



# automedia.

Témoin de l'industrie automobile

Février – Mars 2024 – 3,95 \$

## DOSSIER

# VENTES 2023

# ET PRÉVISIONS 2024

FIER COMMANDITAIRE DU DOSSIER DES VENTES ET PRÉVISIONS



## YVES VARIN

*Trois décennies à optimiser le commerce automobile*

## OCCASION

*Dur retour à la réalité*



# Conçu pour ceux qui sont branchés au hockey.

Voici le SANTA FE édition LNH<sup>MD</sup>.



Cette édition limitée et exclusive se caractérise par son extérieur blanc au fini mat qui s'inspire des multiples couches de glace des patinoires locales, des étangs gelés et de tous les arénas de la LNH à travers le pays. Le SANTA FE édition LNH est équipé de notre ensemble Ultimate Calligraphy avec groupe motopropulseur hybride, de jantes noires en alliage de 20 pouces uniques, de superbes sièges en cuir Nappa Brun pacane et de sièges de relaxation pour le conducteur et le passager avant, qui sont parfaits pour les longs trajets en direction des tournois. Arborez fièrement les couleurs de votre équipe de hockey préférée avec les revêtements pour le sol et le coffre, ainsi que les plaques de seuil de portières personnalisées du logo de votre équipe, tous offerts à bord du SANTA FE édition LNH. Seulement 500 unités seront disponibles en exclusivité au Canada, rendez-vous sur [hyundaicanada.com](http://hyundaicanada.com) pour en savoir plus.

**ON FABRIQUE DU WAH** 와!  
[hyundaicanada.com](http://hyundaicanada.com)

 **HYUNDAI**



Véhicule officiel de la LNH.<sup>MD</sup>

## Industrie

### Fisker

Nouveau réseau de concessionnaires



8

### Loi sur la protection du consommateur

Des concessionnaires qui plaident coupables **10**

### Ventes 2024



Les ventes seront au rendez-vous... mais pas les mêmes profits! **16**

## Occasion

PRÉSENTÉ PAR L'AMVOQ



Dur retour à la réalité **20**

## Chroniques

Éditorial	4	Dans mes réseaux	12
Les actualités en bref	6	Ainsi pense Antoine	14

## Les pros de l'auto

### Yves Varin

Trois décennies à optimiser le commerce automobile

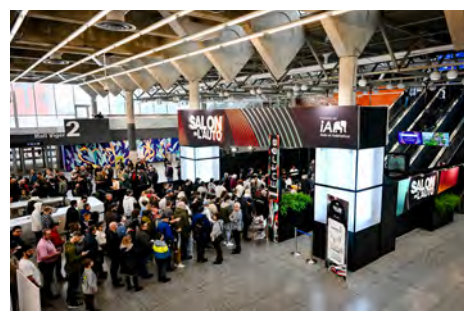


**22**

## Évènement

### Salon de l'auto 2024

Près de 170 000 visiteurs, une hausse de 14% **24**



## DOSSIER VENTES 2023



FIER COMMANDITAIRE DU DOSSIER DES VENTES ET PRÉVISIONS

L'évolution du marché selon QUOTUS	<b>31</b>
Les ventes par type de véhicule	<b>32-38</b>
Les ventes par manufacturiers	<b>40-50</b>
Tous les chiffres de ventes de véhicules neufs par segment	<b>52-54</b>

### RÉDACTION

Rédacteur en chef  
Alexandre Crépault • alex@automedia.ca

### Collaborateurs

Laurie-Anne Beaulieu, Jeneviève Brassard, Elizabeth Caron, Bertrand Couvrette, Luc Gagné, Claudine Hébert, Antoine Joubert, Gervais Parent, Daniel Rufange

### Révisures

Jeneviève Brassard et Johanne Hamel

### GRAPHISME

Magdeleine Rondeau  
mag.rondeau@gmail.com • 438 491-3138

### Directeur de la stratégie et du contenu numérique

Jean-François Breton  
jf@automedia.ca

### VENTES ET FACTURATION

L'équipe d'AutoMédia  
Michel au 514 944-2886  
michel@automedia.ca

### ABONNEMENT

info@automedia.ca  
Abonnement annuel (6 numéros):  
33 \$ (taxes incluses) – Prix par numéro: 3,95 \$  
Gratuit pour les professionnels de l'industrie automobile.

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

AutoMédia, publié 6 fois par année, est distribué à 4 300 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@automedia.ca.

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec et du Canada, 2024, ISSN 1929-3623

# De nouvelles fondations

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier, AutoMédia et D'aplomb Communications ne font plus qu'un. Ils concentrent désormais au même endroit la création traditionnelle de contenu automobile et l'expertise en matière de stratégie et de diffusion sur les médias sociaux.

ALEXANDRE CRÉPAULT  
Éditeur d'AutoMédia

JEAN-FRANÇOIS BRETON  
Directeur général de L'Agence AutoMédia

## Pour AutoMédia

Il ne faut pas chercher très loin pour comprendre la logique derrière cette fusion. Aujourd'hui, les défis auxquels font face les médias traditionnels ne sont pas sans rappeler ceux qui guettent les concessionnaires. Deux industries que la technologie a complètement chambardées, où les modèles traditionnels ne seront pas viables très longtemps. La technologie et la façon dont les clients interagissent avec le produit changent de plus en plus rapidement. Les outils aussi.

Comme la majorité d'entre vous le savent, l'histoire d'AutoMédia nous ramène au siècle dernier lorsque Michel Crépault fonde *Auto Journal* en 1997. Dans le contexte actuel, même avec toute la meilleure volonté du monde, il est parfois impossible de maintenir nos fondations. Il faut les démolir et les rebâtir sur du neuf. Un peu comme Toyota a dû le faire en tuant son Land Cruiser (aux États-Unis) pour être en mesure de revenir avec un best-seller (merci, *Motor1.com* pour l'analogie).

Pour AutoMédia comme pour les clients de notre agence, l'enjeu est le même : maximiser la portée de notre contenu et mériter l'attention de notre audience aussi souvent que possible. Pour vous, comme pour nous, obtenir un maximum d'attention au meilleur coût possible est le nerf de la guerre et c'est précisément cette mission que L'Agence s'engage à accomplir, jour après jour.

## Pour L'Agence

Par ses racines communes avec AutoMédia, L'Agence possède une expertise unique, située à la jonction entre le journalisme automobile et le marketing numérique pour concessionnaires. En tant que partenaire du succès numérique des concessionnaires, il est de notre responsabilité de bien comprendre le *big picture* de l'industrie. Le positionnement de la marque et des concurrents, les situations d'in-



Jean-François Breton, directeur général de L'Agence, Ariane Ducharme, coordonnatrice de L'Agence, et Alexandre Crépault, éditeur d'AutoMédia.

ventaire, les fluctuations des taux, les défis de recrutement... bref, l'ensemble des éléments qui ont un impact réel sur les affaires et qui doivent teinter les stratégies mises en place afin que le contenu publié soit aussi pertinent que performant.

Enfin, l'équipe d'AutoMédia, avec son expertise automobile et sa rigueur journalistique, permet indéniablement à L'Agence de mettre en place des stratégies avec plus de profondeur, plus de matière, plus de pertinence. Nous n'en sommes qu'aux premières semaines de cette nouvelle collaboration et déjà, cette combinaison, unique sur le marché, porte ses fruits, au bénéfice des clients de L'Agence.

## Pour l'avenir

Dans le paysage dynamique de l'industrie automobile au Québec, l'union des forces entre AutoMédia et L'Agence marque une étape significative vers une synergie renforcée. En conjuguant nos expertises, l'objectif n'est

pas de réinventer la roue. AutoMédia, acteur incontournable, continue de se positionner comme le témoin privilégié des évolutions et des tendances de l'industrie automobile au Québec, capturant l'essence de ce secteur en perpétuelle mutation.

De son côté, L'Agence, avec son savoir-faire spécifique dans la création de contenu, la stratégie marketing numérique et la gestion des médias sociaux, offre aux concessionnaires un service sur mesure, essentiel à l'accroissement de leur visibilité et à l'engagement de leur clientèle.

Ce partenariat stratégique n'engendre pas seulement une complémentarité de services. Il élève également le niveau d'excellence de chacun. Ce qui évolue, c'est la capacité de chaque entité à offrir une valeur ajoutée immédiate à ses clients et partenaires.

Ensemble, nous ne faisons pas que coexister; nous transcendons nos capacités individuelles pour devenir instantanément meilleurs, plus agiles et plus pertinents dans un marché en constante évolution. ●●●

Être membre de l'AMVOQ,  
C'est un investissement payant!



**Soyez fier membre de l'AMVOQ!**

**Bénéficiez d'une panoplie de produits  
et services à des coûts avantageux!**

Gestionnaire d'inventaire (GVO)

Conseils juridiques

Financement

Cautionnement

Pièces d'autos

Pneus

Assurances

Publicité

Et plus encore !

**Adhérez dès aujourd'hui!**

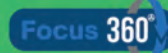


Contactez-nous au 1 800-569-7007 ou visitez [amvoq.ca](http://amvoq.ca)

Parce que vendre des véhicules d'occasion, **c'est notre profession!**



**autopropulsion**



## Subaru Ste-Agathe devient la propriété de Groupe Leclair et Tremblay Auto Groupe

Deux groupes automobiles (Groupe Leclair et Tremblay Auto Groupe) viennent de faire l'acquisition de la concession Subaru Ste-Agathe. L'entreprise appartenait à la famille Gaudet depuis sa création en 1988.

Pour l'anecdote, les principaux actionnaires des deux groupes respectifs (Mathieu Leclair et Patrick Tremblay) nouvellement propriétaires de la concession agathoise se sont rencontrés lors de plusieurs événements Subaru. «Au fil de nombreuses discussions, les deux hommes d'affaires se sont découverts plusieurs passions communes, de même qu'une vision entrepreneuriale très similaire. C'est ainsi qu'est née cette toute nouvelle collaboration d'affaires», peut-on lire dans le communiqué de presse traitant de la transaction.

Grâce à cette acquisition, les deux groupes possèdent chacun trois adresses Subaru. Marc-Olivier Richard, également associé dans



Patrick Tremblay, Mathieu Leclair, Erik Gaudet, Marc-Olivier Richard et Steve Gosselin.

cette nouvelle acquisition, conserve son titre de directeur général de Hyundai Chomedey (propriété du Groupe Leclair) en plus d'assurer la direction générale de la concession agathoise.

Subaru Ste-Agathe génère un volume d'environ 500 véhicules neufs et une centaine d'unités d'occasion par année.



## RouteOne Canada

### Expansion des services pour inclure motocyclettes, VTT, VR et bateaux

RouteOne Canada, joueur important dans les solutions de financement automobile, a annoncé aujourd'hui une expansion majeure de ses services. Cette initiative vise à englober le financement des motocyclettes, des VTT, des véhicules récréatifs (VR), des bateaux et d'autres équipements de sports motorisés, répondant ainsi à une demande croissante sur le marché.

Depuis sa création en 2002 par un consortium incluant GMAC (maintenant Ally Financial), Ford Motor Credit Company, Daimler-

Chrysler Financial (devenue TD Auto Finance) et Toyota Financial Services, RouteOne permet de relier les concessionnaires aux sources de financement et aux fournisseurs dans toute l'Amérique du Nord.

Les concessionnaires canadiens pourront tirer parti de cette extension de service sans frais supplémentaires. De plus, la plateforme offrira des fonctionnalités telles que la signature électronique et la livraison électronique de documents.

## Kia Desrosiers devient la propriété de Groupe Lallier



Ne cherchez plus Kia Desrosiers à Sainte-Agathe-des-Monts. Devenue la propriété de Groupe Lallier à la fin de l'année 2023, la concession de la marque sud-coréenne de la Route 117 s'appelle désormais Kia Ste-Agathe.

«On ne cherchait pas à prendre de l'expansion à tout prix, mais l'occasion d'affaires s'est présentée. On aime bien la marque ainsi que la région des Laurentides», signale Jimmy Houle, président et directeur général de Groupe Lallier.

Rappelons que Jimmy et son frère Émile-Pierre sont devenus officiellement copropriétaires du Groupe Lallier en décembre 2022 en rachetant près de la moitié des parts de l'entreprise familiale.

Éric Desrosiers, qui était le propriétaire et gestionnaire de la concession Kia agathoise depuis son ouverture en 2008, prend sa retraite. Émile-Pierre Houle hérite du poste de la direction générale du commerce.

La concession Kia Ste-Agathe représente actuellement entre 250 et 300 ventes de véhicules neufs par année. Les frères Houle souhaitent augmenter le nombre de ventes de véhicules d'occasion à près de 400 pour l'année 2024.

L'acquisition de la concession, réalisée avec la collaboration de l'équipe de François McDonald de DSMA, permet au Groupe Lallier d'ajouter une septième adresse à son portefeuille. Il s'agit de la troisième acquisition depuis 2019 pour ce groupe, qui détient Lallier Honda Hull à Gatineau, Lallier Honda Montréal, Lallier Honda 40/640, à Lachenaie, Lallier Honda Pointe-aux-Trembles, Lallier Kia de Laval ainsi que Lallier Kia Vimont.

## Le Groupe Dubé achète la concession Garage Windsor Chrysler, à Rivière-du-Loup

Le Groupe Dubé prend de l'expansion dans l'est de la province. Déjà présents à Rivière-du-Loup avec les marques Kia et Mazda, les deux frères Steve et Dean accentuent leur position louperivoise en devenant les propriétaires de la concession Garage Windsor, affiliée aux marques Chrysler, Dodge, Jeep et Ram.

«Nous n'avions pas de concessions qui vendaient des camions. Grâce à cette acquisition, la question est réglée», signale Dean Dubé, copropriétaire du groupe du même nom. Il soutient que le Garage Windsor présentait une belle occasion d'affaires. «Et l'avenir de la marque ne peut que mieux se porter dans les années à venir», ajoute-t-il.

Il s'agit d'une quatrième concession (une première vouée aux marques américaines) pour le groupe qui détient également une concession Kia, à Edmundston, au Nouveau-Brunswick.

Notons que la concession Garage Windsor, fondée par la famille



Pomerleau en 1949, célèbre en 2024 son 75<sup>e</sup> anniversaire. Nicolas Leblond, qui en était devenu le principal actionnaire au cours des cinq dernières années, passe le flambeau aux frères Dubé.

La transaction, qui a nécessité un peu plus de six mois de négociation, a été supervisée par Manon Messier avec l'aide d'Hugo Messier Bélanger, tous deux membres de la firme DSMA.

La nouvelle acquisition des frères Dubé représente environ des ventes de 400 à 500 véhicules par année.

## iA Groupe financier investit 25 M\$ dans AutoCanada pour développer les ventes de F&A sur Kijiji



La société iA Groupe financier va investir 25M\$ dans l'unité commerciale d'AutoCanada inc., qui offrira dorénavant des produits de finance, d'assurance et de garantie (F&A) aux acheteurs de véhicules d'occasion offerts en ligne sur Kijiji.ca.

En contrepartie de cet investissement, iA Groupe financier obtiendra une participation de 10% dans cette unité commerciale d'AutoCanada, qui est désignée par l'appellation «Used Digital Kijiji Online» dans un communiqué du 27 décembre dernier. Pour sa part, AutoCanada

conservera les 90% de participation restant dans cette unité. Dans le cadre de cette entente, le regroupement de sociétés d'assurance, qui a son siège social à Québec, deviendra fournisseur exclusif des produits d'assurance et de garantie offerts par AutoCanada.

Il est à noter que depuis 2018, iA Groupe financier est le fournisseur exclusif de produits d'assurance et de garantie proposés par les concessionnaires de véhicules neufs d'AutoCanada, une entente qui vient d'ailleurs d'être renouvelée à long terme.

depuis 1976 **Pedlex** PARTENAIRE DANS L'OPTIMISATION DE VOTRE ESPACE!

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

rousseau

Consultation gratuite avec nos experts : [info@pedlex.com](mailto:info@pedlex.com) ou 514 324-5310

# FISKER NOUVEAU RÉSEAU DE CONCESSIONNAIRES

Fisker s'affaire à créer un réseau de concessionnaires en Amérique du Nord et en Europe. Une nouvelle stratégie de commercialisation pour ce constructeur qui a vendu ses véhicules jusqu'ici uniquement par des commandes issues d'Internet, à l'instar de Tesla, Rivian et Lucid.

Cette volte-face s'explique par un besoin de faciliter les essais routiers et d'accroître les ventes et les livraisons de l'utilitaire Ocean, expose le constructeur. Cette approche doit également permettre à la marque d'évoluer en prévision de l'arrivée prochaine de modèles additionnels, qui vont étayer la gamme de produits.

En outre, si Fisker a désormais davantage recours à son réseau de concessionnaires pour vendre des véhicules sur notre continent, il affirme qu'il va maintenir une approche hybride de vente directe (par Internet) et d'accords avec des détaillants en Europe.

## Une stratégie qui mûrit depuis l'an dernier

L'entreprise serait en discussion avec des concessionnaires potentiels depuis la fin de novembre 2023, révèle le constructeur. On leur propose une stratégie de vente sans marchandage et de vastes territoires, pour qu'ils puissent maintenir de bons prix sans se soucier d'une concurrence interne. Ces concessionnaires seront responsables des arrangements pour le financement, les assurances et les questions liées à la garantie du constructeur.

De plus, pour qu'ils puissent commencer rapidement à vendre et à offrir du service, Fisker affirme avoir développé des ressources pratiques permettant d'afficher simplement l'identité de marque. «Fisker ne prévoit pas d'exiger de ses concessionnaires qu'ils apportent des modifications importantes, longues ou coûteuses à leurs installations existantes», précise le constructeur.

## Les Salons Fisker et Centres+ demeurent

Fisker continuera de gérer ses propres succursales pour permettre à plus de consommateurs de découvrir la marque et ses produits, et pour alimenter ses revendeurs de pistes de ventes. Actuellement, Fisker a quatre salles d'exposition en Amérique du Nord et en



Europe. Surnommées «Salons Fisker», elles sont à Los Angeles, New York, Londres et Munich. Neuf succursales de ventes moins élaborées et appelées «Centre+» existent déjà en Europe et quatre autres sont prévues aux États-Unis: en Arizona, au Maryland, au Tennessee et dans l'État de New York.

«Nous faisons évoluer notre modèle commercial et nous avons l'intention d'ajouter cette année jusqu'à 50 concessionnaires partenaires aux États-Unis et au Canada, et un nombre similaire de concessionnaires en Europe», dévoile Henrik Fisker, président et chef de la direction, en spécifiant que cette nouvelle stratégie devrait permettre d'accélérer le rythme des livraisons.

Parmi la cinquantaine de concessionnaires promis en Amérique du Nord, on ignore combien il y en aura au Canada.

Fisker est le deuxième nouveau constructeur de véhicules électriques qui annonce la création d'un réseau de concessionnaires depuis peu. Le vietnamien VinFast, qui a adopté la même stratégie, a d'ailleurs présenté ses cinq premiers concessionnaires étatsuniens le 1<sup>er</sup> janvier.

## Plus d'Ocean produits que livrés

En 2023, Fisker a produit 10142 utilitaires Ocean. De ce nombre cependant, environ 4700 seulement ont été livrés à leurs acheteurs en raison d'une variété de problèmes de distribution.

Rappelons que l'utilitaire Ocean est le premier modèle de série de la marque. Assemblé à l'usine autrichienne de l'équipementier ca-



nadien Magna, à Graz, le premier exemplaire de ce VÉ a été livré à un acheteur danois, à Copenhague, en mai 2023. Les premières livraisons au Canada, promises initialement en septembre, ont finalement eu lieu en décembre dernier.

Au Canada, Fisker propose trois versions de l'Ocean. L'Ocean Sport, la version d'entrée de gamme offerte à partir de 45 999\$, est une traction dont l'autonomie peut atteindre 371 km. Affichant un prix à partir de 67 999\$, la version Ultra a quatre roues motrices et une batterie permettant de parcourir jusqu'à 563 km. La version Extreme, enfin, est la plus coûteuse avec son prix de base de 79 799\$ et son autonomie culmine à 579 km.

## Une gamme appelée à s'étoffer

En marge de l'Ocean, Fisker a quatre autres modèles en développement. D'après une présentation destinée aux investisseurs de la marque, Fisker lancera tout d'abord l'Ocean Force E. Cette variante tout-terrain de l'Ocean devrait faire ses débuts au cours du premier trimestre de 2024.

Pour 2025, le constructeur promet rien de moins que trois nouveaux modèles électriques, dont le Pear, un multisegment à deux ou quatre roues motrices, la camionnette Alaska et une berline de haute performance, un modèle d'exception baptisé Rōnin. ●●●







**Vous  
soutenir,  
ici.**



À Financement auto TD, nous sommes fiers de vous offrir un soutien régional, comme en témoignent nos centres locaux de crédit et de financement, nos équipes de ventes multiservices et nos programmes offerts exclusivement au Québec.

