

Contact

La clé d'une vraie bonne gestion de vos affaires

JUIN 2010

VOLUME 20 NUMÉRO 1

FORMATION

SUCCÈS



*La route de
la **FORMATION** :
au cœur du **SUCCÈS** !*



La Corporation des concessionnaires
d'automobiles du Québec
www.ccaq.com

Enregistrée selon ISO 9001:2008



La route de la qualité passe par l'amélioration continue.

La revue *Contact* est publiée par la Direction des communications de la Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec (CCAQ). Son tirage s'élève à près de 4 000 exemplaires. Elle est distribuée aux concessionnaires d'automobiles et de camions lourds membres de la CCAQ, à certains organismes gouvernementaux et aux organismes qui régissent le domaine de l'automobile.

Les auteurs invités assument l'entière responsabilité de leurs textes ; ceux-ci ne reflètent pas nécessairement l'opinion de la CCAQ.



La Corporation des concessionnaires
d'automobiles du Québec
www.ccaq.com

Enregistrée selon ISO 9001:2008

140, Grande Allée Est, bureau 750
Québec (Québec) G1R 5M8

☎ 418 523-2991

☎ 418 523-3725

✉ info@ccaq.com

🌐 www.ccaq.com

Direction de la publication

Jacques Bécharé

Édition

Jean Cadoret

Conception et réalisation

Imagine R Concept

Jean Cadoret

Correction et révision des textes

Direction des communications
de la CCAQ

Publicité

Jean Cadoret

Impression

Imprimerie Provinciale inc.

Dépôt légal

Bibliothèque nationale du Québec

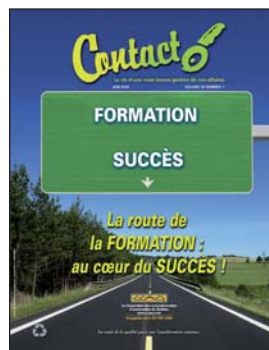
Imprimé au Québec

Envoi de publication canadienne :
convention n° 40063802

La CCAQ reconnaît
les produits et les services
offerts par ses partenaires.



Dans la présente publication, le masculin
désignant des personnes est employé
sans aucune discrimination.



La clé d'une vraie bonne gestion de vos affaires

JUIN 2010

VOLUME 20 NUMÉRO 1

Sommaire

Consultation de l'AMF relativement à la garantie de remplacement – Une grande victoire pour les concessionnaires	3
Pierre Vincent, président du conseil d'administration de la CCAQ	
Nouvelles normes nationales pour la réduction des gaz à effet de serre	7
M ^e Jacques Bécharé, président-directeur général de la CCAQ	
Le point sur la Loi sur l'équité salariale	9
Lise Roy, vice-présidente, administration de la CCAQ	
La rentabilité de nos mutuelles : un atout pour nos membres	13
Robert Langlois, FICA, FSA, Actuaire chez Groupe-conseil AON et M ^e Céline Servant, directrice de la Mutuelle de prévention	
Formation des directeurs commerciaux – Une question de professionnalisme	16
M ^e Frédéric Morin, directeur des affaires juridiques à la CCAQ	
Les activités de la CCAQ et de ses filiales – Un lieu de rassemblement privilégié pour ses membres	21
Jean Cadoret, relationniste à la CCAQ	
Programme de conciliation CCAQ/CAA-Québec – Pour régler un différend rapidement	25
Daniel Bédard, directeur adjoint, Services-conseils automobiles de CAA-Québec	
Vente de véhicules d'occasion – Un marché en forte croissance	29
Serge Grenier, directeur général adjoint, Occasion en Or	
Marketing et publicité Web	33
L'équipe des affaires électroniques de la CCAQ	
Embauche de personnel – Avez-vous fait les vérifications d'usage ?	37
Linda Blondeau, directrice du service du crédit et recouvrement de Perception Ultra	
Le perfectionnement au cœur de CarrXpert – Objectif qualité	38
Maurice Roy, directeur général de CarrXpert	
Le programme de partenariat de la CCAQ : un concept gagnant	40

Consultation de l'AMF relativement à la garantie de remplacement

Une grande victoire pour les concessionnaires

Pierre Vincent

Président du CA de la CCAQ et propriétaire de Prestige Mazda, Avantage Honda et Trois-Rivières Hyundai



Vous vous souviendrez qu'au printemps 2009, l'Autorité des marchés financiers (AMF) a publié un communiqué dans lequel elle annonçait que la garantie de remplacement deviendrait un produit d'assurance, ce qui aurait pour effet d'être encadré par l'AMF, et ce, dès 2010. Au cours de la dernière année, l'AMF a rencontré des intervenants des secteurs de l'automobile et de l'assurance, deux groupes ayant des intérêts diamétralement opposés, soit la CCAQ du côté des concessionnaires et le Regroupement des cabinets de courtiers d'assurance (RCCAQ) du côté des courtiers d'assurance.

La position de la CCAQ

Lors de nos rencontres entre les hauts dirigeants de l'AMF et notre PDG, M^e Jacques Béchar, j'ai eu l'occasion de rappeler à l'AMF que la garantie de remplacement était un produit qui avait été créé en 1992 par les concessionnaires pour répondre spécifiquement aux besoins de leur clientèle.

Ce produit est excellent, car il protège efficacement le consommateur en cas de vol et d'accident entraînant une perte, partielle ou totale, d'un véhicule. D'ailleurs, nous avons de nouveau rappelé à l'AMF qu'il fallait que l'assurance de remplacement puisse être distribuée de la même façon que l'assurance crédit, soit en vertu du chapitre de la distribution sans représentant prévu dans la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (Loi 188).

La position du RCCAQ

Depuis de nombreuses années, les courtiers font des représentations à l'effet que les concessionnaires ne devraient pas vendre le produit de garantie de remplacement. Tout au long de l'année, le RCCAQ a fait un lobby intense pour empêcher les concessionnaires de vendre la garantie de remplacement par l'entremise de leurs directrices et directeurs commerciaux.

La décision de l'AMF

À la suite de ses consultations, l'AMF a tranché sur cette question : le 4 décembre 2009, l'Assemblée nationale sanctionnait le projet de loi n° 74 modifiant la Loi 188 et

confirmant que la garantie de remplacement deviendra l'assurance de remplacement et pourra être distribuée par les concessionnaires en vertu du chapitre de la distribution sans représentant.

Ces nouvelles règles entreront en vigueur le 1^{er} août 2010 pour permettre aux assureurs de rédiger leur police d'assurance de remplacement qui devra être conforme à la police d'assurance de remplacement FPQ-n° 5, telle qu'approuvée par le Groupement des assureurs automobiles et l'AMF.


Comme le rappelait récemment M. Jean St-Gelais, président-directeur général de l'AMF, « ce droit pour le concessionnaire d'automobiles de vendre l'assurance de remplacement s'accompagne de certaines obligations, notamment :

- bien connaître le produit qu'il vend ;
- bien informer le consommateur des caractéristiques du produit (à cet effet, le directeur commercial devra remettre le guide de distribution préparé par l'assureur du produit). »

Aussi, à titre de président du conseil d'administration de la CCAQ, laissez-moi vous dire que c'est grâce à la grande crédibilité de votre corporation auprès des autorités gouvernementales que nous avons réussi à faire valoir nos intérêts et ceux de notre clientèle.

Il n'en tient maintenant qu'à nous de continuer à bien former notre personnel pour nous assurer que les produits et les services que nous offrons à notre clientèle sont à la hauteur de leurs attentes.

À ce sujet, rappelons-nous le premier paragraphe du code d'éthique professionnelle de la CCAQ :

Afin d'assurer la qualité des services à la clientèle, la sécurité du public et le respect des droits des consommateurs, les membres de la Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec (CCAQ) adoptent le code d'éthique professionnelle suivant et s'engagent à le respecter. 



MARQUAGE ANTIVOL
SHERLOCK INC.

DEPUIS 1983, SHERLOCK DEMEURE LA
MEILLEURE PROTECTION CONTRE LE VOL.

N'OFFREZ PAS D'IMITATION.
OFFREZ SHERLOCK,
LE CRABE DORÉ !

WWW.SHERLOCK.CA 1 800 361-0711



RECOMMANDÉ PAR
L'Association pour la protection des
automobilistes

® Marque de commerce enregistrée de Marquage Antivol Sherlock inc.



UN MESSAGE EFFICACE
AUX BONNES PERSONNES
AU BON MOMENT!

Nos services vous permettent d'établir une communication constante entre vous et votre clientèle, tout en assurant une approche humaine et individualisée.

STRATÉGIES DE FIDÉLISATION  **SULY**

Tél.: 514.990.7265 • 1.877.445.2922 • Courriel : info@suly.ca

DE NOUVELLES
RÈGLES

**Pour stimuler la performance
aujourd'hui, il faut un réseau aux
capacités entièrement développées.**

DE MEILLEURS
OUTILS

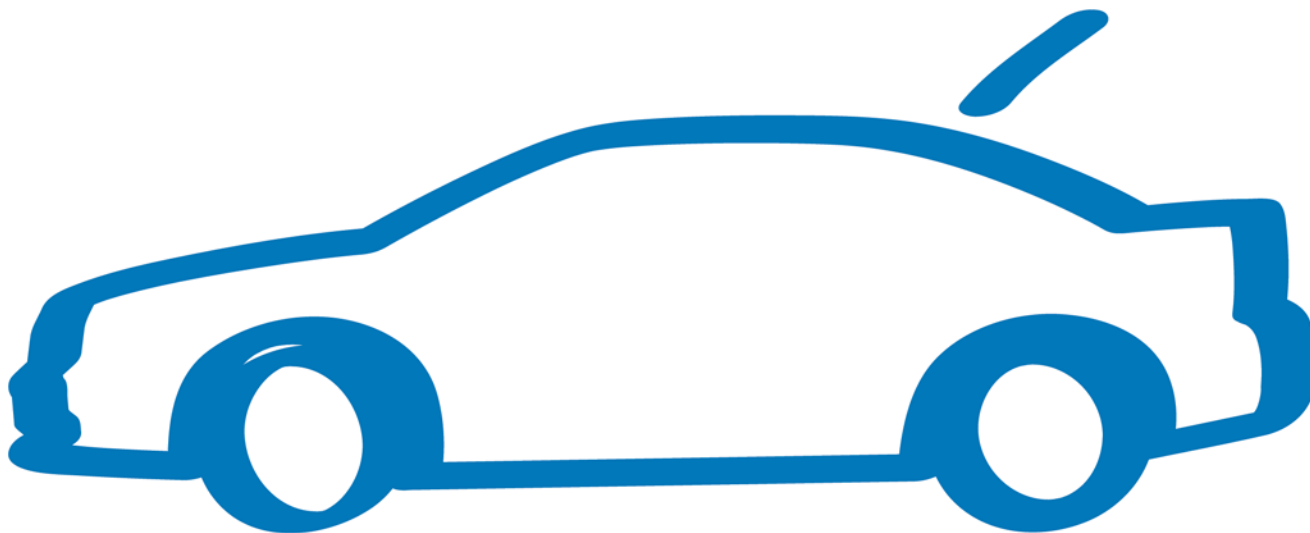
Voici le réseau **DealerTrack Canada.**

DealerTrack Canada a combiné le meilleur de ses deux systèmes actuels pour créer une solution simplifiée unique. Le nouveau réseau DealerTrack Canada vous donnera un accès en ligne direct à *tous* nos prêteurs et partenaires stratégiques par le biais d'un système Web unique. Une sécurité et une extensibilité plus grandes. Une fonctionnalité et une aisance d'utilisation accrues. Une efficacité, une productivité et un rendement du capital investi encore plus élevés. Les possibilités sont infinies avec le nouveau réseau DealerTrack Canada.

