

AutoMédia

Témoign de l'industrie automobile

automedica.ca

Novembre 2019 – 3,95 \$

HYUNDAI
FOR HIRE

SCOOP

UNE NOUVELLE
FAÇON DE LOUER UN VÉHICULE



SIMON LAMARRE CHEZ GEELY
LE DÉFI
D'UNE VIE!



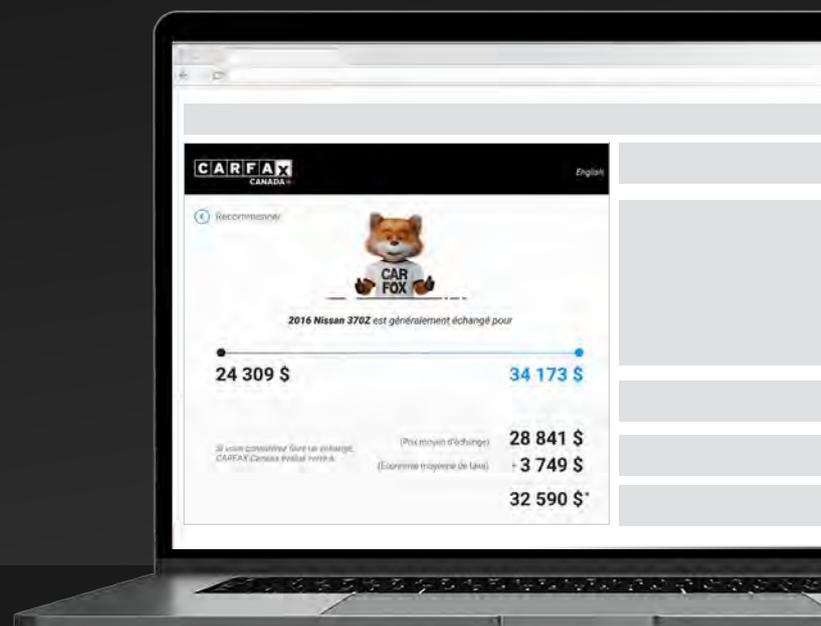
VENDEURS DE CHARS...
DE BELLES HISTOIRES



Plus de prospects. Plus d'échanges. Plus d'inventaire.

Le **Widget de véhicule d'échange** de CARFAX Canada procure des valeurs d'échange réalistes provenant d'une tierce partie, vous aidant à générer des prospects de qualité à partir de votre site internet de concessionnaire vers votre concession.

➤ Apprenez-en davantage à go.carfax.ca/prospects



EN PASSANT...

5 RÈGLES D'OR



ALEXANDRE CRÉPAULT

Depuis quelques années, notre équipe participe religieusement à la conférence Talk AUTO, organisée par le Canadian Black Book et J.D. Power à Toronto.

Cette année, la responsabilité de clore l'événement sur une haute note est revenue à Sam Sebastien, le relativement jeune président de Pelmorex, l'entreprise qui se trouve notamment derrière MétéoMédia et The Weather Network.

Avant d'arriver chez Pelmorex, Sam a passé plus d'une décennie chez Google. Son expérience chez le géant de l'information est un détail très important, puisque l'avenir de Pelmorex, comme celui de presque toutes les entreprises évoluant dans les médias traditionnels, dépend entièrement de sa capacité à se réinventer autour des nouvelles technologies.

Ce qui est intéressant, c'est que lors de son passage au TalkAUTO 2019, Sam n'a pas parlé de technologie. Il est plutôt venu présenter une liste de cinq points clés pour faire fleurir une entreprise.

UN La mission de l'entreprise doit être claire comme de l'eau de roche et connue de tout le monde. Dans une période de perturbation et de changement, comme c'est le cas actuellement, répéter régulièrement la mission de l'entreprise permet de garder toutes les personnes qui vous entourent dans la bonne voie. Si vos employés, vos partenaires et même vos clients comprennent bien votre mission, et qu'ils y croient, ils demeureront engagés et motivés à vous soutenir.

DEUX Soyez ouvert. Ne réservez pas l'aspect innovation à un groupe sélect d'employés. Impliquez tout le monde. Votre personnel doit croire à l'impact qu'il peut avoir dans l'entreprise. Soyez ouvert à l'intérieur de l'entreprise, à l'extérieur aussi, envers vos clients par exemple. Soyez transparent, montrez-leur qu'ils peuvent vous faire confiance.

TROIS Le produit est roi et, ultimement, c'est le seul élément dont le client se soucie. Même si vous occupez une bonne position face à votre concurrence, ce n'est pas suffisant. Vous devez vous mesurer à toutes les entreprises que vos clients utilisent et apprécient, comme les Netflix ou Amazon.

QUATRE Restez dans votre voie. Faites ce que vous savez si bien faire. Ciblez vos capacités premières et exploitez-les au maximum pour vous démarquer et en tirer profit. Pour accomplir sa mission, il faut se concentrer là où on excelle.

CINQ Vos partenaires sont des clés. Considérant que vous ne pouvez tout faire vous-même, vous devez vous associer avec des partenaires qui vous aideront, entre autres, à utiliser les nouvelles technologies, même s'ils sont vos concurrents. C'est le cas chez Google. Le plus gros client de Google, c'est Amazon. Le plus gros compétiteur de Google, c'est Amazon. Regardez bien autour de vous, et pas seulement à l'intérieur de votre entreprise. Allez voir vos partenaires, vos médias, vos agences, et voyez si 1 + 1 peut égaler 3. ●●●

Alexandre Crépault, rédacteur en chef

alex@automediac.ca

Suivez-nous sur Facebook et Twitter!



AutoMédia

Témoignage de l'industrie automobile

Volume 8, n° 6, novembre 2019

INDUSTRIE

**HYUNDAI FOR HIRE
UNE NOUVELLE FAÇON
DE LOUER UN VÉHICULE
8**



TÊTE-À-TÊTE

**SIMON LAMARRE,
V.-P. DESIGN EXTÉRIEUR GEELY**

LE DÉFI DUNE VIE



10

ÉVÉNEMENTS

**CONGRÈS 2019
L'AMVOQ CÉLÈBRE
SES 30 ANS EN FORCE**



12

AGA DE MOBILIS



**DES DOSSIERS
CHAUDS**

14

DOSSIER

**DE BELLES HISTOIRES
DE VENDEURS
DE CHARS**



17

CHRONIQUES

4 AU TEMPS JADIS

5 AINSI PENSE ANTOINE

6 SUR LA ROUTE

20 CHIFFRES DÉCHIFFRÉS

HECTOR DUPUIS

LE BÂTISSEUR ACHARNÉ DE TOYOTA

En 1967, l'Exposition universelle ouvre Montréal au monde quelques mois avant que le général de Gaulle ne clame: *Vive le Québec libre!* De son côté, Hector Dupuis s'affaire à créer un réseau de concessionnaires pour vendre des véhicules portant un nom inconnu: Toyota. Fier représentant de Canadian Motor Industries (CMI), il ignore l'ampleur du succès qui attend cette marque.

A lors dans la jeune trentaine, ce Montréalais avait travaillé auparavant pour un concessionnaire Mercury-Lincoln, puis pour Peugeot et brièvement Volvo. Lorsque CMI le recrute, en 1964, l'importateur canadien de Toyota (jusqu'en 1980) offre aussi des Isuzu, des Checker et des Steyr-Puch.

Avec ses produits nippons, Hector sait qu'il doit composer avec leurs stigmates, car, à l'époque, l'expression *Made in Japan* rime avec «bébelle». De plus, la mode est aux *muscle car* américains, pas aux voitures de golf asiatiques...

Malgré tout, en 1967, Hector rend visite à Jacques Dagenais, un vendeur de voitures d'occasion de Sainte-Dorothée (Laval). Il lui offre une concession pour vendre des Toyota, mais Jacques se fait tirer l'oreille: «Des autos japonaises? Voyons donc!»

Hector persiste et dit: «Je vais venir t'en mettre sur ton terrain, puis tu décideras.» Mieux que ça, Hector vient lui-même donner un coup de main pour les vendre. «Le même Hector Dupuis qui, plus tard, dirigera Toyota Canada, vendait des chars le samedi pour convaincre un *dealer* de prendre ses produits!», rappelle Michel Dagenais, frère de Jacques et actuel actionnaire du Groupe Lallier.

Cette amusante anecdote racontée à Michel Crépault, notre éditeur, illustre bien la ténacité d'Hector, un homme charmant capable d'être flamboyant à ses heures. N'est-ce pas lui qui, au début des années 1990, a entonné l'hymne national du Canada dans les deux langues officielles au début d'une partie des Blue Jays, à Toronto?

Sous sa gouverne, la marque nipponne gagne la



Hector Dupuis en 1995.

confiance des Canadiens. Ses ventes annuelles, qui bondissent de 775 unités en 1965 à 17 000 exemplaires, quatre ans plus tard, le confirment.

En 1989, Hector est nommé premier vice-président de Toyota Canada, une première pour un Canadien. Deux ans plus tard, les ventes atteignent 94 673 unités (elles se chiffraient à 231 646 unités l'an dernier).

Après trois décennies consacrées à ce constructeur, en 1995, Hector prend sa retraite. Il décède dans son sommeil à 68 ans, en juillet 2001. L'année suivante, à l'initiative de Toyota Canada, un jardin de thé est aménagé à sa mémoire dans le Pavillon japonais du Jardin botanique de Montréal. ●●●



Le 22 juin 1990, Toyota Canada annonce que les 11 Manoirs Ronald McDonald du Canada recevront une fourgonnette Previa 1991. Pour souligner cette annonce, **Hector Dupuis** (à droite), alors premier vice-président, et **Toshio Kunii** (à gauche), président de Toyota Canada, remettent les clés d'une Previa à **George Mencke**, président des Œuvres de bienfaisance pour enfants Ronald McDonald du Canada.

MEDIAGO COMMUNICATIONS INC.

CP 930, Coteau-du-Lac (QC) J0P 1B0
Tél.: 450 308-0740

RÉDACTION

Rédacteur en chef

Alexandre Crépault • alex@automediamedia.ca

Collaborateurs

Daniel Breton, Francis Brière, Elizabeth Caron, Benoit Charette, Louis-Philippe Dubé, Paméla Egan, Luc Gagné, Claudine Hébert, Antoine Joubert, Paul-Robert Raymond

Révisure

Johanne Hamel

Secrétaire de rédaction

Nadine Filion

GRAPHISME

Magdeleine Rondeau

mag@automediamedia.ca • 438 491-3138

IMPRESSION & TRI POSTAL

Communimédia inc.

VENTES ET FACTURATION

L'équipe d'AutoMédia

Michel au 514 944-2886

pub@automediamedia.ca

ABONNEMENT

Viviane Proulx: info@automediamedia.ca

Abonnement annuel (10 numéros):

33 \$ (taxes incluses) – Prix par numéro: 3,95 \$

Nouvelle adresse ou changement:
envoyez vos anciennes et nouvelles
coordonnées à info@automediamedia.ca.