**Pour en savoir plus, communiquez avec nous.  
1-855-TDAUTO1 (1-855-832-8861)**



## Loi sur la protection du consommateur

# DES CONCESSIONNAIRES QUI PLAIDENT COUPABLES

Attention, concessionnaires et commerçants de véhicules routiers. L'Office de la protection du consommateur (OPC) vous a à l'œil. Et il passe à l'acte.

**A**u cours de la dernière année, plus d'une vingtaine de concessionnaires et marchands automobiles ont plaidé coupables à des accusations portées en vertu de la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC). Foi du porte-parole de l'OPC, Charles Tanguay, la liste des concessions fautives va continuer de s'allonger en 2024.

Déjà pour le mois de janvier, les verdicts de culpabilité d'au moins cinq concessionnaires ont été rendus publics. «Et une vingtaine d'autres concessionnaires et marchands sont en attente de passer devant le tribunal», signale M. Tanguay. Leur principale infraction: avoir exigé, lors de la vente d'une automobile, un prix supérieur au prix annoncé sur leur site Internet (article 224c).

Il faut savoir que l'OPC a, en 2018, entamé un blitz de surveillance auprès des concessionnaires et marchands de véhicules routiers du Québec. «Une analyse sommaire de près de 800 contrats de vente a révélé qu'au moins une entente sur deux semblait comporter une ou des infractions», souligne M. Tanguay.

Le porte-parole tient à préciser que le travail de l'OPC n'a rien à voir avec les quatre demandes de recours collectifs que le cabinet Lambert Avocats a déposées depuis deux ans contre près de 220 concessionnaires et marchands de véhicules ainsi que 13 divisions canadiennes de constructeur. Néanmoins, il avance que les plaidoyers de culpabilité à l'issue des poursuites pénales pourraient alimenter les actions civiles par les consommateurs concernés, dont les actions collectives en cours. Des demandes qui visent essentiellement «à obtenir le remboursement aux membres du recours des frais additionnels exigés par les défenderesses en contravention à la loi, ainsi que l'octroi de dommages-intérêts punitifs», peut-on lire sur le site Internet du cabinet Lambert Avocats.

### Des amendes salées

Parmi les concessions fautives ayant reçu des amendes élevées figure notamment Barnabé Kia St-Jean (Gestion Grégoire inc.). En septembre dernier, l'entreprise a plaidé coupable pour avoir exigé des frais additionnels de 299\$ sous la rubrique «Frais du concessionnaire», entre mars et mai 2021. Montant des amendes: 42720\$.

En novembre dernier, la concession Joliette Volkswagen (Automobiles Pierre-A. St-Jean inc.) a dû verser une somme totalisant 35770\$ pour avoir exigé des frais additionnels de 399\$ aux acheteurs de véhicules, sous la rubrique «transport, préparations, frais de RDPRM, transfert de dossier, Carproof et le service d'immatriculation». Les infractions ont été commises entre mars et mai 2021.

Plus récemment, l'entreprise Hyundai Drummondville s'est vu imposer des amendes totalisant 19620\$ pour avoir exigé des frais de 178,95\$, sous la rubrique «Refresh livraison». Des frais additionnels



*Au moins sept concessionnaires ayant plaidé coupables ont également reçu un préavis de suspension de leur permis de commerçant de véhicules routiers de la part de la présidente de l'OPC, Marie-Claude Champoux.*

de 500\$ étaient également exigés s'il s'agissait d'une vente au comptant. Les infractions ont été commises en janvier et février 2021.

Charles Tanguay tient à rappeler que «le prix d'un produit ou d'un service fait partie des informations qui sont primordiales pour le consommateur». Au Québec, il est interdit à tout commerçant, constructeur ou publicitaire d'exiger un prix supérieur à celui qui est annoncé, poursuit-il. «En outre, les commerçants sont tenus d'annoncer un "prix tout inclus", qui comprend tous les frais, sauf les taxes», insiste le porte-parole.

Mentionnons qu'au moins sept concessionnaires ayant plaidé coupables ont également reçu un préavis de suspension de leur permis de commerçant de véhicules routiers de la part de la présidente de l'OPC, Marie-Claude Champoux. En échange d'une renonciation dudit préavis, ces derniers ont accepté de signer un engagement volontaire dans lequel ils se sont engagés à respecter la LPC et le Décret concernant l'application de règles de conduite aux commerçants d'automobiles d'occasion, de même qu'à rembourser à l'Office les frais d'inspection ayant conduit au dit préavis. ●●●

Notre expertise  
en création de  
contenu automobile.

**Maintenant au  
service des  
concessionnaires  
du Québec.**

Curieux de savoir comment L'Agence AutoMédia  
peut aider votre concessionnaire?

**Écrivez-nous! [agence@automedia.ca](mailto:agence@automedia.ca)**

**L'AGENCE**  
automédia.



## LA STRATÉGIE DE CONTENU NUMÉRIQUE Caprice de luxe... ou nécessité?

**C'est beau de voir, depuis les dernières années, de plus en plus de concessionnaires considérer la création de contenu avec beaucoup plus de sérieux. On ne se contente plus de publier quelques photos génériques quand on a le temps. On y investit du temps, de l'argent, de la réflexion. On humanise notre contenu. On diversifie nos stratégies et on innove dans nos approches. Tout ça, alors que dans la plupart des cas, les programmes de COOP publicitaires refusent de couvrir les coûts associés à la stratégie, à la création et à la publication du contenu.**

**C**hapeau à ceux qui, depuis la pandémie, ont choisi de redoubler d'efforts et d'investir véritablement des ressources, en temps et en argent, à leur stratégie de contenu organique, même sans support financier. Alors que le choix facile consiste à n'investir que sur des tactiques admissibles à la COOP afin de toucher le remboursement et de contrôler la dépense marketing au maximum, vous êtes de plus en plus nombreux à faire le saut malgré tout.

### La COOP : ralentisseur d'innovation

Dans un passé pas si lointain, planifier son marketing était une affaire assez simple. Un peu de radio par-ci, de l'imprimé par-là... Il suffisait d'envoyer les promos à ses représentants dans les médias et le tour était joué jusqu'au mois prochain. Il était possible de se casser la tête un peu plus et d'élaborer le message, mais... pas requis.

Pourquoi? Parce qu'avec les médias traditionnels, on paie pour la distribution. Un montant X investi, une fréquence Y obtenue. Que le message publicitaire soit excellent ou exécrable n'a absolument rien à voir dans l'équation.

Dans cette optique, il est tout naturel que les programmes COOP des constructeurs aient été conçus pour rembourser la dépense média, mais que tous frais d'agence n'étant pas directement liés à la diffusion du message soient automatiquement exclus. Surtout que de l'abus et des factures d'agence bidon, dont le seul objectif était justement d'extraire tous les dollars COOP disponibles, il y en a eu.

Et des pubs pochés, on en a vu. Et beaucoup entendu.

### En 2024, l'attention, elle se mérite

Mais aujourd'hui, la créativité n'est plus facultative. Parce que votre audience n'est plus captive. Et elle a le «skip» facile!

L'avènement de TikTok a eu un impact majeur sur la science derrière la création de contenu performant sur les médias sociaux.

D'une part, sur le plan du format. La vidéo verticale est devenue le type de contenu le plus largement favorisé par les algorithmes, ce qui signifie que celui-ci récolte le plus de portée organique potentielle.

Bien comprendre ici: portée organique = distribution gratuite. Des impressions pour lesquelles on ne paie pas.

Mais il y a une condition. Majeure. Parce que la portée organique, elle n'est pas garantie. Elle se mérite. Et le principal facteur influent est, vous l'aurez deviné... la qualité du contenu.

Plus que jamais, le jeu en vaut la chandelle. En raison du second impact majeur de TikTok sur l'ensemble des plateformes les plus populaires, dont Facebook, Instagram et même LinkedIn: les algorithmes basés sur les intérêts.

Dans le passé, les médias sociaux fonctionnaient un peu à la manière de votre liste d'envoi d'infolettres. Les gens devaient d'abord s'abonner à votre page pour ensuite pouvoir être exposés à vos publications. Le nombre d'abonnés à vos comptes avait alors une grande importance, pour espérer pouvoir rejoindre un nombre intéressant d'internautes.

Aujourd'hui, le contenu est proposé aux utilisateurs sur la base de leurs intérêts. Ce qui veut dire qu'il est possible, même en ayant très peu d'abonnés, de créer un élément de contenu qui pourra performer et rejoindre des centaines, des milliers de nouvelles personnes n'étant pas déjà abonnées à vos comptes.

### Si. Le. Contenu. Est. Bon.

Il faut donc faire le travail en amont. Sortir de l'ordinaire. Faire preuve de créativité et d'originalité. Mettre en lumière la personnalité de votre entreprise. Comprendre les subtilités de chaque plateforme et ajuster le message en conséquence. Prendre le temps d'écouter votre audience, de comprendre leurs réactions et d'ajuster le tir.

On ne peut plus se contenter de produire des publications sur le pilote automatique où les photos de livraisons récentes s'alternent avec les visuels promotionnels de votre constructeur, et espérer réussir à générer quelque résultat tangible que ce soit pour l'entreprise.

Allons encore plus loin. En publicité numérique, la qualité de la pub a un impact important sur la performance de celle-ci. Un message convaincant, divertissant, intéressant, que les gens choisissent de consommer plutôt que de s'empresser de l'ignorer, permettra de diminuer les coûts de conversion et d'augmenter la performance de votre campagne!

Et la bonne nouvelle, dans tout ça, c'est que vous n'avez pas à essayer de deviner aveuglément ce qui fonctionnera bien. Quelle meilleure manière de tester gratuitement vos messages qu'en les publiant d'abord comme contenu organique! Vous avez littéralement un groupe de discussion à votre disposition, constitué de gens qui ont déjà de l'intérêt pour votre entreprise (vos abonnés) et d'un bassin potentiellement beaucoup plus large (le reste du monde!).

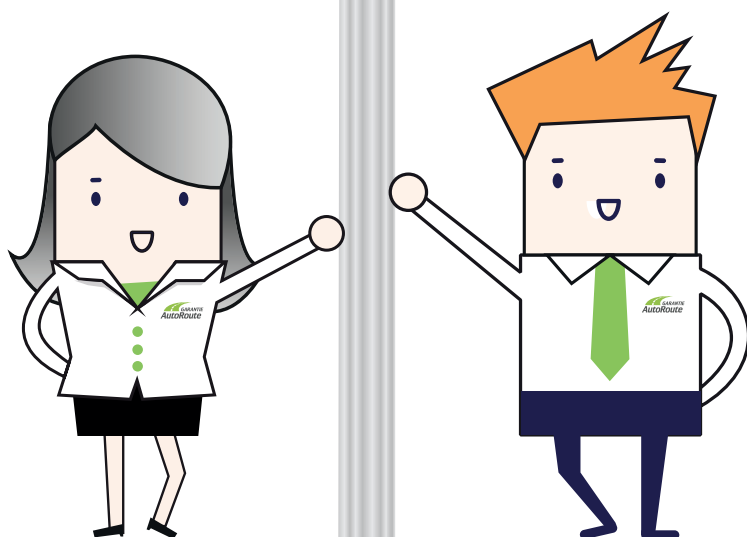
Non seulement c'est bénéfique pour votre entreprise, qui parviendra à rejoindre plus de gens pour moins d'argent, mais en plus, en tant que consommateurs, nous aurons droit, dans nos fils d'actualités, à de plus en plus de contenu de qualité, vraiment intéressant, réellement divertissant, qui nous donnera envie d'en voir encore plus de la part de nos concessionnaires préférés. Tout le monde y gagne! ●●●

En 2024, passez à un autre niveau...  
**simplement!**



Au-delà du fournisseur traditionnel,  
**Garantie AutoRoute**  
vous permet de choisir **votre avenue**.

Programmez votre présentation  
**dès maintenant!**



 **GARANTIE  
AutoRoute**

garantieautoroute.com  
1 844 421-2040



# Tous les oeufs dans le même panier?

Lors d'une discussion que j'ai eue avec Frank Weber (l'homme à la tête de la gestion des produits de BMW AG), j'ai rapidement pu comprendre que les objectifs de nos gouvernements envers les électriques étaient aussi farfelus qu'ambitieux. Ses propos étaient certes bien différents de ceux qu'on entend des personnes qui militent en faveur de l'adoption de masse, par le public, des véhicules électriques, mais ils m'ont semblé assurément plus crédibles.

**F**rank Weber mentionne d'abord qu'il est impossible pour un constructeur, qui conçoit des véhicules cinq ou six ans d'avance, de réagir à un changement de loi radical, souvent causé par des changements de gouvernements (d'ailleurs, Frank Weber travaille actuellement sur le développement de modèles qui verront le jour en 2030). Dans le seul marché des États-Unis, il existe une multitude de réalités bien distinctes, de lois qui diffèrent et qui sont modifiées constamment. Vendre un véhicule en Californie et en vendre un dans le Wyoming, ce n'est pas le même combat, dit-il. Qui plus est, on atteindra éventuellement un point où fabriquer des batteries sera mathématiquement plus néfaste pour la planète que poursuivre la construction et la vente de véhicules à essence, qui continueront de s'améliorer au chapitre des émanations polluantes.

À tout cela s'ajoute la réalité financière de devoir vendre les véhicules électriques plus cher, puisque leur coût de construction est nettement plus élevé que celui des modèles à essence. La rentabilité devient, de ce fait, un enjeu qui pèse non seulement sur le prix des VÉ mais aussi sur celui de l'ensemble des véhicules. L'uniformité dans ce domaine est impossible, voilà pourquoi BMW ainsi que plusieurs autres constructeurs poursuivront le développement et la commercialisation de diverses technologies mécaniques, et les efforts se concentreront autant sur les véhicules à essence traditionnels que sur les hybrides, les hybrides enchifables, les motorisations diesel, les électriques et même les modèles à hydrogène. Encore une fois, parce que la réalité des marchés diffère, à certains endroits sur cette planète, l'hydrogène est une solution plus viable que l'électrique.

Ne soyez donc pas étonné si vous sentez de la part des constructeurs une certaine réticence à se lancer à fond dans l'électrique. Chevrolet effectue un énorme tapage médiatique avec son Equinox EV (qui tarde à arriver), mais vous pouvez être certain que le modèle à essence continue de faire partie des plans à long terme. Sans parler de la récente annonce de Ford, qui octroie de nouveaux rabais pouvant aller jusqu'à 13000\$ sur les Mustang Mach-E 2023, permettant ainsi d'obtenir de nouveaux crédits gouvernementaux. L'heure est à l'ajustement des marchés, concessionnaires et consommateurs sont à même de le réaliser.



« On atteindra éventuellement un point où fabriquer des batteries sera mathématiquement plus néfaste pour la planète que poursuivre la construction et la vente de véhicules à essence, qui continueront de s'améliorer au chapitre des émanations polluantes. »

Frank Weber, gestionnaire des produits BMW AG

On imagine facilement que les marchés et la valeur des VÉ vont se stabiliser le jour où les subventions gouvernementales vont cesser. À ce moment, il sera possible d'en dresser le portrait réel. Pour l'heure, il en va autrement. Il n'y a qu'à voir les taux à 0% sur des Nissan Ariya et les baisses de prix (plusieurs dizaines de milliers de dollars) sur des électriques de luxe comme les Lucid Air et les Mercedes-Benz EQS.

Cela dit, même si on assiste actuellement à un ajustement, voire à une remise en question, des constructeurs face à l'électrique, cette technologie demeure un incontournable. Tous les manufacturiers doivent s'y conformer et offrir des produits efficaces et compétitifs. Ceux qui ont choisi jusqu'ici la voie facile en proposant des produits moins attrayants ou de second rang réaliseront rapidement qu'ils perdent du terrain. Quoiqu'on dise, ce marché en est un d'importance aujourd'hui: déjà plus de 20% des véhicules vendus au Québec reçoivent une plaque verte.

À la lumière des commentaires de Frank Weber, et en constatant que plusieurs constructeurs refusent de mettre tous leurs oeufs dans le même panier, on peut aisément comprendre pourquoi Stellantis débarque avec un nouveau moteur à six cylindres turbocompressé produit à grands frais. Même chose pour Mazda, qui multipliera l'offre de sa nouvelle mécanique à travers une multitude de modèles.

Les opinions diffèrent énormément sur le sujet, et force est d'admettre que la réponse se trouve dans le libre choix. Un choix qui sera certes un peu plus contrôlé et réglementé, mais qui demeurera dicté par les désirs de la population et par les constructeurs qui travailleront de pair avec les gouvernements. ●●●

# templeton marsh

experts, achat & vente de concessions automobiles

## VOTRE PRINCIPAL CABINET DE COURTAGE ET DE CONSEIL DANS LE DOMAINE DE L'AUTOMOBILE AU QUÉBEC

2023, presque retour aux années pré-pandémiques en termes de rentabilité et 2024 devrait également être une année intéressante. L'industrie évolue, le processus d'achat des clients et leurs attentes changent, l'électrification est sous forte pression et les manufacturiers doivent s'adapter plus vite que jamais. Le réseau des concessionnaires automobiles au Québec est toujours en cours de consolidation importante. Nous avons vu les Américains entrer sur le marché canadien avec une transaction importante il y a quelques années, nous ne pouvons qu'imaginer à quoi ressemblera le réseau dans 5 ans.

### L'ENGAGEMENT DE BIEN VOUS SERVIR...

CONTACTEZ-NOUS  
POUR UNE RENCONTRE



**SAMIR AKHAVAN**  
Co-fondateur et associé directeur  
416 880-8989



**SYLVIE GAGNON**  
Directrice des ventes, Québec  
514 512-9429



**JEAN-OLIVIER CORBEIL**  
Partenaire sénior, Québec  
514 467-1033

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

2024

# LES VENTES AU RENDEZ-VOUS ...MAIS PAS LES MÊMES PROFITS

*Les ventes de véhicules automobiles en 2023 ont, au Canada, grimpé de plus de 12 % en un an. Foi du rapport annuel de DesRosiers Automotive Consultants (DAC), il s'agit d'un large bond que l'industrie n'avait pas vu depuis 1997. Or, les concessionnaires n'ont pas pour autant le cœur à la fête.*

« C'est un fait, les ventes de véhicules neufs vont bien. Les ventes de 2024 devraient même être meilleures que celles de l'an dernier », estime le concessionnaire Jacques Olivier, président d'un des cinq plus importants groupes automobiles au Québec.

Dans une de ses dernières publications, l'équipe du Scotiabank Economics prévoit justement que les ventes dépasseront le 1,71 million de véhicules au Canada en 2024. À la condition bien sûr que les niveaux de stocks s'améliorent et que les pressions sur les taux s'atténuent.

Les récentes statistiques du mois de janvier 2024 publiées par DesRosiers Automotive Consultants vont elles aussi dans ce sens. Les ventes de véhicules neufs pour ce premier mois de l'année affichent une hausse de 14,9%. Dans son communiqué de presse, la référence de la statistique automobile au pays révèle que les ventes de janvier 2024 (112862) ont même surpassé celles du mois de janvier 2019 (111225), soit l'année avant la pandémie.

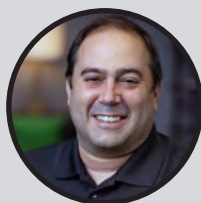
Mais attention, avise tout de même Jacques Olivier face à toutes ces données. « La rentabilité, elle, risque de ne pas être au rendez-vous. Du moins, pas comme on l'a vu au cours des trois dernières années. Des années exceptionnelles, pour ne pas dire record, pour la plupart d'entre nous », précise le concessionnaire qui détient plus d'une vingtaine de concessions à travers le Québec.

## Des profits qui fondent au soleil

Déjà en 2023, les marges de profit ont diminué de plus du quart pour la vente de véhicules neufs (26%) et de véhicules d'occasion (29%),

« Les manufacturiers dont les concessionnaires sont inondés de véhicules neufs n'auront pas le choix d'offrir d'importants rabais pour stimuler les ventes. »

Bertrand Couvrette, vice-président des ventes à AutoAlert, Canada



« La rentabilité, elle, risque de ne pas être au rendez-vous. Du moins, pas comme on l'a vu au cours des trois dernières années. »

Jacques Olivier, président du Groupe Olivier



constate justement Maxime Théorêt, associé à DSMA. Selon cet expert en évaluation de concessions automobiles, ce recul peut s'expliquer par de multiples raisons, telles les hausses de salaire, les augmentations des coûts d'exploitation, les hausses de taux d'intérêt, sans oublier les taxes municipales, qui ont explosé dans plusieurs municipalités.

Cette baisse de profit est aussi intimement liée aux bénéfices obtenus par la vente de produits F&A. « De 2022 à 2023, nous avons constaté de substantielles diminutions de profit qui oscillent entre 34% pour les produits de véhicules neufs et de 42% pour les produits de véhicules d'occasion », partage l'associé de DSMA.