Rendez-vous à l'adresse dealertrack.ca ou composez le 1.866.360.3863

 **DealerTrack**^{MD}
CANADA





On vous conduit à la bonne solution

Sylvie Brunelle

Directrice principale – Ventes
Concessionnaires pour le Québec
Téléphone : 450-975-3040
Cellulaire : 514-296-2987
Télécopieur : 450-975-2826



Tirez avantage de notre financement sur mesure :

- Versements flexibles
- Taux avantageux
- Récompenses AIR MILES^{MD+}
- Traitement rapide de la demande

Notre priorité demeure votre satisfaction.

BMO  **Banque de Montréal**

Services financiers aux concessionnaires

Notre financement est disponible chez les concessionnaires accrédités BMO. ^{MD} Marque de commerce déposée de la Banque de Montréal.

^{MD+} Marque déposée d'AIR MILES International Trading B.V., employée en vertu d'une licence par Loyalty Management Group et par la Banque de Montréal. 0150-PubA (05/07)

Nouvelles normes nationales pour la réduction des gaz à effet de serre

M^e Jacques Bécard
Président-directeur général
de la CCAQ

À l'instar des constructeurs d'automobiles, la CCAQ applaudit la future réglementation du gouvernement du Canada.

Le 14 janvier dernier, au Québec, le *Règlement sur les émissions de gaz à effet de serre des véhicules automobiles* est entré en vigueur. Depuis, la CCAQ et les deux associations de constructeurs, soit l'Association des fabricants internationaux d'automobiles du Canada et l'Association canadienne des constructeurs de véhicules, ont multiplié les démarches pour faire corriger la réglementation dont l'application est plus sévère que celle de la Californie.

À la suite de nos représentations qui ont porté fruit, le ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs (MDDEP) a publié un bulletin corrigeant certains problèmes d'interprétation du nouveau règlement.

BONNE NOUVELLE : Le 1^{er} avril dernier, le gouvernement du Canada a annoncé dans la *Gazette du Canada* du 17 avril 2010 la publication d'un projet de règlement pour régir les émissions de gaz à effet de serre (GES) des automobiles à passagers et des camions légers.

Le futur règlement instaurera à l'échelle du Canada, et de manière progressive, des normes rigoureuses pour limiter les émissions de GES des automobiles à passagers et des camions légers, et ce, à partir de l'année modèle 2011. À l'instar des constructeurs d'automobiles, la CCAQ se réjouit de cette annonce, d'autant plus que le règlement proposé par le gouvernement canadien vise à assurer l'harmonisation des normes canadiennes avec les normes américaines.

Une seule norme nord-américaine

Tout comme les constructeurs d'automobiles, la CCAQ et la Corporation des associations de concessionnaires d'automobiles, la CADA, ont toujours affirmé vivement qu'il était d'une importance capitale que les constructeurs soient assujettis à une seule norme à l'échelle de l'Amérique du Nord.

N'oublions pas que le nouveau règlement exigera que les constructeurs qui vendent des véhicules au Canada respectent des normes très strictes. Les 805 concessionnaires membres de la CCAQ sont très heureux de l'initiative du gouvernement fédéral, car en bons dirigeants citoyens, ils sont très fiers de vendre des véhicules de plus en plus écologiques.

Les démarches à venir

La CCAQ et les deux associations de constructeurs poursuivent leurs démarches pour s'assurer que le gouvernement du Québec et du Canada s'entendent pour n'adopter qu'une seule norme canadienne. En effet, il serait pour le moins aberrant qu'une province telle que le Québec oblige les constructeurs à se conformer à des normes différentes que celles qu'adoptera le Canada dans un avenir rapproché.

La CCAQ continue de multiplier ses interventions pour que nos deux paliers de gouvernement se concertent afin que les constructeurs soient régis par une




seule norme canadienne pour, au bout du compte, ne pas pénaliser les concessionnaires et les consommateurs du Québec.

Un programme d'inspection des véhicules plus âgés : une priorité

La CCAQ, qui siège à la Table de concertation sur l'environnement et les véhicules routiers depuis plusieurs années, multiplie ses interventions avec les membres de la Table pour convaincre le Québec d'adopter un programme d'inspection des véhicules plus âgés qui circulent sur nos routes.

Saviez-vous que l'âge moyen du parc automobile qui compte 4 730 000 véhicules est de 7,8 ans ? Or, ces véhicules, qui ne font l'objet d'aucune inspection de sécurité ou des systèmes anti-pollution, sont les plus pollués en matière de GES !

Tout au début de 2010, la ministre du MDDEP, madame Line Beauchamp, a annoncé qu'elle mettait en branle le processus pour l'adoption d'un tel programme. La CCAQ et l'ensemble des membres de la Table entendent donc poursuivre leurs représentations afin que la ministre donne suite à ses engagements en cette matière. 



Faire du déchet une ressource



Plus que jamais Veolia ES vous offre la tranquillité d'esprit et une fiabilité de service via son équipe du service à la clientèle, un personnel qualifié qui se fait un plaisir de répondre à tous vos besoins.

Récupération :

- Huile usagée en vrac
- Filtres à huile usagés
- Contenants de plastique
- Contenants aérosols huileux
- Antigél usagé
- Absorbant granulaire contaminé (solides huileux)

Service sur bassins lave-pièces et/ou vente de solvant

Service sur appareils de nettoyage pour fusils à peinture et/ou vente de diluant à peinture

Nettoyage de drains et séparateurs

Un seul numéro partout au Québec : 1.800.563.9535



Le point sur la Loi sur l'équité salariale

Lise Roy

Vice-présidente
à l'administration de la CCAQ

La Loi sur l'équité salariale ne laisse personne indifférent, y compris les membres de la CCAQ. Or, il m'apparaît important de faire le point sur la question : en tant que concessionnaires, quels sont vos droits ? Quelles sont vos obligations ? Quel rôle la CCAQ joue-t-elle dans l'application de la démarche d'équité ? Qu'en est-il du maintien, du nouvel assujettissement et des retardataires ?

Un peu d'histoire

La Loi sur l'équité salariale a été adoptée le 21 novembre 1996, et est entrée en vigueur le 21 novembre 1997. Une décennie plus tard, soit le 28 mai 2009, dans la foulée du rapport préparé en 2006 par le ministre du Travail, sur les difficultés rencontrées dans l'application de la Loi, d'importantes modifications sont entrées en vigueur. Moins d'un an plus tard, à l'occasion du budget de mars 2010, le gouvernement a annoncé qu'il comptait abolir la Commission sur l'équité salariale dans un souci d'économie et prévoyait transférer son application sous la gouverne de la Commission des droits et libertés de la personne, soit l'institution qui avait, la première, évoqué le droit de recevoir un « salaire égal pour un travail équivalent » en l'insérant dans la Charte des droits et libertés de la personne en 1976. Malgré ce changement de cap, il importe cependant de souligner que les obligations liées à la Loi demeurent les mêmes.

Le principe qui sous-tend la loi

Cette loi repose sur la prémisse que les personnes occupant, au sein d'une même entreprise, des emplois traditionnellement masculins (par exemple, un mécanicien ou un concierge) et les personnes occupant des emplois traditionnellement féminins (par exemple, une secrétaire, une réceptionniste ou une caissière) ont droit à un salaire égal si le travail qu'elles effectuent est de valeur équivalente. Bref, on doit comparer des bananes avec des pommes ; c'est là que repose le défi de respecter les préceptes de cette Loi.

Les droits et les obligations des employeurs

Toute entreprise employant 10 personnes salariées ou plus est assujettie à cette loi. Elle doit par conséquent réaliser un exercice d'équité salariale et en assurer périodiquement le maintien. Cependant, certaines personnes en sont exclues, notamment les cadres supérieurs, les stagiaires, les travailleurs autonomes et les étudiants qui travaillent durant leurs vacances. Attention cependant aux définitions de chacune de ces exclusions, car elles sont précisées de manière très stricte.

Une des spécificités de cette loi est que les obligations varient selon la taille de l'entreprise. Avant de se lancer dans la démarche, il faut donc déterminer la taille de l'entreprise, car des obligations s'appliquent pour chacune des catégories d'entreprises : 0-49, 50 à 99 et plus de 100 salariés. Selon la taille de votre entreprise, vous pourriez donc devoir implanter un programme d'équité avec ou sans comité.

Le rôle de la CCAQ

Au cours des derniers mois, la CCAQ a réalisé une tournée de séminaires pour sensibiliser les concessionnaires en ce qui concerne leurs obligations, ainsi que pour leur expliquer comment faire une démarche d'équité. Plus de 250 parti-



cipants ont répondu à l'appel et ont investi une journée en formation pour en comprendre le fonctionnement. Le programme était composé d'une formation le matin animée par deux formateurs de la Commission sur l'équité salariale, alors que, en après-midi, on présentait les résultats obtenus à la suite d'un projet-pilote réalisé dans un concessionnaire comptant 43 employés. Les participants ont ainsi eu la chance de connaître les outils et les modèles que la CCAQ a développés à leur intention pour leur faciliter l'application de la démarche attendue. À ce sujet, vous pouvez vous procurer ces outils en communiquant au 1 800 463-5189.

La CCAQ reprenait ainsi la démarche qu'elle avait initiée en 2001 lors de l'entrée en vigueur de la loi. À l'époque, plusieurs centaines de participants avaient assisté à la tournée de séminaires et réalisé une première démarche d'équité. Si bien qu'en 2003, lors d'un sondage réalisé par la CCAQ afin de connaître l'état de l'implantation du processus d'équité dans les concessionnaires, 92 % des 244 répondants avaient affirmé avoir entrepris la démarche. Pour ces employeurs, la tâche devrait alors s'avérer plus légère que pour ceux qui étaient assujettis à la loi, mais qui ne l'ont pas réalisée.

Le maintien

Les employeurs québécois qui se sont déjà conformés à leurs obligations en vertu de la loi devront s'assurer du maintien de cette équité au plus tard le 31 décembre 2010. Par la suite, ils devront refaire la démarche tous les cinq ans et conserver tous les documents utilisés. Aucun étalement n'est prévu dans le cas où des ajustements salariaux seraient dus.

Le nouvel assujettissement

Avant les modifications de 2009, les employeurs dont l'entreprise comptait moins de 10 personnes salariées pendant la période de référence prévue par la loi restaient pour toujours en marge de cette loi. Désormais, ces employeurs doivent, chaque année, recalculer le nombre de personnes salariées. Si le calcul imposé révèle une moyenne de 10 personnes salariées ou plus, les employeurs deviennent assujettis à la loi dès le 1^{er} janvier de l'année suivante. Ils ont alors quatre ans pour réaliser leur exercice d'équité, à compter du 1^{er} janvier suivant l'année durant laquelle l'entreprise atteint une moyenne annuelle de 10 personnes salariées. Pour leur part, les employeurs devenus assujettis

en 2009 auront jusqu'en 2014 pour réaliser la démarche d'équité, afficher les résultats et, si nécessaire, apporter les ajustements salariaux.

Les retardataires

Entrent dans la catégorie des retardataires les employeurs qui étaient assujettis en 1996, mais qui n'ont pas entrepris ou terminé une démarche d'équité. Les obligations à la loi sont les mêmes que pour ceux en situation de maintien. Toutefois, si on note des écarts salariaux, il faut rembourser ces derniers rétroactivement jusqu'au 21 novembre 2001, en ajoutant le taux d'intérêt de 5 % prévu par Justice Canada dans de tels cas. De plus, une pénalité additionnelle s'applique aux contrevenants, en plus des amendes en cas de plainte.

De plus, afin de vous aider à établir la situation qui prévaut dans votre entreprise et à connaître vos obligations, la Commission sur l'équité salariale a entrepris une tournée de formation à l'échelle de la province et implanté un service d'information téléphonique efficace. Pour toute question, vous pouvez communiquer directement avec l'un de leurs conseillers au 1 888 528-8765 ou consulter le site de la Commission au www.ces.gouv.qc.ca.



