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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

AUTOSPHEREMAG

PM40014105

OCTOBRE 2025 / VOL 6 / NO 5 / 6,95 $

PNEUS



Congrès annuel

POINT S CANADA CÉLÈBRE SES SUCCÈS À BARCELONE

CONCESSIONNAIRES



Keyloop

CROISSANCE, TRANSITION ET HAUTE TECHNOLOGIE

MÉCANIQUE



NAPA AUTOPRO

LE RENDEZ-VOUS DES ÉTOILES RÉUNIT LES MEMBRES DU QUÉBEC

CARROSSERIE



Conférence sur la croissance de Simplicity Soins d'auto 2025

SOUTIEN, FIABILITÉ ET RÉUSSITE

RENOUVELEZ SANS TARDER

VOTRE MAGAZINE ! C'EST GRATUIT ET FACILE.

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

autosphere.ca/fr/abonnement/

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

SOYEZ PRÊT POUR L'HIVER



TRIANGLE

TI501 ICELYNX

PNEUS TOURISME & VUS

Le Triangle Icelynx TI501 est un pneu directionnel cloutable qui offre une excellente maniabilité et accélération sur les routes glacées et enneigées, garantissant une expérience de conduite hivernale sûre et maîtrisée.

MIRAGE

MR-W662

PNEUS TOURISME & CAMIONNETTE



SAILUN

ICEBLAZER WSTX

PNEUS TOURISME & MULTISEGMENT / VUS



SAILUN

TERRAMAX AT2

PNEUS VUS, CAMIONETTE & FOURGONNETTE



DTI DYNAMIC TIRE

SOMMAIRE

AUTOSPHEREMAG
Octobre 2025

CONCESSIONNAIRES

6 À la une | Keyloop
La plateforme Fusion offre une solution d'avenir

Dossier : Département de service
10 **L'entretien est-il trop cher chez le concessionnaire ?**

12 AutoJournal visite...
Toyota Montréal-Nord redéfinit le service

15 Gestion de la relation client par Yanick Jomphe
L'expérience client durant la saison des pneus

16 Evénement
L'intelligence artificielle à l'ordre du jour

17 Écho de l'association | CCAQ par Ian P. Sam Yue Chi
Même objectif, différent chemin

PNEUS

18 À la une | Point S
Point S Canada célèbre ses succès à Barcelone

Dossier : Équipement
22 **Le prêt-à-changer qui change la donne**

24 Atelier en vedette | Service du pneu PJL
Debout face aux crises

27 Chaîne d'approvisionnement | Dynamic Tire
Des solutions fluides pour la croissance

28 Gamme économique
Pneux HIFLY

30 Focus pneus | Pneus LT
Un meilleur rapport qualité-prix

32 Nouveau produit | Sailun Tire
Un pneu pour toutes les saisons

33 Écho de l'association | ASPMQ
Le taux horaire est le vrai salaire

MÉCANIQUE

34 À la une | NAPA AUTOPRO
Le rendez-vous des étoiles réunit ses membres

Dossier : Sous l'auto
38 **La suspension pour la sécurité et le confort**

40 Atelier en vedette | Midas
De la poussette à l'Atelier 3.0

42 Événement | VinFast et NexDrive
Un partenariat inédit pour l'entretien des VÉ

44 Événement
Un grand pas pour Bestbuy Distributors

46 Événement | Symposium AARO 2025
Le grand virage

48 Le succès par le savoir-être par Réjean Lortie
À quoi ressemblera l'automne ?

49 Écho de l'association | AIA Québec par Mathieu Côté
Revoyons la question des inspections obligatoires

CARROSSERIE

50 À la une | Conférence Simplicity Soins d'auto 2025
Soutien, fiabilité et réussite

Dossier : Finition
54 **Bien choisir son pistolet à peinture**

58 Atelier en vedette | CARSTAR Dorval
Du Caire au prix CARSTAR recrue de l'année

60 Spotlight Carroserie par Kassy Vaudry
Le département RH, ça s'apprend !

62 Nouvelle de l'industrie
Un événement pivot pour la CCPQ

64 Événement
Rencontre avec la talentueuse Mélody Tremblay

66 Écho de l'association | CCPQ par Jonathan Pilon
Mon constat après une première année à la CCPQ

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

LAISSER JOUER LES FORCES DU MARCHÉ



Le virage électrique ne se fera peut-être pas aussi rapidement qu'escompté, toutefois, le mouvement semble inéluctable.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

L'idée de cet éditorial me vient de la préparation du contenu que vous allez lire. L'important, pour le consommateur, est d'avoir accès à un véhicule qui correspond à ses besoins, à son budget et aussi, dans une certaine mesure, à ses convictions. L'éditorial d'Ian Sam Yue Chi en page 17 de cette édition éclaire très bien ce point, soulignant que l'allégement de mesures de contrainte envers les constructeurs pourrait très bien avoir un effet positif sur l'adoption du véhicule électrique et hybride au Québec et ailleurs.

Toujours en matière de mobilité, les jeux commerciaux imposés par l'administration de Washington ont aussi un impact sur le coût des véhicules neufs. Jumelé à l'incertitude économique ambiante, il en résulte un vieillissement continu du parc automobile : les gens hésitent à se compromettre pour une nouvelle ronde de mensualités. Une bonne nouvelle pour le marché secondaire, certes, à la nuance près que les pièces de remplacement ont aussi augmenté en prix et que le consommateur limite ses dépenses d'entretien au strict nécessaire.

Bref, le marché connaît des convulsions, la masse des consommateurs, contrairement aux adoptants précoces, hésite encore à opter pour l'électrique et les budgets de tous et chacun se resserrent. Il n'en demeure pas moins que les Québécois accumulent les kilomètres derrière le volant à une hauteur comparable à celle qui précédait la pandémie. Tous les joueurs de l'écosystème automobile québécois, marchands de voitures neuves comme d'occasion, fournisseurs de services d'entretien et de réparation, doivent ajuster leurs offres à cette réalité toujours mouvante.

Pour boucler la boucle sur l'électrification, nous constatons que rarissimes sont les consommateurs conduisant un véhicule électrique qui considèrent un retour à une motorisation 100 % à combustion pour leur prochaine voiture. Contre vents et marées, cette nouveauté s'enracine dans les habitudes.

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

DIRECTION **Président** René Lewandowski

RÉDACTION
Rédacteur en chef Michel Beaunoyer
Collaborateurs Huw Evans, Sophie Ginoux, Isabelle Havasy, Jack Kazmierski et Guy O'Bomsawin
Chroniqueurs Mathieu Côté, Yanick Jomphe, Réjean Lortie, Jonathan Pilon, Ian P. Sam Yue Chi et Kassy Vaudry

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

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

ADMINISTRATION **Responsable de la comptabilité** Esther Twells

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

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

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

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

Financé par le gouvernement du Canada | Canada



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

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

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



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

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

CONCESSIONNAIRES





Keyloop

LA PLATEFORME FUSION DE KEYLOOP OFFRE UNE SOLUTION D'AVENIR, AUJOURD'HUI

La complexité de la gestion des opérations des concessionnaires automobiles a poussé le fournisseur de solutions Keyloop à déployer la plateforme intégrée (ARP) Fusion, optimisant tout le processus de vente de véhicules, des premières recherches du consommateur jusqu'à la prise de possession et la rétention du client.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

C'est à Montréal, le 23 septembre, que Keyloop, chef de file mondial des technologies automobiles, a annoncé le lancement de sa nouvelle plateforme Fusion. L'événement Fusion Live invitant d'importants concessionnaires canadiens à découvrir comment ces nouvelles solutions peuvent avoir un impact direct sur leur efficacité et leur rentabilité.

Cette nouvelle plateforme intégrée de vente au détail automobile (Retail Automotive Plateform - ARP) vise à aider les concessionnaires canadiens à gérer et à optimiser l'ensemble du processus commercial, de la première demande d'information sur le Web jusqu'à la fidélisation du client après la transaction.

La plateforme intégrée se décline sous quatre modules : *Demand, Supply, Ownership and Operate*, couvrant les fonctions clés d'une concession automobile.

Soulignons que le système de gestion de concessionnaires (DMS) Keyloop Serti, reconnu comme une référence dans l'industrie, est désormais un élément central du domaine *Operate*. Tous les modules de Fusion s'appuient sur le Active Data Core (ADC), une base de données qui rassemble en un seul dossier complet l'ensemble des interactions et des transactions clients, accessible à tous les départements.

Les participants pouvaient découvrir les applications concrètes des quatre volets de la plateforme Fusion lors d'ateliers animés par les spécialistes des produits.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Une brochette de concessionnaires canadiens était invitée à découvrir la solution Fusion de Keyloop pour optimiser leurs opérations.

Apprivoiser l'Intelligence artificielle

Fusion a été conçu pour mettre en commun toutes ces informations découlant des interactions avec les clients, de les jumeler avec la gestion dynamique de l'inventaire et des opérations du département de service, pour tailler des relations d'affaires sur mesure et fidéliser la clientèle. Fusion se veut ainsi un outil de vision à 360 degrés pour les gestionnaires de concession, leur permettant une prise de décision rapide et stratégique grâce à l'appui de l'intelligence artificielle.

La plateforme est basée sur le nuage, ce qui permet une implantation rapide et sécuritaire dans des organisations de toutes tailles, y compris les grands groupes de concessionnaires opérant un réseau de sites représentant une diversité de marques automobiles. Pour les marchands de plus petite taille, le gain découlant de l'élimination des cloisons entre les divers départements sera significatif.

Grâce à sa technologie « Experience-First », Fusion veut placer le client au cœur de toutes les activités, aidant les détaillants à lui offrir des expériences positives et personnalisées tout en augmentant leurs revenus tout au long du cycle d'achat et de possession. Elle vise aussi à automatiser des processus clés pour réduire les coûts et améliorer l'agilité des affaires.

Parmi les options offertes par Fusion et de ses quatre modules, les concessionnaires peuvent choisir ceux qui répondent le mieux à leurs besoins ou implanter la plateforme complète.

Des démonstrations détaillées

Durant la rencontre, en plus des présentations sur les grands objectifs de la plateforme Fusion et de ses capacités, les concessionnaires participants pouvaient en apprendre davantage sur chacun des quatre modules couverts lors des démonstrations spécifiques animées par des spécialistes des produits.

- ***Demand*** **:** Aide les concessionnaires à maximiser la rentabilité des transactions grâce à des outils de communication et de commerce électronique, un logiciel de vente omnicanal et des initiatives intelligentes de fidélisation. Les composantes clés incluent Acquisition Hub (plateforme favorisant un parcours omnicanal fluide) et Sales Hub (nouveau CRM et système de gestion des ventes propulsé par l'IA).
- ***Supply*** **:** Permet aux concessionnaires, aux constructeurs et aux fournisseurs de parcs de maximiser la marge par véhicule grâce à une gestion proactive des inventaires. Les produits Supply sont utilisés par plus de 1 200 concessionnaires dans le monde et par 90 % des 10 plus grandes firmes de location automobile au Royaume-Uni.
- ***Ownership*** **:** Suite d'outils axés sur l'après-vente et la gestion du département de service, augmentant l'efficacité et la satisfaction des clients. Aide les concessionnaires à optimiser l'utilisation de leurs ateliers et à accroître leurs revenus par visite.
- ***Operate*** **:** Intégrant au cœur le DMS avancé Keyloop Serti, ce module soutient une efficacité opérationnelle maximale et des prises de décisions d'affaires plus rapides et éclairées.

PHOTOS YANN CANNO ET MICHEL BEAUNOYER

Une implantation graduelle

En entrevue avec Autosphere, Tim Smith, chef de la stratégie chez Keyloop, a expliqué que les quatre modules de Fusion seraient déployés graduellement dès maintenant. Le volet *Demand*, par exemple, est déjà disponible, car il répondait à un besoin urgent manifesté par les concessionnaires pour un outil de vente en ligne fluide, combinant un accompagnement personnalisé de l'internaute intéressé par ses produits et une gestion dynamique des inventaires.

« Les consommateurs veulent une expérience de magasinage et d'achat simplifiée, a-t-il illustré. De l'autre côté, le concessionnaire veut convertir le maximum de demande d'information en ventes fermes. Qui plus est, le commerçant voudra comprendre et anticiper les besoins du consommateur pour optimiser chaque vente. Le décloisonnement des opérations par la plateforme intégrée Fusion va aussi se traduire, lors du déploiement du module Propriété au début de l'année prochaine, par une prise en charge complète et intelligente du client après la vente. »

Cette volonté de simplicité, de transparence et de partage de l'information stratégique entre départements rejoignait d'ailleurs les propos tenus par les membres d'un panel, invité par Keyloop, représentant concessionnaire, constructeur, fournisseur de services ainsi qu'une firme d'analyse du marché automobile canadien. Ces spécialistes ont expliqué aux participants comment le marché était volatil en ce moment et que l'explosion des données imposait l'acquisition d'outils en permettant une gestion efficace. Ils ont aussi souligné que le secteur automobile canadien représente un écosystème complexe où des canaux de communication entre le constructeur jusqu'au client final, en passant par le concessionnaire et ses partenaires, doivent être simplifiés et bonifiés.

Une approche simplifiée

D'ailleurs, dans son allocution, Sebastiaan Roovers, vice-président des ventes pour les Amériques, a confirmé cette réalité. « L'écosystème automobile d'aujourd'hui exige une approche plus flexible, évolutive et intégrée. Fusion représente une proposition claire et convaincante, conçue pour générer de la valeur pour nos clients. Elle repose sur une approche connectée et axée sur les données, qui favorise la confiance, la croissance des revenus et la fidélité à long terme. Le nombre de concessionnaires qui se bousculent pour acheter la plateforme est très encourageant et prouve que nous avançons dans la bonne direction pour les aider à assurer leur rentabilité et leur succès à long terme. »

Il ne fait aucun doute dans l'esprit des représentants de Keyloop, que les modules de Fusion vont répondre aux besoins réels des concessionnaires canadiens et de leurs clients. Le déploiement de la plateforme et de ses quatre modules se fera au départ en travaillant auprès des concessionnaires utilisant déjà des solutions Keyloop.

« Nous travaillons actuellement avec un groupe restreint de premiers utilisateurs pour assurer une intégration fluide de la suite Fusion sur l'ensemble du marché canadien, explique Tim Smith. Notre commercialisation s'axe sur le succès. Nous voulons que le concessionnaire réalise concrètement les avantages de notre approche intégrée. Notre priorité demeure de simplifier le parcours d'achat et de possession de véhicules, en demeurant fidèles à nos principes Experience-First. Fusion est bien plus qu'une solution technologique : c'est une approche transformationnelle qui redéfinit notre industrie et crée de la valeur pour tous les acteurs. »

La journée s'est conclue par une période de questions avec l'équipe de direction qui s'est montrée chaleureuse et transparente. Ce qui ressort clairement de cette journée Fusion Live à Montréal, c'est que des composantes importantes de la plateforme intégrée Fusion sont déjà utilisées avec succès par les concessionnaires canadiens. Le déploiement des modules complémentaires se fera dans un prolongement logique au sein des opérations de ces marchands d'automobiles. Ce que dit aussi la direction de Keyloop, c'est que ses solutions sont taillées sur mesure aux besoins des concessionnaires et que sa force de développement à l'échelle mondiale, lui permettra de constamment bonifier ses produits, notamment par l'intégration d'outils d'analyse basés sur l'automatisation et l'intelligence artificielle.



Les participants pouvaient découvrir les applications concrètes des quatre modules de la plateforme Fusion lors d'ateliers animés par les spécialistes des produits.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



L'ENTRETIEN EST-IL TROP CHER CHEZ LE CONCESSIONNAIRE ?

Pour de nombreux automobilistes, poursuivre l'entretien et la réparation de leur véhicule chez le concessionnaire, une fois la garantie du constructeur échue, rime inévitablement avec une facture salée.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Cette perception, bien ancrée dans l'esprit des consommateurs, les pousse à se tourner vers les ateliers indépendants. Ces commerces de proximité leur semblent plus abordables. Mais qu'en est-il réellement ?

Ce mythe est en partie fondé sur le taux horaire, explique Jacques Olivier Jr, président du Groupe Olivier Automobiles et de la Corporation des concessionnaires d'automobiles de Montréal (CCAM). Et la réalité, fait-il valoir, est plus nuancée qu'elle n'y paraît aux premiers abords.

Derrière ces chiffres, qui s'additionneront sur la note, se cache une foule d'autres facteurs, qui, en fin de compte, contribueront à réduire le montant global. Main-d'œuvre spécialisée, produits, outils et équipements adaptés, de même que les bulletins techniques en provenance du constructeur accroissent l'efficacité des opérations. Et désormais, l'offre élargie de pièces permet d'accommoder les divers budgets. Ensemble, ces éléments changent la donne et remettent en question la croyance du « toujours plus cher » en concession.

« Notre tarif horaire est plus élevé », admet M. Olivier, dont la moyenne au sein de son groupe varie entre 130 $ et 170 $. Les ateliers indépendants affichent, de leur côté, un taux généralement plus bas, ce qui donne l'impression immédiate d'économiser. « Dans une continuité d'entretien, il est possible qu'ils soient aussi qualifiés et fassent un travail équivalent à celui fait chez un concessionnaire, mais à prix moindre. » Par contre, quand survient un bris mécanique, d'autres facteurs s'ajoutent et viennent influencer la tournure des événements. Le taux horaire seul alors ne suffit plus pour déterminer le montant qui sera facturé.

Abaisser les coûts par la spécialisation

Appelés à travailler presque exclusivement sur une marque, les techniciens en concession sont au fait des particularités mécaniques de chacun des véhicules de la famille. Grâce à leur spécialisation, soutenue par un outillage spécifique, une formation continue et des bulletins techniques en temps réel, ils sont en mesure de diagnostiquer plus rapidement la source d'un problème. Il en résulte moins d'essais-erreurs, moins d'heures facturées et une réparation plus rapide. Ainsi, un taux horaire plus élevé peut paradoxalement, mener à une note finale équivalente ou même inférieure à celle d'un atelier indépendant.

Respecter le calendrier d'entretien recommandé par le constructeur contribue également à abaisser les coûts, ajoute le président. « Ma quarantaine d'années d'expérience m'a permis d'avoir quelques certitudes dans mon industrie. Un client qui fait faire ses entretiens réguliers aura, dans son cycle de vie du véhicule, beaucoup moins de dépenses liées à la réparation. » En prime, cette traçabilité peut s'avérer déterminante lorsque

des problèmes majeurs surviennent, même après la période de garantie. « J'ai vu des cas où le manufacturier a payé 50 %, 80 % ou encore, 100 % de la facture, parce que l'entretien était conforme et avait été documenté. Faire affaire avec un concessionnaire aide à bâtir cet historique. ». À l'inverse, un entretien réalisé avec des produits ou des pièces non conformes pourrait compromettre cette prise en charge.

En ce qui a trait aux « actes qui ne nécessitent pas de diagnostic ou d'expertise », tels que les changements d'huile et de pneus, « on essaie de s'aligner sur le prix du marché ». Pour demeurer compétitifs, certains concessionnaires proposent ces services à forfaits. Cette façon de procéder contribue aussi à favoriser la rétention des clients alors qu'ils les « accompagnent tout au long du processus de cycle de possession ».

M. Olivier admet qu'historiquement, « on n'était pas bon dans la rétention après la période de garantie, mais ça s'améliore. » L'électronique et la complexité des véhicules jouent à leur avantage. Pour s'assurer que les techniciens trouveront le problème à la suite d'un bris, beaucoup de propriétaires préfèrent se rendre directement chez le concessionnaire.

Les équipes de M. Olivier s'affairent aussi à effectuer un meilleur suivi. Plusieurs concessions ont constaté que l'entretien hors garantie peut générer de belles retombées. Au milieu des années 1990, 70 % des travaux réalisés étaient sous garantie et 30 % provenaient de l'entretien et du « vendu ». Trente ans plus tard, la tendance s'est inversée. « On est de plus en plus conscient des revenus disponibles de ce côté-là et on veut aller les chercher. On souhaite que le client reste chez nous, car ça aide aussi à lui vendre son futur véhicule. »

Des options pour toutes les bourses

Toutefois, M. Olivier sait pertinemment que « le prix va toujours demeurer un facteur déterminant pour le consommateur ». D'où l'importance de proposer une plus grande variété de pneus et de pièces. En plus de leurs produits d'origine, leur catalogue comprend désormais d'autres options provenant de fournisseurs extérieurs comme UAP NAPA.

Même les constructeurs ont flairé la bonne affaire. Des marques telles que Ford et Chrysler ont développé une gamme intermédiaire qui porte leur griffe. Plus abordable et de qualité comparable à la série originale, elle n'est juste pas dotée d'une garantie équivalente. « L'objectif avec ces ententes », soutient M. Olivier, « est de fidéliser notre clientèle en lui proposant une deuxième solution du point de vue de la facture pour qu'elle soit capable de procéder à l'entretien ou à la réparation sans trop affecter son portefeuille. »

Plus qu'une question de tarif horaire, l'entretien en concession repose sur l'expertise, l'efficacité et la transparence. Avec des options adaptées à tous les budgets, les concessionnaires démontrent qu'ils peuvent rivaliser avec le marché secondaire et offrir une valeur ajoutée qui va bien au-delà du mythe du « toujours plus cher ».

