure de les expédier à nos clients aussi rapidement que possible. »

> « La demande explose partout dans le monde, et le Canada compte pour une grande part du marché mondial. »
>
> **DAVID PULLA**
> VICE-PRÉSIDENT AUX VENTES, DYNAMIC TIRE

En stock et prêt à expédier

En ce moment, Dynamic Tire stocke les chenilles en caoutchouc dont les dimensions répondent à 80 % du marché au Canada. « Nous avons 37 différentes UGS, ajoute M. Pickering, et six différents motifs de sculpture, chacun convenant à une pièce d'équipement et à une application spécifiques. Et nous allons augmenter et élargir notre gamme. »

À l'heure actuelle, Dynamic Tire propose les chenilles en caoutchouc de marque Dynamo. « C'est notre marque en exclusivité, déclare-t-il. Dynamo est une marque bien établie et très respectée qui est en affaires depuis plusieurs années. Elle fabrique des pneus et des chenilles en caoutchouc. Avec Dynamo, nous allons aider nos clients à étendre leurs activités dans ce nouveau marché prometteur et en pleine croissance. »

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

PNEUS POUR CAMIONS LÉGERS

TRAVAILLER FORT, S'AMUSER FERME

De nos jours, les attentes des propriétaires de camions légers en matière de pneus sont très élevées.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Il fut un temps où on associait automatiquement camion léger et travail. Personne n'aurait cru qu'un jour, on utiliserait la camionnette pour faire le trajet entre le domicile et le bureau, et encore moins pour aller faire l'épicerie ou reconduire les enfants à l'école.

Pourtant, les camionnettes sont aujourd'hui utilisées autant pour les gros travaux que pour les loisirs. Pour les gestionnaires de parc et les entrepreneurs, les camions légers sont nécessaires pour transporter et tracter des charges importantes, même en terrains accidentés. Quant aux consommateurs,ils aiment les camionnettes pour la position de conduite élevée et pour leurs capacités hors route innées.

Cette tendance, en revanche, a une incidence sur le type de pneus commercialisés par les fabricants. « Depuis que les camionnettes sont vendues et utilisées en grand nombre en tant que véhicule de tourisme, on a largement amélioré au cours de la dernière décennie le confort de conduite qu'elles procurent », explique Brad Robison, chef de produit principal pour Bridgestone. « Les camions de facture récente offrent une sensation de conduite qui s'approche beaucoup de celle d'une voiture – et les pneus constituent un élément important de la suspension d'un véhicule. »

Il ajoute que l'évolution des camions légers a forcé les fabricants de pneus à commercialiser des pneus LT offrant une plus grande qualité de roulement, une meilleure réactivité et une performance globale améliorée.

Les propriétaires de camionnettes veulent non seulement un camion plus confortable, ils veulent que leurs pneus le soient tout autant. Le confort sur route n'est plus suffisant. Les pneus doivent être attrayants et être en même temps capables de bien se débrouiller en terrain un peu moins plat. « De plus en plus de ces camionnettes sont chaussées de pneus tout terrain plutôt que de pneus routiers, ajoute le chef de produit. Les consommateurs ont adopté en grand nombre les activités extérieures, comme le camping, la randonnée et la conduite hors route. Les constructeurs automobiles en ont pris bonne note et proposent toutes sortes d'ensembles hors route sur les camionnettes, VUS et même les petits multisegments. »

Prêts pour l'hiver

Les consommateurs ont beau vouloir sortir des sentiers battus et pratiquer le camping durant l'été, il n'en reste pas moins qu'aux premiers flocons blancs, ils veulent que les pneus de leur camionnette puissent prendre d'assaut les surfaces glacées et enneigées. Voilà pourquoi un nombre de plus en plus important de pneus LT affichent le pictogramme du flocon et de la montagne.

« Beaucoup de propriétaires de camionnettes ne veulent plus être obligés de changer leurs pneus pour l'hiver », explique James McIntyre, vice-président des ventes pour le Canada chez Sailun Tire Americas (STA). « Ainsi, les fabricants de pneus qui ne proposent pas de pneus AT (*All-Terrain*, ou tout terrain) ou RT (*Rugged-Terrain*, ou terrain accidenté) affichant le pictogramme du flocon et de la montagne ne vendront rien dans ce marché. »

Et si les consommateurs sont heureux de pouvoir utiliser leur camionnette à longueur d'année sans avoir à changer de pneus, M. McIntyre avance que les gestionnaires de parc dont les camionnettes sont réellement destinées au travail pourraient vouloir tirer davantage de leurs pneus. « Ils voudront

PHOTO BRIDGESTONE, FORD, SAILUN, YOKOHAMA

L'Alenza AS Ultra a une durée de vie de la bande de roulement exceptionnellement longue et procure une riche expérience de conduite grâce à la technologie QuietTrack qui assure un roulement silencieux et confortable.

Le Terramax RT est doté d'une bande de roulement très mordante qui excelle autant sur route que hors route. Il arbore le pictogramme du flocon et de la montagne et sa bande de roulement profonde et son excellent comportement routier en font un pneu idéal pour la conduite quotidienne.

Ce pneu commercial tout terrain et tout temps comporte le pictogramme du flocon et de la montagne, ce qui signifie qu'il peut chausser le véhicule toute l'année et qu'il accomplira le boulot, peu importe les conditions météo ou routières.

probablement des pneus à crampons qui leur permettent de circuler sur les chantiers de construction, par exemple », dit-il.

Pour ce type de clientèle, les pneus doivent être capables de supporter des charges ou des remorques d'un poids considérable. « C'est pourquoi nos dimensions LT standard incluent aussi des pneus à 10 plis, et pourquoi nous avons ajouté des pneus à 12 plis à notre gamme de produits de flottaison, ajoute M. McIntyre. Un tel pneu peut supporter une pression d'air accrue, ce qui le rend plus stable lorsqu'il transporte une cargaison plus lourde. »

Véhicules électrifiés

Une tendance fort intéressante qui se dégage dans le segment des camions légers est l'électrification des camionnettes et des VUS, ce qui pose de nouveaux défis pour les fabricants de pneus LT.

« Je ne crois pas qu'il existe à l'heure actuelle des pneus LT spécialement conçus pour les véhicules électriques », affirme Angela Crivoi, directrice de la planification commerciale, segment grand public chez Pneus Yokohama (Canada). « Mais il est certain que cela n'est qu'une question de temps. Cela dit, il existe maintenant des pneus cotés HL (*Heavy Load*, ou charge lourde), ce qui signifie qu'ils sont conçus pour supporter de lourdes charges. »

Et ce n'est pas parce que les camionnettes et VUS électriques sont plus lourds que leurs semblables à combustion interne qu'ils ne peuvent pas chausser des pneus réguliers, ajoute-t-elle. Pour autant que le pneu ait le bon indice de charge, il sera capable de supporter le poids supplémentaire du véhicule électrique », soutient la directrice.

Même si le poids plus élevé d'un VÉ n'est pas un réel enjeu, la durée de vie du pneu peut en être un. « Les véhicules électriques ne font qu'une bouchée des pneus », explique Jack McClure, directeur du segment des pneus PLT pour l'Amérique du Nord chez STA. « De façon générale, un pneu HT (*Highway-Terrain*, ou route et terrain) durera plus longtemps qu'un pneu AT (*All-Terrain*, ou tout terrain), qu'un pneu RT (*Rugged-Terrain*, ou terrain accidenté) ou qu'un pneu MT (*Mud-Terrain*, ou boue). Et nos pneus sont garantis en conséquence. »

Ventes de pneus pour camion

Selon M. McClure, au cours des prochains mois, les marchands de pneus devraient constater une demande passablement élevée pour les pneus de camionnette. En raison de la pandémie et des problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement, il a longtemps été impossible pour le consommateur et la clientèle d'affaires d'acheter des camions légers neufs. Les choses ont commencé à changer depuis, et les chiffres de vente de pneus devraient être fort respectables. « Les ventes de pneus devraient connaître un rebond », prévoit-il.

Ce à quoi M. McIntyre acquiesce. « La plupart des acheteurs de pneus LT sont des entrepreneurs, et si eux sont occupés, vous le serez aussi. »

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

Le pneu Arctic Vision de Rovelo est offert en 35 dimensions différentes pour les jantes de 16 à 22 pouces.

SAILUN TIRE AMERICAS

PLUS D'OPTIONS, PLUS DE VALEUR

L'Arctic Vision de Rovelo a été conçu pour procurer souplesse, valeur et tranquillité d'esprit.

TEXTE **HUW EVANS**

L'hiver est une réalité à laquelle la plupart des Canadiens ne peuvent échapper. La conduite hivernale comporte des défis bien précis, notamment en ce qui concerne la traction et la tenue de route. Voilà pourquoi il est prouvé que des pneus d'hiver de qualité sont plus avantageux. Sailun Tire Americas le comprend bien, et c'est la raison pour laquelle le manufacturier a consacré beaucoup d'efforts au lancement de sa gamme de pneus d'hiver Arctic Vision, vendue sous la marque Rovelo.

Marque principale

Distribuée en exclusivité dans tout le Canada par le Groupe Touchette, la marque de pneus Rovelo est l'une des principales marques détenues par STA. « Depuis 2018, Rovelo s'est taillé une belle place dans le marché canadien », explique James McIntyre, vice-président aux ventes pour le Canada chez Sailun Tire Americas. Il ajoute que ce qui explique en grande partie la croissance de la marque Rovelo est sa proposition d'un produit de qualité supérieure à prix avantageux, à laquelle les consommateurs canadiens ont très bien répondu. « Nous proposons actuellement sept produits différents sous la marque Rovelo, et d'autres sont à venir. »

La marque Rovelo est au beau milieu d'une refonte majeure, et elle s'accompagne d'un nouveau produit dans le segment du pneu d'hiver, l'Arctic Vision. Ce produit est spécifiquement adapté aux conditions hivernales du Canada et des États-Unis. « Nous sommes basés ici au Canada, nous vivons et nous travaillons dans ce climat, précise-t-il. Le marché du pneu d'hiver est très vigoureux et très bien établi ici », dit-il, et comme de plus en plus de consommateurs se tournent vers les camionnettes et les VUS, il est essentiel de pouvoir offrir un pneu d'hiver dans une variété de dimensions.

Dimensions et montes décalées

L'Arctic Vision, offert en 35 dimensions différentes convenant aux jantes de 16 à 22 pouces, a été conçu pour un vaste éventail d'utilisations. Pneu d'hiver sans crampons, il est proposé en cotes de vitesse V et W et même en monte décalée, une pratique qui a gagné en popularité ces dernières années. « Les montes décalées étaient principalement destinées aux voitures sport de grand luxe », affirme Dwayne Sawyer, gestionnaire de compte, segment des pneus PLT pour Sailun Tire Americas. « Mais on en voit de plus en plus sur des véhicules un peu moins luxueux. Quel que soit le type de monte souhaité par le client, nous pouvons l'accommoder. »

Cela dit, la gamme de pneus Arctic Vision de Rovelo est assortie d'une garantie standard de deux ans contre les risques routiers, ce qui, en plus d'apporter une tranquillité d'esprit aux consommateurs canadiens, vient établir son statut de gamme de première qualité. Avec sa structure asymétrique et sa technologie de lamelles 3D destinées à optimiser la traction dans la neige et par temps humide et froid, l'Arctic Vision a également été conçu pour convenir aux roues d'aluminium, un atout pour les consommateurs qui souhaitent préserver l'apparence de leur véhicule en hiver.

