



Flottes & Mobilité

JUILLET 2025 / VOL 1 / NO 3 / 6,95\$

Propulsé par  AUTOSPHERE MEDIA

Gestion | Télématique | Carburants alternatifs | Nouvelles Technologies | Entretien

Véhicule Léger

Holman

Une présence mondiale, un héritage canadien



Véhicule Moyen

Camions Isuzu

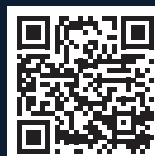
Le maître incontesté des cabines basculantes



Camion Lourd et Spécialité

La nouvelle génération de camions Volvo

À la conquête de parts de marché



ABONNEZ-VOUS SANS TARDER VOTRE MAGAZINE ! C'EST GRATUIT ET FACILE.

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



OUTLANDER PHEV

SUPER CONTRÔLE INTÉGRAL

LE CONTRÔLE SUR TOUTE ROUTE, PAR TOUT CLIMAT.

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

EN PRIME :

ABS

Coussins gonflables

Systèmes avancés d'aide
à la conduite

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





Véhicule Léger

- 6** À la une | Holman
Une présence mondiale, un héritage canadien
- 10** Sélecteur de flotte | Ford Maverick 2025
Encore plus pertinent
- 13** Perspectives de parc automobile Par [Chris Hill](#)
Voir grand, commencer petit
- 14** Dossier spécial | Entretien
Pneus toutes saisons, 4 saisons ou pneus d'hiver ?
- 16** Gestion
Ce n'est pas personnel, c'est professionnel
- 18** Électrifier simplement Par [Guillaume Brossard](#)
L'étude de flotte est l'étape clé du succès
- 19** Écho de l'association | NAFA Québec
L'association enchaîne les activités

- 20** À la une | Camions Isuzu
Le maître incontesté des cabines basculantes
- 24** Dossier spécial | Déneigement
Déneiger efficacement
- 26** Dossier spécial | Déneigement
Bien choisir son équipement pour l'hiver
- 28** Entretien
Les défis de la carrosserie



Véhicule Moyen

- 30** À la une | La nouvelle génération de camions Volvo
À la conquête de parts de marché
- 34** Les grandes rencontres | Claude Boucher
L'homme de mots avec les camions dans le sang
- 36** Pannes et entretien
Résultats routiers
- 38** Focus pneu
Évolution d'une industrie
- 40** Durabilité
Repousser les limites de l'innovation verte
- 42** Événement
Planifier pour un avenir durable



Camion Lourd et Spécialité

Qui a dit que 2025 serait une année facile ?

Entre les tarifs douaniers et les conflits armés, que peut faire un gestionnaire de parc ?

TEXTE JACK KAZMIERSKI

On croyait que 2025 se résumerait à des enjeux de tarifs douaniers et à leurs répercussions sur le secteur des parcs, mais voilà qu'une guerre éclate sur le territoire iranien. J'écris ces lignes quelques heures après la riposte iranienne au bombardement de ses installations nucléaires par les États-Unis.

Plus tôt dans la journée, les prix mondiaux du pétrole ont bondi, tout comme ceux à la pompe, y compris dans la station-service au coin de ma rue. Or, quelques heures plus tard, Reuters rapportait que : « les prix du pétrole ont chuté de plus de 3 \$, soit 4 %... après que l'Iran a attaqué la base militaire américaine au Qatar en riposte aux frappes américaines sur ses installations nucléaires, sans pour autant perturber le trafic de pétroliers dans le détroit d'Hormuz. »


Sans surprise, la station-service en question n'a pas baissé ses prix aussi vite qu'elle les avait augmentés. Lorsque les cours mondiaux du pétrole s'envolent, les prix à la pompe montent en flèche, mais ils semblent toujours beaucoup plus lents à redescendre. Malheureusement, ce n'est pas nouveau. C'est une réalité à laquelle les consommateurs, comme les parcs, doivent se résigner depuis des années. Si vous êtes frustré par la situation et avez l'impression d'être à la merci des événements géopolitiques, vous n'êtes pas seul.

Une occasion de revoir ses pratiques

Les événements récents rappellent aux gestionnaires de parc à quel point il est essentiel d'agir sur les coûts qu'ils peuvent réellement maîtriser.

Par exemple, si ce n'est pas déjà fait, il serait bon d'adopter des politiques favorisant l'écoconduite et la réduction du temps passé au ralenti. Et si vous n'avez pas encore tiré parti des technologies modernes comme la télématique et l'intelligence artificielle pour optimiser les trajets et réduire la consommation de carburant, voici un autre levier à exploiter.

En outre, si vos conducteurs ne respectent pas le calendrier d'entretien préventif, il est temps d'en faire une priorité. Cela évite non seulement des pannes coûteuses, mais permet également aux véhicules de rester performants sans consommer plus de carburant que nécessaire.

Enfin, il peut être utile de revoir vos objectifs en matière d'électrification. Certes, les véhicules électriques ou électrifiés ne conviennent pas à toutes les applications, mais lorsqu'ils sont bien intégrés, ils permettent de réduire les coûts de carburant et de limiter l'exposition de votre parc aux fluctuations du marché pétrolier mondial. Espérons que 2025 ne nous réserve pas d'autres mauvaises surprises. 

DIRECTION Président René Lewandowski

RÉDACTION

Rédacteur en chef Jack Kazmierski

Collaborateurs Michel Beaunoyer, Claude Boucher, Huw Evans, Isabelle Havasy et Daniel Rufange

Chroniqueurs Guillaume Brossard et Chris Hil

PUBLICITÉ

Directrice nationale des ventes Stéphanie Massé

Gestionnaires de comptes clés Luc Champagne et Lisa Marchese

Coordonnatrice des ventes Gloria Lam

OPÉRATIONS

Responsable de la production Magazines Laurène Jardin

Designers graphiques Erik Borrelli et Anne-Marie Arel

ADMINISTRATION Responsable de la comptabilité Esther Twells

Flottes&Mobilité est publié six fois par année par *Autosphere Media Inc.* Le matériel contenu dans *Flottes&Mobilité* 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 n° 40014105
Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à *Autosphere Média / Service des abonnements*, 51, Jean-Talon est, Montréal H2R 1S6

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
Imprimé au Canada
ISSN 2818-9027 Imprimé | 2818-9035 en ligne

Ajoutez du WAH à votre parc avec le TUCSON.

Versions hybride, hybride rechargeable
et à essence disponibles.



Chez Hyundai, nous savons que ce que vous conduisez est tout aussi important que la personne que vous embauchez.

C'est pourquoi le TUCSON propose différents groupes motopropulseurs polyvalents qui s'adaptent aux besoins quotidiens de votre parc de véhicules. Grâce à un rendement énergétique étonnant, à des dépenses d'exploitation moindres et aux caractéristiques de sécurité Hyundai SmartSense^{MC} conçues pour contribuer à la protection de votre équipe, votre parc peut aller plus loin, fonctionner de manière plus intelligente et en faire encore plus.

hyundaicanada.com



Les noms, logos, noms de produits, noms des caractéristiques, images et slogans Hyundai sont des marques de commerce appartenant à (ou utilisées sous licence par) Hyundai Auto Canada Corp. Toutes les autres marques et tous les noms de commerce sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.

Holman



Holman

Une présence mondiale, un héritage canadien

Avec des bureaux et des équipes aux quatre coins du pays, Holman continue de répondre aux besoins des professionnels canadiens de la gestion de parc automobile.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

Depuis plus d'un siècle, Holman connaît une croissance continue et innove sans relâche, s'imposant comme une référence en gestion de parc automobile. Ce qui n'était au départ qu'une simple concession Ford, fondée en 1924 par Steward C. Holman, est devenu un groupe de calibre international, reconnu pour ses nombreuses spécialités, dont la gestion de parc.

Restée entre les mains de la famille fondatrice, Holman peut aujourd'hui définir sa stratégie en toute indépendance, avec une vision à long terme centrée sur les intérêts de ses clients et de l'entreprise, sans avoir à composer avec les attentes des actionnaires.

« L'un des grands avantages d'être une entreprise privée et familiale, c'est que nous ne sommes pas soumis à la pression des marchés financiers ni au cycle trimestriel des analystes », explique Brent Scowen, directeur général pour le Canada chez Holman. « J'ai passé la majeure partie de ma carrière dans des sociétés cotées en bourse, et c'est une dynamique complètement différente. À la fin de chaque trimestre, chaque décision est influencée par la manière dont elle sera perçue. Par les marchés, les analystes et l'évolution du cours de l'action. »

Comme le dit Chris Conroy, président-directeur général de Holman, « notre cap, ce sont les vingt-cinq prochaines années, pas juste les trois prochains mois. » ➤

Une partie de l'équipe de direction canadienne de Holman :
(de gauche à droite) Kathryn Foster, Brent Scowen, Romy Bria.

Scowen souligne que, sans ces pressions, « nos décisions, nos ambitions et nos investissements s'inscrivent dans une démarche à long terme, toujours guidée par l'intérêt de nos clients. Nous n'avons pas à renoncer à nos meilleures idées ni à nos stratégies les plus pertinentes pour répondre aux attentes du marché. Et cela profite autant à notre entreprise qu'à nos clients. »

Présence canadienne

Présente au Canada depuis près de quarante ans, Holman s'impose comme un acteur incontournable de la gestion de parc. L'entreprise a soutenu des centaines de gestionnaires à travers les hauts et les bas de l'économie, les récessions, les perturbations de la chaîne d'approvisionnement et même une pandémie mondiale.

Aujourd'hui, alors que les professionnels du secteur sont confrontés à des contraintes budgétaires, à des pénuries de véhicules et à des droits de douane, l'équipe canadienne de Holman est mobilisée pour les aider à surmonter ces défis.

« Le marché actuel est complexe, et les enjeux économiques comme géopolitiques pèsent lourd. Dans ce contexte, notre présence au Canada nous permet d'agir efficacement pour nos clients et de prendre soin de leurs conducteurs », souligne Scowen.

Bien que présente à l'échelle mondiale, Holman est solidement implantée au Canada, qu'elle considère fièrement comme l'un de ses pays d'ancrage, et s'engage à offrir des services adaptés aux besoins spécifiques de ses clients canadiens.

« Nous avons un siège social national à Mississauga, deux autres bureaux à Laval et à Calgary, une équipe de direction canadienne responsable des opérations au Canada, près de 350 employés répartis à travers le pays dans toutes les disciplines, trois centres de revente et une usine d'assemblage à Mississauga », détaille Scowen.

Aujourd'hui, l'équipe canadienne de Holman gère plus de 250 000 véhicules pour près de 700 clients. « Nous sommes particulièrement fiers que l'ensemble de notre portefeuille de véhicules en location, des voitures aux camions de travail, soit financé par des institutions financières canadiennes », ajoute-t-il.

Soucieuse de contribuer à la collectivité, Holman soutient également plusieurs organismes sans but lucratif dans la région. « Nous trouvons cela important », affirme Scowen. « Que ce soit par l'entremise d'associations locales ou de Centraide, nous tenons à avoir un impact positif et à soutenir les collectivités partout au Canada. »

« Dans ce contexte, notre présence au Canada nous permet d'agir efficacement pour nos clients et de prendre soin de leurs conducteurs. »

BRENT SCOWEN
DIRECTEUR GÉNÉRAL, CANADA, HOLMAN



Des relations qui comptent

Pour Kathryn Foster, directrice des services stratégiques nord-américains chez Holman, la présence du siège mondial au New Jersey constitue un véritable atout pour les équipes canadiennes.

« Nos collègues et nos clients canadiens bénéficient des technologies, des innovations et des investissements mis en œuvre dans l'ensemble de l'organisation », indique-t-elle. « Mais lorsqu'il s'agit de notre clientèle canadienne, nous savons que la relation humaine est essentielle. C'est pourquoi notre présence locale compte autant. »

Selon Foster, Holman saisit pleinement les défis uniques auxquels sont confrontés de nombreux gestionnaires de parc au Canada. « Certains de nos clients connaissent une expansion rapide, tandis que d'autres restent plus prudents dans leurs prévisions. Notre capacité à les accompagner repose sur une combinaison d'expertise en gestion de parc et d'une bonne connaissance des particularités régionales. La présence de nos équipes sur le terrain, un peu partout au Canada, fait toute la différence. »

Une présence nationale, un soutien local

Romy Bria, vice-président, Services à la clientèle chez Holman, partage pleinement cet avis. « Outre nos bureaux dans les principales villes, nous avons également des employés sur le terrain dans tous les grands marchés, y compris à Ottawa, Edmonton et Vancouver », indique-t-il. « Cela représente un avantage consi-



Une partie de l'équipe Holman à Calgary.

dérable pour nos clients, qui bénéficient d'un accompagnement local et d'une connaissance précise des réalités propres à chaque région. »

Bria précise que les représentants régionaux de Holman permettent à l'ensemble de l'équipe de suivre de près les réglementations locales, les conditions climatiques et les défis opérationnels propres à chaque région du Canada.

« Il est essentiel de savoir ce qu'implique un trajet sur la route 2 en hiver entre Calgary et Edmonton », souligne-t-il. « Fournir un soutien bilingue au Québec, comprendre la réglementation sur les émissions en Colombie-Britannique ou saisir les références locales comme l'équipe de hockey, ce sont ces détails qui nous permettent de proposer un service réellement pertinent et de créer des liens durables avec nos clients. »

Avec des employés répartis à travers tout le Canada, Holman ne se contente pas d'être présente sur le territoire. Cela permet de raccourcir les délais de réponse, de limiter les temps d'immobilisation et d'assurer un véritable lien humain dans chaque région. « Nous pouvons adapter notre stratégie aux réalités locales du parc et du terrain », précise-t-il. « Grâce à la proximité et à la coordination de nos équipes régionales en ventes, en service à la clientèle et en opérations, nos clients bénéficient

d'un accès direct à des interlocuteurs locaux et à un accompagnement fiable. »

Collaboration avec les fournisseurs

Si les clients de Holman bénéficient pleinement de sa présence nationale, il en va de même pour ses fournisseurs. Holman peut en effet travailler avec des partenaires partout au pays pour offrir aux gestionnaires de parc les solutions qu'ils recherchent.

« Nos clients peuvent compter sur l'expertise de l'ensemble de notre équipe de gestion de parc, y compris notre savoir-faire canadien en aménagement de véhicules », précise Bria. « Nous pouvons appliquer une stratégie centralisée tout en l'adaptant à chaque région, assurer la cohérence de nos services et rester suffisamment souples pour répondre aux besoins locaux. »

S'adapter à l'évolution


Même après plus de cent ans d'existence, Holman ne cesse d'évoluer. « Nous sommes conscients que ce qui fonctionnait hier ne suffira pas demain », souligne Foster. « Les attentes de nos clients évoluent, notre industrie aussi, et nous continuons de nous adapter pour maintenir le niveau de service auquel nos clients sont habitués. » Malgré les changements externes, l'entreprise garde le cap sur ce qu'elle appelle « l'expérience Holman ». Foster précise : « C'est notre boussole, ce qui oriente notre service. Nous voulons rester une entreprise avec qui il est agréable de faire affaire, et

où il fait bon travailler. Nous voulons continuer à livrer l'expertise que recherchent nos clients, et à tisser des relations fondées sur la confiance. C'est ce qui motive chacune de nos actions. »

Holman mise sur des technologies avancées comme la télé-

matique, l'analyse de données et les plateformes d'intégration pour véhicules électriques. L'objectif : aider les gestionnaires de parc canadiens à gagner en efficacité, à prendre des décisions éclairées et à s'adapter aux nouvelles exigences du secteur.