Comment les consommateurs choisissent leur atelier

Dans une étude intitulée *Concessionnaire ou indépendants ? Comment les propriétaires de véhicules choisissent-ils leur ateliers,* publiée en 2024, l'Association des industries de l'automobile du Canada a tracé un portrait très intéressant des habitudes de consommateurs sur cette question.

Ainsi, à la grandeur du Canada, les ateliers indépendants comme les départements de service des concessionnaires seront heureux d'apprendre qu'à peine 9 % des automobilistes font les entretiens et les réparations sur leurs véhicules eux-mêmes ou confient le travail à un proche. Et ceux qui le font se limitent aux changements de pneus, à la vidange d'huile ou au remplacement de plaquettes de frein.

Le vaste sondage indique aussi que 27 % des consommateurs resteront fidèles à leur concessionnaire pour l'entretien durant toute la vie de leur véhicule. Plus de la moitié des répondants indique utiliser les deux types de services.

Le rapport explique aussi que 34 % des consommateurs qui optent pour un atelier indépendant le font, car ils considèrent y obtenir un meilleur rapport qualité / prix. Évidemment, les consommateurs vont rester plus fidèles au département de service durant la période où le véhicule est couvert par la garantie d'origine. Signalons que près de la moitié des répondants estimaient que les techniciens travaillant chez un concessionnaire sont mieux formés que dans les ateliers indépendants.

Selon ce sondage, les consommateurs estiment que les ateliers indépendants se font plus attrayants lorsque l'on parle du rapport qualité /prix, les concessionnaires se démarquent par leurs communications proactives, l'utilité du conseiller technique, la qualité de ses pièces, leur compétence technique et la propreté des lieux.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



TOYOTA MONTRÉAL-NORD REDÉFINIT LE SERVICE EN CONCESSION

À l'intersection des boulevards Henri-Bourassa et Albert Hudon, l'immense bâtisse de Toyota Montréal-Nord, avec l'une de ses portes donnant directement sur le coin, invite les passants à s'engouffrer à l'intérieur, sans gêne, sans retenue.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

C'est d'ailleurs ce que de nombreux clients font, confie Daniel Alloul, vice-président de l'entreprise familiale, et ce, même lorsque leur véhicule ne requiert aucun entretien ou réparation. Ils s'arrêtent le temps d'un café pour prendre des nouvelles, saluer un employé, tout simplement pour le plaisir. Ici, ils se sentent à leur aise. Et pour cause. M. Alloul se fait un devoir de leur offrir toutes les commodités et ne lésine pas sur les « à-côtés » : espace de travail, gym, cafétéria, voitures de courtoisie, ainsi qu'un service de limousine pour les ramener à bon port.

La salle d'entraînement a été relocalisée à cause des agrandissements et la cafétéria est actuellement hors service, le responsable ayant pris sa retraite récemment. Cependant, les recherches vont bon train pour lui trouver un remplaçant, car le VP tient à maintenir ce service particulier à sa clientèle qu'il chouchoute.

> « Nos installations sont un point fort pour nos clients, parce qu'ils peuvent choisir leurs voitures au chaud, tandis que l'étendue de notre atelier nous permet de faire beaucoup en même temps. »
>
> **DANIEL ALLOUL** VICE-PRÉSIDENT, TOYOTA MONTRÉAL-NORD

Dans la succursale de Montréal-Nord, tout a été pensé pour faciliter l'expérience client. « On croit qu'ils devraient avoir toutes les commodités sous le même toit. » Vingt baies de service, plus trois nouvelles en cours de préparation, dix dédiées à la carrosserie et cinq réservées à l'esthétique, entreposage de pneus, salle d'attente intérieure pour les véhicules qui arrivent ou quittent la concession. Le détaillant est également mandataire de la SAAQ.

Tous les services sous un même toit

M. Alloul privilégie le fait de regrouper tous les départements

PHOTOS **ISABELLE HAVASY**



nécessaires à l'intérieur de son enceinte pour éviter d'avoir à déléguer des tâches à des entreprises externes. Il garantit ainsi que les travaux sont faits par « des gars qui ont été formés par nous et qui sont vérifiés avec un contrôle de qualité. Je préfère faire moins de ventes que de faire des ventes qui ne sont pas bien supervisées. » Et l'ajout de la bannière CarrXpert vient renforcer cette volonté d'offrir le meilleur service qui soit. « Leur spécialité, c'est de faciliter l'opération de la carrosserie, mais surtout, la relation avec les compagnies d'assurance. »

Avec une telle superficie et un volume aussi important, on s'attendrait à voir un nombre impressionnant de modèles neufs et d'occasions exposés autour de la bâtisse. Cependant, au lieu de les faire dormir à l'extérieur, M. Alloul les garde à l'abri des intempéries dans les salles d'exposition et dans un stationnement intérieur. Situé sous la concession, l'immense espace peut accueillir jusqu'à 300 véhicules. « Nos installations sont un point fort pour nos clients, parce qu'ils peuvent choisir leurs voitures au chaud, tandis que l'étendue de notre atelier nous permet de faire beaucoup en même temps. »

M. Alloul a de quoi être fier de l'entreprise fondée par son père en 1976. Le bouche-à-oreille lui apporte plus de clientèle que toute autre forme de publicité, gage d'un excellent service. Mais sa plus grande force, insiste-t-il, c'est son équipe. « Quand j'engage quelqu'un, je lui dis toujours "ou vous serez là pour quelques mois ou vous serez avec nous jusqu'à votre retraite" ». Ils sont nombreux à cumuler une, deux, trois et même quatre décennies de loyaux services. « Mon comptable vient de tirer sa révérence après plus de 40 ans au sein de la compagnie. Il a commencé avant moi », ajoute-t-il en riant. « Et depuis qu'il est parti, il revient une fois par semaine. »

Paré pour diriger

Le jeune quarantenaire « né dans le business » raconte que pour ses anniversaires, « une partie du cadeau, c'était de venir ici. » De simple emploi d'été, ce travail s'est transformé en une carrière florissante, mais son titre de VP, il l'a obtenu à la sueur de son front.

Après des études à McGill en commerce, avec une concentration en finance et en entrepreneuriat, il participe à un programme d'échange en Australie axé sur le commerce électronique. Il complète son cursus à la North American Dealer Association (NADA), dans un programme exigeant, qui alterne théorie et pratique, destiné aux successeurs de concessions. Durant une année, il voyagera entre McLean, en Virginie et Montréal. « Je faisais une semaine là-bas. Après je revenais >



iA Services aux concessionnaires s'associe aux fabricants et aux concessionnaires pour offrir une tranquillité d'esprit financière aux clients.

Nous nous efforçons de simplifier les opérations F&I et nous nous engageons à offrir une expérience inégalée aux propriétaires de véhicules. Grâce au soutien de iA Groupe financier, nous bénéficions d'une base solide et de plus de 60 ans d'expérience sur le marché F&I.

iA Services aux concessionnaires

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

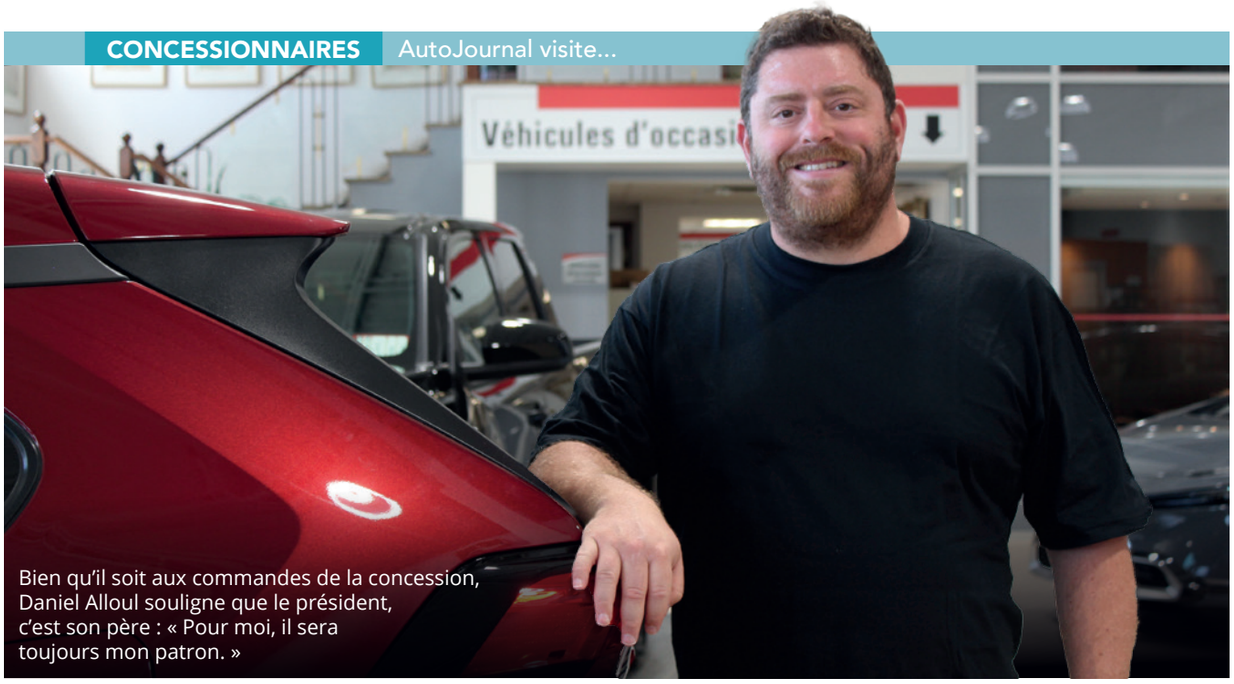
Les meilleurs talents, vite trouvés avec Auto-jobs.ca

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Bien qu'il soit aux commandes de la concession, Daniel Alloul souligne que le président, c'est son père : « Pour moi, il sera toujours mon patron. »

ici pour travailler six semaines dans ce que je venais d'apprendre, avant de repartir pour faire évaluer mes acquis. »

Ce parcours rigoureux l'a préparé à relever les défis de la direction et à assurer la pérennité de l'entreprise familiale. Pour M. Alloul, la clé du succès repose sur une vision claire : offrir une expérience client exceptionnelle grâce à des installations modernes et à une équipe soudée, fidèle et passionnée. À l'approche du 50e anniversaire de Toyota Montréal-Nord, il souhaite continuer à bâtir sur ces fondations solides et à faire rayonner sa concession dans la communauté.



OPTIMISER L'EXPÉRIENCE CLIENT DURANT LA SAISON DES PNEUS

La saison automnale ! Une forte activité dans le département du service et ce, en peu de temps. Les rendez-vous s'enchaînent à un rythme soutenu, ce qui augmente le risque d'attente prolongée pour le client.

TEXTE **YANICK JOMPHE**

Le client craint le retard pour la saison des pneus, qui se termine (selon la loi), le 1er décembre. Cette période représente un point culminant pour la fidélisation de votre clientèle et ce, deux fois par année. Les concessionnaires devront mettre en place des processus serrés en matière de prise de rendez-vous, la gestion du roulement des heures dans l'atelier, le nombre de clients pouvant être servis et autres.

Le département du service sera très sollicité et devra s'organiser de façon à assurer la satisfaction du client. La prise de rendez-vous devra être fluide, rapide, intuitive, claire, avec une confirmation immédiate. Plusieurs concessionnaires utilisent plusieurs canaux de communication, tels que les SMS ou courriels, mais il serait pertinent de pouvoir inclure dans les messages : date, heure, estimation en temps du rendez-vous ainsi que les éventuelles recommandations.

Une visite à préparer

Le centre de rendez-vous devra également vérifier l'usure des pneus pour accélérer le processus lorsque le client se présentera au service. Quand le client se présente, un accueil rapide, assuré par une tierce personne, devrait soutenir le comptoir de service. Méfiez-vous des retards fréquents ou d'absence de suivi. La communication doit être personnalisée et par le fait même, centrée sur la vente.

Transformez l'expérience client de façon positive et mémorable, renforçant ainsi la fidélisation et la rétention. Nous savons que la rétention de la clientèle affecte la stabilité, la rentabilité ainsi que la croissance d'une entreprise. La saison des pneus joue un rôle stratégique et tous les dirigeants en sont bien conscients. N'oubliez jamais que les clients fidèles maintiennent un flux de revenus prévisibles chez vous !

Qu'arrivera-t-il en 2035 ? Les pneus seront connectés, doté d'une usure auto-régénératrice, conçus pour les voitures électriques. L'expérience client sera ultra-personnalisée avec des rendez-vous 100 % numériques, paiement sans contact, service de valet à domicile, notifications automatiques et en direct lorsque le véhicule sera dans l'atelier.

Voir l'avenir

Nous allons faire face à plusieurs obstacles, dont la concurrence accrue sur la livraison des pneus et l'installation à domicile, l'investissement dans les technologies pour demeurer compétitif, la formation du personnel aux nouveaux outils et l'électrification. Le service sera écologique, personnalisé et surtout rapide. La journée type au concessionnaire en 2035 : rêve ou réalité ?

1. Analyse prédictive sur l'état des pneus lors de la prise de rendez-vous en ligne – automatisation selon le dossier de chaque client.
2. Prise de rendez-vous instantanée et l'intelligence artificielle confirmera le RDV, commandera les pneus adaptés (au besoin) ou localisera les pneus du client.
3. Un véhicule autonome du concessionnaire arrivera au domicile. Un robot scannera la plaque d'immatriculation et dirigera la voiture dans l'atelier.
4. Des notifications automatiques seront envoyées en direct lorsque le technicien travaillera sur le véhicule (chaque étape détaillée).
5. Explication de la facturation automatisée. Paiement en ligne lors de la réception de la facture.
6. Le véhicule est prêt et il est livré au domicile.

En 2035, les concessionnaires ne vendront plus seulement des services et produits, mais avant tout une expérience client. C'est un pur rêve pour l'instant, mais sachez que vous devez tout de même vendre une expérience client lors de la saison la plus achalandée de l'année.



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

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



ANDRÉ-MARTIN HOBBS MET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE À L'ORDRE DU JOUR DES CONCESSIONNAIRES

Le 1er octobre dernier, les membres de la Corporation des concessionnaires d'automobiles de Montréal (CCAM) se sont donné rendez-vous au Bungalow, dans le quartier de Pointe-Saint-Charles, pour leur assemblée générale annuelle.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Pour clore cette journée, les organisateurs avaient invité André-Martin Hobbs. Copropriétaire de concessions, administrateur à la CCAM et fondateur d'une jeune pousse en intelligence artificielle (IA), il est venu partager son expertise. Son objectif : démontrer comment l'IA transforme déjà l'industrie automobile et comment les concessionnaires peuvent en tirer profit.

L'IA au service des concessionnaires

Son exposé, d'une trentaine de minutes, a captivé l'auditoire. M. Hobbs a comparé l'IA à un enfant de trois ou quatre ans. Bien que novice et encore en croissance, elle regorge de potentiel et offre « d'ores et déjà des retours sur investissement très concrets », a-t-il insisté.Actuellement peu comprise et sous-utilisée, elle représente pourtant une alliée indispensable à la réussite des entreprises. « Je peux vous dire de façon certaine que les groupes, ou même les concessionnaires uniques qui font un bon usage de l'intelligence artificielle aujourd'hui, vont surpasser les autres. C'est indéniable. » Ce discours a rappelé l'urgence de mettre cette technologie au service des concessionnaires, dans tous les départements.

Après cette intervention, Denis Dessureault, vice-président exécutif de la CCAM, a pris la parole. Il a présenté les membres du conseil exécutif pour 2025-2026, puis a tenu à remercier l'ensemble des administrateurs. « Merci pour votre engagement et le travail accompli au cours de la dernière année. Un merci tout particulier à mes collègues du comité exécutif pour leur soutien et leur collaboration. »

Leaders à l'honneur

Puis ce fut au tour de Cristina Almeida, directrice du développement et du recrutement de la CCAM, de monter sur scène. Elle a procédé à la remise des diplômes aux finissants des programmes de perfectionnement CCAM-NADA et Leadership Élite. Les lauréats présents ont pu recevoir leur certificat devant leurs pairs. Lancé en 2017, le programme Leadership Élite est offert en collaboration avec iA Services aux concessionnaires. Il vise à développer les compétences des gestionnaires afin qu'ils deviennent des leaders efficaces. À ce jour, plus de 150 gestionnaires y ont été formés.

En guise de mot de clôture, M. Dessureault a souligné l'apport de la Canadian Automobile Dealers Association (CADA). « Son soutien, notamment à travers le programme de gestion des risques CADA 360, est essentiel à la réussite de cette rencontre annuelle. »

Conseil d'administration : continuité et engagement

Le conseil d'administration 2025-2026 a été officiellement présenté aux participants. Les membres de l'exécutif poursuivent leur mandat pour une deuxième année : Jacques Olivier Jr., Groupe Olivier, Président de la CCAM ; Gilles Pilon, Vaudreuil Volkswagen, Président du SIAM; Isabelle Aitken, Groupe Auto Signature – Vice-présidente et Denis Dessureault, CCAM & SIAM, Vice-président exécutif.

Les autres administrateurs : Frank Bergon (Groupe HGrégoire), Nazih Chemali (Hyundai Gabriel Anjou), Karol Dusza (Méga Kia Brossard), André-Martin Hobbs (Groupe Côté Automobile), Stéphane Hudon (Fichault Kia), Pierre-Luc Longpré (Mercedes-Benz Rive-Sud) et François Verdy (Le Relais Chevrolet Cadillac Buick GMC).

La journée s'est conclue dans une atmosphère conviviale, autour d'un cocktail dînatoire offert par Sym-Tech Services aux concessionnaires.

PHOTO **ISABELLE HAVASY**



MÊME OBJECTIF, DIFFÉRENT CHEMIN

Nous aspirons tous à une réduction de l'empreinte carbone des transports, mais pour atteindre ces objectifs, nos gouvernements doivent reconsidérer leur approche.

TEXTE **IAN SAM YUE CHI**

L'imposition de pénalités aux constructeurs automobiles qui ne sont pas en mesure de livrer le pourcentage fixé par Ottawa de véhicules électriques sur notre marché a plombé le secteur Ces pénalités, ou l'achat de crédits nécessaires pour les contourner ont fait gonfler les prix des voitures électriques.

Si on ajoute l'incertitude en matière de subventions à l'achat, on doit constater que l'adoption du véhicule électrique se fait à un rythme plus lent qu'escompté et que la majorité des consommateurs hésite encore.

De nouvelles cibles d'émission pour le secteur automobile sont en préparation et j'espère qu'elles seront plus réalistes et incluront, par exemple, les véhicules à technologie hybrides dont la faible consommation en carburant doit être considérée.

Cela peut sembler contradictoire, mais la levée des pénalités imposées aux constructeurs devrait avoir un effet bénéfique sur la vente de véhicules électriques. Le prix de ces derniers ne sera plus alourdi par les pénalités imposées aux constructeurs, ce qui les rendra plus intéressants comparativement à leurs équivalents à essence.

L'offre électrique n'a jamais été aussi diversifiée. Nous voyons arriver sur le marché une multitude de modèles dans lesquels les constructeurs ont investi des années et des sommes colossales en recherche et développement.

L'électrification des transports, surtout ici au Québec, est évidemment une noble et logique mission. Toutefois, on ne peut pas forcer l'ensemble des consommateurs à suivre ce virage. La proposition et le soutien d'une diversité de solutions de motorisation appuieraient ces efforts tout en laissant le consommateur libre d'opter pour le véhicule répondant à ses besoins.

L'effacement des pénalités dans un contexte trop strict va donner un ballon d'oxygène aux constructeurs et se refléter sur le prix de vente des véhicules électriques. C'est une bonne chose, car plus le prix demandé pour les véhicules de cette technologie diminuera et plus le consommateur moyen envisagera l'achat, d'autant si l'écart avec un véhicule à propulsion conventionnel s'amenuise. D'ailleurs, un autre facteur positif est la réduction graduelle du coût de fabrication des batteries haut voltage. Notre secteur automobile, il faut le rappeler, fait partie du vaste marché nord-américain. Cette réalité définit non seulement l'offre développée par les constructeurs, mais aussi la manière dont les consommateurs vont l'absorber.

Nos gouvernements doivent arrêter de semer l'incertitude sur le marché en proposant puis en retirant des subventions à l'achat. L'effort était louable pour lancer la roue, mais aujourd'hui, ce dont le secteur a besoin, c'est de prédictibilité. Je comprends le consommateur intéressé par un véhicule électrique qui hésite à se compromettre dans l'attente d'une hypothétique subvention. Si Ottawa veut faire basculer la décision en faveur du choix électrique, qu'il abandonne les subventions et se concentre sur la réduction de l'anxiété de l'autonomie - un autre frein à l'adoption de l'électrique – en mettant en branle un programme structuré et agressif d'implantation de stations de bornes de recharge à haute vitesse.