## Comblent les demandes refoulées

Certes, la hausse des ventes de véhicules repose encore sur les demandes refoulées lors de la pandémie. À elle seule, la marque Honda a enregistré une augmentation de 57,9% pour le mois de janvier avec 7455 véhicules vendus à travers le pays. Les ventes de la marque Toyota ont elles aussi cartonné avec 29,1% d'augmentation (13653 véhicules vendus). Pour Toyota, il s'agit d'ailleurs d'un nouveau record pour le mois de janvier, a indiqué le constructeur automobile japonais. Un record, dit-il, qui a été largement supporté par les ventes de modèles Toyota RAV4, Prius, Tundra, Corolla Cross et Corolla Hybrid.

D'autres constructeurs n'ont toutefois pas connu un succès similaire. Selon les données fournies par DesRosiers Automotive Consultants, les ventes d'Acura ont chuté de 27,4% au cours du premier mois de l'année au pays. Celles de Lexus et Volvo ne font guère mieux avec des chutes frôlant les 20%.





**Acura Type S**

Selon les données fournies par DesRosiers Automotive Consultants, les ventes d'Acura ont chuté de 27,4 % au cours du premier mois de l'année au pays.



**Jeep Wrangler**

On chuchote dans les coulisses que les taux de roulement pour certains véhicules du constructeur américain Chrysler Dodge Ram Jeep ont même dépassé les 300 jours.

« Déjà en 2023, les marges de profit ont diminué de plus du quart pour la vente de véhicules neufs (26 %) et de véhicules d'occasion (29 %). »



Maxime Théorêt, associé à DSMA

### Problèmes d'inventaire

D'autre part, l'année 2024 ne sera pas à l'abri des problèmes d'inventaires de véhicules. Bien que l'approvisionnement retrouve des niveaux d'avant la pandémie, certains concessionnaires sont déjà « inondés » de modèles dans leur cour à un point tel qu'ils accumulent d'importantes pertes financières.

« Actuellement, on trouve sur le marché canadien trois types de concessionnaires », indique Bertrand Couvrette, vice-président des ventes à AutoAlert pour le Canada. Selon cet expert en logiciels de gestion de concession automobile, il y a ceux qui vendent leurs véhicules en deçà de 30 jours, une catégorie dans laquelle logent les marques Subaru, Toyota, Kia, Hyundai et Honda. « Des marques qui gèrent fort bien leur inventaire. Et ça aide les concessionnaires à bien gérer leurs dépenses. Surtout avec un taux d'intérêt *floor plan* à 7% », glisse, au passage, Jacques Olivier.

Il y a les concessionnaires qui se placent dans la moyenne, soit de 30 à 60 jours. Rappelons que cette moyenne de taux de roulement se situait sous la barre des 40 jours pendant les années pandémiques.

À l'autre bout du spectre, poursuit Bertrand Couvrette, se retrouvent des concessionnaires qui doivent composer avec des stocks de trois, cinq, voire plus de huit mois. Des inventaires, souligne-t-il, qui pèsent lourd dans les dépenses administratives.

On chuchote dans les coulisses que les taux de roulement pour certains véhicules du constructeur américain Chrysler Dodge Ram Jeep ont même dépassé les 300 jours. Un concessionnaire, qui souhaite garder l'anonymat, soutient que certains de ses confrères canadiens détiennent toujours dans leur cour des véhicules neufs de l'année 2022 qui représentent une valeur de plus de 10M\$. « Cette situation n'est

pas sans graffigner la valeur du *goodwill* de certains concessionnaires dont la rentabilité est sous pression », avertit Maxime Théorêt.

### Les véhicules électriques ne sortent pas vite non plus

L'expert de DSMA souligne que les véhicules électriques et hybrides auraient également leur part de responsabilité dans l'augmentation



Une seule et même banque.

### Un client, une équipe, un guichet unique pour vous servir, incluant :

- Offre personnalisée de financement pour vos opérations, vos stocks, votre immobilier et vos acquisitions.
- Financement sur mesure pour secteurs spécialisés (location de voiture, exportation).
- Solutions de trésorerie et de paiement innovatrices et à la fine pointe de la technologie.
- Capacités transfrontalières entièrement intégrées au Canada et aux États-Unis.
- Services de gestion des risques, de consultation et de gestion de patrimoine.
- Votre partenaire en vue de la transition vers la carboneutralité.



Pour en savoir plus, écrivez à [bmoautofinance@bmo.com](mailto:bmoautofinance@bmo.com)

Les produits bancaires doivent être approuvés et sont fournis au Canada par la Banque de Montréal, membre de la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC), et aux États-Unis par BMO Bank N.A., membre de la Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC).

« Près de 65 % des gens qui sont sur le point d'acheter un véhicule s'attendent à payer moins de 500 \$ par mois. Or, cette moyenne est désormais de 800 \$. »



Ryan Robinson, responsable de la recherche à Deloitte

des taux de roulement de certaines concessions au pays. Bien que ce type de véhicules corresponde à plus de 20 % des ventes au Québec (plus de 25 % en Colombie-Britannique), cette technologie représente moins de 10 % des ventes dans les autres provinces.

Plusieurs constructeurs, explique-t-il, ont investi massivement dans les modèles électriques. « En 2024, au moins 40 % des manufacturiers comptaient 10 modèles et plus de VÉ ou d'hybrides dans leur catalogue. Or, l'année 2023 s'est soldée par une demande plus faible par rapport à l'offre du marché. Les manufacturiers Ford et GM, par exemple, éprouvent plus de difficulté à écouler leurs stocks. Même chose pour l'allemande Mercedes », signale Maxime Théorêt.

Après la vague des acheteurs pionniers (*early adopters*), on constate que les consommateurs sont plus hésitants. En fait, plusieurs doutent de la fiabilité des véhicules et des promesses faites par les constructeurs. « Et comme si ce n'était pas suffisant, les prix de ces modèles demeurent toujours élevés, sans compter que le taux d'intérêt l'est également. Ce qui n'en facilite pas la commercialisation. »

Néanmoins, l'associé de DSMA soulève que les ventes de véhicules électriques sont en croissance en Amérique du Nord. Alors que les ventes de VÉ et de modèles hybrides représentaient 3 % en 2021 des véhicules vendus, ce pourcentage s'est approché des 10 % en 2023 (7,8 %).

## Des solutions mathématiques

De l'avis de Bertrand Couvrette, qui suit l'industrie de près, les concessionnaires qui souhaitent conserver la tête au-dessus de l'eau en 2024 devront faire preuve de créativité. « Les manufacturiers dont les concessionnaires sont inondés de véhicules neufs n'auront pas le choix d'offrir d'importants rabais pour stimuler les ventes », dit-il. À ce chapitre, depuis le début du mois de février, Chrysler affiche des rabais allant de 10 % à 20 % sur le prix de détail suggéré ainsi qu'un taux de financement à 4,99 % sur plusieurs de ses modèles.

Le vice-président d'AutoAlert s'attend également à voir des concessionnaires utiliser des solutions mathématiques. « Les plus créatifs sur le plan du financement réussiront à se distinguer de la concurrence », estime-t-il. À ce propos, M. Couvrette fait remarquer que certaines marques, notamment les manufacturiers allemands, ne proposent toujours pas de financement à 72, 84 et 96 mois. « Ce qui sera sans doute



Ford Mustang Mach-E Rally

« En 2024, au moins 40 % des manufacturiers comptaient 10 modèles et plus de VÉ ou d'hybrides dans leur catalogue. Or, l'année 2023 s'est soldée par une demande plus faible par rapport à l'offre du marché », signale Maxime Théorêt.

une planche de salut pour stimuler les ventes au cours de l'année 2024, et même 2025. » À ce propos, il note que certaines marques font affaire avec plusieurs clients qui peuvent actuellement changer leur véhicule de façon moins traditionnelle. « Par exemple, ils peuvent passer du financement au mode de location pour un paiement mensuel qui leur convient. Les valeurs résiduelles sont fortes pour plusieurs modèles et avantagent ainsi le mode de location », explique-t-il.

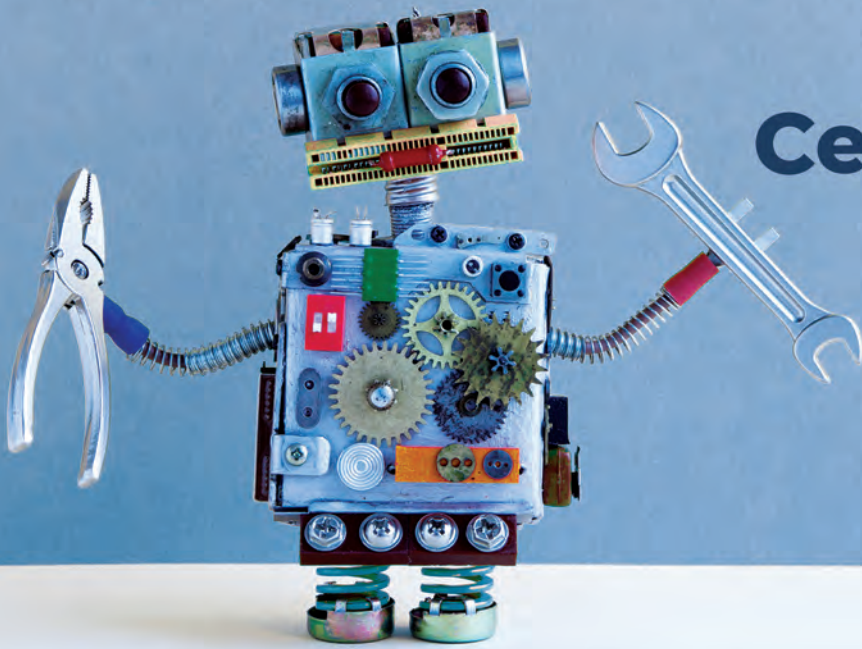
Certains clients peuvent même passer d'un véhicule d'occasion, dont les valeurs se maintiennent, à un véhicule neuf. « En fait, ce qui va aider à faire une différence, c'est l'approche logiciel, une meilleure connaissance et maîtrise des données des consommateurs afin de maximiser les ventes... et les profits de la concession », soutient Bertrand Couvrette.

Car l'accessibilité à la consommation automobile devient un problème au Canada. Dans une entrevue accordée à *Automotive News Canada*, le responsable de la recherche à Deloitte, Ryan Robinson, a signalé que près de 65 % des gens qui sont sur le point d'acheter un véhicule s'attendent à payer moins de 500 \$ par mois. « Or, cette moyenne est désormais de 800 \$ », a-t-il indiqué.

Cela incite les consommateurs à conserver plus longtemps leur véhicule, observe Maxime Théorêt. En l'occurrence, poursuit-il, une bonne gestion du département des pièces et services s'annonce une avenue intéressante sur le plan affaires pour les concessionnaires dans les années à venir.

Plusieurs chroniqueurs automobiles soutiennent déjà qu'il est plus avantageux pour le consommateur de payer entre 1500 \$ et 3000 \$ de réparations annuelles plutôt que de s'embarquer dans un financement de 8000 \$, 9000 \$ voire plus de 10 000 \$ par année pour un véhicule neuf. Des économies, disent-ils, qui peuvent servir de précieux coussin pour l'achat du prochain véhicule lorsque les taux d'intérêt baisseront et que les prix seront plus abordables.

Ce qui ne semble pas encore probable pour 2024. Du moins pas pour le moment. ●●●



**Cessez d'acheter**  
toutes sortes  
**d'outils...**

...optez plutôt pour l'écosystème de

**PBS SYSTEMS**

**PBS**  
PBSSYSTEMS.COM/FR

Scannez ce code pour  
en savoir plus sur notre  
**DMS tout inclus!**



## Marché du véhicule d'occasion

# DUR RETOUR À LA RÉALITÉ



*Plusieurs marchands de véhicules d'occasion ont vécu une chute brutale à la toute fin de l'année 2023. Après avoir atteint des performances records pendant les années de pandémie, non seulement les profits dégringolent, mais les ventes se resserrent. Dur retour à la réalité pour 2024.*

PHOTO: DEPOSITPHOTOS/ANTONOFFOTO

**D'**abord, le volet profit. « Après avoir obtenu des marges moyennes de plus de 11 000\$ (voir plus de 15 000\$ pour les VUS) entre 2019 et 2022, l'écart moyen entre le prix coûtant et le prix de vente affiché des véhicules sur le Web a considérablement fondu », observe Yves Varin, directeur national au service d'alimentation de données, à Canadian Black Book (CBB). Si l'écart se maintient tout juste sous la barre des 8000\$ pour les VUS, il en est tout autre pour les voitures. Une catégorie dont l'écart se calcule actuellement en quelques centaines de dollars, dit-il.

Avec le retour graduel des inventaires de véhicules neufs chez les concessionnaires, la valeur des véhicules d'occasion a diminué d'un peu plus de 17% au cours de l'année 2023, remarque-t-on un peu partout au pays. « Et cette descente a été encore plus abrupte dans les derniers mois de l'année, souligne Yves Varin. Juste au cours du dernier trimestre de 2023, la valeur des berlines a baissé de 5,8%, et même de 10,4% pour les camions et VUS. »

Une baisse notable qui est également vue du côté de la revente des véhicules 100% électriques. « En 2023, la rétention de valeur s'est affaiblie pour les véhicules à batterie (BEV). Cette dernière est désormais à 44%, soit huit points de moins que pour les modèles PHEV et 17 points de moins que pour les modèles HEV », fait savoir M. Varin.

### Des volumes de ventes à la baisse

Que la valeur des véhicules d'occasion baisse, cela n'inquiète pas le directeur général de l'Association des marchands de véhicules d'occasion (AMVOQ), Steeve De Marchi. « Le prix moyen de vente du véhicule d'occasion se situe actuellement au montant qu'il aurait sans doute été s'il n'y avait pas eu de pandémie », estime-t-il.

En fait, c'est davantage le volume des ventes qui ennuie le DG de l'AMVOQ. « Selon nos estimations, les ventes de véhicules d'occasion ont diminué de près de 15% chez nos quelque 1200 membres », avance M. De Marchi. Une baisse qu'il explique notamment par la hausse soutenue du taux directeur pas-

sé de 0,25% à 5% en moins de 18 mois. Ce qui a propulsé, dit-il, les taux de financement du véhicule d'occasion au-dessus de la barre des 10%. Un facteur qui a refroidi les ardeurs des consommateurs.

« On espérait des diminutions du taux directeur à la fin de l'année 2023 ou au début de 2024, mais il semble que cela ne se produira pas avant la fin du deuxième trimestre. Et encore », partage le dirigeant de l'AMVOQ.

Malgré l'essoufflement qu'il ressent auprès de ses troupes, Steeve De Marchi demeure sûr que le marché va finir par se stabiliser. « Surtout si nous avons droit à un printemps hâtif. Ce qui aide normalement aux ventes de véhicules. Nos marchands devront toutefois être créatifs et attentifs aux signaux du marché », souligne-t-il.

### Des stocks accessibles, mais...

D'autre part, on trouve beaucoup moins de concurrents de véhicules d'occasion sur les différents sites d'enchères. En raison du réapprovisionnement de véhicules neufs, les concessionnaires sont moins affamés. Ce qui

a pour effet de diminuer les prix coûtants. «Mais attention, les acheteurs américains demeurent gourmands», avise Yves Varin. En 2023, plus de 270 000 véhicules d'occasion du marché canadien ont traversé la frontière, soit plus d'un véhicule sur sept. «Et de ce nombre, la grande majorité de la marchandise provenait des provinces de l'Ontario et du Québec», soutient-il.

Autre facteur qui pourrait nuire aux ventes de véhicules d'occasion, l'équité négative qui atteint des taux élevés ces jours-ci. «En raison des prix élevés pour les véhicules d'occasion, plus d'un acheteur sur deux (56%) a, pendant la pandémie, étalé son financement jusqu'à 84 mois et plus. Puisque la valeur des véhicules d'occasion a fortement baissé depuis deux ans, plus d'une transaction sur cinq

(20%) se trouverait actuellement en équité négative », fait savoir Yves Varin.

### D'autres nuages en vue

2024 sera aussi une année marquée par le volet réglementation. Les marchands de véhicules d'occasion sont appelés à suivre de près la loi 29, qui depuis octobre 2023 protège les consommateurs contre l'obsolescence programmée, favorisant la durabilité, la réparabilité et l'entretien des biens. Une loi que plusieurs ont surnommée la loi anti-citron.

L'AMVOQ surveille également de près le projet de loi 30, qui vise la distribution des produits financiers. Déposée à l'Assemblée nationale, cette loi n'a toujours pas été adoptée.

Enfin, non seulement l'industrie doit se défendre contre quatre actions collectives, mais elle se trouve sous la loupe de l'Office de la protection du consommateur (OPC). «Dans les deux cas, il s'agit d'une application de la loi qui consiste à respecter le prix annoncé. Ce qui représentera notre grand cheval de bataille en 2024», commente Steeve De Marchi.

Depuis sa création, l'AMVOQ a toujours maintenu un rôle afin d'aider les commerçants à demeurer conformes aux règles et lois qui régissent l'industrie de la vente de véhicules d'occasion. L'arrivée des diverses plateformes a accentué la course des commerçants à vouloir offrir le plus bas prix. «Malheureusement, ce n'est pas de cette manière qu'il faut travailler, il faut être transparent», dit-il.

Raison pour laquelle l'AMVOQ bosse sur



« L'arrivée des diverses plateformes a accentué la course des commerçants à vouloir offrir le plus bas prix. Malheureusement, ce n'est pas de cette manière qu'il faut travailler, il faut être transparent. »

**Steeve De Marchi**  
 Directeur général de l'AMVOQ

un vaste projet afin de mieux outiller ses 1200 membres. Les détails de cette opération devraient être dévoilés d'ici l'automne prochain. ●●●



« Mais attention, les acheteurs américains demeurent gourmands En 2023, plus de 270 000 véhicules d'occasion du marché canadien ont traversé la frontière, soit plus d'un véhicule sur sept. Et de ce nombre, la grande majorité de la marchandise provenait des provinces de l'Ontario et du Québec. »

**Yves Varin**  
 Directeur national au service d'alimentation de données, à Canadian Black Book (CBB)

## Est-ce le temps de vendre son commerce ?

« Un commerce qui vend uniquement des véhicules d'occasion est beaucoup moins recherché qu'une concession de véhicules neufs, nous indique Maxime Théorêt, associé directeur à la firme de fusions et acquisitions DSMA. Contrairement aux concessions, un marchand de véhicules d'occasion ne détient pas l'exclusivité d'un territoire. À moins que le zonage municipal en fasse mention contraire, un concurrent peut très bien venir s'installer de l'autre côté de la rue. »

Et quand bien même le commerce disposerait d'une solide réputation positive auprès de la clientèle, cela aura très peu d'incidence sur la valeur de l'entreprise, poursuit-il. «Près de la moitié des acheteurs de véhicules (46%) sont encore guidés par les prix et non par l'expérience client», conclut notre expert en valeur de commerce.



**Maxime Théorêt**  
 Associé directeur à la firme de fusions et acquisitions DSMA

Yves Varin

# TROIS DÉCENNIES À OPTIMISER LE COMMERCE AUTOMOBILE

*Un message publié par Canadian Black Book (CBB) dans LinkedIn le 13 février dernier a eu l'effet d'une bombe. On y annonçait le départ à la retraite d'Yves Varin, le directeur national du service d'alimentation de données. Le 26 avril prochain, ce vétéran du secteur commercial de l'industrie automobile, artisan de nombreuses transformations importantes, quittera donc son poste.*

«**I**l y a toujours une dose de pression et de stress dans un travail. Et le stress, veut, veut pas, ça n'aide pas la santé. Après 14 années passées chez CBB, je crois avoir fait le tour du jardin. Et puis, je viens d'avoir 63 ans et la qualité de vie devient chaque année plus importante. Alors, j'en suis venu à la conclusion que c'est peut-être le bon moment de tirer ma révérence», nous a expliqué candidement M. Varin lors d'une entrevue exclusive en ajoutant: «Mais quelle belle entreprise! Et quelle belle *job* j'ai eue tout ce temps-là!»

Dans l'attente de l'embauche de la perle rare qui lui succédera, une personne avec qui il a hâte de partager son savoir et son expérience, M. Varin a jeté pour nous un bref regard sur son parcours professionnel long de trois décennies qui a émaillé le monde automobile d'une foule de réalisations permettant d'optimiser et de simplifier les processus de vente des véhicules, au profit du marchand et du consommateur.

## Une belle entreprise

Enthousiaste comme pas un, ce gestionnaire se remémore d'abord les nombreux projets liés à de jeunes pousses (ou *start-ups*), à des revendeurs de solution informatique et même à des organismes gouvernementaux, sur lesquels il a travaillé chez CBB. Il évoque, entre autres, le plaisir d'avoir travaillé avec plusieurs entreprises d'envergure nationale, qui concevaient ou offraient des produits et services qui ont permis de mieux encadrer les transactions et de simplifier le processus de vente des marchands, mais aussi des groupes comme AutoCanada et Dilawri pour lesquels

il a développé diverses solutions. C'est sans oublier les fournisseurs de sites Internet, qui ont adopté ses produits d'évaluation de la valeur d'échange ou du calcul d'équité par le truchement des logiciels de gestion de la relation du client (CRM) et plus. «C'était de l'informatique au service du consommateur et tout cela a mené au commerce électronique et au *desking*, deux tendances qui ont explosé avec la pandémie», se souvient M. Varin.