« Nous aidons nos clients à faire de leur parc un véritable levier de rentabilité », conclut Foster. « C'est exactement ce qu'une gestion de parc efficace permet d'accomplir. »

Née d'une seule concession, Holman est devenue une référence mondiale en gestion de parc. Ce parcours repose sur une stratégie à long terme, une expertise locale et des relations solides avec ses clients. Au Canada, son infrastructure nationale et sa connaissance des réalités régionales lui permettent d'accompagner ses clients là où les défis se présentent. 

« Notre cap, ce sont les vingt-cinq prochaines années, pas juste les trois prochains mois. »

CHRIS CONROY CEO, HOLMAN



Ford Maverick 2025

Encore plus pertinent

Voilà 100 ans maintenant que Ford propose des camionnettes de taille compacte aux consommateurs et aux propriétaires d'entreprises. C'est en effet en 1925 qu'est apparue la version pick-up de la Ford Model T.

TEXTE DANIEL RUFIANGE

C'est pour le millésime 2022 que Ford a lancé sa camionnette compacte Maverick. Cette année, le modèle a droit à sa première mise à niveau, un rafraîchissement qui vient corriger quelques-uns des reproches formulés à l'arrivée du produit sur le marché. Le principal, c'est qu'il n'était pas possible de marier la mécanique hybride au rouage intégral. Une faute avouée est à moitié pardonnée, dit-on. Toujours est-il que c'est maintenant possible. Voilà qui va réjouir les consommateurs qui voulaient profiter du meilleur des deux mondes ; une camionnette économique à l'usage et capable d'affronter les pires conditions météorologiques. La décision de Ford va également faire saliver quantité d'entreprises qui souhaitent miser sur un modèle comme le Maverick pour servir leurs besoins, mais surtout, pour réduire leur facture en carburant.

Car, oui, les économies à la pompe peuvent être substantielles avec un Ford Maverick hybride. Le moteur 4-cylindres de 2,0 litres qui le sert, combiné à un moteur électrique, propose

une cote de consommation de 5,4 litres aux 100 km en ville. Avec la greffe du rouage intégral à l'ensemble, la cote passe à 5,6 litres. En conduite combinée, on peut facilement s'en tirer avec une moyenne inférieure à 6,0 litres aux 100 kilomètres.

La meilleure option pour votre parc

Le Ford Maverick 2025 peut être livré en configuration XL, XLT, Lariat, Lobo et Tremor. Les deux dernières sont moins intéressantes pour les entreprises, car elles sont à vocation particulière ; la performance pour la variante Lobo, la conduite hors route pour le modèle Tremor. Cela nous laisse donc avec les trois premières propositions, respectivement annoncées à 36 795 \$, 39 295 \$ et 48 795 \$, avec les frais de transports et de préparation (2195 \$). Les bonnes affaires se trouvent donc au début de la gamme.

Helen Jackson, directrice générale de la division commerciale de Ford au Canada, Ford Pro, confirme que c'est là que se trouve l'intérêt des entreprises commerciales. « Bien que les be-

soins des entreprises soient variés, la version la plus populaire du Ford Maverick pour les parcs est l'hybride à traction, mais nous constatons déjà une augmentation de la demande pour la nouvelle version à traction intégrale. Bien sûr, le Maverick est également livrable avec un 4-cylindres EcoBoost de 2,0 litres si l'utilisation nécessite plus de puissance.»

Le même Maverick, mais...

Parfois, les constructeurs vont proposer des modèles un peu plus dénudés en équipement pour les parcs. Ce n'est pas le cas avec ce Maverick, alors que les variantes suggérées aux entreprises sont les mêmes que celles destinées au grand public. Helen Jackson apporte toutefois une nuance : « La version de base du Ford Maverick (XL hybride à traction) est la même, mais il y a des options différentes qui ne sont offertes que pour les clients de parcs. Par exemple, les versions XL et XLT peuvent être équipés en option d'un siège conducteur à huit réglages électriques pour les entreprises.»

Si certaines options sont différentes, doit-on passer par un intermédiaire pour se procurer un Maverick de « parc » ? Helen Jackson précise que tous les véhicules Ford sont vendus à travers le réseau de concessionnaires de l'entreprise, qui compte 430 adresses au pays. Cependant, « les petites entreprises peuvent travailler uniquement avec leur concessionnaire préféré ou avec un gestionnaire de compte commercial dans l'un de nos Centres Ford Pro pour véhicules utilitaires. Pour les clients possédant des parcs plus importants, souvent à l'échelle nationale, ils

travaillent à la fois avec un gestionnaire de compte national Ford Pro, qui coordonne le tout avec leur concessionnaire préféré.»

De la flexibilité pour les prix ?

Est-ce que les prix qui sont réservés à la clientèle régulière sont les mêmes pour les parcs ? Oui, mais certaines choses sont assurément possibles. Du moins, une partie de la réponse d'Helen Jackson le laisse croire : « Le prix de détail suggéré par le manufacturier (PDSF) est le même pour les particuliers et les parcs. Le prix de vente final peut être négocié directement avec le concessionnaire du client ou la division de gestion de parcs, qui ont accès à toutes nos mesures incitatives pour les parcs.» On comprend que des promotions peuvent être applicables, un peu comme on peut le voir avec le grand public. C'est davantage ciblé, cependant, ce qui signifie qu'il faut surveiller la chose de près. De toute manière, si vous envisagez l'achat de plusieurs Maverick, vous aurez au préalable établi une relation avec la division commerciale de Ford qui vous aura mis au courant des promotions en vigueur. Soyez curieux et persistants ; il y a toujours moyen de négocier.

La réponse des entreprises canadiennes

Ford estime qu'environ 5 % à 10 % des ventes du Maverick sont effectuées auprès de parcs automobiles. Déjà, plusieurs ont opté pour le Maverick. « L'une des plus grandes entreprises de télécommunications du Canada utilise le Ford Maverick pour une utilisation avec ses techniciens », précise Helen Jackson. Il ➤

Geothentic
Numérisation et gestion de flotte de véhicules.

Geothentic
La référence en solutions de Gestion de Flotte & de Géolocalisation

DISPONIBLE SUR Google Play Disponible sur App Store

Geothentic WWW.GEOTHENTIC.COM NOUS JOINDRE
+1 (888) 377-0269
contact@geothentic.com



Malgré une caisse plus petite, il est possible de déposer des feuilles de contreplaqué (4x8) en les déposant sur les arches de roues. Le hayon s'ajuste à un angle qui fait que les feuilles sont parfaitement à plat. La charge utile du Maverick est à 1500 livres, alors que sa capacité de remorquage peut atteindre 4000 livres.



À bord, la présentation demeure très sobre, mais elle est marquée par la greffe d'un écran multimédia plus massif, soit de 13,2 pouces, en remplacement de l'ancienne unité de 8,0 pouces.

pourrait bien s'agir de Bell Canada, car il est possible de voir plusieurs Maverick aux couleurs de cette compagnie sur la route. Imaginez les économies pour une entreprise de cette taille qui utilise des Ford Maverick sur la route, plutôt que des vieux fourgons de type Econoline. Chez cette entreprise qu'elle n'identifie pas, Ford mentionne que l'intérêt pour la version hybride à quatre roues motrices est très fort ; il est facile de comprendre pourquoi.

Des avantages évidents


En plus de sa mécanique hybride, le Maverick a aussi la particularité d'être très polyvalent, nonobstant son format. Malgré la présence d'une boîte de seulement cinq pieds, il est possible d'aménager la partie arrière pour transporter des objets de plus longue taille, ou simplement fermer cette section pour le matériel plus précieux. « L'un des atouts du Ford Maverick est qu'il est conçu pour les entreprises de toutes tailles, comme la rénovation de maisons, l'aménagement paysager et les services professionnels (électricien, plombier, etc.), mais aussi pour les parcs plus importants où il peut offrir le bon format pour le bon travail », ajoute Helen Jackson. Elle précise que ce que les clients de parcs apprécient le plus à propos du modèle, c'est

son rendement énergétique. Et parce que son prix est concurrentiel sur le marché, son coût d'exploitation à long terme est plus faible, ce qui offre une valeur ajoutée aux entreprises.

Au volant

Pour quiconque doit passer la majeure partie de ses journées au volant d'un véhicule de fonction, le Ford Maverick présente plusieurs avantages. Le fait qu'il partage sa structure avec le VUS Escape fait en sorte que l'on profite d'un comportement routier axé sur le confort. Le châssis est solide, si bien que sur la route, le modèle offre une tenue de route rassurante.

Et pour 2025, en matière d'équipement, il est intéressant de noter que toutes les versions profitent du système multimédia Sync 4 de Ford, qui propose plus de fonctionnalités et qui surtout, prend désormais vie sur un écran de 13,2 pouces, plutôt que de 8,0 pouces dans le cas du modèle sortant.

En conclusion les avantages de ce véhicule sont évidents. Le format du modèle est pratique et convient à quantité de petites entreprises. Quant à la mécanique hybride, elle permet des économies substantielles. Et avec le mariage possible avec la traction intégrale à partir de maintenant, cela rend ce modèle encore plus pertinent. 



Quantité d'accessoires peuvent être greffés à la caisse, comme ces rails qui permettent d'allonger la surface de chargement et bien sécuriser le matériel.



En configuration XL, le Maverick se présente en toute simplicité, avec des roues en acier, s'il vous plaît.

Voir grand, commencer petit

Les poids lourds passent à l'électrique...
mais de façon mesurée.

TEXTE CHRIS HILL

Lors du salon EV and Charging Expo tenu à Toronto en mai dernier, j'ai assisté à une table ronde consacrée à l'électrification des poids lourds. Les intervenants y ont présenté des arguments convaincants en faveur de l'électrification des véhicules de classe 8. Leurs propos étaient illustrés de manière éloquente par un camion électrique Volvo, présenté dans la zone d'exposition sous les couleurs de Home Hardware.

Infrastructure de recharge

Les intervenants ont souligné qu'il était essentiel de commencer par déployer une infrastructure de recharge. En Californie, le corridor de l'Interstate 10 devrait être opérationnel d'ici 2027. Au Canada, un projet similaire relie déjà l'Ontario et le Québec. Des camions électriques y sont testés pour évaluer s'ils peuvent égaler les performances du diesel.

Trois éléments doivent converger pour que le transport de marchandises électrique soit réellement viable. Le premier, ce sont les véhicules, qui restent plus coûteux à l'achat et à l'exploitation sans l'aide des programmes gouvernementaux, comparés au diesel. Le programme canadien pour les véhicules moyens et lourds à émission zéro, ainsi que l'initiative Écocamionnage au Québec, contribuent à réduire cet écart.

Le deuxième élément, c'est le fournisseur d'énergie et la qualité du service offert. Les transporteurs ont besoin de temps de recharge plus courts sur la route, ce qui demande des stations capables de respecter la norme MCS (megawatt charging standard). Mais ce type d'infrastructure est difficile à mettre en place. À titre de comparaison, un centre commercial consomme entre quatre et cinq mégawatts par jour. Une station de recharge pour camions devra fournir autant, voire davantage. Le coût est donc très élevé. Pour y faire face, les fournisseurs testent actuellement des transformateurs à semi-conducteurs afin d'augmenter la capacité de distribution.

Le troisième élément, c'est la gestion des données. Elle joue un rôle clé pour instaurer la confiance dans la transition vers l'électrique. Les propriétaires de camions et les expéditeurs doivent pouvoir planifier leurs trajets sans se soucier des points de recharge ni des coûts supplémentaires.



Tracteur routier électrique Volvo de classe 8 aux couleurs de Home Hardware, exposé lors du EV and Charging Expo en mai 2025 à Toronto.

Applications de courte distance

À ce jour, les camions électriques lourds sont surtout utilisés pour des trajets de courte distance, avec retour au dépôt. Un transporteur peut effectuer deux ou trois livraisons par jour dans un rayon de 150 kilomètres, ce qui est tout à fait envisageable avec ce type de véhicule. En revanche, transporter des melons d'eau ou des tracteurs agricoles de l'ouest des États-Unis jusqu'à l'est du Canada dépasse encore leurs capacités. Le diesel continuera donc de jouer un rôle dans le transport routier, tant que des camions électriques capables de parcourir de plus longues distances entre deux recharges ne seront pas disponibles.

La pile à hydrogène n'a pas été retenue comme solution par les intervenants. Cette technologie convainc de moins en moins. Bien qu'elle soit testée dans le transport depuis des décennies, ses coûts restent élevés et aucune infrastructure digne de ce nom n'a été mise en place, que ce soit pour la production, la distribution ou le ravitaillement. Le marché des autobus, l'un des plus avancés en matière d'électrification des véhicules lourds, a clairement fait le choix de l'électrique à batterie.

Les intervenants sont unanimes: la technologie est désormais suffisamment avancée pour permettre le transport de marchandises par camions électriques. Il reste à nouer des partenariats concrets entre exploitants et fournisseurs d'énergie. Le mot d'ordre: penser en grand, commencer petit, et poser des bases solides. ○



Chris Hill est conseiller en gestion de parc chez C. Hill Management Inc.

Pneus toutes saisons, pneus 4 saisons ou pneus d'hiver : que choisir ?

Dans quels cas les pneus 4 saisons sont-ils la meilleure option pour votre parc de véhicules ?

TEXTE JACK KAZMIERSKI

Le choix des pneus pour un parc de véhicules était autrefois assez simple. Dans certaines régions du Canada, les pneus toutes saisons répondaient aux besoins toute l'année. Ailleurs, ils suffisaient pour les mois plus doux, mais il fallait impérativement passer aux pneus d'hiver dès que les températures chutaient.

Depuis quelque temps, les gestionnaires de parc disposent d'une troisième option : les pneus quatre saisons. Cette catégorie récente promet le meilleur des deux mondes, avec de bonnes performances en été et une adhérence suffisante en hiver, comme en témoigne le 3PMS, symbole du flocon entouré de trois sommets apposé sur le côté du pneu.

Les pneus quatre saisons tiennent enfin la promesse que les pneus toutes saisons n'ont jamais vraiment tenue : permettre une conduite sécuritaire toute l'année, y compris en hiver. Techniquement, ce sont des pneus toutes saisons qui répondent également aux exigences de la certification 3PMS.

« Les pneus quatre saisons portent le pictogramme 3PMS, donc ils offrent une bien meilleure traction en hiver que les pneus toutes saisons classiques », explique Ugo Desgreniers, directeur de la stratégie produit chez Stox Distribution.

À première vue, les pneus quatre saisons semblent donc être l'option idéale. Pourquoi acheter deux jeux de pneus par véhicule, quand un seul pourrait suffire pour toute l'année ? La réponse tient en un mot : compromis.