Roues d'aluminium

« Il s'agit d'une autre tendance », souligne Jack McClure, directeur du segment des pneus PLT, Amérique du Nord, chez Sailun Tire Americas. « Plusieurs consommateurs choisissent des roues d'aluminium pour les dimensions d'origine du véhicule plutôt que de faire monter leurs pneus d'hiver sur des jantes d'acier. » Le coût est un facteur à considérer dans un tel cas, puisque les roues d'aluminium coûtent plus cher. Et comme leur budget est plus serré par les temps qui courent, les Canadiens souhaitent économiser de l'argent sans pour autant compromettre la performance de leurs pneus d'hiver.

Avec la refonte de la marque et la disponibilité de la gamme Arctic Vision, sans compter l'arrivée de nouveaux produits Rovelo dans les mois à venir, comme le Ridgetrak AT/HT/RT et l'Instinct UHP A/S, les consommateurs canadiens auront un vaste choix de pneus de première qualité à prix avantageux.

« Il y a plusieurs changements à l'horizon chez Rovelo, résume M. McIntyre. Nous sommes donc heureux de pouvoir proposer aux Canadiens des pneus d'hiver ou d'été qui conviennent, à un prix raisonnable. »

PHOTO **SAILUN TIRE AMERICAS**

LES CARACTÉRISTIQUES ESSENTIELLES DES PNEUS DE TRACTION COMMERCIAUX

Les pneus de traction commerciaux jouent un rôle crucial dans la performance et l'efficacité des véhicules de transport.

TEXTE **GUY LETELLIER, POINT S**

La qualité des pneus commerciaux a une incidence directe sur la consommation de carburant.

De nos jours, les parcs de véhicules requièrent une performance et une efficacité accrues de leurs équipements et de leurs pneus.

Défis et solutions

Les fabricants de pneus ont répondu à cet appel en proposant des produits toujours plus innovants et performants. Par exemple, le Fuel Max RTD de Goodyear pour les roues motrices pour le service régional qui combine traction et bon rendement du carburant. Ou encore le Powerful Traction de TechKing pour les conditions plus difficiles. Ou finalement l'UltraGrip RTD, aussi de Goodyear, qui se présente en version toutes saisons et qui offre traction et adhérence.

Dans ce contexte, les pneus commerciaux de traction jouent un rôle essentiel en assurant les points de contact entre le camion et la route, permettant ainsi aux moteurs de camions d'atteindre des puissances allant jusqu'à 600 chevaux. Face à cette évolution, il y a trois performances majeures que les clients apprécient et attendent de leurs pneus : la traction, la durée de vie et l'économie de carburant.

L'équilibre parfait

Un équilibre optimal entre traction, durée de vie et économie de carburant assure une usure régulière des pneus et des économies significatives pour les parcs, améliorant leur rentabilité et leur efficacité opérationnelle.

Les pneus de traction entraînent environ 30 à 40 % de la consommation totale de carburant. Ceci incite de nombreux parcs à privilégier l'économie de carburant, surtout pour cette position. Une configuration de pneu commercial économe en carburant peut atteindre environ 37 l/100 km (6,3 miles par gallon), comparée aux 39 l/100 km (6 miles par gallon) d'une configuration typique.

De plus, chaque réduction de 8 % de la résistance au roulement entraîne environ 1 % d'économies de carburant supplémentaires. Ces économies de carburant potentielles sont particulièrement attrayantes pour les parcs.

Les pneus de traction commerciaux jouent un rôle crucial pour les parcs modernes. Ces pneus améliorent l'efficacité des véhicules utilitaires tout en réduisant les coûts d'exploitation. Les avancées constantes dans l'industrie des pneus ouvrent de nouvelles perspectives pour les parcs cherchant à rester compétitifs et à promouvoir une conduite durable.

NAPA AUTOPRO

CONGRÈS NATIONAL NAPA AUTOPRO À HALIFAX

UN CONGRÈS NAPA AUTOPRO HISTORIQUE, TOURNÉ VERS L'AVENIR

C'est du 7 au 10 septembre qu'a eu lieu le Congrès national des ateliers NAPA AUTOPRO à Halifax.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Près de 700 représentants d'ateliers, de magasins associés et de membres de l'équipe NAPA de toutes les régions du Canada se sont retrouvés durant trois jours dans la capitale de la Nouvelle-Écosse pour souligner les 40 ans de développement de la bannière NAPA AUTOPRO. Cela leur a permis de prépar l'avenir en assistant à un riche programme de conférences et de présentations.

Il ne fait aucun doute que les propriétaires d'ateliers de cette bannière étaient très heureux de se retrouver. Soulignons la présence d'une forte délégation de la Colombie-Britannique, passant d'une extrémité du pays à l'autre pour participer à la rencontre.

Dans son mot d'ouverture, Alain Masse, président de UAP, a tenu à souligner l'engagement des propriétaires d'ateliers qui ont soutenu la marque depuis 40 ans. Le réseau, qui compte aujourd'hui 620 ateliers au Canada, a connu en effet un développement remarquable au fil des ans. « Notre réseau est devenu le leader du marché de la réparation automobile. Ce succès repose sur la qualité de notre équipe mais surtout sur la vôtre, a-t-il ajouté avec un sourire. Nous travaillons pour votre succès, et vous êtes au centre de nos préoccupations. Nous continuerons à soutenir vos efforts pour que nous puissions progresser ensemble 40 autres années ! » >

Près de 700 participants assistaient au Congrès national NAPA AUTOPRO qui s'est déroulé du 7 au 10 septembre à Halifax.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

Prenant la parole à son tour, John O'Dowd, vice-président marketing NAPA Canada, a souligné que les 40 ans d'histoire de NAPA AUTOPRO étaient, en effet, un accomplissement, mais qu'il fallait aussi que le réseau se tourne résolument vers l'avenir. « Regardez les défis que nos ateliers ont surmontés au cours des dernières décennies. Nous avons toujours su nous adapter aux nouvelles technologies, et ce qui se présente à nous, notamment par l'arrivée des véhicules électriques, ne devrait pas nous intimider. »

Yves Racette, directeur du développement du programme NexDrive, est d'ailleurs venu plus tard dans le congrès parler de la formation offerte aux ateliers et aux magasins de pièces afin qu'ils puissent se positionner face à ce nouveau défi. Ce programme de formation exige un engagement, à titre de réseau d'ateliers de mécanique, de se positionner afin d'être en mesure d'entretenir et de réparer les voitures des consommateurs pour les années à venir.

« On veut montrer à nos collectivités que nous pouvons réparer tous les véhicules, y compris les voitures électriques, a expliqué M. Racette. Nous pouvons clairement occuper une position dominante dans ce marché d'avenir. »

Des premières cohortes de techniciens ont été certifiés cette année, et l'objectif consiste à accélérer l'offre de formation dans tout le pays. Mentionnons que les ateliers qui répondent aux conditions de ce programme pourront s'afficher avec la bannière complémentaire NexDrive. À la fin de l'année, quelque 40 ateliers pourront ainsi arborer cette bannière. Les magasins de pièces NAPA Pièces d'auto suivront le même mouvement grâce au programme NAPA Haute Tension

Les congressistes ont également eu le temps de découvrir les nombreux attraits d'Halifax lors d'activités sociales.

PHOTOS UAP/NAPA

Un panel de propriétaires d'ateliers de toutes les régions du Québec ont échangé sur leurs bonnes pratiques au bénéfice des participants.

qui leur est consacré. Ils pourront ainsi appuyer leurs clients et créer un écosystème VÉ cohérent.

Satisfaire la clientèle

Durant le congrès, la question de la satisfaction de la clientèle et revenue sous plusieurs formes. Les résultats des sondages J.D. Power indiquent que la marque NAPA AUTOPRO trône au sommet de la confiance des consommateurs quand il est question d'entretien et de réparation de leurs véhicules. Un client satisfait est le meilleur promoteur de la marque puisqu'il la recommandera à ses proches tout en lui restant fidèle.

Comme le mentionnait Simon Boulanger, planificateur stratégique pour l'agence Réservoir Publicité conseil, les efforts de promotion visent à construire cette confiance. Mais c'est lors de la visite en atelier que cette relation se cristallisera. « Les campagnes de publicité de NAPA AUTOPRO sont axées sur l'imputabilité, la débrouillardise, la proximité et le fait que les ateliers ont une approche sans prétention et terre à terre, mentionne l'expert. Votre rôle dans cette expérience client est de livrer des qualités et des services de qualité. »

Richard Castonguay, propriétaire d'un atelier NAPA AUTOPRO depuis 1983 et formateur en gestion d'ateliers, a ensuite parlé de l'importance de se comparer pour s'améliorer. Il a cité plusieurs indicateurs sur lesquels les entrepreneurs, que sont les propriétaires et les gestionnaires d'ateliers, devraient garder l'œil pour faire croître leurs entreprises.

« Cela va beaucoup plus loin que le calcul des ventes et des dépenses. Il faut entrer dans le détail, établir des objectifs chiffrés pour chaque catégorie de services et de produits et pour chaque employé. Par exemple, le conseiller technique au comptoir peut être la clé pour augmenter l'efficacité des techniciens en établissant un horaire plus précis ou, encore, permettre d'augmenter la valeur moyenne des factures en implantant un processus d'inspection rigoureux. »

Un réseau en santé

Martyn Johns, directeur des technologies émergentes chez NAPA AUTOPRO, a fait le point sur les plus récentes avancées du réseau. Il a ainsi souligné l'ajout de 17 nouveaux ateliers NAPA AUTOPRO partout au Canada depuis le début de l'année. Les programmes de formation, notamment NexDrive, combinés au soutien offert par les membres de l'équipe NAPA, expliquent cette croissance : « Nous continuerons à développer des outils pour vous. Nous voulons que vous puissiez vous positionner pour les dix prochaines années et que jamais vous ne vous trouviez dans une position où vous devez dire non à un client. »

> « Nous avons toujours su nous adapter aux nouvelles technologies, et ce qui se présente à nous, notamment par l'arrivée des véhicules électriques, ne devrait pas nous intimider. »
>
> **JOHN O'DOWD**
> VICE-PRÉSIDENT MARKETING
> NAPA CANADA

Dans le cadre de ce Congrès national, les participants ont pu aussi trouver du temps, une météo complice aidant, pour visiter Halifax et se retrouver à la soirée de clôture où la fête gravitait autour de la fidélité des ateliers liés depuis 40 ans à la marque NAPA AUTOPRO.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

AUTO PRÉCISION

UN DES CHAMPIONS DE COMPÉTENCES VÉ

Même née en un environnement des plus inattendus, une passion inextinguible demeure le plus puissant des moteurs.

TEXTE **GUY O'BOMSAWIN**

Propriétaire de l'atelier Auto Précision, Marc St-Amour est du premier groupe de 40 techniciens certifiés par le programme Compétences VÉ.

Si vous assistez ou participez aux compétitions tenues dans la boue par les clubs 4X4, dont ceux d'Edelweiss et de Saint-Raymond, il y a des chances que vous connaissiez Marc St-Amour.

Comme Adam sorti de la glaise, selon la Bible, c'est dans la glaise qu'il a vraiment été piqué par la mécanique, au point où il ouvrait en 1992 un premier atelier spécialisé en camionnettes de course !

M. St-Amour, à qui on ne donnerait à l'entendre avec fougue pas plus que la trentaine même après une grosse journée, est fort loin, à 55 ans, de songer à une retraite précoce.