DIRECTION

Éditeur

Michel Crépault

michel@automediamedia.ca • 450 308-0740

AutoMédia, publié 10 fois par année, est distribué à 4200 exemplaires aux membres et aux non-membres de la Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec (CCAQ), aux membres de l'Association des marchands de véhicules d'occasion du Québec (AMVOQ), ainsi qu'aux personnes et entreprises ayant des liens avec l'industrie automobile.

Pour citer ou reproduire le contenu d'AutoMédia, prière d'en obtenir l'autorisation auprès de l'éditeur à info@automediamedia.ca.

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec et du Canada, 2019, ISSN 1929-3623



ANTOINE JOUBERT

RACONTER DE VRAIES BELLES HISTOIRES

Ce mois-ci, l'équipe d'AutoMédia a pris l'initiative d'illustrer, dans son dossier mensuel (p. 17), de belles histoires dont les vedettes sont des vendeurs de voitures et leurs clients. L'idée a beaucoup de charme. Régulièrement nous entendons des histoires d'horreur que confient certains clients, mais rarement nous prenons le temps de parler de celles qui font chaud au cœur et qui se déroulent dans vos salles de montre. Je profite donc de l'occasion pour vous raconter une autre belle histoire de vendeurs de char, survenue il n'y a pas tellement longtemps.

Nous sommes en 2016. Stéphanie conduit alors une Suzuki Aerio 2003 littéralement bonne pour la ferraille, laquelle vient d'ailleurs de se départir de son silencieux au beau milieu de l'autoroute. Mère monoparentale ne se sentant plus en sécurité, il lui faut trouver une autre voiture. Hélas, comme bien des gens, cette réceptionniste peine à joindre les deux bouts et n'a pas 100\$ dans son compte en banque. Une nouvelle voiture? Impossible, se disait-elle...

Tout de même, elle décide de se rendre chez un marchand de véhicules d'occasion de la Rive-Nord de Montréal pour jeter un œil. Parce qu'après tout, il lui faut trouver une solution. Un vendeur qui l'a évidemment entendue arriver du coin de la rue s'approche d'elle, alors qu'elle regarde un Jeep. Stéphanie discute avec le vendeur, lui fait part de sa situation financière et lui indique ne pas pouvoir se procurer un véhicule sur-le-champ. Bien sûr, le vendeur l'invite à l'intérieur pour évaluer ses possibilités de crédit, ce qu'elle fait. Rapidement, on lui annonce la bonne nouvelle. Elle pourra se procurer une voiture solide et sécuritaire. Une voiture d'environ 10 000\$, qu'elle pourra financer jusqu'à un terme de 48 mois, mais à un taux de 10,99%. Parce que sans un sou, et même si ses dettes ne sont pas démesurées, elle ne sera pas admissible à un taux standard.

En regardant l'inventaire des véhicules sur place, elle jette d'abord son dévolu sur un Jeep Patriot, ensuite sur une Hyundai Elantra Touring 2010. Une bonne petite voiture familiale qui lui sera pratique. Elle en fait l'essai, l'adore et la choisit! Son coût? 265\$ par mois, incluant une assurance prêt. Stéphanie est à la fois heureuse et étonnée. Elle ne se doutait pas un peu plus tôt dans la journée qu'elle pourrait régler un problème qui la tracassait de plus en plus, tout en déboursant une somme mensuelle équivalente aux sous qu'elle dépensait chaque mois pour garder sa vieille Suzuki en vie. Mais le comble, c'est que le ven-



COOKELMA/DEPOSITPHOTOS

Le vendeur téléphonera à Stéphanie lors de son retour au travail pour lui indiquer qu'elle a oublié un objet dans sa voiture, et qu'il lui faudrait le récupérer au plus vite!

deur lui propose même de reprendre sa vieille guimbarde en offrant le prix d'un paiement mensuel. Même pas besoin de téléphoner à la remorqueuse de la ferraille. Le vendeur s'en occupera. Elle est aux anges.

Stéphanie fait donc rapidement le ménage de sa voiture pendant que le vendeur s'occupe des papiers et de l'approbation de crédit. Un coup de fil aux assurances suivi de quelques signatures pendant que la petite Hyundai passe à l'atelier d'esthétique pour se faire faire une beauté, et le tour est joué. L'Elantra et sa nouvelle propriétaire s'empressent de prendre la route.

Le lendemain, le vendeur se charge rapidement de la Suzuki qu'il place pour 250\$ auprès d'un revendeur. En déplaçant la voiture sur le stationnement, il remarque dans une pochette de portière deux billets de loterie, qu'il enfouit dans ses poches. Le soir venu, au dépanneur du coin, il les fait valider. Le premier est non gagnant, mais les choses sont

différentes pour le deuxième. Ce dernier, qui fait partie d'un lot de groupe, est bon pour un montant d'un peu plus de 12 000\$. Il est bouche bée, se rappelant bien sûr d'où provient le billet. Et non... il n'est pas signé.

Tout de même, le vendeur aura la grande honnêteté de téléphoner à Stéphanie lors de son retour au travail pour lui indiquer qu'elle a oublié un objet dans sa voiture, et qu'il lui faudrait le récupérer au plus vite. Elle passe donc au commerce le lendemain, sa petite dans les bras. Dans une mise en scène plutôt cocasse, le vendeur lui annonce alors que sa Suzuki était une édition très rare, recherchée par les collectionneurs, et que malgré sa condition, il a réussi à en obtenir un peu plus de 12 000\$. Évidemment, Stéphanie ne mord pas à l'hameçon, mais se demande bien ce qu'elle a pu oublier dans la voiture. Et puis voilà, le vendeur sort le billet de sa poche, sur lequel il a épinglé quelques cartes professionnelles. Des fois que... ●●●

HGRÉGOIRE KIA VAUDREUIL PARMI LES MEILLEURS EMPLOYEURS AU CANADA



Des employés de bonne humeur, un DG qui garde sa porte ouverte en tout temps, des petits et grands bons coups constamment soulignés... l'ambiance joviale qui règne chez HGrégoire Kia Vaudreuil a largement contribué à faire de cette concession l'un des meilleurs employeurs au Canada.

C'est ce que soutient un sondage mené par l'équipe d'*Automotive News Canada* auprès des concessionnaires automobiles du pays. Le magazine fait équipe avec Best Companies Group pour récompenser les concessionnaires automobiles qui se sont distingués par la qualité de leur milieu de travail.

Au Québec, seulement quatre concessionnaires ont été récompensés par le prestigieux palmarès *Best Dealership To Work For* en 2019, soit Kia Vaudreuil, Île-Perrot Toyota, Mazda 2-20 et Park Avenue Volkswagen.



PROVISION PROFITTIME POUR ÉVITER LES BANANES MEURTRIES

Est-il possible de dégager une plus grande marge de profit du côté des véhicules d'occasion? Dale Pollak, fondateur et pionnier de la méthode de gestion Velocity, affirme que oui grâce à son tout nouveau bébé: Provision ProfitTime.

Cette nouvelle méthode va favoriser, a-t-il soutenu, une meilleure gestion des stocks de véhicules d'occasion en fonction de l'investissement que l'on est prêt à consacrer à chacun de ces véhicules.

Comment cela fonctionnera-t-il?

Provision ProfitTime permet d'attribuer un score d'investissement selon le potentiel de profit (Bronze, Argent, Or ou Platine) pour chaque véhicule donné.

Ce score aide le concessionnaire à établir plus clairement le prix d'un véhicule, dicté selon ce qu'il en espère: le voir être rapidement vendu ou souhaite-t-il se montrer patient afin d'en optimiser le retour sur investissement?

Changer sa façon de penser

Dale Pollak a confié que cette nouvelle approche demandera aux concessionnaires de modifier radicalement leur façon de penser parce qu'elle préconise, comme élément-clé dans la gestion de leur inventaire, l'utilisation des jours inscrits au calendrier selon la valeur d'investissement d'un véhicule usagé.

«N'oubliez pas que plus de la moitié de vos véhicules usagés sont des bananes meurtries, a-t-il dit. Ils ne prennent pas du mieux avec le temps, même qu'ils s'aggravent.» D'où l'intérêt de bien en évaluer la valeur.

Très bientôt au Québec

Quand cette méthode fera-t-elle son entrée au Canada, voire au Québec? «Il faudra attendre quelques semaines», répond Luc Morin, vice-président ventes et expérience client Québec chez Trader Corporation. «Mais ça s'en vient, ajoute-t-il. Nous devrions avoir plus de détails à partager d'ici un mois.»

MITSUBISHI LANCE UN NOUVEAU CONCEPT DE BOUTIQUE URBAINE

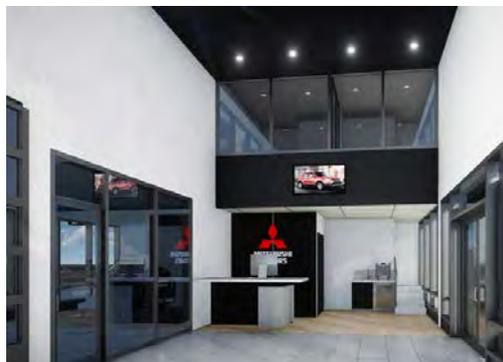


Afin de permettre aux concessionnaires de s'installer – et de rayonner dans des zones urbaines densifiées, Ventes de véhicules Mitsubishi du Canada a lancé un nouveau concept de boutique au détail. Celle-ci occupe moins d'espace en ne proposant qu'une salle de montre pour la vente des véhicules; une première boutique est déjà en construction au centre-ville de Vancouver.

Service de concierge

Le coût des loyers dans les grandes villes justifie une telle approche, qui permet que les aires de service et les stationnements pour véhicules en inventaire se trouvent plutôt en zones industrielles, là où le coût des terrains ou des loyers est moindre.

Pour faire le pont, c'est un service de



concierge qui se chargera de transporter les véhicules entre l'aire de stockage et la salle de montre au centre-ville; des essais routiers pourront même être proposés «sur livraison».

Nouvelle façon de magasiner

Cette approche s'inscrit dans la nouvelle tendance quant au magasinage d'un véhicule. «L'expérience a changé, dit Paul Simmonds, vice-président, ventes et marketing pour Mitsubishi du Canada. Les gens font davantage de recherches en ligne et moins de visites chez le concessionnaire (...). Le fait de créer des occasions de rapprocher de la clientèle l'aspect "détail" de la marque aide Mitsubishi Motors à renforcer sa présence et nous aide à nous distinguer.»

DISTRIBUTION STOX GRANDIT EN ONTARIO ET FAIT L'ACQUISITION DE PROVINCIAL TIRE DISTRIBUTORS

Distribution Stox vient de faire l'acquisition de Provincial Tire Distributors, une entreprise établie depuis plus de 30 ans en Ontario.

«En activité depuis 1988, l'équipe dévouée de Provincial Tire Distributors a su travailler avec passion afin de bien servir ses clients, a commenté le président et chef de direction de Distribution Stox, Bruno Leclair. Les valeurs de l'entreprise ainsi que sa passion pour ses employés et ses clients sont des caractéristiques communes à nos deux compagnies. Nous serons donc en mesure d'unir nos forces afin d'assurer la poursuite du développement de nos marchés respectifs.»

