

# AUTOSPHERE MAG

PM40014105

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

AVRIL 2026 / VOL 7 / NO 2 / 6,95 \$

## CARROSSERIE



Fix Auto Edmonton West  
VALEURS FAMILIALES,  
RÉUSSITE EXEMPLAIRE

## CONCESSIONNAIRES



Keyloop  
AU CŒUR DE  
FUSION LIVE

## MÉCANIQUE



Vast-Auto Distribution/O'Reilly Pièces d'Auto  
UNE ÉQUIPE UNIE  
TOURNÉE VERS  
L'EXCELLENCE

## PNEUS



Unimax  
OFFRE BONIFIÉE  
DANS L'EST DU CANADA



**RENOUVELEZ SANS TARDER**  
VOTRE MAGAZINE ! C'EST GRATUIT ET FACILE.  
Balayez le code QR, remplissez le formulaire et  
continuez à recevoir votre copie.  
[autosphere.ca/fr/abonnement/](https://autosphere.ca/fr/abonnement/)



Depuis plus de 50 ans  
**Nous faisons  
une différence**



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

**PREMIER DÉPART : 10 h PILE !**

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

#### Conseil d'administration de Shad's

**Président** Charlie Grant Grantcgrant@gbsales.com

• Kristine Brown KBrown@wakefieldcanada.ca  
• Brad Shaddick brad.shaddick@outlook.com  
• Andrew Connor aconnor@dormanproducts.com  
• Patricia Lazzarotto Plazzarotto@owi.com  
• Lisa Marchese lisa.marchese@autosphere.ca  
• Tiffany McCarthy Tiffany@gbsales.com  
• Mark Potts mpotts@driv.com

• Malcolm Sissmore malcolm@sissmore.com  
• Scott Stone Scott@promaxauto.com  
• Jeff Van de Sande jvandesande@uapinc.com  
• Sean Williams swilliams@uniselect.com  
• Cameron Young cameron.young@ca.bosch.com  
• Jason Yurchak jasony@worldpac.com

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



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

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

### CONCESSIONNAIRES

- 6** À la une | Keyloop  
**Au cœur de Fusion Live**
- Dossier : Véhicules d'occasion**
- 10** **Où te caches-tu, voiture de mes rêves ?**
- 12** Actualité  
**Options d'occasion**
- 14** AutoJournal visite... | Groupe Theetge  
**L'art de conjuguer héritage et croissance**
- 16** Gestion de la relation client [par Yanick Jomphe](#)  
**Une expérience client équivalente ?**
- 17** IA du potentiel en concession [par A. M. Hobbs](#)  
**L'IA est un avantage concurrentiel**
- 18** Les Grandes Rencontres  
**Le parcours d'une pionnière**
- 20** Entrevue avec un dirigeant | Steve Flamand  
**Agilité, produit et élan**
- 22** Événement  
**Succès pour l'International de l'auto de Québec**
- 23** Écho de l'association | CCAQ [par Ian P. Sam Yue Chi](#)  
**Ralentissement des ventes**

### PNEUS

- 24** À la une | Unimax  
**Offre bonifiée dans l'Est du Canada**
- Dossier : Ressources humaines et formation**
- 28** **L'atelier idéal : comment conjuguer rêve et réalité ?**
- 30** Innovation | Nokia Tyres  
**Crampon activé, crampon désactivé**
- 32** Événement | Bridgestone  
**Redéfinir la performance hivernale**
- 33** Événement | Michelin  
**L'évolution d'un chef de file du marché**
- 34** Focus Pneus | Redéfinir la performance  
**Le nouveau visage des pneus UHP**

- 36** Atelier en vedette | Les pneus M. Gagné  
**Traités comme de la visite**
- 37** Écho de l'association | ASPMQ  
**Le pouvoir de la standardisation**

### MÉCANIQUE

- 38** À la une | Vast-Auto Distribution/O'Reilly Pièces d'Auto  
**Une équipe unie tournée vers l'excellence**
- Dossier : Innovations dans les services**
- 42** **À la conquête du temps perdu**
- 44** Atelier en vedette | M Mécanique 360 Mont-Laurier  
**Martin Gauthier est un chef de file 2.0 et VÉ+**
- 46** Événement | CAIC  
**Bâtir pour l'avenir**
- 47** Le Spécialiste [par Mark Potvin](#)  
**Le retour en arrière est parfois nécessaire**
- 48** Prof Osborne [par Steve Osborne](#)  
**Une voiture électrique qui conserve toute son énergie**
- 49** Entretien [par Denis Pageau](#)  
**Le paradoxe de la vigilance**

### CARROSSERIE

- 50** À la une | Fix Auto Edmonton West  
**Valeurs familiales, réussite exemplaire**
- Dossier : Carrosserie**
- 54** **La complexité des pièces et de leur réparation**
- 56** **L'évolution fulgurante des pièces de carrosserie**
- 58** ESG | Réseau Fix  
**Quand l'ESG rejoint l'excellence opérationnelle**
- 60** Découverte  
**Des voitures fascinantes, de la terre à la lune**
- 62** Atelier en vedette | CSN Retouche Rapide  
**30 ans de marche vers l'excellence**
- 64** Spotlight Carrosserie [par Kassy Vaudry](#)  
**Pour bâtir grand, ensemble**
- 66** Échos de l'association | CCPQ [par Jonathan Pilon](#)  
**L'avenir de l'industrie repose sur la collaboration**

# PAS SI TERRIBLE

Parfois, pour me concentrer devant mon ordinateur, je mets des coquilles insonorisantes sur mes oreilles. Cela coupe le bruit ambiant et me calme.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER



**A**vec la surabondance d'informations qui sature nos écrans, il devient parfois difficile de distinguer le vrai du faux, le banal de l'important. Ce climat anxiogène nous cache parfois les aspects plus positifs. Par exemple, et plus près de nos intérêts, vous lisez en ce moment une revue qu'une équipe dévouée s'active à produire pour vous, tout à fait gracieusement. En ces temps où tout coûte plus cher, nos abonnements, entre nous, restent une véritable aubaine ! Je vous invite d'ailleurs à enrichir votre expérience en consultant régulièrement notre site internet (*autosphere.ca*) et à vous abonner, tout aussi gratuitement, à nos infolettres. Vous y trouverez des informations très intéressantes qui n'apparaissent pas nécessairement dans notre version papier.

## Un regard plus clair

Puisque nous voilà d'humeur plus sereine, voyons ce que notre secteur économique nous réserve. En attendant l'hypothétique déferlante des voitures électriques chinoises à prix de liquidation, le gouvernement fédéral a remis l'électrification des transports au goût du jour, en réactivant des subventions et en injectant de l'argent dans l'implantation de plus de bornes de recharge publiques. Cette approche me plaît, car elle répond concrètement à la crainte liée à l'autonomie des VÉ.

Cette reprise du soutien financier et stratégique au virage électrique fera du bien aux concessionnaires et aux marchands de véhicules d'occasion, qui pourront écouler des inventaires gonflés par le désengagement des consommateurs. D'ailleurs, la hausse vertigineuse du prix de l'essence pourrait être un élément déclencheur dans le choix d'une technologie hybride ou entièrement électrique pour les consommateurs dont le portefeuille est particulièrement malmené en ce moment. Le marché secondaire ne semble pas à plaindre non plus. L'âge moyen du parc automobile au Québec dépasse les dix ans, annonçant des visites plus fréquentes et dispendieuses aux ateliers indépendants.

En discutant avec le Guru Mario Comtois au sujet de sa chronique (disponible sur *autosphere.ca*), il m'a appris cependant que 10 % du volume des véhicules entretenus par ces ateliers avaient moins de trois ans. De plus, parmi ce pourcentage, un quart était constitué de véhicules électriques ou hybrides. Bref, les consommateurs font confiance aux techniciens de leur garage de quartier pour l'entretien de leur véhicule, même s'il est récent ou de très haute technologie.

En somme, tant pour les marchands et concessionnaires que pour les entreprises du marché secondaire automobile, derrière les bruits de fond, les nouvelles ne sont pas si terribles. ○

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

**DIRECTION** Président René Lewandowski

### RÉDACTION

**Rédacteur en chef** Michel Beaunoyer

**Collaborateurs** Shirley Brown, Huw Evans, Isabelle Havasy, Jack Kazmierski et Guy O'Bomsawin

**Chroniqueurs** Normand Cormier, André-Martin Hobbs, Yanick Jomphe, Steve Osborne, Jonathan Pilon, Mark Potvin, Ian P. Sam Yue Chi et Kassy Vaudry

### PUBLICITÉ

**Directrice nationale des ventes** Stéphanie Massé

**Directeurs de comptes nationaux** Lisa Marchese et Audrey Mc Craw

**Coordonnatrice des ventes** Gloria Lam

### OPÉRATIONS

**Responsable de la production Magazines** Jessica Chapat-Turcotte

**Designers graphiques** Erik Borrelli et Anne-Marie Arel

**ADMINISTRATION** Responsable de la comptabilité Esther Twells

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

### Abonnement

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

### Postes Canada

Convention de la Poste-publications n° 40014105  
Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à *Autosphere Media / Service des abonnements*, 51, Jean-Talon est, Montréal H2R 1S6

### Dépôt légal

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

Financé par le  
gouvernement  
du Canada

Canada



*Auto-jobs.ca*<sup>®</sup>

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

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



*Les experts en RH automobile au Canada depuis 2005.*

CONCESSIONNAIRES



Keyloop

# Au cœur de Fusion Live

Comment Keyloop mise sur 50 ans d'expertise pour redéfinir l'avenir de la vente au détail automobile.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

**K**eyloop célèbre ses 50 ans cette année, mais ce jalon est bien plus qu'un simple coup d'œil dans le rétroviseur. C'est une véritable fenêtre sur la transformation profonde du commerce de détail automobile. Des processus papier aux écosystèmes propulsés par l'IA, le parcours de l'entreprise incarne l'évolution de l'industrie vers le numérique, l'intégration des données et une expérience client priorisée.

Malgré des décennies de changements technologiques, un principe demeure, selon Tom Kilroy, chef de la direction de Keyloop : « Les consommateurs achètent toujours auprès de personnes en qui ils ont confiance. Les outils ont changé, mais l'élément humain et le désir de mobilité perdurent. »

Ce message a résonné durant tout l'événement Fusion Live de Keyloop à Toronto, le 22 avril. Les leaders de l'industrie présents sur scène ont livré un message unanime : le changement s'accélère. Les attentes des clients et les stratégies de détail mutent si vite que les acquis du passé sont dépassés. Aujourd'hui, l'heure est à l'adaptation pour les concessionnaires et les constructeurs qui veulent rester dans la course. ➤

Le PDG de Keyloop, Tom Kilroy, s'est dit ravi que le Canada soit le marché de lancement de Sales Hub.

## Innovation et intégration

Au cœur de l'offre de Keyloop se trouve Fusion, sa plateforme de vente au détail automobile (ARP). Sa force réside dans son intégration transparente et sa structure en quatre domaines complémentaires. Ensemble, ces modules couvrent l'ensemble des besoins opérationnels, propulsés par une IA intégrée.

Le domaine « Demand » maximise les profits via le commerce électronique, la vente omnicanale et des initiatives de fidélisation intelligentes. « Supply » permet aux détaillants et fournisseurs de flottes de gérer proactivement leurs actifs. « Ownership » se concentre sur l'optimisation de l'atelier et de l'expérience client, alors que le volet « Operate » automatise les finances, de la comptabilité fournisseurs aux rapports de performance pour les constructeurs.

Keyloop a profité de l'événement pour lancer « Sales Hub », une solution de gestion des ventes de bout en bout conçue spécifiquement pour les concessionnaires et les constructeurs canadiens.

Sales Hub propulse le parcours de vente omnicanal, incluant la gestion des prospects, les reprises, le financement et la signature de documents. La solution facilite aussi les échanges avec les clients via leurs canaux de prédilection, notamment par courriel, SMS ou WhatsApp.

Les concessionnaires peuvent intégrer Sales Hub de manière fluide à la suite de produits de Keyloop, soit Acquisition Hub (commerce électronique de bout en bout) et Vehicle Hub (gestion des stocks en temps réel).

# From insight to impact:

why retailers are choosing change, and what happens next.



HOSTED BY  
**Jacquelyn Ker**  
VP Global Development  
keyloop



L'un des moments forts de l'événement Keyloop a été une table ronde réunissant les premiers adoptants de la plateforme Fusion.

« Nous sommes ravis que le Canada soit notre marché de lancement pour Sales Hub », a déclaré M. Kilroy à *Autosphere Mag* lors de Fusion Live. « Le marché canadien est dynamique et technologique, mais il avait grandement besoin d'un système intégré pour tout le cycle de vente. Le but est de simplifier l'expérience client pour la rendre plus fluide et moins morcelée. »

M. Kilroy précise que Fusion optimise tant l'expérience client que les résultats de la concession. « L'important, c'est de générer plus de ventes tout en satisfaisant le client. Si nous aidons nos partenaires à réaliser cela, notre mission est accomplie. »



L'équipe d'experts internationaux de Keyloop était présente à l'événement Fusion pour répondre aux questions et démontrer les capacités de la plateforme Fusion.



## Témoignages éloquentes

L'un des moments forts de l'événement a été la table ronde réunissant les premiers utilisateurs de la plateforme Fusion. Animé par Jacqui Barker, vice-présidente de l'engagement mondial chez Keyloop, le panel regroupait Brent Wees, formateur certifié en IA et stratège marketing chez idea.meet. plan ; Eric Vant Spyker, concessionnaire en titre et associé directeur chez Trillium Ford Lincoln ; ainsi que Andy Caletti, propriétaire et directeur général d'Erin Park Lexus & Toyota et de Belleville Toyota.

M. Vant Spyker a souligné la transformation radicale du comportement des consommateurs, qui rend les processus de vente traditionnels désuets. « Ils arrivent prêts à acheter », explique-t-il. « Nous devons donc leur fournir les informations et les prix qu'ils recherchent plus rapidement que jamais. »

Il a insisté sur l'importance de rejoindre les clients à l'étape précise de leur parcours d'achat. « Nous avons besoin d'outils assez flexibles pour y parvenir », a-t-il ajouté, « et cela peut représenter un défi, car les clients sont exigeants. »

M. Caletti a renchéri en soulignant que les consommateurs actuels sont extrêmement bien informés. « Ils font leurs recherches directement devant nous », précise-t-il. « Ils utilisent l'IA en concession pour vérifier s'ils obtiennent le meilleur prix ou s'il existe des modèles similaires à proximité. »

Face à des consommateurs plus forts grâce à l'IA, les concessions subissent une pression croissante. Si les capacités de Fusion permettent de rétablir l'équilibre, M. Wees note qu'une certaine hésitation persiste. « Il y a beaucoup de crainte », dit-il. « Certains ont peur que l'IA ne remplace

leur emploi, mais je constate que les concessionnaires sont, dans l'ensemble, impatients d'en apprendre davantage sur ces technologies. »

Pour M. Wees, l'essayer, c'est l'adopter. « Quand ChatGPT vous donne une réponse logique et utile, le doute s'efface devant l'évidence de l'IA. » La plateforme Keyloop Fusion s'inscrit exactement dans cette même lignée.

L'étude CARTS de la CADA montre que 93 % des utilisateurs de l'IA y voient une source d'efficacité, même si 58 % des répondants tardent à l'adopter. Les applications clés incluent la recherche, la communication client et la création de descriptions de véhicules.


Pour M. Caletti, les atouts de l'ARP Fusion de Keyloop se traduisent par des économies concrètes et une efficacité accrue. « Examinez vos factures mensuelles et calculez ce que vous coûte chaque fournisseur pour extraire, épurer et vous renvoyer vos propres données afin de les rendre lisibles dans votre DMS actuel », suggère-t-il. « Devant une telle perte d'argent et de temps, il est logique d'opter pour un fournisseur unique offrant une solution à 360 degrés. »

M. Vant Spyker a constaté des bénéfices similaires, surtout pour la gestion du temps et la réduction du stress au sein de son équipe. « Notre entreprise et nos employés en ont tiré un avantage incroyable », affirme-t-il.

M. Vant Spyker reconnaît que l'hésitation est fréquente chez les concessionnaires face à l'innovation. « Nous sommes comme des pingouins sur le bord de la glace à attendre de voir qui sautera le premier », illustre-t-il. « Mais dès que nos pairs voient nos résultats, c'est la ruée pour s'inscrire. »

M. Vant Spyker a également souligné l'accessibilité de la plateforme. « La question que bien des concessionnaires se posent est : « Par où commencer ? », dit-il. « Avec cette solution, vous n'avez pas à vous soucier du point de départ. Keyloop peut vous montrer comment tout intégrer d'un coup, sans réinventer la roue, grâce à des outils qui vous sont déjà familiers. »

## Les 50 prochaines années

Le parcours de 50 ans de Keyloop témoigne non seulement de sa propre croissance, mais aussi de la métamorphose accélérée du commerce automobile. Alors que la technologie redéfinit la mise en marché, la vente et l'entretien des véhicules, l'industrie se trouve à la croisée des chemins. Le message de Fusion Live était sans équivoque : le succès des concessionnaires passera par l'innovation, sans jamais sacrifier le lien humain qui reste le moteur de chaque transaction. 



## Où te caches-tu, voiture de mes rêves ?

Que ce soit pour trouver des babioles venues de Chine ou dénicher une voiture d'occasion, tout passe désormais par le Web.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

« Nos marchands ont encore le réflexe de ne vendre que dans leur région », déplore Steeve De Marchi, directeur général de l'Association des marchands de véhicules d'occasion du Québec (AMVOQ), qui regroupe 1200 revendeurs. « Limiter le bassin d'acheteurs, c'est risquer de se faire souffler des ventes sous le nez. Il faut suivre le marché là où il se trouve. Les acheteurs disposent d'outils de recherche que les vendeurs doivent s'approprier. »

Selon M. De Marchi, ne pas se démarquer sur les plateformes de vente en ligne, c'est risquer de disparaître. Et si plusieurs marchands en ont conscience, beaucoup ne savent pas comment s'y prendre. « Il existe de nombreuses solutions pour nos marchands, mais elles ne correspondent pas toujours à leurs besoins ou à leurs ressources humaines. Un marchand qui vend 20 voitures par an va-t-il investir pour être visible sur les vitrines virtuelles ou pour avoir un outil de gestion des communications avec des clients potentiels ? Le défi, c'est de s'engager, oui, mais surtout d'identifier nos objectifs et de bien utiliser ces outils. »

L'AMVOQ gère sa propre plateforme de vente en ligne, *autousagee.ca*, et propose d'accompagner ses membres qui souhaitent y trouver leur place. « Nous voulons aider nos membres, car il y a tellement d'offres de marketing Web qui leur parviennent en ce moment », souligne Catherine Langlois, directrice générale adjointe à l'AMVOQ. « Le plus simple, c'est d'y aller par étapes. »

### L'expertise des jeunes

Elle recommande de commencer par créer une page Google Profil d'Entreprise avec itinéraire et d'y publier régulièrement. Il est tout aussi important de suivre les commentaires et les questions et d'y répondre. « Mettez donc des jeunes en charge, recommande Mme Langlois, ils savent comment interagir avec ces visiteurs et même nourrir une communauté. »

Elle souligne également l'importance d'un outil de suivi, puisque les demandes peuvent fuser de partout. En ce qui concerne les vitrines de commercialisation à utiliser, elle propose naturellement le site *autousagee.ca*, mais recommande de

ratisser large en affichant les véhicules et toutes les informations pertinentes sur des sites comme AutoHebdo ou CarGuru, en commençant par les versions gratuites.


Du côté du fournisseur Keyloop, qui offre des technologies connectées pour la vente au détail automobile, principalement aux concessionnaires, on indique que tous ses outils sont applicables au monde des marchands de véhicules d'occasion, bien qu'aucun ne soit spécifiquement conçu pour eux. Keyloop peut donc leur proposer le DMS Keyloop Serti, l'outil de gestion de demandes internet Keyloop Leads, Keyloop Chat & Texto, ou encore l'outil Phyron pour la prise de photos d'inventaire.

### Des outils de plus en plus poussés

Luc Morin, vice-président des ventes chez AutoHebdo, place de marché automobile bien connue et partenaire de l'AMVOQ, explique que les marchands de véhicules d'occasion doivent élargir leurs horizons. « Oui, un accompagnement est nécessaire dans le choix et l'utilisation des outils numériques, précise-t-il. AutoHebdo investit des efforts considérables et une expertise pour tirer parti de l'intelligence artificielle avancée afin d'optimiser la visibilité des véhicules proposés par ces marchands. »

M. Morin comprend que les marchands, selon leur taille, n'ont pas toujours les ressources pour gérer les données. « Mais nous pouvons les aider grâce à des tableaux de bord intuitifs et faciles à utiliser qui indiquent, par exemple, s'ils proposent les bonnes catégories de véhicules en fonction des recherches en temps réel des acheteurs potentiels dans leur région. »

Certaines étapes peuvent également être automatisées grâce au nouveau AutoHebdo ; par exemple, une cinquantaine de caractéristiques de véhicules et une trentaine de signaux d'acheteurs automobiles sont analysées afin de déterminer ce que recherchent les consommateurs sur ces plateformes d'annonces, ce qui permet d'assurer un meilleur alignement entre l'inventaire des marchands et la demande des acheteurs — et surtout, de mieux comprendre ce qu'ils finissent réellement par acheter.

Si les consommateurs choisissent de plus en plus d'acheter leur véhicule en ligne, les marchands doivent rester à l'affût. « Les clients arrivent avec énormément d'informations ; c'est un défi pour les marchands, observe M. Morin. À cela s'ajoute la gestion des avis clients, qui apporte un niveau de complexité supplémentaire. En conclusion, nous avons besoin de marchands très attentifs. » 

**AUTOSPHERE  
CONCESSIONNAIRE  
PRIX  
EMPLOYEUR  
de CHOIX**  
★★★★★

**Attire  
les meilleurs  
talents**

**Engage  
les meilleurs  
talents**

**Retiens  
les meilleurs  
talents**

**AUSSI SIMPLE QUE 1 - 2 - 3!**

**INSCRIVEZ-VOUS ET  
PAYEZ EN LIGNE**

**SOUMETTEZ LE PROFIL  
DE L'ORGANISATION**

**COMPLÉTEZ LE SONDAGE  
DES EMPLOYÉS**

Si vous souhaitez participer au programme ou en savoir plus sur le processus, veuillez consulter le site Web : [www.asdeoc.com](http://www.asdeoc.com) ou nous contacter à : [info@ccemployerfofchoice.com](mailto:info@ccemployerfofchoice.com), ou appelez le **(416) 886-7007**

# Options d'occasion

Les concessionnaires font face à un environnement unique en ce qui concerne les véhicules d'occasion.

TEXTE HUW EVANS

Les années 2020 s'annoncent décidément comme une décennie d'incertitudes. Pandémie, hausse des taux d'intérêt, tarifs douaniers, différends commerciaux, et maintenant un conflit au Moyen-Orient fait peser son ombre sur les prix du pétrole et les chaînes d'approvisionnement mondiales. Les concessionnaires se retrouvent ainsi dans un environnement d'opérations commerciales difficiles.