Les efforts déployés avec succès pour les gouvernements de la Colombie-Britannique et du Manitoba, pour améliorer leurs processus de perception des taxes de ventes de véhicules, le réjouissent tout autant. Après tout, cela lui rappelle son passage chez Trader, de 1995 à 2000, et le lancement du *Guide d'évaluation Hebdo* publié par Hebdo Mag International, la maison-mère d'antan. Cet incontournable guide imprimé d'alors a mené à l'informatisation de la base de données des numéros de série des véhicules (NIV) qu'utilise toujours la SAAQ. «Le *Guide* a été adopté par le ministère des Finances du Québec le 7 octobre 1997. Ça a été mon premier gros coup fumant», se remémore M. Varin en esquissant un sourire de satisfaction.

Durant cette période intense, ses patrons souhaitaient voir leur entreprise apprivoiser l'informatique à la vitesse grand V. «Rappelez-vous tous ces magazines hebdomadaires d'HebdoMag. J'avais été embauché pour informatiser leur production, entre autres par l'adoption de caméras numériques et du direct aux plaques pour l'imprimerie. Tout cela nous permettait de gagner deux jours sur le



processus de production normal et, donc, de vendre plus d'annonces. Puis, on a eu l'idée de créer une base de données avec toutes ces annonces. Mais là, il a fallu entraîner les représentants à utiliser un ordinateur, à remplir des fiches avec "année, marque, modèle, type de carrosserie, etc.", et surtout à écrire Chrysler avec un y et pas un i!» Tout cela dans le but de créer des sites Web pour concessionnaires, la nouvelle tendance de l'heure. Il esquisse de nouveau un sourire.

Suivra son passage chez BCE Emergis, une filiale de Bell. C'était en 2000 et ses mandats consistaient à informatiser le RDPRM partout au Canada (PPSA) ainsi qu'à développer une solution pour transmettre les applications de crédit aux prêteurs. Des projets monumentaux!

## Un fil conducteur

En jetant un regard sur toutes ces années, M. Varin constate que sa carrière a suivi un fil conducteur: «Tous ces projets servaient à encadrer les transactions des marchands et à les rendre le plus simples possible.» Même en se remémorant son bref passage chez Wells Fargo, au début des années 2000, il revoit la même chose, puisqu'il travaillait au dévelop-

pement d'une formule de crédit alternatif appelé alors «la deuxième chance».

Et pourtant, dans sa jeunesse, lorsqu'il travaillait en photographie chez Simons, puis chez L.L.Lozeau, avant d'entrer chez Polaroid Canada, rien ne laissait présager un parcours ayant un impact pareil sur le monde automobile. M.Varin se réjouit d'ailleurs d'avoir développé un esprit critique très tôt dans sa vie; en fait, dès son passage au Collège des Eudistes. «C'est là que j'ai appris à réfléchir, à développer une méthode de travail, à être créatif pour décortiquer un problème et arriver à une solution.»

Alors qu'il s'apprête à amorcer une nouvelle étape de sa vie, Yves Varin contemple avec grand intérêt la possibilité qu'il aura bientôt de voyager pour le plaisir durant plus d'une semaine à la fois! Il reconnaît cependant la chance inouïe que la vie lui a donnée d'avoir été «le gars le plus chanceux du

«*Rappelez-vous tous ces magazines hebdomadaires d'HebdoMag. J'avais été embauché pour informatiser leur production, entre autres par l'adoption de caméras numériques et du direct aux plaques pour l'imprimerie. Tout cela nous permettait de gagner deux jours sur le processus de production normal et, donc, de vendre plus d'annonces. Puis, on a eu l'idée de créer une base de données avec toutes ces annonces.*»

monde, qui est arrivé dans le domaine de l'automobile alors que les ordinateurs faisaient leur apparition, et surtout de me rendre jusqu'où j'en suis aujourd'hui», une époque qu'il décrit comme l'aube de l'intégration de l'IA, le nouveau fer de lance de l'industrie.

«J'ai été choyé d'être sur la première ligne d'une foule de projets intéressants et d'être

toujours à la bonne place au bon moment», reconnaît M.Varin. Puis, esquissant un dernier sourire, il ajoute: «Tous les processus qui ont été développés et tous les changements qu'on a vécus jusqu'ici, d'après moi, seront améliorés par l'IA. Mais pour développer tout ça, il va falloir une autre tête que la mienne!»



# SOLUTION GLOBALE

## RÉALISEZ VOS AMBITIONS, JOIGNEZ-VOUS À SOLUTION!

### SERVICE COMPLET DE COACHING ET FORMATION AUTOMOBILE ET LOISIR



AUGMENTATION  
DES RÉSULTATS



ENCADREMENT DU  
PROCESSUS F&A



FORMATION SUR  
MESURE POUR  
L'ÉQUIPE DES  
VENTES



COACHING POUR  
LE DÉPARTEMENT  
DE LIVRAISON

UNE CUMULATION D'EXPÉRIENCES  
ET DE CONNAISSANCES À VOTRE SERVICE

JEAN-CLAUDE RABBAT • 514 949 5905 • [jc@solutionautomobile.ca](mailto:jc@solutionautomobile.ca)

DISTRIBUTEUR AUTORISÉ  
DES PRODUITS

**Sym-Tech**

SERVICES AUX CONCESSIONNAIRES

COMPAGNIE DU GROUPE AMYNTA

# PRÈS DE 170 000 VISITEURS, UNE HAUSSE DE 14%



*L'attrait du public québécois à l'égard du Salon international de l'auto de Montréal (SIAM) s'est de nouveau confirmé. La 79<sup>e</sup> édition de cette grande foire annuelle a pris fin le 28 janvier dernier après avoir attiré 168 447 visiteurs au Palais des congrès de Montréal. Cela représente une hausse de 14 % par rapport à l'édition précédente de cet événement.*



Denis Dessureault, vice-président exécutif de la CCAM et du SIAM, et Luis Pereira, directeur exécutif du SIAM.

## Retour de grandes marques et d'un salon sur trois étages

Si le public a répondu si favorablement à l'appel, c'est parce qu'on lui a fait miroiter, entre autres, le retour de grandes marques absentes l'année dernière dans une exposition étalée sur trois étages plutôt que deux, comme avant la pandémie.

Il est vrai que l'édition 2024 du salon avait meilleure mine grâce au retour de Ford et Lincoln, de même que de Nissan et Infiniti, quatre grandes marques représentées par leurs constructeurs. Volkswagen et Mitsubishi figuraient également au programme, mais grâce à une implication de concessionnaires et, dans le cas de la marque nipponne, d'une collaboration du constructeur.

Au total, ce sont presque 20 marques qui ont été présentes au salon cette année. Malgré l'absence d'une quinzaine d'autres (dont Subaru, MINI et Lotus, qui étaient là en 2023), le salon a bénéficié d'une douzaine de primeurs canadiennes, notamment une camionnette Tesla Cybertruck. Présente pour une seconde année d'affilée, la marque vietnamienne VinFast a également suscité beaucoup d'intérêt avec sa gamme de VUS électriques, mais aussi avec son minuscule VUS VF3 et un véhicule-concept appelé VF Wild.

## Les VÉ engendrent beaucoup d'intérêt

Selon Luis Pereira, directeur exécutif du SIAM, la multiplicité des véhicules électriques (VÉ) a constitué un point fort du salon cette année

encore. «L'an dernier, on en avait beaucoup, mais cette année, on en a encore plus», nous dit-il.

Avec des marques en moins, en récupérant le cinquième étage du Palais des congrès, les organisateurs du SIAM ont dû imaginer une façon nouvelle d'étoffer le salon. La solution a pris la forme de la Zone des véhicules de loisirs et sports motorisés, une des 10 attractions spéciales du salon. Cet espace où se côtoient motos, quads, motoneiges et bateaux «ajoute une touche de *lifestyle* au salon», affirme M. Pereira.

Pour Denis Dessureault, le vice-président exécutif de la CCAM et du SIAM, cette initiative amorce aussi le repositionnement du salon; une démarche entreprise l'automne dernier. «On retravaille le nom de l'événement, son concept et son contenu. Voilà ce qu'on a commencé à faire cette année avec cette zone, qui est plus du genre *lifestyle*», explique-t-il en ajoutant qu'une majorité de visiteurs et d'exposants s'en disent satisfaits.

«On présente ainsi la mobilité sous tous ses angles. D'autant plus que ces jouets-là ont tous besoin d'un véhicule pour être déplacés d'un endroit à l'autre! Et puis, pour certains visiteurs, ça devient une forme d'initiation puisque, autrement, ils ne se seraient jamais rendus à un salon du bateau, du VR ou du 4x4. Là, ils sont surpris et font preuve de curiosité.»



## Mousser les ventes printanières

Car la vente demeure le nerf de la guerre. «Immédiatement après le salon, les concessionnaires voient l'achalandage augmenter dans leurs concessions, rappelle M. Dessureault. D'ailleurs, lorsque le salon a été relancé en 1969, c'était pour mousser les ventes du printemps. Aujourd'hui encore, ça reste vrai.»

Le salon joue aussi un rôle de déclencheur auprès des consommateurs. «Nos sondages démontrent qu'environ 40% des gens qui viennent au salon ont l'intention d'acheter un véhicule dans les 12 mois qui suivent. Il y en a qui viennent confirmer leur décision et d'autres qui veulent découvrir de nouveaux produits. D'autres, enfin, viennent simplement se tenir au courant des nouveautés. Il y a l'internet, c'est vrai, mais il n'y a rien comme sentir, toucher et comparer des véhicules sous un même toit, surtout dans un environnement sans pression», ajoute Denis Dessureault.

Dans ce contexte, à l'instar de son collègue, Luis Pereira reconnaît l'importance d'accroître le nombre de constructeurs présents. «On l'entend dans les commentaires du public et beaucoup de gens pensent que c'est à cause de nous qu'ils sont absents. Mais nous, on a tout fait pour qu'ils viennent. Ils ont leurs raisons pour justifier leur absence. Alors, on a déjà commencé les démarches et les discussions avec ces absents, mais aussi avec de nouvelles marques comme Lucid et Rivian, pour qu'il y en ait plus de présentes en 2025», dit-il.

## Des concessionnaires qui font la différence

Car les concessionnaires veulent toujours d'un salon. «La preuve, ce sont les concessionnaires Mitsubishi qui ont fait des démarches avec



La collection de Ferrari de Luc Poirier.

leur constructeur pour être présents, de même que les cinq concessionnaires Volkswagen qui se sont réunis pour représenter leur marque au salon, explique M. Dessureault. Les visiteurs sont super contents. Lundi matin, j'ai envoyé à un concessionnaire une photo du kiosque Volkswagen. Il était bondé! Je lui ai demandé : combien de concessionnaires ont un achalandage pareil le lundi matin à 11 h? Il a simplement répondu : une image comme celle-là vaut mille mots.»

Tristement, certains constructeurs ont empêché des concessionnaires de représenter leurs bannières au salon, notamment Stellantis et BMW. M. Dessureault explique qu'il «leur fallait le décor *corporate* ou rien d'autre. C'était une question d'image».

Selon ce dernier, les concessionnaires Volkswagen et Mitsubishi présents au SIAM se disent satisfaits de la visibilité dont ils ont bénéficié. «Des leads auront sûrement des suites pour eux. Et ça, c'est la raison d'être d'un salon de l'auto. Il nous reste maintenant à convaincre les autres manufacturiers de revenir. Mais ce problème-là n'est pas unique à notre salon. C'est un problème qu'on observe à travers le monde», reconnaît Denis Dessureault. ●●●

**POUR VOS PRODUITS DE GARANTIES PROLONGÉES, EXIGEZ A<sup>+</sup>**



[www.garantieavantageplus.ca](http://www.garantieavantageplus.ca)

(450) 666-0181

 **PRODUITS  
AVANTAGEPLUS**



## SIAM: Un compte à rebours essoufflant

Les 48 heures qui précèdent l'ouverture du SIAM au public sont une course contre la montre pour les concessionnaires du Grand Montréal. Plusieurs constructeurs et fournisseurs multiplient alors les meetings et les cocktails pour informer et réseauter, et comme ces rencontres se déroulent presque simultanément, le don d'ubiquité est un atout.

Certains rendez-vous ont acquis un statut de tradition. C'est le cas du cocktail du Centre de financement aux concessionnaires de la Banque Scotia, qui se tient année après année au restaurant Chez Plume de l'hôtel Intercontinental, sous l'égide d'Alain Henry, récemment promu VP Avantage Concessionnaire Scotia.

À peu près en même temps, l'équipe du Financement automobile de la BMO dirigée par

Sylvain Raymond, VP Québec Financement aux concessionnaires, égayait ses nombreux invités au 14<sup>e</sup> étage du prestigieux siège social sis sur la rue Saint-Jacques.

Une fois les discours prononcés, les canapés avalés, les bulles éclatées, les mains serrées, les photographies prises, les cartes d'affaires échangées et les sourires partagés, vite, vite, c'est le temps d'affronter les trottoirs verglacés du Vieux-Montréal pour se diriger vers le Palais des congrès, heureusement tout proche, où se tenait la 20<sup>e</sup> édition de la Soirée Avant-première Bénéfice du Salon international de l'auto de Montréal, une autre tradition bien ancrée dans le cadre des activités pré-SIAM.

Exactement 3562 personnes ont accepté de

payer 250\$ le billet pour avoir la chance de visiter en primeur les kiosques du salon. Certes, bouffe à volonté et bar ouvert, mais surtout, des profits générés qui se transforment en geste charitable. En effet, au terme de la soirée festive, ce fut un joli chèque de 572 800\$ (versus 540 361 \$ l'an dernier) que les organisateurs ont remis à cinq fondations hospitalières (plus de 10,5M\$ depuis 2005).

À peine quelques heures plus tard, le SIAM ouvrait ses portes au public grâce notamment à iA Groupe financier, le commanditaire principal de l'événement, tout comme pour le Salon de l'auto de Québec qui prendra le relais du 5 au 10 mars. Une exposition qui sera elle aussi précédée, n'en doutez même pas, de ces activités pré-salon qui essoufflent et excitent tout à la fois.

PRÉSENTÉE PAR



EN COLLABORATION AVEC

Banque Scotia

PARTENAIRE MÉDIA



# SALON INTERNATIONAL DE L'AUTO DE QUÉBEC

# SOIRÉE- BÉNÉFICE

✦ AVANT-PREMIÈRE

4 MARS

EXPOCITÉ

17H30

VISITE DU SALON INTERNATIONAL DE L'AUTO DE QUÉBEC EN AVANT-PREMIÈRE  
PRESTATIONS MUSICALES · STATIONS GASTRONOMIQUES · ET PLUS ENCORE

VENTE DE BILLETS AU  
[SALONDELAUTODEQUEBEC.COM](http://SALONDELAUTODEQUEBEC.COM)

TENUE DE VILLE REQUISE

UNE RÉALISATION DE



AU PROFIT DE





Chaque année, Toyota Canada Inc. est fière de présenter notre prix du Président aux concessionnaires qui font preuve d'excellence au niveau des ventes, des pièces et du service, et par-dessus tout de la satisfaction de la clientèle.

Nous avons donc le grand plaisir de reconnaître les concessionnaires suivants de tout le Canada qui se sont distingués en 2023. Compte tenu de leur performance exceptionnelle et de leur engagement envers l'excellence, ces concessionnaires ont mérité une place au sein du très exclusif Club du Président 2023.

Nous tenons également à reconnaître les efforts de tout le réseau de concessionnaires Toyota pour leur engagement indéfectible à servir les clients Toyota.

## FÉLICITATIONS!

### ALBERTA

**West Edmonton Mall Toyota**, Edmonton **ELITE**

**Sherwood Park Toyota**, Sherwood Park

**Toyota on the Trail**, Edmonton

**High River Toyota**, High River

**Drayton Valley**, Drayton Valley

### COLOMBIE-BRITANNIQUE

**OpenRoad Toyota - Richmond**, Richmond

**Destination Toyota Burnaby**, Burnaby

**Nanaimo Toyota**, Nanaimo

**Nelson Toyota**, Nelson

### ONTARIEN

**Don Valley North Toyota**, Markham **ELITE**

**Woodbridge Toyota**, Woodbridge

**Maple Toyota**, Maple

**Toyota On the Park**, Toronto

**Markville Toyota**, Markham

**Laking Toyota**, Sudbury

**Wayne Toyota**, Thunder Bay

**Aurora Toyota**, Aurora

**Stouffville Toyota**, Stouffville

**Petawawa Toyota**, Pembroke

**James Toyota**, Timmins

**Exeter Toyota**, Exeter



## QUÉBEC

**Ste-Foy Toyota**, Québec **ELITE**

**Vimont Toyota Laval**, Laval

**Toyota Magog**, Magog

**Toyota Gatineau**, Gatineau

**St-Raymond Toyota**, St-Raymond

**Toyota Drummondville**, Drummondville

**Toyota Montréal-Est**, Montréal

**Du Beau Toyota**, Thetford Mines

**Amos Toyota**, Amos

**Rimouski Toyota**, Rimouski

**Accès Toyota**, Rouyn-Noranda

## TERRE-NEUVE

**Grand Toyota**, Grand Falls

**Western Toyota**, Corner Brook

## NOUVELLE-ÉCOSSE

**Truro Toyota**, Truro





# VÉHICULES NEUFS ET PRÉVISIONS 2024



PROTOTYPE HONDA SÉRIE 0 : UN APERÇU DU FUTUR ÉLECTRIFIÉ DE HONDA.

- ▶ L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ QUOTUS
- ▶ LES VENTES PAR TYPE DE VÉHICULE
- ▶ LES VENTES ET LES PRÉVISIONS PAR MANUFACTURIER
- ▶ TOUS LES CHIFFRES DE VENTES DE VÉHICULES NEUFS PAR SEGMENT

# ÉVOLUTION DU MARCHÉ

PAR MAXIME THÉORÊT, CPA, ASSOCIÉ DSMA ET FONDATEUR DE QUOTUS

## Profit brut moyen par unité - véhicule neuf

L'équilibre entre l'offre et la demande s'est rétabli, ce qui se traduit par une diminution de la marge brute, étant donné que les consommateurs disposent désormais d'un plus grand choix. Cette pression à la baisse se fait sentir à la fois sur le marché des véhicules neufs et

d'occasion, mais son impact a été plus prononcé sur le neuf, où les niveaux de stocks ont connu une augmentation significative. Cependant, il est à prévoir que cette tendance gagnera en intensité dans le secteur des véhicules d'occasion au cours des prochains mois.

	2022	2023
Québec	3667 \$	2626 \$
Canada	3620 \$	2473 \$

## Dépense d'intérêts *floorplan* en pourcentage de la marge brute

	2022	2023
Québec	4%	9%
Canada	2%	5%

La croissance notable des niveaux de stocks chez les concessionnaires, couplée à une hausse significative des taux d'intérêt, a entraîné une augmentation considérable des dépenses de plancher pour la plupart d'entre eux. Ce phénomène est particulièrement marqué chez certains constructeurs. Il est à noter que ce ratio n'inclut pas les crédits d'intérêts

offerts par certains manufacturiers. Le but est de démontrer le poids de la dépense d'intérêts sur la rentabilité. Il semble que le Québec ait été touché de manière plus significative par cette hausse des frais d'intérêts que le reste du Canada, principalement en raison d'une augmentation plus prononcée des stocks moyens chez les concessionnaires québécois.

## Niveau moyen d'inventaire

Nous constatons une augmentation soutenue des stocks de véhicules neufs et d'occasion chez les concessionnaires. Il est à noter que ce sont principalement les stocks de véhicules neufs qui sont responsables de cette augmentation globale. Nous retournons ainsi à des niveaux comparables à ceux d'avant la pandémie chez la plupart des constructeurs.

Cependant, des disparités persistent dans le marché, avec une moyenne d'environ 75 jours de stock moyen. Certains constructeurs

	2021	2022	2023
Québec	4 650 000 \$	8 150 000 \$	11 700 000 \$
Canada	4 700 000 \$	7 100 000 \$	8 200 000 \$

affichent des niveaux plus élevés, atteignant parfois 100 à 120 jours d'inventaire, tandis que d'autres sont nettement plus bas, autour de 40 à 60 jours.

## Contribution de la portion F&A à la marge de profit brut

Nous constatons une diminution de la marge de profit brut par vente de produits F&A, tant pour les véhicules neufs que pour les véhicules d'occasion. Cette tendance s'explique par plusieurs facteurs. Tout d'abord, les consommateurs sont plus attentifs à leurs dépenses, ce qui influe sur leurs décisions d'achat. De plus, tout comme la pression à la baisse sur les marges brutes des véhicules, cette même pression se fait ressentir dans le département F&A.