L'équipe administrative du nouveau membre de la famille Stox est basée à Barrie, alors que les activités au quotidien sont effectuées aux emplacements de Barrie et de Sudbury.

Provincial Tire Distributors mobilise plus de 300 employés répartis dans 17 villes.



Une belle photo de famille (de g. à d.): Claude Picard, associé chez Miller Thompson, Martin Labrecque, vice-président et chef de la direction financière, Distribution Stox, Bruno Leclair, président et chef de direction, Distribution Stox, Alexa Labrecque, copropriétaire, Provincial Tire Distributors, Peter Labrecque, copropriétaire, Provincial Tire Distributors, et Robert Sullivan, propriétaire, Sullivan Law.

ET SI ON AUTOMATISAIT LE SERVICE À LA CLIENTÈLE ?

À quand des bornes de service à la clientèle automatisées dans les concessions automobiles au Canada? Il faudra voir, puisque cette formule prend déjà forme de l'autre côté de l'Atlantique: le Groupe PSA (Peugeot) en expérimente le concept en France.

Les premiers tests ont eu lieu à Marseille et en région parisienne. Ils ont permis aux clients d'obtenir du service «à la carte», sans devoir prendre rendez-vous dans les tranches horaires habituelles.

Du coup, les propriétaires ont pu déposer leur voiture à la concession pour son entretien – puis la récupérer sans se soucier du jour de la semaine ni de l'heure du jour.

Qui plus est, l'expérience a permis le paiement en ligne; PSA a alors noté que 18% des consommateurs ont utilisé ce type de paiement. C'est dire, au final, qu'une transaction sur cinq s'est conclue au département de service sans aucun contact avec le personnel du constructeur.

ICEBERG FINANCE

5 raisons d'opter pour Iceberg Finance

1. Solutions de financement de **2^e et 3^e chance** au crédit novatrices adaptées aux besoins changeants et spécifiques des consommateurs et de nos partenaires d'affaires.
2. Trois programmes de financement: Or-Argent-Bronze avec des taux variant entre **12.9 % et 29.9 %**. **Aucun comptant requis et ristournes de financement très compétitives.**
3. Vous livrez vos véhicules plus rapidement grâce à notre **service accéléré** d'approbation du crédit et des revenus à la fine pointe de la technologie.
4. Possibilité de financer, à même nos prêts de 2^e et 3^e chance au crédit, **les garanties mécaniques** des partenaires suivants: SSQ, Garantie Nationale, Industrielle Alliance, Garantie Avantage Plus, Gestion P.E.C., Garantie Autoroute et KM+.
5. Utilisez notre programme **IF Xpress** pour financer des montants entre **1000 \$ et 4000 \$**, et ce, **sans frais ni responsabilité du marchand**. IF Express est très utile pour financer, sans preuve justificative, le comptant exigé par le créancier du véhicule, une équité négative, l'achat d'un véhicule, les coûts de réparations, des accessoires, des pièces, etc. **C'est simple, rapide et efficace !**

DU FINANCEMENT INTELLIGENT !

Chef de file au Québec, Iceberg Finance se démarque par sa rapidité, son efficacité et ses programmes de financement compétitifs et innovateurs. En tant que fier partenaire de la CCAQ et de l'AMVOQ, Iceberg Finance a comme mission le rétablissement du crédit des clients et le développement des affaires des concessionnaires et marchands.

MAINTENANT SUR :

Dealertrack 
UNE TECHNOLOGIE QUI VOUS MÈNERA LOIN

FIER PARTENAIRE DE :



Contactez-nous sans tarder afin de bénéficier de nos programmes de financement.

Roberto Bernard

Directeur principal | Développement des affaires
rbernard@icebergfinance.ca
418 654-5438



SCOOP

KONA

PLATEFORME DE LOCATION



Il y a un an, Don Romano, président de Hyundai Canada, confiait à *AutoMédia* que son équipe et lui travaillaient d'arrache-pied sur un projet tout à fait inédit. L'idée de base était de permettre aux consommateurs de prendre le volant d'un nouveau véhicule Hyundai pour une « durée moyenne » : quelques jours, quelques semaines, peut-être quelques mois...

Un an plus tard, après des dizaines de rencontres avec une myriade de partenaires essentiels (banques, assurances, etc.), Hyundai est finalement prête à lancer la version pilote de son tout nouveau programme *Hyundai for Hire*. Don Romano nous livre ici en primeur les grandes lignes d'un concept qui pourrait bien avoir un impact significatif sur la manière dont les concessionnaires mènent leur barque.

Hyundai for Hire, c'est quoi au juste ?

Essentiellement, nos concessionnaires offriront désormais à leur clientèle la possibilité de louer un véhicule pour une période de courte durée. Ils ne sont pas équipés pour opérer

de la location à la journée, mais leur département de services, lui, est habitué de fournir des voitures aux clients pour de plus longues périodes. Il s'agit donc d'une extension de ce type de service, mais dans un but totalement différent.

On pourrait dire qu'il s'agit d'une stratégie consistant à « essayer et acheter ». Imaginez un client qui ne sait pas si un VÉ ou un PHEV correspondra à son style de vie. Alors, il les loue chacun pour un mois et il voit comment ça se passe. S'il aime l'un ou l'autre produit, il pourra l'acheter l'esprit en paix, car il saura exactement ce qu'il achète.

C'est aussi un premier pas vers l'expansion des services de nos concessionnaires dans un

marché où l'accès à la mobilité est en pleine révolution. Nous regardons ce marché et nous voyons bien ces gens qui utilisent Uber et Lyft, ce qui comble certains besoins. Il y a ensuite les ZipCar et Communauto, qui requièrent un abonnement. Et finalement, il y a des constructeurs qui se lancent dans les services de souscription.

Nous avons donc décelé chez les consommateurs le besoin croissant d'utiliser un véhicule pour une durée plus courte que celle qui vient avec une location traditionnelle (ou un achat) mais plus longue que ce qu'offre une voiture de courtoisie.

Quant aux services de souscription, ils ne nous conviennent pas. En fait, ils ne semblent pas fonctionner pour personne encore, du moins pour l'instant. Mais ça ne veut pas dire que ça ne changera pas dans le futur.

Hyundai for Hire s'insère entre tout ça et facilitera aux consommateurs l'accès à un véhicule Hyundai.

Est-ce que tous les modèles de la gamme Hyundai seront disponibles ?

Non. Lors du lancement, nous nous attendons à ce que les concessionnaires offrent une

flotte d'environ 10 à 12 véhicules. On peut s'attendre à ce que la majorité des utilitaires en fassent partie ainsi que nos nouveaux produits, au fur et à mesure qu'ils arriveront sur le marché.

Les véhicules de la marque Genesis feront-ils partie du programme ?

Non. Actuellement, nous avons les mains pleines avec la construction d'une vingtaine de concessions Genesis à travers le pays et avec le service Genesis à domicile.

Ça coûtera combien ?

Le coût sera moins élevé qu'une location à la journée mais plus élevé qu'une location traditionnelle de longue durée. Tout sera inclus, dont l'entretien et les assurances.

De plus, puisque les clients entreront dans la famille Hyundai grâce au *Hyundai for Hire*, ils auront accès aux programmes de loyauté. Cela veut dire qu'au moment d'acheter un véhicule chez nous, ils pourront récupérer une bonne partie, voire la totalité de l'argent déboursé dans *Hyundai for Hire*.

Le programme sera-t-il automatisé ?

Oui. La recherche, la réservation et le paiement se feront en ligne.

La location des véhicules sera-t-elle soumise à une durée maximale ?

Il existe des lois, en Ontario par exemple, qui régissent les entreprises de location. Entre autres, elles n'ont pas le droit de louer un véhicule pour plus d'un mois. Cela dit, la



location à long terme n'est pas vraiment l'objectif du programme. En fait, nous nous attendons à voir principalement des locations d'une à deux semaines. De plus, nous allons limiter les locations à une période de trois semaines.

Pourquoi lancer le projet pilote en Ontario ?

Nous avons décidé de lancer le projet dans notre cour tout simplement parce que nous pourrions ainsi être aux premières loges de son développement. Nous pourrions nous impliquer quotidiennement sans avoir à prendre l'avion...

C'est vraiment un concept tout nouveau au Canada. Nous voulons commencer modestement et faire les choses correctement. Nous allons analyser la réponse de nos clients ainsi que celle de nos concessionnaires participants. Nous allons ensuite procéder à l'expansion du programme: plus de provinces, plus de villes, plus de véhicules, etc.

Ultimement, quel est votre but ?

Élargir notre base de clients. Des gens perçoivent encore la marque comme il y a 20 ans. Mais, tranquillement, ces mêmes personnes aperçoivent un Palisade sur la route, ils voient nos nouvelles concessions et ils réalisent que les choses ont changé. Je veux les entendre se demander: « C'est un Hyundai, ça ? »

Voilà notre défi: que les gens soient impressionnés par nos produits! Nous voulons aussi qu'ils perçoivent le programme comme un service supplémentaire disponible chez nous et pas chez la concurrence. Imaginez: vous avez des amis qui arrivent en ville pour la semaine et vous n'avez qu'à contacter votre concessionnaire Hyundai pour obtenir un véhicule supplémentaire. Ou peut-être déciderez-vous de partir en vacances pour une semaine et que vous aimeriez y aller au volant d'un Palisade. Ce service inédit et exclusif renforcera le sentiment de loyauté au sein de notre clientèle existante. ●●●

ÉVALUATION, EXPANSION OU CONSOLIDATION AUTOCAP EST LE NUMÉRO 1 AU QUÉBEC

Consultez nos passionnantes opportunités d'acquisition sur DSMA.com et contactez un de vos experts de l'industrie automobile basé au Québec, pour lui demander des détails supplémentaires dès aujourd'hui!



MAXIME THEORET
maxime@dsma.com



FRANCOIS MCDONALD
francois.mcdonald@dsma.com



MANON MESSIER
manon.messier@dsma.com

833.802.5133 . dsma.com

CALGARY . DÉTROIT . MONTRÉAL . FLORIDE . TORONTO . VANCOUVER

AUTOCAP FUSIONS ET ACQUISITIONS

LA
BONNE
AFFAIRE

SIMON LAMARRE | V.-P. DESIGN EXTÉRIEUR GEELY: LE DÉFI D'UNE VIE!

C'est à Göteborg, l'une des principales villes de la Suède (côte ouest) et là où se dresse le siège social de Volvo, qu'AutoMédia a rencontré Simon Lamarre, designer québécois de 51 ans. Une belle grande Suédoise aux yeux verts rencontrée en 1989 en Suisse l'a motivé à déménager au pays des Vikings l'année suivante avec en poche son diplôme en design industriel décroché à l'UQUAM.