## En inventaire

Le marché des véhicules d'occasion, qui représente traditionnellement un secteur fiable pour les concessionnaires en toutes circonstances, n'a pas été épargné par les turbulences de la décennie. En ce moment, c'est avant tout l'approvisionnement qui leur donne du fil à retordre.

Brent Ravelle, président du Groupe Ravelle, qui exploite plusieurs concessions en Ontario, le confirme : le manque d'inventaire issu des échanges et la concurrence féroce compliquent l'approvisionnement en véhicules d'occasion de qualité. Face à ce constat, M. Ravelle a choisi de regrouper les opérations de véhicules d'occasion de ses différentes concessions sous une même bannière. Il a également créé un nouveau poste au sein de ce groupe, chargé de gérer l'inventaire de véhicules d'occasion. Ce rôle consiste à superviser le flux des véhicules entrants, notamment les achats, les ventes en gros et la rapidité avec laquelle ces véhicules peuvent être reconditionnés et mis en vente.

Selon M. Ravelle, cette approche permet d'éviter que les concessions du groupe se fassent concurrence entre elles pour les véhicules d'occasion, ce qui nuirait ultimement aux choix offerts aux consommateurs.



« Nous ne prévoyons pas de baisse significative des prix, car les stock sont rares. »

BARIS AKYUREK VICE-PRÉSIDENT, DONNÉES ET RENSEIGNEMENTS, AUTOHEBDO



## Concurrence

M. Ravelle souligne par ailleurs que la concurrence avec les acheteurs américains complique encore davantage l'approvisionnement, particulièrement pour les véhicules nord-américains assujettis à l'ACEUM, dont le stock disponible reste limité. De plus, les volumes de retours de location demeurent faibles, une situation qui découle du ralentissement de la production par les constructeurs durant la pandémie de COVID-19, ce qui avait freiné les ventes de véhicules neufs de 2020 à 2023.

Des signes de stabilisation du marché commencent toutefois à apparaître. Les données d'AutoHebdo indiquent qu'en 2025, les segments des véhicules neufs et d'occasion ont tous deux affiché une performance relativement solide. « Nous avons observé une croissance dans les deux segments, notamment au cours du premier semestre, alors que les consommateurs cherchaient à profiter de l'achat de véhicules neufs avant que les tarifs douaniers ne commencent à faire grimper les prix », explique Baris Akyurek, vice-président, Données et renseignements chez AutoHebdo.

Les prix des véhicules d'occasion sont globalement en recul depuis le début de la décennie, ayant chuté d'environ 10 % depuis 2023 pour s'établir en moyenne à 36 816 \$. L'annonce des tarifs douaniers américains en 2025 est



Plusieurs facteurs rendent actuellement les conditions difficiles pour les concessionnaires sur le marché des véhicules d'occasion.

toutefois venue renverser la tendance, faisant grimper leur valeur d'environ 800 \$ durant l'année, contrairement à la tendance normale où les prix ont plutôt tendance à diminuer au fil des mois.


En début de 2026, M. Akyurek indique que certains indicateurs laissent croire que les prix des véhicules d'occasion devraient demeurer relativement stables, du moins jusqu'à la fin de 2027. « Nous ne prévoyons pas de baisse significative des prix, car les stocks sont peu garnis, dit-il. Oui, il y a de l'inventaire sur le marché, mais il reste bien inférieur à ce qu'il était avant la pandémie, car moins de véhicules neufs ont été vendus entre 2020 et 2023, et nous prévoyons que cette dynamique se maintiendra au moins jusqu'à l'an prochain. »

### Une dépréciation qui se stabilise

Chez LGM Financial Services, Jake Stacey, vice-présidente exécutive, Ventes aux constructeurs et performance, abonde dans le même sens, notant que les prix ont été et continueront d'être contraints par le niveau des stocks. Cela dit, elle s'attend à ce que la dépréciation se stabilise, de sorte que les prix record observés durant la période COVID ne sont pas près de revenir. Elle encourage néanmoins les concessionnaires à faire preuve de prudence lors des achats d'inventaire et à se concentrer sur « la rationalisation des opérations et le rapprochement entre leurs activités de véhicules neufs et d'occasion. »

De plus, la réalité du marché de l'occasion varie selon les régions, façonnée par les préférences des consommateurs locaux et les exigences fiscales et réglementaires en vigueur. « Plus que jamais, les concessionnaires doivent adapter leurs

habitudes d'achat à ce qui se passe précisément dans leur marché », insiste Mme Stacey. À cela s'ajoute un autre enjeu de taille : une génération entière d'acheteurs expérimentés a quitté l'industrie pendant la pandémie, laissant derrière elle un vide difficile à combler.

C'est pourquoi, selon elle, construire un bon inventaire est crucial. « Il faut établir les prix de manière dynamique. Il faut faire tourner ses véhicules rapidement. Il faut disposer d'une bonne équipe et offrir une excellente expérience client, ce qui signifie qu'elle ne doit en rien différer de ce qui est proposé du côté des véhicules neufs. » 

## Hybrides et véhicules électriques

Le marché de l'occasion des véhicules électriques et hybrides suscite encore beaucoup d'interrogations chez les concessionnaires canadiens. Chez AutoHebdo, Baris Akyurek note que l'intérêt pour les véhicules électriques a été particulièrement lié aux incitatifs, et maintenant que le gouvernement du Canada a annoncé un nouveau cycle d'incitatifs, l'intérêt des consommateurs pour les véhicules électriques à batterie repart à la hausse. Du côté de l'occasion, les véhicules électriques à batterie tirent toutefois de la patte, leurs prix accusant des baisses notables sous l'effet de craintes toujours bien présentes liées à l'autonomie et aux lacunes en matière d'infrastructure. Les hybrides, en revanche, continuent d'afficher une forte demande. « Les prix sont restés assez stables », dit-il, reconnaissant que pour une bonne partie des consommateurs canadiens, les hybrides représentent le meilleur des deux mondes : la propulsion électrique en milieu urbain, combinée aux avantages de la puissance et de l'autonomie d'un moteur à combustion interne en dehors de la ville. De plus, avec la récente crise au Moyen-Orient qui pèse sur les prix du pétrole, l'engouement pour les hybrides, tant neufs qu'usagés, ne devrait que s'accroître dans les prochains mois. Chez LGM Financial Services, Mme Stacey partage cet avis. « Les consommateurs disent vouloir économiser à la pompe, mais beaucoup ne sont pas encore prêts à passer au tout électrique. Ils veulent un véhicule qui offre le meilleur des deux mondes, et je dirais que les hybrides destinés aux familles, comme les petits et moyens VUS, sont bien positionnés pour répondre à cette demande. »

Groupe Theetge

## L'art de conjuguer héritage et croissance

Au début des années 1980, la famille Theetge pose les bases de ce qui deviendra plus tard un groupe bien établi dans le paysage automobile de la Capitale-Nationale.

TEXTE ISABELLE HAVASY

À Boischatel, la concession Auto Frank et Michel ouvre ses portes sous la bannière Honda, avec à sa tête les associés Frank Theetge et Michel Cloutier.

En 1998, lorsque Frank rachète les parts de son partenaire, ses deux fils accèdent à des postes de direction. La transition s'inscrit dans une continuité, Benoît et Donald ayant mis la main à la pâte dès l'ouverture de la franchise. Leur nomination vient ainsi officialiser un engagement déjà bien ancré dans le quotidien des opérations. Cette étape marque véritablement le point de départ du Groupe Theetge.



Benoît, Frank et Donald Theetge dans les installations de la première concession du Groupe qui a adopté le nom de Theetge Honda en 2019.



Depuis février 2026, le Groupe Theetge compte deux concessionnaires Mercedes-Benz dans son portfolio.

### Un modèle hors norme

À la retraite de leur père en 2005, le duo prend le relais et se partage à parts égales l'actionariat et les responsabilités. Leur dynamique opérationnelle, « vraiment spéciale et unique à nous », surprend cependant dans un univers où la hiérarchie est souvent bien établie. Chez les Theetge, il n'y a pas de directeur général dans chaque concession. À la place, des alliés. Un directeur des ventes, des opérations fixes ou du service agit comme tête dirigeante de l'installation. Des gestionnaires de confiance qui sont formés au sein de l'organisation. Tels des chefs d'orchestre, les deux frères supervisent l'ensemble. Ils font la tournée, observent et s'ajustent.

Cette structure leur permet, selon M. Theetge, une gestion serrée et holistique de leur portefeuille. Les décisions sont mises en œuvre rapidement, assurant une cohérence entre les franchises. « C'est nous qui contrôlons. Mais nous sommes toujours à l'écoute des directeurs. Nous ne prenons jamais de décision seuls. Nous retenons la meilleure idée et la concrétisons sans tarder. » La première acquisition conjointe des frères remonte à 2002, lorsqu'ils mettent la main sur la concession Honda de Donnacona. À la fin des années 2000, Honda Charlevoix, à La Malbaie, vient bonifier leur portefeuille. Quatre ans plus tard, ils s'en départissent. Une décision stratégique qui s'inscrit dans leur volonté de centraliser leurs opérations dans la région de Québec.

Au fil des années, les transactions se succèdent selon une logique bien définie : consolider leur présence sur leur territoire tout en diversifiant leur offre. Acura intègre le portefeuille en 2010. Mercedes-Benz fait son entrée en septembre 2013, avec l'ouverture d'une concession haut de gamme à Saint-Nicolas, sur la Rive-Sud de Québec, premier établisse-



ment premium du secteur. En décembre 2019, l'acquisition de Fournier Chevrolet Buick GMC, seule concession de la Rive-Nord à distribuer Cadillac, vient parachever l'échiquier. « On voulait avoir un line-up complet afin de pouvoir vendre des véhicules à tout le monde. » Avant la transaction, les camionnettes, les « fameux pick-up » manquaient à l'appel. Le groupe commence l'année 2026 en grande pompe avec l'arrivée d'une seconde succursale Mercedes-Benz dans son giron. Avec la prise de possession, officialisée le 2 février, s'amorce une période durant laquelle les frères Theetge mettront leurs loisirs sur la glace. Pour les trois à six prochains mois, l'énergie déployée s'orientera vers l'intégration et l'optimisation de leur dernière acquisition. Un « marathon » au cours duquel ils entendent transférer l'image et les principes qui régissent leur modèle d'affaires : service personnalisé, accueil soigné et transparence, tout en transmettant progressivement leur philosophie à l'équipe en place.

### À la croisée du présent et du futur

Aujourd'hui, avec ses cinq concessions et ses 337 employés, le groupe écoule annuellement près de 6 000 véhicules neufs et d'occasion et génère un chiffre d'affaires de plus de 350 millions de dollars. En prime, il couvre un large éventail de marques (japonaises, allemandes, américaines) avec une proposition qui s'échelonne de l'entrée au haut de gamme.

Même s'il a cédé les rênes de l'entreprise à sa progéniture il y a plus de vingt ans, Frank, du haut de ses 88 ans, visite les diverses installations chaque semaine. Son expérience et ses conseils valent leur pesant d'or. « Il est très conscient que la business qu'il faisait dans les années 1960, 1970 et 1980 est

complètement différente aujourd'hui », explique M. Theetge. Il note que certaines « choses ne changent pas ». À travers les transactions et la passation des pouvoirs, « la manière de stationner les voitures, l'accueil dans la salle d'exposition et les bases du service à la clientèle », demeurent les mêmes. Des principes simples, indémodables. Il arrive parfois que les trois générations se côtoient sur le plancher. Parmi les quatre filles de la fratrie, les deux aînées ont choisi de s'investir dans l'entreprise. Steffy, la fille de Donald, occupe un poste de direction clé et est actuellement en congé de maternité. De son côté, Emmy, la plus grande de Benoît, a été promue à la fin janvier directrice des opérations fixes chez Honda. Même si elles sont les « filles des boss », toutes deux ont fait leurs classes et gagné leurs galons au fil des années.

En 2019, les frères ont acquis un terrain boisé adjacent à la succursale Mercedes-Benz St-Nicolas, en bordure de l'auto-route 20, avec l'idée d'y développer un projet automobile. Bien que deux constructeurs figurent actuellement dans leur mire, M. Theetge garde l'œil ouvert, prêt à saisir les occasions qui pourraient se présenter. Dans un marché saturé comme celui de Québec, toute nouvelle bannière appelée à s'y établir devra vraisemblablement composer avec des emplacements existants. Les discussions récentes entourant l'arrivée éventuelle au pays de nouveaux joueurs, dans un contexte d'assouplissement de certaines restrictions gouvernementales, rappellent que l'industrie n'a pas fini de se transformer. Le site, que M. Theetge qualifie de « point de vente exceptionnel », n'est pas à vendre et ne sera pas transformé en complexe hôtelier, promet l'homme d'affaires.

Loin de vouloir multiplier ses ramifications, le Groupe Theetge cherche davantage à solidifier sa position. Il ne lésine pas sur les éléments qui font sa force et lui permettent de sortir du lot. Dans l'ensemble de leurs installations, les copropriétaires placent l'humain au cœur de leurs préoccupations.

Ils se font un point d'honneur de traiter leurs clients aux petits oignons. Lors de l'entretien ou de la réparation, ils mettent à leur disposition un vaste parc de véhicules de courtoisie, ainsi qu'un service de voiturier gratuit, sans distinction de marque.

M. Theetge reconnaît toutefois que certains éléments échappent à son contrôle, mais compte bien optimiser ceux sur lesquels il a une mainmise. Conscient que le marché canadien représente actuellement « un verre d'eau dans la rivière » pour les constructeurs, il soutient que les opportunités de croissance se situent dans la compréhension et l'implantation des technologies, ainsi que dans une présence accrue sur le marché de l'occasion. Il conclut en rappelant l'importance « d'être au diapason de tout ce qui se passe, de tout ce qui se fait » pour demeurer compétitif. 🍷

# Une expérience client équivalente pour les véhicules neufs et d'occasion ?

Dans ce numéro, nous parlons des véhicules d'occasion ! Mais pourquoi ces véhicules ne sont-ils pas toujours intégrés dans les cycles de relance ?

TEXTE YANICK JOMPHE

**P**our rappel, on définit un véhicule d'occasion comme « un véhicule immatriculé ayant été utilisé par un ou plusieurs propriétaires, avec un kilométrage variable et une garantie limitée ». Peut-être avons-nous peur de les suivre pour ne pas avoir de surprises désagréables.

Dans cet article, nous allons les appeler « les oubliés ». Nous avons tendance à suivre un véhicule neuf tout au long de son cycle de vie, que ce soit une location de 24 mois ou un financement allant jusqu'à 72 mois. Cependant, le marché des véhicules d'occasion représente une part significative des ventes et beaucoup de Québécois se tournent vers ces véhicules pour des raisons financières. Certains clients rachètent même la fin de leur location, car ils ont apprécié leur véhicule. Alors, pourquoi ne pas offrir le même niveau de service aux oubliés ?

Personnellement, je crois que ces clients devraient bénéficier d'une cédule de suivis spécifique, adaptée à leurs habitudes de conduite. Les suivis peuvent être plus serrés et étagés sur un à deux ans, mais ces clients doivent être traités comme ceux du département des véhicules neufs. Ils peuvent changer de véhicule rapidement ou décider d'acquérir un véhicule neuf ou d'occasion. Il est évident que la relance devra être adaptée aux oubliés, car ce marché recèle un fort potentiel, parfois inattendu !

## Créer une relation durable

Le département du service après-vente existe pour assurer le bon fonctionnement du véhicule et la satisfaction du client. Le concessionnaire doit absolument inciter le client à revenir pour ses futurs achats ou entretiens, et offrir un service rapide, efficace et de confiance. Alors, pourquoi ne pas offrir un service tapis rouge à tous les clients ? L'expérience client devrait être similaire pour tous, sans discrimination et en toute



Il faut traiter le client des voitures d'occasion avec le même enthousiasme que dans le neuf.

transparence. Avec nos outils informatiques spécialisés (CRM), il est possible de créer des cédules de suivis personnalisés sur deux ans pour les véhicules d'occasion. Par exemple :

- Remerciements après l'achat, adaptés au véhicule d'occasion
- Suivi pour le premier entretien recommandé (programme de fidélisation, stratégie spécifique au marché, services complémentaires tels qu'une inspection sans frais ou des promotions)
- Sondages de satisfaction après chaque visite du client
- Suivi à l'approche de la fin de la garantie d'occasion, avec possibilité de proposer une extension
- Suivi un an après l'achat pour s'assurer de la satisfaction du client
- Et ainsi de suite, sur deux ans ou plus selon l'année modèle du véhicule

Objectif : que le client revienne au service pour la rétention et surtout qu'il décide de faire l'acquisition sur place du prochain véhicule, qu'il soit d'occasion ou neuf.

Mais pourquoi est-il si difficile de les cibler ? Certains clients réalisent des ventes d'accommodation, des transferts de location, etc. Il est donc essentiel d'enregistrer correctement le numéro d'inventaire pour pouvoir extraire les bons clients et effectuer les suivis après l'achat. Les entrées de données précises sont donc fondamentales pour personnaliser le suivi des oubliés. Vous devez combiner proximité, clarté et anticipation des attentes et des besoins. Les clients se sentiront guidés, sécurisés, valorisés et écoutés, et auront tendance à revenir au concessionnaire. ○



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

# L'IA est un avantage concurrentiel

Pourquoi certains concessionnaires vendent-ils beaucoup plus de véhicules d'occasion que d'autres dans la même région?

TEXTE ANDRÉ MARTIN HOBBS

La réponse ne tient pas seulement au nombre d'employés ou au volume de trafic dans le commerce. De plus en plus, elle repose sur les outils basés sur l'IA pour analyser le marché et prendre les bonnes décisions. Depuis quelques années, le marché des véhicules d'occasion a profondément changé. Les consommateurs ont accès à beaucoup plus d'informations qu'auparavant, comparent davantage les prix et magasinent sur plusieurs plateformes avant même de mettre les pieds chez un marchand. Dans ce contexte, la gestion des véhicules d'occasion est devenue plus complexe. Contrairement à un véhicule neuf, chaque unité possède sa propre histoire, sa condition et sa valeur réelle. C'est précisément là que l'intelligence artificielle joue déjà un rôle très concret pour les marchands et concessionnaires pour la revente.

Pendant longtemps, la gestion des véhicules d'occasion reposait surtout sur l'expérience du directeur de l'usagé. Les meilleurs avaient l'œil pour acheter la bonne unité au bon prix et la faire tourner rapidement. Aujourd'hui, l'IA vient compléter ce jugement humain en analysant une quantité de données qu'aucune personne ne peut traiter seule.

Des outils comme vAuto, Torque et Smaart comparent les ventes récentes dans un marché donné, l'inventaire des concurrents, la vitesse de rotation par modèle et l'historique des véhicules. Cette analyse permet d'établir un prix d'achat et de revente beaucoup plus précis, en fonction des conditions réelles du marché. Très bientôt, les prix de vente des véhicules usagés seront ajustés automatiquement à chaque jour par l'IA en fonction de la demande locale, de l'inventaire disponible et du nombre de jours qu'un véhicule passe en stock. Oui, à chaque jour !

## Le phénomène du « cross-shopping »

Un phénomène important dans le marché actuel est le « cross-shopping ». De plus en plus d'acheteurs comparent simultanément des véhicules neufs et d'occasion. Les prix, les taux d'intérêt et la disponibilité des modèles influencent directement leurs décisions. Dans certains cas, des clients qui

auraient normalement acheté un véhicule neuf se tournent vers l'usagé lorsque les paiements deviennent trop élevés. On pense notamment à sélectionner certains véhicules en fonction de leur valeur dans le « Book » (Canadian Black Book), afin de maintenir un inventaire compatible avec le financement alternatif. Pour les concessionnaires, cela signifie que la gestion du parc de véhicules d'occasion doit être encore plus stratégique et soutenue par des outils intelligents.


## La mise en marché et la vitesse d'exécution

La mise en marché des véhicules est un autre domaine où l'intelligence artificielle fait une différence. La majorité des acheteurs commencent maintenant leur recherche en ligne. Des photos de qualité, des descriptions complètes et des annonces bien positionnées deviennent essentielles pour attirer l'attention.

D'ailleurs, des plateformes comme AutoHebdo proposent déjà l'IA (ChatGPT) pour améliorer la recherche de véhicules. L'IA peut aussi améliorer automatiquement les images et vidéos grâce à des solutions comme Pixel Guru, générer du contenu pour les fiches de véhicules et optimiser la visibilité des annonces. Elle permet également d'intégrer des outils de préqualification de crédit en ligne comme DecisioningIT, ce qui aide à identifier plus rapidement les acheteurs sérieux.

La vitesse de mise en marché est également cruciale. Chaque jour où un véhicule reste en inventaire représente un coût de floor plan et une perte d'opportunité. Des outils comme Shiftly Auto permettent par exemple de transférer l'inventaire vers des plateformes comme Facebook en moins de 60 secondes. Des services d'analyse et d'inspection comme CarInspect contribuent aussi à accélérer le reconditionnement et la publication des véhicules sur les différentes plateformes de vente.

En résumé, l'intelligence artificielle ne transforme pas la vente de véhicules d'occasion en une activité entièrement automatisée. Elle donne plutôt aux marchands spécialisés et concessionnaires de meilleurs outils pour comprendre le marché, acheter plus intelligemment et mettre leurs véhicules en marché plus efficacement.

Dans l'usagé, l'avantage n'ira plus au marchand qui possède le plus d'inventaire ou la plus grosse équipe, mais à celui qui utilise le mieux les outils d'intelligence artificielle. 



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

## Le parcours d'une pionnière

Dans ce « grand petit monde » qu'est l'industrie automobile, Nathalie Aumont n'a jamais cherché à faire de bruit.

TEXTE ISABELLE HAVASY



Nathalie Aumont, présidente et propriétaire de Joliette Toyota, est la première femme à accéder à la présidence du conseil d'administration de la CCAQ.

**E**t pourtant. Présidente et propriétaire de Joliette Toyota, elle est devenue l'an dernier la première femme à accéder à la présidence du conseil d'administration de la Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec (CCAQ). Cette étape, qui marque un jalon important dans l'histoire de l'organisation, signe surtout l'aboutissement d'un parcours forgé dans l'action, la constance et l'engagement.

Son incursion dans le monde de l'automobile commence en 1977, quand son père, Gilles Aumont, acquiert la bannière Toyota de Joliette. La jeune Nathalie y grandit et y travaille sans imaginer que ces installations deviendront un jour son territoire professionnel. Rien ne laissait présager qu'elle reprendrait le flambeau.

La trajectoire universitaire de Mme Aumont s'oriente initialement vers le droit du travail et les ressources humaines. Au cours de sa deuxième année d'études, un programme proposé par Toyota capte son attention. Inspirée par cette approche, elle se porte volontaire pour offrir la formation aux employés de la concession. C'est le coup de foudre ! « C'est ça que je veux faire ! », réalise-t-elle. La découverte de sa nouvelle vocation la fait bifurquer vers le département d'administration.

En 1989, diplômée en main, elle décide de s'investir corps et âme dans l'entreprise familiale, aux côtés de ses parents. « Ça ne sera peut-être pas facile », la met toutefois en garde sa mère, responsable de la comptabilité.