Un garagiste de tête

De la génération de ceux qui ont été témoins avec enthousiasme de l'arrivée massive de l'injection électronique et de l'OBD-2, ce propriétaire d'atelier est indubitablement un garagiste de tête.

Abonné de toujours aux formations de pointe, et disciple de Wilson Almeida du Groupe Del Vasto, il vient d'ailleurs d'atteindre un sommet en matière d'expertise.

Depuis février 2022, il fait partie de la première cohorte de 40 techniciens certifiés par le programme Compétences VÉ, dont la formation de fine pointe est unique au Canada et en Amérique du Nord.

Une certification prestigieuse

Du coup, son atelier sera incessamment l'un des centres recommandés aux électromobilistes par le Circuit électrique d'Hydro-Québec, dont l'objectif des partenaires est de les centupler d'ici à 2030.

Son nouveau statut est d'autant important qu'il a réussi haut la main la formation de 230 heures à laquelle s'étaient inscrits 328 des 760 techniciens qui devaient au préalable réussir un test d'autoévaluation.

L'expertise qu'on lui reconnaît officiellement va d'ailleurs de pair avec le niveau des services qu'il offre déjà par un équipement à jour, et une équipe qui en maîtrise l'ensemble à l'exemple des écuries de F1.

Initié à la dure

Initié aux bolides par son cousin Alain, qu'il accompagnait dès 10 ans aux salons Autorama, et aux courses de motos et de Jeep tenues dans la boue, auxquelles il a lui-même participé durant cinq ans, sa barre est haute.

Les noms qu'il a successivement donnés à ses ateliers en sont le reflet : MS Performance, de 1992 à 1996, et Auto Précision, depuis 1997, sont en effet des signatures éloquentes.

Il est aussi de ces pros qui ont fait leurs premiers pas en mécanique en démontant la tondeuse familiale, mais aussi de ceux dont la formation collégiale en électronique a donné la clé de la loi d'Ohm.

Le magnétisme des télés

C'est le magnétisme exercé par le métier d'un brillant cousin, un mentor, qui réparait les téléviseurs, qui l'avait amené à s'inscrire au collégial.

Cependant, même s'il a passé des fins de semaine complètes à lui donner un coup de main, c'est PL SuperSport de Buckingham qui a été son premier employeur.

Ce centre de la moto a été le lieu qu'il lui fallait pour s'initier à une mécanique proche de celle de l'auto, et sous l'œil particulièrement confiant du proprio.

Premier atelier à 25 ans

L'expérience ainsi acquise, y compris celle des essais routiers, lui a par la suite permis d'être 12 heures par jour, chez un concessionnaire Mazda, un conseiller technique efficace et fort profitable.

PHOTOS **AUTO PRÉCISION**

En 2018, Auto Précision, situé sur la 148 dans l'arrondissement Templeton à Gatineau, a remporté le titre d'Atelier de l'année des centres certifiés Auto Value.

Si profitable, qu'il a jugé bon à 25 ans d'ouvrir son propre garage : une décision qu'il ne craignait pas de prendre, en raison d'une assurance à toute épreuve acquise grâce à son premier patron. Il avait eu dès le départ cette chance d'avoir un employeur qui déléguait et avait le sens de l'autonomie et du respect. L'interpellait-il en pleine tâche, qu'il rétorquait d'ailleurs qu'il irait le voir après avoir terminé.

Un pas déterminant

En 2016, il a la chance de dénicher un bâtiment de l'ancienne franchise Pneus Séguin et de l'acquérir avec l'assentiment d'Antoine Picard, récemment décédé, soit l'ex-propriétaire du Groupe Président.

Guidé dans cette transaction par un ex-fournisseur qui l'a toujours admiré pour sa probité, Marc St-Amour est ainsi passé d'un condo commercial à un atelier de 5 portes lui ouvrant grand le marché des parcs.

Enfin, il faut dire que la stabilité de son équipe et sa propre expertise sont un atout de taille ; on y connaît les véhicules des clients et, de surcroît, le patron est un as des nouvelles technologies !

Les autos modifiées, dont la Chevelle noire Metalflake des années 70 de son cousin Alain, les courses de « Mud Drag » tenues tant au Canada qu'au Québec, auxquelles il a participé comme technicien durant 5 ans, de même que celles de motomarines, sont profondément inscrites dans l'ADN de Marc St-Amour… faiseur de gagnants.

QUARTZ LUBRIFIANTS

Nos gammes avec la technologie Eco-Science : **Quartz Ineo Xtra & Quartz 9000 Xtra**

Nos gammes avec la technologie Age-Resistance : **Quartz Ineo & Quartz 9000**

L'innovation au service de tous les moteurs

TotalEnergies, 70 ans d'innovation pour vous proposer des lubrifiants Quartz adaptés à vos besoins et à toutes les motorisations.

Quartz Ineo Xtra et Quartz 9000 Xtra, nos gammes compatibles avec les véhicules hybrides et de nouvelle génération.
Quartz Ineo et 9000, nos gammes pour les moteurs thermiques hautes performances.

TotalEnergies

totalenergies.ca

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

NOUVELLE ARRIVEE
ÉQUILIBREURS DE ROUES
ARMORED
SÉRIE
0.75
3.50
INNOVATION POUR DES
RÉSULTATS RAPIDES ET PRÉCIS
La série Hofmann® Armored couvre les magasins de pneus professionnels, concessionnaires automobiles et garages, quel que soit le nombre de pneus et roues que vous devez équilibrer - doté d'un écran tactile et Laser à pointe easyWeight pour un positionnement facile des poids adhésifs, vous faisant gagner du temps et réussissant en un seul tour!
EV READY
ARMORED TECHNOLOGY
VENEZ VOIR NOS PRODUITS AU SALON
SEMA SHOW
HALL SUD SUPÉRIEUR
STAND 32017
31 OCTOBRE-3 NOVEMBRE 2023
CENTRE DES CONGRÈS DE LAS VEGAS
HOFMANN®
HOFMANN-EQUIPMENT.COM

DOSSIER

NE PAS NÉGLIGER CE QUI SE PASSE SOUS LA VOITURE

À l'ère des inspections numériques des composantes électroniques des véhicules, effectuons un retour sous l'auto, pour analyser les pièces purement mécaniques qui méritent toutefois toute l'attention des techniciens.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

À l'ère des inspections électroniques, les pièces purement mécaniques sous la voiture ne doivent pas être oubliées.

Nous parlons ici des pièces de direction et de suspension ainsi que du système de freinage pour lesquels l'expertise prend le relais à la haute technologie. Nous avons parlé avec des experts dans le domaine qui ont fait un survol des stratégies pour bien diagnostiquer ces composantes et expliquer aux consommateurs l'importance de leur bon fonctionnement.

On constate toutefois que l'inspection des pièces de ces systèmes situés sous la voiture est trop souvent escamotée, faute de préparation ou de temps.

Des inspections à planifier

James Shield, directeur de la formation chez Carquest, met la table simplement. « Assurez-vous de planifier dans l'horaire de l'atelier le temps nécessaire à effectuer une bonne inspection des systèmes se trouvant sous l'auto. En période de pointe, lors de la saison des pneus, les techniciens peuvent manquer de vigilance et échapper des choses. Idéalement, un essai routier, effectué par un technicien d'expérience, en dira long sur la condition générale du véhicule. »

M. Shield mentionne l'existence d'applications (dont NVH Diagnostic) qui permettent de déterminer par exemple la cause et la localisation d'une vibration dans la voiture.

« Souvent, l'usure des pièces sous la voiture n'est pas perceptible par le consommateur, reprend-il. Par exemple, une pédale de frein qui s'enfonce anormalement peut indiquer la nécessité d'effectuer une vérification du liquide à frein ou encore une voiture bondissante peut trahir une suspension en fin de vie. »

PHOTO **CENTRE DE L'AUTO SILLERY**

Anthony Bérubé et Éric Lessard du Centre de l'auto Sillery appliquent un protocole d'inspection rigoureux.

Anticiper la fatigue

Justement au sujet de la suspension, M. Shield ne se fie pas au nombre de kilomètres parcourus, mais plutôt aux utilisations. Il signale d'ailleurs que pour les véhicules électriques, plus lourds, cette fatigue des pièces de suspension peut être plus précoce.

« Profitez du fait que la voiture soit surélevée pour vérifier s'il n'y a pas de fuites ou un jeu anormal dans les pièces de suspension ou de direction. Un œil sur la condition d'usure des pneus peut aussi indiquer un problème de parallélisme, s'ils ne sont pas usés de façon égale. Aujourd'hui, avec tous les systèmes avancés d'aide à la conduite, il est très important de recommander un alignement s'il est nécessaire. »

Parfois, un bon protocole d'inspection décèlera des besoins en travaux qui ne nécessitent pas nécessairement le remplacement de pièces. M. Shield cite par exemple les freins. Des outils simples permettent de mesurer l'usure des plaquettes. Mais même si elles ne doivent pas être changées, l'atelier peut proposer au client un entretien préventif, consistant en un nettoyage et en la lubrification des pièces mobiles.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

Offrir la qualité

Le dernier élément sur lequel insiste cet expert est de ne pas décider à la place du client sur la qualité des pièces de remplacement servant à la remise de son véhicule sur la route.

« Je peux comprendre que pour un véhicule bientôt en retour de location on puisse opter pour des pièces le moins cher possible, mais quand on connaît l'utilisation du véhicule, la solution de moins bonne qualité est loin d'être recommandable. »

C'est en compagnie de son technicien et représentant de la relève Anthony Bérubé que le garagiste Éric Lessard, du Centre de l'auto Sillery, a bien voulu partager la stratégie de son entreprise concernant les systèmes mécaniques sous l'auto.

« Tout se joue entre deux facteurs, souligne M. Lessard, ce que le client perçoit et ce que nos techniciens découvrent. Si le client nous indique un problème ou un bruit suspect, nous allons le questionner le plus possible au comptoir pour donner à notre technicien toutes les pistes nécessaires pour trouver la source du problème. De l'autre côté, nous suivons un protocole d'inspection rigoureux, sur tablette, axé tout d'abord sur la sécurité de l'automobiliste puis sur les entretiens recommandés et préventifs. »

L'impact des technologies et des habitudes

Cet atelier sous la bannière NAPA AUTOPRO, combine le savoir-faire aux outils modernes pour tracer le bilan de santé du véhicule. Comme l'explique M. Lessard, en ce qui concerne l'usure des pièces sous la voiture, on ne peut se fier uniquement aux kilomètres parcourus. « C'est avant tout une question d'utilisation, explique-t-il. Il y a aussi des facteurs qui changent la donne. Par exemple, la popularité des pneus à profil bas a un impact sur l'usure de la suspension ou de la direction. Ces pneus amortissent beaucoup moins efficacement les chocs. Cela a pour résultat que nous remplaçons aujourd'hui beaucoup de crémaillères, ce qui n'était que rarement le cas par le passé. »

Anthony Béburé ajoute pour sa part que les habitudes des consommateurs ont aussi changé, ce qui joue sur la fréquence de certains entretiens. « Le cas classique est les freins, explique-t-il. Les plaquettes peuvent être en parfaite condition, mais les disques sont rouillés faute d'avoir été suffisamment sollicités. Le télétravail nous amène à inspecter différemment. »

La relation avec le client

Un gros avantage de travailler avec une tablette, c'est que le

client peut être avisé des travaux à faire ou à planifier rapidement, sans le déranger par un appel, et en supportant la demande d'autorisation des travaux avec des photos.