Après un premier job de maquettiste (modèles en argile) chez Saab, Simon entre chez Volvo en 1995 où il se familiarise avec la modélisation numérique. Trois ans plus tard, il obtient enfin le droit de dessiner des autos. D'abord le tableau de bord du tout premier XC90, puis le concept SCC (*Safety Concept Car*), qui le propulse à l'avant-scène: Volvo lui demande de l'adapter pour une voiture compacte, la future C30. Ensuite, à partir de la plateforme CMA (*Compact Modular Architecture*), il présentera la V40 à Paris en 2012. Toutefois, il n'achèvera pas son travail sur le XC40, puisqu'il choisira plutôt de relever un autre défi...

Simon Lamarre: En 2013, Geely (propriétaire de Volvo depuis 2010) a voulu démarrer des projets sur la plateforme CMA. Mon ancien boss, Peter Horbury, était désormais chargé du design global de Geely. Il cherchait à monter une équipe à Göteborg. J'ai voulu en faire partie pour avoir l'occasion de mettre au monde



Simon Lamarre pose fièrement devant sa création: le modèle 01 de la nouvelle marque Lynk & Co du constructeur Geely.

une nouvelle marque, de lancer un studio de design et de travailler sur quelque chose de complètement nouveau. Mais mon boss chez Volvo ne voulait pas me laisser partir. Comme je tenais beaucoup à vivre cette aventure, j'ai démissionné de Volvo le 5 octobre et j'ai commencé chez Geely le 8...

Pourtant, Geely devait déjà avoir ses propres équipes de designers?

Pas tout à fait. À l'époque, Geely n'était pas vraiment bien structurée et ses voitures, pas vraiment bien dessinées. Les chefs d'usine s'occupaient du design; c'était donc assez hétéroclite. Il manquait un langage visuel clair. Geely était davantage un constructeur qu'une

marque de commerce. Peter Horbury a consolidé leur design en créant Geely Design.

Que souhaitait Geely au juste?

Trois véhicules issus de la plateforme CMA. Des voitures différentes avec un caractère unique et un cachet européen pour séduire le marché international. Nous étions à peine une dizaine d'employés (plusieurs amis de Volvo ont aussi démissionné pour l'imiter), sans locaux, sans ordinateurs, sans crayons mais avec un paquet d'idées et d'ambitions! Aujourd'hui, nous sommes quelque 2500 ingénieurs, designers, gens du marketing, des anciens de Volvo, de Saab et recrutés partout dans le monde. En tout, une trentaine de nationalités.



Lynk & Co 01



Lynk & Co 02



Lynk & Co 03

C'est différent, travailler pour des Chinois ?

Ce sont des gens d'affaires très astucieux. Quand ils voient une chance d'investir qui rapportera, ils sont là. Ils sont très, très intelligents. Quand on entre dans le monde automobile, par contre, ça devient compliqué. Le marché chinois est énorme ! Il existe plusieurs constructeurs chinois dont on n'a jamais entendu parler. Leurs produits ne sont pas exportables, sauf peut-être en Corée du Nord et dans des pays du Tiers-Monde; ce ne sont pas des bonnes voitures. Quelques marques se sont élevées au-dessus de la mêlée avec de meilleurs produits, dont Geely, qui est l'un des *Top 5* en Chine parmi leur centaine de fabricants.

Donc, vous deviez concevoir trois modèles de calibre international avec de l'argent chinois et une plateforme suédoise...

Oui, mais la commande a fait boule de neige. Au début, on devait seulement être un petit studio qui dessinerait des concepts que la Chine reprendrait pour en faire l'industrialisation. Puis ils nous ont demandé de concevoir les autos au complet avant de les fabriquer en Chine.

Ainsi sont nés les trois premiers véhicules d'une nouvelle marque baptisée Lynk & Co ?

Oui. À partir de la même plateforme que le XC40, nous avons créé le 01, un petit VUS, puis la 02, un «crossover hatchback» un peu plus gros qu'une Golf, et la 03, une petite berline du segment C. Trois compacts déjà ven-



Les concessions Lynk & Co construites en Chine ont de quoi rendre leurs architectes heureux!

du en Chine et qui se déclinent en versions hybride et *plug-in*. Un paquet d'autres modèles suivront.

Est-ce que Geely et Volvo se perçoivent comme des rivaux ?

Oui. On partage des technologies, des découvertes, mais pas au niveau du design. Cela dit, tout le monde regarde tout le monde et on se laisse inspirer. Volvo est un produit haut de gamme, sérieux, avec un design excessivement scandinave, une simplicité des lignes. Chez Geely, notre mission consiste à offrir un design plus émotif. Pas à l'opposé de Volvo, parce que les bases de la philosophie du design sont les mêmes, mais nous, nous ajoutons un ingrédient supplémentaire avec un peu d'inattendu, moins de conservatisme. Par exemple, au lieu d'avoir du chrome autour des fenêtres, nous mettons de la couleur. On ajoute beaucoup plus de couleurs à des en-

droits inédits en pensant à une clientèle plus jeune qui va peut-être apprécier un produit plus expressif.

Est-ce que ces trois véhicules Lynk & Co sont prêts à combler les exigences du client nord-américain ?

Ces exigences, je les crois internationales, les mêmes pour tout le monde. Il y a bien des petites variations locales, mais en général, les marchés se mondialisent. Là où on peut faire une différence, c'est avec le design. Si tu regardes les performances, l'aérodynamisme, la qualité du produit, ça revient pas mal au même.

Vous êtes donc prêts ?

Oui, nous sommes prêts. Parce que dès le début, nous avons tenu compte des demandes des marchés chinois, européen et américain. ●●●

Pedlex
PENSER ▶ ORGANISER ▶ OPTIMISER VOTRE ESPACE !

rousseau

Consultation gratuite en personne ou par téléphone
info@pedlex.com ou 514 324-5310 ou 1 888-PEDLEX-9

Offrez-vous des produits innovateurs, durables et de haute qualité fabriqués ici au Québec!



ÉVÈNEMENT | PAR L'ÉQUIPE D'AUTOMÉDIA

CONGRÈS 2019

L'AMVOQ CÉLÈBRE SES 30 ANS EN FORCE!

Trente ans, ça se fête ! C'est ce qu'a fait – en grand, d'ailleurs – l'Association des marchands de véhicules d'occasion du Québec (AMVOQ) lors de son congrès annuel qui s'est déroulé fin octobre, à Hull.

Et c'est sous le thème de La force d'une association que l'AMVOQ a déroulé le tapis rouge au Hilton Lac-Leamy. Tout au long de la fin de semaine, les 400 membres participants ont pu assister à des conférences, discuter avec les quelque 25 fournisseurs sur place, sans oublier de rire et se trémousser pendant deux agréables soirées.

La première, celle du vendredi, a permis de célébrer d'une plaque honorifique le partenariat avec Intact Assurances et DPA Assurances, une collaboration qui perdure depuis les tout premiers débuts de l'AMVOQ. Une autre plaque a été décernée à Michel Noël en tant que membre honoraire de l'Association afin de souligner son implication des 30 dernières années. La soirée s'est conclue avec un spectacle humoristique de Simon Leblanc.

Lors de la seconde soirée, celle du samedi, les participants ont été invités à un encan silencieux et crié, au cours duquel les prix à remporter étaient offerts par les partenaires de l'AMVOQ. Ces efforts, de même que la tenue d'un tirage moitié-moitié, ont permis d'amasser un peu plus de 12 000 \$ pour Opération Enfant Soleil.



Le conseil d'administration de l'AMVOQ : Michel Parent, administrateur (Les voitures usagées Mont-Laurier), Claude Malo, secrétaire (Automobiles Claude Malo), Daniel Pucella, administrateur (Centre d'auto St-Michel), Roger Beaupré, président (Eugène Baillargeon Auto), Luc Pharand, trésorier (Pharand Auto), Alain Guy, administrateur (Garage du Lac), Héloïc Bourgon, administrateur (Automobiles Carrera), Rock Tremblay, administrateur, (Autosag), et Éric Fréchette, vice-président (Automobiles Fréchette).



DPA Assurances

Deux courtiers en assurance de dommages qui unissent leur vaste expérience pour desservir l'AMVOQ : Marc Ayotte et Grégory Villeneuve.



LesPac/Trader/AutoHebdo.net

Une équipe ultra dynamique : Tony Esposito, président de LesPac (qui appartient de nouveau à TRADER), Daniel Joseph Marsillo, directeur des ventes nationales, Pedro Casaubon, directeur des ventes, et Luc Morin, vice-président Ventes et expérience client pour le Québec.



Desjardins

Depuis longtemps un partenaire de l'AMVOQ, la coopérative financière a demandé à Denis Doré et Mario Bruni de la représenter durant le Congrès annuel.



TradeRev

Au sein d'une entreprise en pleine expansion, on retrouve Jean Malbœuf, directeur des ventes au Québec (avant-dernier à droite), entouré de Nicolas Grenier, Stacy Moreau, Richard Khouzam et Stefano Tamborriello.



Garantie Nationale

En avant sur la photo : Fanny Seymour, Stéphanie Perreault et Julie Haché. En arrière : Pierre-Alexandre Potvin, Miguel Laporte, Yanick Léveillé, Frédéric Dobchies et Gregory Veilleux.



Carfax Canada

Stephan Lalonde, directeur senior national pour les groupes de concessionnaires ainsi que le territoire du Québec, était accompagné de deux représentantes régionales, Lyne L'Espérance et Nathalie Robitaille.



RPM

Au centre, Pierre Michaud, producteur de RPM, ainsi que deux chroniqueurs de l'émission, Luc-Olivier Chamberland et Samuel Lessard, sont venus parler chars avec les membres de l'AMVOQ.



SiriusXM

Toujours aussi créatif et enjoué, le tandem québécois de SiriusXM, formé par Jean-François Martin et Suzie Dassylva, a présenté les talents de peinture sur corps de l'artiste Alexandra Bastien.



iA-VAG

Patrick Leclerc, Claudine Nadeau, Martine Ferron, Normand Desjardins, Bianka Foisy-Marquis et Christian Guy ont apporté la bonne parole aux membres de l'AMVOQ de la part d'un compagnie experte en garanties tout acabit.



Kijiji Autos

Jean-François Blaquière (à droite), le nouveau directeur de Kijiji Autos au Québec, est en compagnie de Tracy Baldo et de Kristin Macintosh, toutes deux basées à Toronto, ainsi que de Walid Achour et de Mohamed Tak Louali, représentants au Québec.



CarGurus

La compagnie venue du Sud de la frontière continue de prendre de l'expansion au Québec grâce aux efforts de Karim Laroussim, chargé des comptes internationaux, et de son infatigable représentant québécois, Mathieu Veilleux-Turgeon.



SSQ Groupe financier

Dévoué depuis belle lurette envers les membres de l'AMVOQ, le spécialiste en F&A a dépêché son artillerie lourde : Sylvain Tremblay, Nathalie Paré, Francis Labbé, Éric Lafleur, Anny Dufour, Annie Cormier, Nancy Gagnon et, enfin, Francis Vallée, vice-président régional.



Iceberg Finance

Manon Gagnier et Danny Pouliot étaient sur place pour discuter de financement alternatif.



CSMO-Auto

Josée McIntyre est au service d'une organisation qui multiplie constamment les initiatives pour solutionner les problèmes souvent liés aux ressources humaines.