Le compromis des pneus quatre saisons

Conçus pour affronter une grande diversité de conditions, des chaussées sèches aux routes enneigées ou glacées, les pneus quatre saisons restent un compromis. Ils ne rivalisent pas avec les pneus d'été par temps chaud, ni avec les pneus d'hiver dans des conditions hivernales extrêmes.

« Les pneus quatre saisons sont d'excellents produits, mais ils ne remplacent pas des pneus d'hiver conçus spécifiquement pour



Le Remedy WRG5 de Nokian Tyres fait partie des nombreux pneus 4 saisons conçus pour un usage à l'année.

ces conditions », explique Ian McKinney, chef de produit principal chez Bridgestone. « Si vous devez affronter un hiver rigoureux, avec de fortes accumulations de neige ou des routes verglacées, les pneus d'hiver demeurent la solution de référence. » Cela dit de nombreux gestionnaires de parc sont prêts à accepter ce compromis. Éviter l'achat de deux ensembles de pneus, ne pas avoir à faire le changement deux fois par an ni à payer pour l'entreposage représente un avantage non négligeable.

Une popularité croissante

Ugo Desgreniers observe une nette augmentation de la popularité des pneus quatre saisons. « Ils sont très populaires dans toutes les provinces, sauf au Québec », souligne-t-il. « Avant, les gens achetaient surtout des pneus toutes saisons, mais ils ont maintenant accès à des pneus quatre saisons offerts par la plupart des marques. Ce segment est en forte croissance. »

Quant aux automobilistes québécois, Desgreniers rappelle qu'ils ne veulent pas faire de compromis en matière de sécurité hivernale. « Tous les conducteurs du Québec ont déjà utilisé des pneus d'hiver, notamment en raison de la loi qui les rend obligatoires en saison hivernale », explique-t-il. « Ces conducteurs continuent de privilégier les vrais pneus d'hiver pour assurer une sécurité maximale, contrairement aux pneus quatre saisons, dont la performance reste inférieure en conditions hivernales extrêmes. »



« Ils offrent une bien meilleure traction en hiver que les pneus toutes saisons classiques. »

UGO DESGRENIERS
DIRECTEUR DE LA STRATÉGIE PRODUIT,
STOX DISTRIBUTION

C'est un point important à garder en tête pour les responsables de parc. Dans les régions où les hivers sont modérés, les pneus quatre saisons peuvent représenter un compromis acceptable. En revanche, au Québec ou dans le nord des provinces où la neige et la glace sont fréquentes, les pneus d'hiver conservent un net avantage en matière d'adhérence.

Une offre plus vaste

À leur lancement, les pneus quatre saisons étaient proposés en tailles limitées et offraient des performances restreintes. Aujourd'hui, souligne M. Desgreniers, ils sont disponibles pour pratiquement tous les types de véhicules présents sur le marché. Et ils couvrent une large gamme de prix, un critère important pour les gestionnaires de parc.

La bonne nouvelle, ajoute-t-il, c'est qu'il n'est pas nécessaire de dépenser une fortune pour se procurer un bon pneu quatre saisons. Certaines options à bas prix peuvent cependant être plus bruyantes et s'user un peu plus vite. « Mais si vous optez pour un pneu quatre saisons haut de gamme, vous obtiendrez une longévité comparable à celle d'un pneu toutes saisons, avec une traction nettement supérieure sur neige et glace. »

Un calcul économique

Pour bon nombre de gestionnaires, le choix entre un seul

jeu de pneus quatre saisons ou un duo pneus d'hiver et pneus toutes saisons pour l'été repose avant tout sur un calcul économique.

Chaque gestionnaire doit se poser la question suivante : est-il plus rentable d'investir dans des pneus quatre saisons à remplacer tous les deux ou trois ans (selon le kilométrage annuel), ou vaut-il mieux acheter un jeu de pneus d'hiver et un jeu de pneus toutes saisons, à utiliser chacun la moitié de l'année, sans devoir les remplacer puisque les véhicules seront revendus dans quatre ou cinq ans ?

Bref, même si les pneus quatre saisons représentent une solution intéressante, il est essentiel d'y réfléchir sérieusement avant de les adopter à grande échelle. Ce type de pneu reste un compromis. Il peut convenir pendant les mois doux, mais dans un contexte hivernal difficile, la prudence recommande toujours d'opter pour des pneus d'hiver spécialisés.

Comme l'explique James McIntyre, vice-président principal des ventes Canada et du développement produit en Amérique du Nord chez Sailun Tire Americas : « Les pneus quatre saisons se portent très bien en milieu urbain, où l'espace pour entreposer un deuxième jeu est limité, et où le climat est plus clément et les trajets sont courts. » Il ajoute : « Tous ceux qui doivent parcourir une longue distance sur les autoroutes de la série 400 en Ontario vous le diront : mieux vaut avoir de vrais pneus d'hiver. »

Ce n'est pas personnel, c'est professionnel

Offrir une voiture de compagnie à ses employés suppose réflexion et planification.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

Pour de nombreux employés, disposer d'une voiture de fonction représente un avantage de taille. Toutefois, un tel programme ne va pas sans son lot de défis. Comme l'explique Liz Klein, directrice des ventes chez Samsara pour le marché canadien intermédiaire et commercial, « De nombreux gestionnaires de parc proposent des véhicules de fonction que les employés peuvent rapporter chez eux, mais pour que cela se fasse de manière responsable, il faut de la transparence et des mesures de contrôle appropriées. »

Autrement dit, dans une optique de gestion de parc, une voiture fournie par l'employeur est avant tout un actif à administrer. Il faut tracer la limite entre usage professionnel et usage personnel. Comment éviter les abus ? Et surtout, quelles règles faut-il établir avant de confier les clés à un employé ?

Ce qui complique les choses, c'est que les programmes de véhicules de compagnie peuvent varier d'une entreprise à l'autre. Le site d'emploi indeed.com l'explique ainsi : « Certaines voitures de compagnie sont affectées à des employés qui les utilisent aussi pour leurs déplacements quotidiens entre le domicile et le bureau. D'autres restent stationnées dans la cour de l'entreprise ou sur le parking privé jusqu'à ce qu'un employé en ait besoin pour effectuer une livraison, une visite sur site, un rendez-vous ou toute autre tâche professionnelle à l'extérieur du bureau. L'attribution de ce type d'avantage dépend en grande partie du secteur et du type d'entreprise. »

Tout commence par une politique claire

Quelle que soit la structure du programme dans votre organisation, l'équipe d'experts d'Element Fleet Management recommande d'abord d'établir des politiques claires précisant les critères d'admissibilité et les modalités d'utilisation. Ces règles doivent définir qui est autorisé à rapporter un véhicule de l'entreprise à la maison, et dans quelles circonstances.


« Si l'entreprise demande à un employé d'effectuer une tâche nécessitant un véhicule, il s'agit d'un usage professionnel », précise l'équipe d'Element. « La seule exception concerne les déplacements domicile-travail, qui sont considérés comme un usage



personnel selon la loi fiscale. » L'attribution d'un véhicule devrait dépendre des besoins liés au poste, tout en précisant que ce privilège peut être retiré à tout moment. Par exemple, l'entreprise peut exiger un nombre minimal de kilomètres professionnels parcourus par an. Les gestionnaires doivent examiner les rapports annuels sur les avantages imposables pour vérifier que ce seuil est respecté, et réévaluer l'attribution du véhicule le cas échéant.

Il peut aussi être pertinent de mettre en place des politiques différentes pour les parcs de service et les parcs de vente. Selon Element, la politique devrait être validée par les ressources humaines, le syndicat, s'il y en a un, et les gestionnaires de parc. L'objectif est de s'assurer qu'elle peut être appliquée concrètement et que les conséquences en cas de non-respect sont claires pour tous.

La politique devrait être mise à jour au besoin, et chaque conducteur devrait la signer chaque année pour en accuser réception. Il appartient à l'employé de comprendre et de respecter les définitions juridiques applicables, et cette responsabilité doit être bien précisée dans la politique. En intégrant cette exigence, on protège l'organisation tout en incitant les employés à faire preuve de jugement.



« De nombreux gestionnaires de parc soutiennent les programmes de véhicules à emporter comme avantage offert aux employés. »

LIZ KLEIN
DIRECTRICE DES VENTES
SAMSARA

Les règles doivent également fixer des limites à l'usage personnel et exiger un dossier de conduite exemplaire. Element recommande d'interdire l'utilisation des véhicules de compagnie pour les vacances ou de limiter l'usage personnel à un rayon géographique précis, comme 100 kilomètres autour du domicile. Ces mesures permettent de préserver l'usage professionnel du véhicule et de réduire l'usure et les risques'accidents.

Évaluer les risques

Laisser les employés conserver un véhicule de fonction à domicile comporte de nombreux risques. Selon Element, un véhicule stationné dans un endroit non sécurisé ou portant l'identité visuelle de l'entreprise est plus exposé aux vols ou au vandalisme. L'entreprise s'expose à des risques juridiques si le véhicule est utilisé pour des activités personnelles non autorisées.

Des politiques rigoureuses doivent interdire formellement les usages à haut risque, comme le transport de passagers payants (Uber, Lyft) ou le déménagement d'effets personnels. En l'absence de règles claires, les réclamations d'assurance peuvent se multiplier, la responsabilité de l'entreprise s'alourdir et sa réputation être compromise.

Suivi de l'utilisation


Les gestionnaires doivent aussi se poser la question du suivi de l'utilisation des véhicules. Pour Element, la réponse est claire : « Les gestionnaires de parc doivent au minimum effectuer un suivi annuel pour vérifier que les véhicules sont utilisés conformément aux règles. » L'employé a la responsabilité de déclarer les kilomètres parcourus à des fins personnelles. L'examen des relevés de kilométrage ou des rapports fiscaux peut révéler des écarts ou un usage personnel trop important. Certaines entreprises exigent que les kilomètres professionnels représentent au moins 50 % du total parcouru.

S'en remettre uniquement à la bonne foi des conducteurs n'est pas toujours suffisant. Selon Element, les outils de télématique et de géorepérage permettent d'obtenir des données en temps réel sur la position et l'utilisation du véhicule, ce qui facilite l'application des politiques. Recouper les transactions de carburant avec les données de déplacement permet aussi de repérer les écarts.

Liz Klein, de Samsara, ajoute : « Les entreprises peuvent utiliser la géolocalisation en temps réel, le géorepérage et l'étiquetage des trajets pour distinguer clairement les usages professionnels et personnels. Notre plateforme aide à faire respecter les politiques d'utilisation, à surveiller la consommation de carburant et à détecter les comportements inhabituels, tout en respectant la vie privée des conducteurs. Cela aide à optimiser les opérations et à garder le contrôle, même lorsque les véhicules sont utilisés hors site. »

Données des cartes de carburant

Un autre aspect important concerne les cartes de carburant. « Les employés autorisés à garder leur voiture de fonction à la maison reçoivent généralement une carte de carburant », précise l'équipe d'Element. « Ces cartes simplifient la gestion des dépenses et permettent de mieux surveiller la consommation. Dans certains cas exceptionnels, comme pour les cadres supérieurs, un remboursement peut être envisagé, mais cela reste rare. »

Pour distinguer l'usage personnel de l'usage professionnel, les entreprises peuvent comparer les transactions effectuées avec la carte de carburant aux journaux de bord ou aux données télématiques. Une politique de parc bien définie encouragera des comportements responsables, par exemple en interdisant l'usage pendant les vacances ou au-delà d'un certain rayon autour du domicile ou du lieu de travail. Mettre à disposition un véhicule de compagnie demande donc réflexion et planification. Pour les ressources humaines, cela peut représenter un avantage concurrentiel ou un outil de fidélisation. Mais pour les gestionnaires de parc, il s'agit avant tout de gérer un actif et d'en contrôler l'utilisation afin de limiter les risques et les responsabilités. 



L'étude de flotte est l'étape clé du succès de votre électrification

Incitatifs économiques, enjeux environnementaux, pression réglementaire... quelle que soit la raison qui vous pousse à l'électrification, c'est un projet d'envergure aux nombreux avantages, mais qui nécessite une planification rigoureuse. Vous vous éviterez ainsi des coûts inutiles ou des choix peu adaptés à la réalité de vos opérations. Sinon, ce serait comme lancer un projet de rénovation sans d'abord faire appel à un architecte pour bien évaluer ses besoins !

TEXTE GUILLAUME BROSSARD

L'étude de flotte, c'est votre plan de match pour une transition électrique réussie.

Qu'est-ce qu'une étude de flotte ?

L'étude de flotte est une analyse approfondie de l'utilisation actuelle des véhicules de votre parc qui comprend la taille de la flotte, le type de véhicule, leur kilométrage, leur rôle, leurs trajets, etc. Son objectif est d'identifier les routes et les véhicules qui peuvent être électrifiés dès aujourd'hui, puis de déterminer les besoins en énergie et en infrastructure de recharge, et de permettre d'évaluer le coût total de possession des véhicules électriques en comparaison avec des véhicules thermiques.

Réalisée par des experts, l'étude de flotte permet de mettre la main sur un rapport essentiel à votre planification :

- Analyse des données télématiques ou des carnets de bord
- Relevé des usages des véhicules (fréquence, autonomie nécessaire, pauses possibles)
- Évaluation des sites d'exploitation pour la recharge
- Simulation de scénarios de transition

Pourquoi est-elle importante ?

Comme première étape de votre processus d'électrification, l'étude de flotte comporte de nombreux avantages. Premièrement, elle vous offre une vision globale, précise, personnalisée

et réaliste de vos opérations et des implications d'ajout d'un ou de plusieurs véhicules électriques. Ensuite, elle ouvre la porte à des décisions éclairées sur le choix des bons véhicules et sur vos besoins actuels et futurs de recharge. Plus encore, l'étude de flotte est un outil indispensable dans la réalisation des études de coûts d'opération et de possession.

Finalement, l'étude de flotte sert à bâtir vos plans d'ingénierie et votre plan d'électrification par phases en tenant compte de la maturité du marché, des subventions disponibles dans votre secteur et de vos contraintes opérationnelles particulières.

Commencez votre électrification

Bref, une étude de flotte bien menée devrait être le point de départ d'une stratégie de mobilité durable, performante et économiquement viable. Pour les gestionnaires de parcs de véhicules, elle est essentielle pour éviter les pièges d'une électrification précipitée ou segmentée. Bonne nouvelle : c'est une dépense admissible dans plusieurs programmes de subvention gouvernementaux. Informez-vous ! [🔗](#)



Vice-président, commercialisation chez Polara, Guillaume cumule plus de 20 ans d'expérience dans la commercialisation, le développement de projets d'infrastructures majeurs dans les domaines énergétique, maritime et immobilier, ainsi qu'en droit commercial.



L'association enchaîne les activités

C'est au Club de golf de Boucherville que s'est déroulée, le 12 juin, à guichets fermés, la 48^e édition de la Classique Carl Gloutnay, organisée par l'équipe de la NAFA division du Québec.