Ces deux intervenants comprennent qu'il n'est pas évident pour le consommateur de comprendre que certaines pièces devraient être remplacées, même s'ils ne décèlent pas de problèmes lors de la conduite.

« C'est le cas de la dégradation de la suspension, illustre M. Bérubé. Les essais routiers que nous effectuons nous indiqueront le roulis, le rebondissement, ou l'affaissement du devant du véhicule au freinage sont des signes d'une suspension fatiguée. Nous pouvons aussi mesurer cette usure graduelle sur la rampe en comparant avec la hauteur normale du véhicule. »

« Idéalement, un essai routier, effectué par un technicien d'expérience, en dira long sur la condition générale du véhicule. »

JAMES SHIELD
DIRECTEUR DE LA FORMATION, CARQUEST

Les clients peuvent hésiter à investir dans ce type de travaux relativement dispendieux. Même la nécessité d'un alignement peut parfois les faire hésiter.

Ce à quoi M. Lessard répond : « Dans ces deux exemples, ne pas agir peut avoir des conséquences sur la sécurité du conducteur et des passagers. De plus, retarder ces travaux ne représente pas une économie puisque la situation risque d'entraîner l'usure prématurée d'autres pièces. C'est le cas fréquemment pour les freins avant qui s'usent rapidement parce que la suspension laisse glisser tout le poids vers le devant du véhicule lors du freinage. »

Bref, une inspection mécanique détaillée permettra au client de prendre les décisions lui permettant de conserver sa voiture longtemps.

La simplicité du recrutement avec Auto-jobs

Plus de 60 000 candidats, une seule plateforme !

Auto-jobs.ca®

Trouvez rapidement les meilleurs talents de l'industrie automobile du Québec.

CONTACTEZ-NOUS MAINTENANT !
Tél. : 514 321-2888, poste 1 | Sans frais : 1 866 908-2888
info@auto-jobs.ca

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

DU CARBONE SUR LES VALVES

Nos voitures et celles de nos clients sont fortement sollicitées pour donner les performances voulues, et ce, même dans des conditions extrêmes.

TEXTE **MARK POTVIN**

J'ai été confronté récemment à un problème assez particulier. Il s'agissait de la première fois où je constate ce problème. Le cas s'est présenté sur une Volkswagen 2013 munie d'un moteur de 2,5 litres. Travaux effectués : une inspection générale, ensemble de plaquettes de frein et disques avant à changer, filtre à air et d'habitacle à remplacer ainsi que deux essuie-glaces. Une fois les travaux complétés, le client revient chercher son véhicule. Moins de 10 minutes après, il me rappelle pour me dire que le moteur semble manquer de puissance et le témoin moteur clignote sans arrêt. Ce qui me met la puce à l'oreille de la présence d'un problème de manque de feu constant (*misfire*).

Trouver le problème

Mais comment aurait pu arriver un problème de la sorte ? J'invite le client à rebrousser chemin et lui explique que nous allons vérifier le problème et communiquer avec lui.

Je comprends le mécontentement du client après avoir payé plusieurs centaines de dollars et après avoir fait effectuer une inspection. Vous pouvez lui expliquer qu'une voiture peut à tout moment avoir un problème.

Le lendemain, je branche l'ordinateur sur la voiture pour analyser chaque module. Code perçu : p0304, manque de feu sur le cylindre 4. Une bobine d'allumage défectueuse. On remplace la bobine du cylindre 3 par la 4 pour voir si le code d'anomalie devient p0303, donc *misfire* cylindre 3. Malheureusement non, toujours le cylindre 4. Que se passe-t-il ?

Un problème interne

Je décide d'enlever les bougies pour aller voir, même si je sais qu'elles ont été vérifiées. Bam, et voilà ! Cylindre 4 : la bougie est complètement pincée. Selon moi, un morceau de carbone qui s'est détaché de la valve serait la source du problème.

Après vérification, je constate que le problème était bel et bien présent et aurait pu causer la même chose sur un autre cylindre. Heureusement, nous avons effectué le nettoyage complet et avons pu régler le problème.

Tout est bien qui finit bien. Un autre client content de récupérer son véhicule en bonne condition. Bon diagnostic à tous !

Mark Potvin est spécialiste du diagnostic mécanique et électronique.

NAPA PIÈCES D'AUTO

ÊTRE VOTRE FOURNISSEUR DE PIÈCES PRÉFÉRÉ, ON CONNAÎT ÇA.

Commencer l'année du bon pied!

Venez réseauter et discuter de sujets d'actualités avec l'industrie québécoise de l'entretien et de la réparation automobile le **25 janvier 2024** à Trois-Rivières.

Les sujets au programme :

- les défis de la main-d'oeuvre,
- les processus d'immigrations pour les travailleurs étrangers,
- les avancés sur les dossiers gouvernementaux concernant le projet de loi 29.

AIA Canada

Inscrivez-vous

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

CHEVROLET VOLT 2016 PLUS CAPABLE DE FAIRE LE PLEIN D'ÉLECTRONS

Cette semaine, nous avons eu la visite d'une Chevrolet Volt 2016 qui avait un problème de charge.

TEXTE **STEVE OBORNE**

Question de savoir où on s'enligne, une petite lecture des codes d'anomalie va nous aider à trouver une bonne charte de diagnostic :*P1EC1 Battery Energy Control Module High Voltage Energy Management Communication Bus Enable Circuit Low Voltage.*

Dans la description du circuit problématique, on nous indique que le *Hybrid Powertrain Control Module 2* (HPCM2) alimente ce circuit pour

PHOTO **PRODEMAND**

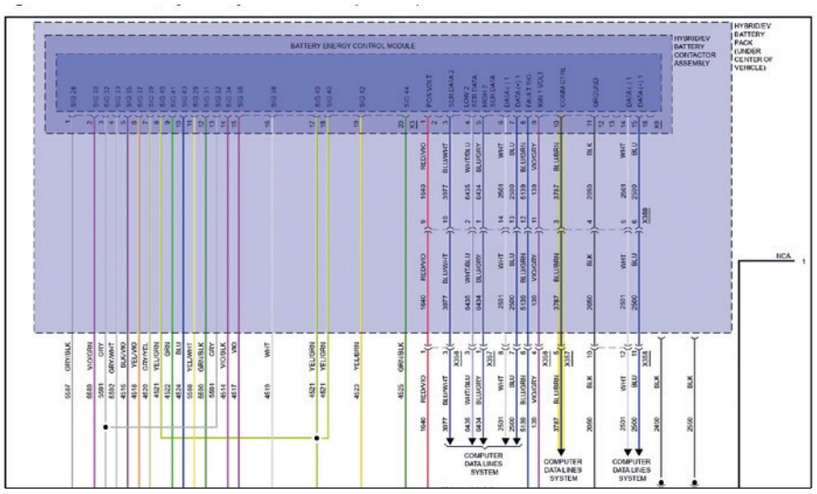


Image du circuit problématique sur la Volt 2016.

éveiller le *Battery Energy Control Module* (BECM) et pour que la communication débute. Si on s'attend à voir une source d'alimentation et que finalement il n'y en a pas, ce code d'anomalie est enregistré.

Débutons le diagnostic. Pour la première étape, on nous demande de nous assurer qu'il n'y a pas le code U185B. Ce n'est pas le cas. Prochaine étape, on doit débrancher le connecteur X357 situé à l'avant de la batterie haute tension et vérifier si en branchant une lampe témoin (*test light*) entre le terminal numéro 5 et la masse, elle s'allume. Dans notre cas, elle ne s'allume pas.

Encore une fois, le remplacement d'un module n'est pas toujours plaisant à annoncer à un client sans savoir si c'est la fin de la réparation.

Dans la première vérification, on nous demande de prendre une lampe témoin. On s'entend, une lampe témoin, ça prend 12V pour s'allumer. Alors, j'ai décidé d'effectuer le travail du HPCM2 et d'injecter du 12V dans ce circuit avec la clé à *ON*.

> « HPCM2 remplacé, programmation faite, la petite Volt 2016 a pu retrouver ses confrères sur la route ! »

Le code disparaît, et le véhicule se recharge sans problème. Bingo ! On est certain à 200 % que la réparation que nous allons suggérer va fonctionner.

HPCM2 remplacé, programmation faite, la petite Volt 2016 a pu retrouver ses confrères sur la route !

Valider avant de remplacer

Le cas échéant, les prochaines étapes nous demandent de vérifier si le circuit est à la masse, et s'il est ouvert entre le HPCM2 et le BECM. Tout est correct.

Alors, on nous recommande de remplacer le HPCM2.

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. oborne-service2012@gmail.com.

VÉRIFIÉ ÉLECTRIQUE

UN COUP D'ACCÉLÉRATEUR SUR L'ÉLECTRIFICATION

En proposant à tous les ateliers de son réseau le programme Vérifié Électrique par Vast VÉ, le Groupe Del Vasto les accompagne dans le virage électrique et leur permet d'entretenir et de réparer les véhicules électriques et hybrides de leurs clients.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Cette nouvelle marque à valeur ajoutée, appuyée par un programme de formation et de marketing structuré, est offerte aux ateliers M Mécanique 360, Auto Value Centre de Service Certifié, Auto Mécano Expert Technicien, OCTO Auto Service Plus et Monsieur Transmission de partout au Québec.

Chaque atelier dont les gestionnaires auront manifesté leur volonté de souscrire au programme, devront mettre à la disposition de leur clientèle au moins une borne de recharge électrique dans l'année.

Au chapitre de la formation, un conseiller technique devra compléter un programme sur la sécurité et les composants des véhicules électriques. De plus, au moins un technicien de l'entreprise devra avoir complété le niveau 3 de la formation Compétences VÉ sur l'entretien et la réparation des véhicules électriques et s'engager à atteindre le niveau 4. D'ailleurs, l'organisation encourage fortement les techniciens à compléter tout le programme afin de décrocher leur certification de compétence. Enfin, l'entreprise devra acquérir les équipements de sécurité qui la rendent apte à travailler dans un environnement à haute tension.

L'équipe du Garage Labrosse, Auto Mécano de Saint-Jérôme, veut se positionner pour l'arrivée graduelle des véhicules électriques de sa clientèle.

Un signal fort

Plusieurs ateliers se sont non seulement intéressés à ce programme, mais ont complété le parcours et peuvent s'afficher fièrement. C'est un signal fort sur le marché.

Anne Charlebois, copropriétaire du Garage Pierre Mondou sous la bannière Auto Value Centre de Service Certifié à Sainte-Thérèse, supervise deux ateliers séparés par 2,5 kilomètres. Les sept techniciens de l'entreprise entretiennent une variété de véhicules de la sous-compacte à la voiture de grand luxe.

« Ici, nos mécaniciens touchent à tout, ça fait partie de notre mandat, explique Mme Charlebois. Ce que nous voulons, c'est que nos clients ne pensent pas être dans l'obligation d'aller à la concession pour faire leurs entretiens. Cela demande une stratégie de formation continue, ce que nous appliquons depuis toujours. »

Pour elle, les véhicules électriques et hybrides ne représentent pas encore le gros du volume, mais il est hors de question de ne pas répondre à l'engouement, et elle veut s'assurer que ses ateliers auront les compétences et les équipements pour desservir cette clientèle qui commence à franchir ses portes.