LivePerson

L'un des plus importants fournisseurs de service de messagerie par texto pour les concessionnaires était sur place grâce à Jon Arnett, grand patron de l'entreprise au Canada, ainsi que Vanessa Parry, nouvelle représentante, et son collègue Jean-Christophe Vallée, lui aussi démarcheur au Québec.



Auto Prévention

C'est bien connu : vaut mieux prévenir que guérir. Lucie René et Richard Dussault l'ont rappelé tout au long du weekend mais sans jamais se départir de leur sourire.



Distributions Stox

Louis-Philippe Bois, directeur des ventes, et François Demers, directeur des comptes chez Distributions Stox.



Vin-Lock

Joselyne de La Fuente et Annie Roy étaient au rendez-vous de Hull pour expliquer comment leur employeur se spécialise dans le burinage des automobiles mais sans jamais négliger une approche esthétique.



AGA DE MOBILIS DES DOSSIERS CHAUDS



L'assemblée générale annuelle des membres de la Corporation Mobilis s'est tenue à Québec le 10 octobre dernier entre les murs magnifiquement rénovés de l'édifice Le Capitole et dans une salle pour le moins bien nommée: Le Confessionnal!

Le président nouvellement élu du conseil d'administration de la CCAQ a parti le bal. Avec aisance, Michel Gaudette a survolé plusieurs dossiers qui assaisonnent la pizza de dossiers chauds que préparent chaque jour les 43 employés de sa corporation. Robert Poëti, le p.-d. g. de ladite corporation, a aussi pris le micro pour renforcer les propos de son président.



LES PRIORITÉS DU PRÉSIDENT DE MOBILIS

C'est un Éric Dorval passionné et engagé, concessionnaire en titre de Mazda Montmagny et nouveau président de Mobilis, qui a énuméré avec fougue les priorités de son mandat de deux ans :

- Encore et toujours le Salon de l'auto de Québec, dont « je suis très fier » ;
- La main-d'œuvre. « Pour contrer la pénurie, il faut mieux vanter les beaux métiers que l'on peut trouver dans les châteaux que les constructeurs nous font construire! » ;
- « Je veux mieux communiquer et être plus proche de vous. Moi, j'embarque toujours à 150% dans les choses qui m'interpellent. Avec vous, ça va être au moins à 160%! J'ai un rêve, celui d'augmenter le sentiment d'appartenance à notre corporation. Comment ça se fait que nos membres ne mettent pas le logo de Mobilis sur leur site Web? Je veux changer ça. »



Les élus du nouveau conseil d'administration de Mobilis: Louis Desmeules (Centre Porsche Québec), Patrice Drouin (Groupe Auto Québec), Marco Vachon (Vachon Subaru), Éric Dorval (Montmagny Mazda), François Roy (Ste-Foy et Québec Mitsubishi) et Frédéric Lajoie (Performance Ford).



Sébastien Alajarin, directeur des ventes d'IA Groupe financier, partenaire principal depuis l'an dernier du Salon de l'auto de Québec, s'est déplacé avec une grosse équipe pour résumer devant les concessionnaires les défis que sa compagnie s'est donnés pour les prochaines années.

L'EXTRA POËTI! AutoMédia a rencontré Robert Poëti pour épicer davantage les dossiers discutés.

La mutuelle de prévention

MM. Gaudette et Poëti s'étonnent ouvertement du fait que ce ne sont pas tous les membres de la CCAQ (890 en incluant les marchands de camions lourds) qui adhèrent à la mutuelle. « Comment se passer de quelque chose d'aussi rentable? », se demandent-ils à l'unisson. Depuis sa création en 1997, elle aurait fait épargner 355 millions aux membres!

Je rends hommage à mes prédécesseurs qui ont créé cette mutuelle. En matière de CNESST, elle fait économiser en primes à nos membres 25 M\$ par année. Disons 25 000\$ par concessionnaire! Plus il y a de prévention, moins il y a d'accidents de travail, donc moins de réclamations et donc des primes moins élevées. On épargne de l'argent, des blessures et des décès. Année après année, notre mutuelle est la première ou la deuxième plus en santé au Québec, c'est-à-dire affichant le taux d'efficacité et de rendement le plus élevé. Ce qui veut dire que, cette année, la prime de tous nos membres est de... zéro dollar! C'est un succès phénoménal!

CarrXpert

Quelque 200 ateliers de carrosserie équipés d'outils dernier cri à travers la province, dans les concessions ou à l'extérieur, font fièrement flotter la bannière CarrXpert. L'appui de la CCAQ en a fait augmenter le volume d'affaires.

Jean-François Gargya, directeur de CarrXpert, et son équipe ont créé un modèle de bannières qui semble satisfaire les clients, les concessionnaires et les compagnies d'assurances. Ce modèle va se répandre en Ontario et ailleurs au Canada.

Ultra

Un outil qui permet à un employeur de vérifier les antécédents possiblement criminels d'une personne qu'il songe à embaucher.

Vous nous appelez et on vous dira en un temps record si vous risquez ou non de faire entrer un loup dans la bergerie. Nous pouvons donner une deuxième chance, mais on



veut savoir à qui on a affaire. Récemment, un laveur de voitures nouvellement engagé sans aucune vérification a fait disparaître deux camions dans un conteneur!

Le service Ultra est à coût abordable, juste pour nous permettre de couvrir nos frais. C'est un investissement minime pour vous assurer de la qualité de votre personnel.

ÉVÉNEMENT |

Immigration

Pour contrer la pénurie de main-d'œuvre dans les concessions, la CCAQ a établi un pont entre le Québec et le Maroc. Quelque 130 Marocains sont ciblés, une quarantaine sont déjà chez nous. Robert Poëti s'est rendu à Casablanca et Rabat pour, comme il dit, «attacher tous les fils ensemble».

▼
Est-ce que je veux me substituer à une agence d'immigration? Non. J'ai signé un partenariat avec ImmigrEmploy, une firme spécialisée. On préqualifie des peintres, des débosseleurs,

des techniciens en se rendant sur place. Ça répond exactement à la demande du premier ministre Legault. On fait même encore plus sur le plan de l'intégration en région. Entre deux mécaniciens qualifiés, on choisit celui qui vient d'une petite ville pour aller travailler à Sept-Îles. Pourquoi le Maroc? Pour la langue, tout bêtement. On vient d'éliminer un obstacle de taille. Je ne veux pas ralentir le processus d'immigration en temps de pénurie. Et le gouvernement marocain participe parce qu'il est fier d'offrir ces citoyens compétents.



Lors d'une mission de recrutement en septembre dernier à Rabat, **Robert Poëti** et **Lucie Allard**, conseillère en ressources humaines à la CCAQ, ont posé en compagnie des responsables de l'Agence nationale de promotion de l'emploi et des compétences (ANAPEC) du Maroc.

Occasion en Or

Au moins 600 membres de la CCAQ en font partie et la CCAQ s'apprête à leur offrir une belle surprise: leur propre plateforme numérique où se retrouveront tous leurs inventaires de véhicules d'occasion. De toute évidence, la CCAQ en a marre de voir des tiers facturer ses membres pour qu'ils exposent leurs véhicules sur la Toile. Alors, depuis six mois, un intense travail a lieu en coulisses. D'ici peu, Michel Gaudette promet une annonce qui serait un «magnifique cadeau de Noël!».

▼
C'est vrai, nous travaillons sur un Occasion en Or 2.0. Même le nom changera. Je préfère pour le moment taire l'identité du partenaire pressenti, mais nous vous l'annoncerons bientôt.

Équité négative

Le gouvernement voulait déposer un projet de loi pour légiférer sur les équités négatives (les *ballounes*). Grâce à une intervention de la CCAQ, le ministre Pierre Fitzgibbon (Économie et Innovation) et la députée Sonia LeBel ont fait marche arrière, pour l'instant.

▼
Ça reste une préoccupation du gouvernement. De notre côté, nous savons que la qualité des véhicules est incroyable. Surtout quand des constructeurs offrent 0% et des garanties de 10 ans. On ne veut pas dire aux consommateurs comment acheter leurs affaires. Cela dit, il faut que le contrat de vente indique l'équité négative et que le client le sache. Personne ne peut dire «je ne savais pas que j'avais une *balloune*». Moi-même j'en ai eu. C'est ma décision de dire oui ou non. Mais que ce soit transparent, c'est le client qui doit avoir le dernier mot.



La compagnie **Solotech** a présenté **Le Totem**, une espèce de «télé verticale» aux DEL qui vient remplacer les fameux *roll-up* des kiosques d'exposition. Elle peut fonctionner pendant 50 000 heures d'affilée!

Les 75 ans de la CCAQ

L'an prochain, pour fêter ses 75 ans, le Congrès annuel de la CCAQ se déroulera chez nous, au Château Frontenac. «Ça va être la fête à Québec!», promet M. Poëti. Seul petit hic: les dates choisies du 20 au 24 mai 2020 sont les mêmes que celles du 2^e Salon du véhicule électrique prévu au Centre de foires et avec lequel Mobilis est partenaire.

▼
Ce qui aurait pu devenir un conflit de dates deviendra un élément du party. Je vais me servir du Salon comme d'une activité. À un moment donné, on va tous prendre un autobus pour s'y rendre. Par ailleurs, en lien avec 1945, l'année de création de la CCAQ, nous honorerons des vétérans de l'armée canadienne... et nous aurons toute une surprise pour nos invités!



UN HUMORISTE DANS LA SALLE

Pour divertir ses membres après plusieurs heures de discussions sérieuses, Mobilis a invité l'humoriste Patrick Groulx. Échantillonnage:

«On a des thermomètres, des baromètres, des anémomètres. Tu veux connaître le temps qu'il fait? Regarde par la fenêtre! Tu veux connaître le temps qu'il fera demain? Regarde par la fenêtre d'en arrière!»

«Pourquoi les feuilles sont rouges l'automne? Parce qu'elles sont en cr... de voir l'hiver qui arrive!»

Et ça, ce sont seulement les farces racontables...



DE BELLES HISTOIRES DE VENDEURS DE CHARS

GSTOCKSTUDIO/DEPOSITPHOTOS

C'est fou comment une petite attention, un petit service, une chaleureuse attitude de la part du personnel des ventes envers le client peut faire une grande différence en matière d'expérience au sein de la concession.

Voici cinq belles histoires que nous ont partagées des conseillers aux ventes.

« Ah non ! Pas encore lui ! »

Même les clients les plus difficiles peuvent devenir les meilleurs amis du monde. Parlez-en à **PIERRE-CHARLES NADEAU**, qui travaille comme représentant aux ventes chez Park Avenue Volkswagen, à Brossard.