TEXTE MICHEL BEAUVOYER

Gestionnaires de parc, fournisseurs d'équipements et de services spécialisés ont pris d'assaut les verts sous un soleil complice. La popularité de cet événement ne se dément pas puisque le maximum de joueurs présents simultanément sur le terrain a été atteint. Avec les invités participant uniquement au souper, on parle de près de 150 personnes au total.

« C'est remarquable de constater à quel point nos gestionnaires de parc et leurs partenaires forment une communauté dynamique », constate Guillaume Poudrier, représentant de la division québécoise de la NAFA. « La formule du tournoi de golf a manifestement encore sa raison d'être. On voit à quel point les gens sont contents de se retrouver dans cette formule conviviale. »

Le ride & drive électrique

Le succès de cet événement rassembleur augure bien pour la prochaine activité de la NAFA division du Québec, le Ride & Drive électrique, qui se déroulera le jeudi 11 septembre 2025, au circuit ICAR de Mirabel. Le déjeuner aura lieu dès 8 h 30 alors que les participants pourront accéder aux essais sur la piste dès 9 h 30. Tous les grands constructeurs automobiles axés sur les flottes participeront avec leur gamme de véhicules électrifiés. Des équipementiers spécialisés ainsi que des fabricants de pneus seront également présents.

Un panel de discussion sur l'électrification des parcs de véhicules est également prévu par les organisateurs et donnera le micro à Simon Therrien (Bell Canada), Simon Roberge (Énergir)


et Stéphane Labrecque (Vidéotron). Une seconde séance d'essais sur la piste est prévue dès 13 h 00. Mentionnons que tous les participants munis d'un permis valide auront la possibilité de tester les véhicules sur le circuit fermé.

En nouveauté cette année, de 15 h 00 à 17 h 00, la piste sera disponible pour des séances de « Lead and Follow » avec les véhicules personnels ou des voitures exotiques offertes en location par ICAR.

« Il est évident dans le contexte actuel que le manque de prévisibilité dans l'aide gouvernementale pour l'électrification des transports vient brouiller les cartes », souligne Guillaume Poudrier. « Cela étant dit, plusieurs de nos gestionnaires ont déjà négocié ce virage et la possibilité de rencontrer des spécialistes de produits lors du Ride & Drive électrique les aidera dans la réalisation de leurs projets. »

Pour M. Poudrier, la solution électrique se présente maintenant comme une solution complémentaire que les gestionnaires de parc doivent considérer.

« Les technologies avancent très rapidement et se présentent sous diverses formes », reprend-il. « Je suis convaincu que nous aurons encore une belle participation à cet événement axé sur l'échange d'information entre spécialistes. »

Les gestionnaires intéressés peuvent réserver leur place à cet événement en scannant le code QR situé à droite. 





ISUZU

MORGAN



Camions Isuzu

Le maître incontesté des cabines basculantes

Le marché du camion poids moyen est particulièrement compétitif, dans lequel des fabricants nord-américains, japonais et européens se livrent une concurrence féroce. Mais un fabricant s'est imposé dans les camions à cabine basculante : Isuzu.

TEXTE CLAUDE BOUCHER

Avec plus de 44 000 camions vendus l'année dernière, le fabricant qui célébrait ses 40 ans en sol américain avait de quoi fêter. La recette : des camions faciles à conduire, un réseau étendu et une offre complète.

Les débuts d'Isuzu, un des chefs de file mondiaux de la fabrication de véhicules commerciaux, remontent à près de 100 ans. Mais c'est en 1984 que le fabricant japonais fait son entrée en sol nord-américain. Initialement vendu sous la bannière de General Motors, les camions Isuzu ont rapidement été adoptés par les entreprises américaines et canadiennes. À tel point que Isuzu s'est classé meilleur vendeur des camions à cabine basculante en Amérique du Nord chaque année depuis 1986.

En 2007, GM annonce son retrait du marché du camion de poids moyen. C'est donc en 2008 que Isuzu Commercial Truck of America est créé, ainsi que sa filiale canadienne, Isuzu Camions Commerciaux du Canada. En 2015, Isuzu atteignait le nombre impressionnant de 500 000 camions vendus en Amérique du Nord. ➔

Les camions diesel de la série F de Isuzu sont livrables en classes 6 et 7.

Les raisons de ce succès sont nombreuses. Mais la première en tête : sa conception à cabine avancée basculante, souvent appelée « cabover » (cabine au-dessus du moteur). Cette conception comporte plusieurs avantages : d'une part, la visibilité est de loin supérieure à celle d'un camion dit à cabine conventionnelle, dotée d'un capot. Alors que le champ de vision au sol du conducteur d'un camion conventionnel débute à environ 24 pieds, il commence à environ 8 pieds dans les camions Isuzu.

Autre avantage évident : les camions à cabine basculante peuvent naviguer dans les zones urbaines étroites avec beaucoup plus d'aisance. Pour Tony Parravano, directeur des ventes chez Isuzu Camions Commerciaux du Canada, ce seul avantage justifie déjà l'achat d'un camion Isuzu.

« Disons ça comme ça : si vous brisez l'avant d'un de nos camions, vous n'êtes pas un très bon chauffeur... vous ne devriez pas conduire! Si vous conduisez un fourgon tronqué (cutaway), vous ne voyez pas le pare-chocs. Alors pour ce qui est de la facilité de conduite, nos camions l'emportent. »

Avec un rayon de braquage plus petit, sa manœuvrabilité est indéniablement supérieure. Enfin, autre bénéfique non négligeable, pour la même longueur hors tout, le camion peut accueillir un fourgon ou autre carrosserie plus longue d'environ quatre pieds, pour plus d'espace cargo. Pourtant, la plupart des fabricants ont délaissé les camions à cabine basculante, à l'exception de quelques joueurs dans les camions classe 6 et 7, ainsi que dans le marché du camion électrique. Aujourd'hui, Isuzu se retrouve donc dans un quasi-monopole dans ce marché à l'échelle de l'Amérique du Nord. Cette situation a permis à Isuzu au Canada de développer son réseau en partenariat avec des concessionnaires d'autres marques, comme Volvo et International, qui n'offrent pas de camions à cabine basculantes.

Résultat de cette approche : ces deux dernières années, Isuzu a vendu un nombre record de camions en Amérique du Nord, des ventes qui ont atteint 44 000 véhicules en 2024.

Une gamme complète

L'autre recette gagnante d'Isuzu, c'est son offre complète, avec des camions allant du NPR de classe 3 (PNBV de 12 000 lb) jusqu'au FVR de classe 7 (PNBV de 33 000 lb). Dans les classes 3 à 5, Isuzu propose une cabine standard trois places, tandis que sept personnes peuvent monter à bord de la cabine d'équipe, une solution populaire pour les services publics. Ces modèles de Série N sont bien connus, et offrent un poids nominal brut (PNBV) pouvant atteindre 19 500 livres. Aux États-Unis, le modèle le plus populaire est de NPR-HD de classe 4. Mais le marché canadien est distinct, nous dit Tony Parravano.

« Au Canada, c'est "go big or go home"! C'est notre camion NRR diesel de classe 5, avec un fourgon de 20 pieds. Et ce camion, au Québec, pèse moins de 4 500 kg, et peut donc être conduit avec un permis de classe 5. Et le NRR à essence est d'environ 500 livres plus léger. »

Isuzu a récemment revu complètement sa cabine, pour offrir un niveau de confort supérieur et les plus récentes technologies en matière d'aide à la conduite.

La revanche du moteur à essence

Depuis longtemps, le diesel est à toutes fins pratiques le seul carburant pour les camions moyens et lourds. Mais Isuzu a opté pour une stratégie différente. Ses camions de classe 3, les NPR, sont offerts exclusivement avec un moteur à essence, le GMPT L8T de huit cylindres, 6,6 litres, qui développe 350 chevaux. Ce moteur est couplé à une transmission automatique

Série	Modèle	Classe	Cabine	PNBV
Série N essence	NPR	3	Cabine standard et cabine d'équipe	12 000 lb
	NPR-HD	4	Cabine standard et cabine d'équipe	14 500 lb
	NQR	5	Cabine standard et cabine d'équipe	17 950 lb
	NRR	5	Cabine standard et cabine d'équipe	19 500 lb
Série N diesel	NPR-HD	4	Cabine standard et cabine d'équipe	14 500 lb
	NPR-XD	4	Cabine standard et cabine d'équipe	16 000 lb
	NRR	5	Cabine standard et cabine d'équipe	19 500 lb
Série F diesel	FTR	6	Cabine standard	25 950 lb
	FVR Déclassé	6	Cabine standard	25 950 lb
	FVR	7	Cabine standard	33 000 lb
Camion électrique	NRR EV	5	Cabine standard	19 500 lb



La nouvelle cabine d'Isuzu, plus moderne et plus aérodynamique.

de 8 vitesses. Pour les camions de classe 4 et 5, deux motorisations sont offertes : le moteur à essence de 6,6 litres et le moteur diesel d'Isuzu de 5,2 litres et 215 chevaux, avec la transmission automatique Aisin de 6 vitesses. Et finalement, dans les classes 6 et 7, soit les FTR et FVR, c'est le moteur diesel Cummins B6,7 qui a été choisi. Pourquoi ce retour du moteur à essence dans les camions de poids moyen ? La réponse simple de Tony Parravano : les normes de contrôle des émissions.

« Il y a quelques années, nous avons vu vers où se dirigeait le contrôle des émissions, et que le diesel se dirigeait vers la porte de sortie. Si demain on annonce une bombe et que le diesel n'est plus permis, eh bien savez-vous quoi? Nous pouvons toujours vendre des camions, car nous avons des camions à essence. Ça nous rend moins vulnérables que les autres. »

Parmi les autres avantages des moteurs à essence, le coût d'entretien. Une vidange d'huile du moteur américain de 6,6 litres peut être fait à peu près n'importe où. Et qui dit diesel, dit aussi filtre à particule et système de réduction catalytique sélective à l'urée.

« Le terme qu'on utilisait quand on a commencé à offrir des moteurs à essence, c'est la « fatigue du diesel ». Les gens en ont assez du système de FED et autres, des voyants qui s'allument, de la régénération, etc. Et les gens qui en avaient assez du diesel sont allés vers l'essence. »

Selon Tony Parravano, à moins de 35 000 km par année, l'essence est le choix à faire, notamment chez les entreprises d'entretien paysager qui n'utilisent le camion que cinq ou six mois par année. Aux États-Unis, les camions Isuzu à essence et au diesel se partagent le marché en parts égales, tandis qu'au Canada, 70% des camions vendus sont au diesel, et 30% à essence.

NRR EV : la solution d'avenir


Comme la plupart des fabricants de camions moyens et

lourds, Isuzu offre maintenant une version électrique à batterie de son camion de Série N, le NRR EV de 19 500 lb de PNBV. Pour répondre à différents besoins en termes d'autonomie, le NRR EV peut être livré avec 3, 5, 7 ou 9 batteries. Selon le nombre de batteries, les capacités vont de 60 à 180 kWh, pour une autonomie pouvant atteindre 375 kilomètres. En recharge rapide, le temps de recharge prévu pour un camion muni de 9 batteries est de 1,8 heure.

Le NRR EV est livré de série avec le système télématique ISUZU360, qui permet de connaître à distance les données essentielles comme l'état de charge de la batterie, la distance parcourue, l'autonomie restante et autres données qui facilitent la transition énergétique. Le camion électrique d'Isuzu vient à peine d'arriver sur le marché, et devrait être admissible aux incitatifs du nouveau programme Écocamionnage du Québec. Plusieurs Isuzu NRR EV sont en démonstration chez les quelques 37 concessionnaires canadiens, et selon Tony Parravano, la réponse des clients est plus que positive.

Production nord-américaine

Les camions Isuzu de Série N au diesel, doté du moteur Isuzu, sont fabriqués et assemblés au Japon. Mais tous les autres produits, soit les camions à essence, les classe 6 et 7 de Série F et le NRR-EV électrique, sont assemblés à l'usine d'Isuzu Commercial Truck of America à Charlotte au Michigan.

En février dernier, le fabricant a annoncé la construction d'une deuxième usine en Caroline du Nord. Cette nouvelle usine permettra la fabrication sur une même chaîne de montage de tous les modèles assemblés en Amérique du Nord, incluant le NRR EV. Avec des opérations qui devraient débuter en 2027, l'usine fortement automatisée emploiera 700 personnes et permettra à Isuzu de mieux répondre à la demande croissante. 



Déneiger efficacement

Tour d'horizon des différentes solutions conçues pour les camions de poids moyen.

TEXTE HUW EVANS

Au Canada, de nombreuses collectivités doivent composer chaque hiver avec d'importantes chutes de neige. On estime que le pays consacre environ un milliard de dollars par an au déneigement.

Le déneigement est un rouage essentiel de l'économie hivernale. Il mobilise une vaste gamme d'équipements et de technologies pour dégager les rues, routes, aéroports, stationnements, gares et autres installations de la neige et de la glace. Le parc d'équipements s'étend des camions lourds de classe 7 et 8, utilisés pour les grandes artères, aux camionnettes légères ou intermédiaires équipées de lames frontales, idéales pour les zones plus restreintes comme les stationnements, rues secondaires ou établissements publics.

Des choix à faire

En théorie, le principe du déneigement est simple, mais en pratique, de nombreux paramètres entrent en jeu, tant du côté de l'équipement que de son utilisation. Dans ce numéro de Fleet & Mobility, nous vous présentons quelques modèles de chasse-neige et d'épandeurs conçus pour les véhicules de classe 3 à 6. Ces camions de poids moyen sont fréquemment utilisés par le gouvernement et les entrepreneurs privés pour dégager les rues résidentielles, les stationnements d'entreprises, les écoles ou les établissements de santé.

BOSS Snowplow

Basée à Iron Mountain au Michigan, au cœur de la région des Grands Lacs, BOSS Snowplow s'est imposée comme un acteur de référence et un pionnier dans le domaine du déneigement. Elle conçoit, commercialise et distribue une vaste gamme de solutions, allant des lames pour camions, tracteurs et chargeuses à direction différentielle, aux épandeurs montés sur

camion, équipements de déglacage et véhicules spécialisés pour les trottoirs et sentiers.

Chasse-neige BOSS TEV

Le TEV allie efficacité et durabilité pour faire face aux pires conditions hivernales. Grâce à son système de basculement, la lame franchit les irrégularités du sol sans perdre la neige, assurant ainsi un nettoyage constant. La technologie Cold Front de BOSS remplace le connecteur traditionnel à 13 broches par un branchement simplifié qui regroupe alimentation, masse et commandes, pour un contrôle plus rapide et plus fiable. Les phares à DEL SL4, dotés de la technologie TIR et du système ClearBeam, offrent une visibilité optimale vers l'avant et sur les côtés, tout en intégrant des fonctions de sécurité supplémentaires comme les lignotants et les feux d'avertissement.

Le contrôleur SmartTouch+ garantit une réactivité immédiate, tandis que la lame rigide facilite l'empilement de la neige. Équipée de bords d'attaque en acier AR450 et de protège-trottoirs, la lame offre une durabilité à toute épreuve. Son système de ressorts de basculement s'adapte aux conditions variables, et le déflecteur central optimise le nettoyage pendant l'avancée.