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

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

PNEUS



Congrès annuel

POINT S CANADA CÉLÈBRE SES SUCCÈS À BARCELONE

C'est au cœur de Barcelone, au chic hôtel Grand Hyatt, que s'est déroulé, du 8 au 11 septembre, le Congrès annuel de Point S Canada.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Plus de 370 représentants de marchands, de fournisseurs et des membres de l'équipe de Point S se sont retrouvés dans cette merveilleuse ville pour célébrer les succès de l'année écoulée et renforcer leurs liens tout en se positionnant pour coordonner leurs efforts de croissance.

Le Congrès combinait des présentations techniques et stratégiques, des mises à jour sur les nouveaux développements du réseau, ainsi que plusieurs activités ludiques qui ont permis aux participants de découvrir les charmes de la ville tout en renouant avec leurs collègues et amis.

L'équipe de Point S Canada a choisi cette métropole catalane en raison de l'expérience unique qu'elle promet. La culture et l'histoire s'y mêlent, tandis que la région offre mille possibilités de découverte et d'aventure, tant en mer que sur terre. >

Point S est passé maître dans l'organisation d'événements extraordinaires.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



L'équipe de Point S Canada était des plus heureuses de participer à cette rencontre avec ses marchands en Espagne.

L'état du réseau

Pour la direction de Point S Canada, l'occasion était idéale pour faire le bilan des activités du réseau au cours de la dernière année. « La santé du réseau est solide », a souligné Jean Novak, président et chef de la direction de Point S Canada. « Nous voyons les effets positifs de l'accélération depuis deux ans de nos efforts de développement du marché canadien. Des acquisitions stratégiques nous ont permis de porter à plus de 310 le nombre de nos marchands Point S et V1 sur tout le territoire canadien, dépassant ainsi les 1 100 points de vente, toutes bannières confondues. »

Comme l'expliquait le président à Autosphere en marge du Congrès, cette croissance repose sur une puissance de distribution s'appuyant sur 30 entrepôts répartis dans toutes les régions canadiennes. D'ailleurs, des investissements récents importants se concrétisent à Terre-Neuve, en Nouvelle-Écosse, dans la région d'Ottawa et dans l'ouest canadien pour augmenter les capacités d'entreposage et de distribution.

M. Novak a également souligné l'importance de la présence des représentants des fabricants de pneus et des partenaires des catégories hors pneu au Congrès, une présence appréciée par leurs partenaires marchands.

« Nous avons d'excellentes relations avec les fabricants, a ajouté le président. Notre stratégie a toujours été de prioriser la commercialisation des pneus de qualité supérieure et d'accompagner nos marchands dans cette vision. Nous voulons que les automobilistes canadiens puissent accéder à des produits durables qui contribuent à leur sécurité sur nos routes, hiver comme été. Nous sommes heureux de constater que la majorité de nos ventes concernent ces catégories supérieures



Le Congrès annuel a fait le point sur le réseau et son développement.



Les occasions étaient nombreuses d'échanger entre marchands.

PHOTOS PHOTOGRAPHES COMMERCIAL

de pneus, ce qui démontre que les Canadiens ne font pas de compromis sur la qualité. » Le Congrès a également présenté une exposition de fournisseurs d'équipements, de pièces et, bien sûr, de pneus, pour permettre aux marchands de les rencontrer, d'échanger avec eux et de découvrir leurs nouveautés.

Actuellement, environ 25 millions de véhicules légers sillonnent les routes canadiennes. Les ventes de véhicules neufs affichent une remontée désormais comparable aux résultats d'avant la pandémie. Cette récupération des ventes qui a pris quelques années a entraîné une augmentation de l'âge moyen des véhicules : « Une nouvelle positive pour l'industrie de l'après-marché », constate M. Novak.

Des ateliers spécialisés

Durant une journée dédiée au partage des connaissances, quatre ateliers en rotation invitaient les congressistes à en apprendre davantage sur les programmes offerts par Point S et sur les efforts du réseau pour bonifier leurs opérations. Des sujets tels que la nouvelle stratégie marketing et publicitaire à 360 degrés, les tendances du marché, l'introduction de nouveaux produits, ainsi que des programmes hors pneus, touchant par exemple les jantes et les pièces, ont été abordés.

« Nous avons ajouté de nouvelles offres pour nos marchands », explique Patrick Lavoie, vice-président du réseau de détail. « Nous allons au-delà de la simple présentation de nos divers programmes, en expliquant comment les utiliser pour améliorer la rentabilité de leurs entreprises. »

M. Lavoie a également annoncé, dans le cadre du Congrès, une grande nouveauté : un programme de formation et d'accompagnement destiné spécifiquement aux propriétaires et à leurs équipes de gestion mis en place au lendemain du Congrès.

« Le Master Shop vise à aider les gestionnaires et le personnel au comptoir à optimiser leurs opérations et à améliorer leurs marges de profit. L'adhésion à la bannière Point S a un effet très positif sur les ventes, de l'ordre de 20 à 30 %. Nous voulons prolonger cet effet en travaillant avec l'entreprise, de l'intérieur. »

Depuis son arrivée au Canada, Point S a su se distinguer sur le marché et établir une marque très forte. Cette notoriété est soutenue par les consommateurs qui recherchent l'expertise et la constance dans la qualité des services, mais aussi par les marchands eux-mêmes, qui renouvellent leur appartenance à ce réseau à hauteur de 99 %.

Activités et découvertes

Évidemment, un Congrès Point S ne saurait se dérouler sans proposer des activités sociales qui resteront gravées dans la mémoire des participants. Ainsi, les participants ont bénéficié d'une journée libre pour s'adonner, en petits groupes, à des activités gastronomiques, sportives, culturelles et historiques ou simplement de farniente sur la plage.

De la reconnaissance



La soirée de Gala ou le garden party ont constitué des moments marquants de détente et de plaisir. C'est d'ailleurs durant la grande soirée de Gala que plusieurs prix de reconnaissance ont été remis à des marchands qui se sont distingués par leurs bonnes pratiques. Voici les lauréats des différentes distinctions.

Prix de reconnaissance

- Meilleure performance web : Point S - Pneus Lavoie Outaouais Gatineau
- Coup de cœur du réseau : Point S - Garage ADG Richard
- Leader régional : Point S - Villemaire pneus et mécanique St-Esprit
- Recrue de l'année : Point S - Redline Motorsport
- Ambassadeur de la marque : Point S - Pneus Ratté
- Marchand de l'année : Point S Tire & Automotive Centre, Chinook

Transformation Extrême

Ce prix est accordé aux marchands qui ont investi dans la modernisation de leur image en accord avec le cahier des charges de Point S. Chaque marchand de cette liste reçoit une bourse de 10 000 à 30 000 dollars pour souligner ses efforts.

1. Agence de pneus du Nord
2. Villemaire pneus et mécanique St-Esprit
3. Aubin Auto inc.
4. Pneus Ratté Anjou
5. Service Multi-Mécanique

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



LE PRÊT-À-CHANGER QUI CHANGE LA DONNE

Le marché du pneu ne cesse d'évoluer. Pour mieux répondre à une demande croissante d'efficacité et de flexibilité, certaines entreprises proposent un service d'unité mobile. Une stratégie développée par l'entreprise Instapneus, par exemple, qui pourrait inspirer certains centres de pneus et mécanique souhaitant élargir leurs services.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

Alors que la majorité des acteurs du marché voient l'explosion de leurs activités aux périodes de pointe, Instapneus se démarque du lot en roulant sa bosse douze mois par année. Au lieu de restreindre son offre aux particuliers, la compagnie vise les entreprises et les parcs automobiles pour remplir son calendrier peu importe la saison.

« Notre force, c'est de pouvoir travailler sur de nombreux véhicules au même endroit. C'est beaucoup plus efficace que de courir après des rendez-vous à domicile et ça évite d'immobiliser les voitures trop longtemps », explique François Bertrand Lemay, directeur général d'Instapneus. Cette efficacité repose sur des unités mobiles spécialement conçues pour reproduire la performance d'un garage traditionnel, mais directement sur le site des clients.

Chaque remorque est aménagée comme un véritable atelier sur roues. En plus d'intégrer l'outillage conventionnel, elle dispose d'équipements plus compacts et légers, développés spécifiquement pour ce type d'intervention : démonte-pneus, balanceur, génératrice et compresseur. Cette configuration permet également de procéder aux changements de pneus, d'offrir le service de changement d'huile et d'inspection mécanique, grâce à la certification CPA de ses techniciens.

Instapneus fait aussi la vente, la livraison et la pose de pneus neufs. Une entente avec Touchette TD Distribution lui donne accès à une vaste sélection de modèles. Pour l'entreposage, il réfère ses clients à Pneus Voyage, une entreprise mobile qui se déplace pour les récupérer et se charge de les rapporter la saison suivante.

Un service sur mesure

Le modèle d'affaires repose sur des interventions planifiées. L'unité s'installe dans un stationnement d'entreprise pour un ou plusieurs jours et même parfois, en permanence, selon le volume de véhicules. Ce fonctionnement simplifie la gestion pour les clients et limite les interruptions dans leurs opérations. « Il n'y a plus de logistique compliquée pour déplacer, livrer ou récupérer des voitures », souligne M. Bertrand Lemay.

Pour couvrir un vaste territoire et répondre à la demande croissante, Instapneus a mis sur pied un réseau de onze unités mobiles. Trois d'entre elles appartiennent à l'entreprise, tandis que les autres sont exploitées par des franchisés, ce qui contribue à élargir son rayon d'intervention.

Les partenaires proviennent de divers horizons : entrepreneurs déjà actifs dans l'automobile ou gestionnaires cherchant à diversifier leurs opérations. Lorsqu'ils se joignent au groupe, Instapneus les soutient dans la mise en place de leur « outil de travail » nomade et leur fournit un calendrier complet dès leur première saison. Ainsi, ils démarrent immédiatement avec une

PHOTO **INSTAPNEUS**

clientèle établie. « Nos chefs d'équipe peuvent se concentrer sur leurs activités, sans se soucier de la logistique », souligne M. Bertrand Lemay, expliquant que l'organisation des agendas, la prise de rendez-vous et le service client sont centralisés.

En 2025, Instapneus prévoit de réaliser 28 000 installations de pneus. Chaque intervention représente autant de déplacements évités vers un atelier. La proposition contribue ainsi à limiter les émissions polluantes, tout en optimisant le temps des gestionnaires et des propriétaires de véhicules.

Instapneus prépare également le déploiement d'une unité entièrement électrique.

Silencieuse et sans émission de substance toxique, elle pourra évoluer dans des environnements fermés, comme les stationnements souterrains, où les modèles actuels à essence ne peuvent pas accéder. Cette innovation viendra renforcer l'engagement de l'entreprise à réduire l'empreinte carbone de ses opérations tout en offrant encore plus de flexibilité aux clients.

Une occasion d'affaires à saisir

Pour M. Bertrand Lemay, une installation ambulante représente une véritable opportunité pour les ateliers qui souhaitent se démarquer et développer leur réseau. « Les petits garages indépendants ont de la difficulté à attirer de nouveaux clients. Plutôt que d'investir des centaines de milliers de dollars dans l'agrandissement, pourquoi ne pas miser sur une unité mobile ? »

Une telle approche permet à une entreprise d'aller directement à la rencontre de la clientèle dans les compagnies et organisations environnantes. Les services mobiles deviennent ainsi un levier pour créer des relations d'affaires, fidéliser de nouveaux clients potentiels et, ultimement, ramener la mécanique et les réparations plus complexes vers leurs installations.

Une tendance réelle

Même si la majorité des unités mobiles de remplacement de pneus s'adressent à une clientèle de poids lourds et de machinerie agricole, celles dédiées aux véhicules de particuliers gagnent du terrain. Christian Demers, président d'Ultima Équipement, note un engouement, « ces dernières années », pour cette nouvelle façon de faire. Le distributeur propose des appareils et accessoires Cormarch, HPA et AC Hydraulic convenant à ce type de service routier. M. Demers recommande les modèles basiques et compacts ayant le moins de composantes électroniques. Ainsi, on privilégie un changeur de pneus avec un moteur à vitesse unique, ce dernier étant moins sensible aux variations de courant que pourrait entraîner l'alimentation par génératrice. Même son de cloche du côté du balanceur. On favorise la version dénuée d'options où la prise de mesure se fait manuellement. Avec ses solutions adaptables à ce type de service, Ultima Équipement facilite l'aménagement d'unités mobiles fiables et efficaces, tout en accompagnant la croissance de ce marché émergent.



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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



SERVICE DU PNEU PJL EST DEBOUT FACE AUX CRISES

Capitale de la Côte-Nord située à mi-chemin entre Tadoussac et Kegaska, Sept-Îles est un lieu où les défis sont presque stratosphériques.

TEXTE **GUY O'BOMSAWIN**

Alors que les géants de l'aluminerie y déversent des millions en salaires et sous-traitance, les entreprises de services ont du mal à trouver des employés qualifiés et de les rémunérer en conséquence.

À ce contexte, s'ajoutait au début de la décennie un ralentissement qui a amené des entreprises à fermer par manque de revenus, mais surtout de main-d'œuvre.

André Bouchard, entrepreneur et investisseur chevronné, qui a toujours été attiré par le monde de l'automobile, à décidé de s'y implanter en acquérant le Service du pneu PJL.

Ce Septilien formé en génie civil, issu d'une famille de gens d'affaires, s'est ainsi retrouvé le 1er février 2021 en possession d'un atelier de 11 baies de service, dont une réservée aux poids lourds.

Une acquisition songée

Ce centre Firestone d'autrefois est mythique. Il a été la « roue de secours » des premiers automobilistes et camionneurs de la Côté-Nord, à l'époque des crevaisons nombreuses sur ces routes.

Outre ses baies de service, sa panoplie complète de pneus et de jantes, son service de pressage industriel et son service de dépannage routier le rendent indispensable aujourd'hui. La preuve en avait été faite lors de la pandémie de COVID-19, puisque les services municipaux et d'urgence, ainsi que le transport de denrées et de matériel essentiels, n'ont pas pu s'en passer.

La décision d'en faire l'achat a été judicieuse, puisque M. Bouchard adore l'automobile, s'y voyait depuis longtemps et est passionné de défis et de liberté d'action. À cette acquisition, il a ajouté cette année Auto-Fusion : un centre de réparation, restauration et modification de carrosserie. De plus, il inaugurera en 2026 un centre de vente de véhicules d'occasion.

> « La seule façon de limiter les dommages du non-renouvellement des permis temporaires des travailleurs étrangers serait sans doute d'ajouter à la loi une clause de « droits acquis. »
>
> **ANDRÉ BOUCHARD** PROPRIÉTAIRE, SERVICE DU PNEU PJL

Du génie civil à l'entrepreneuriat

Il ne faut pas avoir froid aux yeux et être convaincu de ses talents de gestionnaire et de fonceur pour se lancer tout de go… et en innovant ! Provenant du secteur des grands chantiers dans lequel son père, Alain, avait fait d'excellentes affaires avant son décès prématuré en 1998, André Bouchard a été rapidement initié au monde des affaires.

Fils unique, c'est avec tristesse qu'à 22 ans il avait dû vendre à ses deux oncles l'entreprise familiale Équipement Nordique, très diversifiée en services industriels, travaux de génie civil, et

PHOTOS SERVICE DU PNEU PJL



Le Service du pneu PJL, version 2021, est un ancien centre Firestone de 11 baies, dont l'une est réservée aux poids lourds.



Propriétaire du Service du pneu PJL, André Bouchard est à juste titre très fier d'avoir relancé l'entreprise en pleine pandémie, non sans la très précieuse assistance de sa conjointe, Shawn Johnson.

location de machinerie. Il y a toutefois acquis une exceptionnelle expérience de gestionnaire par la suite.

Par conséquent, il connaît les besoins de l'industrie en entretien spécialisé, incluant évidemment le remplacement, le rechapage et l'installation de roues hors normes, à pneus pleins ou à bandes.

Les Philippins à la rescousse

Lors de l'achat du Service du pneu PJL, le manque de main-d'œuvre était catastrophique : seulement cinq mécaniciens pour 11 baies de service !

Du coup, l'entrepreneur s'est mis en quête de travailleurs étrangers. Il a sélectionné d'abord une quarantaine de Philippins qualifiés et expérimentés parlant anglais et provenant du marché des concessionnaires, puis en a embauché cinq, puis onze.

Il lui en aura coûté plus de 300 000 $ pour les accueillir, les loger, les intégrer à l'équipe, les familiariser avec les pratiques et les franciser à ses frais, ainsi qu'avec l'appui du Programme québécois Alpha Lyra.

André Bouchard estime avoir fait un excellent choix en misant sur ces Philippins dont la culture et les valeurs, précise-t-il, sont particulièrement compatibles avec les nôtres.

Ils sont généreux, respectueux, reconnaissants et se sentent presque chez eux, quoique le tagalog, leur langue, n'ait rien de commun avec le français...



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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Il plaît aux premières générations de clients d'y voir encore affichée une signature de Firestone et – ce qui fait immanquablement sourire – l'annonce d'un nettoyage de « spark plugs » pour 5¢.

13 emplois en jeu

Malgré la menace fédérale de ne pas renouveler le permis des travailleurs temporaires, M. Bouchard fait tout pour les aider à s'intégrer, à obtenir la citoyenneté s'il le faut, et à s'établir à Sept-Îles avec leurs familles.

Il souligne que sa conjointe, formée en enseignement, communications et relations publiques, qui l'accompagne depuis 30 ans, est un atout majeur dans ce domaine.

Si le Canada appliquait ses nouvelles règles, le Service du pneu PJL subirait une perte majeure ; 13 techniciens quitteraient sans que d'autres travailleurs étrangers puissent les remplacer ; ce qui réduirait son équipe de 30 %. André Bouchard soutient que la seule façon de limiter les dommages du non-renouvellement des permis temporaires des travailleurs étrangers serait sans doute d'ajouter à la loi une clause de « droits acquis ».

Selon la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, son application rigoureuse risquerait d'entraîner la fermeture de près de 20 % des PME, ce qui toucherait nombre d'ateliers.

Connaissant leur parcours, il y a lieu de croire qu'André Bouchard et sa conjointe Shawn Johnson ont quelques cartes dans leur manche pour se tirer éventuellement d'affaires.

Mentionnons finalement que Service du pneu PJL est le nom que le groupe formé de Jean Paquin, Jean-Guy Lévesque et Yvon Paquet a donné en 1984 à l'ancien centre Firestone qui avait ouvert ses portes en 1959.



Le comptoir de la réception est fait du vestige historique d'un Chevrolet Suburban Carryall 1966 à quatre roues motrices de plus de 22 pieds et de 5750 livres, doté d'un moteur 383. Il illustre de façon originale le savoir-faire de l'équipe d'AutoFusion.





PHOTO JACK KAZMIERSKI

Dynamic Tire

DES SOLUTIONS FLUIDES POUR ACCOMPAGNER LA CROISSANCE DES CONCESSIONNAIRES

Dynamic Tire s'engage à éliminer les irritants trop fréquents dans notre secteur.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Qui n'a jamais pesté contre une mauvaise expérience client, que ce soit lors d'un achat ou face à un problème à régler ? Bien souvent, l'expression « service à la clientèle » ne tient pas ses promesses. Depuis plusieurs années, l'équipe de Dynamic Tire s'efforce d'offrir aux distributeurs et détaillants de pneus le service qu'ils méritent en veillant à ce qu'ils se sentent réellement considérés. Dans un secteur où trop d'initiatives ne font que donner l'illusion du service à la clientèle, l'approche de Dynamic Tire se démarque et apporte un nouveau souffle.

Lever les irritants

David Pulla, président de Dynamic Tire, résume ainsi sa vision : « Nous nous engageons à offrir les produits de la plus haute qualité, un service exceptionnel et une expertise sans égal afin de répondre aux divers besoins du secteur du pneu. » Cela peut sembler ambitieux, mais qu'est-ce que cela signifie concrètement ? « L'expérience client est d'une importance capitale pour nous, explique M. Pulla. Nous voulons être le partenaire avec qui il est le plus simple de collaborer. »

Il résume cette philosophie en un mot : irritants. « N'importe qui peut vous vendre un pneu, poursuit-il, mais si l'on retourne chez le même marchand année après année, c'est parce qu'il offre non seulement un produit de qualité à bon prix, mais aussi un accueil irréprochable. Acheter des pneus doit être facile et agréable. C'est ce que nous visons comme fournisseur de solutions. Nous voulons que nos partenaires soient entièrement satisfaits de leur expérience avec Dynamic Tire. »

M. Pulla souligne que lorsqu'un client lui signale un problème, son équipe prend le temps de l'analyser afin d'identifier des pistes d'amélioration. « Un excellent exemple de la façon dont nous traitons les préoccupations de nos clients, c'est notre arrivée dans les chenilles en caoutchouc, explique-t-il. Ceux qui achetaient des pneus pour la construction et l'industriel trouvaient contraignant de devoir aller ailleurs pour obtenir des chenilles. Nous avons pris le problème en main et deux ans plus tard, nous en distribuons partout au Canada. »

Une logistique fluide

En matière de logistique, l'équipe de Dynamic Tire a redoublé d'efforts pour simplifier le quotidien de ses clients. « Les gens sont habitués à avoir accès à l'information en quelques secondes, explique M. Pulla. Aujourd'hui, tout est accessible en un clic ou d'un simple geste sur l'écran. Nous avons voulu rendre la commande de pneus tout aussi rapide et simple. »

L'équipe numérique et logistique de Dynamic Tire met à la disposition des clients des outils pour vérifier les inventaires, passer des commandes, suivre les expéditions et bien plus encore.