« Il y a six ans, nous avons un client avec la réputation d'être très exigeant. C'était un client qui posait beaucoup de questions, en plus de négocier la moindre option. Avec lui, chaque vente se transformait en un exercice ardu et complexe. Par conséquent, dès qu'il entra dans notre concession, ce qu'il faisait au moins trois fois par année, tous les représentants sur le plancher se regardaient, comme pour se demander à qui c'était le tour. »

« J'avoue que cela m'intriguait. Un jour que ce client était en pleine discussion avec un de

mes confrères, je me suis approché pour faire sa connaissance. On s'est mis à jaser de véhicules, de tout, de rien, de la vie ! On a vite réalisé qu'on était sur la même longueur d'onde. Du coup, lorsqu'il est revenu trois mois plus tard pour changer à nouveau de modèle, c'est avec moi qu'il a demandé de faire affaire, pour cette première fois... et pour les 15 suivantes. »

« Depuis, on est devenus des amis très proches ; il n'y a pas une semaine où l'on ne se parle pas. Et même si aujourd'hui, il conduit un autre véhicule que la marque Volkswagen,



c'est encore auprès de moi et de notre directeur financier qu'il effectue ses transactions automobiles. C'est un des beaux avantages de faire partie d'un groupe de concessionnaires qui détient plusieurs marques... »

Miss Daisy... et sa MINI

Il y a à peine 18 mois, **JOHN HOLLANDS** était gestionnaire de comptes chez Agropur, un poste qu'il occupait depuis plus de 15 ans. Ce passionné d'histoire automobile et de voitures anciennes (il possède une MGB 1969 qui aurait appartenu au poète Leonard Cohen) a eu une idée complètement folle.

« J'approchais de mon 45^e anniversaire et j'en étais rendu à vouloir réorienter ma carrière. Je souhaitais me trouver un travail avec moins de stress et, surtout, beaucoup de plaisir à établir des relations-clients emplies d'émotions. Un bon matin, je me suis dit: *Pourquoi ne pas aller tenter ma chance comme représentant aux ventes d'un modèle de voitures qui me fascine depuis des années? C'est comme ça que je me suis retrouvé au sein de l'équipe de Park Avenue MINI Brossard.* »

« Alors que je débutais dans mon nouveau travail, une dame de 71 ans s'est présentée à la concession en compagnie de son frère. Cette professionnelle de la santé, toujours active sur le marché du travail, était en deuil de son conjoint avec qui elle avait partagé plus de 30 ans de vie commune. Ce dernier venait

de mourir, après trois années à lutter contre le cancer. »

« Son conjoint avait toujours préféré conduire des modèles classiques, des modèles *plus sécuritaires*, disait-il. Mais alors, pourquoi cette dame venait-elle chez MINI Brossard? Quel était son lien avec MINI? Je dois vous dire que ce sont là des questions que je pose à chacun de mes clients... Et la dame de me raconter qu'elle conduisait une voiture similaire pendant ses études, dans les années 1960. Elle était, a-t-elle ajouté les larmes aux yeux, un peu bohème. Elle adorait (toujours) le style de la voiture et elle croyait que d'en conduire une à nouveau l'aiderait à traverser l'épreuve du deuil. »

« Tout de même, elle était perplexe; serait-elle, à son âge, en sécurité dans une si pe-



tite voiture? Je l'ai rassurée sur ce plan (n'oubliez pas, je suis un passionné de MINI), je lui ai offert d'en faire l'essai routier... et la dame a pris sa décision: elle voulait à tout prix acheter une MINI. Faire le choix des options et de la couleur s'est révélé une expérience riche en émotions, mais son coup de cœur s'est finalement porté sur l'édition du 60^e anniversaire. Depuis cette transaction, la dame et moi avons gardé contact. »

Pour une simple affaire de pneus...

En 20 ans de carrière chez Auto Durocher, à Laval, **FRANÇOIS LEFEBVRE** en a vécu de belles histoires avec ses nombreux clients. L'une des anecdotes les plus marquantes remonte à août 2008.

« Nous avions un client qui venait d'acheter une Dodge Grand Caravan 2004. Moins d'une semaine après son achat, il revient à la concession pour signaler un problème avec les pneus; il n'était pas satisfait de leur condition. Il exigeait de la représentante qui avait procédé à la vente qu'elle lui fasse installer quatre pneus neufs, sans frais additionnels. Ce qu'elle refusait de faire. En fait, cette conseillère ne voulait plus s'occuper ni de lui ni de sa plainte – et cela a évidemment mis le client en furie. »

« Le patron est donc venu me demander de prendre ce dossier en main et c'est ce que j'ai fait. Dès lors, ce client ne cessait de me répéter: *tu ne le regretteras pas*. Il me disait qu'il me recommanderait à de nombreux clients... comme ce que des dizaines de consommateurs ont l'habitude de nous raconter, sans jamais y donner suite, afin qu'on s'occupe d'eux. Mais voilà: celui-là a tenu parole. »

« Au cours des dernières années, non seulement cet entrepreneur est venu acheter tous



ses véhicules chez Auto Durocher, mais il m'a envoyé au-delà d'une centaine de clients. J'ai vendu des véhicules à sa femme, à ses enfants, à ses cousins, à ses neveux et nièces, ainsi qu'à nombre de ses employés et ses fournisseurs. Bref, notre ancienne collègue, qui n'est d'ailleurs plus au service de la concession, est passée à côté d'un client en or! »

« Dépêchez-vous, je v

JEAN-LUC MASSÉ, représentant aux ventes chez GM Paillé de Berthierville, n'est pas près d'oublier la livraison d'un camion GMC Sierra à un couple de la région, lors d'une soirée de décembre 2016.

« Il était environ 18h, mon client était accompagné de sa conjointe et de leur jeune enfant. C'était la première fois que le couple achetait chez nous. La dame était enceinte de son deuxième bébé... je dirais même qu'elle était très enceinte! Mais cette condition ne semblait pas la déranger pendant qu'on expliquait les diverses fonctions du nouveau véhicule. »

« Du moins, ce fut le cas jusqu'à ce que l'on prenne la photo pour notre page Facebook. C'est alors que la cliente nous a tout bonnement dit: *Dépêchez-vous, les gars, je crois que le travail a commencé!* À peine les photos prises, le couple a sauté dans sa nouvelle acquisition pour se rendre directement à l'hôpital. La cliente a même perdu ses eaux dans le camion! Mais comme il était équipé de sièges en cuir et de tapis *Weather Tech*, cet incident n'a heureusement laissé aucune trace. »

Prendre le temps « d'écouter » le client – pour vrai

Avez-vous déjà passé sept heures d'une même journée avec le même client afin de lui vendre... une voiture économique? C'est ce qu'a fait **JOSEPH MARINO** il y a un an, alors qu'il était représentant aux ventes chez Spinelli Toyota, à Lachine.

« **M**on invité (c'est comme ça qu'on appelle le client chez Spinelli) est arrivé à 10h le matin et a quitté la concession à 17h, avec un contrat en main pour une Yaris. Il était un sexagénaire affecté par une grave déficience auditive et au cours de la semaine, il s'était présenté dans au moins trois autres concessions, mais le personnel n'avait pas pris le temps de s'occuper de lui. Il en était reparti déçu. »

« Certes, il a fallu que je me place en mode *écoute* et que je fasse preuve d'une grande patience. Ce n'est pas évident de communiquer avec une personne sourde. Afin de bien cerner ses besoins et les options que mon invité désirait, je devais lire ce qu'il écrivait sur un

bout de papier et, en retour, il lisait mes réponses sur mes lèvres. »

« Mais il fallait voir son sourire lors de l'essai routier. Même s'il ne pouvait entendre la musique, son corps ressentait la puissance du système de son. J'étais heureux de lui faire vivre cette expérience. »

« Cet invité a tellement apprécié que j'aie pris le temps nécessaire de lui présenter et expliquer le véhicule qu'il est revenu trois jours plus tard en compagnie de sa femme, elle aussi malentendante. Madame souhaitait acheter une Corolla et c'est ce que nous lui avons vendu. Cinq mois plus tard, ce même client me recommandait deux autres personnes, également malentendantes, qui



sont reparties chacune avec un véhicule de chez nous! »

vais accoucher! »



« La cliente a accouché le soir même d'un beau petit garçon – et je parie qu'il sera l'un de nos futurs clients Paillé! »
Jean-Luc Massé



PRODUITS AVANTAGEPLUS

Loyal

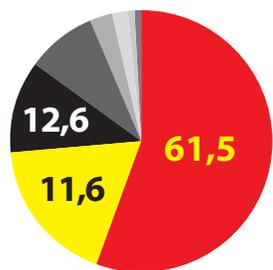
Toujours avec vous!

- Garanties prolongées mécaniques
- Garanties prolongées électriques
- Distribution d'assurances crédits
- Distributions de garanties et de produits d'esthétiques pour véhicule

514.710.0196
www.garantieavantageplus.ca

Suivez-nous!

CHIFFRES DÉCHIFFRÉS |



- **Compacts** 61,5%
- **Sous-compactes** 11,6%
- **Intermédiaires** 12,6%
- **Luxueuses** 6,9%
- **Sportives** 2,3%
- **Compacts de luxe** 2,9%
- **Très luxueuses** 1,4%
- **Sportives de luxe** ,8%



Septembre aura été payant pour la petite **HONDA FIT**, qui a connu une **augmentation** de ses ventes québécoises de **633 %!**

ÇA ROULE POUR LA TOYOTA PRIUS!



La voiture hybride la plus vendue au monde a enregistré **493 ventes au Québec** en septembre dernier, contre 171 à pareil mois en 2018. Depuis le début de l'année, **3184 unités** (presque le double qu'à la même période en 2018).

VENTES D'AUTOMOBILES EN SEPTEMBRE AU QUÉBEC **11 794**

		Septembre 2019	Septembre 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
SOUS-COMPACTES					
Nissan	Micra	291	193	2 586	2 530
Toyota	Yaris	272	431	3 134	3 126
Chevrolet	Spark	243	160	2 285	1 818
Hyundai	Accent	204	278	2 277	3 603
Kia	Rio	149	239	1 653	1 876
Honda	Fit	88	12	1 091	1 058
Mitsubishi	Mirage	66	122	755	739
Toyota	Prius c	30	51	380	582
Nissan	Versa	19	209	888	2 393
smart	fortwo	8	14	119	82
Fiat	500	1	2	18	27
Fiat	500 Cabrio	0	2	2	9
Ford	Fiesta	0	28	190	282
Chevrolet	Sonic	0	14	0	455
Mitsubishi	i-MiEV	0	0	0	5
Cumuls		1 371	1 755	15 378	18 585
Parts de marché		11,6%	12,2%	13,4%	13,9%

COMPACTES

Honda	Civic	1 317	1 391	12 866	14 677
Hyundai	Elantra	1 195	1 350	9 640	11 441
Toyota	Corolla	1 134	1 438	10 720	12 026
Mazda	Mazda3	547	714	5 551	6 585
Volkswagen	Golf	507	671	4 714	5 504
Kia	Forte	435	374	4 353	3 640
Subaru	Impreza	381	361	3 325	3 201
Volkswagen	Jetta	374	492	4 289	3 858
Chevrolet	Bolt EV	367	196	1 879	991
Kia	Soul	234	115	1 968	1 915
Nissan	Sentra	204	376	2 171	3 581
Nissan	Leaf	145	387	1 386	1 773
Hyundai	Ioniq	130	276	1 786	1 165
Chevrolet	Cruze	98	689	2 044	5 073
Kia	Soul EV	91	33	465	375
Volkswagen	Beetle	38	55	772	591
Chevrolet	Volt	26	94	1 472	1 645
MINI	Clubman	14	17	110	130
Honda	Insight	13	7	72	21
Ford	Focus	3	242	642	1 895
Fiat	500L	0	0	0	3
Ford	C-Max	0	2	0	80
Mazda	Mazda5	0	0	0	166
Mitsubishi	Lancer/Lancer Sportback	0	0	0	805
Cumuls		7 253	9 280	70 225	81 141
Parts de marché		61,5%	64,4%	61,1%	60,7%