Épandeur BOSS VBX+

Conçu pour répondre aux besoins des entrepreneurs d'aujourd'hui, le VBX+ a été pensé pour allier innovation et performance. Il intègre une multitude de fonctions intelligentes qui donnent à l'opérateur un contrôle total sur l'épandage, permettant une distribution précise des matériaux et un suivi efficace des interventions sur le terrain.

La version à vis sans fin de 1,5 vg³ offre une capacité d'épandage pouvant atteindre 1,5 vg³, spécialement conçue pour les camionnettes robustes de ¾ de tonne et 1 tonne,



BOSS VBX+épandeur monté sur la camionnette.

ainsi que pour les châssis-cabines munis d'une plateforme ou d'une benne. Sa conception permet de briser efficacement les blocs de sel ou de sable gelés. Autre avantage non négligeable, tant pour les entrepreneurs indépendants que pour les gestionnaires de parc : ses composants faciles à entretenir contribuent à réduire les temps d'arrêt, tout en garantissant une puissance et une performance de haut niveau. Le VBX+ est conçu pour optimiser le rendement des opérations de déneigement, même lors des pires intempéries hivernales.

Fisher Engineering

Depuis plus de 75 ans, Fisher Engineering conçoit des équipements de déneigement de qualité parmi les plus innovants du marché depuis son siège de Rockland, au Maine. La gamme Fisher est reconnue comme l'une des plus fiables du secteur de l'aménagement de véhicules et du déneigement, avec des produits conçus pour permettre aux opérateurs de travailler avec un maximum d'efficacité, tout en réduisant les temps d'arrêt et en améliorant la rentabilité.

Chasse-neige Fisher HDX

Conçu pour les camionnettes intermédiaires et les châssis-cabines, le chasse-neige Fisher HDX est un modèle haut de gamme en acier inoxydable, idéal pour dégager les rues, les stationnements et les entrées résidentielles. Il est doté d'un angle d'attaque réglable et d'un châssis oscillant, ce qui

permet à l'opérateur d'ajuster précisément la lame pour un rendement optimal, quelles que soient les conditions météo ou le type de surface. Son tablier en acier inoxydable lui confère non seulement une excellente efficacité, mais aussi une allure soignée et professionnelle.

Western Products

Établie à Milwaukee, au Wisconsin, Western Products est un fabricant majeur de solutions de contrôle de neige et de glace. L'entreprise propose une gamme complète de chasse-neige de qualité professionnelle conçus pour les opérateurs commerciaux, ainsi que des modèles destinés à un usage personnel ou à des opérations municipales légères. Western offre également une vaste sélection d'épandeurs de sable et de sel, montés sur trémie ou sur hayon, en plus d'un large éventail d'accessoires et de pièces conçus pour améliorer la performance des chasse-neige et des épandeurs.

Épandeur Western MARAUDER

Le nouvel épandeur MARAUDER en acier inoxydable de Western a été conçu pour éliminer la neige et la glace avec un maximum d'efficacité. Ce modèle est offert avec deux systèmes de distribution au choix : une vis sans axe central HELIXX de nouvelle génération, idéale pour une application précise de sel gemme, ou un convoyeur à chaîne à maillons, particulièrement adapté aux matériaux de déglçage denses et lourds. [O](#)



La lame Fisher HDX.



Les produits Western MARAUDER.

Bien choisir son équipement pour l'hiver

Au Canada, adapter son parc de véhicules de déneigement est essentiel pour réussir.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

Au Canada, l'hiver ne fait pas dans la demi-mesure. Si vous êtes responsable d'un parc de véhicules de déneigement, la tâche est de taille. Pour y faire face, mieux vaut porter une attention attentive à la configuration des camions poids moyen affectés au déneigement.

Passer au poids moyen

Pour bon nombre de gestionnaires de parc, tout commence par une question simple : une flotte de camions poids moyen est-elle vraiment nécessaire, ou une solution plus économique suffirait-elle ?

« Tout dépend de plusieurs facteurs, comme le type de chasse-neige et d'équipement, la taille et la configuration des stationnements à déneiger, ou encore l'itinéraire », explique Joe Birren, directeur régional de l'ingénierie chez Holman. « Il est essentiel de définir clairement la mission de chaque véhicule dès le départ. »

Vos opérations ciblent-elles surtout des sites résidentiels, commerciaux, industriels, ou un mélange des trois ? Et à quoi ressemblent ces sites en termes de taille et d'aménagement ?

« Même certains sites commerciaux ou industriels peuvent être difficiles à desservir avec un camion poids moyen, voire avec une camionnette à roues jumelées », précise M. Birren. « Les ruelles sont parfois trop étroites, et la configuration des stationnements peut compliquer les manœuvres. »

Sur de grands espaces, comme les stationnements de centres commerciaux, un camion poids moyen avec un chasse-neige plus large se révèle plus adapté.

Camion saisonnier ou polyvalent ?

Il est également essentiel de se demander si les camions seront utilisés exclusivement pendant l'hiver, puis mis au repos jusqu'à la saison suivante, ou s'ils seront réaffectés à d'autres tâches une fois la neige disparue. « Que comptez-vous faire de ce camion une fois l'été arrivé ? », demande Joe Birren.



« Allez-vous y installer une benne ou un plateau pour des travaux d'aménagement paysager, par exemple ? Sera-t-il utilisé pour du remorquage ? Ou restera-t-il inutilisé en attendant l'hiver suivant ? »

Taille et poids du chasse-neige

La taille du chasse-neige envisagé est un autre élément clé à considérer. D'après M. Birren, tout dépend des spécifications et du trajet à couvrir, mais un camion de trois quarts de tonne peut généralement être équipé d'un chasse-neige droit de huit pieds au maximum.

« Au-delà de cette taille, l'avant du véhicule ne peut plus supporter le poids ni les contraintes imposées par une lame plus longue », explique-t-il. « Une lame en acier ou en acier inoxydable peut facilement dépasser les mille livres. Si vous l'installez à l'avant d'un camion trois quarts de tonne, il faudra probablement prévoir un système de nivellement. »

Une autre possibilité serait d'opter pour un chasse-neige composite, souvent plus léger qu'un modèle traditionnel en métal. Mais M. Birren le déconseille dans certains cas, selon l'utilisation prévue. « Dans un contexte commercial difficile, si vous accrochez un coin de bâtiment, un gros rocher ou un trottoir avec une lame en polyéthylène, elle risque de

« Que comptez-vous faire de ce camion une fois l'été arrivé? »

JOE BIRREN

DIRECTEUR RÉGIONAL DE L'INGÉNIERIE,
VENTES TECHNIQUES, HOLMAN



se fissurer, car elle est moins résistante », explique-t-il. Un détail que beaucoup d'exploitants de parc négligent, c'est la largeur du camion par rapport à celle du chasse-neige quand la lame est complètement pivotée, ainsi que le rayon de braquage du véhicule. « Une lame droite peut paraître suffisante tant qu'elle est bien dans l'axe du camion », explique M. Birren. « Mais une fois qu'elle est tournée de côté, elle ne dégage plus toute la largeur de la voie. Elle ne couvre plus entièrement l'empreinte du camion, ce qui crée une situation déséquilibrée : deux roues roulent sur une chaussée déneigée, pendant que les deux autres restent dans la neige. »

Pas besoin de surdimensionner

Si votre parc intervient sur des chantiers particulièrement exigeants, comme le déneigement des autoroutes après une tempête, un camion de classe 6 à 8 équipé de lames extensibles latérales peut être tout indiqué. Mais à moins d'avoir réellement besoin d'un tel gabarit pour ce type d'opération, M. Birren explique qu'un plus gros camion n'est pas toujours le meilleur choix.

« Certains camions de classe 5 peuvent être équipés de lames extensibles de 8,5 à 11 pieds, tout en offrant une

capacité de remorquage accrue pour une utilisation hors saison », ajoute-t-il. Quand on monte en gabarit, il faut aussi s'attendre à une hausse des coûts d'achat, d'entretien, de carburant et de réparation, prévient-il. « Et selon l'usage prévu, un moteur diesel n'est pas forcément indispensable. En optant pour un moteur à essence, on peut alléger la partie avant du camion d'environ 900 livres et économiser plus de 12 000 dollars, ce qui est loin d'être négligeable lorsqu'on installe une lame de plus de 1 000 livres à l'avant. Il faut aussi tenir compte du type de suspension ainsi que de la capacité des essieux avant et arrière. Et si nécessaire, pensez à ajouter des contrepoids pour assurer une bonne répartition du poids et une traction optimale. »


M. Birren souligne que le débat entre diesel et essence ne date pas d'hier, et qu'il est loin d'être tranché. « Beaucoup s'imaginent encore qu'un moteur diesel est indispensable pour déneiger », dit-il. « Mais ce n'est plus forcément le cas avec les moteurs à essence d'aujourd'hui, qui sont devenus à la fois plus puissants et plus fiables. Là encore, tout dépend des exigences de l'application. »

Besoins électriques, et plus encore

Au-delà de la lame chasse-neige elle-même, il faut aussi prendre en compte les besoins électriques accrus du véhicule, notamment pour l'ajout d'équipements comme des alternateurs doubles, des batteries auxiliaires, un éclairage extérieur renforcé, des gyrophares, des balises, des radios et autres dispositifs électroniques.

La transmission intégrale est fortement recommandée, tout comme les différentiels autobloquants, précise M. Birren. Il déconseille d'acheter un camion directement chez un concessionnaire sans avoir vérifié en détail ses caractéristiques techniques, et recommande plutôt de le commander en usine avec les spécifications adaptées à l'usage prévu.

« Le camion en démonstration chez le concessionnaire n'est pas forcément équipé d'un ensemble chasse-neige, et peut simplement être doté d'une suspension et d'un essieu avant standards », souligne-t-il. « Y installer une lame de 1 000 livres pourrait alors poser de sérieux problèmes. »

Si un épandeur de sel ou de sable est également installé à l'arrière du camion, il faut s'assurer que le véhicule peut supporter cette charge supplémentaire, que l'essieu arrière et la suspension sont suffisamment dimensionnés, et que le câblage nécessaire est en place pour alimenter le moteur électrique de l'épandeur ainsi que les feux additionnels. Il y a donc de nombreux points à valider en amont. 



Les défis de la carrosserie des camions commerciaux

Les propriétaires d'un atelier de Magog, au Québec, nous expliquent le parcours qui leur a permis de prendre en charge les travaux de réparation de carrosserie de camions commerciaux.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

Cette aventure est tout d'abord une histoire d'offre et de demande. David Brodeur était propriétaire d'un atelier de carrosserie automobile dans cette région, qui est une voie de passage pour le transport vers les États-Unis. Comme tout bon entrepreneur, il a voulu diversifier ses opérations pour inclure la réparation des carrosseries de véhicules récréatifs et lourds.

« Il n'y avait pas de véritable offre de services de cette nature dans notre région, et j'ai rapidement décelé l'opportunité », explique le co-propriétaire de Carrossier All-Star, véhicules lourds et récréatifs. « Avant d'aller plus loin, j'ai validé avec les compagnies d'assurance avec lesquelles nous travaillons pour la carrosserie des véhicules légers. Ces dernières nous ont confirmé qu'elles étaient à la recherche de services de réparation de qualité pour les véhicules commerciaux dans notre région. »

Concrétiser la transition

La décision a été prise d'agrandir l'atelier existant, et M. Brodeur s'est adjoint l'expertise de Maxime Mayrand, un technicien en mécanique diesel déjà actif au sein de son équipe, pour l'aider à concrétiser le projet à titre de copropriétaire. Longtemps, l'atelier avait dépanné des camionneurs, des livreurs et des compagnies de construction ; l'heure était venue d'en faire une division distincte.

L'atelier a ouvert au printemps 2020, juste à temps pour être emporté dans la tourmente de la pandémie. Paradoxalement, cette période a été bénéfique pour l'équipe. « Nous

avons profité de cette période pour nous assurer d'avoir les bons équipements, mais surtout, de détenir les bons processus de réparation. »

En effet, le camion intermédiaire ou lourd dépend d'un important apport de fibre de verre dans la conception de sa carrosserie. Le réparer demande un savoir-faire particulier. De plus, pour la sécurité des travailleurs, dont une partie a migré de l'atelier des véhicules légers vers celui des véhicules lourds, les équipements de protection sont incontournables.

« Nous avons suivi des cours pour travailler ce matériel, explique M. Mayrand, et avons aussi eu recours à nos fournisseurs de matériel et de peinture pour comprendre les bons processus. Nous avons eu le temps de multiplier les tests pour trouver les meilleures solutions. »

L'équipe dédiée aux véhicules commerciaux compte cinq techniciens, à laquelle M. Mayrand prête main forte. La demande est solide, à tel point qu'aucune promotion n'a été nécessaire pour les services de cet atelier depuis deux ans. De plus, un nouvel agrandissement est annoncé pour l'automne prochain. « Nous voulons ajouter une deuxième chambre à peinture et avons fait l'acquisition d'un système de sablage au jet, explique le copropriétaire. Nous voulons offrir un service sur mesure pour les équipements de chantier que nous pourrions remettre à neuf. Nous avons beaucoup de demandes pour la mise à niveau des équipements de construction à l'automne, et inversement, pour les équipements de déneigement au printemps. »



L'impressionnante chambre à peinture peut accueillir les poids lourds.

Gérer le temps

La direction de cette entreprise est consciente des contraintes de temps que représente le retrait d'un véhicule commercial de ses opérations quotidiennes. Ici, le « down time » affecte directement la rentabilité des compagnies de transport, de livraison ou de services publics. L'horaire est donc construit en conséquence et en étroite collaboration avec les entreprises clientes. « Nous devons toujours prévoir des périodes ouvertes pour répondre aux situations prioritaires, comme remettre un véhicule sur la route après un accident », détaille M. Mayrand. Entre ces urgences, nous pouvons planifier des travaux moins pressants, comme la repeinte d'un camion neuf aux couleurs d'une entreprise, par exemple. Nous avons une bonne équipe et nous pouvons livrer dans les délais annoncés au client. Avec l'expérience, nous savons aussi qu'une réparation simple d'une pièce de carrosserie peut cacher des problèmes plus graves, comme de la corrosion du châssis. C'est pourquoi nous nous gardons toujours une marge pour nous ajuster.

Lorsque nous demandons aux associés quel type de véhicules ils réparent davantage en proportion du volume total, ils répondent que la clientèle est très partagée. Par exemple, l'atelier reçoit beaucoup de fourgonnettes commerciales que les autres ateliers de carrosserie de véhicules légers n'ont pas l'espace ou les équipements pour réparer. La colossale chambre à peinture peut leur être consacrée ou, le lendemain, accueillir la cabine et le châssis d'un camion lourd, si ce n'est une excavatrice destinée à un bain de jouvence.

Un secteur porteur

Si les partenaires envisagent un ajout aux superficies de travail, c'est que l'opération de cette division distincte est rentable. « Vous savez, il est normal que notre taux horaire soit élevé. Un camion prend la place de quatre voitures », illustre avec amusement M. Mayrand. Évidemment, les équipements sont aussi plus coûteux en raison de leurs fortes capacités.