Mais au lieu d'aborder cette réalité comme un obstacle, elle choisit plutôt de la voir comme un défi à relever.

### Mission accomplie!

Mme Aumont se décrit comme une leader rassembleuse, une fille d'équipe qui aime s'entourer et faire en sorte que chacun trouve la place qui lui revient.

Son engagement dépasse largement les murs de sa concession. Au fil des ans, elle préside de nombreuses organisations, s'investit dans des fondations et comme mentore, notamment au sein du programme Accélérateur Femmes en automobile de la Banque Scotia. Cette volonté de redonner à l'industrie et à la communauté fait partie de sa nature, dit-elle fièrement. Son adhésion au sein de la Corporation des conces-

sionnaires d'automobiles des Laurentides-Lanaudière (CCALL) sera la clé qui lui ouvrira les portes du conseil d'administration de la CCAQ. Pendant longtemps elle caresse l'idée de s'y impliquer davantage, mais le quotidien en concession ne lui laisse pas suffisamment de latitude pour « le faire comme il faut ». Puis les planètes s'alignent. Son fils aîné est prêt à prendre la relève. Son horaire se libère enfin. Si Mme Aumont cède les rênes de l'entreprise à la troisième génération, elle n'a aucunement l'intention de quitter l'industrie. Elle va simplement « donner son gaz ailleurs ».

Ce « gaz », elle le consacre aujourd'hui à la CCAQ, qui accueille une première présidente dans ses rangs. Loin de vouloir faire figure d'exception avec son nouveau titre, Mme Aumont désire « montrer qu'une femme peut avoir accès à ça ». Dans un milieu où la parité semble encore une utopie, et où de trop nombreuses gestionnaires sont aux prises avec le syndrome de l'imposteur, elle espère que sa nomination motivera la relève.

### Stimulée par le changement

Son entrée en poste survient dans un contexte de transformation profonde de l'industrie. « On est challengés de tous les bords », observe la présidente, avec un enthousiasme non dissimulé pour cette adrénaline qui accompagne le changement. Déterminée à faire « avancer les choses », Mme Aumont entend redorer l'image des concessionnaires auprès des consommateurs avant la fin de son mandat.

Elle rappelle que, dans le milieu, « la relation qu'on développe avec les clients s'étire sur une longue période ». Même si « on ne sait pas comment on vendra des voitures dans 20 ans », elle soutient que ceux qui prioriseront l'humain, employé et client, réussiront à se démarquer et à tirer leur épingle du jeu, peu importe la tournure des événements. ○

# TOURNOI DE GOLF



FONDATION  
de la Corporation  
des concessionnaires  
d'automobiles de Montréal

**16 JUIN 2026**

CLUB DE GOLF SUMMERLEA

PRÉSENTÉ PAR



**Sym-Tech**  
SERVICES AUX CONCESSIONNAIRES

COMPAGNIE DU GROUPE AMYN TA

EN COLLABORATION AVEC



**PLACES LIMITÉES  
RÉSERVEZ DÈS  
MAINTENANT**



CCAM.QC.CA



3e édition du tournoi de golf de la  
Fondation de la CCAM  
Un rendez-vous incontournable  
pour se rassembler et redonner



Brunch dès 8 h  
Coup d'envoi à 10 h 30



Cocktail à 17 h  
Souper 3 services à 18 h



CORPORATION  
des concessionnaires  
d'automobiles de Montréal

Steve Flamand, Hyundai Auto Canada

## Agilité, produit et élan

Un an après sa nomination à la présidence et à la direction générale de Hyundai Auto Canada, Steve Flamand partage quelques réflexions avec *Autosphere*.

TEXTE HUW EVANS

**H**undai fait beaucoup parler d'elle depuis quelques mois. L'année a débuté avec des ventes record pour les marques Hyundai et Genesis au Canada, tandis que le nouveau Hyundai Palisade 2026 a récemment été couronné Utilitaire de l'année par l'Association des journalistes automobile du Canada, après avoir remporté le prix du Camion de l'année en Amérique du Nord en janvier.

Par ailleurs, L'Espoir sur roues de Hyundai a annoncé son partenariat avec le conseil C17, qui comprend un nouveau Fonds de subvention à la recherche d'un million de dollars pour soutenir quatre projets de recherche sur le cancer pédiatrique au Canada sur deux ans, administrés par le Réseau de recherche C17. Pour en savoir plus, nous avons rencontré Steve Flamand, président et chef de la direction de Hyundai Canada, qui célèbre son premier anniversaire à la tête de l'organisation.

### **Autosphere : Comment se sont passées ces 12 derniers mois ?**

**Steve Flamand :** Ça sans contredit été une année mouvementée. Toute l'industrie a traversé une période turbulente : droits de douane, changements de politique concernant les VE et les incitatifs. Malgré les nombreux vents contraires, notre solide réseau de données et notre équipe de direction de grande qualité nous ont permis de réagir rapidement. Grâce à notre envergure mondiale, nous avons pu réorienter la production et amener de nouvelles configurations de véhicules et de nouveaux niveaux d'équipement sur le marché. Cette approche s'est révélée très fructueuse pour Hyundai, car nous avons pu nous adapter aux réalités du marché, ce qui s'est traduit par une année record en 2025. Nous avons terminé avec une part de marché de 8,1 %, soit notre cinquième année consécutive de croissance. Nous sommes très fiers de notre équipe pour avoir accompli cela, et nous sommes déterminés à faire encore mieux en 2026.



Steve Flamand, président et chef de la direction, Hyundai Auto Canada, pose avec le VUS 2026 Palisade primé.

### **AS : Y a-t-il des produits phares qui, selon vous, ont joué un rôle déterminant dans ce succès commercial en 2025 ?**

**SF :** La force de Hyundai réside dans la profondeur et la diversité de sa gamme, qui nous permet de couvrir l'ensemble du marché canadien. Le lancement du Palisade 2026 a été un tournant majeur, et l'ajout d'un modèle hybride s'est avéré particulièrement judicieux dans un segment en forte croissance. En janvier, il était le VUS le plus vendu dans sa catégorie, ce qui confirme que nos produits répondent aux attentes des consommateurs canadiens. Du côté des VE, l'IONIQ 9, notre VUS entièrement électrique à trois rangées, a lui aussi constitué un lancement important pour nous. Parmi nos autres modèles clés, le Kona a été très bien reçu et se maintient au premier rang de sa catégorie depuis longtemps. Nous réinvestissons continuellement dans notre gamme pour la garder pertinente et pour électrifier nos véhicules là où le marché le réclame, avec l'ambition d'avoir un véhicule pour chaque client, quelle que soit la motorisation recherchée. Nous explorons également la technologie à hydrogène avec le NEXO, bien que celui-ci soit actuellement destiné exclusivement aux ventes en flotte. En résumé, notre objectif est de couvrir l'ensemble du marché canadien.



**AS : Du côté des concessionnaires, Hyundai a développé une relation solide avec son réseau au cours de la dernière décennie. Cette formule semble gagnante, notamment lorsqu'elle est combinée à une offre de produits attrayante. Pouvez-vous nous parler de cet élan du côté du commerce de détail ?**

**SF :** Notre industrie se transforme rapidement, surtout depuis le début de cette décennie. Il est donc essentiel pour nous, en tant que constructeur, de faire preuve d'une grande agilité en assurant une communication et une collaboration optimales avec nos concessionnaires. Nous échangeons avec eux chaque jour, et d'ailleurs, la veille de cette entrevue, nous tenions notre plus récente réunion du conseil des concessionnaires à Toronto. Nous y avons abordé franchement leurs enjeux avec la volonté de trouver des solutions, car ils sont les mieux placés pour savoir ce qui se passe réellement sur le terrain.

Cet effort d'ajustement, aussi bien du côté du constructeur que du commerce de détail, s'est traduit par une agilité que peu peuvent égaler sur le marché, et nous en avons clairement vu les bénéfices. Nous sommes extrêmement reconnaissants envers nos 225 concessionnaires pour leur collaboration. Il

régne un véritable esprit d'équipe. Et les chiffres parlent d'eux-mêmes : nous avons connu certaines de nos meilleures années en matière de ventes et de croissance.

**AS : En changeant de sujet, parlons de L'Espoir sur roues de Hyundai (Hope on Wheels). Quels sont les derniers développements de ce programme, qui a connu un bel essor ces dernières années ?**

**SF :** Même si notre mission première est de fabriquer des véhicules et de les vendre et les entretenir par l'entremise de notre réseau de concessionnaires, nous croyons fermement en notre responsabilité envers la société. Il n'y a pas de cause plus noble que d'aider des enfants à combattre le cancer, et c'est pourquoi notre organisation et nos concessionnaires se sont ralliés derrière L'Espoir sur roues. Nous avons amassé plus de 4 millions de dollars, et l'an dernier, nous avons ajouté un nouveau volet au programme. Nous continuerons à aller de l'avant et nous annoncerons bientôt une nouvelle initiative qui viendra alimenter le programme L'Espoir sur roues. L'objectif global est de soutenir tous les centres de recherche sur le cancer pédiatrique partout au pays.

Ce projet nous tient vraiment à cœur, et nous croyons qu'autant à l'échelle corporative qu'avec nos concessionnaires, nous pouvons faire une vraie différence dans la vie des enfants. Notre partenariat avec le conseil C17, annoncé au Salon international de l'auto du Canada, représente une étape majeure dans cette direction.

**AS : Y a-t-il autre chose que vous souhaiteriez mentionner au sujet de Hyundai, de la marque, des produits et du commerce de détail ?**

**SF :** En ce moment, nous avons la chance d'avoir une marque solide, des produits de qualité et un réseau de concessionnaires fort et engagé. En ce qui concerne les produits spécifiquement, les clients recherchent la connectivité, la commodité et la sécurité. Notre objectif est de continuer à repousser les limites et à mettre sur le marché des produits et des solutions qui répondent aux attentes des clients. Le Palisade hybride en est un bon exemple. Nous venons tout juste de le lancer, et bien qu'il offre la puissance la plus élevée de sa catégorie, il affiche également la meilleure économie de carburant. Performance, praticité et responsabilité, voilà les piliers de notre approche actuelle, et cela se reflète dans la croissance de nos volumes de ventes et de notre part de marché. Une stratégie que nous continuerons de mettre de l'avant ici, au Canada. 🇨🇦

# Succès pour l'International de l'auto de Québec

L'International de l'auto de Québec 2026, présenté par iA Auto et habitation en collaboration avec Banque Scotia, est couronné de succès alors que 66 700 personnes ont franchi les guichets de cette grande fête familiale de l'automobile.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

C'est du 3 au 8 mars, au Centre de foires d'ExpoCité, que s'est déroulé cet événement où les visiteurs ont pu admirer et découvrir les modèles de voitures présentés et prendre part aux activités, destinées autant aux enfants qu'aux adultes.

La formule établie par les organisateurs de cet événement repose sur une étroite collaboration des concessionnaires de la grande région de Québec. Pour ces détaillants de voitures, l'occasion d'échanger directement avec des clients potentiels a démontré sa valeur. Et pour les consommateurs, aucun doute que ce contact avec des marchands de proximité est déterminant dans leur prise de décision.

L'International de l'auto de Québec, en collaboration avec le CAA et l'Association des véhicules électriques du Québec, proposait aussi l'essai de 19 véhicules électriques (VÉ) sur un parcours de 5 km. La participation a augmenté de plus de 50% totalisant 1526 essais routiers comparativement à l'année précédente. L'International a été précurseur dans cet accompagnement du virage électrique, proposant de prendre le volant d'un VÉ depuis 2013.

« Plus que jamais, la Corporation Mobilis mise sur la variété, afin de présenter des activités toutes plus amusantes les unes que les autres pour le plaisir de tous, combiné avec la très grande diversité des voitures présentées aux visiteurs confirme que nous avons fait les bons choix », a souligné Charles Drouin, directeur général de l'International de l'auto de Québec.

## La Soirée-Bénéfice Avant-Première

La 21e Soirée-Bénéfice Avant-Première de L'International de

l'auto de Québec s'est tenue le lundi 2 mars, la veille de l'ouverture de l'événement au grand public. Plus de 1 200 convives ont participé à ce prestigieux événement au profit de la Fondation Mobilis, ce qui constitue un record.

Pour le 17e anniversaire de la Fondation Mobilis, les contributions des donateurs ont permis d'atteindre un montant total de 210 000 \$. Le moitié-moitié propulsé par AGA Services automobiles a permis de récolter un montant supplémentaire de 4 000 \$, pour un grand total de 214 000 \$.

Francis Labbé, nouveau président de la Fondation Mobilis, soulignait la portée humaine de la Soirée-Bénéfice Avant-Première. « Chaque activité de financement contribue directement à améliorer la vie de nos bénéficiaires. C'est en rencontrant ces personnes que l'on mesure réellement l'impact positif de notre engagement collectif. »



Un montant de 214 000 \$ a été amassé lors de la soirée avant-première.

CCAQ

## Ralentissement des ventes et incohérence des programmes

Le début de l'année n'a pas été favorable sur le marché des véhicules neufs, et le manque de direction dans les programmes incitatifs à la transition électrique, couplé à un ciel économique nuageux, incite les consommateurs à la prudence.

TEXTE IAN P. SAM YUE CHI

Nos concessionnaires ne s'ennuient pas en ce moment. L'actualité a introduit une poignée de sable dans un engrenage déjà grinçant. Les turbulences au Moyen-Orient, qui ont fait grimper les prix du carburant, touchent directement le portefeuille des consommateurs québécois.

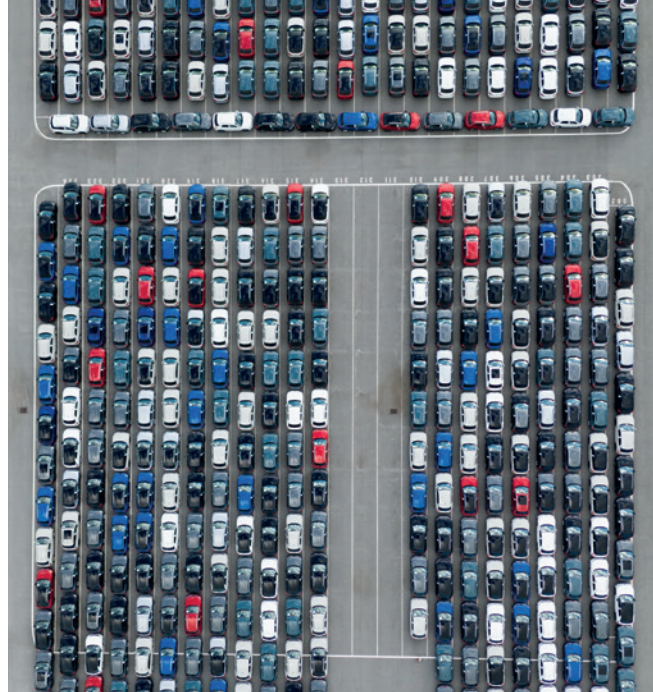
Cette incertitude sur le marché pétrolier signifie, pour chaque automobiliste, 200 \$ de plus à déboursier annuellement pour chaque hausse de 10 cents du litre. Les électromobilistes peuvent voir la situation d'un œil satisfait, certes, jusqu'à ce qu'ils réalisent que la hausse du carburant affecte tous les secteurs de notre économie où le transport routier est impliqué.

En ce qui concerne l'électrification des transports, nous constatons que le gouvernement fédéral a insufflé une nouvelle vie à son programme de subventions en février dernier, couvrant les véhicules électriques et hybrides dont le prix de vente est inférieur à 50 000 \$. C'est un ballon d'oxygène pour les détaillants qui, avouons-le, faisaient face à des inventaires lourds.

### Un besoin de cohérence

Dans un monde idéal, le Québec devrait emboîter le pas et proposer un programme similaire. Mon point de vue sur cette question est que nos instances gouvernementales devraient se concentrer davantage sur des solutions réduisant les émissions de gaz à effet de serre, plutôt que de privilégier une technologie de motorisation particulière.

Nous ne pouvons évoquer les véhicules électriques sans aborder la nouvelle entente entre Ottawa et Beijing. Pour envoyer un message à Washington et assainir les relations com-



Il faut dès maintenant penser à la commercialisation des véhicules électriques chinois.

merciales avec l'Empire du Milieu, le gouvernement Carney a réduit la surtaxe sur les véhicules électriques chinois de 100 % à 6,1 %. À terme, ces véhicules devraient afficher un prix de vente inférieur à 35 000 \$.

Peu de gens savent qu'actuellement, les seuls véhicules chinois qui entrent au pays sont déjà commercialisés ici, comme les Tesla, Polestar et certains modèles de Volvo électriques, et que le seuil de prix ne s'applique pas pour le moment. L'arrivée massive de véhicules électriques abordables chinois ne semble pas se concrétiser pour l'instant, aucun de leurs nombreux constructeurs n'ayant profité de l'entrebâillement de la porte de notre marché pour y glisser le pied.

Cela dit, notre association fait d'ores et déjà entendre sa voix aux décideurs afin que l'arrivée, qui semble inéluctable, de ces véhicules soit prévue et encadrée. Le marché québécois pourrait être preneur, mais la commercialisation doit passer par des canaux commerciaux établis, c'est-à-dire les concessionnaires.

Je considère qu'il est essentiel de protéger le consommateur en confiant la vente et le service de ces voitures, qui n'ont aucun historique au Canada, à des entreprises ayant pignon sur rue. Les expériences antérieures de vente directe de véhicules ont suscité de nombreuses insatisfactions. Lorsque les voitures électriques économiques chinoises arriveront ici, assurons-nous d'en faire une aventure positive pour tous. ○



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

PNEUS



Unimax

# Offre bonifiée dans l'Est du Canada

Le distributeur de pneus Unimax investit dans les capacités de son réseau dans l'Est du Canada.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

Jean Novak, président et chef de la direction d'Unimax, n'a jamais caché la stratégie de solidifier son empreinte commerciale pour ses clients tout en bonifiant l'offre de pneus sur les marchés porteurs au Canada. Cette stratégie structurante améliore la qualité du service offert sur chaque territoire, garantissant une plus grande et plus rapide disponibilité des produits.

Des gestes concrets et des investissements conséquents viennent appuyer cette vision.

Par exemple, en concluant une entente en 2023 avec l'important distributeur North Country Tire, œuvrant principalement en Colombie-Britannique, en Alberta et au Manitoba, Unimax solidifiait sa position dans l'Ouest du pays. Unimax collaborait déjà avec North Country Tire Distributors, et ce, depuis plusieurs années. Aux yeux du président Novak, travailler avec un partenaire crédible, bien implanté et respecté par ses clients est la bonne façon de poursuivre la croissance sur ce marché. ➤

Le président d'Unimax, Jean Novak, veut accompagner l'ensemble des clients canadiens en rapprochant son offre de pneus et de jantes.

Le territoire historique du Québec est bien desservi par la distribution d'Unimax avec Stox. Cette couverture de longue date s'est naturellement prolongée vers l'Ontario et l'Atlantique au fil des ans. Les bases solides construites sur ces territoires sont autant d'acquis sur lesquels le distributeur veut poursuivre sa croissance. La stratégie a toujours été de bien faire les choses, en appuyant l'offre de produits par une minutieuse analyse des besoins du marché. Sous-titre : Accompagner la croissance à l'Est

Actuellement, Unimax multiplie les initiatives concrètes pour renforcer sa présence en Ontario. « Nous voulons rapprocher l'inventaire de nos clients et augmenter notre capacité opérationnelle là où la demande le justifie », explique M. Novak. Les investissements importants réalisés et à venir répondent directement à cette réalité et à un désir de solidifier cette présence.

À l'heure actuelle, l'Ontario est un marché important, tant par son volume que par la diversité de ses clientèles. Unimax compte déjà une équipe sur place, récemment enrichie d'un leader dédié pour cette région. Cette structure permet un travail de proximité sur le terrain et offre une prise de décision plus agile, liée aux constantes évolutions de ce marché particulièrement dynamique.

« Notre présence en Ontario est importante pour affermir nos liens avec nos clients et pouvoir leur offrir le meilleur portefeuille de produits possible », explique le président d'Unimax.

Les investissements dans l'Est du Canada visent donc à accroître les capacités d'entreposage, à améliorer la disponibilité des produits et à bonifier l'ensemble de l'expérience des clients actuels et à venir. Au-delà des mots, Unimax y déploie des infrastructures.

### De la brique et du béton

Ainsi, afin de répondre à la demande : plus de produits et une exécution plus rapide, Unimax a lancé ou réalisé plusieurs projets majeurs pour la période 2026-2027. Tout d'abord, le centre de distribution d'Ottawa est opérationnel depuis le début de 2026, ce qui a immédiatement amélioré la couverture dans l'Est de l'Ontario et l'Ouest du Québec pour le distributeur.

Sudbury, pour sa part, accueillera une toute nouvelle installation, adaptée pour soutenir la croissance sur ce territoire, dont l'ouverture est prévue pour le début de 2027.

Les nouvelles installations de Vaughan, dédiées aux pneus et aux jantes RSSW, ouvriront à la fin du printemps 2026. On parle ici de quelque 175 000 jantes et de 160 000 pneus rendus accessibles pour la grande région de Toronto.



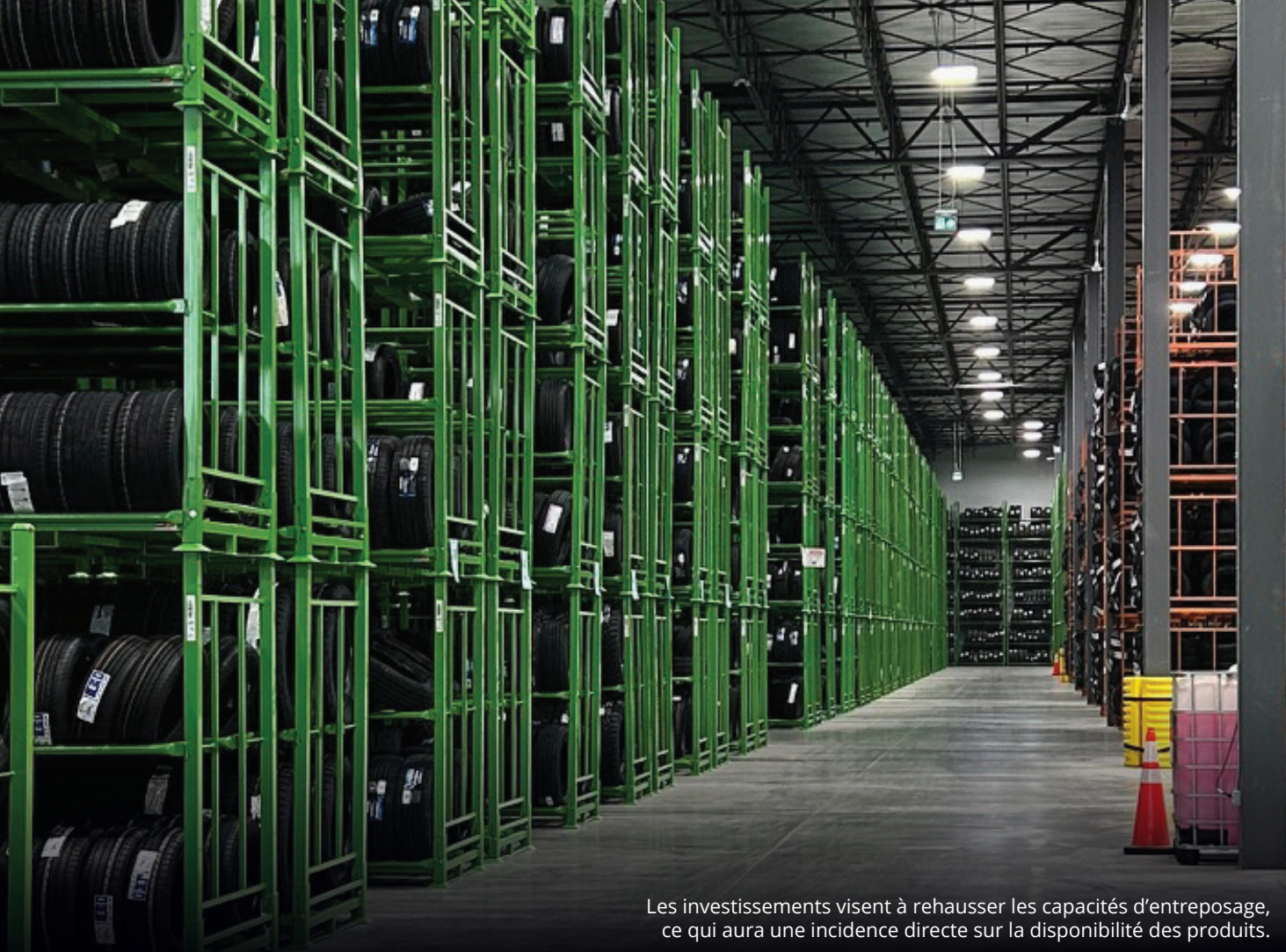
M. Novak rappelle que l'acquisition de la division RSSW en 2025 soutient la vision d'Unimax d'être un leader au Canada dans la distribution de pneus en ajoutant cette offre de jantes en acier ou alliage à son catalogue.