INTERMÉDIAIRES

Toyota	Prius	493	171	3 184	1 676
Ford	Fusion	216	181	1 243	1 130
Toyota	Camry	179	255	2 375	2 467
Honda	Accord	159	253	1 402	1 885
Dodge	Charger	108	53	197	233
Chevrolet	Malibu	88	45	619	759
Nissan	Altima	66	38	572	714
Kia	Optima	36	49	327	503
Hyundai	Sonata	35	52	465	767
Subaru	Legacy	31	56	425	522
Chevrolet	Impala	22	42	342	374
Mazda	Mazda6	19	40	201	456
Buick	Regal	10	9	153	68
Buick	Allure/LaCrosse	7	12	57	85

		Septembre 2019	Septembre 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
Volkswagen	Arteon	7	0	79	0
Volkswagen	Passat	5	26	134	551
Honda	Clarity	4	8	589	323
Nissan	Maxima	4	16	127	148
Chrysler	300 Series	1	44	14	166
Ford	Taurus	1	2	115	253
Kia	Rondo	0	0	0	39
Toyota	Mirai	0	0	50	0
Toyota	Prius v	0	37	148	539
Cumuls		1 491	1 389	12 818	13 658
Parts de marché		12,6%	9,6%	11,1%	10,2%

SPORTIVES

MINI	Cooper/Cooper S	82	75	768	864
Volkswagen	GTI	67	95	703	704
Ford	Mustang	37	64	782	939
Chevrolet	Camaro	26	16	302	312
Hyundai	Veloster	22	33	280	155
Mazda	MX-5	14	12	277	281
Subaru	Impreza WRX/STI	12	128	789	1 177
Subaru	BRZ	5	6	64	67
Dodge	Challenger	5	15	138	206
Toyota	86	3	2	30	113
Fiat	Spider	2	4	42	78
Honda	CR-Z	0	0	0	1
Cumuls		275	450	4 175	4 897
Parts de marché		2,3%	3,1%	3,6%	3,7%

COMPACTES DE LUXE

Audi	A3	156	191	1 062	1 399
Mercedes-Benz	Classe A/B	109	68	904	879
Acura	ILX	57	57	370	360
BMW	Série 2	17	29	257	400
Cumuls		339	345	2 593	3 038
Parts de marché		2,9%	2,4%	2,3%	2,3%

LUXUEUSES

BMW	Série 3	143	102	958	1 069
Mercedes-Benz	Classe C	105	133	1 116	1 835
Audi	A4	99	186	1 043	1 341
Acura	TL	77	74	612	639
Audi	A5	76	81	809	847
Lexus	IS	58	52	367	451
Infiniti	Q50/Q60	54	84	425	735
BMW	Série 4	39	40	487	604
Volvo	V60	35	22	215	203
Volvo	S60	29	5	231	92
Lexus	ES	26	21	193	151
Kia	Stinger	25	22	280	272
Genesis	G70	18	19	169	111
Toyota	Avalon	13	15	60	94
Ford	MKZ	5	26	45	155
Genesis	G80	3	3	43	46
Lexus	RC	3	2	26	27
Jaguar	XE	2	13	16	116
Alfa Romeo	Giulia	1	8	44	54
Cadillac	CTS	0	4	27	60
Kia	Cadenza	0	2	7	19
Cadillac	ATS	1	20	13	290
Cumuls		810	934	7 186	9 211
Parts de marché		6,9%	6,5%	6,2%	6,9%

LES ACHETEURS DE VÉHICULES NEUFS SONT SUR

autoHERDO.net

Septembre 2019 Septembre 2018 Cumul 2019 Cumul 2018

TRÈS LUXUEUSES

Mercedes-Benz	Classe E	51	49	442	472
BMW	Série 5	21	35	266	371
BMW	Série i	15	8	70	98
Audi	A6	14	0	120	81
BMW	Série 7	9	7	56	57
Audi	A7	7	2	86	47
Jaguar	XF	7	2	14	29
Mercedes-Benz	Classe S	7	4	117	119
Cadillac	CT6	5	2	24	40
Genesis	G90	4	0	7	19
Porsche	Panamera	4	7	87	128
Cadillac	XTS	3	5	72	47
Lexus	GS	3	3	11	25
Ford	Continental	2	7	30	58
Infiniti	Q70 Sedan	2	1	10	7
Maserati	Ghibli	2	0	15	26
Acura	RL/RLX	1	1	7	17
Jaguar	XJ Sedan	1	1	11	32
Lexus	LS	1	2	10	24
Maserati	Quattroporte	1	1	7	13
Volvo	V90	1	10	41	101
Audi	A8	0	2	13	19
Kia	K900	0	0	0	2
Volvo	S90	0	5	9	41
Cumuls		161	154	1 525	1 873
Parts de marché		1,4%	1,1%	1,3%	1,4%

SPORTIVES DE LUXE

Porsche	911 Series	30	19	219	236
Toyota	Supra	12	0	61	0
Chevrolet	Corvette	11	23	236	227
Jaguar	F-Type	9	10	44	70
BMW	Z4	6	0	51	0
Mercedes-Benz	GT	6	5	66	45
Audi	TT	5	4	80	86
Nissan	370Z	5	11	112	153
BMW	Série 8	2	0	34	0
Porsche	Boxster	2	2	50	90
Audi	R8	1	3	19	47
BMW	Série 6	1	5	20	46
Lexus	LC	1	1	5	11
Mercedes-Benz	SLK	1	0	24	33
Nissan	GTR	1	0	7	10
Porsche	Cayman	1	3	26	57
Acura	NSX	0	1	5	6
Alfa Romeo	4C	0	1	8	10
Dodge	Viper	0	0	0	1
Ford	Ford GT	0	1	0	2
Maserati	GranTurismo	0	0	1	3
Maserati	GranTurismo Convertible	0	1	3	6
Mercedes-Benz	SL	0	2	24	25
Cumuls		94	92	1 095	1 164
Parts de marché		0,8%	0,6%	1,0%	0,9%
Total voitures		11 794	14 399	114 995	133 567

VOLKSWAGEN ATLAS

1145 ventes

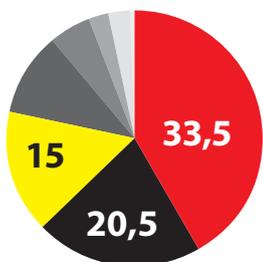


SUBARU ASCENT

765 ventes



De ces deux joueurs récemment débarqués dans le créneau des VUS intermédiaires, c'est le camion bavarois qui gagne en popularité depuis le début de l'année au Québec.



VENTES DE CAMIONS LÉGERS EN SEPTEMBRE AU QUÉBEC 26 229

Utilitaires sport compacts	33,5%	Fourgonnettes	3%
Camionnettes	20,5%	Utilitaires sport intermédiaires de luxe	3,1%
Utilitaires sport sous-compactes	15%	Camionnettes compactes	2,6%
Utilitaires sport intermédiaires	9,3%	Utilitaires sport de luxe pleine grandeur	1,3%
Utilitaires sport compacts de luxe	6,9%	Utilitaires sport pleine grandeur	2%
Fourgonnettes	2,8%		



En dépit de l'engouement des Québécois pour les petites voitures, la **NISSAN VERSA** en a pris pour son rhume, en septembre, avec seulement **19 ventes** au compteur. On est loin des 209 ventes affichées pour la même période en 2018...

Septembre 2019 Septembre 2018 Cumul 2019 Cumul 2018

UTILITAIRES SPORT SOUS-COMPACTS

Hyundai	KONA	968	472	8 813	4 235
Nissan	Kicks	553	255	4 094	1 084
Mazda	CX-3	523	447	3 761	4 945
Honda	HR-V	460	128	3 996	2 761
Nissan	Qashqai	405	531	4 715	4 950
Buick	Encore	268	392	2 749	3 097
Kia	Niro	210	82	1 360	759
Toyota	C-HR	161	169	1 559	1 504
Mitsubishi	RVR	155	221	1 701	1 626
Ford	EcoSport	113	129	1 220	1 193
Chevrolet	Trax	82	59	435	556
MINI	Countryman	45	37	387	372
Jeep	Renegade	2	7	73	64
Fiat	500X	1	3	1	7
Cumuls		3 946	2 932	34 864	27 153
Parts de marché		15,0%	12,1%	15,0%	12,2%

UTILITAIRES SPORT COMPACTS

Toyota	RAV4	1 275	1 044	11 116	9 219
Honda	CR-V	1 040	986	10 215	9 992
Mazda	CX5	883	699	7 177	7 005
Nissan	Rogue	819	805	7 644	9 298
Hyundai	Tucson	776	623	5 640	5 273
Subaru	XV Crosstrek	598	480	3 864	3 961
Volkswagen	Tiguan	591	540	4 322	4 287
Ford	Escape	494	663	4 944	6 131

Septembre 2019 Septembre 2018 Cumul 2019 Cumul 2018

Kia	Sportage	432	258	3 937	3 045
Kia	Sorento	426	234	3 740	3 655
Jeep	Wrangler	294	148	2 884	3 374
Subaru	Forester	221	239	1 877	1 729
Chevrolet	Equinox	200	233	1 875	2 721
Mitsubishi	Outlander	191	151	1 319	1 305
Jeep	Cherokee	178	266	1 842	3 039
Mitsubishi	Outlander PHEV	161	283	1 740	1 952
Mitsubishi	Eclipse Cross	136	143	1 212	1 024
Jeep	Compass	35	78	625	843
Buick	Envision	34	30	319	332
Cumuls		8 784	7 903	76 292	78 185
Parts de marché		33,5%	32,5%	32,5%	35,2%

UTILITAIRES SPORT INTERMÉDIAIRES

Hyundai	Santa Fe	305	277	2 534	2 374
Ford	Edge	266	231	2 367	2 143
Chevrolet	Terrain	264	322	2 338	2 150
Jeep	Grand Cherokee	231	255	1 833	1 466
Subaru	Outback	158	387	2 446	2 817
Toyota	Highlander	143	159	1 396	1 469
Nissan	Murano	130	228	1 530	1 797
Hyundai	Palisade	111	0	382	0
Volkswagen	Atlas	98	121	1 145	1 115
Ford	Explorer	92	199	879	2 030
Honda	Pilot	85	150	1 016	887
Toyota	4Runner	82	111	1 111	922

LES ACHETEURS DE VÉHICULES NEUFS SONT SUR

autoHEBDO.net



Malgré les Greta Thunberg et autres mouvements écolo de ce monde, GM a écoulé plus de **100 CHEVROLET TAHOE** en septembre dans la Belle Province. C'est **4 x plus** qu'en septembre 2018.