« L'initiative du Groupe Del Vasto avec le programme Vérifié Électrique est un prolongement de nos bonnes pratiques,

PHOTOS KARYNE PLOUFFE, MATHIEU VALIQUETTE

Le Garage Pierre Mondou, Auto Value Centre de Service Certifié à Sainte-Thérèse, a toujours misé sur la formation continue de ses ressources.

précise-t-elle. Ce programme est intelligent et nous permet de nous positionner. Dans l'atelier, nos techniciens sont passionnés de nouvelles technologies et de l'électricité, ils en mangent ! »

Se positionner

La gestionnaire souligne aussi que la visibilité du programme par le réseau se combine parfaitement avec l'information qu'elle diffuse déjà auprès de la clientèle existante. « Nous afficher Vérifié Électrique c'est moderniser notre image, et ça nous attirera sans doute de nouveaux clients. »

Jonathan Labrosse du Garage Labrosse, atelier Auto Mécano de Saint-Jérôme, représente la troisième génération à exploiter cette entreprise fondée en 1930. On comprend que la famille a connu bien des évolutions technologiques au fil des ans. Le véhicule électrique en est le prolongement, et cet atelier s'est positionné pour l'accueillir comme tous les autres véhicules de sa clientèle.

L'atelier M Mécanique 360 de Sainte-Foy voit dans le programme Vérifié Électrique par Vast VÉ un agent d'accélération de son offre de services.

« Nous avons toujours voulu nous tenir à jour, et l'apparition graduelle de véhicules électriques et hybrides chez nos clients nous a incités à prendre les devants, explique M. Labrosse. Nous avons en ce moment environ 70 clients qui nous confient leur VÉ, et ce nombre va croissant. Nous avions déjà la formation du programme Compétences VÉ, mais, avec Vérifié Électrique, nous profitons d'une mise à jour des connaissances. Pour les techniciens, l'offre de formation spécialisée pour travailler sur ces véhicules de nouvelle technologie est un élément important de rétention. L'expertise qu'ils vont chercher dans ce programme est bénéfique aussi pour leur compréhension de tous les systèmes sur les voitures modernes. De plus, avec la formation maintenant offerte à nos conseillers techniques, ils auront les réponses à donner à nos clients. »

Pour M. Labrosse, s'afficher Vérifié Électrique montre que l'atelier possède l'expertise et les équipements pour servir cette nouvelle clientèle. « Il faut montrer notre savoir-faire, c'est une prise de position pour tout le Groupe Del Vasto. »

Embrasser la technologie

Patrick Simard de l'atelier M Mécanique 360 de Sainte-Foy abonde dans le même sens. « Nous n'avons pas peur de la technologie », tranche le propriétaire de cet atelier en exploitation depuis près de 50 ans. « Nous avons toujours bénéficié du soutien de la bannière pour le développement de nos compétences. Avec le programme Vérifié Électrique par Vast VÉ, le Groupe nous donne une poussée dans la bonne direction, un élan supplémentaire qui nous permettra d'évoluer dans notre marché et de passer devant nos concurrents. »

Il mentionne également que, en plus de la cohérence de ce programme, qui permet des mises à jour régulières des connaissances, il facilite l'accès aux équipements nécessaires pour effectuer un travail professionnel dans un cadre de haute sécurité.

« Nous positionner pour le véhicule électrique, qui représente environ 5 % de nos volumes aujourd'hui, est une évolution de notre offre de services, mentionne M. Simard. Il ne fait aucun doute qu'il y en aura bien d'autres dans l'avenir. Je veux que notre atelier, dont mon fils Marc-Antoine prendra la direction dans quelques années, soit en mesure de répondre à la demande de tous nos clients. »

Pour en savoir plus sur le Programme de reconnaissance Vérifié Électrique Par Vast VÉ : *verifieelectrique.com*.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

BUMPER TO BUMPER

DÉFI RELEVÉ POUR LE CONGRÈS NATIONAL

Les représentants des membres du réseau Uni-Sélect et Bumper to Bumper se sont rencontrés au Manoir Richelieu le 8 septembre dernier pour le retour des congrès annuels, une première au Québec depuis la fin de la pandémie de la Covid-19.

TEXTE **MATHIEU VALIQUETTE**

Les 400 ateliers et magasins du réseau attendaient avec impatience le retour du congrès annuel mis en pause depuis le début du confinement en 2019. Maintenant que l'évènement est passé, une chose est sûre ; l'équipe Bumper to Bumper a répondu à l'appel avec brio.

C'est la région de Charlevoix qui était l'hôte de l'évènement cette année, et l'emplacement a su charmer plus d'un invité.

Cependant, l'ambiance n'était pas qu'à la fête ! Le congrès Bumper to Bumper invitait aussi plus de 60 fournisseurs pour permettre aux membres invités de bâtir de nouvelles relations.

« Les connexions que nous établissons lors de ces évènements ne sont pas simplement transactionnelles, elles sont fondamentales pour notre force collective », expliquait la présidente et cheffe de l'exploitation, Émilie Gaudet.

De plus, au-delà de 30 conférences étaient offertes aux invités pour leur permettre d'en apprendre plus sur des sujets comme le recrutement à l'international, la rétention des employés et les véhicules électriques. Les visiteurs étaient donc satisfaits de pouvoir quitter avec un bagage de connaissances bien rempli !

« On essaie de parler de sujets qui sont pertinents pour les propriétaires d'ateliers et de magasins de pièces, expliquait Zineb Ahnou Ghouila, vice-présidente au marketing chez Bumper to Bumper. On souhaite qu'ils puissent repartir avec de nouvelles notions qui leurs seront utiles au quotidien. »

Toujours chercher à offrir un meilleur congrès

Pour son grand retour, Bumper to Bumper a décidé d'apporter plusieurs nouveautés. On a d'abord choisi d'inviter et d'accueillir davantage de membres du réseau provenant de l'Est du Canada.

De plus, Bumper to Bumper a cherché à améliorer l'exposition des kiosques des fournisseurs en mettant davantage l'accent sur l'apprentissage.

L'organisation trouvait qu'il était parfois difficile pour les invités de connecter avec les fournisseurs à leur kiosque. Ainsi, elle a voulu donner plus de liberté aux fournisseurs pour présenter aussi leur savoir-faire aux membres du réseau.

Il ne faut pas non plus oublier les deux séances de remise de prix organisées lors des soupers du vendredi soir et du samedi soir. Durant la première soirée, Bumper to Bumper a souligné les fournisseurs qui se sont démarqués :

Mevotech (Meilleure Chaîne d'approvisionnement) ; **Driv** (Meilleur formateur) ; **SureWrex** (mention excellence – pièces non applicatives) ; **Dorman** (mention excellence – pièces automobiles) ; **Recochem** (mention excellence – maintenance automobile) ; **3M** (partenaire « or ») ; **Milwaukee** (partenaire « diamant ») ; **Michel Labonté**, meilleur représentant de l'année (SKF).

Lors de la seconde soirée, c'était au tour des ateliers et des magasins membres d'être célébrés pour leur confiance envers la bannière. Les ateliers et les magasins qui se sont démarqués sont :

Fafard Alignement (30 ans) ; **Garage Simon Vaillancourt** (30 ans) ; **Centre Mécanique, M.B.** (20 ans) ; **Auto-Technic M.M.B.** (20 ans) ; **Mécanique Auto Viens** (15 ans) ; **Garage Gingras et Fils** (15 ans) ; **Garage Généreux 2013** (10 ans) ; **Garage DS de la Malbaie** (5 ans).

PHOTO MATHIEU VALIQUETTE

Votre pistolet à peinture,
votre univers SATA.

SATA
German Engineering

univ
erse

Scannez-moi !

édition
limitée

Le SATAjet X 5500 universe – Votre accès au monde exclusif de SATA

Le SATAjet X 5500 universe est le pistolet de peinture haut de gamme de SATA. Et aussi votre clé pour accéder au SATA universe – un monde rempli de contenus exclusifs, d'avantages et de promotions. Vous pouvez participer à des concours spéciaux dans le SATA universe. Vous serez l'une des premières personnes à être informées de l'arrivée de nouveaux produits de SATA. Et vous aurez accès à des détails exclusifs immédiatement après avoir effectué votre inscription.

Procurez-vous votre SATAjet X 5500 universe. Scannez le code QR sur votre SATA universe. Inscrivez-vous. Et prenez part à quelque chose de grand.

INFO
www.sata.com/jetx-universe

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.ca www.sata.com

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

SEPTEMBER 15 - 16
NIAGARA FALLS, ONTARIO
Growth
Conference 2023
Simplicity
CAR CARE

CONFÉRENCE SUR LA CROISSANCE 2023
DE SIMPLICITY SOINS D'AUTO

IMPACT MAJEUR, CROISSANCE ACCRUE!

Cet évènement exceptionnel est une référence pour l'ensemble de l'industrie.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Plus de 230 personnes assistaient à la deuxième conférence annuelle de Simplicity Soins d'auto qui a eu lieu les 15 et 16 septembre à Niagara Falls, en Ontario. Une soixantaine de franchisés canadiens, sur les 90 que compte Simplicity Soins d'auto, ont pris part à l'évènement, de même que des fournisseurs, des assureurs, des franchisés potentiels et des médias.

Durant ces deux jours se sont succédé des conférenciers d'exception, des ateliers stimulants et des présentations informatives. Un salon commercial et une soirée gala ont également marqué l'évènement.

En ouverture de ces deux jours, le PDG de Simplicity Soins d'auto, Paul Prochilo, a offert une présentation très animée au cours de laquelle il a relayé le message que Simplicity était une organisation dynamique à forte croissance.

Il a expliqué avec fierté que la conférence laissait un impact positif sur le climat. Cela signifie que Simplicity Soins d'auto compense le double des émissions de CO_2 que la conférence aura générées par le transport, le logement, les repas ainsi que les espaces de la conférence et du salon commercial.

Haute direction de Simplicity Soins d'auto (G – D) : Paul Prochilo, Domenic Leraci, Domenic Prochilo

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

Il s'est entretenu sur les nombreuses réalisations de l'entreprise, notamment la sixième place qu'elle occupe parmi les ateliers de carrosserie du Canada ainsi que son objectif de compter 133 établissements au pays en 2024.

Culture de l'entreprise

Ex-dirigeant chez Disney, Dan Cockerell est ensuite monté sur la scène pour livrer son message qui avait pour thème : Comment se porte la culture dans votre royaume ? Il a expliqué que chaque entreprise et chaque organisation possède une culture, qu'elle soit intentionnelle ou organique. Cette dernière peut être risquée puisque vous ne la contrôlez pas. C'est pourquoi, à titre de propriétaire d'entreprise, il est important de développer et d'implanter une culture propre à la vôtre. La culture, a-t-il expliqué, est tout ce qui vous tient à cœur, tout ce qui a de la valeur à vos yeux et tout ce en quoi vous croyez.

M. Cockerell a poursuivi en soulignant l'importance pour les propriétaires d'entreprise de comparer leur organisation avec d'autres. Il a recommandé d'emprunter des idées à d'autres types d'entreprises qui n'ont rien à voir avec l'industrie de la réparation automobile. « Que font-elles que vous pourriez mettre en pratique chez vous ? »

Il a conclu par une pensée percutante : « Vous n'avez jamais fini de vous améliorer. L'amélioration continue doit être une priorité. Posez-vous toujours la question : comment pouvons-nous nous améliorer encore un peu ? »

Le pouvoir de la marque

Expert en marketing, Thomas Le Maguer s'est entretenu sur l'importance d'appartenir à une marque. Il a expliqué que, malgré la croyance populaire, la marque ne tient pas uniquement à un logo. En fait, c'est l'expérience client qui est le principal constituant d'une marque. Bref, une marque, c'est ce que les gens pensent de vous.