L'expertise développée par l'atelier lui permet d'élargir son offre, le sablage à jet ouvrant les marchés industriels et de la construction.

Ayant développé une expertise dans la réparation de la fibre de verre, l'atelier répare également un bon nombre de véhicules récréatifs et d'embarcations, des contrats qui complètent bien l'horaire dans cette région reconnue pour ses activités de loisir.

« Nous atteignons un bel équilibre dans nos opérations », constate David Brodeur. « Il y a beaucoup de variété dans le travail de notre équipe, ce qui rend les choses intéressantes. De plus, nous enregistrons d'importantes variations saisonnières. »

En somme, Carrosserie All-Star a su s'attaquer avec succès à un marché porteur, semblable à celui de la réparation de véhicules légers, tout en étant totalement différent. [O](#)



En offrant le service de réparation de la fibre de verre, l'atelier peut diversifier sa clientèle, comme en témoigne cette photo.



Volvo Trucks

Customer
Center

VNL640

VOLVO



La nouvelle génération de camions Volvo **À la conquête de parts de marché**

Volvo a entrepris de renouveler entièrement sa gamme de camions lourds offerte en Amérique du Nord.

TEXTE **CLAUDE BOUCHER**

La nouvelle génération de son tracteur long courrier VNL a d'abord été lancée l'an dernier, suivie cette année par son camion à vocation régionale, le VNR. Suivront son VNR électrique, ainsi que les VNX destinés au transport lourd et le camion à vocation VHD. L'objectif de cette toute nouvelle mouture : gagner des parts de marché.

Près de sept ans après avoir présenté en grande pompe à Montréal la précédente version du VNR, Volvo a entrepris une refonte complète de son offre pour le marché nord-américain. Le processus de développement de la nouvelle génération de camions Volvo a débuté en 2017, et c'est l'an dernier que le premier résultat a été lancé. Et il s'agit véritablement d'un tout nouveau camion, contrairement à ce à quoi on assiste souvent lors du lancement de refontes partielles, que le milieu qualifie de « hood job » ou, si vous préférez, de simples modifications souvent esthétiques.

« Les tout nouveaux Volvo VNL et VNR sont de véritables révolutions », a déclaré Matthew Blackman, directeur général de Camions Volvo Canada. « Nous avons entièrement repensé les deux camions, dont 90 % sont entièrement neufs, et les améliorations sont significatives, notamment en matière de consommation de carburant. Les deux camions sont conçus pour être plus économes en carburant que jamais, ce qui est non seulement excellent pour réduire les coûts d'exploitation, mais aussi bénéfique pour l'environnement. » ➤

Le nouveau VNL de Volvo.

Tout a été revu, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur, autant sur le plan mécanique que technologique. Au premier coup d'œil, on constate un design résolument moderne et plus aérodynamique, qui permet à lui seul une réduction de 7 % de la consommation de carburant. Nouveau capot plus étroit et arrondi, nouveau pare-brise bombé, un ensemble de pièces de carénage refermant plus étroitement les interstices entre les différentes parties de la carrosserie, bref, tout a été redessiné pour réduire la traînée. Le Volvo VNL a d'ailleurs remporté le prix Red Dot 2025 de design de produit dans la catégorie « véhicules commerciaux ».

« Quand on parle de design, la plupart des gens pensent à l'automobile ou à la mode, et non aux poids lourds. Pourtant, pour notre équipe, le design joue un rôle essentiel dans tous les aspects, de la consommation de carburant au confort du conducteur », a déclaré Brian Balicki, responsable du design chez Volvo Trucks North America. « Avec le tout nouveau Volvo VNL, nous sommes partis d'une page blanche et avons entièrement repensé le camion. »

Le nouveau VNL, tout comme le nouveau VNR régional, offre un intérieur lui aussi redessiné, plus confortable et plus convivial. Le tableau de bord présente un affichage entièrement numérique et intègre plusieurs nouveautés, dont un contrôle électrique du frein de stationnement et de remorque. C'est l'intégration du système électrique européen de 24 volts qui a notamment permis l'introduction de plusieurs caractéristiques déjà présentes dans les camions Volvo ailleurs dans le monde. Plus performant, moins énergivore et plus compatible avec divers systèmes directement issus des développements de Volvo en Europe, le système 24 volts constitue une première en Amérique du Nord.

Les nouveaux Volvo offrent aussi un système d'aide à la conduite (le Volvo Active Driver Assist ou VADA) à la fine pointe de la technologie, qui inclut notamment la détection de piétons, ainsi que le freinage d'urgence automatique, qui envoie une alerte lorsque le conducteur est inapte à réagir. S'ajoute aussi le nouveau système de rétroviseurs à caméras, en option, qui permet également de réduire la dimension des rétroviseurs traditionnels.

Côté motorisation, le moteur D13 de Volvo a été amélioré, avec un nouveau design de piston, des injecteurs plus performants et une pompe à huile à débit variable, le tout permettant une réduction de consommation additionnelle de 3 %.

Le VNR, soit la version régionale de la nouvelle plateforme, reprend en gros les mêmes caractéristiques que le VNL, avec un capot moins long qui lui donne un BBC (bumper to back of cab) de 113 pouces au lieu de 125 pouces pour le VNL. Les options



Cette fois, la nouvelle version du Volvo VNR.

de finition extérieure sont aussi moins nombreuses dans le VNR, tout comme les options de garnitures et de confort intérieur.

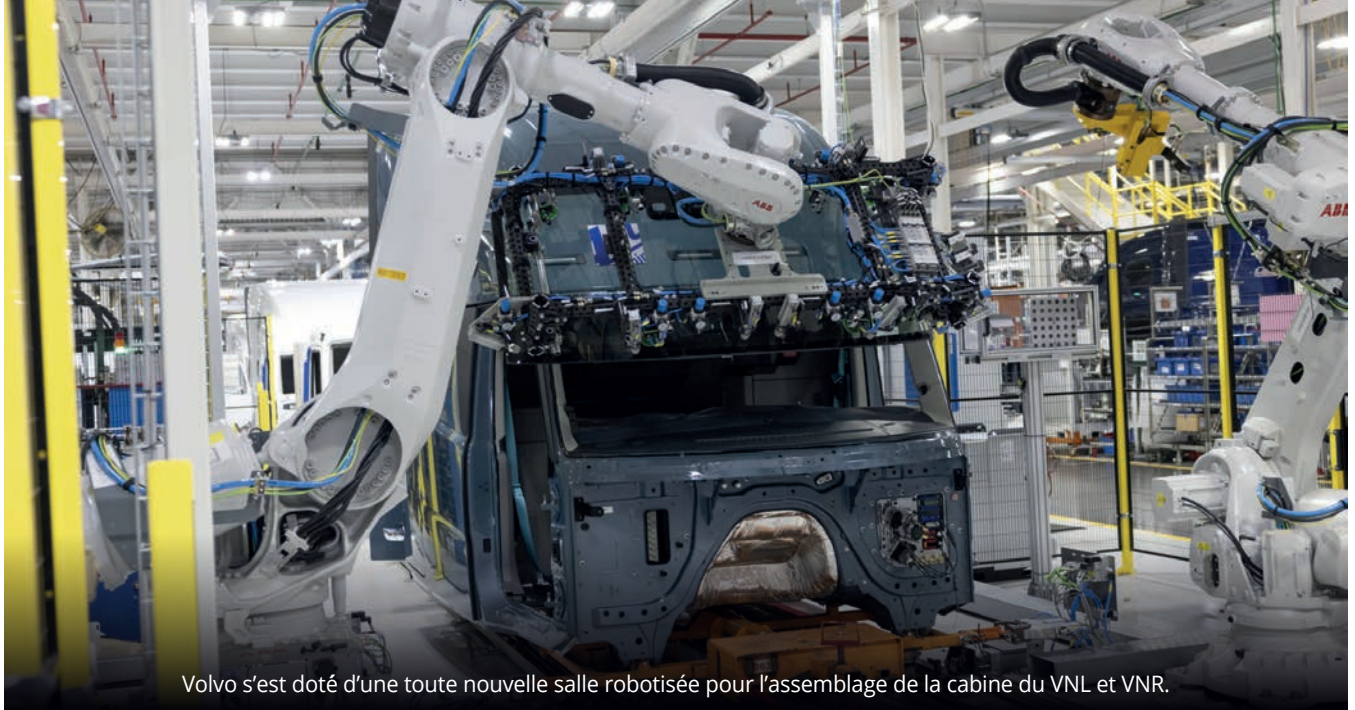
Premier sur la ligne de départ

Volvo est le tout premier fabricant de camions à offrir une véritable refonte de fond en comble de son portfolio. Le principal objectif de cette stratégie : accroître ses parts de marché, qui sont présentement d'un peu plus de 10 % en Amérique du Nord, comparativement à près de 18 % en Europe. Volvo s'est fixé un objectif ambitieux pour 2030, nous dit Magnus Koeck, vice-président, stratégie, marketing et gestion de marque chez Volvo Trucks.

« Nous souhaitons atteindre 15 %, et je crois vraiment que c'est possible. Je suis convaincu que nous disposons de tous les éléments nécessaires pour développer nos affaires aux États-Unis et au Canada. Nous avons annoncé l'année dernière la construction d'une usine supplémentaire au Mexique, où nous fabriquerons des camions Volvo et Mack, qui seront ensuite exportés aux États-Unis et au Canada. Les travaux sont en cours. Cela augmentera notre capacité globale et nous permettra d'atteindre notre objectif. Nous n'investissons pas des centaines de millions de dollars si nous ne sommes pas convaincus de notre capacité de croissance, et cela vaut pour les deux marques aux États-Unis et au Canada. »

Volvo obtient déjà de meilleurs résultats au Canada, nous dit Matthew Blackman, de Camions Volvo Canada.

« La part de marché de Volvo au Canada a toujours été supérieure à nos chiffres combinés en Amérique du Nord. Nous attribuons ce succès à deux facteurs clés : notre solide réseau de concessionnaires partout au Canada, la fidélité de nos clients au fil des ans, ainsi que leur capacité à rester compétitifs sur le marché, ce qui leur permet de continuer à investir dans leurs



Volvo s'est doté d'une toute nouvelle salle robotisée pour l'assemblage de la cabine du VNL et VNR.

flottes. Nous avons bâti d'excellentes relations avec les flottes et les conducteurs, et cette confiance nous a véritablement aidés à maintenir une présence solide sur le marché canadien. »

Matthew Blackman nous dit que déjà, la réponse des clients au nouveau VNL est excellente.

« Ces camions représentent une révolution, tant pour Camions Volvo que pour l'ensemble de l'industrie, et nous sommes excités de voir comment ils transformeront les opérations des flottes de nos clients. Les principaux commentaires soulignent l'amélioration de l'économie de carburant et à quel point ils aiment l'intérieur redessiné ainsi que le confort global du camion, inégalé. »

Transition énergétique

Volvo a aussi été le premier à offrir une version électrique à batterie de son camion régional. Et en Europe, c'est la totalité du portfolio de Camions Volvo qui est disponible avec une motorisation électrique, y compris le modèle FM Low Entry destiné notamment à la collecte de matières résiduelles. Résultat : Volvo détient la première position à l'échelle mondiale dans la vente de camions électriques. Un marché prometteur, nous dit Magnus Koeck, mais qui met du temps à prendre son envol. Selon lui, le manque d'infrastructure de recharge, le recul dans la réglementation environnementale, notamment aux États-Unis, et l'absence d'incitatifs dans plusieurs marchés ont freiné l'engouement pour les camions électriques. Mais il continue d'y croire.

« Lorsqu'on regarde vers le passé en 2017, 2018, quand nous avons décidé que le VNR électrique à batterie serait le premier à sortir, le marché s'attendait à ce que les choses se passent plus vite qu'elles ne l'ont fait. Cela viendra assurément, et c'est pour ça que nous mettons beaucoup d'argent en R&D dans les nouvelles technologies, incluant l'électrique à batterie. Parce que

nous y croyons. Mais c'est plus lent que ce à quoi tout le monde s'attendait. Mais nous continuons d'investir, puisque ça viendra. C'est un obstacle sur la route, mais ça viendra. »

Volvo travaille aussi sur d'autres sources d'énergie plus vertes, notamment l'hydrogène. Mais selon lui, dans le transport routier sur de plus longues distances, le diesel n'est pas prêt à céder sa place. « Nous poursuivons nos efforts pour développer différentes technologies et nous sommes convaincus qu'il y a de la place pour d'autres technologies. Je dirais que, dans un avenir proche, le diesel restera le carburant prédominant. C'est pourquoi nous continuons à déployer des efforts considérables pour en améliorer l'efficacité, réduire la consommation de carburant et offrir des moteurs plus propres. »

Un marché en pleine turbulence

La vente de camions neufs est évidemment étroitement liée au contexte économique. Et l'impact de l'insécurité issue des montagnes russes des tarifs douaniers annoncés, imposés puis retirés par Donald Trump se fait déjà sentir dans l'industrie du camionnage. Comme tous les autres fabricants, Volvo en ressent les effets, nous dit Magnus Koeck.

« Le marché est tombé au point mort en avril. C'est vraiment la première fois qu'on voit un déclin massif comparativement à l'année précédente. Est-ce que ça va continuer ? Je ne sais pas. Je pense que nous avons quelques mois remplis de défis devant nous. Et c'est principalement dû à l'incertitude macroéconomique globale. Que va-t-il se passer avec les tarifs ? Est-ce qu'ils seront de 140 %, 80 % ou 40 % ou plus ? Personne ne sait. »



Claude Boucher

L'homme de mots avec les camions dans le sang

Juriste, journaliste et traducteur, mais aussi passionné de camionnage, l'ancien directeur de l'information de *Transport Magazine* et nouveau rédacteur pour *Flottes & Mobilité*, publié par le groupe *Autosphere Média*, partage avec nous son parcours atypique et sa vision d'une industrie en pleine transformation.

TEXTE SOPHIE GINOUX

Claude Boucher a longtemps ressenti une grande dichotomie entre son côté intellectuel et son côté terre-à-terre, les mains sur le volant d'un camion. Il faut dire que dès qu'il a su marcher, il suivait souvent son père, qui dirigeait un concessionnaire de camions lourds.

« Le garage de mon père était en quelque sorte au centre de ma vie, car en plus d'y aller pendant mes congés, on y organisait tous les événements possibles, de la réunion de famille à la fête des employés à Noël », raconte celui qui, à la fin de l'adolescence, a travaillé sur place comme commis comptable et représentant aux ventes.

Quand le camionnage vous hante

De son propre aveu, le jeune Claude Boucher était encore trop frivole pour s'investir durablement dans l'entreprise dirigée par son père. Il s'est donc orienté vers des études en droit, et il a réussi ses examens du Barreau en 1990... tout en travaillant à temps partiel, à titre de coordonnateur des ventes, pour un autre concessionnaire de camions. Mais une fois devenu avocat, il aurait pu oublier son amour des poids lourds.