Donc, une portion du nouveau bâtiment de Vaughan sera réservée à ces jantes, facilitant la gestion de l'inventaire et optimisant la distribution sur le territoire ontarien, ajoute M. Novak.

Le Québec n'est pas laissé pour compte, alors qu'Unimax y a investi dans l'agrandissement majeur de ses installations de Chicoutimi, avec une mise en service prévue pour l'automne 2026, portant à 25 000 unités supplémentaires ses capacités d'entreposage.

### Se rapprocher des clients

Dans l'Atlantique, Bedford, près de Halifax, a vu sa capacité augmenter de 30 000 unités avec son agrandissement en 2025. Quiconque pourrait douter de l'engagement d'Unimax dans sa stratégie de redéfinir la notion d'optimisation du service n'aura qu'à tourner son regard vers Terre-Neuve, où un centre de distribution a été ouvert à Pasadena en 2025 pour entreposer 24 000 unités.



Les investissements visent à rehausser les capacités d'entreposage, ce qui aura une incidence directe sur la disponibilité des produits.

« Ce que nous faisons à Terre-Neuve est une belle illustration de notre vision. Nous offrons un service avec des gens de solution, pour offrir aux Terre-Neuviens un accès rapide à nos produits », souligne M. Novak. Évidemment, offrir un bâtiment avec de telles capacités d'entreposage sur l'île transforme la qualité du service et réduit considérablement les délais de livraison pour toutes les catégories de clients.

Au total, l'ensemble de ces projets va augmenter de 294 000 unités la capacité supplémentaire dans l'Est du pays.

### Couvrir tous les besoins

Le président Novak considère que la meilleure disponibilité de pneus et de jantes, jumelée à l'efficacité d'une stratégie de distribution de proximité, sera bénéfique pour tous les clients, qu'ils soient détaillants, concessionnaires ou centres de pneu et mécanique, incluant évidemment les marchands Point S.

« Ces entrepreneurs bien établis dans leurs communautés veulent de notre part des produits de qualité, mais aussi du service », explique le président.

« Nous sommes des passionnés dans le domaine et travaillons avec des experts et des professionnels. Chaque geste que nous posons, chaque investissement que nous réalisons vise à solidifier la qualité de nos relations d'affaires avec tous nos clients. »

C'est sur cette compréhension des besoins de chaque marché spécifique qu'Unimax veut appuyer son développement dans l'Est du pays tout comme partout au Canada.

« La croissance et la pérennité de notre réseau reposent sur notre capacité à l'approvisionner en produits de qualité, au moment et à l'endroit voulus pour l'ensemble de nos clients, peu importe où ils se trouvent », conclut Jean Novak. ○

**« Nos investissements dans l'Est du Canada sont guidés par une seule priorité : mieux servir nos clients. Plus de capacité, plus de produits et une exécution plus rapide — c'est exactement ce que le marché nous demande, et c'est ce que nous livrons. »**

**JEAN NOVAK**  
PRÉSIDENT, UNIMAX

# L'atelier idéal : Comment conjuguer rêve et réalité ?

À quoi ressemblerait l'atelier idéal en 2026 si vous pouviez le concevoir à partir de zéro, sans aucune contrainte ?

TEXTE ISABELLE HAVASY

**F**ermez les yeux. Visualisez-vous en train de franchir la porte vous menant dans l'arrière-scène. L'espace est lumineux. Rien ne détonne. Tout est à sa place. Les techniciens travaillent et se déplacent sans effort. Le flow est constant, le temps perdu, inexistant. Un rêve pour certains, un début de réalité pour d'autres. Mais pour tous, un objectif à atteindre.

En croisant les perspectives d'ateliers, d'équipementiers et de l'Association des spécialistes de pneu et mécanique du Québec (ASPMQ), un constat s'impose : l'environnement de travail s'avère désormais un facteur déterminant. Dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre et d'évolution rapide des technologies, il dépasse le cadre « du simple garage pour devenir une entreprise organisée, où chaque élément (humain, technologique et organisationnel) est aligné vers la performance », spécifie Guillaume Martin, président de l'ASPMQ. Ce changement de paradigme va bien au-delà de l'équipement. Il transforme la manière dont l'espace est imaginé, structuré et vécu au quotidien.

## Suivre le rythme

Au sein du Groupe Carignan, cette vision prend une forme concrète. Louis Carignan, son président, évoque un lieu où règne l'ordre, la fluidité et la maîtrise, où « tout est à sa place, mais surtout, où tout a été pensé pour une raison précise ». Dans leurs installations fraîchement rénovées, « chaque déplacement, chaque outil et chaque poste de travail est optimisé ».

L'atelier, conçu « à partir des flux réels, et non des contraintes héritées », vise à soutenir le rythme plutôt qu'à le ralentir. Dans cet écosystème, l'humain occupe une position centrale. Au lieu de subir, il dicte les règles.

Une approche qui rejoint les réflexions de Snap-on. Le fabricant insiste sur l'importance d'un aménagement pensé en fonction des usages et de la séquence des processus, notamment en centralisant certains équipements et en libérant l'espace de travail pour améliorer la circulation et la visibilité en atelier.



Mais sur le terrain, les meilleures intentions prennent parfois le chemin des oubliettes, le temps de quelques semaines. Francis Garneau, directeur principal des ventes et opérations du réseau Pneus Ratté, admet que, malheureusement, lors des périodes de pointe, « l'outillage qui existe présentement nous ralentit tellement qu'il devient impossible de l'utiliser ».

Le défi n'est donc pas seulement d'avoir sous la main les ultimes solutions, mais d'en trouver qui s'adaptent au rythme réel de l'atelier, peu importe le moment de l'année. M. Martin estime que le recours à de l'assistance mécanique dans la « manipulation des charges permettrait aux techniciens de faire carrière sans s'user prématurément ». Les exosquelettes font partie des pistes évoquées par Maxime Blanchet, directeur des ressources humaines chez Pneus Ratté. Moins contraignante que les aides actuelles, cette nouvelle technologie, qui soutient le mouvement, diminuerait la fatigue liée aux travaux répétitifs tout en améliorant la posture. Elle demeure toutefois difficilement accessible en raison de son coût.

Mais au-delà de ces innovations encore peu répandues, l'enjeu se joue aussi dans l'organisation. Réduire les déplacements, positionner les équipements selon la séquence des opérations et limiter les manœuvres inutiles font en sorte d'alléger les tâches physiques sans nuire au rythme. Chez Martins Industries, cette réalité émerge d'abord dans la manutention des pneus. L'entreprise développe des appareils qui facilitent leur prise en charge et leur transport, afin de diminuer les ef-



Ergonomie et synergie entre équipements et flux de travail figurent parmi les éléments clés de l'atelier de pneus idéal.

forts répétés tout en assurant une exécution constante, un équilibre vital dans un environnement où sécurité et productivité doivent évoluer ensemble.

Si l'on s'y attarde, les éléments clés qui font la différence sur le long terme n'ont rien de spectaculaire. Simples en apparence, ils structurent le travail et contribuent à réduire les irritants. Ils permettent aux techniciens de se concentrer sur l'essentiel, sans compromettre leur sécurité. Ils libèrent aussi du temps. Un temps devenu indispensable pour suivre l'évolution du métier. « Les employés sont vite dépassés dans leurs compétences, donc il faut constamment trouver des façons de les garder à jour », souligne l'équipe de Pneus Ratté. Dans leur environnement idéal, la formation n'est plus traitée à part. Elle s'intègre dans le flux de travail, au quotidien. Un apprentissage continu, en temps réel. Ils se plaisent même à rêver d'un formateur par installation, disponible en tout temps. L'idée de mentorat à l'interne fait aussi son chemin.

### Des équipements intuitifs et intégrés

Cette dynamique repose également sur la façon dont les outils et les équipements sont pensés. Lorsqu'ils sont intuitifs, bien positionnés et intégrés au flux, ils facilitent la montée en compétence et réduisent la courbe d'apprentissage. Du côté de Hunter, cela passe notamment par un accès direct à l'information technique et aux outils de diagnostic à même les postes de travail, permettant aux utilisateurs de valider et d'ajuster


leurs interventions sans interrompre leur séquence. Une organisation qui s'inscrit dans ce que l'entreprise décrit comme une « discipline du flux », où chaque étape s'enchaîne avec un minimum de déplacements et de manipulations.

Au Groupe Carignan, cette logique se traduit par des initiatives concrètes, comme un premier « lunch & learn », un moment au cours duquel les équipes ont eu l'occasion d'échanger avec un technicien expérimenté. Cette « culture de partage » permet aux « plus expérimentés d'accompagner les autres pour que les connaissances circulent. Après tout, ce sont nos connaissances et notre expertise que l'on vend », rappelle M. Carignan.

Repenser l'atelier, c'est aussi élargir le profil de ceux qui y travaillent. « Une grande partie des équipements et des outils ont été conçus selon des standards masculins », relève M. Blanchet.

Une particularité qui peut limiter l'intégration de candidats plus diversifiés. Un environnement plus accessible passe alors par des choix d'aménagement concrets : postes ajustables, appareils qui remplacent le recours à la force physique et installations sanitaires adéquates. Autant d'éléments qui influencent directement la rétention et le niveau d'attractivité.

Au final, l'atelier idéal conjugue technologie, ergonomie, organisation et formation dans un environnement sécuritaire et stimulant, orienté vers l'efficacité et l'expérience des techniciens. Dans cet espace, la sécurité n'est plus une contrainte ajoutée, mais un principe fondamental. Elle se greffe à une série de paramètres (circulation fluide, visibilité accrue, ventilation adéquate, éclairage optimal et gestion du bruit) qui appuient les opérations.

Un atelier performant réduit les déplacements, facilite l'accès aux outils et permet à chaque étape de s'enchaîner naturellement, générant moins de friction, moins de fatigue et un meilleur rendement. L'aménagement et l'équipement doivent pouvoir évoluer au même rythme que le métier. Dans cette nouvelle ère, l'espace s'adapte au technicien, et non plus l'inverse. 

Une erreur s'est glissée en page 25 de notre édition de mars concernant une citation en exergue et le médaillon photo qui l'accompagnait. Tous deux ont été associés à Jason Cawker, alors qu'ils se rapportaient en réalité à Corey Parker.

Nous remercions les intervenants pour leur compréhension et réaffirmons notre engagement envers la rigueur et la qualité de l'information présentée dans nos pages.

# Nokia Tyres

## Crampon activé, crampon désactivé

Nokian Tyres réinvente le pneu d'hiver à crampons.

TEXTE JACK KAZMIERSKI



Le Hakkapeliitta 01 de Nokian Tyres est le premier pneu d'hiver au monde à adhérence à la demande.

Ce qui semblait autrefois impossible est désormais réalité : un pneu d'hiver à crampons capable d'activer et de désactiver ses crampons, le tout nouveau Hakkapeliitta 01.

Nokian Tyres a convié les médias automobiles du monde entier à ses installations d'essai situées dans le nord de la Finlande, à 250 km au-delà du cercle polaire arctique, pour dévoiler cette technologie de pneu révolutionnaire.

*Autosphere Mag* était aux premières loges lors de la présentation technique et a eu amplement l'occasion d'effectuer des essais routiers et de mettre le nouveau pneu à l'épreuve dans diverses conditions hivernales. Selon Mikko Liukkula, directeur du développement chez Nokian Tyres, lui et son équipe d'ingénieurs travaillaient depuis de nombreuses années à la conception d'un pneu capable de déployer ses crampons sur demande.

### Pneu concept

« En 2014, nous avons présenté un pneu concept doté d'un bouton permettant d'activer et de désactiver les crampons, a-t-il expliqué. Mais la technologie était si complexe qu'elle n'aurait jamais pu être produite en série, et chaque pneu coûtait plus cher que la Porsche que nous utilisions pour le tester. »

Cela dit, comme le prototype avait suscité beaucoup d'attention de la part des médias et des consommateurs à l'époque, Nokian Tyres était déterminée à trouver un moyen de commercialiser cette technologie. « Nous avons essayé de nombreuses façons différentes de transformer ce pneu concept en réalité, a-t-il ajouté, mais la plupart de nos tentatives se sont soldées par une impasse et nous avons dû repartir de zéro. »

M. Liukkula et son équipe ont finalement eu l'idée d'incorporer dans le pneu une couche spéciale de caoutchouc, connue sous le nom de « couche de base adaptative », destinée à loger la bride inférieure de chaque crampon. Par temps froid, cette couche durcit et maintient les crampons en position « activée ». Par temps doux, elle reste souple et malléable, permettant à chaque crampon de s'enfoncer dans la bande de roulement et

de demeurer en position « désactivée ». En d'autres termes, lorsque la température ambiante est suffisamment basse pour que de la glace se forme sur les chaussées, la couche de base adaptative est assez rigide pour maintenir les crampons en position « activée ». Lorsque la température monte au point où la glace fond, la couche de base adaptative devient assez souple pour maintenir les crampons en position « désactivée ».

### Test en laboratoire

Bien que Nokian Tyres n'ait pas précisé la température ambiante exacte à laquelle la couche de base adaptative passe de l'état dur à l'état mou, et vice versa, la présentation technique ainsi que nos propres essais lors de la portion « laboratoire » du programme semblaient indiquer que les crampons demeurent en position « activée » sous les -5 degrés Celsius, et en position « désactivée » lorsque la température dépasse 5 degrés Celsius.

Cela soulève une autre question technique intéressante : que se passe-t-il lorsque la température ambiante est suffisamment basse pour maintenir les crampons en position « activée », mais qu'ils ne sont plus nécessaires parce qu'on roule sur une chaussée sèche ?

M. Liukkula a fourni l'explication suivante : « Si vous roulez sur une route dégagée par -20 °C à 100 km/h, chaque crampon frappe la route 14 fois par seconde, ce qui le pousse vers l'intérieur à chaque impact. Ce petit mouvement répétitif réchauffe la couche de base adaptative, qui se ramollit, permettant aux crampons de s'enfoncer dans le pneu et d'y rester. »

Selon Nokian Tyres, la transition entre les positions « activée » et « désactivée », et vice versa, se fait très rapidement : « Nous avons testé le pneu en le faisant sortir directement d'un garage chauffé pour passer immédiatement aux tests d'adhérence sur glace, et il s'adapte instantanément, même dans ces conditions », précisait l'entreprise dans l'un de ses documents de foire aux questions techniques. Entre la couche de base adaptative et la bande de roulement se trouve un autre

composant essentiel, appelé « couche de verrouillage », conçu pour maintenir chaque crampon fermement en place.

### Nouvelle bande de roulement, nouveau caoutchouc

En plus de la technologie d'activation et de désactivation des crampons, le Hakkapeliitta 01 se distingue par une nouvelle conception de bande de roulement et un nouveau caoutchouc. Ce pneu a été conçu avec des blocs de roulement plus petits que ceux du pneu d'hiver phare de la marque, le Hakkapeliitta 10, afin d'offrir une meilleure adhérence sur neige et davantage de capacité de mordage. Il est également doté de deux types de lamelles 3D autobloquantes : latérales et centrales. Les lamelles latérales améliorent la directivité et l'adhérence sur neige, tandis que les lamelles centrales assurent une meilleure stabilité.

De plus, le caoutchouc de la bande de roulement a été spécialement conçu pour améliorer l'adhérence sur sol mouillé. Selon Hans Dyhrman, directeur du marketing de Nokian Tyres Amérique du Nord, le Hakkapeliitta 01 offre une adhérence sur sol mouillé supérieure de 5 % à celle du Hakkapeliitta 10.

La disposition des crampons du Hakkapeliitta 01 a été optimisée par ordinateur : les crampons centraux maximisent les capacités de freinage et d'accélération, tandis que les crampons latéraux maximisent l'adhérence latérale pour une meilleure tenue en virage.

Les crampons sont les mêmes que ceux utilisés dans le Hakkapeliitta 10, a précisé M. Dyhrman, mais avec une modification notable. « La tige est la même que celle que nous utilisons dans le Hakkapeliitta 10, a-t-il ajouté, mais nous avons modifié le collet pour lui conférer un meilleur mordant. »

Des fibres d'aramide (utilisées dans les gilets pare-balles) sont intégrées dans les flancs du Hakkapeliitta 01 pour tous les pneus de 18 pouces et plus, a précisé M. Dyhrman. L'aramide renforce mécaniquement les flancs pour une durabilité accrue et améliore la résistance aux coupures et aux chocs causés par les obstacles routiers, comme les nids-de-poule.

### Caractéristiques principales

Nokian Tyres a intégré plusieurs caractéristiques remarquables dans le nouveau Hakkapeliitta 01, notamment un indicateur d'usure qui permet aux consommateurs de savoir d'un coup d'œil quelle profondeur de sculpture reste disponible : 8, 6 ou 4 mm. Chaque pneu arbore également l'emblème Electric Fit de la marque. « Il indique aux consommateurs que nous avons testé ce pneu sur de nombreux véhicules électriques différents, a déclaré M. Dyhrman. Nous

effectuons des tests sur des véhicules électriques depuis plus d'une décennie. » Le Hakkapeliitta 01 affiche fièrement le symbole du flocon de neige sur trois sommets (3PMS) sur son flanc, juste à côté du symbole Ice Grip. « Le symbole 3PMS atteste de l'accélération sur neige, tandis que le symbole Ice Grip atteste d'un excellent freinage sur glace », a ajouté M. Dyhrman.

Nokian Tyres a aussi intégré sa technologie SilentDrive dans 24 des principales tailles du Hakkapeliitta 01 destinées aux véhicules électriques. Cette couche de mousse acoustique, fixée à l'intérieur du pneu, réduit le bruit de roulement jusqu'à sept décibels. De plus, la rétraction des crampons sur chaussée sèche rend ces pneus beaucoup plus silencieux que les pneus à crampons traditionnels.


### Consommateurs et réglementation

Le nouveau Hakkapeliitta 01 a été conçu pour ne déployer ses crampons qu'en cas de besoin, et selon l'entreprise, « cela contribue à réduire l'usure de la chaussée en assurant un contact routier plus doux et plus efficace lorsque l'adhérence maximale des crampons n'est pas requise. »

Autrement dit, le Hakkapeliitta 01 devrait être beaucoup moins dommageable pour la chaussée que les pneus à crampons traditionnels. En théorie, ces pneus devraient donc être autorisés dans les endroits où les pneus à crampons traditionnels sont actuellement interdits, comme sur les voies publiques de certaines provinces et dans certains stationnements intérieurs privés.

Toutefois, comme l'a expliqué Wes Boling, directeur principal des communications et du contenu chez Nokian Tyres, « ils sont toujours considérés comme des pneus à crampons. » Cela signifie que de nombreux conducteurs canadiens ne pourront pas acheter ces pneus pour leurs véhicules personnels sans risquer une amende.

En déployant automatiquement les crampons lorsque les conditions glacées exigent une adhérence maximale, et en les rétractant lorsqu'ils ne sont pas nécessaires, Nokian Tyres a créé un pneu promettant une sécurité accrue, une usure réduite de la chaussée et un fonctionnement plus silencieux.

Bien que l'adoption à plus grande échelle dépende en fin de compte des mises à jour réglementaires et de l'information transmise aux consommateurs, la technologie du Hakkapeliitta 01 annonce clairement une nouvelle orientation pour la mobilité hivernale, où la conception intelligente du pneu s'adapte harmonieusement aux réalités toujours changeantes de la conduite hivernale. 

Bridgestone

## Redéfinir la performance hivernale

Porté par une technologie de mélange de caoutchouc à évacuation d'eau avancée et la certification Ice Grip, le nouveau Blizzak IcePeak livre des performances accrues en freinage, en tenue de route et en accélération.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

**B**ridgestone s'est récemment associée à Alfa Romeo pour présenter son dernier pneu d'hiver, le Blizzak IcePeak, et pour donner aux médias l'occasion de le comparer avec le Blizzak 6, lancé l'année dernière.

Alfa Romeo a fourni trois véhicules pour l'occasion : le Tonale, la Giulia et le Stelvio, chaussés du Blizzak 6 ou du Blizzak IcePeak. Les participants ont ainsi pu comparer les deux pneus directement sur les pistes du Complexe ICAR, au nord de Montréal.

### Des produits radicalement différents

Si les deux pneus se sont montrés à la hauteur des conditions hivernales, la différence de comportement était néanmoins frappante. Le Blizzak 6 rassurait par sa prévisibilité, tandis que le Blizzak IcePeak impressionnait par son adhérence supérieure, mordant dans la glace et la neige pour offrir une tenue de route, un freinage et une accélération remarquables.

Jason Alterman, directeur du contenu de formation en ventes aux consommateurs chez Bridgestone, a expliqué ce qui différencie ces deux pneus. « Ces deux pneus sont bien distincts, a-t-il dit. L'IcePeak est doté de notre technologie «Multicell», qui élimine l'eau en surface pour maximiser l'adhérence sur glace. Elle fonctionne dans les conditions hivernales les plus difficiles : neige profonde, neige tassée, verglas, sans exception. Vous pouvez aller du point A au point B en toute sécurité avec le Blizzak IcePeak. »


Le Blizzak 6, en revanche, ne possède pas la technologie Multicell et a été conçu pour maximiser les performances dans des conditions plus sèches et plus chaudes, a expliqué M. Alterman.