Ne manquez pas **la tournée OCCASION EN OR**
lors des 21 événements prévus au Québec...

Pour plus d'informations, consultez le www.occasionenor.com

Mettez du
booom
dans votre
recrutement!

BÂTISSEZ-VOUS UNE FORCE DE TRAVAIL

SOLIDE AVEC JOBBOOM.COM!

RENSEIGNEZ-VOUS SUR NOS SOLUTIONS

EXCLUSIVES AUX MEMBRES DE LA CCAQ

À PARTIR DE 195\$ SEULEMENT!

1-888-864-3333 | vip@jobboom.com



jobboom.com
travaille pour vous



MUTUELLE DE PRÉVENTION



AON

Communication
Actuariat
Assurance collective
Administration
Santé et sécurité

AON

Fier partenaire
de la CCAQ

Planification financière
Rémunération
Gestion stratégique du talent
Administration des avantages sociaux
du travail

Actuariat

Administration des avantages sociaux

Assurance collective

Communication

Gestion de placements

Gestion stratégique du talent

Planification financière

Régimes de retraite

Rémunération

Santé et sécurité du travail

Santé et sécurité du travail

Normes du travail

Relations de travail



La Corporation des concessionnaires
d'automobiles du Québec

Enregistrée selon ISO 9001:2000

La rentabilité de nos mutuelles : un atout pour nos membres

Robert Langlois, FICA, FSA
Actuaire chez
Groupe-conseil AON

M^e Céline Servant
Directrice de la
Mutuelle de prévention



Nous avons consacré cet article à la rentabilité de nos mutuelles, car nous croyons important de souligner l'excellence de leur rendement. En effet, il n'est pas facile d'apprécier les économies réalisées lorsque les cotisations à la CSST sont stables et, à plus forte raison, lorsque celles-ci augmentent pour des raisons autres que les lésions professionnelles survenues chez des employeurs membres de l'une ou l'autre de nos mutuelles.

Il existe plusieurs façons de présenter la rentabilité, mais aucune ne peut rejoindre la réalité de chaque concessionnaire sans utiliser le jargon technique de l'assurance. Plusieurs facteurs affectent les économies réalisées par un membre dont, entre autres choses, la répartition de la masse salariale par unité de classification et le nombre d'années durant lesquelles il a été classé dans la mutuelle CCAQ Sélect.

Nous répétons souvent que les économies d'une mutuelle résultent de la comparaison des coûts d'accidents des membres de la mutuelle à ceux de l'ensemble des employeurs répertoriés dans les unités dans lesquelles les concessionnaires sont classés. La différence entre le taux de l'unité et le taux payé résulte de cette comparaison.

Le tableau suivant compare les taux d'unité et les taux payés utilisés dans la tarification 2010 pour chacune des unités de classification à la CSST. Nous utilisons les données des 210 membres classés dans la mutuelle CCAQ Sélect pour les années 2005 à 2010, soit durant six années consécutives.

TARIFICATION DE L'ANNÉE 2010 (par 100 \$ de masse salariale)

Unité de classification	Taux de l'unité	Taux payé ¹	Économies
Ventes (54 320)	1,66 \$	1,07 \$	35,6 %
Pièces (54 340)	2,43 \$	1,44 \$	40,8 %
Atelier mécanique (54 350)	4,81 \$	2,58 \$	46,4 %
Carrosserie (54 360)	6,72 \$	3,48 \$	48,2 %
Moyenne ²	3,37 \$	1,89 \$	44,0 %

La variation du pourcentage d'économies s'explique par le fait que le taux d'unité comprend un taux variable qui couvre les coûts relatifs aux accidents du travail et un taux fixe qui couvre principalement les dépenses du programme « Pour une maternité sans danger », ainsi que d'autres programmes de prévention.

Le facteur de réduction s'applique uniquement au taux variable. À titre d'exemple, le taux d'unité moyen de 3,37 \$ en 2010 comprend un taux fixe de 0,46 \$. Le facteur de réduction applicable au taux variable est de 51 %. Résultat : une réduction de 44 % du taux de l'unité, y compris le taux fixe et le taux variable.

Comme le tableau l'indique, la réduction des cotisations facturées pour l'année 2010 à ce groupe de membres est de 44 %. Il faut ajouter que cette économie augmentera au cours des cinq années à venir pour tenir compte des recalculs effectués par la CSST à la suite des gains obtenus découlant de la gestion de vos dossiers. En tant que membre de l'une de nos mutuelles, vous recevez chaque année des avis de recalculs de la CSST qui correspondent, en réalité, aux réductions des cotisations que vous avez versées durant les années antérieures.

Économies en vue

Si l'on se fie à l'expérience passée, les recalculs concernant la tarification 2010 devraient faire passer les économies de 44 % à plus

1. Données en date du 31 décembre 2009.

2. Pour les 210 concessionnaires devenus membres avant le 1^{er} janvier 2005 et qui ont été classés dans la mutuelle CCAQ Sélect durant chacune des six années, soit de 2005 à 2010.


de 50 % au cours des cinq prochaines années. En effet, plusieurs dossiers imputés lors de la tarification de 2010 ont fait l'objet de contestations ou de demandes de partage de coûts pour lesquelles les décisions seront rendues au cours des prochaines années. Il faut donc attendre plusieurs années avant de connaître les économies réalisées par les mutuelles.

Évidemment, ces décisions en attente entraînent des fluctuations dans les cotisations que vous payez en cours d'année. Il faut donc tenir compte de ces fluctuations lorsque vous comparez les cotisations payées d'une année à l'autre.

La seule façon d'évaluer le rendement de vos mutuelles est de suivre l'évolution des indices d'expérience et les facteurs de réduction applicables aux taux d'unité. Car il se peut que vos cotisations à la CSST augmentent même si votre mutuelle maintient un excellent rendement, comme ce sera probablement le cas en 2011.

Comment expliquer ce phénomène ? L'an dernier, nous vous avons mentionné que la crise financière avait entraîné un déficit de 3,8 milliards de dollars à la CSST. Or, le conseil d'administration de la CSST avait envisagé divers scénarios pour amortir ce déficit. Le scénario adopté à l'été 2009 pour la tarification de 2010 est celui qui ne faisait pas augmenter les taux de 2010. Pour l'heure, les discussions sont en cours. Au moment d'écrire ces lignes, nous ne connaissons donc pas encore le résultat concernant le taux applicable en 2011. Par contre, il faudra s'attendre à des augmentations importantes au cours des prochaines années.

Durant cette période de fortes augmentations, nous croyons qu'il est plus important que jamais de faire partie des mutuelles de la CCAQ, car l'incidence des hausses de cotisations à la CSST sera réduite en fonction du rendement des mutuelles dans lesquelles vous avez été classées au cours des dernières années.

Le bon rendement de nos mutuelles constitue l'outil par excellence pour diminuer l'incidence d'événements majeurs tels que le financement du déficit de la CSST en regard des revenus de placement. Le seul moyen de réduire le plus possible les cotisations qui vous sont facturées par la CSST est de diminuer les coûts des accidents par la prévention et la gestion des dossiers de réclamations. 

L'importance de la gestion des lésions professionnelles

En 2009, 104 décisions de la Commission des lésions professionnelles ont été rendues dans des dossiers de financement pour les membres de nos mutuelles.

À l'aide de la preuve médicale et factuelle, les représentations légales de l'équipe juridique de la Mutuelle ont permis de récupérer 5 millions de dollars dans des dossiers qui ont fait l'objet de recalculs sur vos cotisations de la CSST.

Des outils pour la prévention

En décembre dernier, nous avons acheminé le *Guide d'analyse de risques - Phase II – Support au programme de prévention*, incluant un CD rempli d'informations. Ce guide est un outil concret pour vous aider à élaborer votre programme de prévention.

N'oubliez pas l'importance des visites de nos préventionnistes disponibles pour vous aider à mettre sur pied vos activités de prévention.

Si un inspecteur de la CSST vous avise de sa visite, contactez votre préventionniste au 1 877 266-2778 pour qu'il puisse vous accompagner et vous soutenir.

ÊTES-VOUS VRAIMENT SATISFAIT DE VOTRE PORTÉE EN LIGNE?

NOUS POUVONS FAIRE MIEUX.

Découvrez le tout **NOUVEAU**

carrefour
AUTOMOBILE^{MC} 
PAR TRADER



Formation des directeurs commerciaux

Une question de professionnalisme

M^e Frédéric Morin
Directeur des affaires juridiques
à la CCAQ

C'est au printemps dernier que la CCAQ a mis sur pied le projet de formation des directeurs commerciaux. Ainsi, grâce aux efforts de M^{es} Frédéric Morin et Ian P. Sam Yue Chi, qui ont parcouru la province entre septembre 2009 et février 2010, 716 directeurs commerciaux de Québec, de Montréal, de Saguenay, du Nord-Ouest du Québec, des Laurentides, de l'Outaouais, de l'Estrie, de la Mauricie et du Richelieu peuvent maintenant se targuer de connaître les plus récentes règles régissant leur secteur d'activité, autant sur le plan juridique qu'éthique.

En 2009, 93 % des participants ont réussi l'examen visant à évaluer les connaissances acquises lors du séminaire. La moyenne du groupe : 77 %. En 2010, le taux de réussite, déjà alors impressionnant, a atteint 95 %, et la moyenne générale des participants, 81 %, démontrant ainsi que le séminaire donné par M^{es} Morin et Sam Yue Chi est très bien construit du point de vue didactique, en plus de réunir un excellent contenu. C'est d'ailleurs ce qu'en ont convenu tous les participants.

Cette formation est donc un outil utile pour les directeurs commerciaux, qui jouent un rôle important une fois qu'un conseiller aux ventes a conclu une transaction. En effet, le champ d'activité des directeurs commerciaux est encadré notamment par la *Loi sur la protection du consommateur*, le *Code civil du Québec*, la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé* et la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (Loi 188). De plus, dans le contexte où l'Autorité des marchés financiers a décidé que les garanties de remplacement seraient dorénavant considérées comme des produits d'assurance, il est primordial de nous assurer que les connaissances de l'ensemble des directeurs commerciaux soient à jour en ce qui a trait aux aspects légaux et éthiques de leur travail. C'est donc dans cette optique que l'on a élaboré la formation.

La vente d'un véhicule neuf ou d'occasion

Les formateurs, M^{es} Frédéric Morin et Ian P. Sam Yue Chi, ont d'abord survolé les notions générales liées à la vente d'automobiles, dont l'application de la *Loi sur la protection du consommateur*, en particulier les trois aspects juridiques obligatoires de la vente d'un véhicule d'occasion, soit l'obligation :

1. d'afficher l'étiquette de vitre sur le véhicule et de la remettre au client ;
2. de fournir un contrat écrit ;
3. d'offrir une garantie légale de bon fonctionnement.

Ils ont également abordé les points relatifs aux principales clauses du contrat de vente de la CCAQ et au droit d'annuler, dans certains cas, un contrat d'achat ou de location à long terme.

Les produits et les services financiers

Dans le deuxième volet de la formation, les formateurs ont traité de sujets concernant plus spécifiquement les directeurs commerciaux : assurances, dispositions sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé,



dispositions sur la distribution de produits et services financiers ainsi que vente de la garantie de remplacement et de garanties supplémentaires.

Loi sur la distribution de produits et services financiers (Loi 188)

Les concessionnaires et les directeurs commerciaux ont des obligations qu'ils doivent respecter à la lettre. Pourquoi ? Parce que leur non-respect entraîne des amendes substantielles. Les directeurs commerciaux doivent notamment :

- décrire le produit au client ;
- préciser la nature de la garantie ;
- indiquer clairement les exclusions de la garantie pour permettre au client de s'assurer qu'il ne se trouve pas dans une situation d'exclusion.