L'expert en marketing a précisé qu'il y a deux façons de rehausser le pouvoir de la marque Simplicity. La première consiste à développer sa notoriété : plus Simplicity Soins d'auto comptera d'établissements au Canada, plus les consommateurs reconnaîtront la marque. La seconde consiste à offrir une expérience client. Quand elles sont mises en œuvre simultanément, vous obtenez alors le capital de marque.

En revanche, si vous ne respectez pas votre promesse d'une expérience client extraordinaire, votre capital de marque devient négatif, comme l'a précisé M. Le Maguer. Et ce capital de marque négatif se répercute sur tous les franchisés.

Réduire la durée du cycle

Steve Trapp, conseiller en affaires, a expliqué comment réduire la durée du cycle de réparation. Ses conseils se fondent sur son expérience en Suisse où, incroyablement, la durée du cycle est de quatre jours.

Il a recommandé d'établir des objectifs quotidiens d'entrées et de sorties, et de ne pas surcharger l'horaire. Il a également recommandé de ne pas donner une date de livraison au client au moment de l'inspection du véhicule tant que vous ne saurez pas exactement combien de temps il faudra pour effectuer les réparations.

L'une des idées innovantes empruntées à la Suisse est de créer un processus pour des réparations le même jour. C'est ce que font les Européens, ils utilisent un couloir rapide. Les pare-chocs et les rétroviseurs sont réparés le jour même.

D'autres bonnes idées : ouvrez les boîtes contenant les pièces dès que vous les recevez pour vous assurer qu'il s'agit des bonnes pièces. Tirez légèrement sur la tôle pour vérifier si elle est réparable. Étirez le châssis un brin pour vérifier l'étendue des dommages. Ne commandez pas de pièces « au cas où ». Demandez plutôt au technicien s'il peut réparer la pièce ou s'il vous faut en commander une autre.

PHOTOS JACK KAZMIERSKI

Paul Prochilo, PDG de Simplicity Soins d'auto, explique avec fierté que la conférence a laissé un impact positif sur le climat.

M. Trapp a insisté sur la nécessité de l'amélioration continue. « Environ la moitié des réparations de 10 000 $ ou plus reviennent parce qu'elles n'ont pas été effectuées correctement. Faites un suivi de vos ratés afin de savoir exactement ce que vous devez améliorer, a-t-il dit. Ne laissez pas votre client être celui qui contrôle la qualité. »

La conférence sur la croissance 2023 de Simplicity Soins d'auto a laissé un impact positif sur le climat.

Facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG)

Alyssa Marchese a expliqué pourquoi notre planète subit une crise climatique et en quoi Simplicity Soins d'auto se positionne en tête du secteur de la réparation automobile grâce à ses initiatives qui limiteront ses effets sur la planète.

Elle a parlé de l'engagement de Simplicity envers l'environnement et de la démarche entamée par l'entreprise pour atteindre la carboneutralité. Elle a présenté le dossier de décision pour la réduction du carbone et a précisé que l'objectif était rentable, et non le contraire. Simplicity Soins d'auto vise à réduire son empreinte carbone de 45 % d'ici 2035 et à devenir une entreprise à impact positif sur le climat d'ici 2045. Mme Marchese a insisté sur le fait que la seule façon de devenir carboneutre était d'impliquer les fournisseurs. Cela ne peut se faire seul.

Représentation de l'industrie.

Jean-François Champagne, président et directeur général de l'AIA Canada, a discuté des nombreux défis auxquels fait face le secteur automobile, et des moyens que l'association a mis en œuvre pour les aider, notamment par des initiatives, des programmes et des évènements, dont font partie I-CAR Canada et le Forum canadien de l'industrie de la carrosserie (CCIF).

Le secteur du marché secondaire automobile vaut près de 38 milliards de dollars et emploie environ 500 000 personnes, a expliqué M. Champagne, alors qu'il abordait les enjeux de main-d'œuvre qui touchent le secteur. Il a ajouté qu'on comptait, en 2022, près de 12 000 postes vacants dans les domaines combinés de la mécanique et de la réparation de carrosserie.

Un marché de l'emploi difficile

Sharon Ramalho, ex-dirigeante chez McDonald's Canada, a offert ses conseils sur les moyens à prendre pour prospérer malgré le difficile marché de l'emploi. « Comment faire pour vous démarquer alors que toutes les entreprises tentent d'embaucher les mêmes personnes ? », a-t-elle demandé.

À cela, elle a répondu que tout dépend de ce que vous avez à offrir. Les gens recherchent un excellent milieu de travail, non seulement un bon milieu de travail. Ils veulent également toucher un bon salaire, ils veulent pouvoir se perfectionner et ils recherchent de la souplesse. C'est tout cela mis ensemble qui vous distinguera des autres.

Surmonter l'impossible

Ex-étoile de la LNH, Jamie Macoun a raconté comment il s'est relevé d'une tragédie et a su surmonter les défis. Victime d'un accident de voiture qui l'a laissé paralysé du bras gauche, il a plutôt affirmé aux médecins qui voulaient le lui amputer qu'il retournerait sur la patinoire dans les six mois. Il a gagné son pari, a donné tort aux médecins et a par la suite gagné deux coupes Stanley.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

CARSTAR®

Groupe CARSTAR Halifax

« En nous joignant à la famille de franchisés CARSTAR, nous avons pu rester à l'avant-garde et nous tenir au courant de l'évolution constante de l'industrie de la carrosserie. Nous avons eu le soutien nécessaire pour obtenir de nombreuses certifications et assister à de multiples événements de l'industrie »

Pour commencer, visitez

CARSTARfranchise.ca

ÉNONCÉS DE POSITIONNEMENT DES FABRICANTS DE PEINTURE

Lors de la finition d'un véhicule à la suite de réparations, il est fréquent de se demander quelles sont les recommandations du fabricant de peinture pour les différentes opérations.

TEXTE **NORMAND CORMIER**

Voici donc un résumé des positionnements des principaux fabricants de peinture automobile.

Démontage avant la préparation de la surface et la peinture

Les moulures, les poignées de porte et autres garnitures doivent être enlevées dans la mesure du possible. La peinture existante doit être soigneusement nettoyée et poncée avant d'appliquer de la peinture de réparation. Cela peut être difficile, voire impossible, si les moulures ne sont pas enlevées.

Fusion de la couleur

Les couleurs de plus en plus complexes utilisées par les constructeurs automobiles et le niveau de qualité attendu des consommateurs laissent peu de marge de manœuvre quand vient le temps de repeindre le véhicule.

Tous les manufacturiers recommandent de fusionner la couleur dans le panneau adjacent si le panneau réparé est peint au complet ou en grande partie, et ce, même si l'échantillon de couleur semble très bon. Des facteurs environnementaux tels que la température de l'air, l'humidité, l'équipement de pulvérisation et même l'emplacement et la visibilité de la réparation nécessitent presque toujours qu'une fusion soit considérée pour assurer une réparation « invisible ».

Nuançage des couleurs

Avec la mondialisation et la multiplication des usines de production dans le monde, il est pratiquement impossible d'avoir une uniformité de couleur globale pour les manufacturiers automobiles.

Toyota, par exemple, compte environ 50 usines à travers le monde. Malgré tous les efforts, les couleurs de deux véhicules

ayant le même code, mais fabriqués dans deux usines différentes, ne seront pas exactement identiques.

Les fabricants de peinture suggèrent le nuançage si la meilleure formule pour la réparation risque de présenter quand même une différence lorsque fusionnée. Le nuançage de la formule devrait être fait pour rapprocher la couleur afin qu'elle puisse donner une réparation « invisible » une fois fusionnée.

Il est possible de nuancer une couleur jusqu'à obtenir une « correspondance » exacte, mais cela prend presque toujours plus de temps que de fusionner la couleur.

Fusion du vernis

Aucun fabricant de peinture n'offre de garantie sur la fusion du vernis. Celui-ci doit être appliqué sur toute la pièce, sans exception. Les constructeurs automobiles ont la même exigence. La fusion du vernis entraîne une diminution de l'épaisseur du film qui se décomposera plus rapidement lorsqu'exposé aux UV. La réparation va se détériorer et devenir évidente au fil du temps.

Sablage et polissage du vernis

Évidemment, la meilleure façon d'éliminer les défauts de surface du vernis est de prendre les dispositions nécessaires en amont : bien nettoyer le véhicule, porter un habit de peinture, entretenir la cabine, etc.

Malgré tous ces efforts, il est possible que des travaux de finition soient nécessaires. Tous les fabricants ont des procédures écrites pour ces opérations. Généralement, la recommandation est d'avoir au moins deux mils (millièmes de pouce) de vernis une fois le polissage complété.

Pour plus d'information, consulter :
scrs.com/refinish-manufacturer-technical-information/

Normand Cormier est directeur de la formation en classe pour l'Amérique du Nord pour les Systèmes de revêtements Axalta.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

COMMENT LES FOURNISSEURS DE PEINTURE ADAPTENT-ILS LEURS PRODUITS ?

Nous avons jeté un coup d'œil sur les efforts des fabricants de peinture pour réduire le temps nécessaire à la réalisation de la finition de carrosserie.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Dans les ateliers de carrosserie, la chambre à peinture est souvent un goulot d'étranglement puisque la plupart des véhicules ou de leurs pièces doivent y faire une visite plus ou moins longue.

Les fabricants de peinture ne sont pas insensibles à cette situation et si l'on ne parle pas de révolution au chapitre de la technologie liée à la peinture et aux autres revêtements de finition, on observe une constante évolution.

« En effet, la chambre à peinture est souvent un entonnoir dans le processus de réparation dans les ateliers de carrosserie », confirme Christian St-Arnaud, responsable du développement de la peinture chez Les Entrepôts A.B. « Pour les fabricants de peinture, le défi est de taille. Ils sont partenaires des ateliers dans leur objectif de livrer plus rapidement les véhicules tout en assurant la qualité du travail. Et de l'autre côté, les constructeurs automobiles n'arrêtent pas de mettre sur le marché des véhicules aux finis plus complexes à reproduire, question d'attirer l'œil des consommateurs. »

Des efforts d'efficacité

Un des récents pas en avant en matière de rapidité, selon cet expert, est l'introduction d'apprêts et maintenant des mastics à séchage rapide par rayonnement ultraviolet (UV). Les fabricants redoublent d'efforts pour optimiser leurs systèmes de peinture de maintes façons. « Plusieurs de ces produits ont été développés et testés partout autour du globe. Beaucoup de ces manufacturiers de produits proposent maintenant des apprêts et mastics UV qui sèchent en cinq minutes et sont ensuite prêts à sabler. »

« Dans un monde facile et idéal, on pourrait recevoir des pièces prépeintes. »

CHRISTIAN ST-ARNAUD
RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT DE LA PEINTURE
LES ENTREPÔTS A.B.

M. St-Arnaud mentionne toutefois que l'installation d'un système de séchage à rayonnement ultraviolet demande certains investissements selon les recommandations des manufacturiers de ces produits. M. St-Arnaud mentionne que les apprêts de type UV contiennent une plus forte concentration de matières solides et moins de solvant, lorsque comparé à l'apprêt conventionnel. L'atelier nécessite moins de produits lors de l'application pour obtenir les mêmes exigences du manufacturier sur les réparations à effectuer.