« Même au volant d'une berline, d'un multisegment ou d'une voiture de sport, vous profitez pleinement des performances de votre véhicule, avec la certitude de pouvoir affronter toutes les conditions hivernales », a-t-il ajouté. En somme, les consommateurs qui doivent choisir entre ces deux pneus d'hiver devraient se concentrer sur leurs besoins et leurs priorités. « Si vous devez conduire dans les conditions hivernales les plus dangereuses, l'IcePeak est fait pour vous, a affirmé M. Alterman. Si vous souhaitez un pneu offrant des performances accrues sur glace et neige, tout en conservant les sensations de conduite de votre berline ou voiture sport, le Blizzak 6 est la voie à suivre. »

### La certification Ice Grip

Une autre différence clé entre les deux pneus réside dans le fait que, bien que les deux soient dotés de la certification 3PMS, seul l'IcePeak possède la certification Ice Grip. « La certification Ice Grip est relativement nouvelle, a expliqué M. Alterman. Pour l'obtenir, un pneu doit freiner au moins 18 % mieux qu'un pneu de référence sur glace. Ensemble, les certifications Ice Grip et 3PMS définissent le summum de la performance hivernale. »

M. Alterman a annoncé que le Blizzak IcePeak sera offert en 107 dimensions destinées à couvrir une grande variété de véhicules. « Nous abandonnons deux produits, le WS90 et le DM-V2, a-t-il ajouté. L'IcePeak prend la relève en 107 dimensions, de 14 à 22 pouces, ce qui épure et consolide la gamme Blizzak. »

La majorité des dimensions pourront être commandées dès mai 2026. Selon Bridgestone, une fois les 107 dimensions disponibles, le Blizzak IcePeak couvrira 97 % du marché nord-américain des véhicules légers. 

# Michelin L'évolution d'un chef de file du marché

Comment Michelin a pris le pneu X-Ice Snow et repoussé encore plus loin les limites de la performance, de la longévité et de l'efficacité avec le nouveau X-Ice Snow+.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

Depuis des années, le Michelin X-Ice Snow est l'un des pneus d'hiver de prédilection de nombreux consommateurs canadiens.

Michelin a récemment donné aux amateurs du X-Ice Snow encore plus de raisons de se réjouir en dévoilant une version nouvelle et améliorée : le X-Ice Snow+. Même si le nom n'a guère changé (hormis l'ajout du signe « + »), et que la sculpture de la bande de roulement est demeurée la même, ce nouveau pneu surpasse l'original à bien des égards.

## L'ADN Michelin

« Nous avons lancé le X-Ice Snow il y a six ans, explique Omer Waysman, vice-président, Marketing B2C chez Michelin Amérique du Nord, mais notre ADN chez Michelin, c'est d'innover en continu. » M. Waysman indique qu'ils ont mis leurs ingénieurs au défi de prendre un pneu déjà excellent et de le rendre encore meilleur. « Ce dont je suis le plus fier, c'est que nous n'avons fait aucun compromis, ajoute-t-il. Nous avons simplement amélioré plusieurs aspects de la performance. »

Michelin souligne que ce pneu a été conçu pour durer, promettant « une durée de vie de la bande de roulement supérieure de plus de 26 % à celle de trois grands concurrents ».

Bien que cela soit impressionnant, la vraie question est de savoir comment ce nouveau pneu se compare à l'original. Selon M. Waysman, le X-Ice Snow+ offre une adhérence et des capacités de freinage améliorées par rapport au pneu d'origine : 1 % de mieux sur la neige, 4 % de mieux sur la glace, 14 % de mieux sur chaussée mouillée, et 7 % de mieux sur bitume sec.

## L'« ingrédient secret » de Michelin

Le X-Ice Snow+ se distingue par un nouveau composé : la gomme de roulement avancée FLEX-ICE™ 3.0, que Michelin présente comme son « ingrédient secret ».



Le nouveau Michelin X-Ice Snow+ arbore à la fois le symbole 3PMS et le symbole Ice Grip.

David Griese, directeur de catégorie de produits, Segment hiver, Michelin Amérique du Nord, explique qu'il s'agit du plus récent composé de l'entreprise, développé spécifiquement pour le pneu X-Ice Snow+.

« Je peux vous dire que chaque gomme de roulement comporte trois ingrédients principaux : un élastomère, qui est l'épine dorsale du caoutchouc ; d'autres matériaux comme les plastifiants et les additifs, dont des huiles ; et des matières de charge, notamment la silice. Pour ce nouveau composé de roulement, nous avons modifié ou ajusté les trois. »


Par ailleurs, comme les pneus d'hiver roulent inévitablement une partie de la saison sur des routes asphaltées sèches, Michelin a fait un effort supplémentaire pour s'assurer que le X-Ice Snow+ soit le plus silencieux possible.

« Nous avons utilisé la technologie d'accordage acoustique Piano pour réduire le bruit de roulement et offrir une conduite plus silencieuse et confortable, précise M. Griese. C'est un outil logiciel et de simulation qui nous permet de minimiser le bruit généré par les pneus. »

## Expérience sur piste d'essai

Pour démontrer les capacités du nouveau pneu X-Ice Snow+, Michelin a invité les médias à le tester en comparaison directe avec certains des meilleurs pneus d'hiver actuellement sur le marché : le Continental VikingContact 8, le Nokian Hakkapeliitta R5 EV et le Bridgestone Blizzak WS90.

Sur glace comme sur neige, le nouveau pneu X-Ice Snow+ a livré un meilleur contrôle que ces autres pneus, même si, dans certains cas, la différence était minime. Rien d'étonnant : on parle ici de pneus parmi les mieux cotés du marché.

Avec le X-Ice Snow+, Michelin ne s'est pas contenté de rafraîchir un produit existant, la marque a poussé plus loin une référence hivernale déjà bien établie. 

Redéfinir la performance

# Le nouveau visage des pneus UHP

Les pneus UHP modernes remettent en question les idées préconçues et allient confort, durabilité et silence de roulement à une adhérence et une tenue de route améliorées.

TEXTE JACK KAZMIERSKI

Longtemps réservés aux voitures sport et aux amateurs de sensations fortes, les pneus UHP (ultra haute performance) ont tranquillement fait leur chemin vers le grand public. Si cette réalité est bien connue des professionnels du secteur, certains consommateurs ont encore du mal à croire que leur berline familiale ou leur VUS a été conçu pour ce type de pneu.

« Historiquement, les pneus UHP étaient surtout associés aux véhicules de luxe ou aux voitures sport haut de gamme. Ces segments demeurent importants, mais le marché a considérablement évolué ces dernières années », affirme Aadil Dutli, directeur de segment de produits — PLT et STR chez Dynamic Tire. « Les pneus UHP ne sont plus réservés aux véhicules de performance de niche. Ils sont de plus en plus répandus dans de nombreux segments du marché. »

James McIntyre, vice-président principal des ventes au Canada et du développement de produits en Amérique du Nord chez Sailun Tire Americas, souligne que cette croissance est en grande partie attribuable aux VUS, aux VUM et aux berlines sportives, les véhicules électriques venant quant à eux créer une nouvelle vague de demande.

« De ce fait, la catégorie elle-même évolue », ajoute-t-il. « Autrefois composée principalement de pneus d'été UHP, elle s'est maintenant élargie, intégrant aussi les pneus quatre-saisons et les ultra-ultra haute performance (UUHP), qui s'apparentent davantage à des produits conçus pour la course. »

En pratique, M. McIntyre explique que les conducteurs canadiens veulent pouvoir profiter de la performance tous les jours, pas seulement la fin de semaine. « Ils veulent un pneu qui tient la route au quotidien : sur l'autoroute, par temps mouillé, et même en mi-saison », précise-t-il. « C'est pourquoi on observe un engouement pour ce que j'appellerais la catégorie du « bolide du quotidien », plutôt que dans des applications purement destinées aux passionnés. »

Chris Jillings, directeur de marque chez Michelin, abonde dans ce sens, ajoutant que l'indice de vitesse est un facteur clé à considérer lors du choix d'un pneu UHP. « Au Canada, le parc de véhicules s'est largement tourné vers les VUM et les VUS, et beaucoup de ces véhicules exigent des pneus UHP à indice de vitesse V ou W », dit-il. « Autrefois synonyme de pneus d'été haute performance, la catégorie UHP a bien évolué au Canada :



## Michelin Pilot Sport All Season 4

Développé sur circuit et éprouvé sur la route, le Michelin Pilot Sport All Season 4 offre des performances ultra-élevées durables. Il promet une adhérence optimale sur sol sec et mouillé en toutes saisons.



## Sailun Atrezzo SVA 2 UHP

Le pneu quatre-saisons ultra haute performance Sailun Atrezzo SVA 2 a été conçu pour une performance et une durabilité optimales. Il offre une traction, une maniabilité et une stabilité supérieures.

les quatre-saisons en représentent aujourd'hui la majorité des ventes, et cette part ne cesse de croître. »

### Le manque de connaissances

Pourtant, malgré cette croissance, bien des conducteurs peinent encore à comprendre pourquoi leurs véhicules chaussent désormais des pneus jadis réservés aux voitures haute performance.

« Beaucoup de consommateurs croient que les pneus UHP sont conçus uniquement pour la conduite à haute vitesse, mais ce n'est là qu'une facette de la réalité », affirme M. Jillings. « Les pneus UHP ont bien plus à offrir que la vitesse pure. En virage, sur chaussée mouillée, en pleine charge : ils rendent la conduite plus sûre et plus assurée, que ce soit sur l'autoroute ou dans la circulation de tous les jours. »

Les consommateurs doivent également comprendre que la conception des pneus UHP a considérablement progressé ces dernières années. « Certains mythes persistent », indique M. McIntyre de Sailun. « Celui qui revient le plus souvent : UHP rime automatiquement avec conduite sèche et usure rapide. C'était peut-être vrai il y a plusieurs années, mais les pneus UHP modernes offrent un bien meilleur équilibre entre performance, durabilité et confort. »



**Triangle EffexSport TH202**  
L'EffexSport TH202 a été conçu pour une maniabilité exceptionnelle à haute vitesse. Il offre une adhérence supérieure et une direction précise dans toutes les conditions de conduite, garantissant un contrôle maximal.

Les consommateurs ont encore beaucoup à apprendre et, selon M. Dutli de Dynamic Tire, mieux les informer est un pas dans la bonne direction. « Les détaillants et les professionnels de l'industrie peuvent aider les consommateurs à comprendre que les pneus UHP ne sont pas réservés qu'aux amateurs de vitesse, ils rendent la conduite plus sûre et plus contrôlée pour tout le monde », ajoute-t-il.

**« Beaucoup de consommateurs croient que les pneus UHP sont conçus uniquement pour la conduite à haute vitesse, mais ce n'est là qu'une facette de la réalité. »**

CHRIS JILLINGS DIRECTEUR DE MARQUE, MICHELIN


### Des avancées technologiques de pointe

Les pneus UHP d'aujourd'hui bénéficient de décennies de progrès en matière d'ingénierie et de savoir-faire technique. « L'un des grands axes d'innovation dans le développement de ces pneus est la formulation des mélanges »,

explique M. Dutli. « Alors que les pneus UHP étaient traditionnellement conçus pour une adhérence et une tenue de route maximales sur les voitures sport, leur utilisation croissante sur des véhicules grand public a obligé les fabricants à repenser l'équilibre des caractéristiques de performance. »

Les mélanges modernes sont conçus pour offrir une excellente tenue de route sur sol sec et une bonne traction sur sol mouillé, tout en améliorant le confort, la longévité et le silence de roulement. « La robustesse de la construction est un autre développement clé », ajoute-t-il. « À mesure que les véhicules deviennent plus lourds et plus puissants, notamment les grands VUS et les véhicules électriques, les pneus doivent être dotés de structures internes renforcées et d'indices de charge plus élevés pour assurer stabilité, durabilité et performances constantes. »

Enfin, croyez-le ou non, les pneus UHP d'aujourd'hui ont été conçus pour être plus séduisants visuellement. « L'esthétique devient un facteur de différenciation majeur dans le segment des pneus haute performance et ultra haute performance », souligne M. Jillings de Michelin. « Les fabricants développent de nouvelles technologies qui offrent aux concepteurs industriels une bien plus grande liberté pour créer des éléments très contrastés et en relief sur les flancs comme sur les sculptures. Ces éléments visuels ne font pas que signaler la performance, ils renforcent également l'identité de la marque. »

Plus sûrs, plus robustes et plus beaux que jamais, les pneus UHP sont désormais incontournables sur un nombre croissant de véhicules, ce qui augure bien pour ce segment en 2026 et pour les années à venir. 



Les pneus M. Gagné

## Les clients traités comme de la visite

En lavant à 15 ans le camion remorque de son frère, Dominic Tremblay ne se posait pas de grandes questions philosophiques. Manuel de nature, il se concentrait simplement sur le moment présent.

TEXTE GUY O'BOMSAWIN

Que ferait-il après avoir eu l'esprit bien formé par la rigueur des règles du français et du latin au séminaire ? Il n'y pensait guère, sinon qu'il ne ferait jamais le métier de routier professionnel de son père. Deux ans plus tard, plusieurs ont été étonnés d'apprendre qu'il avait en poche un DEP en Mécanique automobile.

Embauché par VW d'Alma sitôt diplômé, il n'a jamais quitté ce paradis saisonnier de la chasse et de la pêche qu'est le lac Saint-Jean. Question de circonstances, dont la fermeture de la concession VW durant une décennie, Dominic Tremblay se retrouvera donc dans un réseau de pneus qui disparaîtra, ainsi qu'au sein de la plus grande chaîne de services automobiles.

### Mille après mille...

En attendant son retour chez VW, où il occupera tous les postes allant du service après-vente à la direction générale en passant par le service à la clientèle et les ventes proprement dites, il deviendra ainsi maître en pneus.

Comment bien connaître ses produits, sinon en les testant. Ce qu'il a fait pendant huit ans à titre de gérant de territoire chez Pneus Président. Exactement ce qu'il fallait pour parler en connaissance de cause des caractéristiques et du comportement de tous les modèles de pneus. Ferré en pneus et en formation technique, Dominic Tremblay fera ensuite sa marque au Canadian Tire de Chicoutimi.

Lorsqu'en début quarantaine il a eu cette occasion en or de réaliser l'objectif de devenir propriétaire en acquérant l'atelier Pneus M. Gagné appartenant à la famille qui avait eu la première concession VW d'Alma, il était plus que prêt.

M. Tremblay, qui ne se laisse jamais décontenancer, trouve une solution à tout, quelle que soit la nature ou l'importance d'un dossier, et gère en tenant compte de l'avenir ; d'où, entre

autres, l'embauche en 2024 de trois employés marocains. D'une sociabilité contagieuse, il préfère de loin se tenir à l'accueil plutôt qu'à son bureau, et se sentir au cœur de l'action tant auprès de la clientèle que de sa dizaine d'employés permanents. Son intérêt y est d'autant plus important qu'il connaît à fond tous les aspects de ses services, que ce soit par son expérience ou l'ensemble des formations dont il a bénéficié, sinon par ce qu'il a tiré des dizaines de sessions qu'il a données.

### Sécurité en tête


En somme, il est toujours l'homme de la situation, particulièrement lorsque les clients s'interrogent sur l'à-propos des choix ayant une incidence sur la sécurité, pneus d'hiver en tête.

S'il attire l'attention sur le fait que leur adhérence doit être sous notre climat supérieure à ce que préconisent la loi et les fabricants, Dominic Tremblay insiste sur le cas des véhicules électriques. Ceux-ci ont un tel poids - 5000 lb ou plus - qu'il s'impose de choisir les pneus les plus efficaces, et de les remplacer bien avant qu'apparaisse l'indice d'usure maximale légale.

Sous cet aspect, il rappelle volontiers qu'il est de loin préférable de déboursier dans le but d'augmenter ses chances de freiner à temps que de risquer de causer des dommages irréparables ou des pertes de vie.

Ce type de conseil va de pair avec ces clients qu'il perçoit comme de la visite qu'on a le plaisir de recevoir.

### M. Gagné - 50 ans

Le nom de cet atelier est celui de Marcel Gagné, qui avait ouvert une carrosserie en 1975. Graduellement transformée en centre du pneu à partir de 1997, l'entreprise s'alliera au réseau UNIPNEU en 2006, devenu Point S en 2015. 

ASPMQ

# Le pouvoir de la standardisation

Dans les centres de pneus et mécanique, le rythme est souvent intense. Entre les urgences, les clients pressés et la gestion des équipes, les journées passent vite.

TEXTE ASPMQ

Dans ce contexte, plusieurs entreprises fonctionnent encore de façon très intuitive, misant sur l'expérience et l'improvisation. Pourtant, un levier simple et souvent négligé peut transformer le quotidien : la standardisation des processus.

Standardiser ne veut pas dire rigidifier ou déshumaniser le service. Il s'agit plutôt de s'entendre sur des processus de travail structurés, connus de tous, afin de limiter les pertes de temps, les erreurs et les zones grises. Un atelier où chacun travaille « à sa façon » peut sembler flexible, mais cette liberté apparente entraîne souvent des coûts cachés.

Oublis, reprises de travail, différences dans les estimations, mauvaise communication interne ou insatisfaction de la clientèle sont fréquemment liés à l'absence de processus bien définis. Ces irritants finissent par peser autant sur la rentabilité que sur le climat de travail. À l'inverse, des processus simples et bien structurés, de l'accueil du client jusqu'à la remise du véhicule, permettent de fluidifier les opérations et de stabiliser la qualité du service. Ils favorisent notamment :


- une meilleure efficacité au quotidien ;
- une réduction des erreurs et des pertes de temps ;

- une intégration plus rapide des nouveaux employés ;
- une expérience client constante, peu importe l'employé en poste.

La standardisation a également un impact direct sur le bien-être des équipes. Lorsque les attentes sont claires et les étapes connues, les employés se sentent plus confiants, plus autonomes et moins stressés.

Pour les gestionnaires, c'est aussi un outil de gestion précieux. Des processus bien établis facilitent la délégation, la formation et le suivi de la performance, tout en réduisant la dépendance à certaines personnes clés.

Dans un contexte où la pénurie de main-d'œuvre et la pression sur les marges sont bien réelles, la standardisation des processus est un outil stratégique. Elle permet aux ateliers de mieux contrôler leurs opérations, de soutenir leurs équipes et d'offrir un service à la hauteur des attentes de la clientèle québécoise.

Structurer ses façons de faire aujourd'hui, c'est se donner les moyens de croître plus sereinement demain. 



# MÉCANIQUE

11<sup>th</sup> ANNUAL MEETING CONGRESS  
**BÂTIS POUR CELA**  
MARS 12-15  
CEN OC

11<sup>th</sup> ANNUAL MEETING CONVENTION  
**BUILT FOR THIS**  
MARS 12-15  
CEN OC



**BRAKEBEST** **IMPORTDIRECT** **MICROGARD** **POWER** **SUPER START BATTERIES**



copie ébola dette nation projet  
reboisement syndicalisation profits  
décrochage réfugié

Vast-Auto Distribution/O'Reilly Pièces d'Auto

## Une équipe unie tournée vers l'excellence

L'acquisition du Groupe Del Vasto par O'Reilly Pièces d'Auto en 2024 positionne le duo de manière très avantageuse sur le marché canadien. Le récent Congrès « Bâtis pour cela », qui s'est tenu à Québec en mars, a été l'illustration parfaite d'une équipe unie par un esprit de collaboration et un engagement commun envers l'excellence du service à la clientèle.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

Le vert était à l'honneur durant cet événement qui s'est tenu du 12 au 15 mars 2026, marquant l'intégration des couleurs d'O'Reilly au sein de l'organisation montréalaise. L'an dernier, on parlait d'apprendre à travailler ensemble et de bâtir les fondations de ce partenariat. Cette année, un nombre record de participants (900 inscrits), comprenant des magasins de pièces, des gestionnaires d'ateliers et leurs proches, a pu constater les résultats très positifs et concrets de cette nouvelle dynamique.

« Au cours des derniers mois, nous avons appris à mieux nous connaître et à embrasser les valeurs de respect et de travail bien fait de la famille O'Reilly », explique Steve Bujold, directeur régional des ventes, lors d'une entrevue avec *Autosphere*. « Il est important de comprendre qu'O'Reilly Pièces d'Auto est une puissance dans l'industrie de l'après-marché automobile. Avec plus de 6 500 magasins en Amérique du Nord, c'est un géant qui fait bénéficier notre marché de son savoir-faire et de ses bonnes pratiques, tout en offrant à nos clients une gamme inégalée de services, de pièces et d'outils. » ➤

Les membres de l'Équipe  
Vast-Auto Distribution/O'Reilly Pièces d'Auto.



En effet, le développement de l'offre de produits a occupé une place importante durant le congrès, avec l'arrivée progressive de nouvelles familles de pièces dans les magasins.

Bon nombre de ces ajouts, y compris des marques exclusives, apportent une valeur ajoutée significative et enrichissent la diversité de l'offre sur le marché canadien, tout en répondant aux besoins spécifiques des clients et aux normes réglementaires. Les nouvelles marques comprennent notamment la populaire gamme de batteries Super Start de l'entreprise, les composants de freinage BrakeBest, les filtres MicroGard, les plaquettes et disques de frein ainsi que les compresseurs de climatisation Import Direct, la gamme Murray Climate Control, ainsi que les outils et fournitures Power Torque.

### Une équipe solide

En discutant avec les membres canadiens de cette entreprise, il est évident que la famille O'Reilly a acquis l'expertise d'une équipe hautement qualifiée en intégrant le Groupe Del Vasto. Non seulement leurs clients et partenaires seront rassurés de voir que les personnes avec lesquelles ils ont tissé des liens d'affaires, voire d'amitié, au fil des ans, sont toujours en poste, mais le nombre d'employés au Canada s'est enrichi de centaines de nouveaux talents au cours des derniers mois.

« O'Reilly Pièces d'Auto partage nos valeurs concernant le bien-être de nos membres de l'équipe », reprend M. Bujold. « Nous sommes également heureux de constater que le développement des membres de l'équipe est clairement encouragé, puisque l'entreprise privilégie une philosophie de promotion à l'interne. Cela est inspirant et valorisant pour tous, particulièrement pour les membres de la relève, qui peuvent envisager des perspectives de carrière prometteuses au sein de notre organisation. »


Cette approche axée sur le soutien se fait également sentir chez les gestionnaires de magasins, qu'ils soient indépendants ou corporatifs, ainsi qu'auprès des ateliers de réparation au sein du réseau.

### Couvrir large

O'Reilly Pièces d'Auto a une stratégie intéressante concernant ses magasins. Pour cette entreprise, les magasins offrent leurs services et leurs inventaires aux ateliers mécanique, tout en ouvrant aussi leurs portes aux consommateurs et bricoleurs (DIY). Des circulaires sont distribuées dans divers secteurs pour attirer cette clientèle à fort potentiel, mais traditionnellement négligée par les magasins de pièces automobiles.