« Notre portail B2B permet à nos clients d'accéder facilement à toutes ces données, ajoute M. Pulla. Ils peuvent se connecter, chercher l'année, la marque et le modèle du véhicule qui a besoin de nouvelles chenilles, puis les ajouter immédiatement à leur panier et finaliser leur achat. C'est une efficacité que la concurrence n'offre pas. »

M. Pulla conclut ainsi : « Nous ne nous contentons pas de fournir des pneus. Nous bâtissons des partenariats durables, soutenons la réussite de nos concessionnaires et fixons de nouvelles références dans le secteur du pneu. »

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



PNEUS HIFLY

Une offre complète et adaptée à de nouvelles réalités économiques.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

Face à un contexte économique difficile, les consommateurs adaptent leurs habitudes d'achat, recherchant des produits de qualité à prix abordable. La marque de pneus HiFly s'inscrit parfaitement dans cette tendance, en proposant une gamme fiable et complète à un prix d'entrée de gamme.
« HiFly répond à nos exigences en matière de qualité, et la diversité de modèles est idéale pour répondre aux besoins du marché canadien », explique Ugo Desgreniers, Directeur Principal Stratégie Produit chez Distribution Stox.

Une couverture pancanadienne

Fondée en 1995 et distribuée dans plus de 120 pays, la marque HiFly est offerte au Canada exclusivement par Distribution Stox et son partenaire NCT (North Country Tire) dans l'ouest canadien. Grâce à leurs nombreux entrepôts régionaux, ils peuvent approvisionner rapidement l'ensemble de leur clientèle. HiFly bénéficie ainsi d'un réseau pancanadien solide, garantissant une disponibilité optimale.

Une gamme PLT complète… et des pneus d'hiver performants

HiFly propose un large éventail de pneus pour véhicules de tourisme (PLT Passenger Light Truck), ce qui en fait une solution idéale pour les détaillants à la recherche d'une marque économique à proposer à leurs clients. Parmi ses modèles phares : les pneus d'hiver, dont les Win-Turi 215, Win-Turi 216 et le Win-Turi 212.

Garantie route : une rareté dans sa catégorie

HiFly se distingue en offrant une garantie contre les risques routiers sur certains modèles pour voitures et camionnettes. Ce programme de remplacement gratuit s'applique pendant les 25 % initiaux de la bande de roulement ou un an après



Win-Turi 215

Conçu pour berlines, multisegments et VUS. Sa bande de roulement directionnelle assure une bonne adhérence sur neige et routes mouillées. Cloutable, il est adapté aux hivers rigoureux, avec une traction renforcée par un composé riche en silice. Tailles : 13 à 22 pouces.



Win-Turi 216

Non cloutable, il convient à une large gamme de véhicules, du coupé sportif au multisegment. Il offre une tenue de route fiable en conditions hivernales, avec une bande de roulement asymétrique qui permet une haute traction sur surfaces enneigées ou glacées. Tailles : 14 à 20 pouces.

PHOTOS DISTRIBUTION STOX



l'achat, selon la première éventualité. Si un pneu couvert est endommagé et irréparable, il sera remplacé par un modèle HiFly neuf équivalent.

Pour en savoir plus sur la gamme HiFly, les garanties et les opportunités d'affaires, visitez *distributionstox.ca* ou *hiflytires.ca.*

De plus, tous les pneus HiFly sont garantis contre les défauts de fabrication et de matériaux pendant une période de 60 mois à compter de la date d'achat. Tout pneu HiFly pour passager ou camion léger jugé défectueux en termes de fabrication ou de matériaux sera remplacé gratuitement pendant la période de garantie initiale, qui correspond aux 25 % premiers de la durée de vie utile originale de la bande de roulement, ou dans les 12 mois suivant la date d'achat, selon la première éventualité. Lorsque la bande de roulement d'un pneu a dépassé le seuil de 25 %, le client doit payer le coût d'un nouveau pneu HiFly comparable pour passager ou camion léger sur une base au prorata.



Win-Turi 212

Destiné aux automobiles et VUS sportifs. Sa bande asymétrique améliore la tenue de route et l'évacuation de la gadoue. Les lamelles et le composé enrichi en silice assurent une bonne adhérence sur neige et glace.

Tailles : 13 à 20 pouces.

Marketing canadien

Les documents marketing et le support aux ventes de HiFly sont développés au Canada, par des Canadiens, et spécifiquement adaptés au marché canadien. Après tout, personne ne comprend mieux les conducteurs canadiens — ni les exigences particulières de notre industrie du pneu — que d'autres Canadiens.

Cette expertise locale garantit que les détaillants bénéficient de stratégies et de messages marketing qui résonnent avec les consommateurs canadiens et renforcent la confiance envers la marque HiFly. Les initiatives clés incluent HiFlyTires.ca, un site web dédié qui met en valeur la marque, répond aux questions fréquentes des consommateurs et propose un outil de localisation des détaillants conçu pour diriger le trafic directement vers les détaillants de pneus locaux.

La référence canadienne pour un service de livraison de pneus rapide et fiable

Avec le plus grand inventaire de pneus de l'Est du Canada, Distribution Stox est un leader reconnu dans la distribution de pneus et roues pour voitures, véhicules électriques et camions légers. Il a su se démarquer grâce, en partie, à ses processus simplifiés et à son service de livraison rapide et efficace, axé sur les besoins évolutifs de ses clients et les tendances de l'industrie automobile. Pour offrir l'un des meilleurs services de ce genre au pays, Distribution Stox propose une gamme complète de produits et a accès à des entrepôts locaux qui permettent d'assurer une disponibilité continue. Sa plateforme personnalisée de commandes et de devis en ligne, ainsi que le suivi facile des commandes, simplifient la gestion des achats. L'intégration avec ses systèmes de gestion assure l'efficacité, tandis que son service de livraison rapide et fiable garantit la réception des commandes de clients à temps.

Avec Distribution Stox à leurs côtés, les détaillants profitent des avantages d'une expérience de distribution de pneus fiable.

Les détaillants de pneus souhaitant obtenir plus d'informations sur l'ensemble de la gamme HiFly, les garanties applicables et les opportunités d'affaires sont invités à visiter distributionstox.ca. Les clients actuels de Stox peuvent également contacter leur représentant Stox ou appeler le 514-666-STOX pour plus de détails.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

Pneus LT

UN MEILLEUR RAPPORT QUALITÉ-PRIX

Les consommateurs comme les parcs recherchent des pneus LT au rapport qualité-prix avantageux.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**


Cette année, deux catégories de pneus LT gagnent en popularité.

Les préoccupations économiques et la guerre tarifaire pèsent lourd cette année. C'est pourquoi consommateurs et entreprises privilégient le rapport qualité-prix lorsqu'ils achètent des pneus.

« Les pressions économiques, comme les tarifs, l'inflation et les perturbations de la chaîne d'approvisionnement, ont rendu les consommateurs plus sensibles aux prix, explique Angela Crivoi, directrice principale de la planification du marché chez Yokohama Tire Canada. Les détaillants constatent un intérêt accru pour des gammes de pneus avantageuses, une hausse des achats de dernière minute (surtout si l'hiver arrive tard) et un besoin de clarté sur ce que le client obtient réellement pour son argent. Les campagnes de rabais prolongées reflètent ce changement de comportement. »

James McIntyre, vice-président principal des ventes Canada / développement de produits Amérique du Nord chez Sailun Tire Americas, estime que l'économie est une plus grande source d'inquiétude que les tarifs. « Certaines marques ont dû réagir aux tarifs, mais de grands noms produisent à l'extérieur des États-Unis et n'ont pas été touchés, explique-t-il. Nous constatons que les consommateurs canadiens recherchent surtout de la valeur. Les pneus sont un achat subi pour la plupart des gens, donc ils ne courent pas après l'option la moins chère. Ils recherchent plutôt l'équilibre idéal entre prix, performance et garantie. »

Performance quatre saisons

Pour obtenir un meilleur rapport qualité-prix, les parcs et consommateurs se tournent vers des pneus utilisables toute l'année. « Les pneus LT toutes saisons homologués 3PMSF gagnent en popularité, surtout dans les centres urbains et les provinces aux hivers plus doux, affirme Mme Crivoi. Les consommateurs misent désormais sur la commodité d'un pneu quatre saisons, sans compromettre la sécurité en hiver. »

Elle souligne que la demande pour une véritable performance quatre saisons est en hausse. « Les conducteurs canadiens sont mieux informés sur les types de pneus et optent plus souvent pour des LT toutes saisons homologués 3PMSF, surtout au Québec où la loi impose les pneus d'hiver, dit-elle. Ces pneus garantissent la conformité légale et la sécurité en conditions hivernales, évitent les changements saisonniers et offrent une bonne performance sur neige et glace. Cette tendance est appuyée par les discussions dans l'industrie visant à reconnaître officiellement la catégorie "toutes saisons". » Wes Boling, directeur principal des communications et du contenu



Sailun Terramax AT2
Le Sailun Terramax AT2 a été conçu pour les VUS, camionnettes et fourgonnettes. Grâce à sa sculpture à épaulement ouvert prononcé et à son homologation 3PMS, il offre une traction supérieure sur route comme en tout-terrain. Il assure une tenue de route exceptionnelle, une bonne stabilité et une conduite silencieuse.



Nokian One HT
Le Nokian Tyres One HT est un pneu toutes saisons robuste et durable, pensé pour répondre aux besoins des conducteurs nord-américains. Conçu pour offrir sécurité et précision dans toutes les conditions, il assure une adhérence fiable, une stabilité et une tenue de route optimale sur chaussée sèche, mouillée ou glissante.

PHOTOS SAILUN, NOKIAN, YOKOHAMA



chez Nokian Tyres, partage cette observation. « On observe une meilleure sensibilisation des consommateurs aux pneus homologués flocon de neige partout aux États-Unis et au Canada, dit-il. Cela découle d'une meilleure compréhension des différences entre les pneus dits toutes saisons, qui ne sont pas conçus pour l'hiver, et les produits quatre saisons portant le pictogramme du flocon de neige. » Selon lui, les pneus LT ont un avantage dans ce domaine. « L'homologation 3PMSF, symbole de performance en conditions hivernales rigoureuses, était jusqu'à récemment plus courante sur les pneus LT et tout-terrain que sur les pneus de tourisme. Mais même 26 ans après l'introduction du pneu toutes saisons par Nokian Tyres en Amérique du Nord, il reste encore un travail d'information à faire. Et tous les pneus homologués flocon de neige ne se valent pas. »

LT, AT ou RT

Les pneus LT sont conçus pour répondre aux besoins variés de chaque propriétaire de camion. D'où la diversité de l'offre, qui s'étend du pneu routier au pneu boue, en passant par de nombreuses variantes. Cette année, deux catégories se démarquent particulièrement.

« La demande pour les pneus LT tout-terrain et robustes est en hausse, surtout chez les consommateurs qui utilisent leur camion autant pour le travail que pour les loisirs, affirme Mme Crivoi de Yokohama. Bien que les pneus boue restent un marché de niche, ils gagnent du terrain auprès des passionnés de hors route et des utilisateurs en région rurale. Globalement, c'est la polyvalence qui prime. Les consommateurs veulent des pneus performants sur plusieurs types de terrains. »

M. McIntyre ajoute d'autres explications à cette tendance. « Plus silencieux, plus confortables et désormais homologués toutes saisons/3PMS, les pneus tout-terrain ont tellement gagné en performance que de nombreux conducteurs les utilisent aujourd'hui à l'année. Ils sont devenus l'option passe-partout. En parallèle, les pneus RT empiètent sur le segment boue. Les consommateurs aiment leur allure agressive, mais apprécient aussi le confort de conduite sur route, tout en profitant d'une bonne traction hors route. »

Camions électriques

Les camions électriques ne représentent encore qu'une petite part du marché LT, mais leur arrivée oblige déjà les ingénieurs à repenser la conception des pneus.

« Les camions électriques imposent des exigences uniques aux pneus : charges plus lourdes, couple instantané, attentes accrues en matière d'autonomie, reconnaît M. McIntyre. La recherche et développement est déjà en cours. »

M. Boling explique que les manufacturiers empruntent des approches différentes pour répondre aux besoins des conducteurs de VÉ dans le segment LT et ailleurs. « Certains fabricants proposent des pneus conçus spécifiquement pour les VÉ dans toutes leurs gammes. D'autres, comme Nokian Tyres, présentent leurs gammes actuelles comme parfaitement adaptées aux VÉ », explique-t-il. Chez Nokian Tyres, cela se traduit par le marquage Electric Fit sur tous leurs pneus. « Cela signifie que nous testons tous nos pneus sur des VÉ depuis plus de dix ans et qu'ils répondent aux besoins particuliers de ces véhicules : poids, bruit, couple et autonomie. Cela vaut autant pour les pneus LT que pour les pneus de tourisme », ajoute-t-il.

Au fil des avancées technologiques, les manufacturiers continueront d'adapter leurs produits à ce marché émergent. « Comme pour la plupart des développements dans l'industrie du pneu, ce que nous voyons aujourd'hui résulte d'années de recherche, poursuit M. Boling. Les VÉ influencent le développement des pneus depuis longtemps déjà. »



Yokohama GEOLANDAR A/T4
Le Yokohama GEOLANDAR A/T4 est un pneu tout-terrain qui se distingue par sa durabilité en tout-terrain et sa traction fiable en toutes saisons. Proposé dans un vaste choix de dimensions, il combine confort routier et fiabilité en tout-terrain, prêt à affronter tous les terrains.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

UN PNEU POUR TOUTES LES SAISONS

Le nouvel Atrezzo 4S de Sailun a été pensé pour offrir de véritables performances toutes saisons.

TEXTE **HUW EVANS**



Le nouvel Atrezzo 4S de Sailun a été conçu pour offrir de hautes performances en toutes saisons.

En Amérique du Nord, particulièrement dans plusieurs régions du Canada et des États-Unis, l'idée du pneu toutes saisons s'impose depuis quelques années. Le principe est simple : offrir un produit performant sous la pluie, sur sol sec ou enneigé, et conçu pour rester performant malgré d'importantes variations de température.

Une performance plus complète

Chez Sailun Tire Americas (STA), cette évolution n'est pas passée inaperçue. « Le marché a toujours aimé le concept de pneu toutes saisons, explique Kurt McClure, responsable des comptes stratégiques (PLT), mais il attendait une solution plus complète. »

Pour répondre à cette demande, Sailun a lancé l'Atrezzo 4S. Le sigle 4S fait référence aux quatre saisons et ce nouveau venu dans la gamme Atrezzo est certifié 3PMSF (Three-Peak-Mountain-Snow-Flake). « L'Atrezzo 4S est un pneu toutes saisons, précise M. McClure. En plus de sa certification 3PMSF, il a été conçu pour assurer une conduite sûre en hiver comme sur route sèche ou mouillée. Il est aussi disponible en indices de vitesse H, V et W »

Sculpture asymétrique 3PMSF

La clé de ce compromis entre sécurité et performance repose sur sa sculpture asymétrique certifiée 3PMSF. « Les véhicules modernes, notamment les multisegments et les VUS, exigent à la fois confort et performance, poursuit-il. C'est pourquoi nous avons mis l'accent sur la conduite par temps humide, en favorisant l'évacuation de l'eau et de la neige fondante grâce à des rainures circonférentielles droites, avec une attention particulière pour les canaux latéraux intérieurs. »

Le bloc central élargi de l'Atrezzo 4S améliore la stabilité, tandis que les pavés extérieurs aux angles marqués assurent une excellente tenue de route et une direction précise. Le pneu allie ainsi stabilité et agilité. M. McClure reconnaît que les pneus toutes saisons ne sont pas adaptés à toutes les situations et qu'en conditions extrêmes, seul un pneu d'hiver s'impose. Pour une partie des automobilistes toutefois, l'Atrezzo 4S demeure une option très intéressante.

Un choix séduisant

En plus de sa certification 3PMSF, il offre d'excellentes performances dans la majorité des conditions de conduite. Pour les automobilistes vivant en milieu urbain ou dans des régions au climat plus clément, comme Vancouver ou la grande région de Toronto, il s'agit d'une option particulièrement attrayante. Autre atout, il est couvert par une garantie kilométrique élevée et évite les frais ainsi que les désagréments liés au stockage et à la permutation de deux jeux de pneus chaque année.

Sailun veut aussi rassurer ses clients. « L'Atrezzo 4S est assorti d'une garantie de 100 000 km sur la durée de vie de la bande de roulement, à laquelle s'ajoute un programme de protection routière gratuit de deux ans », précise M. McClure.

48 dimensions disponibles

Actuellement, l'Atrezzo 4S est offert en 48 dimensions modernes, allant de 15 à 20 pouces de diamètre, dont la très recherchée 235/65R16C LMD (Last Mile Delivery). « Cette dimension cible les véhicules de livraison qu'on aperçoit tous les jours, aussi bien dans les quartiers résidentiels que sur les artères commerciales », ajoute-t-il.

Déjà disponible chez les distributeurs canadiens de Sailun, l'Atrezzo 4S se démarque par sa conception, ses spécifications et son positionnement sur le marché. Tout indique que STA tient là un autre succès.

PHOTO **SAILUN TIRE AMERICAS**



LE TAUX HORAIRE EST LE VRAI SALAIRE DE VOTRE ENTREPRISE

Pour de nombreux gestionnaires, hausser le taux horaire est une source d'insomnie. Leur crainte ? Susciter une réaction négative de la part de leurs clients.

TEXTE **ASPMQ**

Pourtant, il faut voir le taux horaire comme le salaire de votre entreprise. C'est la valeur que vous accordez au temps consacré à réparer ou à entretenir le véhicule de votre client. Il doit couvrir une grande partie de vos dépenses et de vos investissements, tout en assurant la rentabilité de votre atelier.

Quand vous réduisez le taux horaire pour certains services, vous réduisez directement votre salaire… et donc votre valeur.

Prenons un exemple : les vidanges d'huile moteur. Elles sont souvent offertes à prix réduit pour attirer la clientèle. Résultat : vous travaillez une heure, mais vous ne facturez qu'une demi-heure. Vous êtes déjà en déficit. Et, accumulés dans le temps, ces déficits deviennent très difficiles à rattraper.

Pourquoi le volume ne suffit pas

Certains modèles d'affaires s'en sortent grâce au volume : de gros volumes d'huile moteur, des ristournes et des employés payés à plus bas salaire. Mais pour un centre de pneus et de mécanique indépendant, ce modèle est rarement viable.

Une heure travaillée doit, autant que possible, générer une heure facturée. C'est votre taux horaire réel qui compte, car il mesure votre performance. Plus vous vous rapprochez de 100 %, plus votre santé financière sera solide. Cela vous permettra de croître, d'investir, et d'offrir à vos employés les avantages qu'ils méritent.

Il n'existe pas de recette miracle. Chaque entreprise doit trouver ses propres stratégies, établir un plan et se fixer des objectifs clairs pour atteindre ce 100 %. Et pourquoi ne pas impliquer votre équipe dans cette réflexion ?

Rappelez-vous : votre taux horaire n'est pas qu'un chiffre. C'est la valeur de votre temps… et la clé de votre réussite.

Et maintenant, à vous de jouer !

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

MÉCANIQUE





NAPA AUTOPRO

LE RENDEZ-VOUS DES ÉTOILES RÉUNIT SES MEMBRES DE LA RÉGION DU QUÉBEC

Ce Rendez-vous sous le thème « propulsé par votre passion » a réuni un nombre record de participants venus de toutes les régions du Québec pour célébrer la bannière NAPA AUTOPRO et en apprendre les plus récents développements au Manoir Richelieu dans Charlevoix.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Dominic Baribeau, vice-président régional NAPA Québec, a ouvert le bal des conférences en rappelant que le dernier Congrès régional remontait à 2019. Il a souligné que 525 personnes étaient sur place pour ce grand rendez-vous, représentant ainsi 70 % du réseau NAPA AUTOPRO.

Il a souligné que la bannière NAPA AUTOPRO, lancée en 1983, est devenue la marque la plus forte du marché. S'adressant aux congressistes, il a souligné : « Les piliers de notre réussite sont votre expertise, la qualité des pièces et notre programme de garantie. Nous travaillons tous pour la satisfaction du client, et cela passe par l'innovation et une relation de confiance qu'il ne faut jamais tenir pour acquise. »

Il a ajouté que le réseau était bien outillé pour suivre les tendances du marché. En plus d'un inventaire de pièces en constante évolution, le réseau offre des solutions numériques pour répondre à une clientèle qui veut des communications numériques, mais personnalisées.