Guide de distribution

Le guide de distribution décrit le produit offert, précise la nature de la garantie et en met les exclusions en relief. Il précise également comment remplir une demande de réclamation, le délai pour la présenter et celui accordé à l'assureur pour payer les réclamations à l'assuré, de même que les démarches

Suite à la page 19

SOLUTIONS INTELLIGENTES, RÉSULTATS ÉPATANTS.

Société TRADER est fière d'introduire **carrefour AUTOMOBILE**, une solution intégrée tout-en-un qui rassemble tous les outils dont vous avez besoin pour vendre plus de véhicules :



SITE WEB INTELLIGENT

Convertissez votre trafic en clients potentiels.



MÉDIAS ET RÉSEAU TRADER

Optimisez la visibilité de votre inventaire et de votre commerce.



MARKETING EN LIGNE

Attirez encore plus de clients potentiels vers votre site Web.



INTELLIGENCE D'AFFAIRES

Ayez l'heure juste sur ce qui fonctionne et ne fonctionne pas.



EXPERTISE TRADER ET SERVICE DE CAPTURE

Économisez temps et argent. Obtenez les conseils d'experts.

PROMOUVOIR. OPTIMISER. CONVERTIR.

Intrigué? Contactez-nous pour une démonstration dès aujourd'hui! 1 866 780 3942 poste 4153



Le magazine officiel pour rejoindre les concessionnaires du Québec

INFORMATION ET PUBLICITÉ : Linda Nadon, 450-224-0055 • lnadon@clbmedia.ca

www.affairesautomobiles.ca



que ce dernier doit effectuer pour présenter une réclamation. Le guide de distribution doit **obligatoirement** être remis au client. De plus, la Loi stipule que le concessionnaire doit, avant d'offrir un produit d'assurance vie, invalidité ou maladie grave, prendre les dispositions nécessaires pour s'assurer que la personne à qui est confiée la tâche de distribuer ce produit, en l'occurrence le directeur commercial, ait une bonne connaissance du guide de distribution relatif à ce produit. En matière de responsabilité civile, elle précise également que le concessionnaire et le directeur commercial sont responsables si un client n'a pas reçu l'information exigée et que cette situation lui cause préjudice.

Code d'éthique professionnelle du directeur commercial

Les formateurs ont également passé en revue les principaux aspects du code d'éthique professionnelle établi par la CCAQ pour les directeurs commerciaux, par exemple :

- ne faire, en aucune circonstance, directement ou indirectement, verbalement ou par écrit, une déclaration mensongère ou susceptible d'induire le consommateur en erreur ;
- respecter rigoureusement les conditions des contrats de vente, de location, de financement et des produits de garantie ;
- présenter de façon précise, exacte et complète, toute l'information relative aux produits offerts, y compris les inclusions, les exclusions et les limitations, de sorte que le consommateur prenne une décision libre et éclairée.

En bref, cette formation des plus complètes a permis aux directeurs commerciaux d'élargir leur champ de compétence et, par le fait même, leur permettra d'offrir à leur clientèle un service de qualité supérieure et d'éviter des erreurs pouvant entraîner des pertes substantielles. En effet, la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* prévoit des amendes considérables pour l'assureur, le concessionnaire ou le directeur commercial qui n'en respecte pas les dispositions.


Une formation en ligne

Consciente des nombreuses contraintes que peuvent rencontrer ses membres, la CCAQ a mis en ligne le séminaire dans son extranet. Dorénavant, vous pourrez donc vous y inscrire en tout temps, en communiquant avec nous. Vous recevrez alors le guide du participant « Séminaire sur les aspects juridiques et éthiques applicables aux directeurs commerciaux » et pourrez commencer votre formation en ligne donnée par M^{es} Morin et Sam Yue Chi.

Grâce à ce nouveau service offert par la CCAQ, vous avez l'occasion d'enrichir vos connaissances au moment qui vous convient le mieux, au moyen d'un matériel didactique conçu pour vous assurer une totale autonomie d'apprentissage. De plus, le séminaire virtuel comprend des activités d'évaluation permettant de mettre en pratique les connaissances acquises tout au long de la formation.

Les avantages d'une formation en ligne sont nombreux :

- le taux d'assimilation des connaissances est plus élevé chez les personnes qui suivent les cours en ligne que chez celles qui les suivent en classe ;
- les participants peuvent survoler la matière qu'ils connaissent, et étudier plus en détail la matière nouvelle. Il en résulte un gain de temps de 30 à 60 % ;
- les cours en ligne sont offerts en tout temps, de sorte que les directeurs commerciaux n'ont pas besoin d'attendre qu'un formateur soit disponible pour commencer leur apprentissage ;
- les cours en ligne peuvent être suivis aux heures qui conviennent à l'établissement, partout où l'on trouve un ordinateur relié à Internet ;
- le personnel n'a pas besoin de s'absenter du travail ;
- des économies intéressantes sont réalisées, car l'apprentissage en ligne élimine les déplacements inutiles.

La CCAQ a conçu la formation en ligne sur les aspects juridiques et éthiques applicables aux directeurs commerciaux pour vous simplifier la vie. Elle s'adapte à votre horaire et ne nécessite aucun déplacement. Vous n'avez donc plus aucune raison de ne pas la suivre. Il en va de votre professionnalisme. 



M^{es} Frédéric Morin et Ian P. Sam Yue Chi

Tessier Équipement inc. fait maintenant partie de

GRUPE
PETROSOL
SERVICES PÉTROLIERS ET EN ENVIRONNEMENT
PETROSOL INC | ÉQUIPEMENT MP INC

Pourquoi faire confiance aux séparateurs d'huile **CatchOIL** ?

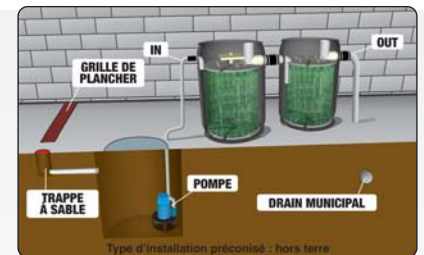
1 Les séparateurs d'huile Catchoil sont faits de polypropylène et non d'acier. Vous évitez ainsi la perforation causée par la corrosion.



Comme vous pouvez le voir ci-haut, la corrosion entraîne un effet en série, **excavation, décontamination**, une explosion de **coûts pouvant dépasser les 200 000\$**.

2 Une garantie qui répond aux normes environnementales, soit moins de 15 PPM d'hydrocarbure.

Catchoil est le seul à offrir une garantie écrite de performance répondant aux nouvelles normes de l'environnement.



Services additionnels offerts par le Groupe Petrosol

- Fourniture et installation de réservoirs d'huiles usées
- Distribution des ponts élévateurs Mohawk Lift
- Le monoxyde de carbone est un gaz inodore et très présent dans les ateliers mécaniques. Nous vous offrons les équipements LEV-CO, fixes ou mobiles, voir www.lev-co.com ou appelez-nous pour une estimation.

MOHAWK 

lev.co

Évitez les pertes de temps et l'examen du terrain pour la décontamination, **UN SEUL INTERVENANT !**

 **Tessier**
Équipements Inc.

GRUPE
PETROSOL
SERVICES PÉTROLIERS ET EN ENVIRONNEMENT
PETROSOL INC | ÉQUIPEMENT MP INC
R.B.Q. : 1644-8623-37

www.tei-eqpt.com
T 514.331.0012

ltessier@groupepetrosol.com
C 418.570.0599

www.groupepetrosol.com
1.877.809.5478

Les activités de la CCAQ et de ses filiales

Un lieu de rassemblement privilégié pour ses membres

La CCAQ offre une multitude de services à ses quelque 820 membres, qui emploient collectivement près de 35 000 personnes partout au Québec. La CCAQ met tout en œuvre pour répondre aux divers besoins de ses membres. Et, encore en 2010, soit 65 ans plus tard, cette philosophie fait partie intégrante du quotidien d'une équipe composée d'une quarantaine de personnes dévouées qui travaillent au siège social de la Corporation ou dans l'une de ses filiales, soit :

CarrXpert : la plus importante bannière de carrosserie au Québec ;

Occasion en Or : une bannière reconnue partout au Québec pour la vente de véhicules d'occasion de qualité ;

Perception Ultra : notre agence de recouvrement ;

Mutuelle en santé et sécurité : une des plus importantes et des plus performantes mutuelles au Québec, regroupant 814 membres dont la masse salariale s'élève à plus de un milliard de dollars.

Des services diversifiés

Qui dit services aux membres dit organisation d'activités ou d'événements pour les rassembler. À cet effet, les filiales ci-haut mentionnées effectuent un excellent travail en organisant régulièrement des rencontres pour « prendre le pouls » de leurs membres.

De son côté, la CCAQ organise annuellement divers **séminaires de formation** portant sur des sujets d'actualité. Ils ont pour but d'aider ses membres et tout leur personnel dans l'exercice quotidien de leurs tâches. En 2009, près de 1 000 personnes ont assisté à ces formations. Aussi, chaque année, c'est le moment pour nos membres de participer au **Colloque annuel** lors duquel les concessionnaires ont non seulement la chance d'échanger entre eux, mais aussi de participer à des ateliers de formation tout aussi intéressants les uns que les autres. Deux cents concessionnaires y sont inscrits, pour un total de quelque 450 personnes présentes.

CarrXpert

Chef de fil incontestée dans le domaine de la carrosserie, la bannière CarrXpert regroupe environ 415 membres qui profitent de divers services professionnels, dont des **séminaires de formation** qui, en 2009, ont accueilli près de 650 participants. Aussi, environ 500 personnes ont assisté aux 25 **déjeuners-rencontres** organisés dans les différentes régions du Québec pour permettre aux membres d'échanger sur des sujets qui les préoccupent. Depuis maintenant près de sept ans, CarrXpert organise deux **tournois de golf** annuels dans le but de réunir ses membres de même que tous les intervenants du domaine de la carrosserie du Québec. Ce sont donc environ 300 participants, dont plus de 150 carrossiers qui, chaque été, se rencontrent pour renforcer leurs liens professionnels.

Événement important, CarrXpert organisera en 2010 son deuxième **Congrès annuel**, lieu de rassemblement privilégié pour les membres carrossiers de la province. En 2009, pour son premier événement, près de 150 membres y ont participé. Les participants y trouvent des activités de formation de pointe et

Jean Cadoret

Relationniste à la CCAQ



profitent de l'expertise des meilleurs formateurs en matière de carrosserie au Québec. Et que dire des échanges constructifs qui ont lieu entre les membres ! CarrXpert dispose aussi d'une équipe de directeurs de territoire qui visitent régulièrement les carrossiers pour les épauler dans l'exploitation de leurs ateliers.

Occasion en Or

Depuis maintenant six ans, Occasion en Or offre une gamme de services de qualité aux 450 membres de partout au Québec. Les **formations organisées visent** tout le personnel de gestion et de la vente de véhicules d'occasion. Depuis peu, des groupes « Excellence » ont été formés. Ils regroupent les directeurs et les concessionnaires qui veulent tirer profit au maximum de ce secteur d'activité. Déjà, près de 120 personnes ont participé à ces groupes

De plus, des **déjeuners-rencontres** sont organisés pour échanger avec les participants au sujet du marché des véhicules d'occasion et les informer des retombées positives que nous annonçons la décennie à venir. Ces rencontres constituent également une occasion d'informer les membres Occasion en Or sur l'ensemble des services offerts et de recueillir leurs commentaires et suggestions en ce qui concerne les orientations futures de la bannière.

Suite à la page 23



Finance & Indemnisation

POUR VOTRE DÉPARTEMENT DE COMMERCIALISATION APRÈS-VENTE, ÊTES-VOUS...