Les magasins verront leurs inventaires enrichis pour suivre cette stratégie commerciale qui, comme le précise M. Bujold, n'enlèvera rien aux ateliers. « Les ateliers de notre réseau, qu'il s'agisse de M Mécanique 360 / M 360 Mechanic, Certifié Auto Service / Certified Auto Repair, Octo Auto Service Plus et Auto Mécano, vont bénéficier d'un plus vaste choix de pièces de qualité, incluant les marques exclusives d'O'Reilly. De plus, nous allons améliorer le service en assurant des livraisons plus rapides et plus fréquentes. » Divers programmes promotionnels sont également mis en place pour attirer davantage de clients et les fidéliser.

L'accès à des programmes de formation reste essentiel pour le réseau. L'Académie Vast-Auto Distribution a d'ailleurs accueilli un nouveau formateur cette année, et l'innovant programme Vérifié Électrique garde toute sa pertinence.

Si l'année 2025 a été marquée par la transition pour Vast-Auto Distribution, 2026 pourrait être reconnue comme le moment charnière où magasins de pièces et ateliers du réseau commenceront à récolter les fruits d'une acquisition réalisée dans le respect de l'expertise de chacun. 

# Reconnaisances

Lors du gala de remise des prix tenu le samedi soir, les participants se sont réunis afin de célébrer et de reconnaître l'excellence et les performances remarquables à travers l'ensemble du réseau. Vast-Auto Distribution/O'Reilly Pièces d'Auto est fier de reconnaître les récipiendaires des prix 2026 suivants :

## Parts City Pièces d'Auto / Parts City Auto Parts de l'année



**Québec : Distribution 20-100 –  
Martin Boulet**



**Atlantique/Ontario : Atlantic Auto Parts  
Resource Inc. – Craig Champion**



**Corporatif : Parts City Auto Parts /  
CAPS Old Innes - Justin Fischer**

## Certifié Auto Service / Certified Auto Repair de l'année



**Pneus Premier Choix  
Benoit Sarrazin**

## M Mécanique 360 de l'année



**M Mécanique 360 Roberval  
Daniel Girard et Ghislain Meunier**

## Représentant manufacturier de l'année



**Québec  
Zota Catalin – Agna Brakes**



**Ratté et Frenette Inc.  
Martin Frenette**

## Fournisseur de l'année



**FCS Auto  
June Zhou et Rick Caiello**

## Auto Mécano de l'année



**Toretto Pneus et Mécanique  
Alexandre Boivin**

## OCTO Auto Service Plus de l'année



De plus, plusieurs prix ont été remis lors du Gala, notamment trois voyages pour deux personnes à Malaga, en Espagne. Les gagnants sont :

### Daniel Ostiguy

Danos Mécanique / Certifié Auto Service

### Danny Côté

Garage Guy Asselin / Certifié Auto Service

### Alain Morel

M Mécanique 360 Jean-Talon Ouest



**Atlantique/Ontario  
Marc Woodburn - Mevotech**

# À la conquête du temps perdu

Et si les clients s'attendaient à plus qu'à des services d'entretien automobile ?

TEXTE ISABELLE HAVASY



Motorworld München : un ancien dépôt ferroviaire transformé en lieu dédié à l'automobile.

Dans un ancien dépôt ferroviaire de Munich, les visiteurs déambulent entre les restaurants et les boutiques. Ils interrompent leur errance le temps d'admirer une rutilante McLaren ou une sympathique Fiat exposée sous les projecteurs. Un peu plus loin, ils s'arrêtent pour observer les artisans qui bichonnent, retapent ou entretiennent une variété de véhicules.

Dans les zones techniques, visibles depuis les aires publiques, les opérations d'entretien se déroulent au vu et au de tous. Les métiers de l'automobile ne se cachent plus derrière les murs d'un garage. Ils se donnent en spectacle.

Bienvenue à Motorworld München. Dans ce complexe hors norme, plus de 25 marques automobiles cohabitent avec la restauration, l'hôtellerie et les commerces. Cette destination de la mobilité dispose également d'espaces pour la formation et l'événementiel. Aujourd'hui, Motorworld Group exploite une dizaine d'oasis du genre à travers l'Europe.

Le concept pousse très loin une idée simple : optimiser l'attente des clients en leur proposant des services connexes à

même l'endroit où ils se trouvent ou à proximité. Bien qu'encore au stade embryonnaire dans le secteur du marché secondaire, le phénomène a donné naissance à diverses initiatives aux quatre coins du globe.

Ces ateliers Nouvelle Vague s'inscrivent dans une tendance plus large associée à l'économie de la commodité (*Convenience Economy*) où les entreprises cherchent à limiter les irritants tout en valorisant le temps des clients qui font appel à leur expertise.

En injectant une touche de praticité, les ateliers mécaniques ont désormais la possibilité de changer leur image en transformant l'expérience d'attente, les faisant évoluer du simple lieu de passage obligé vers un « milieu de vie » accueillant.

## Un écosystème automobile

À l'instar d'un magasin à grande surface, le mégacentre A PIT Autobacs Shinonome de Tokyo s'étend sur plusieurs niveaux.

## Optimiser les visites

Nouvellement en poste à la présidence de TotalEnergies Marketing Canada, Stéphane Talleneau est au fait de cette tendance de maximiser les visites des clients, puisqu'en Europe, nous explique-t-il en entrevue, la compagnie vend du carburant, certes, mais souvent associé à des services. En fait, l'entreprise souhaite créer de la valeur, pour le client, mais aussi pour ses partenaires commerciaux.

Les stations situées sur les autoroutes et gérées sous forme de concession, outre les produits et services pétroliers (carburant, zone de gonflage...), ont une offre large de produits d'entretien automobile, de produits alimentaires régionaux, mais aussi des franchises de restauration. Du fait de l'électrification du parc automobile, des zones de chargement des batteries des véhicules se sont fortement

développées ; ce qui amène le propriétaire du véhicule à passer plus de temps en station. Au Québec, TotalEnergies Marketing Canada souhaite poursuivre le développement de ses centres de vidange rapide, pour renforcer sa visibilité et sa notoriété. « Nous travaillons étroitement avec ces partenaires pour qu'ils ajoutent à ce service des entretiens légers, comme le changement de pneus par exemple. » M. Talleneau a bien compris avec son expérience sur divers marchés, que de rendre la vie plus facile aux automobilistes peut aussi se traduire par plus de revenus pour le fournisseur de services.



Les pièces automobiles et équipements pour la course occupent à eux seuls un étage complet. Dans un café Starbucks ou dans les espaces de détente, les propriétaires peuvent suivre, sur des écrans, la progression des travaux sur leur bolide, hébergé dans l'immense garage au sous-sol.

Le lieu ne cherche pas seulement à faire patienter. Il donne une raison de rester sur place. L'entretien mécanique sert de point d'entrée vers une expérience culturelle plus large.

### Miser sur le bien-être

D'autres initiatives intègrent des services liés au bien-être. Girls Auto Clinic jumelle la mécanique automobile aux soins esthétiques dans son atelier de Pennsylvanie. L'établissement abrite le Clutch Beauty Bar Lounge & Salon. À chaque visite, les clientes ont droit à une manucure offerte par la maison.

L'atelier londonien The Garage London met, pour sa part, une salle d'entraînement privée, des espaces de gaming et des installations de massage à la disposition de sa clientèle.

Pas de budget, pas de problème! Rehausser l'expérience ne rime pas nécessairement avec investissement colossal.


Au Minnesota, East Central Auto Sales & Repair a, par exemple, choisi de parier sur la zoothérapie. L'atelier fait la promotion de sa thérapie canine pendant votre attente. Quoi de mieux qu'un mignon Golden Retriever pour vous faire oublier, le temps d'un câlin, vos problèmes mécaniques? Plus près de chez nous, le Groupe Desharnais fait figure de pionnier du mouvement dans la province. Loin de la considérer comme une tendance, Mélanie

Desharnais, vice-présidente de Desharnais Pneus et Mécanique, soutient que cette approche s'aligne tout simplement avec l'ADN de l'entreprise. Ici, la notion de famille occupe une place centrale, tant derrière que devant le comptoir, et l'innovation a, depuis plus de 75 ans, servi de ligne directrice. « On a toujours eu cette volonté de faire les choses différemment, d'amener une petite touche intéressante », explique la VP.

Dès 2003, la succursale du boulevard Pierre Bertrand à Québec intègre un café-resto, accessible à tous, et même un bassin d'eau avec une chute, pour créer une ambiance plus zen, avec des poissons « que les enfants pourront nourrir ». Aujourd'hui, la zone aquatique a tiré sa révérence, mais l'espace de jeu pour les bambins s'est bonifié et le café-resto a laissé tomber ses murs.

### Une tendance à surveiller

Bien qu'encore marginalisées dans notre industrie, ces initiatives révèlent un potentiel sous-exploité pour attirer ou fidéliser une clientèle qui court de plus en plus après son temps. Dans un marché où la compétence technique constitue la base, l'expérience devient un facteur de différenciation.

Certains ateliers misent sur le divertissement, d'autres sur le bien-être ou la culture automobile. Mais, quel que soit l'angle adopté, un mouvement semble prendre forme. Trop longtemps considéré comme un lieu de passage et d'attente, le garage traditionnel se situe à l'orée d'une mutation, alors que certains commencent à l'imaginer comme un endroit où l'on peut aussi rester, circuler... et parfois même revenir par choix. 



**SI C'EST UNE PIÈCE,  
ON CONNAÎT ÇA.**



M MÉCANIQUE  
360

1321

M Mécanique 360 Mont-Laurier

## Martin Gauthier est un chef de file 2.0 et VÉ+

Avoir pignon sur rue depuis 55 ans, être dans un même réseau depuis quatre décennies et au sommet de l'expertise en VÉ, a quelque chose d'exceptionnel.

TEXTE GUY O'BOMSAWIN

À ce titre, J.C. Bolduc Alignement, dont la façade est aux couleurs de M Mécanique 360, est un atelier-phare sur lequel les automobilistes de Mont-Laurier ou de passage ont la chance de compter.

Ouvert en 1968 et successivement acquis en 1971 par le père de Martin Gauthier et par lui-même en 2001, cet atelier symbolise la nouvelle alliance entre la mécanique et la technologie des véhicules électriques.

Précurseur, Martin Gauthier a depuis 2022 le statut le plus élevé du Programme Compétences VÉ, enrichi en 2025 en fonction des nouvelles technologies. L'attestation Vérifié Électrique de Vast-Auto s'est aussi ajoutée à cette expertise.

En ce domaine, rien n'est occulte pour lui. En plus d'être à l'origine un mécanicien de deuxième génération, ce garagiste de 50 ans a été formé en radiocommunication et y a travaillé durant 7 ans.

Il connaît parfaitement ce monde de l'électronique qui a radicalement transformé l'automobile. Connaissant de A à Z cette technologie et son langage, il a profité de la COVID pour se recentrer,

s'y remettre entièrement à jour, et faire de son atelier une solide référence en services VÉ.

À l'évidence, Martin Gauthier est à l'image de son cheminement qui, outre son intérêt également marqué pour l'électronique automobile, avait aussi eu en parallèle l'occasion de gérer des opérations et du personnel.

S'il a beaucoup appris, seul ou accompagné, ce professionnel partage

ses connaissances sans retenue. Il est loin d'en être chiche, aussi heureux d'en faire bénéficier ses employés que de s'enrichir de leur expérience.

### Une belle relève

Ce qu'il illustre en soulignant ce plaisir qu'il a eu à échanger avec ses mécaniciens qui ont pris leur retraite récemment ! Des pros du sans-retours et de l'entraide qui étaient là depuis 1971 et 1978.



Martin Gauthier partage la propriété de l'atelier J.C. Bolduc Alignement avec sa conjointe Valérie Bondu.

Qu'ils se soient retirés est une perte : l'équivalent d'une page de la culture du bien-faire et du sens des responsabilités, mais quelle chance il a eu avant leur départ d'avoir recruté un Mexicain.

Arrivé en 2020, Hector, qui a été technicien Volkswagen pendant 10 ans, représente la relève idéale, admet-il. Un modèle. Il avait été recommandé par Michel Pagano, de Recrutement International Canari.

Au-delà des rituels, ce sont les valeurs qu'il porte qu'on aimerait faire revivre : discipline, respect, vaillance, générosité, honnêteté et esprit de partage ; toutes vertus maîtresses.

Provenant de Pachuca, à proximité de Mexico, Hector s'est établi à Mont-Laurier avec sa famille et entend bien devenir citoyen.

### Gravir les échelons

Martin Gauthier, ayant de prime abord suivi les traces de son père, a fait ses premiers pas à l'adolescence en mécanique en exécutant les tâches de base.

De fait, il s'agissait non seulement de remplacer les pneus, et l'huile, mais d'avoir surtout la chance de démonter et remonter moteurs et transmissions sous un œil averti.

Outre son exceptionnel profil, le niveau enviable qu'il a atteint résulte également des programmes de mise à jour pointus offerts par l'Académie Vast-Auto, dont le réputé technicien Wilson Almeida est le maître. Situé presque à mi-chemin entre Montréal et l'Abitibi, J.C. Bolduc Aligement a obtenu en 2010, 2016 et 2023 le Prix de l'Atelier de l'année décerné par Vast-Auto. 🏆



L'atelier J.C. Bolduc Aligement, qui est membre du réseau M Mécanique 360, et associé à Vast-Auto depuis 40 ans, est situé à l'entrée Est de Mont-Laurier depuis 1991.

## Un pro à 10 ans

Tout jeune, Martin Gauthier craquait à la vue de ce qui se démontait, tant il avait hâte d'en connaître le fonctionnement ; la montre mécanique ayant évidemment été son laboratoire de prédilection.

Reconnaissant ses aptitudes manuelles, son côté poussé de l'observation et son caractère fonceur, ses parents lui avaient permis à 10 ans d'installer lui-même le système d'irrigation de la pelouse !

# Survoltez votre atelier!



## Avec ce logiciel de gestion

- Facturation rapide
- Module de comptabilité complet
- Aide et mise à jour incluses
- Module de Rétention de Clientèle (MRC)
- Beaucoup, beaucoup plus !



Appelez-nous pour un essai gratuit  
1 800 268-4044

[www.vlcom.com](http://www.vlcom.com)



## Bâtir pour l'avenir

La Conférence de l'industrie canadienne de l'entretien et de la réparation automobile 2026 d'AIA Canada, tenue du 10 au 12 mars à Toronto, affichait complet !

TEXTE SHIRLEY BROWN

Des experts du milieu y ont livré des séances riches en contenu qui ont certainement donné matière à réflexion aux participants. La séance du mardi s'adressait aux jeunes professionnels, sous forme d'une table ronde de mentorat éclair, et a réuni un grand nombre de participants. Le mercredi, Tony Kuczynski, président du conseil d'AIA Canada, et Emily Chung, présidente et chef de la direction, ont ouvert les présentations. Des prix ont été remis lors de la cérémonie : le Prix du service distingué a été décerné à Tony Canade, du Groupe Boyd, et le Prix jeune leader de l'année est allé à Adam Malik, de Turnkey Media Solutions.

### Changer de vitesse

Mme Chung a présenté « Changer de vitesse : le présent et l'avenir du secteur de l'entretien automobile canadien avec AIA Canada. » Une table ronde a suivi : « Cap sur les talents : bâtir une main-d'œuvre prête pour l'avenir — la croissance de notre industrie en dépend ! » Stephanie Cooney-Mann a animé la séance avec les panélistes Chris Theodorates et Saifullah Sanaye.

Des séances simultanées sur la gestion et la performance des entreprises ont suivi. Murray Voth, président de RPM Training, a présenté « Enjeu de main-d'œuvre ou enjeu opérationnel : qu'est-ce qui freine les ateliers de réparation ? »

Les ateliers de réparation composent avec des enjeux de main-d'œuvre, des processus en constante évolution et des attentes variées des clients. Aujourd'hui, la hausse du coût de la vie pèse sur les budgets des ménages, ce qui se répercute sur les décisions d'entretien et la fidélisation. M. Voth a présenté des stratégies concrètes pour harmoniser les opérations, la formation et la culture d'entreprise, ainsi que fidéliser les techniciens qualifiés et répondre aux attentes des clients tout en préservant la rentabilité.

Pruthvi Brahmhatt, d'UAP Inc., a ensuite présenté « Comblé l'écart de talents : comment les jeunes professionnels vont pérenniser l'industrie de l'entretien automobile ». Il a démontré que les jeunes professionnels s'imposent comme des acteurs

clés du changement dans des domaines tels que la préparation aux VE, la durabilité et l'innovation numérique. L'IA, l'automatisation et les compétences en employabilité transforment les rôles. La séance a fourni des stratégies concrètes pour évoluer dans une industrie qui ne ralentit pas.

Ryan Robinson, de Deloitte a ensuite présenté « Naviguer dans l'incertitude », un tour d'horizon des tendances, risques et occasions qui définiront le paysage automobile canadien. Une chose est certaine : le secteur évolue à vive allure sous l'effet des forces technologiques, réglementaires et économiques.

Un panel de PDG et de hauts dirigeants s'est ensuite penché sur les enjeux réels qui façonnent le secteur de l'entretien automobile. Lorraine Sommerfield a animé la discussion avec les panélistes Nick Brunet, président et chef de la direction de Bestbuy Distributors ; Alain Primeau, président d'UAP Inc. ; et Nick Field, vice-président des ventes chez Uni-Select Inc.

### Au-delà du simple partenariat coopératif

Lucas Chang a partagé des études de cas récentes sur l'engagement auprès de la relève étudiante en fabrication, construction et automobile en Ontario. Il a expliqué que les partenariats en place ont permis aux étudiants d'acquérir de nouvelles compétences et de réseauter avec des professionnels de l'industrie, leur offrant ainsi de nombreuses occasions de vivre leurs apprentissages sur le terrain. Emily Holtby, vice-présidente des relations gouvernementales d'AIA Canada, a animé la séance « Des urnes aux affaires : un an plus tard et ce que cela signifie pour l'industrie canadienne de l'entretien automobile, un regard actualisé sur les élections fédérales ». David Coletto d'Abacus Data a indiqué que le sentiment des consommateurs et des électeurs a « changé ». Il a aussi présenté les tendances émergentes et ce qu'elles signifient pour l'industrie de l'entretien automobile.

Cette conférence de l'industrie a fourni une mine de connaissances à tous les participants... mais il faut déjà penser à la prochaine ! 🍷

## Le retour en arrière est parfois nécessaire

Les voitures d'aujourd'hui comptent sur des technologies différentes de celles d'autrefois, notamment en matière de performance de consommation de carburant.

TEXTE MARK POTVIN

Sans reculer très loin dans le temps (moins de 10 ans), ces technologies servent à améliorer le rendement et l'économie d'essence sur certains véhicules. Malheureusement, il arrive que ces avancements n'atteignent pas les résultats attendus. J'ai récemment été témoin de cette tentative d'amélioration technologique qui n'a donné que du fil à retordre au propriétaire de ces voitures. Je ne veux pas nommer les deux constructeurs qui l'utilisent, mais pour ceux et celles qui ont été témoins de cette composante qui, à mon avis, n'aurait jamais dû voir le jour, il sera facile d'approuver que le thermostat variable soit un échec dans notre industrie.

### Gestion de température

Les problèmes de thermostat (ou valve de contrôle du liquide de refroidissement — CCV) sur certains modèles de 2018 à 2025 sont fréquents, souvent bloqués en position ouverte,

provoquant une chaleur faible, une lente montée en température et le code erreur P0126 (température trop basse), P0128 (température trop longue à atteindre) ou P0125 (insuffisance de la température du liquide de refroidissement pour le bouclage du carburant), ce qui entraîne une mauvaise gestion du carburant, une surconsommation et un ralenti instable.

De plus, l'été, le moteur doit atteindre la bonne température de fonctionnement pour être moins polluant et bien performer. La différence entre les deux thermostats en soi est mécanique et électronique. Le bon vieux thermostat mécanique a, depuis plus de cent ans, prouvé que son fonctionnement est efficace.

Quant au thermostat électronique, il a été retiré dans les nouveaux modèles de ces constructeurs puisqu'il causait trop de problèmes. Parfois, il est nécessaire d'aller faire un essai routier avec le véhicule en question puisque le problème ne sera pas présent avec le moteur qui tourne en position de stationnement. En roulant, l'air qui arrive dans le radiateur avec un thermostat ouvert est automatiquement refroidi, donc aucune chaleur présente.

Prenez le temps de bien faire vos vérifications avec l'équipement approprié. Bon diagnostic à tous ! 🚗



Mark Potvin est spécialiste du diagnostic mécanique et électronique.

# RENOUVELEZ SANS TARDER GRATUITEMENT !



### EN LIGNE

Remplir le formulaire sur :  
[autosphere.ca/reabonnement](https://autosphere.ca/reabonnement)



### VIA MOBILE

Balayez le code QR,  
remplissez le formulaire et  
continuez à recevoir votre copie.  
[autosphere.ca/reabonnement](https://autosphere.ca/reabonnement)

# Une voiture électrique qui conserve toute son énergie

Notre voiture électrique doyenne en matière de kilomètres parcourus est passée chez nous il y a quelques semaines pour un problème de recharge. Cette automobile se recharge sans problème sur les bornes publiques rapides, mais à la maison, ça ne fonctionne pas.

TEXTE STEVE OSBORNE

**S**autons en mode diagnostic. Le véhicule est un Kia Niro EV 2019. Avant même de rentrer le véhicule dans le garage, on fait un petit test sur une de nos bornes, question d'éliminer un problème qu'on classerait « résidentiel ». Hélas, le véhicule indique bien qu'il est branché, mais rien ne se passe.

Une fois l'analyseur branché, on retrouve le code d'anomalie *POD5C BATTERY CHARGER HYBRID/EV BATTERY OUTPUT POWER PERFORMANCE*. La charte de diagnostic est assez courte et manque de clarté, d'où l'importance de consulter l'information disponible dans l'analyseur pour comprendre ce qui se passe.

Pour les moins habitués avec les VE, sachez que le chargeur embarqué (*onboard battery charger*) est un module présent sur tout ce qui est branchable. Il convertit le courant CA provenant de la borne de recharge en courant CC pour permettre la recharge de la batterie haute tension. Il s'agit d'un module essentiel au fonctionnement de ce type de véhicule.

La charte dans Prodemand pour un Niro laisse à désirer. On nous demande d'effacer les codes, et si après un essai de recharge le code revient, on nous réfère à un lien vide. Difficile de prendre une décision basée sur cette information. Cepen-



Le chargeur embarqué de la Niro qui demandait un remplacement.

**Pour les moins habitués avec les VE, sachez que le chargeur embarqué (*onboard battery charger*) est un module présent sur tout ce qui est branchable.**

dant, analyseur en main, on peut faire une petite vérification qui pourrait nous assister dans notre processus. Le chargeur embarqué nous donne une lecture du voltage qui entre (110V ou 240V provenant de la borne) et le voltage qui sort. Sur la Niro, on voit clairement 240V, mais rien à la sortie. Et puisque cette mesure est prise à l'intérieur du module, on peut conclure qu'on doit le remplacer.

Pièce remplacée, recharge à nouveau fonctionnelle, la petite Niro comptant 498 000 kilomètres derrière la cravate a pu retrouver la route avec son propriétaire très heureux au volant! 🚗



Steve Osborne est propriétaire, avec sa conjointe Jennifer Gilbert, de l'atelier Osborne Service de Val-Joli. Il baigne dans la mécanique depuis son enfance. [oborneservice2012@gmail.com](mailto:oborneservice2012@gmail.com).