Pour Alain Primeau, nouvellement nommé vice-président exécutif de UAP pour tout le Canada, sa participation à ce rassemblement était comme un retour au bercail. Il a expliqué succéder à Alain Masse, devenu président Amérique du Nord pour GPC.

Quelque 525 personnes ont répondu à l'invitation du Congrès régional du Québec de NAPA AUTOPRO.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



L'équipe de NAPA AUTOPRO était heureuse d'accueillir ses membres au Manoir Richelieu à la Malbaie.

Un service essentiel

« NAPA et NAPA AUTOPRO ont le même ADN, c'est unique sur le marché, vous êtes la crème de la crème et vous êtes importants », a lancé M. Primeau en rappelant aux participants qu'ils ont été déclarés comme offrant un service essentiel durant la pandémie.

Il a indiqué que ces marques gardent le Canada en mouvement et a souligné le succès du programme NexDrive pour les véhicules électriques. « La force de NAPA AUTOPRO c'est de pouvoir servir tous les véhicules. Nous sommes le guichet unique pour l'ensemble de vos clients. »

M. Primeau a ensuite tracé un survol des enjeux du secteur automobile actuel, tout en soulignant que derrière ces turbulences se cachent de belles opportunités. Ce contexte se traduit notamment par une augmentation de l'âge moyen des véhicules du parc automobile canadien, ce qui constitue une très bonne nouvelle pour le marché secondaire. M. Primeau a aussi abordé le plan stratégique de NAPA AUTOPRO qui visera à améliorer l'expérience client par l'intégration des nouvelles technologies et l'automatisation de certains processus.

John O'Dowd, vice-président marketing pour UAP, et Simon Boulanger, de la firme marketing Réservoir, ont parlé du déploiement des campagnes de publicité, axées sur la notoriété de la marque. « Nous menons une stratégie de communication intégrée. Le résultat est que NAPA AUTOPRO est la deuxième marque la plus reconnue dans son secteur après Canadian Tire, qui dispose de budgets publicitaires plus importants. C'est une marque de confiance auprès de 95 % des consommateurs. Et cette confiance repose aussi sur la qualité de votre service. L'image que l'on vend est votre expertise mécanique, l'accès aux pièces NAPA et la proximité de vos services », a résumé M. O'Dowd.

Un panel d'experts

Sous le thème original de la salle d'attente, trois membres de l'équipe NAPA ont répondu aux questions venant de l'auditoire. Ainsi, Daniel Beauvais, Jean-François Drolet et Yves Racette, sous l'animation de Michel Bibeau, ont abordé une variété de sujets. Par exemple, on a appris durant ces échanges que 61 % des gens veulent un atelier avec lequel ils peuvent prendre un rendez-vous en ligne et que 30 % le font après 19h00. Il est aussi

Les ateliers de l'année

Durant la soirée de gala qui clôture de brillante façon le Congrès régional, NAPA AUTOPRO a reconnu les ateliers de l'année 2024 pour leurs performances exceptionnelles.



Bronze : 4my auto, Gloucester



Argent : Garage Keighan & fils., Longueuil



Or : Garage Martin Côte, Donnacona

PHOTOS NORMAND HUBERDEAU

clair que les consommateurs se fient de plus en plus aux commentaires tirés des médias sociaux pour le choix de leur atelier.

« Les clients sont très informés et il est difficile de bâtir leur confiance, a expliqué M. Beauvais. Ils cherchent un atelier d'une marque connue et respectée et, plus important encore, un guichet unique avec tous les services. Il faut être capable de réparer toutes les marques, oui, mais aussi être équipés pour faire tous les travaux. »

M. Racette, à la tête du programme NexDrive au Canada, a mentionné pour sa part qu'une étude de l'industrie indique que 50 % des clients des ateliers indépendants veulent passer à un véhicule électrique ou hybride au moment du remplacement. Une forte tendance qu'il explique par la hausse significative de l'autonomie de ces véhicules. « Concrètement, les ateliers certifiés NexDrive attirent une nouvelle clientèle, souvent venue d'un périmètre géographique très large », a-t-il constaté.

Des représentants de la firme IG Gestion privée de patrimoine sont venus parler des outils disponibles pour évaluer la valeur d'une entreprise dans l'éventualité d'une vente ou d'un transfert. Plusieurs ateliers de mécanique automobile ferment leurs portes faute de relève ou d'un plan de succession structuré.

Enjeux et stratégies

Les gestionnaires d'ateliers NAPA AUTOPRO David D'Astous et François Paquet, ont été questionnés sur l'expérience client qu'ils ont développée par Félix Bouchard, spécialiste au développement des affaires chez NAPA AUTOPRO, avec la collaboration éclairée de Mario Comtois de PME GURU. Le duo de gestionnaires a expliqué le haut niveau d'attente de la clientèle. Offrir un accueil avec le sourire, une voiture de courtoisie propre et prête ou encore prendre le temps d'expliquer au client ce dont sa voiture a besoin pour mener une longue vie, font partie des bonnes pratiques. De plus, comme l'indique Mario Comtois, prendre le temps de faire de bonnes inspections au lieu d'entasser un nombre maximal de rendez-vous tend à faire accroître la satisfaction du client, tout comme la valeur moyenne de la facture.

L'intégration de nouvelles technologies, telles que la prise de rendez-vous en ligne et l'inspection numérique, est un facteur qui améliore l'expérience, offrant la simplicité et la transparence demandées par la clientèle d'aujourd'hui.

Ce n'est un hasard si les conférences se sont terminées par une présentation humoristique, mais hautement pertinente, du conférencier et formateur Jasmin Bergeron portant sur l'Effet Wow ! Il a expliqué l'importance de gérer le niveau d'attente des clients, en proposant moins pour livrer plus.

M. Bergeron a rappelé que si la première impression est importante, et qu'il n'y a rien de pire que l'indifférence lorsqu'un client arrive en atelier ou attend au bout de la ligne, il faut conclure l'expérience sur une note positive. « C'est un peu comme pour les feux d'artifice, les gens se souviennent de la finale », a conclu le conférencier.

De l'action à l'Expo-vente

La soirée d'Expo-vente organisée dans le cadre de ce congrès le 26 septembre permettait aux représentants des ateliers de rencontrer des spécialistes de produits de quelque 35 fournisseurs présentant leurs nouveautés. De plus, un kiosque central présentait le programme de formation NexDrive alors que NAPA offrait plusieurs kiosques satellites sur ses produits et services.

Lors de cette soirée, les garagistes pouvaient profiter de plusieurs offres spécifiques des fournisseurs et courir la chance de remporter différents prix. De plus, durant cette soirée très animée, un cocktail et un souper à base de produits locaux, étaient offerts aux participants.

Des engagements durables

Le congrès, sous le thème Le Rendez-vous sous des étoiles, a su faire briller les membres fidèles à sa bannière, qui ont atteint des anniversaires représentant autant de jalons significatifs dans leur histoire.

- 5 ans : Cobra Pneus et mécanique de Montréal
- 20 ans : Atelier de mécanique d'Autray à Berthierville
- 20 ans : Pneus et mécanique Norman Bélair de Saint-Jérôme
- 25 ans : Desharnais Pneus et mécanique à Québec
- 25 ans : Mécanique Auto D.R. de Lévis
- 25 ans : Centre d'Auto P.R.N. Salaberry à Montréal
- 30 ans : FL Auto Technique de Saint-Rémi
- 30 ans : St-Luc Auto Service à Saint-Jean-sur-Richelieu
- 35 ans : Garage Guy Asselin de Sherbrooke
- 40 ans : Garage Alain Bonin de Drummondville
- 40 ans : Garage Pontbriand de Saint-Pie

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

LA SUSPENSION À CONSIDÉRER POUR LA SÉCURITÉ ET LE CONFORT

La suspension mérite que l'on s'y attarde plus attentivement pour bonifier les revenus de l'atelier, mais surtout pour garantir du comportement sécuritaire de l'automobile de ses clients.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**


La condition de la suspension est trop souvent omise lors des inspections mécaniques.

« La suspension est une catégorie mal aimée en entretien mécanique », constate Patrick Saint-Pierre, directeur des ventes au Groupe Monaco et connaisseur en matière de suspension automobile. « On pense avant tout au confort de conduite, pourtant, la suspension, c'est ce qui colle la voiture sur la route. On parle ici de la qualité du freinage et de la stabilité du véhicule. Qui plus est, plus le véhicule est technologique, et plus une bonne condition de la suspension est importante. »

Cela étant dit, M. Saint-Pierre est le premier à admettre que l'usure des pièces de suspension est presque imperceptible, puisqu'elle se fait graduellement, au fil des kilomètres, et que le conducteur ne pourra en sentir le changement. Le défi demeure entier pour l'atelier qui veut diagnostiquer sa condition, à moins d'une défaillance majeure.

« Pour les suspensions pneumatiques, de plus en plus populaires sur les camions légers et les gros VUS, c'est simple, en cas de bris ou de panne, le véhicule s'affaisse, reprend M. Saint-Pierre. C'est plus compliqué avec une suspension conventionnelle, à moins qu'un amortisseur ne présente une fuite, il demeure difficile d'en mesurer la condition en un seul coup d'œil. »

Comprendre le pneu

Selon M. Saint-Pierre, une usure en bandes observée sur les pneus au moment du changement de saison, un plongeon de la voiture au freinage, un rebondissement prolongé au moindre impact ou un roulis exagéré lors des virages annoncent une suspension fatiguée. « Et ce n'est pas rendre service au client que d'installer un ensemble de pneus sur une suspension finie qui va les user prématurément. » Bref, le technicien devrait être aux aguets de tout signe d'usure anormale des pneus, annonciateur d'un problème d'alignement ou de suspension.

Même recommandation de la part de Richard Shumko, formateur au sein de l'équipe de Garage Guru du distributeur DRiV. « Vous savez que les deux tiers des véhicules légers qui se retrouvent au recyclage en fin de vie y arrivent avec leurs suspensions d'origine. Pas besoin d'en dire plus lorsqu'on songe au potentiel que représente le remplacement de pièces de suspension. »

Selon M. Shumko, une voiture qui affiche plus de 100 000 km au compteur et qui n'est plus couverte par la garantie du constructeur mérite systématiquement un essai routier à l'atelier. Le technicien d'expérience pourra mesurer le comportement du véhicule, autant en matière de son freinage, de la qualité de la direction que de la suspension, tout en prêtant l'oreille à toute anomalie sonore, susceptible d'indiquer un problème. Une inspection visuelle devrait suivre, dévoilant un ressort brisé ou un amortisseur fuyant.

« Il faut bien éduquer l'équipe afin qu'elle puisse expliquer la nécessité d'un remplacement de la suspension au client, reprend l'expert. En fait, je ne saurai trop insister sur l'importance de la communication avec le client, car il réa-



lise rarement l'usure de ce système et de son importance sur sa sécurité. Puisque l'usure est graduelle, un diagnostic précoce permet aussi au client de planifier la dépense dans son budget. »

Ce que veut le client

Patrick Saint-Pierre mentionne au passage qu'il se trouve dans le marché secondaire des ensembles permettant le remplacement d'une suspension pneumatique par un système conventionnel, beaucoup moins dispendieux, mais qui n'offre pas le même niveau de confort duveteux.

Tout comme le mentionnait d'ailleurs lors d'une récente entrevue Raymond Proulx de KYB, il faut mesurer les attentes des clients et analyser les utilisations du véhicule. Ce que corrobore M. Shumko.

« Une camionnette qui travaille dur sur les chantiers a besoin d'une suspension beaucoup plus rigide et résistante qu'un véhicule de la même catégorie qui ne sert qu'aux balades le dimanche.

Il faut comprendre les attentes des clients, installer une suspension trop robuste pour les balades du dimanche ne fera pas un consommateur heureux, tout comme le contracteur n'aura pas d'éloges pour l'atelier qui lui aura installé une suspension inadéquate qui rendra l'âme prématurément. »

La suspension est mal aimée par les ateliers, lançait en introduction Patrick Saint-Pierre. Pourtant, quelque 90 % des systèmes reposent sur des ensembles faciles à installer. « C'est à cause des usines des constructeurs automobiles qui veulent des ensembles de pièces rapides à monter. Les ateliers du marché secondaire doivent en profiter à leur tour », conclut-il.



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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

DE LA POUSSETTE À L'ATELIER 3.0

Tout a débuté en 1944 lorsque le grand-père, Armand Patenaude, s'est lancé en mécanique et en carrosserie à Cantic, un secteur de Lacolle, situé au cœur du royaume québécois de la production maraîchère.

TEXTE **GUY O'BOMSAWIN**



Philippe Patenaude est propriétaire du Garage Patenaude depuis 2010, une entreprise familiale fondée en 1944, aujourd'hui membre du réseau Bumper to Bumper Service Auto et du groupe L'Atelier branché.

Lorsque ses fils Gilbert et Serge ont pris la relève en 1984, la troisième génération s'y familiarisait déjà, découvrant de sa poussette l'art du débosselage et du sablage…

Ainsi est née la carrière de Philippe, fils de Gilbert, par une immersion précoce, dont l'image qu'il garde en tête est probablement son tout premier souvenir.

Formés en mécanique et en carrosserie à l'École professionnelle des métiers de Saint-Jean-sur-Richelieu, son père, son oncle et lui partagent la fierté d'être des descendants d'un pionnier.

Si l'on ne peut plus pratiquer ces métiers sans être à la fine pointe de la technologie, le secret demeure cette débrouillardise, souvent essentielle au dépannage.

Le choc du virus

Que de choses se sont passées depuis ses premiers pas, ses Tonka et sa constante présence auprès d'un père qui ne pouvait lui faire plus plaisir qu'en lui permettant de déplacer les autos. Le Garage Patenaude, maintenant sous la bannière Bumper to Bumper Service Auto n'entretient et ne répare plus de machinerie agricole, ni de carrosserie depuis peu. Cependant, Philippe, qui en est propriétaire depuis ses 30 ans, a mis l'atelier mécanique à niveau en 2023. C'est le choc du virus qui a déclenché la remise en question. Allait-il continuer sur sa lancée initiale, ou repenser l'entreprise en fonction des nouvelles attentes et de la rareté de la main-d'œuvre qualifiée ? À la réflexion, il a coupé court au volet de la carrosserie, qui exige au minimum une équipe de six personnes affectées aux diverses tâches, dit-il, et a décidé de rénover et d'agrandir la division mécanique.



Équipement dernier cri, expertise, climatisation, planchers chauffants sont la marque de la version 3.0 du Garage Patenaude dont la devise est « Un service hors pair pour un client hors pair » comme illustré sur son site.

Le mariage avec l'esthétique

Le garagiste de 46 ans a jugé pertinent d'inviter un spécialiste reconnu en esthétique automobile à s'installer dans la partie désormais réservée à cette fin.

Pour le bonheur des clients – ainsi que de ses techniciens et de lui-même - il est ainsi désormais possible, en un même lieu et une seule visite, de faire laver et nettoyer son véhicule avant son passage en mécanique.

Au-delà du quotidien

M. Patenaude n'a rien épargné pour que son nouvel atelier reflète sa vision, qui va nettement au-delà d'une simple mise

PHOTOS **GARAGE PATENAUDE**

à niveau et d'une image de professionnalisme. À preuve, son initiative de faire aménager une mezzanine comprenant une salle de formation destinée à ses besoins ainsi qu'à ceux des garagistes de son secteur.

Philippe Patenaude souhaite qu'en ce nouveau siècle les garagistes se regroupent afin d'être officiellement reconnus pour leur compétence et le caractère essentiel de leurs services.

Ce qui fait l'unanimité, c'est sa décision d'avoir fait installer la climatisation et des planchers chauffants, dans tout le bâtiment, le confort faisant partie de ses priorités.

Sachant également à quel point il est primordial que les techniciens, dont lui-même, soient à l'aise pour consulter les sites des constructeurs et des fournisseurs, il a opté pour leur réserver un espace de travail dédié.

Des services vus d'un autre œil

Quant aux services, il a souligné à quel point il est réjouissant de constater que la pandémie a changé la perception des clients qui, selon lui, leur accordent plus de valeur et d'importance. Le fait d'avoir dû tenter durant la fermeture des garages, d'entretenir leur véhicule sans en avoir les connaissances et l'outillage, les a rendus plus compréhensifs face aux coûts et plus attentifs aux conseils. Depuis la rénovation, les clients sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à lui confier leur véhicule, électrique ou non, et à constater à quel point il est important d'avoir affaire à un garagiste de confiance. Ce qu'il a illustré par un exemple frappant : celui d'un automobiliste à qui on avait dit à un autre atelier que les freins étaient à refaire alors qu'ils étaient presque neufs !

Une réputation grandissante

Constitué d'abord de Lacolle, Napierville, Noyan, Saint-Bernard-de-Lacolle, Saint-Paul-de-l'Île-aux-Noix et Venise-en-Québec, le marché primaire du Garage Patenaude s'étend en proportion de sa réputation et de ses nouvelles expertises.

Loin des Tonka de son enfance, Philippe Patenaude souhaite, comme d'autres, que les garagistes se regroupent afin d'être clairement reconnus pour leur compétence et l'importance de leurs services.

Le Garage Patenaude possède cinq véhicules mis à la disposition des clients et offre le service de dépannage.



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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

VinFast et NAPA AUTOPRO NexDrive

UN PARTENARIAT INÉDIT POUR L'ENTRETIEN DES VÉ AU CANADA

VinFast a franchi une étape importante dans son déploiement au Canada. Le constructeur vietnamien de véhicules électriques s'est associé aux ateliers NAPA AUTOPRO certifiés NexDrive pour offrir à ses clients un réseau national d'entretien et de réparation sous garantie. Ce partenariat, qui constitue une première dans l'après-marché canadien, donne aux propriétaires la tranquillité d'esprit d'un service accessible et spécialisé.

TEXTE **ISABELLE HAVASY**

L'initiative a commencé en 2023 avec un projet pilote mené dans une poignée d'ateliers du Québec et de l'Ontario, relate Yves Racette, directeur du développement du programme NexDrive. « L'exercice s'est bien déroulé de façon générale. Tout le monde était prêt et formé. Il est à noter que le constructeur n'avait alors pas ébruité cette information auprès de sa clientèle. Ce test, qui a permis d'évaluer les besoins et d'ajuster les procédures, a été suffisamment concluant pour donner lieu à une entente officielle entre les deux parties, annoncée par voie de communiqué à la mi-juillet. »

Un partenariat national

Aujourd'hui, le partenariat s'étend à l'échelle du pays. Le nombre d'ateliers spécialisés est déterminé par le volume de ventes et les locations sont minutieusement choisies pour accommoder le plus grand nombre de clients. Dans la province, ce réseau complète les deux points de service VinFast situés à Saint-Laurent et à Laval.

La fermeture de la moitié des détaillants en juin dernier, dont les espaces d'exposition dans les centres commerciaux, a rendu cette approche indispensable pour répondre à la demande d'entretien courant et de réparation sous garantie sur tout le territoire. « On y va vraiment avec les volumes de vente », précise celui qui a orchestré la formation pour des techniciens de la bannière. « C'est sûr qu'on veut en avoir d'autres. »

Dès l'été 2022, John O'Dowd, vice-président marketing de NAPA Pièces d'auto au Canada, entrevoyait déjà la portée d'un tel projet. « Les quatre garages participants vont nous aider à voir comment on est capable de supporter un réseau de manufacturier nouvellement débarqué sur notre marché. Et on sait que ce ne sera pas le dernier qui à arriver au Canada dans les prochaines années. »

Une expertise dédiée aux VÉ

Les ateliers NexDrive disposent d'une formation spécialisée et d'équipements conçus pour intervenir sur les modèles VinFast. « Tous nos membres autorisés sont formés et possèdent l'appareil de diagnostic VinFast », souligne M. Racette, un outil essentiel, même pour résoudre un problème de TPMS. « Ils ont aussi accès à toute l'information sur la marque, au même titre qu'un technicien VinFast. »

Leur expertise s'appuie sur le programme Compétences VÉ, développé au Québec. Pour travailler sur les VF8 et VF9, ils n'ont eu qu'à suivre une formation supplémentaire de deux jours. Nicolas Piguet, ancien collègue de M. Racette à l'École des métiers de l'équipement motorisé de Montréal (EMEMM) et "l'un des gars qui a formé les maîtres formateurs au Québec pour compétences VÉ", a été désigné pour le projet.

Ce partenariat marque aussi une étape importante pour NAPA. « Dans l'après-marché, l'âge moyen des véhicules que l'on répare varie entre six et huit ans. On touche rarement ceux qui sont encore sous garantie à moins d'exception. C'est quelque chose qu'on va tester dans notre phase pilote avec VinFast », expliquait M. O'Dowd lors d'une entrevue en 2022. Il espérait que cette initiative servirait de modèle de référence pour « les constructeurs étrangers qui souhaitent s'établir au pays et qui n'ont pas de réseau de concessionnaires pour faire l'entretien et la réparation. »

Pour les propriétaires VinFast, cette entente signifie un service de qualité, conforme aux normes et procédures de la marque. Cette collaboration pourrait bien transformer le secteur automobile du marché secondaire et aider à soutenir la transition vers l'électrique.