« J'ai bien essayé de le faire pendant quatre ans, mais je n'ai pas ma profession, confie-t-il. Alors, j'ai tout laissé tomber et me suis redirigé vers le journalisme, qui m'a tout de suite plu.

Ce qui ne m'a pas empêché, au début, d'arrondir mes fins de mois en allant chercher des camions échangés entre différents concessionnaires. C'était vraiment mon petit plaisir coupable, de conduire ces grosses machines, par exemple entre Winnipeg et Montréal. » Tirailé, le jeune journaliste a continué à l'être après avoir décroché un poste de reporter pour Radio-Canada à Windsor... la capitale canadienne de l'automobile.

« Envers et contre moi, le domaine des transports me suivait, ha ha ! » s'esclaffe M. Boucher, qui a évidemment consacré à ce sujet de nombreux reportages à l'époque. Eh bien, malgré tous ces signes plutôt manifestes, le journaliste est quand même revenu à Montréal après trois ans, puis est parti pour trois ans au Guatemala pour œuvrer en coopération internationale.

« Et c'est là, à mon retour en 2004, que tout a réellement commencé », indique-t-il.

20 ans de carrière dans l'industrie

Jusqu'à son arrivée, un peu par hasard grâce à l'introduction d'un ami de son père, au sein du Transport Magazine, Claude Boucher n'avait jamais vraiment pu concilier son amour pour les mots et celui qu'il vouait au camionnage. Mais en 2005, en l'espace de quelques mois, il est passé de journaliste à directeur de ce média. Il était enfin sur son X.

« Le petit gars épris de camions en moi a pu assumer sa passion, dit-il. J'ai également réalisé à ce poste le caractère universel des camions, qui sont partout, de la petite fourgonnette d'UPS au camion de déneigement, en passant par le transport de marchandises. Toutes les industries y sont liées, et je dirais même toutes les familles, car on connaît tous un frère ou un cousin qui travaille dans le domaine des transports. J'avais donc à cœur de donner la parole aux personnes, souvent dans l'ombre et mal perçues, qui évoluent dans ce secteur. »

En l'espace de 20 ans, ce fin observateur des transports a assisté à des changements majeurs dans une industrie auparavant conservatrice. Que ce soit en matière de présence féminine – « Elles ne sont plus cantonnées au bureau. On croise de plus en plus de camionneuses et de cheffes d'entreprises », remarque-t-il –, ou bien d'avancées technologiques, notamment en matière de pollution environnementale, l'univers

du camionnage s'est transformé en profondeur. « C'est fini, les traces de suie noire sur les remorques et les véhicules peu aérodynamiques. Maintenant, les modèles de camions et les normes auxquelles ils sont soumis font en sorte qu'ils n'ont rien à envier aux voitures. Donc, quand j'entends parler des méchants camions polluants, alors qu'ils sont utilitaires et constituent un service essentiel, ça me fâche », explique-t-il.

Nouveau mandat, nouveaux défis

Après 20 ans à la rédaction de Transport Magazine, Claude Boucher a plié bagage à l'automne 2024, lorsque le média a changé de propriétaire. Et une fois encore, il pensait dire au revoir au camionnage, jusqu'à ce que la direction d'Autosphere le contacte pour un nouveau projet qu'il ne pouvait refuser.

« J'ai embarqué comme rédacteur pour *Flottes&Mobilité*, parce que je suis toujours intéressé par le milieu des transports, où je compte beaucoup d'amis. Et je crois que dans ce nouveau magazine, nous pourrions apporter notre couleur, notre vision des choses. C'est une nouvelle aventure très excitante ! », lance-t-il.

Quels seront les dossiers à surveiller, selon lui ? Les nouveaux modèles de camions, évidemment, notamment ceux qui sont dotés de moteurs électriques, au biogaz ou à l'hydrogène. En raison de la guerre tarifaire avec les États-Unis, il faudra aussi selon lui surveiller comment évolue le système des transports canadien,

dont une grande partie des activités est concentrée au sud de notre frontière. « Et la conduite autonome, Claude, qu'en pensez-vous ? », lui demandons-nous en terminant. « Je pense qu'il pourrait s'agir un jour d'une solution pour certains transports longues distances, sur des routes assez larges et dont les sorties mènent directement à des parcs industriels, répond-il. Cependant, au Québec, avec nos routes et notre climat nordique, je n'y crois pas à court terme. Je serais même très surpris que des camions autonomes remplacent de mon vivant des chauffeurs. Mais je peux toujours me tromper, car il y a encore 10 ans, on pensait que les camions électriques étaient seulement des projets scientifiques d'étudiants en génie, alors que c'est désormais un des sujets de l'heure. Bref, on verra bien ! »



« Le petit gars épris de camions en moi a pu assumer sa passion. »

CLAUDE BOUCHER

Résultats routiers

Une bonne gestion des données et une communication efficace peuvent grandement réduire les temps d'immobilisation.

TEXTE HUW EVANS

C'est une situation bien connue des gestionnaires de parc. Un véhicule est en route pour livrer une commande et tombe en panne en bord de route, immobilisant temporairement la cargaison et son conducteur.

Des chiffres parlants

Résultat : un arrêt non prévu qui entraîne des coûts supplémentaires et nuit à l'efficacité globale du parc. Selon Vik Sridhar, gestionnaire principal, gestion des produits de groupe chez Geotab, les données internes de l'entreprise révèlent des chiffres préoccupants. En 2024, sur plus de 3,3 millions de véhicules au Canada et aux États-Unis, on a recensé un million de pannes. Cela représente 2,74 pannes tous les 160 000 km (100 000 miles). En d'autres mots, cela équivaut à 8,7 millions de jours d'immobilisation imprévue, pour un coût total estimé à 4,3 milliards \$ US pour les parcs.

Et pourtant, malgré l'ampleur de ces chiffres, l'assistance routière est encore trop souvent perçue comme une simple solution d'urgence. « C'est une problématique souvent abordée uniquement en réaction à un incident », explique M. Sridhar, qui remarque que bon nombre de gestionnaires pensent encore : « ça ne m'arrivera pas ».

L'assistance routière reste donc souvent sous-estimée et n'est que rarement intégrée à la stratégie opérationnelle. Sridhar souligne que lorsqu'un véhicule tombe en panne ou est impliqué dans un accident, les coûts ne se limitent pas au remorquage ou aux réparations. Il faut aussi considérer la perte de revenus, le temps d'arrêt du conducteur, les démarches administratives, ainsi que les répercussions sur la réputation du parc si une livraison ou un service n'est pas assuré à temps.

Un programme structuré

Il est donc essentiel d'élaborer un programme d'assistance routière solide, en prenant en considération certains éléments fondamentaux.



Les pannes routières sont monnaie courante, mais elles peuvent être évitées.

Bien entendu, le coût a son importance, mais il ne doit pas être le seul facteur décisif. M. Sridhar précise que les parcs doivent avant tout vérifier si le fournisseur est à la hauteur de ses promesses. Autrement dit, propose-t-il une tarification et des services clairs ? Est-il fiable et réellement disponible en cas de besoin ?

Selon lui, le choix d'un fournisseur d'assistance doit tenir compte à la fois du type de véhicules et des conditions d'utilisation. Un parc composé de fourgonnettes, de camionnettes ou de véhicules spécialisés n'aura pas les mêmes besoins. « Chaque type de véhicule a des exigences différentes en matière d'assistance routière », explique-t-il. Il insiste aussi sur l'importance du milieu d'exploitation : « En ville, en zone rurale ou dans des secteurs isolés, le contexte a un impact direct sur le fournisseur le plus adapté. »

Un réseau solide

C'est pourquoi, selon lui, il faut s'adresser à des fournisseurs réputés, dotés d'un réseau solide couvrant les zones d'opération du parc, y compris les régions éloignées. « La dernière chose qu'on souhaite, c'est une promesse de prise en charge qui ne se matérialise pas », affirme M. Sridhar.

L'accès aux données et aux antécédents d'entretien des véhicules est également essentiel, que le véhicule soit au dépôt ou en déplacement.

Selon Kevin Chan, directeur du marketing produit chez Fleetio, une plateforme de maintenance accessible par les



appareils mobiles permet à tous les membres de l'équipe d'accéder facilement aux dossiers des véhicules, où qu'ils soient et à tout moment. Cela comprend, par exemple, les documents d'immatriculation ou les opérations d'entretien préventif à venir. L'implication de toute l'équipe est essentielle, dit-il, pour avoir une vue d'ensemble du parc et prendre les bonnes décisions.

Avantages de l'intégration

Aujourd'hui, la plupart des parcs utilisent plusieurs outils de maintenance et de télématique. En intégrant ces solutions, ils peuvent regrouper les données issues de différentes sources, comme l'historique d'entretien des véhicules, les recommandations du constructeur, les résultats d'inspection ou les inventaires de pièces. Cette centralisation permet de combler les écarts de communication, de limiter les erreurs de saisie manuelle et de prendre des décisions éclairées, quel que soit l'emplacement du véhicule.

Centralisation

Un système centralisé capable d'intégrer les logiciels de gestion de parc existants est essentiel pour assurer une commu-

nication fluide et une collecte efficace des données. « Beaucoup de nos clients cherchent à comprendre comment relier les incidents routiers à l'historique d'entretien et aux données de diagnostic des véhicules dans MyGeotab, dans le but de prévenir leur réapparition », explique M. Sridhar.


Il ajoute que, dans les grandes entreprises réparties sur plusieurs sites, l'assistance routière est souvent laissée à la discrétion de chaque succursale, chacune faisant appel à un fournisseur adapté à ses besoins. Le problème, selon lui, c'est que les données liées à ces incidents ne sont pas centralisées et ne sont donc pas visibles à l'échelle de l'entreprise. C'est l'une des raisons pour lesquelles Geotab a développé sa propre solution d'assistance, afin de proposer un système intégré où les renseignements sur les pannes et les collisions sont accessibles à l'ensemble de l'organisation.

Les résultats sont au rendez-vous. M. Sridhar cite l'exemple de l'État du Connecticut, aux États-Unis, qui a adopté le programme Geotab Roadside en janvier 2022. Avant cela, précisait-il, l'État faisait appel à un autre service d'assistance. Étant donné l'ampleur de son parc de véhicules, l'intégration d'un système centralisé a permis d'optimiser la gestion des interventions. Depuis le lancement du programme, 1800 demandes d'assistance ont été traitées, ce qui a permis de générer plus de 226 000 dollars d'économies grâce à une solution incluse dans chaque abonnement Geotab.

Conformité en matière de PM

Chez Fleetio, Kevin Chan insiste sur l'importance d'une politique rigoureuse de maintenance préventive, afin de limiter au maximum les arrêts imprévus. Le logiciel utilisé doit permettre de planifier, suivre et valider les interventions en fonction des recommandations du constructeur, de l'usage réel des véhicules et des défaillances constatées sur le terrain.

Grâce à des outils comme l'inspection numérique, les conducteurs peuvent signaler immédiatement les anomalies

détectées, ce qui permet aux gestionnaires et aux techniciens d'intervenir rapidement, avant que les problèmes ne s'aggravent. Kevin Chan souligne que, sur le long terme, ce type d'analyse permet de repérer des tendances de défaillance récurrentes et de mettre en place un programme d'entretien prédictif pour éviter les pannes. 

« Chaque type -de véhicule-
aura ses propres besoins
sur le bord de route. »

VIK SRIDHAR
DIRECTEUR PRINCIPAL,
GESTION DE PRODUITS DE GROUPE, GEOTAB

Évolution d'une industrie

L'industrie du camionnage change, et la demande pour les pneus de camion aussi.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

Le marché des pneus commerciaux est en perpétuel mouvement. L'industrie évolue rapidement, et les fabricants de pneus travaillent fort pour suivre le rythme des demandes changeantes et des conditions du marché.

« L'industrie des pneus commerciaux continue d'évoluer, les parcs s'adaptant aux demandes logistiques changeantes et priorisant le coût total de possession lors de la sélection des pneus », explique Gus Liotta, directeur général, Ventes commerciales - Canada chez Goodyear. « Par exemple, certains parcs super-régionaux opèrent de plus en plus sur des trajets plus courts entre les centres d'expédition pour gagner en efficacité et s'adapter aux réseaux de livraison du dernier kilomètre. Pour répondre à cette utilisation, les parcs ont besoin de pneus qui offrent un kilométrage élevé, performent dans des conditions à forte abrasion et peuvent être rechapé. »

L'économie de carburant est un autre enjeu pour les parcs commerciaux. « Nous avons vu une demande accrue pour des pneus écoénergétiques », dit Angela Crivoi, gestionnaire principale de planification de marché chez Yokohama Tire Canada. « C'est la demande numéro un que nous voyons chez les parcs. »

Jim Garrett, gestionnaire de catégorie de produits chez Michelin Amérique du Nord dit qu'il voit une tendance similaire. « Selon Michelin, la tendance des fabricants de pneus à réduire la résistance au roulement se poursuit », explique-t-il. « Les nouveaux pneus ont généralement une résistance au roulement plus faible. Ceci est dû aux avancées technologiques, aux composés de caoutchouc et à la conception générale des pneus. Cela provient des fabricants de pneus, des équipementiers de camions et des parcs qui s'efforcent de réduire leur impact environnemental. »

Livraison du dernier kilomètre

Mme Crivoi de Yokohama note qu'elle voit aussi une demande croissante pour des pneus destinés au segment de la livraison du dernier kilomètre, surtout depuis que le commerce électronique est si important. « Et puisque les émissions sont aussi une préoccupation croissante », ajoute-t-elle, « nous voyons aussi une croissance du nombre de fourgonnettes de livraison électrifiées, et des pneus dont elles ont besoin. »

Riley Johnson, directeur national du segment commercial pour Groupe Touchette est d'accord. « Avec l'essor du commerce électronique, nous voyons beaucoup plus de camions et de remorques circuler à travers le pays », explique-t-il. « Par exemple, nous regardons une grande expansion au port de Vancouver, qui triplera le nombre de conteneurs entrant dans le Lower Mainland, et toute cette cargaison va être transportée par des camions et des remorques. » En ce qui concerne l'électrification, M. Riley note la présence croissante de camions électriques sur les routes, lesquels requièrent des pneus commerciaux capables de supporter le poids supplémentaire et le couple élevé typiques de ces camions.



Yokohama 114R

Le pneu de remorque Yokohama 114R présente un composé de bande de roulement à haute abrasion et des nervures d'épaule arrondies. Convenable tant pour les remorques à essieux fermés qu'à essieux écartés, il est conçu pour augmenter la productivité et réduire les coûts.



Double Coin RSD4

Le Double Coin RSD4 est un pneu de traction certifié 3PMS pour les conditions hivernales rigoureuses. Il procure une adhérence et un contrôle exceptionnels sur chaussée glacée, ainsi qu'une conduite rassurante par temps difficile.



Rovelo RDL3-LF

Le Rovelo RDL3-LF est un pneu de traction avec une profondeur de bande de roulement de 29/32 po pour une durée de vie prolongée. Il est conçu avec trois rangées de blocs de bande de roulement agressifs qui offrent une traction optimale tout en minimisant la déformation de la bande.