## Le paradoxe de la vigilance

Il faut prêter une oreille attentive — et parfois sceptique — au client qui pointe du doigt une « défaillance de l'IA » pour justifier un froissement de tôle.

TEXTE DENIS PAGEAU

**S**i le débat sur la responsabilité juridique reste ouvert, il soulève une vérité mécanique brutale : le relâchement de la vigilance humaine à cause des systèmes avancés d'aide à la conduite.

Au fil de mes diagnostics, le constat s'impose : plus la technologie devient performante, plus le conducteur tend à endormir ses réflexes, augmentant ainsi les risques d'accident. C'est le paradoxe de notre époque.

Certes, les alertes proactives, angles morts, radars et freinages d'urgence sont des filets de sécurité indispensables. Mais attention au mirage : un système qui « corrige » n'est pas un système qui « remplace ». Pour un conducteur qui a déjà démissionné mentalement, l'électronique la plus poussée ne sera jamais qu'un spectateur impuissant de l'accident. En mécanique comme sur la route, l'outil ne vaut que par la main qui le guide.


### Le conducteur reste maître à bord

Qu'on ne s'y trompe pas : malgré la débauche de capteurs, le conducteur demeure, juridiquement et techniquement, le seul véritable « gardien du véhicule ». Pour les systèmes de niveau 1 et 2, ceux que nous voyons passer tous les jours en atelier avec leur maintien de voie et leur régulateur de vitesse, les

mais sur le volant ne sont pas une option, c'est une obligation de vigilance.

La donne change dès qu'on bascule dans l'avant-garde du niveau 3. Là, si les conditions sont réunies, la loi autorise enfin à déléguer le volant. Cela s'applique uniquement pour certaines régions. Dans ces cas précis, la responsabilité glisse vers le constructeur ou le concepteur.

Mais attention au réveil : tant qu'on ne roule pas dans un salon roulant 100 % autonome (niveaux 4 et 5), le jugement du conducteur surpasse n'importe quel algorithme. L'IA n'est qu'un outil, au même titre qu'un étrier de frein ou un arbre à cames ; elle assiste, elle ne remplace pas.

Face à un client qui remet en cause sa machine après un accident, notre rôle change. Il faut savoir être factuel et empathique : écouter l'angoisse du client, certes, mais ramener le débat sur le terrain de la technique brute... Analyser les données d'une machine pour savoir si l'IA était active est une science complexe qui ne laisse que peu de place au doute. 



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

CARROSSERIE



**FIX AUTO**  
**EDMONTON WEST**





Fix Auto Edmonton West

## Valeurs familiales, réussite exemplaire

En s'associant à Réseau Fix, l'entreprise de carrosserie familiale Rosanova est devenue un groupe multiétablissements de premier plan.

TEXTE HUW EVANS

**E**n 1974, Otto Rosanova ouvrait son premier atelier de carrosserie à Edmonton, en Alberta. Cinq décennies et trois générations plus tard, cette entreprise est devenue un groupe multiétablissements florissant, avec des emplacements aux quatre coins de la région d'Edmonton. Le fils d'Otto, Albert, et son petit-fils Mike supervisent une exploitation qui regroupe cinq centres de carrosserie et trois établissements de service automobile complémentaires, employant collectivement 110 personnes dans la communauté edmontonienne, dont des techniciens, des peintres, des estimateurs, des directeurs de production, des représentants du service à la clientèle, des coordonnateurs de pièces et du personnel administratif. Max, le frère de Mike, est pour sa part carrossier compagnon à l'établissement au nord d'Edmonton.

M. Rosanova explique qu'il a grandi dans les centres de carrosserie exploités par son grand-père et son père, avant de rejoindre l'entreprise du côté des opérations. « Mon père, Albert, a contribué à la croissance de l'entreprise et l'a menée dans l'ère moderne », dit M. Rosanova. « En participant davantage aux opérations, j'ai pris un rôle de leadership plus grand et je supervise aujourd'hui les opérations et la croissance de nos établissements. Il est vraiment gratifiant de pouvoir bâtir sur l'héritage des générations précédentes. » ➤

En partenariat avec Réseau Fix, la famille Rosanova a bâti un impressionnant groupe multiétablissements (de g. à d. : Max, Otto, Mike et Albert).

## Rejoindre un réseau

Alors qu'Albert prenait les rênes de l'entreprise, la modernisait et la faisait croître, il a compris que pour assurer l'avenir de l'entreprise, il fallait rejoindre un réseau de carrosserie. La consolidation s'accélérait partout au Canada, et les assureurs se tournaient de plus en plus vers les grands exploitants pour établir des ententes à fort volume et des programmes de réparation directs (DRP). C'est donc naturellement que la famille Rosanova a envisagé de rejoindre un réseau de réparation en franchise, et c'est grâce à des contacts dans l'industrie qu'ils ont découvert Réseau Fix.

« À mesure que notre entreprise continuait de croître, nous cherchions un partenaire jouissant d'une solide réputation et d'excellentes relations avec les assureurs, ainsi qu'un cadre clair quant au fonctionnement des franchisés au sein du réseau. » M. Rosanova précise que Réseau Fix s'est démarqué par son professionnalisme, le soutien offert à ses franchisés et son engagement envers des normes de réparation élevées.

Pour un groupe multiétablissements, la cohérence est primordiale, et les systèmes et procédures solides et bien établis de Réseau Fix, conjugués à une formation rigoureuse et à un encadrement opérationnel, en faisaient un partenaire tout indiqué pour les Rosanova. « Nous devons vraiment saluer l'équipe de Réseau Fix pour nous avoir aidés à garder une longueur d'avance. Du côté de la formation, Jeff Francis a été d'une grande aide, et la possibilité de collaborer avec d'autres franchisés de Réseau Fix s'est révélée très bénéfique. »

## Une valeur ajoutée considérable

M. Rosanova souligne que cette collaboration, et la possibilité



Fix Auto Edmonton West est l'un des huit établissements du portefeuille de ce groupe multiétablissements.

d'échanger des idées avec d'autres établissements qui vivent les mêmes difficultés, a été extrêmement bénéfique pour le groupe. Ce type d'entraide renforce chaque exploitant individuellement, mais aussi l'ensemble du réseau et, par extension, toute l'industrie de la carrosserie.

En tant que groupe multiétablissements, la standardisation des processus et des procédures dans tous les établissements est une priorité absolue, et M. Rosanova est fier de noter que chaque centre offre une gamme complète de services de réparation. On y retrouve notamment les réparations structurelles et en aluminium, les réparations certifiées OEM, le recours aux technologies de pointe et la finition. « Chaque établissement est standardisé », explique M. Rosanova. « L'aménagement est similaire, l'équipement est le même, et le personnel est formé

PHOTOS BARBARA HEINZMAN



Des investissements importants en formation et en équipement ont été au cœur du succès de l'entreprise.





pour effectuer des réparations de haute qualité tout en maintenant des relations personnelles solides avec notre clientèle. »

L'établissement choisi pour notre séance photo de cette édition d'Autosphere, Fix Auto Edmonton West, couvre environ 20 000 pieds carrés. Comme les autres établissements, il dispose de baies d'entrée et d'estimation bien distinctes, ainsi que de zones de production spécialisées équipées d'outils performants de redressage de châssis et de mesure. « Chaque établissement est équipé de cabines de peinture et de pulvérisation modernes, ainsi que d'outils spécialisés pour les réparations certifiées OEM », explique M. Rosanova.

### Des véhicules de plus en plus perfectionnés

Au fil de la croissance de l'entreprise, la famille Rosanova a


misé sur ses ressources humaines, son équipement et sa technologie pour être en mesure de réparer des véhicules de plus en plus perfectionnés. M. Rosanova est convaincu que c'est essentiel pour que les carrossiers gardent une longueur d'avance dans une industrie en pleine évolution. « Les véhicules sont de plus en plus sophistiqués, et nous devons donc continuer à investir en conséquence », dit-il. M. Rosanova reconnaît toutefois que malgré l'évolution constante de la technologie et des techniques de réparation, le succès à long terme d'une entreprise repose avant tout sur des bases solides.

« Les bonnes personnes, de bons processus et un engagement constant envers la qualité, c'est l'essentiel ; sans ça, on ne peut pas réussir », dit-il.

Pour ce qui est de l'avenir, M. Rosanova souhaite renforcer chaque établissement du groupe, tout en explorant des occasions de croissance réfléchies.

### Un facteur déterminant de croissance et de succès

« Réseau Fix a joué un rôle déterminant dans notre succès et notre croissance », dit-il, « et nous avons bien hâte de continuer sur cette lancée, avec un partenaire aussi solide à nos côtés. »

Les perspectives sont encourageantes, et le parcours de la famille Rosanova depuis 1974 est remarquable. Mais, pour M. Rosanova, ce qui compte avant tout, c'est que l'entreprise demeure ancrée dans ses valeurs familiales, même si elle est devenue une exploitation à plusieurs établissements. « L'héritage que mon grand-père a bâti, poursuivi par mon père, guide encore notre façon de faire aujourd'hui. Nous sommes très fiers de ce que nous avons accompli et avons hâte à la suite, surtout avec Réseau Fix à nos côtés. » 



Chaque centre de carrosserie peut effectuer une gamme complète de réparations, y compris les travaux d'aluminium et de structure.



Un espace de réception chaleureux, véritable marque de commerce de Fix Auto Edmonton West.



## La complexité des pièces et de leur réparation

L'information pour réparer les pièces de carrosserie existe, mais le processus est-il rentable ?

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

**L**es nouveaux polymères, plastiques, aluminium, aciers de toutes sortes, voire la fibre de carbone rendent la réparation des pièces de carrosserie complexe, parfois impossible.

Pour mieux comprendre cette tendance des constructeurs à utiliser constamment de nouveaux matériaux, nous avons interrogé Jean-François Gargya, directeur général du réseau de carrosseries CarrXpert. Ce réseau, détenu par la Corporation des concessionnaires automobiles du Québec, est naturellement le plus proche des constructeurs, travaillant étroitement avec les détaillants de véhicules neufs. Cette position privilégiée permet-elle aux réparateurs de se préparer aux nouveautés et de s'équiper et se former en conséquence ?

« Oui et non, répond M. Gargya. Un constructeur qui utilise un nouveau plastique pour un pare-choc ne pourra

pas en confirmer l'utilisation avant la production à grande échelle. Parfois, les matériaux peuvent changer à la dernière minute. Les concessionnaires et les ateliers de notre réseau ne sont pas nécessairement informés avant les autres entreprises de réparation. »

### Des pièces en évolution

En effet, le directeur général de CarrXpert ne peut pas blâmer les constructeurs pour ce manque d'information. « Non seulement les technologies évoluent constamment, mais il en va de même pour les contraintes réglementaires de nos gouvernements. » En résumé, la combinaison de la réduction du poids des véhicules et de leur coût de production, accentuée par les effets de mode et la nécessité de lancer sans cesse de nou-

veaux modèles, entraîne une multiplication de pièces composées de nouveaux matériaux.

De plus, Normand Cormier, directeur de formation pour les Amériques chez Axalta et spécialiste des surfaces, souligne que la tendance consiste surtout à associer une variété de matériaux. « Par exemple, les panneaux de porte extérieurs sur certains modèles d'Acura sont en aluminium, tandis que le caisson est en acier. Ces deux métaux peuvent générer de la corrosion galvanique lorsqu'ils sont en contact, il est donc impératif de suivre les recommandations du fabricant lors du remplacement du panneau extérieur. »

Rémi Michaud, enseignant et spécialiste en réparation d'équipements motorisés, ainsi que directeur régional pour le Québec chez CARSTAR, explique que la carrosserie moderne subit une transformation profonde. « Les plastiques techniques, l'aluminium, les aciers multiphasés et les composites nécessitent désormais une approche entièrement dictée par les constructeurs. Audi, par exemple, interdit toute réparation plastique ou application de mastic dans un rayon de 25 centimètres autour des capteurs d'angle mort, et limite l'épaisseur de peinture à 150 micromètres, afin d'éviter d'aveugler les radars et l'ACC situés derrière les pare-chocs<sup>1</sup>. »

Dans les véhicules haute performance, les règles sont encore plus strictes, souligne-t-il. Par exemple, sur la Corvette C8, General Motors exige le remplacement complet des pièces structurelles en fibre de carbone plutôt qu'une réparation, en raison de la sensibilité de ces composants<sup>2</sup>. Dans certains cas, l'utilisation de pièces non OEM peut compromettre la sécurité et la garantie du véhicule<sup>3</sup>.

### À réparer avec soin

Même les pare-chocs nécessitent une attention particulière : plusieurs constructeurs rappellent qu'ils ne tolèrent ni réparations structurelles ni excès de peinture lorsque des radars sont intégrés<sup>4</sup>.


« Face à cette réalité, les ateliers doivent se tourner vers la formation continue et se référer à la documentation OEM, insiste M. Michaud. Après 35 ans dans le métier, je constate que

la carrosserie évolue vers une profession hybride, où le technicien devient spécialiste des matériaux, de l'électronique, de la calibration et des normes OEM. L'avenir appartient à ceux qui acceptent cette complexité et investissent dans la formation et la rigueur. »

### Une information accessible à tous

Selon Jean-François Gargya, tous les ateliers du marché secondaire ont accès aux mêmes données et processus que les concessionnaires. « Parfois, il faut attendre des mois avant que les derniers processus de réparation soient mis à jour par le constructeur. Les modèles et les matériaux changent constamment. Je suis d'accord sur l'importance de la formation et du respect des procédures de réparation, car la qualité du travail et la sécurité des automobilistes en dépendent. »

Nous avons demandé à celui qui dirige 155 ateliers CarrXpert au Québec si la complexité des pièces et le resserrement des normes des constructeurs n'avaient pas pour but d'augmenter les ventes de pièces d'origine. « Premièrement, les fabricants de pièces de remplacement ont beaucoup de mal à suivre le rythme des constructeurs qui multiplient les pièces et les options. C'était plus

simple quand un constructeur conservait le même modèle avec quelques changements cosmétiques pendant dix ans. De plus, le marché de la réparation évolue. La réparation de ces pièces nécessite un savoir-faire technique qui s'appauvrit. En fin de compte, je ne suis plus convaincu qu'il soit plus rentable pour un atelier de facturer des heures de réparation que de tirer profit de la vente de pièces, de plus en plus coûteuses. » 



**« Non seulement les technologies évoluent constamment, mais il en va de même pour les contraintes réglementaires de nos gouvernements. »**

**JEAN-FRANÇOIS GARGYA**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL, RÉSEAU CARRXPRT

1. Audi — Restrictions de réparation autour des capteurs ADAS (distance 25 cm, limite peinture 150 µm) [rts.i-car.com], [motorclaimguru.co.uk]
2. GM — Corvette C8 : remplacement obligatoire des composants carbone structurelsv[gmrepairinsights.com]
3. Mercedes-Benz — Procédures WIS, obligation de pièces OEM, calibrations et sécurité des ADAS [mbcollisioncenters.com], [mbusadislosure.com]
4. Audi, GM, Mercedes — Restrictions de réparation des pare-chocs contenant des radars/sonars (substrat, épaisseur de peinture, calibrations) [rts.i-car.com], [crowncollisionssolutions.com]

# L'évolution fulgurante des pièces de carrosserie

Les techniciens en carrosserie sont confrontés à des règles de réparation qui ne laissent aucune place à l'improvisation.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

Les temps changent, et nos lecteurs ne seront pas surpris d'entendre que la réparation de pièces de carrosserie est loin d'être aussi aisée qu'il y a à peine quelques années.

« Le véhicule moderne n'est plus simplement une machine faite d'acier et de caoutchouc », illustre Vito Attila, directeur de la performance pour Simplicity Soins d'Auto. « Il s'agit d'un réseau intégré de matériaux avancés, de capteurs embarqués, de systèmes haute tension et de structures conçues avec précision pour fonctionner lors d'un impact. Réparer les véhicules d'aujourd'hui exige bien plus que de l'expérience et du savoir-faire. Cela requiert une discipline des processus, la conformité aux normes des constructeurs (OEM) et un cadre opérationnel structuré. »

M. Attila précise que ce cadre repose sur le principe non négociable que chaque réparation doit ramener le véhicule à son état pré-accident en suivant les procédures OEM spécifiques au NIV de chaque véhicule (VIN). Dans son organisation, cet engagement est intégré à chaque étape des procédures opérationnelles standard (SOP), de l'évaluation initiale jusqu'au contrôle de qualité final.

## Réparer ou remplacer ?

L'une des décisions les plus importantes en réparation de collision consiste à déterminer si un composant endommagé peut être réparé ou doit être remplacé. Autrefois, cette décision reposait largement sur le jugement du technicien. Aujourd'hui, elle est régie par la documentation du fabricant.

Jeff Francis, formateur technique chez Réseau Fix Canada, explique pour sa part que la décision dépend fortement du matériau : acier, aluminium, plastiques composites, fibre de

carbone, etc. « Les panneaux extérieurs peuvent être fabriqués à partir de différents types d'acier (acier doux et acier à haute résistance – HSS), d'alliages d'aluminium des séries 4000 à 6000, de plastiques composites thermoplastiques et thermodurcissables, ainsi que de fibre de carbone. »

## Comprendre les matériaux

L'identification des matériaux est devenue aussi importante que l'évaluation des dommages. Une bosse dans l'acier doux ne se comporte pas comme une déformation dans l'aluminium ou une fissure dans un pare-chocs en polymère renforcé.

Les panneaux en acier peuvent permettre un redressement contrôlé, tandis que l'aluminium nécessite des zones de travail isolées et des outils dédiés pour éviter la contamination. Les pare-chocs en plastique peuvent parfois être reformés à la chaleur, mais les fissures nécessitent un chanfreinage en V, un soudage plastique ou des adhésifs approuvés. Les panneaux en fibre de verre exigent un renforcement avec résine et tissu.

« Chez Simplicity Soins d'Auto, ces réparations sont strictement encadrées : photos de progression, preuve de protection anticorrosion et conformité aux normes OEM. L'objectif dépasse l'esthétique : il s'agit d'assurer durabilité et intégrité structurelle », précise M. Attila.

Les véhicules actuels comprennent de plus en plus de composantes de systèmes avancés d'aide à la conduite (ADAS) : radars, lidars, caméras et autres capteurs électroniques. Un léger désalignement peut perturber leur fonctionnement.

C'est pour cette raison que l'analyse des dommages et des processus de réparation doit tenir compte des spécificités de chaque véhicule. Selon la version ou les options, les différents

capteurs peuvent être positionnés à des endroits différents sous les pièces de carrosserie. Cela indiquera si la pièce de carrosserie endommagée peut être réparée ou non. Le cas classique étant le couvert de pare-choc dont la composition ne peut être altérée au risque de masquer la « vue » des radars ou autres lidars.

### Ce que l'avenir nous réserve

Nous avons demandé à nos deux intervenants comment ils voient l'évolution des matériaux de carrosserie dans l'avenir. Selon Vito Attila de Simplicity Soins d'Auto, l'industrie va poursuivre son évolution vers des matériaux légers et durables :

Il poursuit : « Alors que les fabricants s'efforcent d'améliorer les performances en cas de collision tout en réduisant la masse totale du véhicule, l'acier sera de plus en plus utilisé dans des structures hybrides intégrant des technologies d'aluminium et de composites. L'utilisation de l'aluminium continuera de croître, avec le développement de moulage de haute technologie (gigacasting) en aluminium coulé, conçu pour créer des structures légères complètes. Moins de soudure et moins de pièces se traduit par des véhicules plus légers... nous verrons des sections avant, centrales et arrière complètes, probablement assemblées par rivets et adhésifs, réduisant ainsi les temps de production et le nombre de composants. Ces tendances s'imposent dès maintenant... »

**« Réparer les véhicules d'aujourd'hui exige bien plus que de l'expérience et du savoir-faire. Cela requiert une discipline des processus, la conformité aux normes des constructeurs (OEM) et un cadre opérationnel structuré.**

VITO ATTILA DIRECTEUR DE LA PERFORMANCE  
SIMPLICITY SOINS D'AUTO

plastiques recyclés, polymères biosourcés, fibre de carbone et matériaux intelligents.

C'est pourquoi, insiste M. Attila, son réseau impose une formation continue, des outils adaptés et un respect strict des procédures OEM.

Jeff Francis, de Réseau Fix Canada, détaille davantage ses prévisions. « Les aciers continueront de rivaliser avec les alternatives légères telles que les composites et l'aluminium. Les aciers avancés à haute résistance (AHSS) deviendront progressivement plus légers et plus robustes afin de répondre aux exigences croissantes en matière de sécurité pour la protection des occupants et l'intégrité des batteries des véhicules électriques (VE), tant pour les châssis monocoques que pour les structures à cadre complet. »

M. Francis observe que les plastiques composites continuent de voir leurs coûts de fabrication diminuer et leur résistance augmenter. « On prévoit une croissance de l'utilisation de cette technologie dépassant les 70 % d'ici 2032. Nous verrons de nouveaux polymères et composites utilisés dans la structure des véhicules thermiques (ICE) et électriques à mesure que la technologie progresse et que les véhicules doivent réduire leur poids. À l'instar du gigacasting, cela signifie moins de pièces pour constituer la structure. » Il imagine que les univers du moulage d'aluminium et des composites vont entrer en collision et fusionner.

À l'instar de son collègue, M. Francis indique : « Si vous n'avez pas de plan de formation structuré pour vous préparer à cette tempête technologique qui évolue rapidement, c'est le moment de le faire... »

## Plus d'information

1



Nos lecteurs peuvent consulter deux articles supplémentaires au sujet de la réparation des pièces de carrosserie en scannant ces codes.

Le premier porte sur les processus de réparation à adopter pour chaque type de matériau et découle de l'expertise directe de Jeff Francis, formateur technique chez Réseau Fix Canada.

Le second couvre un élément important, soit celui des approches de sécurité lors de la réparation de ces pièces.

2



Réseau Fix

# Quand l'ESG rejoint l'excellence opérationnelle

Réseau Fix a intégré l'ESG à de saines pratiques d'exploitation dans l'ensemble de ses activités.

TEXTE HUW EVANS

Les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) font l'objet de nombreuses discussions depuis une décennie, mais que signifie vraiment ce concept ? Et comment les organisations peuvent-elles l'appliquer concrètement, non seulement en matière de responsabilité écologique et sociale, mais aussi dans leurs pratiques d'affaires quotidiennes ? Dans le secteur de la carrosserie, ces questions sont omniprésentes, c'est pourquoi nous en avons discuté avec Mary de Guzman, responsable ESG chez Réseau Fix Monde.

## Une approche pratique et humaine

Selon Mme de Guzman, Réseau Fix a adopté une approche de l'ESG qui est « délibérément pratique et humaine ». Elle explique que si l'ESG est un sujet complexe aux multiples

facettes, les organisations peuvent vraiment en tirer parti en l'intégrant à leurs activités quotidiennes, plutôt qu'en créant des initiatives isolées ou des exercices de conformité, qui donnent rarement des résultats durables ou significatifs.