	Déçu	Satisfait	Très satisfait	TOTALEMENT SATISFAIT
Aspects financiers				
Motivation des employés				
Savoir-faire des employés				
Suivi de votre fournisseur de produits financiers				

Pour une **SATISFACTION TOTALE**, faites affaire avec l'entreprise de distribution de produits et services de commercialisation après-vente qui connaît **LA PLUS FORTE CROISSANCE AU QUÉBEC DEPUIS 10 ANS!**

Partenaire de votre succès



1 877 373-7717 | www.finance-indemnisation.com

Plus de 150 personnes ont assisté à ces rencontres à travers le Québec.

Autre grand événement : la « Tournée Occasion en Or » qui se déroule dans plusieurs régions du Québec. Les ventes sous le chapiteau qui sont organisées constituent une façon efficace de mousser la vente de véhicules d'occasion. Cette activité de mise en marché a permis de regrouper une centaine de concessionnaires qui, ensemble, ont vendu des milliers de véhicules d'occasion de qualité.


Par ailleurs, l'équipe composée de quatre directeurs de territoire visite tous les membres environ trois fois par année pour notamment discuter des points importants de la gestion du service de la vente de véhicules d'occasion, proposer les meilleures pratiques de l'industrie, ainsi qu'informer les concessionnaires au sujet des plus récentes nouveautés, de l'état du marché, des occasions d'affaires, etc. Aussi, une fois par année, les directeurs visitent les non-membres pour les sensibiliser aux excellents services que peut leur offrir Occasion en Or.

Tous ces efforts concourent à rendre le réseau Occasion en Or encore plus fort et à lui permettre de gagner une plus grande part du marché des véhicules d'occasion vendus au Québec.

Mutuelle en santé et sécurité

Ayant à cœur la prévention des lésions professionnelles, nos mutuelles regroupent plus de 800 concessionnaires qui bénéficient d'une vaste gamme de services afin de prévenir et de gérer les lésions professionnelles. En plus des préventionnistes qui sillonnent les routes du Québec pour visiter les membres, l'**assemblée annuelle** de la Mutuelle est un lieu d'information privilégié pour ceux-ci. Une équipe de formateurs chevronnés offre également des **séminaires de formation** qui réunissent quelque 200 participants de tous les coins de la province. En outre, une équipe d'avocates spécialisées en santé et sécurité du travail visite les membres dans leurs entreprises et les représente en cas de litiges devant la Commission des lésions professionnelles pour défendre leurs intérêts.

La CCAQ chapeaute par ailleurs **dix corporations régionales dynamiques** qui organisent de nombreuses activités particulières pour regrouper et informer leurs membres et auquel participe souvent le personnel de la CCAQ.

Force est de constater que la CCAQ et ses filiales mettent leurs compétences et leur expertise au service de leurs membres. Chaque fois, les rencontres organisées ont pour but de mieux informer leurs membres afin qu'ils exercent efficacement leurs professions respectives. Parallèlement, la CCAQ se soucie grandement de la qualité du service à la clientèle, de la sécurité du public et des droits des consommateurs. « La route de la qualité passe par l'amélioration continue. » 

Des clients loyaux, c'est gagnant !



Faites appel aux spécialistes
des programmes de fidélisation.

514 386-1899

www.iq724.com

iq
7.24



RECEVOIR UN APPUI FINANCIER DE 61 767 \$
ET RÉDUIRE SA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ
DE 60 %, C'EST PLUS QU'UNE BONNE AFFAIRE.

Grâce au programme Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments, Nissan Sorel-Tracy a pu instaurer plusieurs mesures pour optimiser l'efficacité énergétique de son nouveau bâtiment et ainsi réduire ses coûts en énergie :

- **Installation de verre éliminant les deux tiers des gains de chaleur dans la salle de vente**
- **Utilisation de fluorescents T-5 plutôt que de lampes à décharge à haute intensité**
- **Utilisation de fluocompactes plutôt que de lampes à incandescence**
- **Installation de systèmes géothermiques pour le chauffage et la climatisation**
- **Isolation de qualité supérieure de l'enveloppe**
- **Centralisation des contrôles**

Pour des mesures touchant **le chauffage, la climatisation, l'éclairage ou l'isolation**, il n'en tient qu'à vous de profiter de nos programmes en efficacité énergétique. Vous pourriez obtenir une subvention et vous économiseriez année après année.

UN CHOIX D'AFFAIRES RENTABLE ET RESPONSABLE.

www.hydroquebec.com/affaires

Programme de conciliation CCAQ/CAA-Québec

Pour régler un différend rapidement

Depuis 1998, CAA-Québec et la Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec offrent un programme gratuit et exclusif de traitement des plaintes au million de membres de CAA-Québec.

Pourquoi utiliser ce programme ?

Les avocats du service des affaires juridiques de la CCAQ et les spécialistes de CAA-Québec ont pu le constater : trop souvent, une mauvaise communication est à l'origine de bien des conflits. La plupart du temps, le comité du programme de conciliation peut régler ceux-ci en moins de sept jours ouvrables. Et la décision n'est pas nécessairement toujours en faveur du consommateur.

Parce qu'il prône avant tout l'entente à l'amiable, ce programme peut vous éviter des procédures légales parfois longues et coûteuses. Défendre sa cause en cour demande du temps. Il faut aussi présenter les témoins requis (mécanicien, conseiller technique, directeur de service, directeur des ventes, etc.) qui ne travaillent pas pendant ce temps. Les commerçants qui ont dû se rendre en cour ont par ailleurs constaté qu'il est souvent difficile de bien expliquer leur point de vue au juge.

De plus, une conciliation prévient souvent la diffusion de commentaires négatifs qui pourraient entacher le nom de votre commerce. En effet, un seul client peut faire part de son insatisfaction, par exemple dans des publications d'associations de consommateurs ou des sites Web tels que monavis.ca, dans lesquels on trouve des avis de consommateurs sur les services offerts par les marchands. De mauvais commentaires pourraient aussi être versés dans le « profil du commerçant » disponible dans le site de l'Office de la protection du consommateur. Vous pourriez aussi faire une apparition bien involontaire à des émissions comme *La Fracture* ou *JE*.

En cas de litige, il est ainsi très important d'essayer de trouver une solution et de satisfaire un client. Vous croyez lui avoir proposé une entente raisonnable, mais il doute de votre bonne foi ? Une impasse survient ? Si votre client est membre de CAA-Québec, proposez-lui de recourir au programme de conciliation gratuit. Il aura alors droit à un avis tout à fait impartial dans le but de l'aider à y voir clair. Il se pourrait aussi qu'il découvre lui-même le programme par l'entremise d'organismes de protection du consommateur.

Fonctionnement rapide et facile

Pour utiliser ce programme, le consommateur doit répondre aux exigences suivantes :

- être membre en règle de CAA-Québec au moment de la naissance du litige et au moment de déposer sa demande de conciliation à CAA-Québec ;
- n'impliquer aucune autre entité dans le dossier ; par exemple, si un avocat est mandaté pour négocier une entente avec un établissement, le dossier ne pourra être admissible ;

Daniel Bédard

Directeur adjoint,
Services-conseils automobiles
de CAA-Québec



- être toujours le propriétaire ou le locataire du véhicule faisant l'objet du litige, et ce, tant au moment de la naissance du litige qu'au moment du dépôt de la demande de conciliation à CAA-Québec, de même que tout au long du traitement du litige ;
- être un individu et non un commerçant ;
- faire un usage du véhicule à des fins personnelles et familiales.

Le demandeur doit remplir un formulaire de requête, y joindre tous les documents pertinents, décrire l'objet du litige ainsi que le règlement souhaité. Il doit ensuite expédier le tout aux services-conseils de CAA-Québec.

Les services-conseils automobiles de CAA-Québec analysent la plainte, qui est ensuite acheminée à la CCAQ. Le responsable de la CCAQ l'analyse à son tour et l'expédie le jour même, par courriel ou par télécopieur, au concessionnaire concerné. Ce dernier dispose alors de 7 jours pour enquêter sur les événements et soumettre sa version des faits à la CCAQ. C'est à partir de cette réponse que les deux organismes orienteront leurs recommandations pour dénouer l'impasse.

Si, après négociations, aucune entente n'est conclue, le processus de médiation commence. Un comité formé de membres de la CCAQ et de CAA-Québec se rencontre et propose un scénario susceptible de résoudre le conflit. La décision du comité de médiation est alors sans appel pour le concessionnaire. Lorsqu'une entente a été établie en conciliation ou en médiation, une quittance en scelle les termes.

Cette solution rapide augmente la confiance du consommateur en votre établissement et peut vous permettre de conserver votre clientèle grâce à une solution gagnante convenant aux deux parties. De plus, elle minimise les frais normalement consacrés à la résolution des litiges.

N'hésitez pas à recommander ce programme fort utile et profitez-en vous-même ! Vous pouvez aussi rassurer vos clients en leur mentionnant l'existence de ce programme. Un dépliant qui en décrit les modalités est offert par la CCAQ au www.ccaq.com ainsi que sur le portail extranet de la CCAQ.

Pour plus de renseignements, les membres de CAA-Québec peuvent appeler les services-conseils automobiles au 1 888 471-2424 ou visiter la page « J'ai un litige avec mon commerçant » dans la section des services-conseils automobiles du site Web de CAA-Québec au www.caaquebec.com.

Programme de conciliation CCAQ/CAA-Québec.

Des avantages :

- **pour les membres de CAA-Québec : un moyen de régler rapidement et gratuitement leur problème ;**
- **pour vous : une façon simple de faire valoir votre point de vue et de protéger votre bonne réputation.**

BMO **Banque privée Harris^{MD}**

C'est la collaboration qui fait la différence



Services bancaires platine

•
Gestion de placements discrétionnaire



•
Services de gestion de Patrimoine

(fiducie, succession et planification de relève d'entreprise)

•
Tarification préférentielle exclusive pour les membres de la CCAQ

1 877 285-4494

www.bmobanqueprivéeharris.com

Plus de 85 concessionnaires ont adhéré au

PROGRAMME DE PROTECTION DES CONCESSIONNAIRES

- Prix concurrentiels
- Service personnalisé
- Un assureur fiable et reconnu
- Couverture adaptée



Nathalie Carpentier

Samuel Demay

Agents en assurance de dommages

1 877 781-8155
www.protectionppp.com

Protection



Cabinet en assurance de dommages inc.



Affilié à



La Capitale
assurances générales

POUR VOS BESOINS

- D'HUILE USÉE • SERVICE BASSIN LAVE-PIÈCES
- NETTOYAGE DE DRAINS



FOURNISSEUR OFFICIEL
DU RÉSEAU DES
GARAGES RECOMMANDÉS
CAA-QUÉBEC



RÉCUPÉRATEUR /
VALORISATEUR
ENREGISTRÉ
AUPRÈS DE LA SOGHU
HUILE • FILTRE À L'HUILE
PLASTIQUE • AÉROSOL



COMMANDITAIRE
OFFICIEL

S safety-kleen®

MONTRÉAL:
1 800 641-0610

QUÉBEC:
1 800 263-0203

OTTAWA / HULL:
1 800 267-4235

Au Québec, en 2009, on estime que 710 000 véhicules d'occasion ont été vendus au détail. Les ventes par des concessionnaires représentent 30 %, soit un peu plus de 210 000 véhicules. Le reste des ventes est partagé entre les commerçants indépendants et les particuliers. À titre de comparaison, les concessionnaires du Québec ont vendu 397 263¹ véhicules neufs provenant de 23 constructeurs différents.

Toujours en 2009, le marché des véhicules d'occasion a représenté 79 % plus de véhicules vendus que celui des véhicules neufs. En se basant sur l'étude canadienne de M. Dennis DesRosiers², le marché québécois de la vente de véhicules d'occasion pourrait, en 2013, représenter 118 % plus de véhicules vendus que celui des véhicules neufs, soit près de 873 000 véhicules.