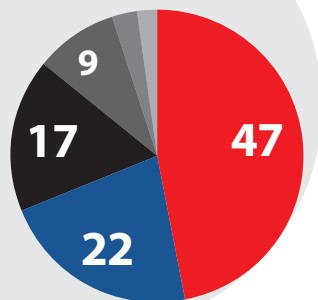
NEUF	2022	2023
Québec	821 \$	760 \$
Canada	1000 \$	718 \$

OCCASION	2022	2023
Québec	1606 \$	1231 \$
Canada	1376 \$	872 \$

SOURCE: QUOTUS [quotus.com](https://www.quotus.com)

# DOSSIER VENTES 2023

## VÉHICULES ÉLECTRIQUES



### VENTES DE VÉ PAR CONSTRUCTEUR

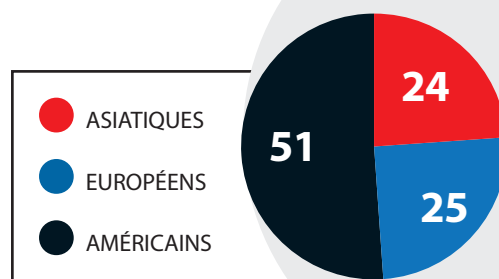
Marque	2023	2022	Var. %
Tesla	14 704	12 207	20
GM	9854	4155	137
Hyundai	7850	5401	45
Ford	4722	2959	60
Volkswagen	4013	1307	207
Toyota	2865	466	515
Kia	2196	1066	106
Nissan	2126	898	137
Audi	2022	699	189
Polestar	1703	1038	64
Volvo	1542	150	928
BMW	1098	657	67
Subaru	1035	72	1338
Mercedes-Benz	825	133	520
Mazda	478	646	-26
Porsche	192	159	21
Genesis	139	209	-33
VinFast	120	0	nd
Lucid	21	0	nd
Jaguar	13	9	44
<b>Total</b>	<b>57 518</b>	<b>32 231</b>	<b>78</b>



CHEVROLET BOLT EUV

### TOP 10 DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES

Modèle	2023	2022	Var. %
Chevrolet Bolt EUV	7803	2240	248
Tesla Model Y	7473	3977	88
Tesla Model 3	6848	7673	-11
Volkswagen ID.4	4013	1307	207
Hyundai Kona EV	3672	2676	37
Toyota bZ4X	2865	466	515
Hyundai Ioniq 5	2578	2725	-5
Ford Mustang Mach-E	2231	2359	-5
Chevrolet Bolt EV	1778	1915	-7
Polestar 2	1703	1038	64



### VENTES VÉ

57 518

+78% (VARIATION 2023 / 2022)

14% PART DE MARCHÉ

CAMIONS

42 448

VOITURES

15 070



# Merci à nos concessionnaires !

Nous sommes honorés de savoir que lorsqu'il est question de financement auto, c'est à nous que vous pensez.



Lorsque vient le temps de choisir un prêteur, le choix est grand.  
Vous nous avez toutefois choisi, et cela est très important pour nous.

Chez iA Financement auto, nous tenons à vous dire à quel point nous sommes reconnaissants de votre confiance.

Lorsque vous cherchez du financement rapide, de l'aide pour structurer une entente ou de l'expertise en matière de prêts non préférentiels pour vous aider à gérer des situations difficiles, nous espérons continuer d'être le prêteur à qui vous penserez d'abord.

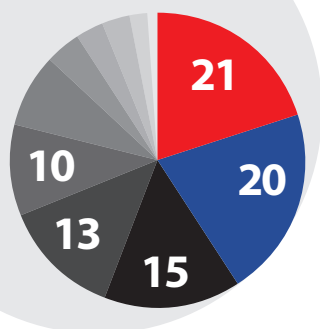


1-855-378-5626

info.auto.fr@ia.ca  
www.iafinancementauto.ca

# DOSSIER VENTES 2023

## VÉHICULES DE LUXE



- Utilitaires sport compacts de luxe **21%**
- Camions 100 % électriques **20%**
- Voitures 100 % électriques **15%**
- Utilitaires sport intermédiaires de luxe **13%**
- Utilitaires sport sous-compactes de luxe **10%**
- Intermédiaires de luxe **8%**
- Utilitaires pleine grandeur de luxe **4%**
- Compactes de luxe **3%**
- Fourgons **3%**
- Sportives de luxe **2%**
- Grandes voitures de luxe **1%**

### TOP 10 CAMIONS DE LUXE

Modèle	2023	2022
Tesla Model Y	7473	3977
Audi Q5	3087	2497
Audi Q3	1747	1547
Audi Q4 e-tron	1594	282
Lexus NX	1551	1416
Volvo XC40	1530	965
Mercedes-Benz GLC	1490	1697
Lexus RX	1405	1088
BMW X3	1333	1511
BMW X1	1269	406

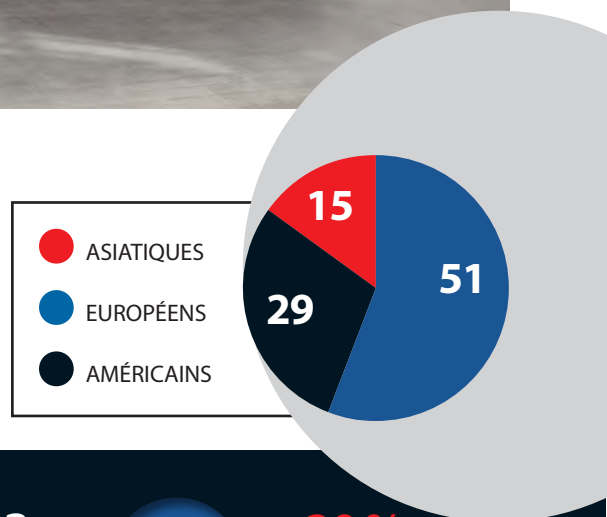


### TOP 10 VOITURES DE LUXE

Modèle	2023	2022
Tesla Model 3	6848	7673
Polestar 2	1703	1038
BMW Série 3	807	763
Audi A5	749	757
Mercedes-Benz Classe C	654	347
Audi A4	644	525
BMW i4	590	242
Audi A3	526	735
Mercedes-Benz A/CLA	506	849
Porsche 911	493	352

### VENTES DE VÉHICULES DE LUXE PAR CONSTRUCTEUR

Marque	2023	2022	Var. %
Tesla	14 704	12 207	20
Audi	9 704	7 841	24
Mercedes-Benz	8 098	7 275	11
BMW	7 018	6 317	11
Volvo	5 047	3 105	63
Lexus	4 602	3 522	31
Cadillac	2 956	2 704	9
Acura	2 373	2 249	6
Porsche	2 371	2 120	12
Polestar	1 703	1 038	64
Infiniti	1 418	1 321	7
Genesis	1 362	1 369	-1
Land Rover	1 218	984	24
Lincoln	993	1 156	-14
Alfa Romeo	363	271	34
Maserati	190	160	19
Jaguar	173	176	-2
Lucid	21	0	
<b>Total</b>	<b>64 314</b>	<b>53 815</b>	<b>16</b>



**VENTES 2023**  
**64 314**

**+20%**  
**(VARIATION 2023 / 2022)**

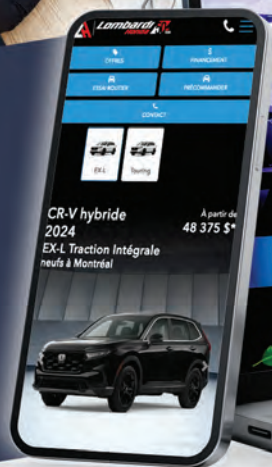
**16%** PART DE MARCHÉ

**35%**



## CONCEPTION DE SITE WEB

AUTOMOBILES  
RÉCRÉATIFS  
ÉQUIPEMENTS LOURDS



LA PLATEFORME AUTOMOBILE QUI EN OFFRE PLUS POUR **VOTRE ARGENT!**

Grâce à la collaboration entre des développeurs techniques et des concepteurs créatifs **venus du domaine automobile**, Nerd Auto offre des outils conçus pour améliorer la performance de votre **présence en ligne** et vous faire **sauver du temps**.

- + GESTIONNAIRE D'INVENTAIRE
- + SYNDICATION SUR MARCHÉS VIRTUELS
- + SITES WEB POUR CONCESSIONNAIRES
- + OPTIMISATIONS SEO
- + PROJETS SUR MESURE

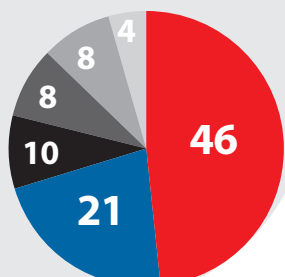
**NOUVEAU**

**GÉNÉRATEUR DE DESCRIPTIONS DE VÉHICULES AVEC SYSTÈME D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE.**

Contactez-nous pour en savoir plus.

# DOSSIER VENTES 2023

## VOITURES



● Compactes	46%	● Intermédiaires de luxe	8%	● Compacts de luxe	8%
● Intermédiaires	21%	● Sous-compactes	8%	● Sportives de luxe	4%
● Sportives	10%				

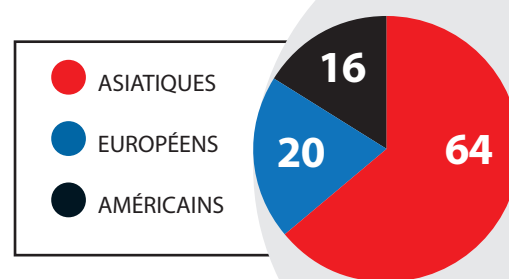
### VENTES CONSTRUCTEUR

Marque	2023	2022	Var. %
Toyota	11960	14170	-16
Tesla	7048	7927	-11
Kia	6989	7309	-4
Hyundai	6674	6608	1
Honda	6649	7799	-15
Nissan	5077	5122	-1
Volkswagen	4077	2799	46
Mazda	4036	2967	36
Chevrolet	3389	4577	-26
Subaru	2607	2262	15
BMW	2417	2076	16
Audi	2285	2327	-2
Mercedes-Benz	1815	1699	7
Polestar	1703	1038	64
Mitsubishi	1046	583	79
MINI	893	836	7
Porsche	881	712	24
Ford	561	531	6
Dodge	539	648	-17
Lexus	538	607	-11
Acura	488	567	-14
Volvo	392	296	32
Cadillac	309	341	-9
Genesis	304	333	-9
Infiniti	211	177	19
Chrysler	48	98	-51
Alfa Romeo	34	53	-36
Jaguar	30	37	-19
Maserati	28	46	-39
Lucid	21	0	
<b>Total</b>	<b>73 049</b>	<b>74545</b>	<b>-2</b>



### TOP 10 DES VOITURES

Modèle	2023	2022	Var. %
Toyota Corolla	8505	10000	-15
Tesla Model 3	6848	7673	-11
Honda Civic	6115	7238	-16
Hyundai Elantra	4802	5942	-19
Kia Forte	4026	3970	1
Mazda3	3692	2741	35
Nissan Sentra	2893	3084	-6
Volkswagen Jetta	2723	2017	35
Kia Rio	1790	2414	-26
Chevrolet Bolt EV	1778	1915	-7



**VENTES VOITURES**

**73 049**

**18%**

**ÉLECTRIQUES 15 070**

**À ESSENCE**

**57 979**

**-2% (VARIATION 2023 / 2022)**

CONNAISSEZ  
VOTRE VALEUR.



**DS  
MA**  
NOTRE ÉQUIPE.  
VOTRE RÉUSSITE.

**Vous vérifiez votre portefeuille quotidiennement,** mais à quelle fréquence vérifiez-vous la valeur de votre entreprise ?

Explorez vos opportunités : les évaluations DSMA offrent des informations **sur la croissance, le désinvestissement et la stabilité de votre entreprise.**

**Engagez DSMA.**

Visitez le site **DSMA.com** pour en savoir plus.

#### VOTRE ÉQUIPE DU QUÉBEC



**HUGO MESSIER  
BÉLANGER**  
Associé M&A  
hugo.belanger@dsma.com  
514.926.2426



**GRACIELLE SILLS**  
Associée M&A  
gracielle.sills@dsma.com  
514.923.5388



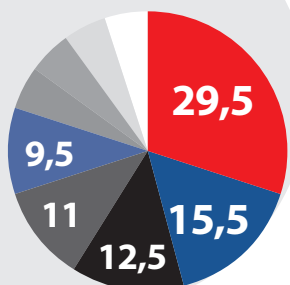
**MANON MESSIER**  
Associée exécutive M&A  
manon.messier@dsma.com  
514.268.2569



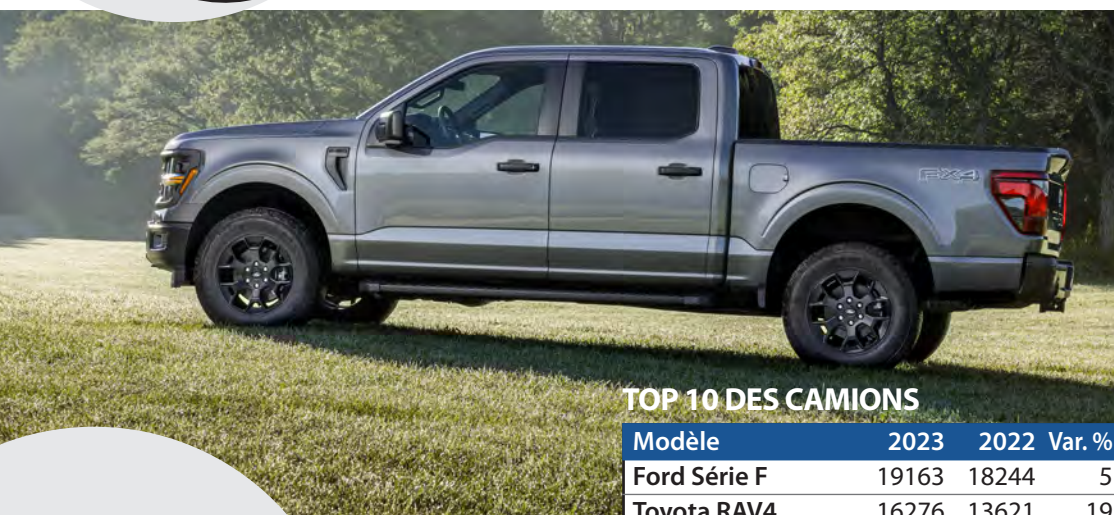
**FRANCOIS MCDONALD**  
Associé exécutif M&A  
francois.mcdonald@dsma.com  
613.795.0057

# DOSSIER VENTES 2023

## CAMIONS

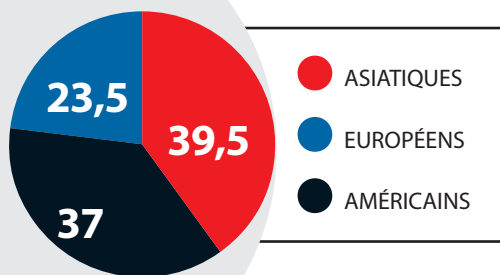


- Utilitaires sport-compactes **29,5%**
- Camionnettes pleine grandeur **15,5%**
- Camions électriques **12,5%**
- Utilitaires sport sous-compactes **11%**
- Utilitaires sport intermédiaires **9,5%**
- Utilitaires sport compacts de luxe **4%**
- Micro utilitaires sport (à traction seulement) **3%**
- Utilitaires sport intermédiaires de luxe **2,5%**
- Fourgons **2,5%**
- Camionnettes compactes **2%**
- Utilitaires sport sous-compactes de luxe **2%**
- Utilitaires sport (à vocation tout-terrain) **1,5%**
- Fourgonnettes **1,5%**
- Utilitaires sport pleine grandeur **1%**
- Utilitaires pleine grandeur de luxe **1%**
- Camionnettes sous-compactes **1%**



### TOP 10 DES CAMIONS

Modèle	2023	2022	Var. %
Ford Série F	19163	18244	5
Toyota RAV4	16276	13621	19
GMC Sierra	11921	10878	10
Chevrolet Silverado	11076	11805	-6
RAM 1500/2500/3500	8877	11070	-20
Chevrolet Bolt EUV	7803	2240	248
Subaru Crosstrek	7695	5953	29
Honda CR-V	7655	6563	17
Hyundai Tucson	7640	6424	19
Tesla Model Y	7473	3977	88



### VENTES CAMIONS PAR CONSTRUCTEUR 2023

Marque	2023	2022	Var. %
Ford	41800	41141	2
Toyota	34352	27958	23
Chevrolet	33185	23903	39
Hyundai	28585	28038	2
Kia	23630	17511	35
Nissan	19218	16790	14
Mazda	15815	14412	10
Subaru	15739	12633	25
GMC	15251	13728	11
Honda	14867	13640	9
Volkswagen	14718	11751	25
Mitsubishi	11894	7372	61
RAM	9920	12965	-23
Jeep	7823	10702	-27
Tesla	7656	4280	79
Audi	7419	5487	35
Mercedes-Benz	6283	5576	13
Volvo	4655	2709	72
BMW	4601	4241	8
Buick	4372	7440	-41
Lexus	4064	2915	39
Cadillac	2647	2363	12
Acura	1885	662	185
Chrysler	1526	2283	-33
Porsche	1490	1408	6
Dodge	1489	1093	36
Land Rover	1218	984	24
Infiniti	1207	1144	6
Genesis	1058	1036	2
Lincoln	999	1156	-14
MINI	473	418	13
Alfa Romeo	329	218	51
Maserati	162	114	42
Jaguar	143	139	3
VinFast	120	0	
Fiat	4	10	-60
<b>Total</b>	<b>340 597</b>	<b>298 220</b>	<b>16</b>



VENTES  
CAMIONS  
**340 597**

ÉLECTRIQUES  
**42 448**



**82%** PART  
DE MARCHÉ



**+16%**  
(VARIATION 2023 / 2022)

À ESSENCE  
**298 149**



# PRIX ÉLITE CONQUÊTE DE L'EXCELLENCE LEXUS 2023

---

Félicitations aux concessionnaires Lexus mentionnés ci-dessous, qui prennent tout le temps nécessaire pour s'assurer que chaque invité puisse profiter pleinement du sien. Notre programme Élite Conquête de l'excellence 2023 honore leur professionnalisme et leur engagement inconditionnels.

Lexus South Pointe  
Lexus of Royal Oak  
Ens Lexus

TAKUMI  
TAKUMI  
TAKUMI

Regency Lexus  
Park Avenue Lexus Sainte-Julie  
Taylor Lexus

ARTISAN  
ARTISAN  
ARTISAN

Lexus on the Park  
Lexus of Calgary  
Open-Road Lexus - Port Moody

MAÎTRE  
MAÎTRE  
MAÎTRE





## Audi

**TOTAL: 9704 (+ 24,2%)**



PHOTO: AUDI

Incontestable locomotive de la marque au Québec, l'**Audi Q5** nous provient d'une usine de San Jose Chiapa, au Mexique.

### 2023

L'année 2023 a été faste pour la marque allemande Audi. Difficile de dire mieux lorsqu'on voit ses ventes progresser de près de 25% par rapport à l'année précédente. Cette progression a d'ailleurs été légèrement plus forte au Québec qu'au Canada, où elle a plafonné à 20%. Audi a même devancé Mercedes-Benz et BMW au palmarès des

ventes. C'est tout dire! Et pourtant, bien que ce constructeur offre une gamme très étoffée, constituée d'une quinzaine de modèles différents, trois d'entre eux seulement - des utilitaires, évidemment - ont le plus contribué à cette hausse fulgurante. Trois modèles dont les ventes combinées ont répondu à plus de 65% de la demande des acheteurs québécois pour les produits Audi. Le champion tous azimuts demeure le Q5. Véritable locomotive de la marque depuis quelques années, ce modèle de taille moyenne a été de loin le plus populaire auprès des quelque 9000 acheteurs québécois qui ont choisi Audi en 2023. Le tiers d'entre eux ont porté leur choix sur lui! Vient ensuite le Q3 compact (1747 ventes; +13%), suivi du Q4 e-tron électrique (1594 ventes; +465%), un nouveau modèle qu'une stratégie de prix particulièrement agressive a visiblement favorisé.

### 2024

La demande pour les véhicules électrifiés de cette marque croît progressivement.

Inspiré par le succès obtenu par le Q4 e-tron, mais aussi par les ventes de véhicules d'occasion certifiés (+25% par rapport à l'année précédente), sans oublier les performances dans le secteur de l'après-vente, le président du Groupe Volkswagen Canada, Vito Paladino, se dit confiant de voir Audi renouveler sa réussite en 2024.