Pressions sur les prix

Les parcs d'aujourd'hui en demandent aussi plus pour leur argent, explique James McIntyre, vice-président senior, Ventes Canada / Développement de produits Amérique du Nord, Sailun Tire Americas. « Nous voyons plusieurs changements importants dans l'espace des pneus commerciaux — non seulement dans les tendances de produits, mais dans la façon dont les parcs approchent l'achat et la gestion des pneus », dit-il.

M. McIntyre note qu'il semble y avoir un changement dans le comportement des parcs. « Ils investissent dans des produits qui offrent une durée de vie de la bande de roulement plus longue, une meilleure efficacité énergétique et, ultimement, un coût total de possession plus bas », explique-t-il. « Avec les avancées que nous avons faites dans la technologie des composés et la conception des pneus, nous sommes maintenant capables d'offrir des pneus commerciaux qui non seulement durent plus longtemps, mais aident aussi à améliorer le kilométrage — et tout ça à des économies de prix significatives. »

Tarifs

Les tarifs constituent un enjeu majeur dans le calcul du coût total de possession. « Les prix des pneus commerciaux au Canada augmenteront cette année, en partie due aux tarifs en cours », dit John Hagg, vice-président, Ventes et opérations chez Huayi Tire Canada. « Ces coûts commerciaux additionnels font grimper les prix à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement, de la production à la distribution. De plus, des facteurs comme les coûts des matières premières, le transport et l'inflation contribuent aux augmentations de prix globales à travers l'industrie. »

Cela dit, Mike Matesic, gestionnaire de segment de produits, TBR chez Dynamic Tire, explique que les tarifs n'impactent pas tous les fabricants de pneus commerciaux également. « L'industrie a déjà vu une augmentation des prix sur les pneus qui viennent des États-Unis due aux tarifs réciproques », dit-il, « mais pour les produits venant de pays autres que les États-Unis, les activités se poursuivent normalement. La seule incertitude porte sur le taux de change du dollar canadien puisque les pneus sont commercialisés globalement en USD. »

Les détaillants de pneus se questionnent : cette incertitude va-t-elle faire chuter les ventes de pneus commerciaux cette année? Selon Hagg de Huayi Tire Canada, la réponse n'est pas tranchée. « Les tarifs vont probablement continuer à affecter négativement le marché des pneus commerciaux au Canada, en particulier pour le transport routier longue distance entre le nord et le sud », dit-il. « Tant qu'il n'y aura pas un nouvel accord ou une modification de l'AEUMC, ce segment risque de connaître des difficultés persistantes. Cependant, la demande pour les pneus de livraison du dernier kilomètre reste forte et est susceptible de continuer à croître. »

M. Matesic de Dynamic Tire est d'accord et offre un peu d'espoir. « Si l'activité principale de vos clients consiste à transporter des marchandises transfrontalières lourdement tarifées, alors la réponse est simple : oui, vos affaires seront impactées », dit-il. « Si les camions ne vont pas au sud en raison des tarifs, le trafic portuaire de l'est et de l'ouest s'intensifiera pour répondre aux nouvelles conditions du marché et éviter les tarifs. L'industrie du camionnage s'adaptera, changera et survivra toujours ! »



Cooper Work Series RHA 2

Le Cooper Work Series RHA 2 est un pneu toutes positions pour transport régional, doté d'un composé de bande polyvalent qui résiste à l'usure tant en applications long-courrier qu'en usage régional à forte abrasion.



Sailun SDL70

Le Sailun SDL70 est un pneu de traction haut de gamme à épaulement fermé doté d'une empreinte de 240 mm et d'une profondeur de bande de roulement de 30/32 po. Cette conception optimise le kilométrage, la stabilité et le confort de conduite.



Hercules Strong Guard H-DO

Le Hercules Strong Guard H-DO est un pneu de traction haut de gamme à épaulement ouvert. Grâce à ses composés avancés il offre un kilométrage prolongé, une excellente traction sur une chaussée mouillée et une tenue de route stable.

Repousser les limites de l'innovation verte

Le Starship 3.0 NG offre un aperçu du futur de l'industrie du transport routier.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

Le programme Starship voyait le jour il y a sept ans, alors que Shell s'associait à des acteurs clés de l'industrie pour révolutionner le secteur du transport routier et prouver l'efficacité concrète des technologies écoénergétiques.

D'après Scott Burian, responsable des communications intégrées chez Shell : « L'ambition du programme est de prouver que le secteur du transport routier commercial peut, par une approche collaborative, optimiser son rendement énergétique et réduire ses émissions de CO₂ en exploitant pleinement les technologies de pointe actuellement disponibles. »

Les deux premières générations du Shell Starship ont fait leurs preuves avec des avancées remarquables en matière d'économie de carburant et d'efficacité du transport de marchandises. D'après Shell, le Starship 2.0 a atteint un impressionnant ratio de 408,7 tonnes-kilomètres par gallon — soit 3,5 fois supérieur à la moyenne nord-américaine de 115,8 tonnes-kilomètres par gallon. De plus, sa consommation de 10,8 milles au gallon lors d'une traversée transcontinentale a également surpassé la moyenne des parcs de camions nord-américains, qui se situe à 6,4 milles au gallon.

Moteur au gaz naturel

Alors que les deux premières générations du Starship étaient équipées d'un moteur diesel, la dernière version fonctionne au gaz naturel.

D'après M. Burian, « Pour le Shell Starship 3.0 NG, le passage au gaz naturel allait de soi, compte tenu de deux facteurs clés : l'accès grandissant au gaz naturel comprimé et renouvelable pour les parcs, jumelé au développement d'une gamme



« Nous prévoyons que les châssis des tracteurs seront 30 à 40 % plus légers à l'avenir. »

SCOTT BURIAN RESPONSABLE
DES COMMUNICATIONS INTÉGRÉES,
SHELL

de lubrifiants Shell à faible viscosité conçue expressément pour ces groupes motopropulseurs. »

Le nouveau Starship est doté d'un moteur Cummins X15N au gaz naturel, capable de produire jusqu'à 500 chevaux et 1 850 lb-pi de couple. En plus d'être plus léger que ses prédécesseurs diesel 15L de Cummins, ce moteur génère significativement moins d'émissions. Il peut fonctionner au gaz naturel ou au gaz naturel renouvelable et est conforme aux réglementations strictes de l'EPA et de la CARB.

La troisième génération du Starship intègre plusieurs technologies de pointe visant à optimiser ses performances, telles que des pneus à faible résistance au roulement, une cabine et une remorque au design aérodynamique avancé, ainsi qu'une chaîne cinématique et des composants de transmission allégés pour réduire la traînée. Le système de lubrification est doté de l'huile moteur synthétique Shell Rotella NG Plus SAE 5W-30 FA-4. Cette huile à faible viscosité réduit la résistance à l'écoulement ainsi que les frictions, ce qui permet d'améliorer l'économie de carburant. La transmission utilise le Shell Spirax S6 GME 40, un lubrifiant synthétique spécialement conçu pour protéger les transmissions à couple élevé associées à des moteurs à puissance accrue.

Principaux axes d'amélioration :

L'équipe Shell Starship a ciblé quatre domaines d'amé-



Le Shell Starship 3.0 NG est le premier à fonctionner au gaz naturel.

lioration clés dans le développement du camion, précise M. Burian : la réduction du poids, la diminution des forces opposées, l'efficacité énergétique globale et l'impact du conducteur.

« La réduction du poids passe par l'emploi de composants allégés pour le châssis, le groupe motopropulseur, la transmission, etc. », explique M. Burian. « Et nous prévoyons que les châssis des tracteurs seront 30 à 40 % plus légers à l'avenir. »


La réduction des forces opposées inclut la résistance au roulement des pneus. « Entre 40 et 50 % de l'énergie utili-

sée pour déplacer un camion à vitesse autoroutière sert à surmonter la friction des pneus », affirme M. Burian. « Une autre force opposée majeure est la traînée aérodynamique, et grâce aux dispositifs aérodynamiques, notre coefficient de traînée est de 0,25, alors que la moyenne du secteur avoisine six. »

Selon M. Burian, l'efficacité énergétique globale, aussi connue sous le nom de pertes parasites du système, peut être minimisée grâce à l'utilisation de lubrifiants avancés. Le dernier élément clé de cette équation d'efficacité repose sur le conducteur, qui doit être formé à adopter des habitudes de conduite optimisant les performances énergétiques.

Bien que le Starship 3.0 NG ait été développé pour répondre aux exigences de l'industrie du transport routier nord-américain, le dernier projet de Shell, le Starship 3.0 Hybrid, est conçu pour répondre aux besoins des parcs chinois de transport routier lourd. « Il est équipé d'un moteur à combustion interne hybride FAW-JF Aowei 11L, de batteries LFP, et d'un moteur électrique », explique M. Burian.

« Comme pour le Starship 3.0 NG, la recharge de la batterie est assurée à la fois par le moteur et les panneaux solaires installés sur le toit. »

Si la conception d'un Starship 4.0 n'est pas encore officiellement à l'ordre du jour chez Shell, M. Burian indique que l'entreprise demeure ouverte à de nouvelles collaborations avec des partenaires de l'industrie pour faire progresser l'efficacité énergétique dans un avenir rapproché. 

ULTIMA EQUIPEMENT

L'EXPERTISE QUI SOULÈVE VOTRE PERFORMANCE

SPÉCIALISTE EN ÉQUIPEMENTS POUR ATELIERS

EXPERTISE EN VENTE ET INSTALLATION
SÉCURITÉ - PERFORMANCE - FIABILITÉ

1-833-720-5919
ULTIMA-EQUIP.COM



Planifier pour un avenir durable

La pandémie de COVID-19 a mis en lumière bien des choses, y compris des façons d'anticiper les défis en matière d'approvisionnement en véhicules de parc.

TEXTE **HUW EVANS**

Pandémies, perturbations de la chaîne d'approvisionnement, guerres commerciales, tensions géopolitiques. Tous ces facteurs ont profondément ébranlé les secteurs de l'automobile et du transport ces dernières années. Pour les gestionnaires de parc, cela s'est traduit par une multitude d'obstacles à surmonter pour maintenir leurs activités.

Correction et stratégie

C'est dans ce contexte que la NAFA a organisé une séance de formation intitulée « Correction post-chaîne d'approvisionnement et planification pour un avenir résilient », dans le cadre de son congrès annuel I&E 2025, tenu au *Long Beach Convention Center*, à Long Beach, en Californie. Parmi les participants à la table ronde figuraient Chris Brown, éditeur associé chez Automotive Fleet ; Tim Mundahl, directeur du service-conseil en gestion de parc chez Merchants Fleet ; Charles Mathew, directeur adjoint, Commandes et aménagements chez Merchants ; Justin Lamden, directeur national des ventes pour les grands parcs commerciaux chez Stellantis ; ainsi que Shelby Simpson, gestionnaire des partenariats stratégiques chez Adrian Steel.

Des liens resserrés

Même si la pandémie de COVID-19 a été dramatique et très perturbante pour de nombreuses entreprises, Justin Lamden a souligné qu'elle a aussi permis de renforcer les liens entre les acteurs du secteur, les incitant à résoudre collectivement les problèmes et à traverser cette période d'incertitude dans un esprit de solidarité.

L'une des conséquences majeures de la pandémie a été la chute brutale de la disponibilité des véhicules. Les perturbations de la chaîne d'approvisionnement et l'arrêt temporaire des usines ont empêché les parcs de passer de nouvelles commandes. Et dans les rares cas où les commandes étaient possibles, l'offre était réduite au strict minimum, sans remises ni

incitations commerciales. Charles Mathew a expliqué que la pénurie de puces électroniques représentait un défi colossal pour les constructeurs, limitant non seulement la disponibilité des véhicules, mais aussi les options et caractéristiques offertes. De nombreux gestionnaires ont dû repenser leur stratégie d'acquisition et d'utilisation, ajuster leurs plans d'approvisionnement et trouver des solutions pour gérer et entretenir les véhicules déjà en parc.


Priorité au détail

M. Mathew a précisé que, face au manque de pièces, les constructeurs assemblaient les véhicules du mieux possible, mais les conservaient sur leurs terrains tant que toutes les composantes n'étaient pas disponibles. Les ventes au détail étaient alors prioritaires, si bien que les parcs peinaient à obtenir des véhicules. Et même lorsqu'une commande aboutissait, l'absence de remises et la forte demande faisaient nettement grimper les prix, avec un impact direct sur les budgets.

Tim Mundahl a rappelé que les parcs doivent rester flexibles et réactifs, et que les gestionnaires ont tout intérêt à collaborer étroitement avec les autres services de l'entreprise, à maintenir des échanges ouverts et à prendre des décisions rapides et éclairées. Comprendre clairement les étapes du processus, c'est aussi se donner les moyens de prévoir les obstacles et de mieux contrôler les coûts et les délais d'approvisionnement.

État et kilométrage

Pour M. Mundahl, les véhicules d'occasion peuvent constituer une bonne option lorsque les modèles neufs sont introuvables. Mais encore faut-il tenir compte de l'usage prévu, du kilométrage et de l'état général. Il reste souvent plus simple de commander un véhicule neuf conforme aux besoins du parc que d'adapter un modèle usagé qui ne correspond pas vraiment à l'usage visé. L'aménagement aussi joue un rôle clé dans ce nouveau contexte. Tout retard de livraison se répercute directement sur cette étape. D'après Shelby Simpson, il est donc essentiel de l'intégrer dès le départ dans les plans d'affaires et la stratégie opérationnelle, plutôt que de le considérer comme une simple étape après l'achat.

Pour Tim Mundahl, la meilleure façon de se préparer aux prochaines crises consiste à planifier en amont, à suivre une démarche cohérente à chaque étape, et à y intégrer une part de souplesse. Cette approche permet aux parcs de mieux absorber les perturbations liées à l'approvisionnement et à l'exploitation des véhicules, même en période d'instabilité économique ou de fluctuations du marché. 



Quand les chiffres parlent d'eux-mêmes.

Mettre à jour votre parc automobile n'est pas une question d'émotions. C'est une question de stratégie. Vous avez des objectifs à atteindre, des résultats à livrer, et chaque décision doit rapporter. Tout est une affaire de chiffres, et Subaru livre la marchandise. Avec des performances éprouvées, une fiabilité de renom et un historique incontestable en matière de sécurité, les chiffres parlent d'eux mêmes. **Faisons le calcul ensemble.**

(sc)
Sécurité
du conducteur

(ctp)
Coût total de possession



(vre)
Valeur de
revente élevée

(see)
Service et entretien
par des experts

$(ctp) + (sc) + (see) + (vre) =$

vive la
différenceSM dans
votre entreprise





envolve



LE GMC SIERRA HD

Assez costaud pour votre parc.
Prêt pour le terrain.

Modèle GMC Sierra HD 2026 présenté.

GMC

COMMERCIAL
ÉLITE

Plus la route est difficile, plus le Sierra HD devient puissant. Conçu pour les terrains accidentés, les chemins de boue et les chantiers isolés, c'est le camion qu'il vous faut, peu importe la météo.

Visitez votre concessionnaire GMC Commercial Élite pour en savoir plus.