TSS TOTAL SHOP SOLUTIONS

monty® 1625

DÉMONTE PNEUS PROFESSIONNEL

Le **monty® 1625** est un démonte‑pneus professionnel conçu pour la durabilité et l'utilisation à long terme dans des environnements à fortet demande. Il est conçu pour s'adapter à un large éventail de pneus d'origine pour voitures et camionnettes légères, ce qui en fait un excellent choix pour les ateliers de pneus à gros volume, les garages et les concessionnaires OEM souhaitant optimiser leurs opérations.





DÉMONTE PNEUS ROBUSTE POUR ATELIERS À GRAND VOLUME

VENEZ DÉCOUVRIR NOS PRODUITS

SEMA SHOW

4 AU 7 NOVEMBRE 2025 · LAS VEGAS CONVENTION CENTER

EN SAVOIR PLUS:
SCANNEZ LE CODE QR

HOFMANN®

HOFMANN-EQUIPMENT.COM

APPELEZ POUR UNE SOUMISSION :800-225-5786

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

UN GRAND PAS POUR BESTBUY DISTRIBUTORS

La rencontre annuelle Buy & Sell de Bestbuy Distributors s'est tenue à Montréal au début de septembreet a été l'occasion idéale de marquer l'ouverture de son nouveau centre de distribution dans la métropole.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**



Quatre jours ont été consacrés à des rencontres d'affaires entre actionnaires et gérants de magasins avec un groupe d'une quarantaine de fournisseurs soigneusement sélectionnés. Le format dynamique de ces échanges a permis aux actionnaires de découvrir directement les nouveaux produits, programmes et occasions de développement auprès de leurs partenaires.

L'événement a rassemblé des actionnaires Bestbuy de toutes les régions du pays, confirmant une présence nationale solide d'un océan à l'autre. Dans son allocution, Nick Brunet, président de Bestbuy Distributors, a expliqué pourquoi Montréal avait été choisie pour l'édition de cette année. « Notre réseau d'actionnaires couvre l'ensemble du Canada et a connu une croissance impressionnante ces dernières années. Le Québec et l'Est du pays offrent encore beaucoup de potentiel. S'implanter à Montréal n'a rien d'un hasard, cela coïncide parfaitement avec l'ouverture de notre nouveau centre de distribution. » Désormais allié au pouvoir d'achat de Federated Auto Parts, ce distributeur fournit des pièces de rechange de qualité à l'ensemble des ateliers de réparation, par l'intermédiaire de ses magasins appartenant à ses actionnaires. En plus des ventes en magasin et en ligne, il appuie aussi un vaste réseau d'ateliers affiliés Best Auto partout au Canada.

D'après M. Brunet, l'avenir s'annonce favorable, aussi bien pour élargir le réseau d'actionnaires et de magasins de pièces à l'échelle nationale que pour développer rapidement un maillage d'ateliers affiliés dans de nouveaux territoires. « Nous sommes une entreprise canadienne et indépendante, qui impose très peu de lourdeur administrative à ses actionnaires, dit-il. Nous avons été trop longtemps le secret le mieux gardé de l'industrie, mais aujourd'hui nous avons les moyens de nous affirmer haut et fort. » Il a d'ailleurs réitéré cette détermination lors de son discours au gala. « Nous sommes ici pour échanger des idées, pour célébrer nos réussites, bien sûr, mais surtout pour planifier la suite de notre aventure! »



Le nouveau centre de distribution a été inauguré à Montréal.

Un nouvel élan dans l'Est du pays

Autosphere a eu l'occasion de visiter le tout nouveau centre de distribution de Bestbuy Distributors, ouvert à Montréal dans l'arrondissement de Saint-Léonard. Son emplacement stratégique, à proximité des principaux axes routiers, permettra de mieux faire circuler les pièces partout au Québec et dans l'Est du Canada.

Ce nouveau centre de distribution sera essentiel pour répondre aux attentes d'une clientèle en expansion, qui veut un accès rapide et fiable à une vaste gamme de pièces de rechange.

PHOTOS **MICHEL BEAUNOYER, YANN CANNO**



Nick Brunet dans le centre de distribution de Montréal.

Lors de l'inauguration, M. Brunet a précisé que la gestion des stocks du nouveau centre serait conçue pour rester souple et évoluer avec la demande. « Notre partenariat avec Federated nous donne accès à des données de marché précieuses, a-t-il indiqué. En exploitant ces informations, nous pouvons mieux répondre aux attentes de nos actionnaires et de nos clients. Avec le centre de Montréal, nous sommes aujourd'hui mieux placés que jamais pour livrer les bonnes pièces, par l'intermédiaire de nos magasins, vers les ateliers qui gardent les Canadiens sur la route. »

Avec ce site, Bestbuy porte à trois le nombre de ses centres de distribution à l'échelle du pays, confirmant ainsi son engagement à croître à l'échelle nationale.

Une reconnaissance bien méritée

Lors de la soirée gala du 9 septembre, organisée dans la prestigieuse salle de bal de l'hôtel Fairmont Le Reine Elizabeth, Bestbuy Distributors a tenu à souligner l'engagement de longue date de plusieurs actionnaires. Des plaques commémoratives ont été remises pour marquer différentes décennies de fidélité et de partenariat :

- Halton Automotive (40 ans)
- Central Transport & Refrigeration (40 ans)
- Den-Paul Distributors (25 ans)
- A & A Discount Auto Parts et Kobrex (15 ans)
- Ameen's Auto Parts (10 ans)
- Auto Parts Authority et Sako Auto Parts (5 ans)

Un moment fort en émotions pour les actionnaires, les partenaires et l'équipe Bestbuy, et une source d'inspiration pour les nouveaux venus dans la grande famille. La soirée s'est conclue par la remise de prix aux fournisseurs. U.S. Motor Works, Dorman, Mevotech et Dayco ont été récompensés pour la qualité de leur collaboration en 2024. L'honneur suprême, le prix Horace J. Pratt du fournisseur de l'année, a été décerné à ProMax, en reconnaissance d'un partenariat exemplaire avec les actionnaires de Bestbuy.


40e anniversaire de Halton Automotive comme actionnaire de Bestbuy. De g. à dr. : Mary Devlin, Halton Automotive; Mark Haner, Auto Parts Authority; Lorna Sanderson, Halton Automotive; Ben Devlin, Halton Automotive; Nick Brunet, président de Bestbuy.


De g. à dr. : Tony Racioppo, Fincham Automotive; Mark Haner, Auto Parts Authority; Arthur Edwards, Northwest Auto Parts; Michael MacPherson, Down East Auto Parts; Doug Curliss, ProMax; Doug Wilson, Fat Guys Auto Parts et président de Bestbuy; Sam Yako, ProMax; John Brunelle, Part Stop (IDL); Anthony Didiano, ProMax; Scott Anderson, Peterborough Automotive; Rob Dow, Jack Dow Auto Supplies; Nick Brunet, président de Bestbuy.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

Symposium AARO 2025

LE GRAND VIRAGE

Des professionnels du marché secondaire venus de toute l'Ontario ont participé à quatre jours de formation et d'échanges animés par des leaders de l'industrie.

TEXTE **JACK KAZMIERSKI**

L'Automotive Aftermarket Retailers of Ontario (AARO) a tenu une conférence de quatre jours à Mississauga, en Ontario, du 17 au 20 septembre 2025. Le thème retenu pour cette édition était Shift Happens, évoquant l'inévitabilité du changement.

Le programme de quatre jours était structuré en plusieurs volets : le 17 septembre, une journée consacrée aux véhicules électriques ; le 18 septembre, des conférences destinées aux propriétaires d'ateliers accompagnées d'un salon professionnel ; enfin, les 19 et 20 septembre, deux journées dédiées à la formation pratique des techniciens en mécanique automobile.

Journée des véhicules électriques

Les véhicules électriques font désormais partie intégrante du paysage automobile et AARO accompagne les professionnels du marché secondaire pour en comprendre les enjeux. La journée a réuni des présentations de fournisseurs et d'ateliers de référence, axées sur l'équipement dont les ateliers auront besoin pour intervenir en toute sécurité sur les véhicules électriques, ainsi que sur la formation nécessaire pour maintenir les techniciens au fait des nouvelles technologies du marché. Les participants ont eu l'occasion de prendre le volant de certains des véhicules électriques les plus populaires.

Séances d'affaires

L'industrie automobile évolue rapidement. Dans cet esprit, AARO a organisé une série de conférences spécialement conçues pour les nombreux propriétaires d'ateliers présents lors de la deuxième journée.

La fraude liée aux NIV en hausse

Ciaran Ryan, gestionnaire recherche et analyse chez CARFAX Canada, a évoqué le cas d'un client ayant commandé un rapport CARFAX pour vendre sa voiture. Le rapport indiquait que, alors que le propriétaire résidait au Québec, le véhicule était pourtant régulièrement entretenu en Floride. Il faisait également état d'un kilométrage incohérent et de plusieurs accidents, alors que la voiture n'avait jamais été accidentée.

Le problème provenait de l'utilisation du NIV de ce client pour masquer l'identité d'un véhicule volé en Floride. Tant que cette situation n'était pas réglée avec l'aide des autorités, la voiture demeurait invendable. M. Ryan a précisé qu'il ne s'agissait pas d'un cas isolé, la fraude domestique liée aux NIV est en hausse. Rien qu'en 2024, plus de 69 000 véhicules ont été déclarés volés au Canada. CARFAX Canada estime à plus de 372 000 le nombre de NIV potentiellement clonés dans le pays.

CARFAX Canada propose deux outils utiles : VIN Fraud Check (pour les concessionnaires) et VIN Fraud Check et Vehicle Monitoring (pour les consommateurs). « Si un de ces véhicules se présente dans votre atelier, informez le client et laissez-le prévenir les autorités », a précisé M. Ryan.

Vol d'identité et fraude

Louise Brown, conseillère en avantages sociaux chez IDShield Canada, a rappelé qu'en 2024, les Canadiens avaient déclaré des pertes de plus de 600 millions de dollars liées à la fraude, et que les petites entreprises sont des cibles de choix. Les criminels savent que ces entreprises ne disposent pas de grandes ressources ni d'équipes TI pour se protéger.

Les mots de passe faibles sont un problème majeur, a-t-elle précisé, tout



John Cochrane, conseiller principal chez AARO, souhaite la bienvenue aux propriétaires d'ateliers à la deuxième journée de la conférence Shift Happens.



Ciaran Ryan, gestionnaire Recherche et analyse chez CARFAX Canada, a présenté une conférence sur la fraude liée aux NIV.

PHOTOS **JACK KAZMIERSKI**

comme l'absence de formation des employés à supprimer les courriels suspects. Elle a insisté sur l'importance de ne jamais ouvrir un fichier ni de cliquer sur un lien douteux.

Mme Brown a encouragé les propriétaires à être proactifs. « Si vous avez des employés, assurez-vous qu'ils savent repérer les tentatives d'hameçonnage et les fausses factures », a-t-elle déclaré. « La plupart des fraudes passent par les personnes plutôt que par la technologie. » Elle a recommandé l'utilisation de mots de passe forts et de l'authentification multifactorielle, la sécurisation des systèmes de points de vente et de WiFi, ainsi qu'un suivi quotidien des comptes bancaires.

Anciens employés mécontents

Un contrat de travail mal rédigé ou basé sur un modèle générique peut représenter un risque majeur pour un atelier. Seth Holland, associé chez WeirFoulds LLP, a expliqué que le droit du travail évolue en permanence et que des contrats établis il y a plusieurs années peuvent aujourd'hui être dépassés.

En résumé, selon M. Holland, les employeurs doivent s'assurer que leurs contrats de travail sont établis par un avocat spécialisé en droit du travail. Cela vaut pour les employés permanents comme pour les travailleurs saisonniers embauchés pendant les périodes de forte activité.

Un changement dans les attitudes des consommateurs

La journée s'est conclue par une présentation du Dr David Coletto, fondateur et chef de la direction d'Abacus Data, qui a dressé un tableau inquiétant de la situation dans laquelle se trouve le pays. « Au cours des huit derniers mois, j'ai constaté un grand changement dans la manière dont les gens envisagent l'avenir », a-t-il indiqué. Il a rappelé que nous avons traversé une succession de crises ces cinq dernières années, de la pandémie aux guerres, en passant par les tarifs douaniers imprévisibles. Résultat : nous nous préparons collectivement à la prochaine crise, que nous pressentons comme imminente.

La bonne nouvelle, si l'on peut dire, c'est que les Canadiens gardent leur voiture plus longtemps en raison de cette incertitude, ce qui devrait profiter au marché secondaire dans les années à venir. « Pour le marché secondaire, c'est une occasion à saisir, même si nous continuerons à faire face à une pression tarifaire », a conclu M. Coletto.



Seth Holland, associé chez WeirFoulds LLP, a expliqué les dangers liés à l'utilisation de contrats de travail obsolètes.



Le Dr David Coletto, fondateur et chef de la direction d'Abacus Data, a souligné que pour les Canadiens une nouvelle crise semble imminente.



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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

À QUOI RESSEMBLERA L'AUTOMNE ?

Impossible de prévoir comment la nature évoluera cet automne ou si l'hiver arrivera plus tôt que prévue.

TEXTE **RÉJEAN LORTIE**

Combien de fois ai-je entendu des entrepreneurs critiquer l'affluence et mettre de côté leurs bonnes pratiques de service, prétextant avoir trop de travail.

Rester en contrôle, c'est demeurer maître de la situation, de son plan et de ses résultats, même face aux imprévus et à la pression du quotidien.

- Agissez de façon réfléchie et structurée, plutôt que de subir les événements.
- Continuez à offrir un service de qualité, peu importe le niveau d'achalandage.
- Rassemblez votre équipe et assurez-vous que chacun connaît ses responsabilités.
- Faites preuve de flexibilité et d'adaptation tout en gardant le cap sur les priorités établies.

Élaborer un plan d'action

L'élaboration d'un plan d'action est essentielle afin d'anticiper les imprévus et d'assurer le succès de votre prochaine saison.

Nous ne sommes plus à une époque où les faiblesses technologiques et les effets de la température sont à l'origine de l'achalandage et de la réussite. Aujourd'hui, ce sont vos initiatives qui détermineront votre achalandage saisonnier et faciliteront son maintien pour les mois suivants. L'élaboration d'un plan d'action est essentielle afin d'anticiper les imprévus et d'assurer le succès de votre prochaine saison.

1. Faites le bilan de la saison précédente.
2. Analysez les forces et faiblesses de l'automne passé.
3. Établissez ce que vous souhaitez accomplir. Les objectifs doivent être mesurables, atteignables et réalistes.
4. Déterminez les actions à mettre en place. Prévoyez les ressources nécessaires et assignez les responsabilités à chaque membre de l'équipe.
5. Présentez le plan d'action à toute l'équipe, assurez la mobilisation et l'adhésion de tous.
6. Mettez en place un suivi régulier des objectifs. Soyez prêt à ajuster le plan selon les résultats et les imprévus rencontrés.
7. Partagez les résultats et rappelez-vous que de célébrer les victoires favorise l'engagement pour les prochaines étapes.



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

NAPA PIÈCES D'AUTO

SI C'EST UNE PIÈCE, ON CONNAÎT ÇA.



REVOYONS LA QUESTION DES INSPECTIONS MÉCANIQUES OBLIGATOIRES

Le moment serait-il propice à relancer la discussion sur les inspections mécaniques obligatoires sur les véhicules québécois ?

TEXTE **MATHIEU CÔTÉ**

Cette question a sombré en arrière-plan ces dernières années. Avec le vieillissement du parc automobile québécois, plusieurs ténors de l'industrie automobile remettent ce dossier dans leurs conversations, un dossier soutenu durant de longues années sans jamais avoir obtenu l'écoute du gouvernement.

En fait, si mes souvenirs sont bons, les opposants à cette mesure de contrôle périodique y voyaient une stratégie malhabile des entreprises du secteur de l'entretien et de la réparation pour attirer plus de clients dans leurs baies de service tout en pénalisant la couche la moins fortunée de notre société, qui n'avait pas les moyens de s'offrir mieux que des véhicules en fin de vie ou mal entretenus.

Une pratique courante

Pourtant, plus d'une douzaine d'États américains imposent aux automobilistes un programme d'inspection basé sur la sécurité mécanique, mais aussi sur la mesure des émissions polluantes. Diverses formules s'appliquent selon les États, certains ne contrôlant que les voitures lors de la revente (ce qui peut être bénéfique pour l'acheteur potentiel, soit dit en passant) ou systématiquement sur tous les véhicules ayant atteint un certain âge.

En Europe, l'approche est simple, un contrôle technique tous les deux ans touche tous les véhicules de plus de quatre ans.

Évidemment, avec les enjeux que notre secteur connaît présentement, notamment en matière de ressources humaines et de travailleurs étrangers, relancer le débat sur l'inspection mécanique obligatoire n'est assurément pas la priorité la plus urgente. Il n'en demeure pas moins que la division du Québec de l'AIA Canada considère qu'une politique d'inspection périodique des véhicules, surtout ceux qui accumulent les années et les kilomètres, serait bénéfique à plusieurs niveaux.

Plus de sécurité

Tout d'abord, cela retirerait de la route des *minounes* dangereuses ou obligerait leurs propriétaires à les remettre au moins à niveau. On voit encore souvent dans nos ateliers des pneus lisses par l'usure ou des freins à bout de souffle que le client ne veut pas remplacer et que le garagiste n'a aucun pouvoir d'imposer.

De plus, si on enregistre un ralentissement de l'électrification des transports, la notion de véhicules sans ou à faibles émissions reste entière. Le réchauffement climatique est une réalité et le secteur des transports doit poursuivre ses engagements pour réduire son impact. À ce chapitre, une mesure des émissions lors de l'inspection périodique pourrait obliger l'ajustement de moteurs qui nous précèdent de leur lourd nuage noir.

Certains véhicules au Québec doivent passer par un atelier certifié par la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) au moins annuellement, notamment les taxis affichant plus de 80 000 Km au compteur, les autobus et les véhicules d'urgence. Je comprends la logique de vérifier la condition d'un véhicule commercial qui transporte un ou deux passagers sur un réseau urbain. Ce qui m'échappe, c'est pourquoi la même logique ne s'applique pas à un gros VUS chargé de la moitié d'une équipe de ringuette qui prend la route en plein hiver.

Bref, la question n'est pas close, le dossier est loin d'être mort et plusieurs associations et organismes de notre secteur semblent engagés à remettre ce sujet sur l'avant de la scène. Et nous en ferons partie.



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

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

CARROSSERIE





Conférence sur la croissance de Simplicity Soins d'auto 2025

SOUTIEN, FIABILITÉ ET RÉUSSITE

La conférence sur la croissance de Simplicity Soins d'auto illustre la force des partenariats.

TEXTE **HUW EVANS**

Depuis sa création en 2017, Simplicity Soins d'auto s'est imposée comme une réussite canadienne. L'entreprise compte aujourd'hui plus de 100 établissements au pays, a élargi son offre à de nouveaux segments, notamment les centres pour camions, et amorce désormais son expansion aux États-Unis.

Dès sa fondation, rappelle le chef de la direction Paul Prochilo, le réseau s'est fixé pour mission de rendre l'entretien automobile simple et abordable, tout en accompagnant ses franchisés dans leur développement.

Indicateurs clés

Cette approche centrée sur les clients et les franchisés se traduit par des résultats concrets : des délais de cycle 35 % plus courts que la moyenne de l'industrie et 85 % des véhicules livrés en sept jours.

Lors de sa récente conférence sur la croissance tenue à Niagara Falls (Ontario), Simplicity Soins d'auto a réuni franchisés, fournisseurs, partenaires stratégiques et professionnels de la carrosserie. Tous ont pu obtenir des informations privilégiées sur les progrès du réseau, assister à des séances d'apprentissage de haut niveau, profiter de nombreuses occasions de réseautage et visiter une exposition de fournisseurs sur place.

L'équipe de direction de Simplicity Soins d'auto met tout en œuvre pour créer de la valeur et favoriser la croissance de ses franchisés et du réseau.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

Une partie essentielle de la conférence portait sur la réussite partagée et la croissance du réseau, mais aussi sur le développement et l'accompagnement des franchisés. Dans son allocution, le président de Simplicity Soins d'auto, Domenic Ieraci, a illustré l'évolution du réseau en évoquant le parcours d'un des premiers franchisés, Arash Mokhtari, propriétaire de Simplicity Soins d'auto Windsor. Mokhtari a démarré son entreprise dans un atelier voisin du garage de son père. Avec son équipe, il avait une vision claire : développer ses activités et s'imposer comme un leader du marché. Aujourd'hui, ils exploitent un centre de camions Simplicity ultramoderne de 25 000 pieds carrés. Selon M. Ieraci, cette réussite ne relève pas du hasard.