« Pour nous, il s'agit d'intégrer l'ESG à nos activités, non seulement à l'échelle de l'entreprise, mais aussi dans nos réseaux de franchises et de chaînes d'approvisionnement, affirme Mme de Guzman. Il s'agit avant tout de cultiver le bon état d'esprit, axé sur des milieux de travail plus sécuritaires, des pratiques éthiques plus solides et une viabilité à long terme de l'entreprise. »

L'ESG ne peut produire ses effets sans un soutien concret aux personnes qui composent l'organisation et le réseau. « La viabilité du secteur de la carrosserie et du marché secondaire repose sur des techniciens qualifiés et engagés, capables de travailler dans un cadre ESG, et sur une gouvernance transparente qui permet aux assureurs, fournisseurs et franchisés de comprendre clairement les pratiques durables et éthiques de l'organisation. »

## Programme de recyclage de pare-chocs

En ce qui concerne la composante environnementale, soit le « E » de l'ESG, Réseau Fix a mis en place une initiative clé avec



Réseau Fix a adopté une approche d'intégration de pratiques ESG concrètes pour optimiser ses résultats d'affaires. Le programme de recyclage de pare-chocs en est un exemple.

« Il s'agit avant tout de cultiver le bon état d'esprit, axé sur des milieux de travail plus sécuritaires, des pratiques éthiques plus solides et une viabilité à long terme de l'entreprise. »

MARY DE GUZMAN  
RESPONSABLE ESG  
RÉSEAU FIX MONDE



son programme de recyclage de revêtements de pare-chocs. « Cela permet de détourner un volume considérable de déchets des sites d'enfouissement, explique Mme de Guzman, en intégrant une gestion responsable des matériaux à nos activités quotidiennes. » L'objectif est simple : faire de la responsabilité environnementale une partie naturelle des opérations, sans alourdir le processus de réparation de carrosserie.

Sur le plan social, Mme de Guzman souligne que Réseau Fix s'est attaqué à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée qui touche le secteur de la carrosserie et le marché secondaire de l'automobile. « Nous avons investi dans nos centres de formation et établi des partenariats avec des organisations comme Compétences Canada pour attirer et inspirer de nouveaux talents », dit-elle. Un travail qui vise à assurer la viabilité à long terme du secteur, en donnant aux centres de carrosserie et aux prestataires de services accès à la prochaine génération de professionnels qualifiés.

Sur le plan de la gouvernance, Réseau Fix soutient activement la législation sur le droit à la réparation au Canada, notamment en partenariat avec l'Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada). L'objectif est de garantir que les centres de service indépendants aient accès aux outils et aux informations de réparation nécessaires pour diagnosti-

quer et réparer correctement les véhicules, un enjeu essentiel pour la sécurité des consommateurs, la compétitivité du secteur et la durabilité de l'écosystème automobile.

### Renforcer l'excellence opérationnelle

Mme de Guzman souligne que lorsque de saines pratiques ESG sont bien structurées et mises en œuvre, elles renforcent l'excellence opérationnelle tant au niveau de l'atelier individuel qu'à celui du réseau. « Lorsque les équipes sont bien organisées, qu'elles travaillent en toute sécurité et qu'elles sont soucieuses de l'environnement, leur travail devient cohérent, efficace et prévisible. »

La priorité donnée à la réparation plutôt qu'au remplacement en est un bon exemple. En privilégiant la réparation plutôt que le remplacement, les centres de carrosserie peuvent mieux maîtriser leurs coûts d'exploitation, améliorer leurs pratiques en matière de sécurité et de conformité, tout en réduisant les temps d'arrêt et les perturbations potentielles du flux de travail.

Mme de Guzman explique aussi que lorsque les organisations disposent d'un cadre clair en matière de gouvernance et d'éthique, cela favorise une plus grande confiance, transparence et responsabilisation. Dans un secteur comme la carrosserie, cela peut représenter un avantage considérable. Du point de vue de Réseau Fix, l'ESG se traduit par une priorité accordée à la réparation, des pratiques environnementales standardisées (comme le programme de réparation de pare-chocs), une gestion responsable des déchets, des environnements de travail sécuritaires et favorables à la formation, ainsi que des achats éthiques et une diligence raisonnable à l'égard des fournisseurs.

### Intégrée à chaque aspect

Elle souligne qu'aujourd'hui, l'ESG s'intègre à chaque aspect de Réseau Fix et à chaque grande décision, de la stratégie aux activités, en passant par les partenariats et la représentation. « Cela fait partie de notre identité et de ce que nous sommes en tant qu'organisation », affirme Mme de Guzman. Dans un contexte où les assureurs réclament une plus grande responsabilisation sur le plan environnemental et où les gouvernements continuent de renforcer leurs exigences en matière de droits de la personne, de chaîne d'approvisionnement et de performance environnementale, les organisations qui ont consciencieusement fait avancer leurs initiatives ESG sont celles qui seront les mieux outillées pour tirer profit d'un secteur et d'un environnement d'affaires en pleine évolution. ○



## Des voitures fascinantes, de la terre à la lune

La passion du prince Rainier III de Monaco pour les belles voitures s'est transformée en un musée que notre collègue Stéphanie Massé a eu l'occasion de visiter l'été dernier.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

**G**rand amateur de belles voitures, le prince Rainier III de Monaco avait assemblé au fil des décennies une impressionnante collection de voitures anciennes. Partant de carrosses ayant servi à cette famille royale jusqu'aux plus récents bolides de Formule 1 en passant par des véhicules conçus pour rouler sur la surface de la Lune, voire Mars, cette collection a tellement pris d'ampleur que bientôt elle ne pouvait plus prendre place dans les garages du palais.

Un local dans la principauté lui a été consacré pendant quelques années avant de trouver un écrin à sa mesure dans un édifice lui offrant cinq étages d'espace épuré destiné à la mettre en valeur. Sans surprise quand on pense à l'essence de cette collection, l'accès au musée emprunte un segment de la célèbre piste du Grand Prix de Monaco.

Au décès de son père en 2005, le prince héritier Albert II a pris le relais. Question de recentrer la collection, il procède à une vente de trois douzaines de véhicules. Cette ponction a réduit à une centaine le nombre de véhicules dans la collection. Cela étant dit, le prince Albert, qui a aussi hérité de la passion de l'automobile de son père, s'offre la liberté d'ajouter à la collection si des « occasions » se présentent.

Mais que retrouve-t-on dans cette collection accessible au public depuis une trentaine d'années ? Nous avons mention-

né les carrosses familiaux, mais l'essentiel gravite autour des classiques voitures américaines et européennes. On y trouve du grand luxe et des raretés qui feraient vendre l'âme de nos lecteurs passionnés, ne serait-ce que pour en faire un tour de piste. Mais s'y glissent aussi quelques véhicules significatifs mais plus populaires comme une Citroën 2 CV.

Certaines pièces portent aussi une partie de l'histoire de la famille princière. Par exemple, on peut voir la motocyclette anglaise Humber 1903, utilisée par le prince Albert Ier pour des escapades incognito des deux côtés de la Manche. Preuve que la route se faisait invitante même pour les membres de cette famille privilégiée. Puisque la famille princière se passionnait de courses automobiles dès les premiers balbutiements de cette discipline, les visiteurs ne se surprennent pas de trouver dans ce musée privé plusieurs bolides ayant soulevé la poussière des pistes de rallye ou fait rouler les billes de caoutchouc sur les circuits de Formule 1.

Et notre amie Stéphanie, qui nous offre ces belles photos, quelle voiture a fait battre plus intensément son cœur ? Elle opte après de douloureuses réflexions pour la Mercedes 300 SL 1955, avec ses portes papillon. Très bon choix, estimé entre deux et trois millions de nos dollars, selon sa condition.

Voici pour vous, une vitrine en photos sur ce musée unique. 



1 MB 300 SL 1955  
2 Porsche 908 1969

3 Ferrari Daytona 1971  
4 Fiat Jolly de Plage 1959

5 Leyat Helica 1921  
6 De Dion-Bouton 1903

7 RR Silver Cloud 1956  
8 Lunar Rover

CSN Retouche Rapide

## 30 ans de marche vers l'excellence

L'atelier de Saint-Eustache a su se réinventer constamment pour développer une stratégie d'affaires qui couvre un large éventail de services. Ici, des bases solides permettent d'envisager l'avenir avec confiance et détermination.

TEXTE MICHEL BEAUNOYER

C'est en effet en 1996 que Claude Laforme mettait sur pied un réseau mobile de retouche automobile. Depuis, son fils Sylvain a pris la relève des opérations pour s'installer de façon permanente, dans un atelier. Appuyé de son frère Dominic, il ajoute constamment des blocs d'expertise à l'édifice de son entreprise.

« Cet anniversaire est significatif », tranche Sylvain Laforme dans la tranquillité d'un bureau qu'il occupe, dans le même bâtiment que l'atelier mais avec un accès personnel, question de s'écarter du brouhaha constant des opérations quotidiennes. « Notre entreprise s'est transformée en profondeur durant ces trois décennies. En plus, rares sont les commerces de notre industrie qui survivent si longtemps.

Non seulement l'atelier de Saint-Eustache a survécu tout ce temps, mais il a prospéré en mettant en place plusieurs stratégies gagnantes. Tout d'abord, l'atelier s'est professionnalisé, délaissant les travaux de retouche de peinture pour devenir un véritable atelier de carrosserie. Cet engagement a été solidifié au cours des dernières années alors que la carrosserie, jadis indépendante, a joint les rangs du réseau CSN Collision. Un réseau qui offre un accompagnement pertinent tout en lais-



Un accent est toujours mis sur l'optimisation des opérations.



Sylvain Laforme dirige cette entreprise dans le respect des valeurs familiales en matière d'intégrité et de professionnalisme.

sant les coudées franches aux propriétaires dans leurs prises de décision d'affaires.

### Savoir s'entourer

Il ne fait aucun doute que Sylvain Laforme est un entrepreneur naturel. Toutefois, il a su au cours des années s'entourer de spécialistes et de collègues pour le conseiller dans ses opérations et ses investissements. « À ce sujet, je dois avouer que mon adhésion à CSN Collision a été très bénéfique. L'organisation nous offre l'expertise de gens clés, mais aussi l'accès à tous ses indicateurs de performance permettant de nous mesurer et de nous améliorer. En plus, les carrossiers du réseau CSN Collision forment une belle communauté, très dynamique, qui aime partager les solutions à des problèmes qui nous touchent dans nos opérations. Pour une entreprise qui veut s'améliorer, c'est un contexte idéal. »

Et comme si ce n'était pas suffisant, M. Laforme s'est aussi adjoint un consultant en stratégie d'affaires, en la personne de Patrick Champagne.

Ce duo est d'une remarquable efficacité. Leur complicité est palpable et M. Laforme apprécie le regard neuf et objectif de ce conseiller. « Nous parlons de nos objectifs et il a la rigueur nécessaire pour analyser les chiffres et me guider vers les meilleures solutions pour développer nos opérations mais aussi, pour les optimiser », constate le carrossier.

L'entreprise familiale s'est bâtie une réputation enviable reposant sur la relation de confiance avec ses clients. Cette réputation d'excellence est primordiale aujourd'hui, alors que le travail avec les partenaires assureurs est central au soutien des opérations. En fait, CSN Retouche Rapide a développé des liens transparents avec les assureurs, suivant attentivement



L'atelier est à la fine pointe de la technologie et dessert une clientèle très variée.

leurs rapports de performance afin d'être constamment à l'affût des points que l'atelier pourrait bonifier.

« Le résultat est clair, se réjouit le carrossier, nous sommes parmi les ateliers les plus performants du réseau et alors que le nombre de véhicules à réparer diminue globalement au Canada, de notre côté, nous gérons une croissance constante des volumes. »

L'équipe de CSN Retouche Rapide se décline en six employés dans l'atelier et trois dans les bureaux, incluant Dominic qui se charge du volet estimation. Claude « Papi » Laforme, fondateur et copropriétaire avec Sylvain, vient encore au sein de l'atelier familial quotidiennement pour y accomplir des tâches de messagerie et de commissionnaire.

L'équipe peut sembler modeste, mais elle est hautement qualifiée et engagée. Ici la formation est de mise et répond à l'évolution de la demande, notamment en matière d'électrification des transports ou de respect des bonnes pratiques environnementales. L'atelier, à ce titre, est d'ailleurs détenteur depuis peu de la certification Clé Verte Platine, ce qui lui a permis de joindre les rangs des garages recommandés par le CAA-Québec.

### Diversifier les activités

Suivre l'évolution des technologies est au cœur du succès de cet atelier qui compte un grand nombre de certifications des constructeurs automobiles par le truchement du programme CCC. Mais l'entrepreneur qui est à sa tête a bien saisi que dans

une industrie liée aux cycles saisonniers, mettre tous ses œufs dans le même panier représentait un facteur de risque. Ainsi, des ententes ont été passées avec des gestionnaires de parcs commerciaux au fil des ans pour amener de l'eau au moulin avec constance. De plus, une belle collaboration s'est établie avec des concessionnaires et des revendeurs de la région qui n'hésitent

pas à envoyer leurs véhicules et ceux de leurs clients vers cet atelier à la solide réputation.

« Et avec nos outils d'analyse, nous pouvons voir venir des périodes plus creuses, intervient à son tour Patrick Champagne. Alors nous pouvons lancer des campagnes de promotion locale pour nos services durant ces périodes d'accalmie. »



**« Avec nos outils d'analyse, nous pouvons voir venir des périodes plus creuses. Alors nous pouvons lancer des campagnes de promotion locale pour nos services. »**

**PATRICK CHAMPAGNE** STRATÈGE D'AFFAIRES

### Vision d'avenir

Lorsque nous demandons à Sylvain Laforme où il se voit dans dix ans, il lance spontanément : « J'aimerais avoir mon atelier, sous le chaud soleil d'Italie. » Cette boutade est suivie par un éclat de rire et une réponse plus sérieuse. « Je vais toujours être là pour pousser ma carrosserie de l'avant. Je crois que d'ici là, nous aurons l'ensemble des certifications des constructeurs, ainsi que les outils et les compétences pour les respecter. Il n'est pas exclu d'agrandir l'atelier pour répondre à la croissance dans les prochaines années. Mais ce qui est certain, c'est que tout devra aller dans le sens de la diversification de notre offre, de la qualité de nos services et surtout, de la fidélisation de la clientèle par le maintien d'une réputation irréprochable. »



Alexandre Campeau et Nicholas Charbonneau

## Pour bâtir grand, ensemble

Une histoire d'amitié, de vision et de persévérance qui prend racine dès le secondaire.

TEXTE KASSY VAUDRY

**T**rès tôt, une complicité naturelle s'installe, mais surtout une complémentarité qui ne les quittera jamais. Adolescents, ils lancent déjà une petite entreprise de carrosserie, réparant les véhicules de leurs clients dans les garages de leurs parents. Les rôles sont clairs, instinctivement établis. Alexandre s'occupe du débosselage et Nicholas prend en charge la peinture. Déjà, un rêve commun les anime : posséder leur propre local commercial et bâtir leur entreprise.

En 2004, Nicholas entame un DEP en carrosserie, suivi d'Alexandre en 2005. Nicholas débute comme préparateur et peintre dans une carrosserie, Alexandre le rejoint peu après comme débosseleur.

Leurs chemins évoluent, mais sans jamais se séparer. Nicholas quitte pour relever un nouveau défi comme estimateur, puis Alexandre le rejoint à nouveau, cette fois comme travailleur autonome. Nicholas devient ensuite directeur d'atelier. Lorsque des contraintes logistiques l'amènent à vouloir se rapprocher de son lieu de résidence, il accepte un poste de directeur dans un regroupement d'ateliers. Encore une fois, Alexandre suit, devenant directeur d'un autre atelier du même regroupement.

### 2017 : le rêve devient pressant


En 2017, le désir de devenir propriétaires devient impossible à ignorer. Alexandre et Nicholas contactent alors le siège social de Fix Auto et font la visite des ateliers en vente. C'est finalement lors d'une rencontre avec un entrepreneur et sa femme que l'idée d'un partenariat prend forme. Ils acquièrent

des parts dans deux entreprises. Cinq ans plus tard, Alexandre et Nicholas deviennent les seuls propriétaires de trois entreprises. L'année suivante, ils en ajoutent deux autres, portant leur total à cinq ateliers de carrosserie. La croissance passe par l'ajout de personnes clés.

Cette approche permet non seulement de réduire la pression sur une seule personne, mais surtout de faire prospérer l'entreprise durablement, tout en respectant un équilibre sain.

### Les RH : un défi... et une solution

À la blague, Alexandre mentionne que la gestion du personnel est la principale cause de la chute de cheveux de Nicholas. Ils reconnaissent que les ressources humaines sont complexes et cruciales. Ils ont donc ajouté des membres dédiés à leur équipe, une personne aux RH et un formateur interne.

L'évolution demande de l'effort constant et je crois que comme société, nous devons revoir notre position face aux gens qui ont de l'ambition et les valoriser davantage. Nous devons nous en inspirer et les encourager dans l'atteinte de leurs objectifs. Ces hommes en sont la preuve vivante ! Partis de rien, ils rappellent un message fort : « Si nous avons été capables, tout le monde le peut. » 



Kassy Vaudry est Conseillère en communications et Relations d'Affaires à la CCPQ et chroniqueuse pour *Autosphere.ca*. Vous pouvez y trouver ses entrevues complètes.

# LE COMBO DE SOUDAGE INDISPENSABLE AU PRIX DONT CHAQUE ATELIER RÊVE

Passez à l'i5s et obtenez gratuitement un système **PR-2** ou **PR-3**



- /// **Maîtrisez chaque réparation** : Alternez sans effort entre le soudage par points structurel intensif avec l'i5s et les réparations cosmétiques rapides sur un seul côté avec le PR-2 ou le PR-3.
- /// **Atteignez l'inaccessible** : Accédez instantanément aux passages de roues profonds, aux panneaux complexes et aux lignes de toit élevées grâce à la vaste sélection de bras d'extension i5s et à la potence motorisée Ergo Lift Assist.
- /// **Conformité aux normes OEM** : Le mode « Auto Weld » de l'i5s élimine les incertitudes en mesurant automatiquement l'épaisseur du métal et sa résistance.
- /// **Polyvalence totale** : Profitez du soudage simple face avec le PR-2 ou le PR-3. L'outil idéal pour le débosselage, les goujons et les tâches spécialisées : rondelles, boulons, clous, rivets et soudage en continu.
- /// **Maximisez votre rentabilité** : Réduisez vos temps de cycle et éliminez les goulots d'étranglement en intégrant deux unités haute performance dans votre atelier.

CONTACTEZ LES ENTREPÔTS AB  
DÈS AUJOURD'HUI POUR  
UNE DÉMONSTRATION !

Offre valide du  
**15 mai au 19 juin 2026**  
Scannez le code QR  
pour plus de détails





CCPQ

## L'avenir de l'industrie repose sur la collaboration

L'année 2026 s'amorce sous le signe de la collaboration et de la mobilisation pour la Corporation des carrossiers professionnels du Québec (CCPQ).

TEXTE JONATHAN PILON

**D**ans un contexte où notre industrie fait face à des transformations importantes, il devient essentiel de renforcer les liens entre tous les acteurs du secteur. Plus que jamais, nous croyons que les efforts, les expertises et les énergies doivent être réunis afin d'assurer la pérennité et le développement de notre industrie.

La CCPQ réaffirme l'importance de travailler en étroite collaboration avec les différentes associations du domaine automobile, mais également avec des partenaires clés tels qu'Innoviste, les CPA et les bannières. Chacun de ces intervenants joue un rôle structurant dans notre écosystème. En misant sur une approche concertée, nous sommes en mesure de mieux aligner nos actions, de partager nos connaissances et de renforcer notre impact collectif.

Chacune des organisations apporte une perspective essentielle à l'évolution de notre industrie. Toutefois, c'est en unissant nos voix et en coordonnant nos efforts que nous pourrions véritablement influencer les décisions et faire avancer les enjeux qui nous touchent tous. Nos objectifs demeurent communs : valoriser nos métiers, assurer une relève

qualifiée et créer un environnement d'affaires sain et durable. Cette volonté de collaboration se traduit également sur le terrain. Que ce soit à travers nos initiatives dans les centres

de formation, nos événements ou nos activités de perfectionnement, nous cherchons à créer des ponts entre les différents intervenants du milieu. Ensemble, nous avons la responsabilité de démontrer la force et les opportunités qu'offre notre secteur aux prochaines générations.

En unissant nos actions et en partageant une vision commune, nous serons mieux outillés pour relever les défis actuels et futurs. La CCPQ est fière de contribuer activement à cet effort collectif et demeure engagée à travailler main dans la main avec ses partenaires pour faire progresser l'ensemble de l'industrie.

Parce qu'au final, c'est ensemble que nous irons plus loin. 



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

Sécuritaire. Confortable. Silencieux.



## Système SATA air vision 5000

Le SATA air vision 5000 offre une nouvelle manière d'administrer l'air respirable. La cagoule respiratoire assure non seulement une qualité d'air respirable élevée, mais également un faible niveau sonore. Le design moderne et ergonomique s'adapte à presque toutes les formes de tête et peut être réglé individuellement en taille, en hauteur et en position.

- Haute qualité de l'air de respiration grâce à un système indépendant de l'air ambiant. Il permet notamment d'éliminer les risques potentiels liés à un air en cabine contaminé.
- Pas de résistance à l'inspiration, haut confort pour l'utilisateur
- Un design ergonomique et modulable
- Faibles frais d'exploitation, amortissement rapide des frais d'acquisition
- Distribution d'air optimisée à flux souple pour une ventilation régulière et agréable de la cagoule



- Faible nuisance sonore : 64 dB (comparable à une conversation à une distance de 1 m)
- Films de visière interchangeable pour une meilleure visibilité en continu
- Clips SATA CCS (Color Code System) pour personnalisation de la cagoule et de ses accessoires SATA air regulator et air carbon regulator
- A utiliser avec un épurateur 3 niveaux. Le raccordement à l'air s'effectue à l'aide d'un tuyau adapté



INFO  
[www.sata.com/protection-respiratoire](http://www.sata.com/protection-respiratoire)

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

# Faites en sorte que chaque minute **compte** grâce à nos **systemes éprouvés.**

## **Fix Auto change la donne.**

Lorsque vous investissez dans une franchise Fix Auto, vous investissez dans un modèle d'affaires qui a fait ses preuves à l'échelle mondiale. Vous investissez dans une entreprise à part entière, dotée d'une feuille de route pour réussir. Vous investissez dans les mêmes valeurs et la même éthique de travail qui ont permis à votre entreprise locale de devenir ce qu'elle est aujourd'hui.

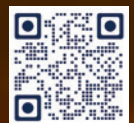
Faites progresser votre entreprise avec :

- Un modèle opérationnel solide axé sur la performance et une formation continue.
- Soutien complet en matière d'image de marque et de marketing pour la notoriété et la promotion au niveau local.
- Expérience avérée dans l'obtention de contrats d'assurance.
- Un approvisionnement mondial établi et des accords de flotte.

Notre propriétaire a commencé comme franchisé, ce qui inspire notre engagement en faveur de la réussite des propriétaires d'entreprises locales.



UNE ENTREPRISE DE RÉSEAU **FIX**



En savoir plus sur  
**fixauto.com**