**BMW : 7018 (+11%) / MINI : 1366 (+9%)**

**TOTAL: 8384 (+ 10,7%)**

### 2023

Le Groupe BMW Canada a terminé l'année sur une note positive au Québec. Les ventes combinées de ses deux marques, BMW et MINI, sont en hausse de 10,7%. De plus, chaque marque a également vu ses ventes augmenter, de 11,1% et 9% respectivement. Cependant, si l'augmentation des ventes de BMW est la même au niveau provincial et national, la performance de MINI au Québec s'avère moins impressionnante que le gain de 17,5% observé à l'échelle du pays. Chez BMW, les acteurs de ce succès ont été les utilitaires X1 et X3, deux grands favoris, le premier avec une progression fulgurante (+213%) et le second affichant un léger recul (-12%). Puis suivent dans l'ordre le X5 (-25%), la Série 3 (+6%) et l'i4 électrique (+144%). Du côté de MINI, les Cooper (+10%) et Countryman (+13%) ont tous deux contribué de manière comparable à la hausse des ventes.

### 2024

L'intérêt pour la marque BMW en 2024 sera nourri par diverses nouveautés, notamment les 550e xDrive PHEV et i5 xDrive40, deux berlines électrifiées à quatre roues motrices de la Série 5, le roadster Z4 M40i 2025 à boîte manuelle, de même que les coupés et cabriolets Série 4 et M4 également millésimées 2025. Pour MINI, cette nouvelle année tout aussi prometteuse augure bien, puisqu'on attend la venue d'une nouvelle version de l'utilitaire Countryman, de même qu'une



PHOTO: BMW

Offert à partir de 45 990 \$, le nouvel utilitaire **MINI Countryman S All4** devrait arriver chez les concessionnaires en mai.

nouvelle Cooper S et sa variante électrique SE. C'est sans compter le buzz entourant l'arrivée prochaine de l'Aceman, un nouveau modèle électrique qui suscite déjà une certaine curiosité parmi les acheteurs de véhicules verts.





**Ford : 42361 (+1,7%) / Lincoln : 999 (-13,6%)**

**TOTAL : 43360 (+ 1,2%)**



PHOTO: FORD

Début février, Ford a lancé une version rafraîchie de l'utilitaire Explorer.

### 2023

L'année 2023 ne passera sûrement pas à l'histoire chez Ford du Canada. Les ventes de la marque éponyme ont à peine progressé par rapport à celles de 2022, alors que celles de Lincoln, sa marque de produits

de luxe, ont chuté de près de 14%. La camionnette SérieF de Ford a continué de dominer son créneau, mais ses ventes n'ont crû que de 5% environ, comparativement à 7% à l'échelle nationale. De plus, parmi les quatre autres modèles les plus populaires de la marque, l'utilitaire compact Bronco Sport et le fourgon commercial Transit ont bien contribué à maintenir Ford dans le noir par des ventes supérieures (38% pour le premier et 7% pour le second), mais l'Escape et le Mustang Mach-E ont régressé de 8% et 5% respectivement. Le constat est plus désolant du côté de la marque Lincoln. Le déclin de ses ventes a même été environ 1% plus important au Québec qu'à l'échelle nationale. Ce recul reflète d'ailleurs les performances négatives réalisées par chacun des quatre modèles que compte sa gamme.

### 2024

Le constructeur de Dearborn entrevoit néanmoins une hausse de ses ventes en 2024 grâce, notamment, à l'arrivée de plusieurs nouveautés au sein de la marque Ford (Ranger, Explorer et Expedition) et de Lincoln (Aviator, Navigator et Nautilus). Ce rajeunissement des deux gammes de produits sera sans doute appuyé par la popularité soutenue de la SérieF, d'autant plus que cette coqueluche des acheteurs bénéficiera d'un rafraîchissement qui renforcera à coup sûr son attrait.

**Chevrolet : 36574 (+28,4%) / Buick : 4372 (+36,7%)**

**Cadillac : 2956 (+9,3%) / GMC : 15251 (+11,1%)**

**GM TOTAL : 59000 (+ 23%)**

### 2023

Les concessionnaires Chevrolet, Buick, GMC et Cadillac du Québec ont livré plus de 59000 véhicules en 2023, soit près du quart des livraisons réalisées par ce constructeur d'est en ouest du pays. Cela représente une hausse de 23% comparativement à 2022, mais aussi un gain supérieur aux 15,4% d'augmentation annoncée par GM en janvier pour les quelque 263000 ventes effectuées à l'échelle nationale. Parmi les faits saillants de 2023, soulignons que les ventes combinées des jumelles Chevrolet Silverado et GMC Sierra confirment la domination de GM sur le créneau des camionnettes pleine grandeur au Québec avec 22997 unités vendues (+1,4%) devant Ford et sa SérieF (19163; +5%) et Stellantis et ses Ram (8877; -20%). Par ailleurs, les ventes de petits multiségments (Chevrolet Trax et Trailblazer, et Buick EncoreGX et Envista) ont crû de 170% par rapport à 2022. Enfin, Chevrolet a connu une excellente année pour les livraisons de VÉ au Québec, avec 9581 ventes de Bolt EV et EUV (+231%). C'est près de 70% de toutes les Bolt livrées au pays.

### 2024

«Nous continuerons sur cette lancée en 2024, alors que nous introduirons de nouveaux véhicules dans les créneaux des véhicules à moteurs



PHOTO: GENERAL MOTORS

Cette année encore, GM a dominé le créneau des camionnettes pleine grandeur avec ses jumelles Chevrolet Silverado et GMC Sierra. Les GMC ont d'ailleurs été légèrement de nouveau les plus populaires.

à combustion interne et des véhicules électriques», rappelait Kristian Aquilina, vice-président, Ventes, après-vente et marketing, GM Canada, en janvier, au moment de présenter les résultats de 2023. Il évoquait alors, notamment, l'arrivée des nouveaux Chevrolet Equinox et Traverse, GMC Acadia et Terrain, et Buick Enclave, sans oublier les Cadillac Escalade IQ et Celestiq électriques.



**Honda : 21 516 (+0%) / Acura : 2373 (+6%)**

**TOTAL : 23 889 (+1%)**

### 2023

Les concessionnaires Honda ont connu une période difficile durant la pandémie, principalement due à des problèmes d'inventaire. Mais la situation va de mieux en mieux, surtout lorsqu'on considère que les concessionnaires du Québec ont malgré tout réussi à enregistrer des profits moyens records en 2022, tout comme en 2023. Le CR-V, la vache à lait pour Honda au Québec, a vu ses ventes croître de 16% et demeure encore cette année le troisième utilitaire sport compact le plus populaire de la province. Inversement, la Civic, le deuxième meilleur vendeur chez Honda, jadis la voiture chouchou des Québécois, a encore perdu du terrain avec une diminution de 16% de ses ventes. Quant au petit HR-V, qui représente quand même une vente sur cinq pour Honda au Québec, ses ventes ont grimpé de 3%. Chez Acura, les ventes globales sont demeurées stables malgré des baisses notables, surtout dans le segment des voitures. Néanmoins, le constructeur compense ces pertes par son utilitaire sport compact de luxe, le RDX, qui enregistre une augmentation des ventes de 21%.

### 2024

Les concessionnaires Honda du Québec peuvent s'attendre à une augmentation de leur inventaire en 2024, à une hausse prévue de la production nationale, qui devrait passer à 125 000 unités. L'année mar-



**Honda Prologue**

PHOTO : HONDA

2024 marquera l'entrée de Honda dans l'ère de l'électrification au Québec avec le lancement des Honda Prologue et Acura ZDX.

quera également l'entrée de Honda dans l'ère de l'électrification au Québec avec le lancement des Honda Prologue et Acura ZDX, premiers véhicules totalement électriques du constructeur au pays. De plus, 2024 verra le début de la production de la Honda Civic Hybride à Alliston, en Ontario, ce qui devrait donner un bon souffle dans les voiles de la compacte.

**Hyundai : 35 256 (+1,5%) / Genesis : 1362 (-0,5%)**

**TOTAL : 36 618 (+1,5%)**

### 2023

Au Québec, tout comme au Canada, les augmentations des ventes chez Hyundai ont été marginales. Dans la Belle Province, l'année 2023 s'est soldée par une hausse de 1,5%, soit 447 unités supplémentaires écoulées (3,4% pour le Canada). Questionné à ce sujet, Steve Flamand, directeur exécutif des produits, stratégie d'entreprise, IT et stratégie numérique chez Hyundai Canada, répond qu'une myriade de facteurs ont été la cause de ces résultats. « Les problèmes d'approvisionnement n'en sont plus, puisque les niveaux d'inventaire se redressent semaine après semaine. Cependant, le port de la Colombie-Britannique peine encore à suivre le flux d'inventaire, créant régulièrement des congestions. Nous continuons d'examiner toutes les voies dans la chaîne d'approvisionnement pour que le stock soit livré aux concessionnaires aussi rapidement et efficacement que possible. Nous sommes assurés que la situation ne fera que s'améliorer », dit-il.

### 2024

Jose Muñoz, PDG de Hyundai Motor North America, a déclaré à *Automotive News* qu'il voulait que ses voitures (Sonata et Elantra) atteignent une « croissance à deux chiffres » cette année. Selon Steve Flamand, bien que cette perspective concerne le marché américain, les berlines ont encore leur place au Canada. Pour la première fois, la Sonata est disponible avec l'AWD et l'Elantra a toujours été un modèle



Le tout nouveau Hyundai Santa Fe 2024.

PHOTO : HYUNDAI

central pour Hyundai au Québec et au Canada. Cela dit, les berlines ne seront pas le principal moteur des ventes pour Hyundai Canada. « Nous comptons sur le Tucson, le Palisade et le tout nouveau Santa Fe pour maintenir leur compétitivité et assurer le succès de nos concessionnaires. Le tout nouveau Kona, la superstar de Hyundai au Québec, devrait continuer à bien se porter en 2024. Les ventes de VÉ et d'hybrides poursuivront également leur croissance en 2024, surtout avec l'arrivée récente du tout nouveau Kona Electric et celle des nouvelles IONIQ », conclut M. Flamand.



**Jaguar : 173 (-1,7%) / Land Rover : 1218 (+23,8%)**

**TOTAL : 1391 (+20%)**

### 2023

Les chiffres compilés par *AutoMédia* nous apprennent que les ventes de Jaguar Land Rover (JLR) au Québec ont bondi de 20%, alors qu'un total de 1391 Jaguar, Land Rover, Range Rover et Defender ont trouvé preneurs l'an dernier, comparativement à 1160 en 2022. Chez Land Rover, les ventes ont grimpé de 24% et le Range Rover, porte-étendard de la marque, s'est retrouvé au premier rang des ventes, avec une hausse spectaculaire de 123%. Le Land Rover Defender a décroché la deuxième place avec un gain de ventes de 18%, suivi du Range Rover Sport, dont les ventes ont augmenté de 7%. Marque plus exclusive, Jaguar a vu ses ventes décliner de 2% en 2023. Là comme ailleurs, les utilitaires ont la cote, surtout le F-Pace, le modèle que les trois quarts des acheteurs de la marque ont choisi.

### 2024

Chez Jaguar Land Rover Canada, l'année 2024 semble prometteuse. «En 2023, JLR a enregistré une augmentation de 20,2% de son volume de ventes en Amérique du Nord par rapport à 2022, ce qui reflète l'amélioration de l'offre et l'accroissement du nombre de véhicules livrés aux clients», nous apprend Taylor Hoel, le porte-parole. «Avec le lancement du Defender 130, capable d'accueillir huit adultes, et le succès soutenu des Defender 90 et 110, la marque Defender a connu



PHOTO : JLR

En 2023, les ventes du **Range Rover** de Land Rover ont bondi de 123%.

une croissance mondiale de 65,2% l'année dernière. La demande pour cette marque sera sûrement aussi forte en 2024. L'introduction d'un nouveau Range Rover Sport et des Range Rover Evoque et Velar rafraîchis contribuera aussi à rendre la marque Range Rover incroyablement désirable», ajoute M. Hoel.

## Kia

**TOTAL : 31 619 (+21,5%)**

### 2023

Chez Kia, les années se suivent et se ressemblent. Que ce soit en 2022 ou en 2023, les modèles les plus vendus ont continué à être les Seltos, Sportage et Forte, et ce, autant dans tout le Canada qu'au Québec. En fait, dans la Belle Province, ces trois véhicules ont représenté 52% de tous les contrats signés. De toute évidence, la stratégie des véhicules compacts à bons prix rapporte toujours des dividendes intéressants. Par ailleurs, le constructeur coréen s'est encore distingué dans le créneau des VÉ, puisque les ventes de ces derniers ont presque triplé au niveau national en 2023, tandis qu'elles augmentaient de 229% au Québec durant la même période grâce, notamment, aux performances de l'EV6, qui a accueilli une version GT, et du Niro EV, qui célébrait l'introduction de sa deuxième génération.

### 2024

Sous la gouverne du président Elias El-Achhab, toute l'équipe de Kia Canada, s'attend à ce que le même trio d'élite poursuive sa séduction auprès des consommateurs du Québec: le clan Seltos inclut désormais une version X-Line plus aventurière, le Sportage compte sur trois motorisations dont une hybride rechargeable, et la Forte maintient un PDSF de base qui flirte avec les 20000\$. Kia prévoit également une plus grande adoption de ses modèles électrifiés grâce à deux nouveautés: d'une part, l'EV9 récemment lancé en tant que premier VUS entiè-



PHOTO : KIA

Le **Kia EV9** récemment lancé en tant que premier VUS entièrement électrique à fournir trois rangées de sièges à un marché grand public.

rement électrique à fournir trois rangées de sièges à un marché grand public; d'autre part, la fourgonnette Carnival, qui aura une variante hybride l'été prochain.

Avec iA Services aux concessionnaires, bénéficiez d'une offre de services complète!

- ✓ Produits F&I
- ✓ Formations
- ✓ Approuvé par les manufacturiers
- ✓ Support de l'industrie
- ✓ Plateforme de vente dynamique
- ✓ Produits de financement
- ✓ Analyse de performance

**iA**  
Services aux concessionnaires

🌐 [iaservicesconcessionnaires.ca](http://iaservicesconcessionnaires.ca)  
✉ [info.iasc@ia.ca](mailto:info.iasc@ia.ca) ☎ 1 877 671-9009

## Lucid

TOTAL: 21



PHOTO: LUCID

La berline électrique Air est le premier modèle offert aux Québécois par le nouveau constructeur californien Lucid.

### 2023

À l'instar de Rivian, Lucid est une nouvelle marque étatsunienne qui a fait ses débuts au Québec en 2023. Après l'inauguration de sa première succursale de vente au cœur de Montréal, en janvier, il a fallu attendre le mois de novembre pour assister à la première livraison d'une berline

Air, seul modèle proposé par la marque actuellement. Cela explique le faible volume de ventes réalisé dans cette province l'année dernière. Il faut aussi savoir que Lucid a amorcé ses activités au Canada d'abord en Colombie-Britannique, puis en Ontario. Ses deux premières succursales ont été inaugurées dans ces provinces en octobre 2021 et en mars 2022 respectivement. Puis, ce n'est qu'en mai 2022 que les livraisons de berlines Air ont été effectuées aux acheteurs hors Québec. La première d'une centaine a d'ailleurs abouti dans le garage d'un client ontarien. En 2023, ce sont environ 220 exemplaires de cette voiture qui ont été livrés; des berlines dont les prix s'étalent de 101 800\$ pour l'Air Pure d'entrée de gamme à 327 300\$ pour l'Air Sapphire, la plus cossue du lot.

### 2024

Alors que les livraisons continuent de progresser lentement, le constructeur prépare le terrain pour l'arrivée de son second modèle de série: le Gravity. Cet utilitaire électrique à 6 ou 7 places, selon l'aménagement choisi par l'acheteur, sera mieux aligné avec les tendances actuelles du marché, qui favorisent bien davantage les utilitaires que les automobiles. Offert à des prix qui devraient s'apparenter à ceux de la berline Air, ce modèle millésimé 2025 n'entrera en production au mieux qu'à la fin de l'année.

## Mazda

Total: 19851 (+ 14%)

### 2023

Au Canada, Mazda a terminé l'année avec 58 637 ventes, une augmentation de 17,6% par rapport à 2022. Au Québec, le même gain revient d'une année à l'autre, soit environ 14%. Le constructeur est satisfait, mais ne peut s'empêcher de rappeler que la COVID, la pénurie de puces, puis de certaines pièces à cause d'un incendie chez un fournisseur, les grèves portuaires et de nombreuses autres malchances ont impacté la chaîne d'approvisionnement. Même en 2023, ces facteurs ont nui aux ventes du CX-5 au point d'entraîner une légère baisse des ventes de son modèle le plus populaire. Mazda a su compenser en augmentant la cadence du CX-50. En fait, le duo CX-5/CX-50 totalise près de la moitié des ventes du constructeur au Québec dans le segment (VUS compacts) le plus important au pays. De son côté, le nouveau CX-90 a permis à Mazda d'accroître sa part dans le créneau des utilitaires intermédiaires, notamment grâce au modèle hybride rechargeable (PHEV), qui a accaparé plus de la moitié des ventes dans la Belle Province.

### 2024

«Nous attendons avec impatience le lancement du nouveau CX-70, lequel offrira les groupes motopropulseurs électrifiés MHEV et PHEV qui ont débuté avec le CX-90. Plus tard dans l'année, nous proposerons une autre option électrifiée, le CX-50 Hybride. Les consomma-



PHOTO: MAZDA

Le Mazda CX-50, toujours aussi populaire.

teurs québécois gravitent autour des modèles hybrides et PHEV, ce qui nous place en excellente position pour la croissance future», a raconté David Klan, président de Mazda Canada, à *AutoMédia*.

Il a aussi souligné l'importance de son réseau de partenaires détaillants. «Nous nous sommes toujours engagés à travailler avec eux et non pas autour d'eux. Le résultat de cette promesse vient de se concrétiser pour une cinquième année consécutive grâce à un sondage de la CADA où les concessionnaires ont accordé à Mazda Canada "la meilleure satisfaction générale" et "la communication la plus efficace". Mazda est la seule marque comptant plus de 100 détaillants à avoir reçu ces honneurs cinq années de suite.»

Offrez une protection complète à votre client grâce à notre programme de référencement d'assurance auto, iA Avantages!

iaservicesconcessionnaires.ca

info.iasc@ia.ca

1 877 671-9009

**iA**  
Services aux concessionnaires

## Mercedes-Benz

Total: 8098 (+ 11,3%)

### 2023

L'année 2023 a été meilleure que la précédente pour Mercedes-Benz au Québec. Les ventes de la marque allemande ont augmenté de 11 %, alors qu'elles n'avaient, pour ainsi dire, pas varié de 2021 à 2022. Le gain observé au Québec a également été supérieur à celui de la marque à l'échelle nationale (+5%), d'après les chiffres du constructeur. Le palmarès des ventes de Mercedes nous apprend, en outre, que deux utilitaires ont monté sur le podium des champions. Il s'agit du GLC de taille moyenne, qui occupe la plus haute marche, et du GLE, un modèle plus gros qui s'est retrouvé sur la troisième marche; deux modèles dont les ventes ont cependant décliné, de 12% et 9% respectivement. Quant à la deuxième marche du podium, c'est le fourgon commercial Sprinter qui l'a prise grâce à des ventes en hausse de 20%. Ajoutons que, dans l'ensemble, les utilitaires sont demeurés les véhicules les plus populaires de la marque, dans un rapport de 3 à 4 environ. Enfin, un peu plus de 10% des véhicules vendus étaient électriques.

### 2024

«Félicitations à notre réseau national de concessionnaires pour cette année incroyable. Je suis convaincu que nous pouvons continuer sur cette lancée positive en 2024», a dit Andreas Tetzloff, directeur général de Mercedes-Benz Canada, au sujet de la progression des ventes



L'utilitaire GLC a été le modèle le plus populaire de Mercedes-Benz au Québec en 2023.

au pays, l'année dernière. Ses concessionnaires seront d'ailleurs très sollicités, selon lui, en raison de l'arrivée de nouveautés très attendues, notamment le fourgon électrique eSprinter, la nouvelle berline de Classe E, la puissante Mercedes-AMG GT et les nouveaux coupés et cabriolets Mercedes-Benz CLE.

## Mitsubishi

Total: 19940 (+ 63%)

### 2023

Un bond des ventes de 62,7%, soit la meilleure augmentation pour un constructeur au Québec l'année dernière, voilà comment Mitsubishi a terminé son année dans la Belle Province. Pour Dan Dakin, responsable des communications et des relations publiques de Mitsubishi au pays, «les résultats pour l'exercice 2023 au Québec et dans l'ensemble du pays démontrent que nous vendons le type de véhicules que recherchent les Canadiens». Il semble qu'il n'ait pas tort. L'Outlander PHEV a attiré 4169 acheteurs au Québec, une hausse de 410%. Si on jumelle cette performance aux ventes de l'Outlander ordinaire, l'utilitaire sport compact devient le sixième meilleur vendeur au Québec. Le RVR et l'Eclipse Cross tirent aussi leur épingle du jeu grâce à des augmentations entre 20% et 30%. Même la petite Mirage, une des dernières voitures sous-compactes qui restent au pays, a vu ses ventes croître de 80%.