La force des partenariats

« La clé de cette réussite, c'est la force des partenariats », souligne M. Ieraci. Ce principe est au cœur de la stratégie d'affaires et de croissance de Simplicity Soins d'auto. « Nous sommes guidés par les valeurs de notre réseau, et cela se reflète dans les décisions que nous prenons et dans le progrès qui en découle. Nous plaçons la relation et l'innovation au cœur de notre démarche, afin d'apporter des solutions concrètes à nos clients.»

Selon M. Ieraci, cette approche collaborative avec les partenaires et les acteurs clés a permis de créer une culture collective forte, à l'origine de résultats remarquables. En huit ans, Simplicity Soins d'auto a atteint 3,5 % du marché canadien de la réparation de carrosserie, généré plus de 500 millions de dollars en ventes cumulées et élargi ses activités dans sept provinces. En 2025, le réseau affiche également un taux net de recommandation de 79,5 %, soit une hausse de 2,5 % par rapport à 2024, ainsi qu'une moyenne de 4,6 étoiles sur Google.

Des pratiques opérationnelles solides

Ces chiffres impressionnants traduisent non seulement la force des partenariats, mais aussi l'importance de pratiques opérationnelles solides.

Depuis sa création, Simplicity Soins d'auto mise sur l'excellence opérationnelle. À la conférence 2025, le directeur des opérations, Domenic Prochilo, a expliqué que cette réussite repose sur une approche résolument centrée sur le client.

Il précise que la clé pour y parvenir est de maintenir une démarche d'amélioration continue.À titre de comparaison, il cite le baseball : malgré un siècle écoulé, la balle garde quatre pouces de circonférence et la batte mesure encore entre 32 et 42 pouces. De la même manière, en carrosserie, les véhicules ont toujours quatre roues, un volant et des panneaux extérieurs à réparer après un accident. Mais, dans les deux cas, les évolutions technologiques et les subtilités du métier ont changé la manière de jouer.

Se démarquer

À l'instar des meilleures équipes des ligues majeures, changer radicalement sa philosophie de jeu et sa façon de gérer son entreprise permet non seulement de se démarquer, mais aussi de prendre les devants.

M. Prochilo rappelle que, même si le service et l'expérience client demeurent essentiels, la clé est d'exceller et d'anticiper les effets d'une décision sur l'avenir. C'est ce qui guide le réseau.

Dépasser les attentes

Il estime que les organisations les plus performantes ont bâti leur succès en plaçant le service, l'expérience client et l'amélio-



Paul Prochilo, directeur général, Simplicity Soins d'auto.



Colson Cole, directeur des ventes de franchises, Simplicity Soins d'auto.



Greg Wing, directeur des partenariats stratégiques, Simplicity Soins d'auto.



Domenic Ieraci, président, Simplicity Soins d'auto.

PHOTOS AUTOSPHERE MEDIA, HUW EVANS

ration continue des processus au cœur de leurs priorités, afin de dépasser sans cesse les attentes.

Depuis ses débuts, Simplicity Soins d'auto poursuit cette démarche : optimiser les délais de cycle, garantir la qualité des réparations et accroître l'efficacité des processus. L'entreprise vise ainsi à offrir à ses franchisés davantage de temps pour leur famille et leur communauté, tout en atteignant les objectifs de production et de revenus et en améliorant l'expérience client.

« Notre industrie repose sur les personnes », souligne M. Prochilo. Il précise que Simplicity Soins d'auto aide ses franchisés à obtenir de tels résultats en recourant au nivellement de charge, qui permet de répartir les travaux entre les ateliers et d'assurer une communication simple et cohérente dans l'ensemble du réseau.

Des chiffres éloquents

À ce jour, Simplicity Soins d'auto a rééquilibré près de 2,5 millions de dollars de chiffre d'affaires entre ses ateliers et vise les 3 millions d'ici la fin de 2025.

« Le nivellement de charge et l'échange de capacités entre ateliers représentent pour nous un atout majeur et une réelle source d'enthousiasme », dit-il. « Si nous avons quatre ateliers dans une région et que deux sont débordés, nous pouvons rééquilibrer afin que chacun demeure actif, productif et génère davantage de réparations collectivement dans la région. »

M. Prochilo explique que le réseau est déterminé à mettre en place un système de nivellement de charge et de communication efficace d'un bout à l'autre du pays. Qu'il soit situé à Prince George, en Colombie-Britannique, ou à Grand-Sault, au Nouveau-Brunswick, chaque franchisé Simplicity Soins d'auto bénéficie des mêmes ressources pour développer son entreprise, optimiser son efficacité, soutenir sa croissance et contribuer au bien-être de ceux qui participent à la remise en état des véhicules.

Leadership et progrès

La conférence 2025 de Simplicity Soins d'auto a accordé une place importante au leadership. Le général Rick Hillier, ancien chef d'état-major de la Défense du Canada, a livré un discours inspirant. Il a insisté sur l'importance de motiver ses équipes, de leur donner la confiance nécessaire pour accomplir leur mission et de reconnaître leur contribution. Il a aussi rappelé que, dans les moments difficiles, un leader doit assumer ses responsabilités, analyser les causes d'un échec et ajuster sa stratégie pour éviter que la situation se reproduise.

Parmi les autres points saillants, on note une présentation de Todd Richardson (In Motion Brands) sur le rôle de l'intelligence artificielle dans l'optimisation des opérations et des normes en carrosserie, ainsi qu'une intervention de Darren Swanson (Novel Futures Corporation), qui a partagé des conseils avisés sur la durabilité et la résilience en partageant des pratiques éprouvées pour s'adapter à un environnement d'affaires et socioéconomique de plus en plus imprévisible, tant au Canada qu'à l'étranger.



Vito Atilla, directeur de la performance du territoire au Canada, Simplicity Soins d'auto.



Shawn Wilson, directeur financier, Simplicity Soins d'auto.



Ali Raza Rizvi, responsable des opérations régionales, Simplicity Soins d'auto.



Domenic Prochilo, directeur des opérations, Simplicity Soins d'auto.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



BIEN CHOISIR SON PISTOLET À PEINTURE

Le pistolet de pulvérisation à gravité est l'outil emblématique du peintre en carrosserie. Il est déterminant pour obtenir une finition du revêtement aussi fidèle que celle d'origine.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

Les constructeurs automobiles lancent constamment de nouveaux modèles avec une variété de couleurs et de finis, espérant ainsi charmer l'œil du consommateur. Les fabricants de peinture, parfois complices dans l'élaboration de ces revêtements, développent des solutions applicables aux ateliers de carrosserie, appelés à intervenir sur ces véhicules dès qu'ils sont impliqués dans une collision.

Un poids immense pèse sur les compagnies de peinture qui, réalisant qu'un atelier ne peut offrir les mêmes conditions qu'une usine, préparent des apprêts, bases et vernis. Leur pulvérisation, effectuée dans les règles de l'art, devrait redonner au véhicule son apparence d'antan, tout en s'harmonisant avec les parties de l'automobile épargnées par la réparation.



Le fabricant Iwata propose un catalogue complet de pistolets adaptés à chaque type de revêtement.

Souvent, les peintres possèdent leurs pistolets, bien que certains ateliers les fournissent. Cependant, toutes les carrosseries doivent s'assurer que l'outil utilisé respecte les spécifications des processus d'application.

Un choix important

Nous avons demandé à Normand Cormier, chroniqueur pour notre publication et directeur de la formation pour les Amériques chez Systèmes de Revêtements Axalta, de nous parler de l'importance de choisir le bon pistolet de pulvérisation. Dans cette chaîne, où chaque écart sur le processus peut entraîner une reprise coûteuse du travail, il est crucial de faire le bon choix. Il convient de noter qu'en atelier de carrosserie, les systèmes à gravité sont nettement les plus courants.

« Je dirais qu'étant donné que le pistolet est le principal outil de travail pour un peintre, l'idéal est de pouvoir l'essayer avant l'achat, souligne l'expert. Les fournisseurs sont généralement ouverts à laisser un pistolet à un peintre pendant une certaine période d'essai avant l'achat. »

La même opportunité est offerte par des distributeurs d'équipement de carrosserie et des fournisseurs de peinture.

PHOTOS **ANEST IWATA, SATA**

« Ce sont des équipements relativement coûteux, et il serait regrettable d'acquérir un outil que l'on cesse d'utiliser parce qu'il ne convient pas réellement à nos besoins. »

Un outil pour chaque tâche

M. Cormier critique également l'idée, partagée par certains, qu'un seul pistolet peut assurer l'application indiscernable de couches d'apprêt, de base ou de vernis. Selon lui, la solution unique n'est pas optimale : « J'ai une préférence pour un pistolet avec des réglages spécifiques pour l'application de notre couche de base à l'eau, par exemple, mais je préfère le pistolet d'un autre fabricant pour l'application de notre vernis productif. »

Cela souligne l'importance de choisir le pistolet principalement en fonction des recommandations des fabricants de peinture, et non uniquement selon les préférences du peintre. Évidemment, ce dernier doit être à l'aise avec son outil de travail, mais son choix doit répondre à certaines contraintes techniques.

« L'ergonomie, le poids, les types de buses et de chapeaux d'air disponibles, le patron d'atomisation et le débit de matériel (grammes par minute) sont tous des facteurs qui influencent la performance du peintre lors de l'utilisation d'un pistolet », précise M. Cormier.

Les spécifications techniques avant tout

La conversation se tourne vers Christian Roy, gérant de territoire – technique – pour le distributeur NAPA/CMAX, qui n'hésite pas à affirmer que le choix du pistolet doit impérativement se faire selon les exigences édictées sur la fiche technique des produits de revêtement. « Je peux comprendre que le peintre ait ses préférences, explique-t-il, mais si son pistolet applique une couche d'apprêt scellant trop épaisse, par exemple, elle mettra trop de temps à sécher et cela peut entraîner des problèmes de délamination. Les pistolets s'ajustent selon le type d'application, mais avec les variations de viscosité que nous connaissons depuis plusieurs années, il est difficile de considérer qu'un seul pistolet puisse réaliser toutes les étapes avec la précision nécessaire. »



Un conseiller doit être consulté pour identifier les meilleurs outils à utiliser, ici de SATA, en fonction du fournisseur de peinture et des processus de finition.

Il est entendu que les fournisseurs de peinture sont moins enclins à écouter les réclamations concernant leurs produits lorsque les applications ne sont pas réalisées avec les pistolets conformes à leurs spécifications techniques. Une chose est certaine : si, en raison du choix d'un outil inapproprié, la finition doit être reprise pour satisfaire le client, personne n'en sort gagnant. C'est un aspect à prendre en compte lors de l'achat de nouveaux pistolets ou lorsqu'un nouveau peintre arrive en atelier avec ses propres outils.

Les essayer

Bien que plusieurs outils répondent aux exigences des fabricants de peinture, M. Roy recommande de les mettre à l'essai pour identifier les modèles qui conviennent le mieux et obtenir un maximum d'informations sur leurs performances. « Certains pistolets ont la réputation d'être plus gourmands en peinture que d'autres », souligne-t-il.

Il est reconnu qu'environ un tiers du matériel est diffusé dans l'air lors de son atomisation. Christian Roy rappelle l'importance de suivre les fiches techniques des produits de finition. « Il y a encore des peintres qui affirment qu'ils ajustent leur pistolet à l'oreille… alors que certains pistolets indiquent, en temps réel, toute fluctuation de pression d'air pour garantir un débit constant et une application uniforme. »

Les fabricants de pistolets rivalisent pour réduire le gaspillage, et il est judicieux d'en observer les résultats. La question suivante concerne le prix. Étant donné qu'un pistolet à peinture, bien entretenu, peut durer des décennies, il est important de ne pas négliger sa qualité, même si l'achat d'une « marque » peut parfois s'avérer inutilement coûteux. Dans tous les cas, l'entretien joue un rôle crucial.

Un bon entretien

Comme le souligne Normand Cormier : « Un bon entretien est primordial pour garantir une bonne performance. Je ne choisirais pas un médecin qui ne désinfecte pas ses scalpels après une opération. Remplir un contenant de solvant et y immerger le pistolet en fin de journée n'est vraiment pas la meilleure manière de garder l'équipement propre. »

En effet, des joints en caoutchouc pourraient se dessécher sous ce traitement et perdre leur capacité d'étanchéité. >

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

De plus, des résidus de solvant pourraient contaminer l'application des produits de finition. Les fabricants de pistolets à pulvériser proposent des kits d'entretien ainsi que des recommandations sur les méthodes à utiliser. Des machines spécialisées peuvent nettoyer l'outil en quelques secondes. Nos experts insistent sur l'importance d'un nettoyage après chaque changement de type de produit ou de couleur. Les mécanismes doivent également être lubrifiés périodiquement, ce qui prolonge leur durée de vie. Le remplacement de pièces peut être si coûteux qu'il incite souvent à acheter un nouvel appareil.

Christian Roy, à l'instar de ses confrères, recommande un démontage complet périodique et des essais sur une feuille pour évaluer la constance du cône d'application.

Les pistolets des principales marques disponibles sur le marché présentent des pièces principales et des fonctions d'ajustement similaires. Bien que des têtes de pulvérisation redessinées et des moniteurs numériques de pression apparaissent, on constate surtout une évolution depuis le grand virage vers les peintures à base d'eau.

Parole aux fournisseurs

Patrick Creany, responsable du développement des affaires chez SATA, explique que le fabricant qu'il représente collabore étroitement avec les fournisseurs de peinture pour suivre l'évolution constante de leurs produits. « Le défi consiste à trouver un équilibre entre la qualité de l'atomisation et l'optimisation du transfert. Le peintre souhaite un résultat constant, tandis que l'atelier cherche à minimiser le gaspillage de matériel », précise-t-il. Dans cette optique, le fabricant allemand propose une gamme complète de pistolets et de têtes de pulvérisation, sachant que chaque application présente des exigences spécifiques. Des afficheurs numériques sont également disponibles pour indiquer en temps réel la pression d'air entrant dans le pistolet.

SATA bénéficie d'une réputation enviable en matière de précision et de durabilité. « Nos produits évoluent constamment, mais je connais des peintres qui utilisent le même pistolet depuis 25 ans. Il va sans dire que cette longévité repose sur un entretien minutieux. » Michel Barette, représentant technique pour le fabricant Iwata, souligne que l'idéal serait que l'atelier fournisse les pistolets à ses peintres par le biais d'une formule de financement graduel. Cela permet aux gestionnaires de donner à leurs techniciens les outils de leur choix. Ici encore, l'approche du fabricant japonais consiste à attribuer le bon outil à la bonne application. « Iwata propose une large gamme de pistolets adaptés à chaque type de revêtement et à chaque étape du processus de finition », explique M. Barette, qui ajoute que la finition est désormais davantage une science qu'un art. Le défi, précise-t-il, consiste à améliorer l'efficacité tout en atteignant un fini d'origine de plus en plus complexe, en fonction des prix établis. « Si le choix de la technologie d'application permet de réduire de 20 % la consommation de peinture, pourquoi ne pas comparer les différentes solutions sur le marché ? », conclut-il avec une confiance totale en son produit.

Yannick Auger représente DeVilbiss sur notre territoire. Le fabricant propose des pistolets spécialisés pour les produits appliqués, allant de l'apprêt au vernis, en passant par les bases. M. Auger recommande de profiter des périodes d'essai offertes par les fabricants, distributeurs ou compagnies de peinture. « L'atelier peut favoriser un type de pistolet pour répondre aux spécifications de son fournisseur de peinture. Mais si le peintre ne l'aime pas, son investissement finira dans une armoire. » Il est difficile de convaincre un peintre de changer de marque s'il est attaché à un pistolet. Cependant, les produits de revêtement évoluant constamment, cela constitue une bonne raison d'inciter le peintre à adopter un outil plus moderne et performant.

Alors que nous discutions de l'importance d'avoir plusieurs pistolets à portée de main selon le type de matériel à appliquer, Christian Toubia, représentant des ventes chez 3M, a évoqué le Performance Spray Gun 2, un nouveau pistolet polyvalent dont la tête de pulvérisation peut être changée selon les besoins. « Le corps du pistolet est en fibre de carbone, ce qui peut en étonner certains, jusqu'à ce qu'ils l'essaient… »

En effet, le pistolet est très léger et la gamme complète des têtes couvre tout le spectre des viscosités. Ces embouts jetables peuvent être utilisés jusqu'à une centaine d'heures.

Des sources d'information

Les fabricants de pistolets indiquent souvent sur leur site Internet quel outil privilégier selon la marque de peinture avec laquelle l'atelier collabore, ou plus spécifiquement pour chacun de leurs produits. Les distributeurs d'équipement de peinture ainsi que les compagnies de peinture elles-mêmes disposent de conseillers techniques proches des ateliers, capables de guider les peintres dans leurs choix en tenant compte de leurs préférences, puisque ce sont généralement eux qui achètent l'outil. Dans plusieurs cas, selon les programmes, il est possible de mettre un pistolet à l'essai dans l'atelier pendant quelques jours ou semaines.

KENT AUTOMOTIVE CANADA

SOLUTIONS ANTI-COLLISIONS

Accélérez vos performances avec Kent Automotive. Nous nous efforçons d'établir des partenariats durables qui permettent aux centres de réparation de carrosserie automobile de rationaliser leurs flux de travail, de réduire les délais d'exécution et d'augmenter leur rentabilité.

Nous proposons des solutions de qualité OEM et fournissons une assistance pratique, de l'inventaire à la livraison, afin de garantir le bon fonctionnement de votre atelier et de permettre à vos clients de reprendre la route en toute sécurité.



REJOIGNEZ-NOUS AU SALON SEMA

et découvrez comment Kent vous aide à transformer les performances de votre atelier en profits.

SEMA SHOW

4-7 novembre 2025
Las Vegas Convention Center
Nevada, États-Unis

RETROUVEZ-NOUS AU STAND #38239

kent-automotive.com/fr-ca

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



DU CAIRE AU PRIX CARSTAR RECRUE DE L'ANNÉE

À tout âge, il existe un moment décisif qui marque une carrière.

TEXTE **GUY O'BOMSAWIN**

Pour Gabriel Roubeiz, propriétaire de CARSTAR Dorval et récipiendaire du prix Recrue de l'année 2025, ce moment a été sa découverte du monde de l'automobile.

Les débuts

Né au Caire d'un père libanais et d'une mère d'origine italienne, M. Roubeiz est arrivé à Montréal à l'âge de quatre ans, en 1966 — l'époque de l'Expo 67, du nouveau métro et des rêves olympiques. Bien qu'il ait étudié en marketing, en gestion et en science politique à l'université, et qu'il ait pratiqué le sport à un niveau compétitif, c'est la culture automobile des années 1980 qui l'a attiré. À cette époque, il suffisait de se présenter chez un concessionnaire pour décrocher un emploi, et le jeune immigrant n'hésita pas à franchir ce pas.

Un choc culturel

Séduit par la Cougar de Ford, une voiture emblématique, il se présente chez un concessionnaire avec les cheveux longs, des chaînes voyantes au cou et une cigarette à la main. Il se retrouve dans un milieu dominé par des vendeurs en complet-cravate, cheveux courts et aux attitudes conservatrices.

Le choc fut immédiat et la transformation rapide : Gabriel Roubeiz adopte aussitôt une tenue plus classique et la discipline nécessaire pour réussir. Après six ans dans le monde des concessions, il accepte un poste de gestion chez un manufacturier d'accessoires GM à Windsor, en Ontario, où il visite les concessions à travers le Canada et représente la marque dans les salons automobiles.



« Nous voulons créer un environnement où les techniciens se sentent bien pour exercer leur passion. »

GABRIEL ROUBEIZ PROPRIÉTAIRE, CARSTAR DORVAL

Street Force et la vie de famille

Pendant plus de dix ans, M. Roubeiz fait la navette entre Montréal, Windsor et Mississauga. Mais avec deux jeunes filles à la maison, ce rythme n'était plus compatible avec la vie de famille. Avec son épouse Caroline Habib, il fonde Street Force à Saint-Laurent, une entreprise spécialisée dans les accessoires de performance et les éditions spéciales, très en vogue à l'époque. Du Sunfire au Grand Am en passant par le Silverado, Street Force installe

PHOTOS **CARSTAR DORVAL / CARSTAR**



CARSTAR Dorval est situé sur l'avenue Lépine, à proximité de l'autoroute de la Côte-de-Liesse et de l'aéroport de Montréal.

capots, ailerons, marchepieds, autocollants et ensembles complets. Le couple parcourt même les salons automobiles du pays — poussette en main — alors que la famille s'agrandit avec la naissance d'un fils.

« Ces dix années, comme indépendant, ont été les plus difficiles de ma vie » se souvient le carrossier. « Il fallait tout faire : développer les ventes, trouver de nouveaux produits, acheter l'équipement et bâtir une équipe. »

Virage vers la carrosserie

À la fin des années 2000, M. Roubeiz pressent un ralentissement du marché des accessoires. Il choisit avec clairvoyance de se tourner vers la réparation de carrosserie, au moment où la technologie des véhicules évoluait rapidement.