Ces produits UV sont plus dispendieux, mais offrent beaucoup d'avantages dans un atelier comme l'accélération des étapes, ainsi que la réduction des quantités utilisées et des manipulations dans l'atelier. « C'est une approche très intéressante pour sortir les véhicules plus rapidement, surtout si on parle de réparations mineures. »

Réduire les couches

Certains manufacturiers utilisent aussi des systèmes qui permettent l'application de la couleur en une couche et demie au lieu de deux à trois couches, ce qui permet encore d'accélérer le processus.

On constate que les carrosseries remplacent beaucoup de pièces au lieu de les réparer, pour des questions de qualité, de prix et de temps. Cela signifie que plusieurs pièces non peintes sont livrées dans les

PHOTOS AXALTA

ateliers. Certains manufacturiers de produits commercialisent des solutions pour ces pièces, comme des scellants colorés et même des promoteurs d'adhérences incorporés à ces mêmes scellants, parfois en combinaison. Cette offre contribue aussi à accélérer le travail. « Dans un monde facile et idéal, on pourrait recevoir des pièces prépeintes », glisse M. St-Arnaud.

L'étape de la chambre à peinture n'est pas toujours plus longue dans le processus total, mentionne l'expert, mais une chambre à peinture munie d'un système de ventilation et de chauffage accélérera tout de même tout ce processus.

Finalement, l'utilisation du spectrophotomètre devient de plus en plus répandue dans les ateliers de carrosserie de toute catégorie. Le spectrophotomètre représente un outil de couleur innovant qui contribue à accélérer le processus. « C'est beaucoup plus rapide d'identifier la bonne couleur avec cet outil, ça évite énormément de tâtonnement et les reprises. » M. St-Arnaud conclut en soulignant l'importance de la formation des peintres dans cet objectif d'offrir une finition de qualité, rapidement.

L'importance de la formation

Normand Cormier, directeur de la formation pour les Amériques chez Systèmes de revêtements Axalta, abonde dans le même sens. « La formation est la meilleure approche pour tout réduire : le temps de production et la consommation de matériel ainsi que, par la force des choses, les émissions nocives. Il faut savoir quel produit utiliser et dans quel contexte. Par exemple, pourquoi appliquer un promoteur d'adhésion lorsque le processus ne le demande pas. En mettre coûte de l'argent, prolonge le travail et ne sert finalement à rien. » Au fil des ans, M. Cormier souligne la densification graduelle des solides dans les peintures qui a contribué à réduire la consommation de matériel. L'ajout d'additifs dans les apprêts et la réduction des temps de cuisson sont aussi des avancées intéressantes. « Souvent, ces technologies nous viennent d'Europe, où les coûts énergétiques sont élevés, explique le formateur. Par exemple, un vernis qui sèche en 10 minutes à 50 degrés Celsius au lieu de 30 minutes à une température plus élevée va faire une différence sur la facture énergétique. »

Les solutions UV

L'utilisation d'apprêts à séchage plus rapide par l'utilisation du rayonnement ultraviolet est aussi une façon d'accélérer le processus. « Nous avons développé chez Axalta un diffuseur manuel en remplacement des lampes fixes qui permet de travailler sur des panneaux complets au lieu d'être utilisé uniquement sur de petites surfaces. Avec cette technologie, 15 minutes après l'application d'un apprêt, on peut passer au sablage. Évidemment, la technologie UV demande des investissements, mais elle augmente la productivité et entraîne aussi une gestion des espaces plus efficace. »

M. Cormier parle aussi du spectrophotomètre, combiné au logiciel ColorNet, comme d'un accélérant dans le processus de choix de peinture. Ce logiciel permet de corriger la formule directement à l'écran, en comparant a couleur proposée à celle captée sur le véhicule. De plus, un soutien à distance est possible pour solutionner les cas complexes avec un expert d'Axalta.

Des progrès considérables

Cinthia Gutierrez Oliveros, directrice du segment Premium pour les Amériques chez le fabricant BASF, le développement des produits de finition automobiles

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

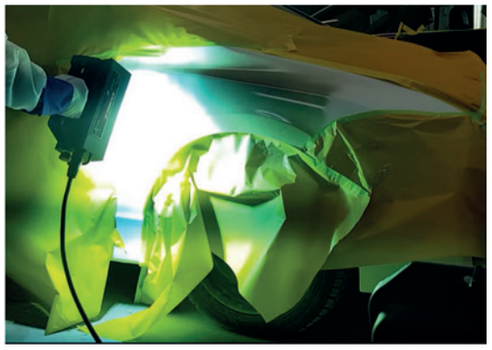
Découvrez comment

CARFAX

au cours des cent dernières années a été considérable.

En effet, il y a maintenant 135 ans, le fondateur Max Winkelmann posait les premières pierres de ce qui serait la marque Glasurit, jouant ainsi un rôle déterminant dans le développement des technologies de peintures automobiles. « Aujourd'hui, la gamme de produits Glasurit de BASF va beaucoup plus loin que la finition de carrosserie. Elle présente des solutions innovantes d'harmonisation des couleurs, en plus d'offrir l'accès à des techniciens et consultants certifiés et à des centres de formation permettant d'augmenter l'efficacité », explique Mme Gutierrez Oliveros.

Elle affirme que la gamme 100 Line vise à positionner le fournisseur avec des produits qui combinent efficacité et respect de l'environnement, deux facteurs qui poussent constamment l'évolution des produits de peinture. « Par exemple, fournir des produits à séchage rapide réduit significativement la consommation d'énergie dans les ateliers et réduit les émissions. »



Chez le fabricant Axalta, le séchage de l'apprêt est accéléré par le processus UV facilité par cette unité mobile.

L'enjeu technologique

L'avancée technologique des véhicules demande aussi une adaptation des fournisseurs de peinture. Un exemple soulevé par Mme Gutierrez Oliveros est la présence de capteurs RADAR et LiDAR derrière les couverts de parechocs ou autres pièces. « Nous avons développé dans nos gammes Glasurit et R-M, en collaboration avec les constructeurs automobiles, des peintures compatibles et nous enrichissons constamment notre catalogue pour ces applications. » Répondre aux spécifications de ces revêtements tout en obtenant la couleur souhaitée représente un défi technique auquel BASF consacre beaucoup de ressources.

« Nous cherchons constamment à développer de nouveaux produits, à réduire les temps de séchage et le nombre d'applications, tout en suivant les évolutions de couleurs. Une de nos priorités demeure d'aider les ateliers à maintenir une longueur d'avance, à être durables et compétitives », conclut-elle.

AVEC CSN, GARDEZ VOS BÉNÉFICES.

Chez CSN, nous facturons des frais mensuels fixes, et non un pourcentage de vos ventes.

Vous pouvez ainsi conserver une plus grande part de vos revenus bien mérités pour faire croître votre entreprise.

Exigez CSN

CSN COLLISION MD

csncollision.com

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

ATTEIGNEZ VOTRE PLEIN POTENTIEL

Pour paraphraser un dicton habituellement attribué à Albert Einstein, la folie, c'est de faire toujours la même chose et de s'attendre à un résultat différent.

TEXTE **SYLVAIN SÉGUIN**

Cette phrase me revient à l'esprit alors qu'au moment d'écrire ces lignes, la rentrée scolaire bat son plein et que l'automne pointe le bout de son nez.

C'est la période de relative accalmie avant la tempête, dans tous les sens du mot, où la chute des températures, la neige et les mauvaises conditions routières vont se traduire par une hausse de l'achalandage dans les ateliers de carrosserie.

Encore secoués de ce que nous avons vécu l'hiver dernier avec les cours pleines, les pièces en attentes et les ressources humaines à bout de souffle, nous devons profiter de cette période pour faire le point. J'y reviens constamment, mais il est inconcevable que nos ateliers affrontent la nouvelle saison de forte demande avec la même approche et les mêmes outils que ceux de l'année dernière.

Comment obtenir de meilleurs résultats si on ne change pas nos façons de faire, comme le rappelle Einstein ? Qu'avez-vous mis en place pour éviter que ne se reproduisent les engorgements de l'hiver dernier ?

La première mesure sur laquelle j'insiste est celle de la capacité de production de l'atelier. Savoir combien d'heures sont disponibles pour la réparation est la base d'analyse que peuvent contrôler tous les carrossiers.

Ce sont ces chiffres qui indiqueront au gestionnaire quel véhicule il peut accepter ou non selon son calendrier est ses capacités de livrer. Il est aussi néfaste de dire oui sans validation, que de dire non sans savoir. Un bon gestionnaire saura glisser les réparations plus légères et rapides à compléter entre deux travaux de plus grande envergure pour garantir que l'atelier tourne dans un objectif de rentabilité maximale.

Ensuite, la question est de déterminer si des goulots d'étranglement, le manque d'outils ou de formation, ou encore une mauvaise planification des travaux viennent nuire à l'atteinte du plein potentiel de l'atelier. Pour aider les carrossiers, il est toujours possible de s'informer auprès de son réseau, si ce n'est pas déjà chose faite, des statistiques de productivité des différents départements d'entreprises comparables.

L'approche se veut concrète. Manque-t-il un employé à un poste clé dont l'absence retarde l'ensemble du flux de production ? Ou encore, un nouvel équipement pourrait-il simplifier et accélérer le travail ?

Chose certaine, avant de poser des gestes, mieux vaut avoir un portrait global de la situation. Vos fournisseurs peuvent vous guider vers de meilleures pratiques qui vont contribuer à aplanir certaines aspérités. Mais je crois qu'il est dans votre droit de vous adresser à vos réseaux pour avoir accès aux outils de mesure, de comparaison et de gestion qui vous permettront de changer vos façons de faire, pour obtenir de meilleurs résultats.

Sylvain Séguin a occupé divers rôles importants dans l'industrie, avant de devenir président de Réseau Fix Canada.

GAA

L'ESTIMATION DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES

Les véhicules électriques sont de plus en plus présents sur nos routes. Voici un survol des conseils sur la sécurité en matière d'estimation et de réparation de ce type de véhicule.

TEXTE **GROUPEMENT DES ASSUREURS AUTOMOBILES**

Des gants isolants pour manipuler un faisceau électrique d'un système à haute tension.

Ils fonctionnent à des tensions élevées, jusqu'à 800 volts, et tout dommage ou dysfonctionnement de leurs systèmes électriques (batterie, câbles, etc.) peut entraîner une libération d'énergie dangereuse, voire mortelle.

Pour manipuler les véhicules électriques, des formations spécifiques et des équipements adaptés sont nécessaires pour éviter tout risque d'électrocution.

À savoir

Avant de commencer les vérifications, il est important de porter des équipements de protection individuelle (ÉPI) requis, comme les gants isolants qui protègent jusqu'à 1000 volts.

Plusieurs croient à tort que déconnecter la prise de service rend automatiquement le véhicule sécuritaire. La déconnexion de cette prise ne retire pas automatiquement l'énergie du reste du système à haute tension. Des vérifications supplémentaires doivent être effectuées pour confirmer que le véhicule est sécuritaire.

Le respect des recommandations du constructeur concernant les précautions à prendre avec les systèmes à haute tension réduira considérablement les risques liés à l'estimation et à la réparation des véhicules électriques.

En savoir plus : estimation.gaa.qc.ca/formations

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

CARROSSIER PROCOLOR

CONSTRUIRE UNE ENTREPRISE SUR DES VALEURS DE RESPECT

C'est entouré d'une équipe remarquable, que Benoit Gagné gère trois ateliers de carrosserie sous la bannière Carrossier ProColor sur la Rive Nord de Montréal.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Monsieur Gagné a ouvert un premier atelier de carrosserie à Blainville en 2003 après quelques années à faire ses classes chez un concessionnaire. Jusqu'en 2010, le carrossier exploitera l'atelier de façon indépendante, avant de prendre une décision déterminante pour la suite.