### 2024

M. Dakin poursuit: «Aucun changement majeur n'est prévu dans la gamme de produits pour l'année modèle 2024, sinon une série de mises à jour de modèles à travers les cinq véhicules. De plus, nous sommes fiers d'avoir remporté le prix du *Plus grand progrès* dans l'enquête de satisfaction des concessionnaires de la CADA. C'est le résultat de notre stratégie privilégiant avant tout la communication avec



Le Mitsubishi Outlander PHEV 2024.

les concessionnaires. De plus, en ajoutant le port de Nanaimo et en élargissant notre centre de distribution de pièces, nous avons pris des mesures pour nous assurer que nous pouvons gérer les véhicules supplémentaires qui nous seront alloués pour 2024 et au-delà.»

Interrogé sur la rentabilité de la marque, un gestionnaire de concession Mitsubishi du Québec nous a confirmé ceci: «Considérant le peu d'investissement requis, notre concession Mitsubishi est absolument rentable», un détail important, puisque l'Amérique du Nord est devenue pour le constructeur le deuxième marché le plus important en dehors du Japon.



**Nissan : 24 295 (+10,9%) / Infiniti : 1418 (+7,3%)**

**TOTAL : 25 713 (+10,7%)**



PHOTO : NISSAN

Remis au goût du jour pour 2024, le **Nissan Rogue** est le premier modèle de la marque qui a un système d'infodivertissement donnant accès à des applications de Google, notamment Google Maps et l'ensemble Google Play.

### 2023

«Après la pandémie et les nombreuses perturbations que l'ensemble de l'industrie a rencontrées ces dernières années (production, logistique et inventaire), 2023 a marqué un retour à une certaine forme de normalité», nous apprend Steve Milette, président de Nissan Canada.

### 2024

La popularité des produits Porsche auprès des Québécois s'est confirmée de nouveau en 2023, mais cette fois avec une hausse des ventes plus substantielle qu'en 2022. *AutoMédia* a relevé une augmentation de 12% pour les ventes de l'année dernière, comparativement à 3% pour l'année précédente. Les principaux acteurs derrière cet engouement demeurent cependant les mêmes, à commencer par le Macan. Cet utilitaire compact a répondu à lui seul à environ 40% de la demande dans la province, en plus de voir ses ventes croître de 12%. Suivent, dans l'ordre, l'utilitaire de taille moyenne Cayenne, dont les ventes ont légèrement fléchi (-4%), et la 911, l'icône soixantenaire de la marque dont la popularité ne se dément pas (+40%). Notons, enfin, la croissance des ventes du premier modèle électrique de la marque, la Taycan, dont le volume annuel de ventes, avec un peu moins de 200 exemplaires livrés, a augmenté de 21%.

### 2024

L'arrivée cette année d'un Cayenne remis au goût du jour devrait contribuer à rehausser les ventes de ce modèle important. Cependant, les analystes portent beaucoup d'attention du côté des véhicules électrifiés. D'abord, un gain d'autonomie substantiel (+35%) et une meilleure capacité de recharge devraient accroître considérablement l'attrait de la Taycan 2024. Ensuite, le lancement du Macan de seconde

Au Québec, second marché en importance au Canada, les ventes combinées des marques Nissan et Infiniti ont augmenté de 10% par rapport à 2022. Les utilitaires de Nissan ont continué de séduire les Québécois, particulièrement le Rogue (+13%) et le Kicks (+11%), les deux modèles les plus vendus de la marque, mais aussi le Qashqai (+7%) et le Pathfinder (+24%), deux autres favoris. Les VÉ ont également joué un rôle important sur ce marché. Le nouvel Ariya a été le choix de 884 consommateurs et la compacte à hayon LEAF en a ravi 1242 (+38%). En ce qui concerne Infiniti, le QX60, le fer de lance de la marque, a connu un franc succès avec des ventes en hausse de 50%.

### 2024

«Je suis optimiste pour 2024, qui devrait corroborer ce retour à une situation plus normale et stable», souligne M. Milette. «Nous poursuivrons avec notre réseau de concessionnaires nos efforts pour toujours offrir aux Québécois les meilleurs produits les mieux équipés aux meilleurs prix, toujours avec la qualité Nissan et Infiniti. Sans en révéler davantage, je peux affirmer que nous aurons de belles surprises du côté de Nissan en 2024 [ndlr: un nouveau Kicks, peut-être...], tandis qu'Infiniti a déjà confirmé le lancement d'une nouvelle génération du QX80. De quoi voir 2024 sous un bel angle», ajoute sur un ton optimiste le président de Nissan Canada.

## Porsche

**TOTAL : 2371 (+11,8%)**



PHOTO : PORSCHE

En janvier, Porsche a dévoilé la nouvelle génération du **Macan**, un utilitaire qui sera offert exclusivement avec une motorisation électrique.

génération, nouveauté offerte exclusivement avec une motorisation électrique, devrait «survolter» la demande pour les produits du constructeur de Zuffenhausen, compte tenu du créneau ciblé avec ce véhicule.



## Rivian

Total: 0

### 2023

Fondée en 2009, la marque californienne Rivian (appelée Avera jusqu'en 2011) semble promise à un brillant avenir dans le marché florissant des véhicules électrifiés. Contrairement à Tesla, qui a d'abord concentré ses activités commerciales autour d'une auto électrique (la ModelS) avant d'offrir un premier VUS (le ModelX), Rivian s'est immédiatement attaquée au marché des véhicules utilitaires en lançant les R1 : le VUS R1S et la camionnette R1T. Ce constructeur a aussi lancé un fourgon commercial, l'EDV, rival des BrightDrop de GM, que diverses grandes entreprises vont adopter, notamment Amazon. Rappelons, enfin, qu'en juillet 2023, Rivian a ouvert sa première succursale de vente canadienne (surnommée Espace ou Space) à Burnaby, en Colombie-Britannique. L'entreprise avait d'ailleurs déjà un siège social au cœur de Vancouver depuis 2021.

### 2024

La marque est encore peu présente au pays. En 2023, elle n'a livré que 400 véhicules environ sur les quelque 57000 qu'elle a produits – et pas un au Québec. Ses livraisons prendront donc de l'ampleur cette année, notamment dans la Belle Province. À cet effet, des centres de service ont été mis sur pied à Montréal, à Toronto et à Calgary. D'ailleurs, ceux de Toronto et de Calgary desservent déjà les acheteurs de ces véhicules



La Rivian R1T suscite beaucoup d'intérêt auprès des acheteurs de camionnettes électriques.

de grand format, qui sont plutôt coûteux. Le R1S est offert à partir de 112500\$ et la camionnette R1T à partir de 105000\$. On comprendra que l'arrivée prochaine d'une gamme de modèles moins chers (les R2, qui seront dévoilés le 7 mars prochain) contribuera à faire rayonner davantage cette marque au pays.

Ram : 9920 (-24%) / Jeep : 7823 (-27%) / Fiat : 4 (-22%)

Dodge : 2028 (+17%) / Alfa Romeo : 363 (+34%)

Chrysler : 1574 (-34%) / Maserati : 190 (+19%)

Stellantis Total: 21 902 (-22%)

### 2023

Chez Stellantis, 2023 se termine dans le rouge avec une baisse moyenne de 22% au Québec. C'est surtout à partir de la mi-octobre 2023 qu'une diminution notable de l'achalandage en concession s'est fait sentir, indique Guillaume Girard, directeur général chez Girard Chrysler.

### 2024

Le début de l'année se montre aussi tranquille, confirme M. Girard. Ce qui n'aide pas la situation, puisque les concessionnaires Stellantis sont actuellement aux prises avec de lourds inventaires. « Les cours sont archi pleines. Le constructeur est au courant. Le constructeur est au courant et a comme objectif de réduire les coûts et le niveau des stocks à un semblant de normalité », nous dit Guillaume. Questionné sur l'avenir des marques Stellantis, il répond qu'il voit les choses d'un bon œil. « Avec le RAM, nous avons une bonne gamme de produits qui correspondent bien à ce que les consommateurs veulent. Nous sommes un peu en retard dans la transition vers l'électrique, mais grâce à des innovations comme le Ramcharger, nous pouvons aller chercher une part de marché intéressante. Chez Dodge aussi, l'ADN de la marque va demeurer axé sur la performance et le muscle, même avec la transi-



La camionnette électrique Ramcharger 2025.

tion vers l'électrique, bien qu'il reste encore des modèles à renouveler, comme le Durango. Chez Jeep, le plan est clair. Notre défi au cours des prochains mois se situera davantage dans les prix, qui ne cessent d'augmenter. Ça devient plus difficile de justifier des augmentations de prix, alors que le modèle change peu. Enfin, chez Chrysler, nous cherchons toujours une identité. Nous avons beaucoup de mal à avoir une vision claire pour cette marque-là. Le concept Halcyon dévoilé en février dernier est différent de ce qui nous avait été présenté dans le passé. Pour terminer, le leadership de l'entreprise vit également des changements.»



## Subaru

**TOTAL: 54 966 (+24,9%)**



PHOTO: SUBARU

Le **Crosstrek**, enrichi de la version **Wilderness**, a poursuivi sa domination en représentant à lui seul presque 40% des ventes.

### 2023

L'an dernier, Subaru Canada a écoulé 54 966 unités, un bond de 24,9% par rapport à 2022 (ou 10 957 ventes supplémentaires). L'augmentation a même été supérieure au Québec (29,8%). Le dernier mois de l'année a joué le rôle de cerise sur le sundae en devenant le meilleur décembre depuis l'arrivée de Subaru au pays en 1978, ses 5115 contrats éclipsant

le record de 4671 édité en décembre 2019. Le **Crosstrek**, enrichi de la version **Wilderness**, a poursuivi sa domination au sein du portfolio en représentant à lui seul presque 40% des ventes québécoises, la familiale **Outback** se classant au deuxième rang avec 21%. Pour sa part, le **Solterra**, premier VUS électrique de Subaru (réalisé en partenariat avec le **Toyota bZ4X**), a conclu l'année chez nous avec 1035 ventes, soit 5% du total des ventes de Subaru au Québec.

### 2024

Très fier de la performance de ses 95 concessionnaires canadiens, Tomohiro Kubota, président et chef de la direction de Subaru Canada, a déclaré que 2024 « sera ponctuée de nouvelles versions et de modèles actualisés », mais n'a pas souhaité élaborer davantage. Le moulin à rumeurs, lui, s'en est chargé. En fait, les parieurs misent sur pas moins de cinq nouveautés. En premier lieu, on attend les nouvelles générations du **Forester** et de l'**Outback**, deux modèles emblématiques de la marque. On espère ensuite trois résurrections: une **WRX STI** encore plus puissante et uniquement desservie par une boîte manuelle et, surtout, le retour inattendu de deux *pick-up*, soit le **Brat** (1978-1994) et le **Baja** (2003-2006), pour concurrencer le **Ford Maverick** et le **Hyundai Santa Cruz**. L'un compact à 2 portes et pas cher, l'autre plus sophistiqué à 4 portières.

## Tesla

**TOTAL: 14 704 (+17%)**

### 2023

Les ventes du **Model Y** ont explosé au point qu'il est devenu le modèle (électrique et thermique confondus) le plus vendu au Québec durant le dernier trimestre, alors que les 3, S et X se sont maintenus au même niveau que l'année précédente mais néanmoins en tête de leur segment respectif. « Cette tendance reflète ce qui se passe sur le marché des véhicules en général, où la demande pour les VUS abordables ne cesse de croître », fait remarquer Stéphane Pascalon, président du Club Tesla au Québec. Mais si la hausse des taux pousse les acheteurs vers des véhicules moins chers, pourquoi alors la **Model 3** ne se vend pas plus que le **Y**? « En 2022, le **Model Y** se vendait moins bien parce qu'il était moins connu et, surtout, parce qu'il n'avait pas droit aux rabais gouvernementaux. Depuis 2023, sa variante d'entrée de gamme bénéficie des fameux rabais et, donc, les ventes ont bondi, puisque l'écart de prix entre la berline et le VUS a subitement rétréci. »

### 2024

Tesla présentera un premier changement de style majeur de la **Model 3** depuis son introduction en 2017. La nouveauté galvanisera ses ventes. « Mais ce qui va sans aucun doute brouiller les cartes, c'est la baisse de prix du **Model Y** grande autonomie et transmission intégrale qui le rend maintenant admissible aux subventions des deux paliers de gouvernement », avance M. Pascalon. Il prédit que les Québécois vont



PHOTO: TESLA

Tesla présentera un premier changement majeur de la **Model 3** en 2024.

s'arracher un VUS qui offre de l'espace, une autonomie généreuse (533 km) et l'AWD, tout ça au prix d'une **Model 3**. Le conseil du président: « Dépêchez-vous de le commander avant la disparition des subventions ou avant que Tesla ne change (encore) le prix mais à la hausse cette fois. »





**Toyota : 46312 (+10%) / Lexus : 4602 (+30,7%)**

**TOTAL: 50914 (+ 11,5%)**

### 2023

Toyota a été le premier constructeur automobile au détail au Québec, en 2023, nous apprend le constructeur. En outre, plus de 46% de ces véhicules étaient des hybrides et autres modèles électrifiés, « preuve que les Québécois adoptent ces technologies massivement », ajoute-t-il. Ce succès, le RAV4, grand favori de la marque, l'a généreusement nourri avec des ventes 20% supérieures. Les deux Corolla aussi, d'ailleurs: l'automobile compacte d'abord, deuxième au palmarès des ventes pour la marque, continue de dominer son créneau, alors que le Corolla Cross, en troisième place, tisse un lien nouveau entre ce nom mondialement connu et le monde des VUS. Du côté de Lexus, on a enregistré une année record avec des ventes 30% supérieures. On a surpassé Mercedes-Benz et BMW avec la part de marché la plus élevée jamais atteinte au Québec (10,3%) et, pour la première fois au Québec, les véhicules électrifiés ont tenu le haut du pavé des ventes de la marque (à hauteur de 58%).

### 2024

L'avalanche de nouveautés attendue de part et d'autre annonce une nouvelle année faste pour ce constructeur nippon. Chez Toyota, Patrick Ryan, directeur régional du Québec et de l'Atlantique de Toyota, attend avec impatience ces modèles phares qui vont émail-



PHOTO : TOYOTA

L'utilitaire Toyota **Crown Signia 2025** est une des nombreuses nouveautés promises par ce constructeur cette année.

ler la marque qu'il dirige, notamment le Tacoma hybride, la nouvelle Camry, l'utilitaire Crown Signia et le Land Cruiser. Pour sa part, Martin Gilbert, directeur de Lexus Canada, se montre optimiste en raison de l'arrivée du GX550 et des TX350 et TX500h, des nouveautés qui vont renforcer sa gamme de sept VUS.

## VinFast

**TOTAL: 120**

### 2023

La dernière année a été riche en émotions pour VinFast, la jeune (2017) division automobile du conglomérat Vin Group du milliardaire vietnamien Pham Nhat Vuong. Un premier arrivage en mars a été suivi en juin par 781 autres exemplaires du VF8 électrique au port de Nanaimo en provenance de l'usine de Haiphong. Selon la SAAQ, 120 Québécois ont immatriculé ce VUS intermédiaire dessiné par Pininfarina et dont les deux variantes Eco et Plus affichent des PDSF de base de 53 600\$ et 59 200\$, sans oublier la garantie de 10 ans/200 000 km. En juillet, première pelletée de terre pour une usine de 4 G\$ en Caroline du Nord qui assemblera 150 000 véhicules par année à partir de 2025. Chez nous, une boutique/atelier a ouvert ses portes à Ville Saint-Laurent, le deuxième établissement de la province après celui du Carrefour Laval.

### 2024

L'ouverture de deux autres boutiques est prévue à Brossard et à Québec pendant que, sur le site de VinFast, les consommateurs sont invités à réserver (dépôt de 250\$ remboursable) leur VF9, un VÉ à trois rangées de sièges de plus de 100 000\$ et dont les premières livraisons au Canada sont attendues en mars. Le même site fournit aussi quelques détails sur le compact VF7 et le sous-compact VF6, mais nous ignorons encore la date de leur arrivée dans la Belle Province (ils roulent au Vietnam). Comme le VF8 a pris un certain temps avant



PHOTO : VIFAST

La date de l'arrivée du VF7 au Québec est encore inconnue.

d'obtenir son homologation canadienne, des délais similaires sont à prévoir pour ses petits frères. Par ailleurs, comme la presse automobile, particulièrement aux États-Unis, n'a pas été tendre envers le VF8, citant diverses lacunes durant les essais routiers, il est probable que VinFast redouble de vigilance en ce moment avant de relâcher ses prochains modèles.



## Volkswagen

**TOTAL: 18 795 (+29,2%)**



PHOTO: VOLKSWAGEN

L'utilitaire compact Taos est devenu grand favori au Québec, en 2023. Il a relégué le Tiguan au deuxième rang du palmarès des ventes, qu'il occupait en 2022.

### 2023

En 2023, Volkswagen a livré 63 757 véhicules à ses clients canadiens, ce qui représente une croissance de 36% par rapport à 2022. En comparaison, les ventes réalisées par cette marque allemande au Québec,

qui constitue pas moins de 30% de son volume national, ont subi une augmentation moindre, soit près de 29%. Ici aussi, ce sont des utilitaires qui ont été, et de loin, les trois modèles les plus populaires. Le Taos, devenu grand favori, a relégué le Tiguan à la deuxième place qu'il occupait en 2022. De plus, l'ID.4 s'est hissé en troisième place. C'est donc dire que, pour la première fois dans l'histoire de Volkswagen au Québec, un véhicule électrique monte sur le podium des vainqueurs. Soulignons, enfin, la popularité soutenue dont ont bénéficié la berline compacte Jetta (+35%) et les Golf R et GTI (+132% et 55% respectivement).

### 2024

La direction de Volkswagen Canada se dit ravie du résultat des ventes effectuées en 2023 et prévoit une année 2024 encore meilleure. Voilà ce que nous apprend le constructeur par l'intermédiaire de son porte-parole, Thomas Tetzlaff. «Nous avons constaté une amélioration significative de la disponibilité de tous nos modèles, y compris l'ID.4 électrique, de sorte que les clients ne devraient plus avoir besoin de commander leurs véhicules ni devoir attendre leur arrivée. De plus, en 2024, nous lancerons notre berline électrique ID.7 et, plus tard cette année, la fourgonnette ID.Buzz, qui est très attendue, sans oublier des versions rafraîchies de la Jetta et de la GLI.»

## Volvo : 5047 (+62,5%) – Polestar : 1703 (+64,1%)

**TOTAL: 6750 (+62,9%)**

### 2023

Les deux marques suédoises du Groupe Geely ont terminé l'année 2023 sur les chapeaux de roues. Près de 40% des produits Volvo vendus au pays l'an dernier ont pris le chemin de la Belle Province. Dans le cas de Polestar, c'est près de 70% des véhicules vendus! Pour Volvo, les modèles compacts électriques ont le plus ravi les consommateurs québécois. Les ventes du nouveau C40 ont augmenté de 250% comparativement à 2022, alors que le XC40 Recharge électrique a dopé à hauteur de 40% les ventes du XC40 qui, avec la forte demande pour les versions à motorisation thermique, ont fait de ce modèle le plus populaire de la marque au Québec. Le XC60, de taille moyenne, a décroché la troisième position. Pour ce qui est du succès de Polestar, il est lié à son Modèle2. Seul modèle offert jusqu'ici, des arrivages plus nombreux ont fait bondir ses ventes de près de 65%.

### 2024

En 2024, Volvo Car Canada s'attend à une croissance de ses ventes alimentée par l'arrivée de deux nouveaux VUS électriques: l'EX90, successeur du XC90, et l'EX30 compact. La popularité des modèles électrifiés (électrique et hybrides branchables), qui ont d'ailleurs été le choix de 30% des acheteurs canadiens en 2023 (comparativement à 35% en 2022), peut justifier cet optimisme. Du côté de Polestar, la nouvelle année paraît des plus prometteuses. Comme nous le rappelait Hugues



Volvo EX90

PHOTO: VOLVO

Bissonnette, directeur national de la marque, lors d'un entretien récent, le rayonnement de la marque devrait s'amplifier grâce à l'arrivée de deux nouveautés électriques ciblant des créneaux populaires et à l'ouverture de nouvelles concessions.

V O L V O

## Sécurité de première classe. Partenaires de première classe.

NOUS SOMMES FIERS DE TOUS NOS CONCESSIONNAIRES VOLVO, mais la fierté des gagnants du Prix Excellence de cette année est incomparable. Ce prix est décerné aux concessionnaires Volvo qui se sont distingués en matière de satisfaction de la clientèle et de recherche de l'excellence, tout en contribuant à jeter les bases d'un avenir électrique. Ils témoignent du service à la clientèle de classe mondiale de Volvo.