Après avoir fait partie de deux autres réseaux, il opte pour CARSTAR en 2024. Or, dès la première année, sous l'enseigne CARSTAR Dorval, le centre enregistre une croissance de 15 %.

Bâtir une équipe et une culture

Pour Gabriel Roubeiz, la réussite repose autant sur les personnes que sur l'équipement. « Pour attirer des techniciens de talent, il faut le meilleur matériel. Mais bâtir une équipe, c'est l'aspect le plus difficile de ce métier », dit-il. Aujourd'hui, trois membres de son équipe sont à ses côtés depuis plus de 15 ans — preuve de la valeur de sa culture familiale.

Son équipe de 15 employés œuvre dans un atelier de 11 000 pi² équipé pour le soudage, le redressement et le calibrage des systèmes avancés d'aide à la conduite (ADAS).

« Nous voulons créer un environnement où les techniciens se sentent bien pour exercer leur passion », explique-t-il. « Notre équipe vient des quatre coins du monde, et c'est notre plus grande fierté. »

Le service avec cœur

Pour Gabriel Roubeiz, le service client est aussi essentiel que la réparation. « Rien ne quitte l'atelier sans être parfait, » insiste-t-il. Cela inclut d'essuyer une empreinte oubliée, de corriger le plus petit détail sur place, ou d'offrir des cahiers à colorier et d'autres cadeaux CARSTAR aux enfants.

Le téléviseur de la salle d'attente diffuse uniquement des émissions de cuisine, jamais les nouvelles ou le sport, afin de créer une ambiance sereine. Et lorsqu'il se détend, le carrossier préfère la musique classique, bien que ses goûts soient variés. Au 691, avenue Lépine à Dorval, à deux pas de l'aéroport et de l'autoroute de la Côte-de-Liesse, CARSTAR Dorval s'est bâti une réputation d'accueil chaleureux et de professionnalisme.

À 63 ans, Gabriel Roubeiz n'envisage pas la retraite. « Le présent est trop motivant », dit-il avec le sourire. La famille reste au cœur de son parcours, de ses racines libanaises et italiennes jusqu'aux attaches de la famille de son épouse Caroline à Shawinigan. Son arrière-grand-père a contribué au développement agricole du canal de Suez ; M. Roubeiz, quant à lui, bâtit des équipes et des entreprises avec le même esprit de pionnier.

« J'ai été béni d'avoir une épouse aimante, des enfants merveilleux et une carrière qui me passionne, et rien ne me réchauffe plus le cœur que de traiter chaque client comme un membre de la famille. »

Reconnaissance et héritage



En septembre 2025, Gabriel Roubeiz reçoit officiellement le prix CARSTAR Recrue de l'année, aux côtés de son épouse Caroline, des mains de Sabrina Thring, présidente de CARSTAR, Rémi Michaud, directeur de CARSTAR Québec, et Dave Foster, vice-président Développement.

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

LE DÉPARTEMENT RH, ÇA S'APPREND !

J'ai adoré ma rencontre avec Sophie Corriveau sur le podcast, elle est conseillère en recrutement automobile chez Auto-jobs.ca et on a discuté de l'importance des ressources humaines dans notre industrie.

TEXTE **KASSY VAUDRY**

Dès la fin du secondaire, Sophie a suivi un chemin bien à elle. Elle commence chez Poulet Frit Kentucky, puis devient agente de voyage, où elle nourrit sa passion pour l'aventure. Mais ce n'est que le début.

Elle enchaîne ensuite avec un poste chez Ubisoft Montréal, où elle teste et développe des jeux vidéo. Le rêve pour la gameuse dans l'âme qu'elle est ! Puis, une annonce radio l'amène à devenir Géo pour des événements comme des tailgate parties, des lancements de films, la F1, les courses Nascar pour des stations de radio. Une vie trépidante, mais sans horaire fixe. Elle choisit alors de revenir à ses racines chez Air Transat, cette fois au centre d'appel. La maternité lui donne un nouvel élan : elle s'inscrit à l'université en criminologie et psychologie. Curieuse de comprendre l'humain sous toutes ses coutures, elle devient intervenante psychosociale dans un centre de crise. Avec ce bagage, elle devient généraliste RH chez Mercedes- Benz, où elle découvre une nouvelle passion : l'industrie automobile. Après une restructuration, elle perd son poste… mais rebondit chez Auto-Jobs.ca.

Aujourd'hui, Sophie est conseillère en recrutement automobile chez Auto-jobs.ca. Elle accompagne les entrepreneurs dans leurs démarches de recrutement, avec créativité, rigueur et respect. Son rôle est essentiel pour les entreprises qui n'ont pas de département RH.

Recrutement et intégration : les clés de la rétention

L'intégration d'un nouvel employé, ce n'est pas juste une poignée de main et un café. C'est une étape cruciale qui influence directement la rétention. L'employé doit avoir le sentiment qu'il fait partie de l'équipe, que ses valeurs résonnent avec celles de l'entreprise. Dès le départ, il faut établir les attentes, les tâches et le rendement souhaité. Une bonne communication réduit le stress et l'anxiété liés à un nouveau poste. Et pourquoi ne pas envoyer un courriel de bienvenue au nouvel employé avant même son arrivée ? Avec des informations pratiques : qui l'accueillera, où se stationner, où déposer son lunch…

Une fois les bases posées, le suivi est essentiel : il faut s'assurer que tout va bien, des deux côtés. Mme Corriveau a enchaîné en détaillant le soutien offert par Auto-jobs.ca pour accompagner les entreprises du secteur automobile dans leurs démarches de recrutement. Beaucoup plus qu'un site d'affichage, Auto-jobs.ca vise à aider ces entreprises dans la gestion de leurs ressources humaines.



Sophie Corriveau au podcast Spotlight Carrosserie.

Comment garder ses employés ?

Les employeurs investissent des fortunes en formation. Mais comment s'assurer que les employés restent ? La réponse : la culture d'entreprise. Les employés ne choisissent plus leur job juste pour le salaire. Ils veulent des conditions de travail saines, une ambiance agréable, des collègues respectueux, des valeurs partagées, une conciliation travail-famille… Bref, un environnement humain.

Pour les entrepreneurs, cela peut sembler complexe. Et si vous ne savez pas par où commencer ? Il existe des formations, des outils, des spécialistes. Le département RH, ça s'apprend. Il suffit d'aller chercher les bonnes ressources, notamment, évidemment, auprès d'Auto-jobs.ca.

Pour retrouver l'entrevue complète et les conseils de Sophie, écoutez l'épisode complet de notre podcast et abonnez-vous pour ne rien manquer.



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

Trouver la bonne pièce ne devrait pas vous faire perdre du temps!

Optimisez vos opérations avec le cabinet complet d'attaches et accessoires : l'outil indispensable pour rester organisé.



AB EXPRESS
TOUT POUR LE CARROSSIER

- ✓ Plus de 265 items personnalisables selon vos préférences
- ✓ Clips classées et identifiées pour un accès rapide
- ✓ Code-barres intégrés pour simplifier vos réapprovisionnements

Gagnez du temps, réduisez vos recherches, travaillez mieux.
AB EXPRESS.CA

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.



Une partie du Conseil d'Administration de la CCPQ en compagnie du partenaire de l'événement Pièces Avantage.

UN ÉVÉNEMENT PIVOT POUR LA CCPQ

La soirée d'humour organisée par la Corporation des carrossiers professionnels du Québec (CCPQ) en collaboration avec Pièces Avantage à la salle André-Mathieu à Laval le 19 septembre a attiré plus de 500 participants, représentant tout l'écosystème du secteur de la carrosserie québécoise.

TEXTE **MICHEL BEAUNOYER**

De mémoire de journaliste, jamais cette association n'avait réussi à réunir autant d'entrepreneurs, de techniciens, de fournisseurs et de partenaires du secteur de la carrosserie lors d'un même événement. On y trouvait des carrossiers et partenaires de toutes allégeances et un nombre significatif de représentants de la nouvelle génération. En fait, cela s'explique, l'invitation avait été lancée aux centres de formation précisément pour attirer les jeunes à cette soirée.

Au cocktail d'avant spectacle, les convives n'ont fait qu'une bouchée du buffet et du bar à huîtres et à bonbons. L'accent était mis sur la discussion et l'échange des dernières nouvelles.

Cette remarquable fusion des professionnels de l'industrie a été soulignée par Jonathan Pilon, président exécutif de la CCPQ, lors de son allocution sur scène avant le spectacle. « Nous avons réussi à réunir plus de 500 personnes ; membres, partenaires, amis et collaborateurs. Votre présence démontre à quel point il est important de prendre le temps de se rassembler tous ensemble. Notre industrie a besoin de savourer de belles histoires comme celle d'aujourd'hui. Il y a un an jour pour jour, nous étions en train de nous questionner à savoir si nous devions garder la CCPQ en vie et nous voilà maintenant réunis un an plus tard pour un des plus grands rassemblements de notre industrie au Québec. »

Il a conclu sa présentation en disant que la CCPQ est plus qu'une organisation, que c'est un regroupement de gens engagés, solidaires et visionnaires. « Ensemble, nous faisons avancer notre industrie, nous innovons et nous créons des ponts vers l'avenir de la carrosserie. »

PHOTOS **JIMMY HAMELIN**



Plus de 500 joueurs du secteur de la carrosserie québécoise se sont retrouvés pour cette soirée mémorable.



La soirée d'humour a montré que malgré un contexte intense, il fait bon de rire un peu.



Kassy Vaudry

Kassy Vaudry, conseillère en communication pour la CCPQ, a expliqué que cette soirée découlait du désir du fournisseur Pièces Avantage de contribuer à l'organisation d'un événement conjointement avec la CCPQ. Un long travail d'organisation a été nécessaire pour livrer cet événement qualifié de « neutre » par les organisateurs, puisqu'il réunissait des concurrents qui ont mis leurs couleurs de côté pour la soirée.

Des échanges et de l'information

Lors du cocktail, les participants pouvaient aussi rencontrer des spécialistes à six kiosques afin de parler de formation, recrutement, solution monétique ou encore d'assurance. Des représentants d'Innoviste, Auto-jobs.ca, DCF, Focus, Novo et Industrielle Alliance, sécurité financière étaient en effet sur place pour les rencontrer.

Les humoristes Dom Babin et Pierre-Luc Pomerleau ont ensuite occupé la scène et ont livré des prestations qui ont semé bien des fous rires.

Au lendemain de ce succès, les organisateurs hésitaient à annoncer le renouvellement d'une semblable expérience. « Nous avons eu beaucoup de plaisir durant cette soirée, mais la CCPQ doit consacrer ses énergies sur plusieurs dossiers d'importance pour nos carrossiers », a résumé Mme Vaudry.

La CCPQ tient à remercier les partenaires de cet événement Pièces Avantage, Unipièce OEM, Pièces d'autos At-Pac, GMS Techno-Combustion, AutoSculpt, Quar-Pro, PPG, Euroteck, Innoviste, Fix Auto, Les Entrepôts AB, BASF, CARSTAR Canada, CARSTAR Rawdon, LKQ, NAPA CMax, Enterprise et Autos HD.

Autosphere était le média partenaire de l'événement.

Levée de fonds



Une formule de tirage moitié-moitié a permis d'amasser 5 480 $ au profit de la Fondation du 24h Tremblant, en collaboration avec Les Entrepôts AB très engagés dans cette cause depuis des années.

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

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



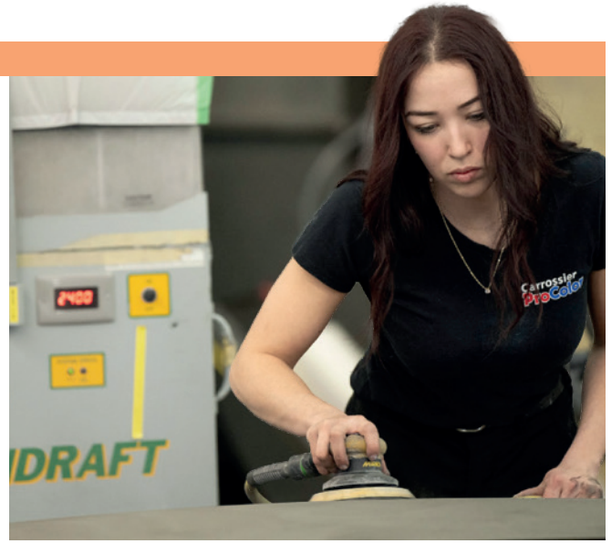
Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

RENCONTRE AVEC LA TALENTUEUSE CARROSSIÈRE MÉLODY TREMBLAY

La gagnante de la première édition du concours Un talent d'exception, propulsé par le carrossier montréalais Tony Cutrone, de Carrosserie Autoltalia, a accepté de partager avec nous des bribes de son parcours et de ses projets.

TEXTE **SOPHIE GINOUX**



Mélody Tremblay a remporté la première édition du concours *Un talent d'exception.*

Annoncé en vidéo le 30 juin dernier par Kassy Vaudry, à la barre du podcast Spotlight Carrosserie et chroniqueuse pour *Autosphere*, le tout premier Talent d'exception du Québec est une jeune femme de 24 ans, Mélody Tremblay. Sa vidéo de présentation, témoignant de sa passion pour son métier de carrossière, a charmé les membres du jury, qui lui ont décerné une bourse de 2 000 $.

Et pourtant, Mélody n'était au départ pas destinée à ce métier. « J'ai toujours aimé les voitures, raconte-t-elle, mais je voulais devenir enseignante depuis la maternelle, alors je me suis naturellement orientée vers cette voie. »

Un diplôme du Cégep en main, la jeune femme a toutefois déchanté à l'université, car elle paniquait dès qu'elle devait parler en public. Et comme elle n'avait jamais pensé à quoi que ce soit d'autre qu'à l'éducation, elle était mal prise… Jusqu'à ce qu'un beau jour, elle découvre, en se baladant sur le Web, des formations qualifiantes en DEP.

« Quand j'ai vu celle en carrosserie, j'ai cliqué sur sa description. Et je me suis tout de suite inscrite ! lance-t-elle. J'avais envie d'un travail manuel dans lequel je pourrais intégrer ma petite touche artistique. »

Un DEP magique

L'ex-aspirante enseignante s'est ainsi retrouvée en 2021 sur les bancs du CFP Wilbrod-Behrer de Québec.

« J'ai aimé dès le départ le fait de bouger, de manier des outils, d'être encouragée par mes professeurs, dit-elle. En plus, je craignais d'être la seule femme dans ce cours, mais pas du tout, nous étions 5 filles sur les 20 étudiants de mon groupe. C'était une belle surprise, et une preuve de plus que ce métier peut être chouette pour des femmes. »

Son coup de foudre pour la carrosserie est toutefois arrivé quand elle a commencé à plonger dans les structures d'automobiles. « Faire un travail de carrosserie de A à Z, couper, replacer, souder, mettre du mastic, c'est tellement génial ! », indique-t-elle.

Puis la jeune femme a eu tout autant de plaisir à se lancer dans la finition : peinture, préparation, sablage, polissage… tout cela la passionnait déjà. C'est donc sans se retourner que Mélody Tremblay a accepté, au sortir de son DEP en 2023, de travailler pour le Carrossier ProColor de Lac-Saint-Charles, où elle évoluait déjà en tant que stagiaire.

Un métier, un prix et un projet de rêve

Après son embauche, la jeune carrossière a rapidement accepté des responsabilités, dont la préparation, la peinture, le polissage, la réparation mineure de pièces et le démontage. Mélody n'a pas ménagé ses efforts, mais elle adore vraiment son métier et la diversité des tâches que ce dernier lui permet d'accomplir.

Une passion qui n'est pas passée inaperçue, puisque c'est à sa directrice du ProColor qu'elle doit sa participation au concours Un talent d'exception.

« Oui, confirme-t-elle. Elle m'a dit : «Tu aurais ta chance, vas-y ! « Alors je me suis lancée. » Sur sa vidéo, la jeune femme a donc réalisé son petit portrait, en indiquant ce qui lui tient le plus à cœur, à savoir un travail de qualité, le souci du détail, et un enthousiasme communicatif pour son métier. Sans oublier son projet de rêve, qu'elle va pouvoir en partie concrétiser avec la bourse de 2 000 $ qu'elle vient d'obtenir.

« Je mets effectivement de l'argent de côté pour m'acheter et retaper complètement une BMW E30, un modèle manuel de 1987 », dit-elle, les yeux brillants. On a hâte de la voir au volant de ce bolide qu'elle aura remodelé à son image.

PHOTO CARROSSIER PROCOLOR LAC-SAINT-CHARLES

Le jet X en édition 100 Years



Cette occasion ne se présente qu'une fois par siècle !

SATA célèbre les 100 ans du pistolet de peinture avec une édition spéciale limitée. Le jet X en édition 100 Years porte le dessin technique original de notre premier pistolet de peinture datant de l'année 1925. Une alliance fascinante entre tradition et modernité, et une occasion absolument unique ! Va la chercher dès maintenant chez ton revendeur spécialisé.

INFO
www.sata.com/100yearsedition

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

MON CONSTAT APRÈS UNE PREMIÈRE ANNÉE À LA CCPQ

Voilà maintenant un an que j'ai accepté le mandat de président de la CCPQ. Cette première année a été à la fois déstabilisante et enrichissante, elle m'a permis de prendre la mesure des défis qui nous attendent, mais aussi de constater le potentiel immense de notre industrie lorsque nous travaillons ensemble.

TEXTE **JONATHAN PILON**

Une industrie en pleine transformation

Le secteur de la carrosserie vit des changements rapides :

- L'évolution technologique des véhicules (aluminium, certifications des constructeurs, véhicules électriques, ADAS, intelligence artificielle, etc.).
- La rareté de la main-d'œuvre qualifiée, combinée au problème de recrutement dans les écoles des métiers de la carrosserie.
- La pression des assureurs (performances, certifications, capacité).
- La rentabilité de plus en plus difficile dans le modèle actuel (la pression sur les entrepreneurs est forte et les marges ne cessent de diminuer année après année).

Le rôle essentiel de la CCPQ

J'ai pu constater que la CCPQ est un levier important pour :

- Défendre les intérêts des entrepreneurs carrossiers auprès des différents partenaires et intervenants dans notre industrie.
- Agir comme facilitatrice dans l'industrie.
- Rassembler et créer un espace de collaboration et de partage.
- Outiller les entrepreneurs pour demeurer compétitifs.
- Faire reconnaître le métier de carrossier.

La CCPQ n'est pas parfaite et, malheureusement, la crédibilité du passé affecte encore le comportement de certains. Cependant, force est de constater qu'elle est nécessaire. Mon rôle a été de raviver son utilité concrète pour ses membres et de rétablir un niveau de confiance.



Un de mes objectifs est de nous assurer de la pérennité des ateliers.

Des acquis importants cette année

Au cours des derniers mois, nous avons pu :

- Renforcer le dialogue avec les instances gouvernementales, les autres associations et les assureurs.
- Tripler notre membership par rapport à l'année 2023-2024.
- Amorcer des projets avec des comités de travail, comme le dossier des TET et celui de la couverture pour les véhicules de courtoisie.
- Développer des partenariats stratégiques.
- Mieux communiquer avec nos membres et nous assurer d'avoir une visibilité sur les réseaux sociaux.
- Rassembler l'industrie avec des événements tels que la soirée de l'humour du 19 septembre (voir pages 62-63).

Ce qu'il reste à accomplir

Les défis demeurent nombreux :

- Assurer la pérennité des ateliers.
- Valoriser la profession pour attirer la relève.
- Assurer une meilleure reconnaissance du métier.
- Bâtir une véritable collaboration entre les carrossiers : notre industrie demeure très divisée et souvent très négative.

Mon engagement pour la suite

Mon constat après un an est clair : seul, aucun atelier ne peut affronter ces défis. Ensemble, nous pouvons influencer et transformer notre industrie. Mon engagement reste le même qu'au premier jour : représenter, défendre et valoriser le travail des carrossiers / entrepreneurs du Québec, avec transparence et détermination.



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

ENSEMBLE, **ALLONS PLUS LOIN**

Faites passer votre entreprise au niveau supérieur.

Faites passer votre entreprise au niveau supérieur. Rejoignez le réseau CSN Collision dès maintenant et profitez d'avantages exclusifs conçus pour stimuler votre croissance :

- ✓ Soutien aux opérations
- ✓ Services de recrutement
- ✓ Soutien marketing
- ✓ Partenariats OEM & assureurs
- ✓ Plateforme d'apprentissage en ligne
- ✓ Ristournes des fournisseurs



Pour en savoir plus, visitez
www.csncollision.com/fr-ca ou
écrivez à join@csncollision.com.

CSN COLLISION™

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

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



Auto-jobs.ca®

Recrutez l'excellence, propulsez votre entreprise.

Conçus comme nul autre.

Les bras de suspension Supreme sont conçus avec des améliorations spécifiques à l'application pour augmenter la durabilité et la durée de vie des pièces.

MEVOTECH
SUPREME

Mevotech.com