« J'ai décidé de joindre la bannière Carrossier ProColor à ce moment-là, explique l'entrepreneur. Ç'a été sans contredit un accélérant pour mon atelier. L'équipe de ProColor a été là pour m'accompagner alors que je voulais faire progresser mon entreprise. »

À son avis, joindre ce groupe lui a grandement facilité le développement des relations d'affaires avec les compagnies d'assurances. « De plus, me joindre à cette bannière me donnait accès une communauté d'entrepreneurs, des carrossiers inspirants avec lesquels je pouvais apprendre et partager. »

Une approche multiatelier

Au fil des ans et des occasions d'affaires, deux autres ateliers se sont ajoutés à celui de Blainville. L'atelier de Piedmont/Saint-Sauveur puis celui de Laval Est ont rejoint le groupe toujours sous la bannière Carrossier ProColor.

La création de ce groupe de carrossiers découle de l'esprit entrepreneurial de M. Gagné, mais repose aussi sur sa capacité à savoir s'entourer. « Mes deux filles sont impliquées dans l'entreprise, comme mon épouse Julie, explique-t-il. J'ai aussi deux partenaires d'affaires qui m'appuient dans les opérations des succursales. Il est de première importance pour moi que mes filles Naomie et Ophélie soient sur le plancher et fassent leurs preuves dans les équipes. Et puis, il est essentiel dans notre approche de gestion que nous soyons proches de nos employés. Au-delà de tout, ce sont nos employés qui nous font avancer. »

Trois ateliers autonomes

Les trois ateliers fonctionnent de façon indépendante et autonome même si, parfois, certains véhicules peuvent circuler d'un atelier à un autre pour des services spécifiques. Mentionnons d'ailleurs que M. Gagné ne lésine pas sur les investissements. De fait, il vient tout juste de faire renaître son atelier Piedmont/Saint-Sauveur en le logeant dans un immense local tout neuf et garni des dernières technologies à Sainte-Anne-des-Lacs.

Avec son équipe familiale et de gestionnaires de confiance, le carrossier exploite ces ateliers avec une approche de proximité. « Évidemment, je peux suivre les chiffres et les indicateurs en temps réel grâce à un tableau de bord de ma conception, explique-t-il. Mais au-delà des chiffres, notre arme secrète c'est notre écoute. Nous offrons des conditions concurrentielles à nos quelque 80 employés. On a beau avoir les meilleurs équipements, il nous faut des techniciens qualifiés et motivés pour les utliliser à leur pleine capacité. Bref, si nous avons pu développer notre entreprise de si belle façon au cours des années, c'est que notre approche familiale donne de bons résultats. »

PHOTO **KARYNE PLOUFFE**

L'INNOVATION DU NUMÉRIQUE AU SERVICE DE LA SALLE DE MÉLANGE

Voici comment les nouvelles technologies de PPG sont gage d'économie de temps et de produits, tout en améliorant la précision des contretypages.

TEXTE **PPG**

Le technicien de Carl's Collision Center utilise le système MOONWALK de PPG.

Les solutions mises en marché récemment dans le cadre de l'écosystème numérique LINQ de PPG introduisent, pour les carrossiers, l'ère nouvelle des mélanges de peintures de refinition et sauront susciter des gains importants en matière de productivité. L'écosystème numérique *LINQ* de PPG propose un ensemble d'outils matériels et logiciels conjugués à des services innovants, le tout s'utilisant grâce à une plateforme infonuagique.

Carl Garcia, propriétaire de l'atelier Carl's Collision Center, à Fall River, au Massachusetts, est adepte des outils numériques *LINQ* en particulier parce que son personnel est plutôt jeune. « Les jeunes d'aujourd'hui grandissent avec les ordinateurs et les téléphones intelligents. Il nous faut donc nous adapter pour accueillir cette nouvelle main-d'œuvre. »

Spectrophotomètre DIGIMATCH de PPG

Ce spectrophotomètre de petite taille lit la couleur d'un véhicule donné selon six angles de prise de vue et six angles de réflectivité supplémentaires pour saisir les données de couleur et de texture, notamment la taille des particules de pigments à effets spéciaux.

La lecture est automatiquement intégrée au logiciel de récupération des formules pour repérer la meilleure correspondance possible. Les lectures du spectrophotomètre sont saisies par un autre outil innovant de PPG pour améliorer encore davantage le repérage de la meilleure correspondance possible : le logiciel VISUALIZID.

Logiciel *VisualizID* de PPG

Le tout premier du genre dans l'industrie, ce logiciel de pointe permet aux techniciens de comparer les rendus 3D des couleurs retenues ainsi que plusieurs échantillons virtuels en quelques minutes seulement. Ces échantillons offrent des vues depuis les angles de réflexion et de biais, ainsi que de face ; on peut les mouvoir dans tous les sens ou les examiner en mode « fondu » (blend) ou « distinct » (edge).

« Auparavant, il fallait réaliser des cartes d'échantillons physiques pour tester les couleurs », explique M. Garcia. « Il fallait au moins quinze minutes pour chaque voiture, voire parfois jusqu'à une heure. Maintenant, au lieu de cartes d'essai, nous pouvons compter sur des échantillons virtuels. »

Une fois satisfait de la correspondance, le technicien appuie sur un bouton pour envoyer la formule à un autre outil de pointe de PPG que M. Garcia a intégré à ses processus, le système *MoonWalk*.

Système de mélange *Moonwalk* de PPG

Il s'agit d'un système automatique de mélange de peintures primé, conçu pour s'utiliser avec le système de peinture à base d'eau ENVIROBASE Haute performance. « Il nous apporte un grand avantage, affirme M. Garcia. Il est précis à 100 % et n'occasionne aucun gaspillage. Ce système nous a permis d'augmenter notre efficacité d'au moins 15 %. »

Frank McClosky, propriétaire de six ateliers Frank's Collision Center qu'il exploite dans la région de Houston, au Texas, fait lui aussi l'éloge du système automatisé de mélange. « Nous obtenons des mélanges et des contretypages extrêmement précis, chaque fois. Ce système est précis au centième de gramme. De plus, il ne nous est encore jamais arrivé de verser trop de produit. »

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'écosystème numérique *LINQ* et le système de mélange automatisé *MoonWalk* de PPG, communiquez avec votre distributeur local ou votre représentant de PPG.

PHOTO **PPG**

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

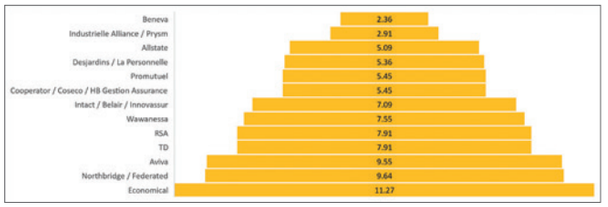
CARFAX

LE SONDAGE SUR LES RELATIONS AVEC LES ASSUREURS AFFICHE DES GAINS

Les résultats de la seconde édition du sondage sur les relations entre les carrossiers et les assureurs, réalisée sous l'égide de la CCPQ, indiquent certains gains dans un contexte où les rapports demeurent parfois tendus.

TEXTE **LUC FILLION, PORTE-PAROLE CCPQ**

Ce sondage a permis aux carrossiers de dresser un portrait clair de leurs relations avec les diverses compagnies d'assurance actives au Québec. Le classement de ces compagnies montre que Beneva, Industrielle Alliance, Allstate et Desjardins sont les donneurs d'ouvrage avec lesquels les carrossiers ont les meilleures relations.



Le classement des assureurs en 2023, à la lumière de la qualité de leurs relations avec les carrossiers.

On peut aussi constater dans ce classement un fort recul de l'appréciation d'Intact, comparativement aux résultats de 2021.

À la lumière des résultats détaillés de ce sondage, où les carrossiers étaient invités à émettre leurs commentaires, nous constatons que le fait d'avoir partagé les résultats du sondage de 2021 avec les assureurs a eu un effet positif sur certains aspects. Des initiatives comme la hausse du taux horaire, la prise en charge de certains frais pour le véhicule de remplacement ou encore l'octroi d'un montant plus élevé pour les frais de gestions montrent qu'il y a un changement graduel de l'attitude des assureurs à l'égard des carrossiers.

Espérons que les résultats de cette année, que nous allons faire parvenir aux assureurs québécois, vont les sensibiliser.

Le sondage indique également que la pénurie de main-d'œuvre qualifiée affecte aussi les compagnies d'assurance. Plusieurs carrossiers ont indiqué leur frustration d'attendre trop longtemps des réponses à leurs questions ou encore de tomber sur des intervenants peu compétents.

Nos recommandations

À la lumière des résultats de ce sondage et des nombreuses observations de nos carrossiers, la CCPQ va relancer les représentants des compagnies d'assurance sur ce qui représente les principaux points de friction dans ces relations.

Ainsi, nous allons revenir sur le fait, encore une fois, que le taux horaire versé aux carrossiers est loin d'être adéquat. Dans un contexte où les temps de réparation s'allongent, les assureurs devraient prendre en charge la voiture de remplacement. Les frais de gestion devraient aussi être bonifiés, comme certains assureurs ont commencé à le faire. Et finalement, les carrossiers souhaitent la suppression des ententes sur les escomptes de volume.

Luc Fillion comptant plusieurs années d'expérience dans le secteur de la carrosserie est conseiller spécial pour la CCPQ.

PHOTOS **CCPQ**

PPG LINQ[MC]

Connectez-vous. Automatisez. Numérisez.

Un écosystème numérique intégral pour l'industrie mondiale de la refinition automobile.

Transformez votre expérience client, vos partenariats et les activités internes de votre atelier de carrosserie grâce au système *PPG LINQ* proposant un réseau logiciel et matériel de pointe conjugué à des services innovants.

- Simplifiez les procédés de réparation
- Réduisez le gaspillage
- Optimisez la consommation des produits
- Optimisez vos revenus

Explorez l'écosystème numérique *LINQ* de PPG.
Visitez PPGLINQ.com

PPG LINQ[MC]

Le *Logo PPG* est une marque déposée, et *PPG LINQ* est une marque de commerce de PPG Industries Ohio, Inc.
©2023 PPG Industries, Inc. Tous droits réservés.

Derrière CARFAX Canada, y'a toute une équipe qui s'investit dans votre succès

Sophie-Ann
Directrice régionale des ventes - Est-du-Québec

Découvrez comment

CARFAX

vive la différence[MC] dans la fiabilité

Les bénéfices d'un parc automobile Subaru sont infinis. Avec des avantages qui vont au-delà du coût d'acquisition, vous offrirez à votre équipe des véhicules sécuritaires, fiables et efficaces dès aujourd'hui, tout en profitant de la différence dans la sûreté et d'une valeur de revente élevée.

CROSSTREK

FORESTER

IMPREZA

AWD Traction intégrale symétrique

Une traction intégrale symétrique à prise constante qui inspire confiance sur la route. Une conduite supérieure, un contrôle exceptionnel et une maniabilité sur laquelle vous pouvez compter.

EyeSight[MD] Technologie d'aide à la conduite

Un système de sécurité avancé et innovant qui vous aide à éviter les dangers potentiels sur la route. Subaru garde votre sécurité à l'œil[1].

SUBARU STARLINK[MD]

Un système de technologie intégré qui connecte votre Subaru au reste du monde, vous offrant en tout temps sécurité et commodité partout où vous irez[2].

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

SUBARU

Visitez **subarufleet.ca**