P R I X  
**EXCELLENCE**  
V O L V O



**Mark Endras**  
Volvo Cars Lakeridge



**Rachel Leonard**  
Volvo de Québec



**John Martins**  
Volvo Cars Oakville



**Jason Morrey**  
Morrey Volvo Cars Burnaby



**Michael Norris**  
Volvo Cars Edmonton



**Paul Valentine**  
Volvo Cars Royal Oak

Chaque année, notre équipe Formation et Développement Centre d'Excellence forme des milliers d'employés de concessions, en personne et en ligne. Inscrivez-vous dès aujourd'hui!

# CHIFFRES DÉCHIFFRÉS VENTES DE VÉHICULES NEUFS AU QUÉBEC 2023

(JANVIER À DÉCEMBRE 2023)

**14%** 100% ÉLECTRIQUES

**14%** VOITURES

**73%** CAMIONS

	2023	2022	VARIATION
ÉLECTRIQUES	57 518	32 231	78%
VOITURES	57 979	61 6914	-6%
CAMIONS	298 149	369 644	8%
<b>TOTAL</b>	<b>413 646</b>	<b>369 644</b>	<b>12%</b>

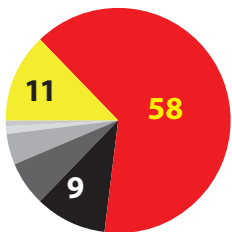
## VÉHICULES 100% ÉLECTRIQUES

Marque	Modèle	2023	2022
<b>VOITURES</b>			
Tesla	Model 3	6848	7673
Chevrolet	Bolt EV	1778	1915
Polestar	2	1703	1038
Hyundai	Ioniq 6	1597	0
Nissan	Leaf	1242	898
Kia	Soul EV	624	414
BMW	i4	590	242
Tesla	Model S	200	254
Porsche	Taycan	192	159
Mercedes-Benz	EQE berline	81	0
Mercedes-Benz	EQS berline	63	78
Audi	e-tron GT	60	57
BMW	i7	37	3
BMW	i5	34	0
Lucid	Air	21	0
<b>Total</b>		<b>15070</b>	<b>12731</b>
<b>Part de marché</b>		<b>26%</b>	

Marque	Modèle	2023	2022
<b>CAMIONS ÉLECTRIQUES</b>			
Chevrolet	Bolt EUV	7803	2240
Tesla	Model Y	7473	3977
Volkswagen	ID4	4013	1307
Hyundai	Kona EV	3672	2676
Toyota	bZ4X	2865	466
Hyundai	Ioniq 5	2578	2725
Ford	Mach-E	2231	2359
Ford	Lightning	1595	600
Audi	Q4 e-tron	1594	282
Kia	EV6	1548	652
Subaru	Solterra	1035	72
Volvo	XC40 Recharge	1016	ND
Ford	E-Transit	896	ND
Nissan	Ariya	884	0
Volvo	C40	526	150
Mazda	MX-30	478	646
BMW	iX	413	412

Marque	Modèle	2023	2022
Audi	e-tron	368	360
Mercedes-Benz	EQE VUS	338	0
Cadillac	Lyriq	220	0
Mercedes-Benz	EQB	186	10
Tesla	Model X	183	303
Mercedes-Benz	EQS VUS	157	45
Genesis	GV60	139	209
VinFast	VF 8	120	0
GMC	Hummer	34	0
Kia	EV9	24	0
BMW	XM	24	0
GMC	Hummer SUV	19	0
Jaguar	I-Pace	13	9
Hyundai	Nexo	3	0
<b>Total</b>		<b>42445</b>	<b>19500</b>
<b>Part de marché</b>		<b>74%</b>	

## VOITURES À ESSENCE ET HYBRIDES



- Compactes **58%**
- Intermédiaires **11%**
- Sportives **10%**
- Intermédiaires de luxe **9%**
- Sous-compactes **6%**
- Compactes de luxe **3%**
- Sportives de luxe **3%**
- Grandes voitures de luxe **2%**

Marque	Modèle	2023	2022
<b>SOUS-COMPACTES</b>			
Kia	Rio	1790	2414
Mitsubishi	Mirage	1046	583
Nissan	Versa	402	666
Chevrolet	Spark	15	1448
<b>Total</b>		<b>3253</b>	<b>5111</b>
<b>Part de marché</b>		<b>6%</b>	

Marque	Modèle	2023	2022
<b>COMPACTES</b>			
Toyota	Corolla	8505	10000
Honda	Civic	6115	7238
Hyundai	Elantra	4802	5942
Kia	Forte	4026	3970
Mazda	3	3692	2741
Nissan	Sentra	2893	3084
Volkswagen	Jetta	2723	2017
Subaru	Impreza	877	1189
Hyundai	Ioniq	0	80
Mini	Clubman	0	25
<b>Total</b>		<b>33633</b>	<b>36286</b>
<b>Part de marché</b>		<b>58%</b>	

Marque	Modèle	2023	2022
<b>INTERMÉDIAIRES</b>			
Toyota	Camry	1707	2268
Toyota	Prius	1386	1721
Chevrolet	Malibu	784	698
Honda	Accord	534	561
Kia	K5	325	323
Nissan	Altima	291	408
Hyundai	Sonata	275	444
Dodge	Charger	200	386
Nissan	Maxima	113	62
Subaru	Legacy	106	191
Chrysler	300	48	98
<b>Total</b>		<b>5769</b>	<b>7160</b>
<b>Part de marché</b>		<b>11%</b>	

Marque	Modèle	2023	2022
<b>SPORTIVES</b>			
Subaru	WRX	1360	725
Volkswagen	GTI	928	598
MINI	Cooper	893	811
Ford	Mustang	561	531
Volkswagen	Golf R	426	184
Mazda	MX-5	344	226



## VOITURES À ESSENCE ET HYBRIDES

Marque	Modèle	2023	2022
Chevrolet	Camaro	343	254
Dodge	Challenger	339	262
Subaru	BRZ	264	157
Toyota	86	62	113
Hyundai	Veloster	0	142
<b>Total</b>		<b>5520</b>	<b>4003</b>

**Part de marché 10%**

### COMPACTES DE LUXE

Audi	A3	526	735
Mercedes-Benz	A / CLA	506	849
BMW	Série 2	250	181
Acura	Integra	238	124
Cadillac	CT4	115	124
Acura	ILX	17	132
<b>Total</b>		<b>1652</b>	<b>2145</b>

**Part de marché 3%**

### INTERMÉDIAIRES DE LUXE

BMW	Série 3	807	763
Audi	A5	749	757
Mercedes-Benz	Classe C	654	347
Audi	A4	644	525
BMW	Série 4	484	569
Lexus	IS	313	371
Acura	TLX	233	307

Marque	Modèle	2023	2022
Toyota	Crown	230	0
Genesis	G70	225	245
Kia	Stinger	224	188
Infiniti	Q50 et Q60	211	177
Volvo	V60	199	221
Cadillac	CT5	194	217
Lexus	ES	171	174
Volvo	S60	116	80
Genesis	G80	66	72
Alfa Romeo	Giulia	34	53
Lexus	RC	21	27
<b>Total</b>		<b>5575</b>	<b>5093</b>

**Part de marché 9%**

### GRANDES VOITURES DE LUXE

Mercedes-Benz	Classe E	286	218
Audi	A6	153	132
Mercedes-Benz	Classe S	119	142
BMW	Série 5	81	179
Volvo	V90	58	73
Porsche	Panamera	49	73
BMW	Série 7	37	12
Audi	A7	29	47
Audi	A8	22	32
Volvo	S90	19	22
Genesis	G90	13	16

Marque	Modèle	2023	2022
Jaguar	XF	4	6
Maserati	Quattroporte	3	9
Maserati	Ghibli	2	30
Lexus	LS	1	7
<b>Total</b>		<b>876</b>	<b>998</b>

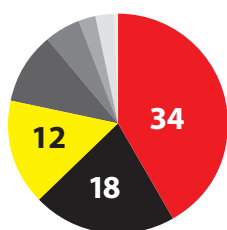
**Part de marché 2%**

### SPORTIVES DE LUXE

Porsche	911	493	352
Chevrolet	Corvette	469	262
Mercedes-Benz	GT	106	65
Nissan	370Z	106	2
Porsche	Boxster	89	78
Toyota	Supra	70	68
Porsche	Cayman	58	50
BMW	Série 8	56	76
Audi	R8	55	20
Audi	TT	47	22
BMW	Z4	41	51
Lexus	LC	32	28
Nissan	GTR	30	2
Jaguar	F-Type	26	31
Maserati	MC20	22	7
Maserati	GranTurismo	1	0
Acura	NSX	0	4
<b>Total</b>		<b>1701</b>	<b>1118</b>

**Part de marché 2,9%**

## CAMIONS À ESSENCE ET HYBRIDES



- Utilitaires sport compacts **34%**
- Camionnettes pleine grandeur **18%**
- Utilitaires sport sous-compactes **12%**
- Utilitaires sport intermédiaires **11%**
- Utilitaires sport compacts de luxe **5%**
- Micro-utilitaires sport (à traction seulement) **4%**
- Camionnettes compactes **3%**
- Fourgons **3%**
- Utilitaires sport intermédiaires de luxe **3%**
- Utilitaires sport (à vocation tout-terrain) **2%**
- Utilitaires sport sous-compactes de luxe **2%**
- Fourgonnettes **2%**
- Utilitaires sport pleine grandeur **2%**
- Camionnettes sous-compactes **1%**
- Utilitaires pleine grandeur de luxe **1%**

Marque	Modèle	2023	2022
<b>MICRO-UTILITAIRES SPORT (À TRACTION SEULEMENT)</b>			
Nissan	Kicks	5138	4616
Hyundai	Venue	4621	4268
Kia	Soul	930	1370
Toyota	C-HR	1	802
<b>Total</b>		<b>10690</b>	<b>11056</b>

**Part de marché 4%**

### UTILITAIRES SPORT SOUS-COMPACTS

Hyundai	Kona	5616	7636
Kia	Seltos	6378	6343
Toyota	Corolla Cross	4823	3489
Honda	HR-V	4552	4417

Marque	Modèle	2023	2022
Nissan	Qashqai	4088	3813
Chevrolet	Trailblazer	3152	1087
Mitsubishi	RVR	2835	2204
Kia	Niro	2809	623
Chevrolet	Trax	2045	76
Mini	Countryman	473	418
Ford	EcoSport	173	686
Jeep	Renegade	30	33
Buick	Encore	9	150
Fiat	500X	4	10
Mazda	CX-3	0	1226
<b>Total</b>		<b>36987</b>	<b>32211</b>

**Part de marché 12%**

Marque	Modèle	2023	2022
<b>UTILITAIRES SPORT-COMPACTS</b>			
Toyota	RAV4	16276	13621
Subaru	Crosstrek	7695	5953
Honda	CR-V	7655	6563
Hyundai	Tucson	7640	6424
Mazda	CX-5	7405	8026
Mitsubishi	Outlander	7161	3615
Nissan	Rogue	6227	5494
Kia	Sportage	6037	4378
Volkswagen	Taos	4585	3206
Volkswagen	Tiguan	4312	4869
Ford	Escape	4343	4714
Mazda	CX-30	3822	2376
Buick	Encore GX	2318	1620



# CHIFFRES DÉCHIFFRÉS VENTES DE VÉHICULES NEUFS AU QUÉBEC (JANVIER À DÉCEMBRE 2023)

## CAMIONS À ESSENCE ET HYBRIDES

Marque	Modèle	2023	2022
Kia	Sorento	2131	2336
Ford	Bronco Sport	2226	1611
Subaru	Forester	1941	2103
Mitsubishi	Eclipse Cross	1898	1553
Mazda	CX-50	1885	823
Chevrolet	Equinox	1671	1570
Buick	Envision	687	540
Jeep	Cherokee	678	1151
Jeep	Compass	669	766
Dodge	Hornet	517	0
Buick	Envista	401	0
<b>Total</b>		<b>100180</b>	<b>83312</b>

Part de marché

34 %

### UTILITAIRES SPORT INTERMÉDIAIRES

Subaru	Outback	4055	3634
Chevrolet	Terrain	2747	3143
Hyundai	Santa Fe	2657	2374
Toyota	Highlander	2166	2596
Ford	Edge	1997	1997
Jeep	Grand Cherokee	1738	2452
Kia	Telluride	1694	1187
Mazda	CX-90	1502	0
Ford	Explorer	1517	2585
Nissan	Pathfinder	1392	1127
Volkswagen	Atlas	1179	1470
Honda	Pilot	1069	1132
Subaru	Ascent	1013	871
Hyundai	Palisade	1006	1118
Chevrolet	Traverse	813	519
Chevrolet	Blazer	764	641
Toyota	Venza	724	874
Mazda	CX-90	723	1315
Toyota	Grand Highlander	720	0
Nissan	Murano	709	543
Buick	Acadia	647	656
Volkswagen	Atlas Cross Sport	629	899
Honda	Passport	526	649
Buick	Enclave	310	233
<b>Total</b>		<b>32297</b>	<b>32015</b>

Part de marché

11 %

### UTILITAIRES SPORT (À VOCATION TOUT-TERRAIN)

Jeep	Wrangler	3750	4862
Ford	Bronco	1063	1722
Toyota	4Runner	713	888
Land Rover	Defender	333	282
<b>Total</b>		<b>5859</b>	<b>7754</b>

Part de marché

2 %

### UTILITAIRES SPORT PLEINE GRANDEUR

Dodge	Durango	972	1093
GMC	Yukon	751	615
Chevrolet	Tahoe	686	548
GMC	Yukon XL	626	402
Chevrolet	Suburban	446	308
Ford	Expedition	309	348
Jeep	Wagoneer	255	365
Nissan	Armada	150	82
Toyota	Sequoia	134	30
<b>Total</b>		<b>4329</b>	<b>3791</b>

Part de marché

2 %

Marque	Modèle	2023	2022
<b>UTILITAIRES SPORT SOUS-COMPACTS DE LUXE</b>			
Audi	Q3	1747	1547
Volvo	XC40	1530	965
BMW	X1	1269	406
Cadillac	XT4	1002	946
Mercedes-Benz	GLA	468	450
Lexus	UX	388	338
Alfa Romeo	Tonale	206	0
BMW	X2	0	57
<b>Total</b>		<b>6610</b>	<b>4709</b>

Part de marché

2 %

### UTILITAIRES SPORT COMPACTS DE LUXE

Audi	Q5	3087	2497
Lexus	NX	1551	1416
Mercedes-Benz	GLC	1490	1697
BMW	X3	1333	1511
Acura	RDX	1233	1020
Volvo	XC60	1138	1082
Porsche	Macan	981	877
Genesis	GV70	754	671
Mercedes-Benz	GLB	503	480
Lincoln	Corsair	378	427
BMW	X4	339	274
Infiniti	QX50	192	318
Infiniti	QX55	131	204
Maserati	Grecale	131	1
Alfa Romeo	Stelvio	123	218
Land Rover	Range Rover Evoque	107	98
Land Rover	Discovery Sport	46	44
Jaguar	E-Pace	2	2
<b>Total</b>		<b>13519</b>	<b>12837</b>

Part de marché

5 %

### UTILITAIRES SPORT INTERMÉDIAIRES DE LUXE

Lexus	RX	1405	1088
Mercedes-Benz	GLE	1070	1177
BMW	X5	887	1187
Cadillac	XT5	662	808
Acura	MDX	652	662
Porsche	Cayenne	509	531
Lexus	RZ	445	0
Volvo	XC90	445	512
Land Rover	Range Rover	357	160
Lincoln	Nautilus	284	327
Land Rover	Range Rover Sport	234	218
Cadillac	XT6	229	229
Lincoln	Aviator	218	257
BMW	X6	206	227
Genesis	GV80	165	156
Jaguar	F-Pace	128	128
Lexus	LX	120	41
Land Rover	Range Rover Velar	105	168
Lexus	GX	79	32
Lexus	TX	76	0
Land Rover	Discovery	36	14
Maserati	Levante	31	113
<b>Total</b>		<b>8343</b>	<b>8035</b>

Part de marché

3 %

Marque	Modèle	2023	2022
<b>UTILITAIRES PLEINE GRANDEUR DE LUXE</b>			
Infiniti	QX60	727	485
Mercedes-Benz	Classe G et GL	558	433
Cadillac	Escalade	387	283
Audi	Q7	326	498
Audi	Q8	297	303
Infiniti	QX80	157	137
Cadillac	Escalade ESV	147	97
BMW	X7	130	167
Lincoln	Navigator	119	145
<b>Total</b>		<b>2848</b>	<b>2548</b>

Part de marché

1 %

### CAMIONNETTES SOUS-COMPACTES

Hyundai	Santa Cruz	792	817
Ford	Maverick	1635	1635
<b>Total</b>		<b>2427</b>	<b>2452</b>

Part de marché

1 %

### CAMIONNETTES COMPACTES

Toyota	Tacoma	2737	2031
Chevrolet	Colorado	1305	1374
GMC	Canyon	831	1114
Jeep	Gladiator	703	1073
Nissan	Frontier	630	1115
Honda	Ridgeline	539	516
Ford	Ranger	526	710
<b>Total</b>		<b>7271</b>	<b>7933</b>

Part de marché

3 %

### CAMIONNETTES PLEINE GRANDEUR

Ford	Série F	19163	18244
GMC	Sierra	11921	10878
Chevrolet	Silverado	11076	11805
Ram	1500 / 2500 / 3500	8877	11070
Toyota	Tundra	2356	2068
<b>Total</b>		<b>53393</b>	<b>54065</b>

Part de marché

18 %

### FOURGONNETTES

Kia	Carnival	2079	622
Chrysler	Pacifica	1183	1664
Toyota	Sienna	837	1093
Honda	Odyssey	526	363
Chrysler	Grand Caravan	343	619
<b>Total</b>		<b>4968</b>	<b>4361</b>

Part de marché

2 %

### FOURGONS

Ford	Transit	3409	3184
Mercedes-Benz	Sprinter	1424	1187
GMC	Savana	1069	719
Ram	Promaster	1043	1895
Ford	Econoline	579	465
Chevrolet	Express	677	592
Ford	Transit Connect	138	281
Mercedes-Benz	Metris	89	97
<b>Total</b>		<b>8428</b>	<b>8420</b>

Part de marché

3 %



## Nissan au féminin : retour sur la dernière année.

**Cette année, pour souligner la Journée internationale des droits des femmes, nous aimerions vous faire part d'un message de Tara Willis, Directrice Sénior, ÉDI et Philanthropie :**

**Nissan Canada s'engage à créer une culture accueillante où les client-es, les employé-es et les partenaires se sentent respecté-es, valorisé-es et écouté-es.**

Cette année, alors que nous soulignons la Journée internationale des droits des femmes et le thème de l'inclusion, nous souhaitons célébrer ces femmes inspirantes qui continuent de briser les barrières et qui pavent la voie pour les futures générations. Nous ne pourrions être plus fières des initiatives générées par le comité « Women's Business Synergy Team », piloté par nos employées. Ajoutons à cela les accomplissements de femmes extraordinaires telles que Valérie Limoges, la grande championne de la Coupe Sentra 2022, et Laura Kutlesa, récemment nommée au poste de directrice de l'expérience client chez Nissan Canada, inc. Nous aimerions également reconnaître et remercier toutes ces femmes incroyables ainsi que nos allié-es qui continuent d'inspirer notre industrie. Chez Nissan Canada, nous nous engageons à cultiver un environnement où

les femmes peuvent être aux devants des conversations et des changements afin de bâtir un espace inclusif pour toutes et tous. Nous vous souhaitons une Journée internationale des droits des femmes inspirante et éclairante.



*-Tara Willis, directrice sénior, ÉDI et philanthropie, Nissan Canada, inc.*

**Découvrez l'engagement de Nissan Canada à cultiver un environnement riche en diversité et en inclusion au [Nissan.ca/dei](https://www.nissan.ca/dei).**





# Renforcez leur confiance et leur loyauté

Chez iA Services aux concessionnaires, notre mission, en partenariat avec les concessionnaires, est d'offrir aux consommateurs la tranquillité d'esprit financière.

Les consommateurs recherchent des garanties lors de l'achat d'un nouveau véhicule, surtout en ce moment. Plus vous êtes en mesure d'offrir de la valeur ajoutée, mieux c'est.

Tous nos programmes F&I comportent des avantages qui encouragent la fidélité. Cela permet d'approfondir la relation que vous entretenez avec vos clients et leur donne encore plus de raisons de revenir dans vos centres de vente et de service. L'assurance-crédit, y compris la couverture en cas d'accident, de maladie et de perte d'emploi involontaire, peut également être l'élément de confiance supplémentaire que vous pouvez leur offrir.

Augmentez la fidélité de vos clients en leur offrant des produits de protection à valeur ajoutée sur lesquels ils peuvent compter.



Pour en savoir plus sur iA Services aux concessionnaires ou pour devenir concessionnaire partenaire de iA Services aux concessionnaires, communiquez avec nous dès aujourd'hui!



[iaservicesconcessionnaires.ca](http://iaservicesconcessionnaires.ca)



[info.iasc@ia.ca](mailto:info.iasc@ia.ca)



1 877 671-9009