Selon les pronostics de M. DesRosiers, les ventes de véhicules d'occasion faites en 2013 par une autre source que les concessionnaires représenteront 611 000 véhicules, soit près de 50 % de plus que le nombre de véhicules neufs vendus actuellement. Comment profiter de cette occasion d'affaires ?

Un secteur d'activité singulier

Afin d'accroître sa part de marché, chaque constructeur de véhicules neufs soutient ses concessionnaires franchisés au moyen de programmes de formation, d'outils de gestion, etc. L'objectif : augmenter leurs ventes de véhicules neufs. Or, ces concessionnaires font aussi la vente de véhicules d'occasion et veulent atteindre le même objectif.

La vente de véhicules d'occasion est un secteur d'activité qui présente de nombreux défis. Pourquoi ? Parce que l'information, les connaissances et les outils disponibles pour les relever sont parfois limités. Malheureusement, lorsqu'il est question de la vente de véhicules d'occasion, les concessionnaires ne disposent pas toujours des mêmes ressources pour les soutenir dans leur travail que lorsqu'il s'agit de la vente de véhicules neufs.

Chaque concessionnaire est donc seul pour contrôler chacune des variables qui entrent en jeu. Qu'en est-il, par exemple, du marché primaire ? Quels sont les marques et les modèles, les couleurs et les équipements les plus demandés ?

C'est ici qu'entre en scène l'équipe d'Occasion en Or, qui met tout en œuvre pour développer pour ses membres des formations et des outils adaptés, organiser des événements novateurs et offrir un soutien quotidien par l'entremise de ses directeurs de territoire.

Une équipe attentive


À l'automne 2005, en collaboration avec M. Luc Pelletier de Groupe Excellence, nous avons tenu des séminaires de formation à l'échelle de la province. Nous voulions informer nos concessionnaires membres de l'occasion d'affaires que représentait la vente de véhicules d'occasion. Afin de leur permettre d'optimiser ce service, nous leur avons aussi présenté une trousse comportant des outils de gestion indispensables et expliqué la meilleure façon possible de vendre des véhicules d'occasion plus âgés.

Au fil des ans, il est cependant devenu nécessaire d'approfondir et de personnaliser les formations offertes et de faire en sorte que les méthodes et les outils



de gestion développés par l'équipe d'Occasion en Or soient utilisés par une majorité de concessionnaires.

Au début de 2009, nous avons transformé ces formations en réunions de « Groupe Excellence ». Pour nous assurer de capter pleinement l'attention des participants, nous avons réuni dans un même groupe un nombre restreint de concessionnaires (de 10 à 12 participants) ayant un volume de ventes similaire et exploitant leur commerce dans une même région. Ainsi, on peut supposer que les membres d'un même groupe sont sur un même pied d'égalité, rencontrent des problèmes et relèvent des défis de même nature et poursuivent un même but : améliorer leur rendement en matière de ventes de véhicules d'occasion. Les échanges entre les participants sont maintenant plus bénéfiques, car les idées, les solutions et les outils présentés concernent des situations que vivent la majorité des participants d'un même groupe.

L'objectif d'Occasion en Or est d'inciter les concessionnaires participants à adopter les meilleures pratiques, méthodes et outils de gestion qui leur permettront d'obtenir une plus grande part du très grand marché qu'est celui des véhicules d'occasion. 

1. Données obtenues de DesRosiers Automotive Consultants Inc.
2. *Observations*, septembre 2009



www.occasionenor.com

NOUVELLE ACQUISITION POUR L'ÉQUIPE D'OCCASION EN OR



M. Louis Pelletier

Nous sommes heureux de vous annoncer l'arrivée de **M. Louis Pelletier**, qui se joint à la dynamique équipe d'Occasion en Or à titre de directeur de territoire. M. Pelletier aura comme tâche de soutenir les membres de la bannière en ce qui concerne la performance du service des ventes de véhicules d'occasion de leur établissement. Il aura aussi le mandat de leur faire connaître les services offerts par la bannière.

M. Pelletier travaillera avec les concessionnaires de l'Ouest de Montréal, de l'Outaouais et du Nord-Ouest. Cumulant de nombreuses connaissances et ayant beaucoup d'expérience dans le domaine, il est à l'affût en ce qui concerne l'évolution du secteur de la vente des véhicules d'occasion et les changements qui y surviennent. Il complétera l'équipe des directeurs de territoire composée de M. René Bourgault, M. Jean-Luc Brosseau et M^{me} Julie Dorion.

Toute l'équipe d'Occasion en Or et les concessionnaires membres se joignent à la CCAQ pour lui souhaiter la bienvenue !



www.carrxpert.com

DEUX NOUVEAUX MEMBRES AU SEIN DE L'ÉQUIPE CARRXPERT



M. François Brunet



M. Robert Favreau

La Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec et la direction de CarrXpert ont le plaisir d'annoncer la nomination de **MM. François Brunet** et **Robert Favreau** au poste de directeur de territoire. Dans le cadre de leurs fonctions, MM. Brunet et Favreau auront pour mandat de faire connaître le réseau CarrXpert comme chef de file dans le domaine auprès des carrossiers et de soutenir des membres dans la gestion quotidienne de leur atelier.

Avec leurs grandes expériences dans le domaine, ils viennent compléter l'équipe des directeurs de territoires composée de MM. Aimé Saint-Martin et Gérald Ancil. M. Brunet s'occupera de la région Est et Rive-Sud de Montréal, Estrie, Richelieu et Laurentides. M. Favreau s'occupera de la région de la Mauricie.

La CCAQ, ainsi que toute l'équipe de CarrXpert et ses 460 concessionnaires membres s'unissent pour leurs souhaiter la bienvenue et le meilleur des succès !

30 ANS

Groupe PPP un partenariat gagnant, une protection de pointe

Par la mobilisation, l'expertise et l'efficacité de ses employés et partenaires, **le Groupe PPP** crée, administre et distribue des produits et services pour sécuriser et fidéliser la clientèle de l'industrie automobile.

30 ANS
Groupe 

Garanties
supplémentaires


La Capitale
assurances générales

Garanties de
remplacement


La Capitale
assurances et gestion du patrimoine

Assurance vie
et invalidité

**Services
financiers** 

Financement
de produits F&I

Protection 

Cabinet en assurance de dommages inc.

Programme de protections
des concessionnaires automobiles (PPCA)

Programme de référencement
pour assurance automobile des clients

Precursoft
une filiale du Groupe PPP

Logiciel F&I



Au Groupe PPP, notre vision :
Être votre Partenaire de choix!

Communiquez avec nous pour une
démonstration de notre savoir-faire.
1 800 463-4436

30 ANS
Groupe 

**DU NOUVEAU POUR
VOTRE DÉPARTEMENT
DE SERVICE!**

L a P R O T E C T I O N

TOUTES OCCASIONS

L'OUTIL DE RÉTENTION INDISPENSABLE POUR VOTRE DÉPARTEMENT DE SERVICE

« La protection sera valide au Canada et aux États-Unis, elle sera transférable, et le marchand sera rapidement payé par carte de crédit. En plus, tous les liquides et le diagnostic sont inclus en même temps que la pièce à réparer, et ce au taux horaire normal. En plus, cela comprend les services de remorquage habituels partout au Canada. »

- Auto Journal, Novembre 2009

Ce que la **Protection Toutes Occasions** offre au département de service :

- Vous permet de garder vos clients jusqu'à 240 000 km
- Main-d'œuvre payée au taux horaire affiché
- Rentabilité sur les ventes de pièces
- L'assistance routière qui rapporte le véhicule à votre concession

Le Service d'Assistance Routière est inclus* :

- Remorquage
- Livraison d'essence et/ou huile
- Service de serrurier
- Remplacement d'un pneu par votre roue de secours
- Survolage
- Frais de location d'auto
- Assistance mécanique mineure

La protection mécanique comprend* :

- Moteur
- Transmission / Boîte de Vitesse
- Boîte de transfert
- Différentiel
- Direction
- Joints d'étanchéité
- Direction arrière
- Freins
- Système électrique
- Climatisateur
- Système d'alimentation



Bureau régional du Québec

4255, boul. Lapinière, Bureau 120, Brossard (Québec) J4Z 0C7
Téléphone : (450) 465-0630 - Sans frais : 1-888-465-0630



Marketing et publicité Web

Par l'équipe des affaires électroniques de la CCAQ

Selon une étude publiée en mars 2009 par Forrester Research, **60 % des entreprises investissent davantage en marketing interactif**, mais réduisent leurs investissements dans les médias traditionnels. En effet, le tiers des répondants ont dit qu'ils allaient couper dans les trois médias les plus touchés, soit les journaux, les magazines et le marketing direct, au profit du Web. Pourquoi ? Parce que, depuis dix ans, études après études, **il a clairement été démontré que le marketing interactif coûtait moins cher et donnait de meilleurs résultats.**

Éléments du marketing interactif

C'est au cours des années 90 que nous avons entendu parler du marketing interactif, qui se résumait, à l'époque, au Web et à ce qui l'entoure. Aujourd'hui, en outre du Web, ce concept concerne toutes les technologies qui permettent une interaction avec l'utilisateur : courriels, messages SMS (textos), blogues, médias sociaux (Facebook, Twitter, MySpace, Foursquare, LinkedIn, etc.). Mais, parmi tous ces outils, quels sont ceux dans lesquels vous devriez investir temps et argent ? Premier conseil : allez-y en fonction de vos moyens et des objectifs que vous voulez atteindre.

Présence interactive

Comme dans tous les domaines, il faut commencer par la base : une présence sur la Toile. En effet, pour une entreprise de vente au détail, **il est essentiel d'avoir au moins une présence sur le Web.** Et elle se traduit de diverses façons :

- un site Web d'entreprise qui reflète votre image de marque et permet aux gens de vous trouver ;
- une présence dans les listes d'entreprises (*Pages Jaunes*, répertoires gouvernementaux, etc.) ;
- une présence dans les sites relatifs à votre industrie (portails, associations, etc.) ;
- un bon positionnement dans les outils de recherche ;
- un affichage de vos produits et services dans les sites de commerce.

Ensuite, il vous faut promouvoir votre site Web. On parle alors de SEO*, de SEM* et, dernièrement, de SMO*. Nous vous les présentons par ordre de priorité en regard des résultats que vous obtiendrez pour attirer des visiteurs dans votre site.

Le SEO

La plupart du temps, les gens qui cherchent un produit ou un service commencent par poser la question à un moteur de recherche : Google, Bing ou Yahoo dans 99 % des cas. Il est donc essentiel que votre site soit bien référencé, de sorte qu'il apparaisse dans les résultats de recherche. L'investissement que vous ferez en SEO sera très fructueux, car vous ne payerez plus pour toutes les visites que vous enverront ces outils de recherche.

Le SEM

L'achat de mots clés est de la publicité en texte, parfois aussi en image, qui s'affiche lorsque des gens tapent le mot clé dans un outil de recherche. Vous payez alors uniquement lorsque les gens cliquent sur votre annonce. Malgré

qu'il soit facile pour quiconque de se lancer dans ce domaine, c'est devenu un art qu'on devrait laisser aux experts. En effet, il n'y a pas si longtemps, on pouvait acheter des mots clés presque à l'aveuglette et obtenir de bons résultats. Aujourd'hui, ce n'est plus le cas. Dans un domaine aussi compétitif que celui de l'automobile, les mots clés « génériques » ne donnent plus des résultats intéressants. Et pour ajouter à la complexité de la chose, on ne peut plus se satisfaire des visites que nous renvoient ces publicités. Il faut plutôt évaluer dans quelle mesure les gens sont vraiment intéressés par ce que vous avez à leur offrir. Car ultimement, l'objectif n'est-il pas d'attirer les acheteurs chez vous ? Assurez-vous donc de ne pas tirer dans toutes les directions et de bien cibler vos campagnes.