346 813
Nombre de véhicules vendus au Québec depuis le début de 2019.

À la même période l'an dernier, **355 842** ventes avaient été comptabilisées dans la province ; c'est donc dire **une baisse** qui, après neuf mois, se chiffre à **9029 unités** - environ 2,5 %.

SEPTEMBRE 2019
TOTAL AUTOS ET CAMIONS
38023

		Septembre 2019	Septembre 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
Nissan	Pathfinder	79	130	923	1 026
Kia	Telluride	76	0	608	0
Mazda	CX-9	75	84	839	911
Subaru	Ascent	67	98	765	335
Chevrolet	Traverse	44	46	557	553
Chevrolet	Blazer	40	0	286	0
Honda	Passport	36	0	346	0
Buick	Acadia	20	34	332	449
Buick	Enclave	12	38	168	260
Dodge	Journey	11	17	200	262
Hyundai	Santa Fe XL	7	46	426	785
Toyota	Venza	0	0	0	0
Cumuls		2 432	2 933	24 427	23 751
Parts de marché		9,3%	12,1%	10,5%	10,7%

UTILITAIRES SPORT PLEINE GRANDEUR

Dodge	Durango	222	225	634	763
Chevrolet	Tahoe	102	23	399	236
GMC	Yukon	69	23	278	280
Chevrolet	Suburban	44	20	272	477
GMC	Yukon XL	41	15	243	184
Ford	Expedition	33	33	257	203
Toyota	Sequoia	6	16	80	95
Nissan	Armada	3	14	42	112
Cumuls		520	369	2 205	2 350
Parts de marché		2,0%	1,5%	1,0%	1,1%

UTILITAIRES SPORT COMPACTS DE LUXE

Audi	Q5	300	239	2 256	2 176
Acura	RDX	197	148	1 363	1 256
Mercedes-Benz	GLC	186	154	1 749	1 340
Lexus	NX	160	102	935	904
Audi	Q3	155	148	510	1 048
BMW	X1	125	76	890	1 159
BMW	X3	106	91	1 006	995
Volvo	XC60	79	39	631	650
Infiniti	QX50	76	120	581	593
Cadillac	XT4	67	0	614	0
Porsche	Macan	67	106	628	658
Mercedes-Benz	GLA	50	52	645	778
Lincoln	MKC	48	52	389	426
Lexus	UX	40	0	431	0
BMW	X2	35	50	281	283
Volvo	XC40	30	28	427	313
Land Rover	Discovery Sport	25	23	116	205
BMW	X4	22	23	202	135
Land Rover	Range Rover Evoque	18	18	218	208
Alfa Romeo	Stelvio	16	11	91	63
Jaguar	E-Pace	5	3	38	78
Infiniti	QX30	0	7	29	105
Land Rover	LR2	0	0	0	0
Cumuls		1 807	1 490	14 030	13 373
Parts de marché		6,9%	6,1%	6,1%	6,0%

UTILITAIRES SPORT INTERMÉDIAIRES DE LUXE

Cadillac	XT5	99	100	603	908
Mercedes-Benz	GLE	92	128	654	940
Lexus	RX	91	114	666	726
Acura	MDX	89	78	610	653
BMW	X5	83	56	662	516
Porsche	Cayenne	79	44	415	210
Land Rover	Range Rover Sport	55	49	391	388
Lincoln	Nautilus	50	0	155	0
Volvo	XC90	48	62	485	540
Jaguar	F-Pace	40	31	308	320
Land Rover	Range Rover	26	21	202	154
Land Rover	Discovery	14	10	85	110
Land Rover	Range Rover Velar	14	28	226	232
Lincoln	Aviator	13	0	21	0
BMW	X6	7	3	55	78
Maserati	Levante	6	5	42	54
Cadillac	XT6	5	0	15	0

		Septembre 2019	Septembre 2018	Cumul 2019	Cumul 2018
Jaguar	I-Pace	5	0	82	0
Lexus	LX	2	5	89	101
Volkswagen	Touareg	1	9	5	199
Lincoln	MKX	0	39	235	287
Infiniti	QX70	0	0	0	107
Lexus	GX	0	1	10	16
Cumuls		819	783	6 016	6 539
Parts de marché		3,1%	3,2%	2,6%	2,9%

UTILITAIRES SPORT DE LUXE PLEINE GRANDEUR

Infiniti	QX60	100	109	677	687
Mercedes-Benz	Classe G/GL	58	17	278	251
Audi	Q7	54	61	510	654
Infiniti	QX80	24	27	103	180
Audi	Q8	23	0	309	0
Ford	Navigator	21	17	150	134
Cadillac	Escalade	20	8	140	147
Audi	e-tron	13	0	92	0
Cadillac	Escalade ESV	9	9	60	77
BMW	X7	9	0	135	0
Ford	MKT	0	0	14	3
Cumuls		331	248	2 468	2 133
Parts de marché		1,3%	1,0%	1,1%	1,0%

CAMIONNETTES COMPACTES

Toyota	Tacoma	150	179	1 535	1 550
Chevrolet	Colorado	142	150	1 238	1 565
Ford	Ranger	134	0	836	0
GMC	Canyon	110	154	763	1 256
Honda	Ridgeline	51	59	495	493
Jeep	Gladiator	41	0	161	0
Nissan	Frontier 4wd	41	50	476	419
Nissan	Frontier 2wd	13	19	88	108
Cumuls		682	611	5 592	5 391
Parts de marché		2,6%	2,5%	2,4%	2,4%

CAMIONNETTES

Ford	Série F	2 373	2 421	19 608	19 097
Ram	1500 / 2500 / 3500	1 149	948	10 665	8 302
GMC	Sierra	982	1 101	8 808	9 290
Chevrolet	Silverado	720	705	7 225	6 274
Toyota	Tundra	130	155	1 459	1 538
Nissan	Titan 4wd	23	38	249	434
Nissan	Titan 2wd	0	0	3	11
Cumuls		5 377	5 368	48 017	44 946
Parts de marché		20,5%	22,1%	20,7%	20,2%

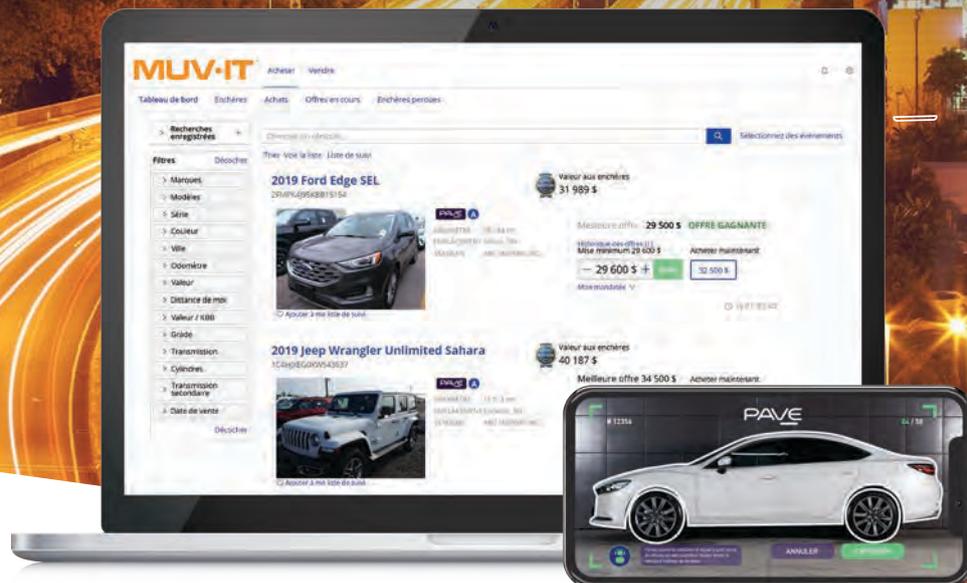
FOURGONNETTES

Toyota	Sienna	278	145	2 772	2 541
Dodge	Caravan/Grand Caravan	252	437	3 337	4 173
Kia	Sedona	121	56	1 044	786
Honda	Odyssey	102	120	1 009	1 216
Chrysler	Pacifica	28	32	516	499
Ford	Flex	4	5	108	181
Chevrolet	City Express	0	0	2	30
Cumuls		785	795	8 788	9 426
Parts de marché		3,0%	3,3%	3,8%	4,2%

FOURGONS

Ford	Transit Van	309	358	3 464	2 974
Mercedes-Benz	Sprinter	94	68	709	788
GMC	Savana	83	44	1 359	1 822
Ram	Promaster	75	69	912	684
Ford	Transit Connect	60	51	576	550
Ford	Econoline	45	55	762	780
Nissan	NV200	37	57	417	359
Mercedes-Benz	Metris	18	28	180	311
Chevrolet	Express	17	128	546	566
Nissan	NV	6	18	109	124
Ram	Promaster City	2	5	85	70
Cumuls		746	881	9 119	9 028
Parts de marché		2,8%	3,6%	3,9%	4,1%
Total camions		26 229	24 313	231 818	222 275

Achetez et vendez. Jour et nuit.



**ACCÈS JOUR
ET NUIT**



**INSPECTIONS
ASSISTÉES PAR IA**



**VÉHICULES PAR
MILLIERS**

**Voici MUV-IT, une technologie d'IA de pointe pour
la vente aux enchères numérique.**

MUV-IT de Manheim est une nouvelle plateforme de vente aux enchères numérique canadienne. Reposant sur plus de 70 années d'expertise, elle met les acheteurs et les vendeurs en contact partout et en tout temps*. Grâce à la meilleure technologie d'inspection des véhicules assistée par intelligence artificielle de l'industrie, PAVE, vous pouvez mettre des véhicules en vente en quelques minutes. Avec MUV-IT, vous avez accès plus facilement que jamais à un nombre accru de réseaux de vente, à des analyses de données et à des solutions intégrées par l'entremise des ventes aux enchères de MUV-IT.

Commencez à acheter et à vendre dès aujourd'hui sur muvitcanada.com.

MUV-IT™



* Les acheteurs et les vendeurs doivent être inscrits sur la plateforme de vente aux enchères numérique MUV-IT pour pouvoir y faire des opérations. Copyright © 2019 Cox Automotive Canada Company. © 2019 MUV-IT est une marque déposée de Cox Automotive Canada Company. Tous droits réservés.



APPRENEZ DES TRUCS ET OBTENEZ DES RÉCOMPENSES.

SiriusXM a lancé un programme incitatif pour vous aider à vous familiariser facilement et rapidement avec nos services tout en vous amusant. Vous y apprendrez aussi comment amplifier l'expérience de vos clients.

Rendez-vous à sxmdealer.ca/fr/training dès aujourd'hui pour vous inscrire. Chaque module que vous ferez vous donnera droit à 90 jours d'écoute en continu sur l'application SiriusXM. Il y en a pour tous les goûts sur nos ondes!