Le SMO

C'est le nouveau *buzz* des dernières années : Facebook, Twitter et les autres. Avec un public de plus en plus présent sur ces médias sociaux, comment faire pour les attirer dans votre commerce ? Il faut simplement s'immiscer dans ce monde interactif ! Contrairement à la publicité, on doit s'investir au quotidien, ou presque, en offrant de nouveaux contenus et en réagissant rapidement aux discussions que suscite votre présence dans ces médias. Il existe plusieurs stratégies pour réussir, mais il faut d'abord comprendre ce que sont les médias sociaux.

L'interactivité au max !

Contrairement au Web, qui consiste à diffuser votre message et à afficher votre présence sur la Toile, **les médias sociaux exigent un dialogue ouvert avec les gens.** Vous posez une question ; vous répondez à des questions ; vous expliquez votre point de vue ; vous socialisez ! Que ce soit dans Facebook ou Twitter, sur un blogue ou sur une

* SEO : Search Engine Optimisation – Référencement organique de sites Web.
SEM : Search Engine Marketing – Achat de mots clés dans les moteurs de recherche.
SMO : Social Media Optimisation.

autre plateforme, vous devez vous commettre à dialoguer régulièrement avec monsieur-madame-tout-le-monde, selon la stratégie que vous aurez établie. Le préalable : dédier une personne ou une équipe au maintien du dialogue. Malgré la somme importante de travail que requiert la gestion des **médias sociaux**, pourquoi tant de gens les utilisent ? **Parce que les résultats sont meilleurs !** En effet, des études récentes ont démontré que le taux de clics augmente radicalement dans les médias sociaux :

Méthode de promotion	Taux de clics
Bannière publicitaire	0,23 %
Campagne de marketing par courriel	1-2 %
Référence dans les médias sociaux	8-10 %

Normal ! On fait toujours plus confiance à une référence d'un ami qu'à l'annonce d'un commerçant. Malgré ces résultats, faut-il vous lancer dans l'aventure des médias sociaux ? Pour arriver à des résultats intéressants, il vous faudra investir dans une stratégie et y mettre du temps. Il existe quelques experts en Web 2.0 et beaucoup d'information sur le Web. Voici quelques références :

10 raisons d'utiliser LinkedIn :

1. Acquérir de nouveaux clients grâce à des recommandations et le bouche à oreille.
2. Rester en contact avec les gens pour qui votre entreprise compte.
3. Trouver des fournisseurs qui sont experts là où vous ne l'êtes pas.
4. Construire votre réseau de contacts de l'industrie, en ligne et en personne.
5. Obtenir des réponses à vos questions d'affaires avec l'aide de vrais amis.
6. Conquérir de nouveaux marchés en répondant aux questions dans votre domaine d'expertise.
7. Trouver du financement.
8. Réseauter avec vos pairs de l'industrie pour les renvois d'affaires.
9. Démontrer à vos clients potentiels votre expertise en partageant un contenu unique.
10. Rester plus près de vos amis et de vos concurrents.

Source : <http://blog.linkedin.com/tag/linkedin-small-business/>

<http://mashable.com/social-media/>
<http://www.alliancenumerique.com/pages/pdf/AllianceInternet/Guidebeta2009.pdf>
<http://blogue.cefr.io.qc.ca/tag/netendances/>
http://www.emarketer.com/Newsletter_htm/emarketer_daily.html

La CCAQ dans les médias sociaux

- Groupe CCAQ sur LinkedIn – Réservé aux membres concessionnaires
- Groupe Occasion en Or sur Facebook – Ouvert à tous
- Twitter – twitter.com/ccaq et twitter.com/occasionenor

Internet en chiffres

Dans le monde

500 millions	Nombre d'utilisateurs Facebook
50 %	Pourcentage d'utilisateurs Facebook qui se connectent tous les jours
250 milliards	Nombre de courriels envoyés par jour
81 %	Pourcentage de courriels qui sont des pourriels
1,9 milliard	Nombre d'utilisateurs Internet
800 millions	Nombre d'utilisateurs Internet en Asie
260 millions	Nombre d'utilisateurs Internet en Amérique du Nord
30 millions	Nombre de « tweets » par jour sur Twitter
25 %	Pourcentage d'utilisateurs du navigateur Firefox
1 milliard	Nombre de vidéos diffusées sur Youtube chaque jour

Note : Les nombres ont été arrondis pour en simplifier la lecture. Ils sont tirés de différentes sources, en date de janvier 2010.

Au Québec

14 h	Nombre d'heures de navigation Internet en moyenne par semaine
5,2 millions	Nombre d'utilisateurs Internet (internauts)
90 %	Des internautes ont un revenu familial de 60 000 \$ ou plus
87 %	Des internautes ont des enfants à la maison
55 %	Possèdent un cellulaire
52 %	Accèdent à l'Internet mobile au moins une fois par jour
13 %	Ont un téléphone intelligent (forte croissance en 2010)
30 %	Des adultes visitent des médias sociaux tel Facebook
40 %	Consultent prioritairement Internet avant leurs achats

Note : Tiré de NeTendances 2009 du Cefrio





Plus d'approbations, plus d'options, plus de ventes

Les Services de financement TD vous offrent un des programmes les plus complets qui soient. Ce dernier comprend, notamment le financement régulier et spécialisé, des prêts souples et personnalisés et un service exceptionnel. Nous sommes un chef de file du marché canadien. Grâce à la plus grande équipe de spécialistes de vente du secteur, nous vous offrons le soutien et les conseils qu'il vous faut pour accroître vos ventes et satisfaire vos clients.

Constant, fiable et à l'écoute!

Tél. (sans frais) : 1-888-489-8337
www.tdservicesdefinancement.com

 **Services de Financement**



Peindre des voitures plus rapidement que jamais.

Travaillez plus vite et augmentez votre productivité grâce aux couches de fond hydrodiluable Cromax^{md} Pro DuPont^{mc}. Comme il suffit d'appliquer 1,5 couche en mouillé-sur-mouillé, sans évaporation, il n'y a pas à se demander pourquoi les grands ateliers de carrosserie passent à Cromax^{md} Pro DuPont^{mc}. Pour des résultats encore plus rapides, le Contrôle des couleurs ColorNet^{md} Dupont^{mc} peut vous procurer de super contretypages avant même de mélanger une seule goutte de peinture.

Ce ne sont là que certaines des façons grâce auxquelles Revêtements haute performance DuPont peut vous aider à atteindre vos objectifs opérationnels — et à respecter dès aujourd'hui la réglementation environnementale de demain.

Pour vous renseigner davantage sur la façon d'augmenter votre productivité, visitez www.cromaxpro.dupont.com ou téléphonez à un spécialiste en conversion à la peinture hydrodiluable de Revêtements haute performance DuPont, au 1.800.668.6945, option 5.



Produits de finition

Embauche de personnel

Avez-vous fait les vérifications d'usage ?

C'est un fait, la gestion des ressources humaines, incluant les fins d'emplois et l'embauche de nouveau personnel, représente une dépense importante pour les entreprises du Québec. Vous arrive-t-il d'avoir l'impression de n'avoir aucun contrôle sur cette dépense ? Vous est-il déjà arrivé de maintenir à l'emploi un employé récalcitrant dans l'unique objectif de vous éviter les risques qu'entraîne le dépôt d'une plainte à la Commission des normes du travail ? Ne baissez pas les bras : il existe une solution conçue sur mesure pour vous : la vérification préemploi.

La vérification préemploi vous permet de réaliser d'importantes économies. Comment ? En éliminant une grande partie du risque associé au mauvais choix d'un candidat et en permettant de diminuer ou d'éliminer des pertes associées aux vols et aux fraudes internes de la part de candidats malveillants. De plus, le choix du bon candidat au moment de l'embauche vous permettra d'investir à long terme sur votre personnel, ce qui est vital pour toute entreprise. Profitez donc de la latitude inconditionnelle dont vous disposez au moment du processus de sélection du bon candidat. Après, il pourrait être trop tard !

Voir plus loin

La vérification préemploi ne constitue ni plus ni moins qu'une enquête sur les antécédents de tout candidat potentiel qui postule un emploi dans votre entreprise. Elle permet de dresser un portrait global de l'individu par la consultation des plumitifs criminel, statutaire et civil, ainsi que par l'obtention de références auprès d'employeurs antérieurs. Lors de cette démarche, le dossier de crédit du candidat peut également faire l'objet de vérifications.

La consultation des plumitifs criminel et pénal permet de connaître toutes les accusations ou les condamnations pour lesquelles un pardon n'a pas été accordé. De plus, elle vous informe si le candidat a des contraventions impayées.

La consultation du plumitif statutaire, de son côté, permet de connaître toute contravention à une loi autre que criminelle, que ce soit, par exemple, la *Loi sur l'impôt sur le Revenu*, la *Loi sur l'assurance-emploi* ou encore le *Code de la sécurité routière* pour ce qui concerne les contraventions contestées.

La consultation du plumitif civil vous renseigne sur toute poursuite civile tenante ou pour laquelle un jugement a été rendu. Ainsi, vous êtes informé du fait que le candidat a été poursuivi pour des comptes impayés, s'est déjà placé sous la protection de la Loi sur la faillite, etc.

Dans la mesure où le candidat en autorise la consultation, le dossier de crédit vous permet d'établir le niveau de responsabilité de ce dernier en ce qui concerne le respect de ses obligations financières et la stabilité de son lieu de résidence. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une règle immuable, le candidat qui déménage fréquemment aura tendance à démontrer plus d'instabilité sur les plans professionnel et personnel.

L'obtention de références auprès des employeurs antérieurs révèle souvent des renseignements forts pertinents qui peuvent peser dans la balance au moment de prendre la décision d'embaucher ou non le candidat. En effet, ces renseignements peuvent vous aider à éliminer les candidats indésirables, de situer


Linda Blondeau

Directrice, Service du crédit et recouvrement



un employé potentiel dans un ordre d'expérience et de compétence, ainsi que de déterminer son salaire et les tâches qu'il aura à accomplir.

Pour une entreprise, mener une enquête préemploi est un exercice important et vital. Et elle doit être faite dans les règles. Avant d'embaucher un candidat, vous devez prendre le temps de vérifier l'ensemble des éléments entourant le dossier criminel d'un candidat, car il peut parfois s'agir d'une simple erreur de jeunesse ou encore d'une infraction n'ayant aucun lien avec l'emploi. À ce sujet, la *Charte québécoise des droits et libertés* est claire : « Nul ne peut refuser d'embaucher une personne du seul fait qu'elle a été déclarée coupable d'une infraction pénale ou criminelle, si cette infraction n'a aucun lien avec l'emploi ou si cette personne en a obtenu le pardon ».

Reprenez donc le contrôle de la gestion de vos ressources humaines en adoptant une politique de vérification préemploi pour tous les futurs candidats que vous pourriez embaucher dans votre entreprise. 

PERCEPTION ULTRA

AGENCE DE RECouvreMENT INC.



Depuis la création de CarrXpert, on a établi des priorités en ce qui concerne les services offerts par la bannière. Et la qualité des services offerts par les carrossiers membres en fait partie. Dans le but d'atteindre et de maintenir les plus hauts standards de qualité, nous avons mis sur pied divers types de formation.

Lorsqu'un carrossier devient membre CarrXpert, on effectue tout de suite avec l'équipe une mise à niveau sur les lieux. Nos directeurs de territoire et nos responsables du contrôle de la qualité passent en revue tous les secteurs d'opération afin d'aider à optimiser les processus, que ce soit pour la gestion d'atelier, la bonne utilisation d'un système d'imagerie, la rentabilité par l'utilisation de nos partenaires, etc. De cette façon, on évite au carrossier des pertes de temps et d'argent, et on maintient les plus hauts standards de qualité.

L'équipe de CarrXpert effectue le même exercice chez les concessionnaires affiliés aux carrossiers. Ainsi, notre équipe s'assure que l'alliance profite au maximum à tous les partis. Fait-on suffisamment la promotion de l'atelier de carrosserie dans tous les services du concessionnaire ? Est-ce que les efforts nécessaires sont faits pour conserver la clientèle et la référer chez le carrossier affilié ? Ce sont des exemples de questions auxquelles nous nous assurons de répondre, et qui peuvent générer de bonnes retombées.

Formation sur mesure

CarrXpert offre aussi des services qui répondent aux besoins spécifiques des membres ; par exemple, lors de l'embauche d'un nouveau directeur d'atelier, d'un nouvel estimateur ou d'une autre personne clé de l'entreprise, ou lorsque la configuration d'un branchement en imagerie avec un assureur est nécessaire, l'équipe CarrXpert est toujours disponible pour aider ses membres.


Académie de formation

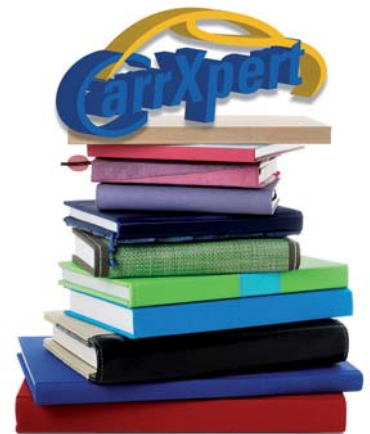
Comme nos efforts au chapitre de la formation continue avec nos membres ont été grandement appréciés, et devant la demande croissante en cette matière, l'Académie de formation CarrXpert a été mise sur pied il y a maintenant plus d'un an. Celle-ci a pour but non seulement d'offrir de l'enseignement aux membres CarrXpert, mais aussi d'offrir de la formation aux partenaires et aux collaborateurs de la bannière.

À ce titre, l'année 2009 a été très productive. En effet, les deux formations offertes par l'Académie, soit « La maîtrise de l'estimation » et « Initiation à la réparation automobile », ont attiré 172 travailleurs du secteur de la carrosserie et 460 experts en sinistre provenant de compagnies d'assurance. Ces rencontres ont permis d'établir une relation privilégiée avec les assureurs. Au cours de ces formations, nous avons démystifié le domaine de la réparation automobile, ce qui a eu pour effet d'améliorer les connaissances et le rendement des experts en sinistre. Tant le carrossier que l'assureur en ont profité.

Prochaine étape

Toujours dans le but d'amener les membres à se dépasser, l'équipe CarrXpert prépare maintenant un nouveau projet. En effet, les ateliers de carrosserie pourront bientôt faire partie de « Groupe Excellence ». Bien connus dans plusieurs domaines d'affaires, ces groupes permettent de comparer de manière constructive les façons de faire d'entreprises semblables afin d'assurer une amélioration continue de leurs opérations.

Pour CarrXpert, le perfectionnement est sans contredit d'une importance capitale. Pour cette raison, nous offrons une multitude de services conçus spécifiquement pour tous les concessionnaires et les carrossiers. Il n'en tient qu'aux intéressés d'en profiter ! 



RENTABILISEZ VOTRE INVESTISSEMENT WEB

De plus en plus de consommateurs magasinent leur prochain véhicule sur le Web. Comment être certain qu'ils trouveront votre entreprise en effectuant leurs recherches sur Internet? Comprendre l'univers du Web et investir dans des solutions en ligne efficaces est devenu primordial pour les concessionnaires automobiles. Evolio, une entreprise de Laval faisant affaires avec plus de 1200 clients automobiles partout au Canada, vous offre la formation dont vous avez besoin pour accroître vos ventes grâce au Web.

FORMATION OFFERTE

COMPRENDRE L'UNIVERS DU WEB

- L'impact du Web sur votre entreprise
- Où et comment vos clients potentiels cherchent sur Internet
- Comprendre les moteurs de recherche (Google – Bing – Yahoo)

COMMENT UTILISER EFFICACEMENT LE WEB

- Sections essentielles que l'on doit retrouver dans votre site
- Techniques pour optimiser votre section de véhicules d'occasion
- Les meilleures pratiques d'affaires Web dans l'industrie automobile
- Les 5 étapes pour traiter une demande Internet d'un client
- Ergonomie et optimisation de votre site Internet

ÉTABLIR UNE STRATÉGIE INTERNET EFFICACE

- Augmenter la conversion de demandes Internet en R-V en salle de montre
- L'importance de mesurer ses résultats et comment s'y prendre
- L'implication des directeurs Internet
- Créer un département Internet efficace et rentable

PLAN D'ACTION DE LA CONCESSION ET DU PERSONNEL

- Adapté à votre concession, vos besoins et votre réalité

MAITRISEZ LES MEILLEURES PRATIQUES D'AFFAIRES EN LIGNE DE L'INDUSTRIE



EVOLIO^{MC}
Résultats sur toute la ligne. En ligne.

1 877 339-6079



Encore cette année, la CCAQ a accordé un statut privilégié à des entreprises qui fournissent des produits ou des services d'une grande fiabilité à ses membres. Ainsi celles-ci ont-elles mérité le titre prestigieux de « Partenaire de la CCAQ ».

La CCAQ entretient depuis toujours de très bonnes relations d'affaires avec les fournisseurs qui traitent régulièrement avec ses concessionnaires membres. Ces personnes, sociétés ou établissements bénéficient d'ailleurs d'un support publicitaire dans la présente revue, ainsi qu'à l'occasion du congrès annuel ou lors d'autres événements parrainés par la CCAQ.

Toutefois, la CCAQ a voulu faire davantage pour ses membres en concluant un accord de partenariat, d'une durée d'un an, avec des fournisseurs qui jouissent d'une excellente réputation et dont la solvabilité de même que la qualité des produits ou des services ne peuvent être mises en doute. En établissant des critères de sélection aussi élevés, la CCAQ s'assure ainsi que ces fournisseurs seront toujours présents le moment venu d'honorer leurs obligations à l'endroit des concessionnaires et des consommateurs.

À la lumière de ce qui précède, force est de constater que le type de partenariat privilégié par la CCAQ vise des entreprises émérites. Triées sur le volet, elles sont en effet les seules à qui elle reconnaît le droit d'utiliser le logo « Partenaire de la CCAQ » dans leurs communications avec les concessionnaires. Voici donc le nom des fournisseurs qui ont signé un accord de partenariat avec la CCAQ pour l'année 2010.

LE PROGRAMME DE PARTENARIAT DE LA CCAQ : UN CONCEPT GAGNANT



- Conception de sites Web pour les membres de la CCAQ
- Formation en vente Internet
- Outils XPO
- Publicité et marketing interactif
- Logiciel de rétention de clientèle(CRM)



C'est la collaboration qui fait la différence

- Services bancaires platine
- Gestion de placements discrétionnaire
- Services de gestion de patrimoine (fiducie, succession et planification de relève d'entreprise)



- Rapports sur l'historique des véhicules d'occasion (canadiens et américains) incluant les accidents, les droits de rétention, les importations et exportations de véhicules



- La plus importante bannière de carrosserie au Québec
- Tous les services à la clientèle sous un même toit : remorquage, pièces, mécanique, location de véhicules
- Un service de règlement en lien direct avec l'assureur
- Une garantie à vie sur les travaux effectués



- Plus de 5 000 concessionnaires utilisent notre réseau pour accéder à plus de 25 institutions financières, ainsi qu'aux agences d'évaluation du crédit, aux rapports sur l'historique des véhicules et à d'autres interfaces tels que le système de gestion des concessionnaires DealerTrack et Trade Tracker.



- Assurance crédit (vie et invalidité)
- Garantie de remplacement assurée
- Soumission en assurance automobile
- Endossement limité
- Formation et groupe F&I plus



- Assurance crédit
- Endossement limité
- Formation pour directeurs commerciaux
- Garantie de remplacement
- Garantie prolongée
- GAP
- Marquage antivol



- Assurance crédit
- Garantie de remplacement
- Garantie automobile supplémentaire
- Programme de protection des concessionnaires d'automobiles (assurance commerciale)



- 16 secteurs d'emploi
- Affichez vos offres d'emploi
- Envoyez vos offres par courriel aux candidats ciblés
- Possibilité d'ajouter le Jobboom Extra dans le *Journal de Montréal*
- Service à la clientèle unique

MUTUELLE DE PRÉVENTION



- Santé et sécurité du travail
- Gestion des réclamations
- Prévention
- Gestion financière CSST
- Services juridiques



www.occasionenor.com

- Promotion de la bannière
- Soutien technique chez les membres par une équipe de représentants
- Formation du personnel des concessionnaires membres

Société **TRADER**SM

**CARREFOUR
TRADER**

**AUTO
HEBDO**

**AUTO
HEBDO.net**



PROTECTION V.A.G. INC.

PRODUITS

- Garantie de remplacement sans dépréciation
- Assurance crédit (vie, invalidité et maladie grave)
- Endossement limité
- Programme de médiation et de conciliation avec la CCAQ
- Marquage anti-vol Sherlock

SERVICES (agrés par Emploi-Québec)

- Formation du personnel de commercialisation après-vente
 - en classe
 - en milieu de travail
- Formation et placement de nouvelles ressources
- Formation pour conseillers aux ventes
- Classe affaires VAG

autoHEBDO.net^{MC}

VOUS OFFRE ENCORE PLUS DE VISIBILITÉ



Nouvelle application d'autoHEBDO pour iPhone : disponible gratuitement!

Principales fonctions de l'application :

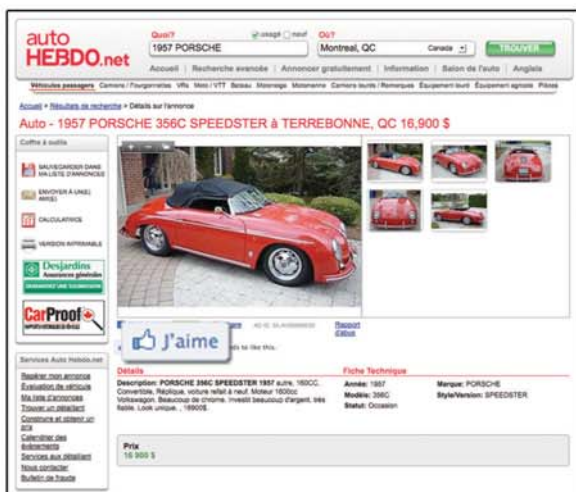
- Recherche d'autos, camions et VUS d'occasion
- Comparaison de véhicules pour trouver le meilleur prix
- Recherche des commerçants les plus près, avec carte géographique
- Joindre le vendeur en une touche

“j'aime” de Facebook sur autoHEBDO.net

autoHEBDO.net offre maintenant un bouton Facebook “j'aime” pour toutes les annonces de véhicules.

Les acheteurs peuvent maintenant partager leurs coups de coeur sur Facebook en un seul clic!

Essayez cette nouvelle fonction Facebook et encouragez votre clientèle à l'utiliser!



TOURNOIS DE GOLF CARRXPERT

**Le mercredi 18 août
au Club de golf de Beloeil**

**Le mercredi 8 septembre
au Club de golf Lorette
à Québec**

CONGRÈS 2010 CARRXPERT

**Du 22 au 24 octobre
au Château Frontenac
à Québec**

*Votre département de véhicules d'occasion
pourrait-il être plus performant ?*

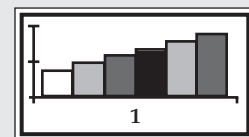
Si oui, on peut vous aider !

*Nous avons maintenant un formateur hors pair qui
se spécialise dans le domaine des véhicules d'occasion.*

GROUPE EXCELLENCE

**LES MODÉRATEURS
LES PLUS EXPÉRIMENTÉS AU PAYS**

Groupe Excellence



*ANALYSE FINANCIÈRE,
(GESTION DE GROUPE),
FORMATION, CONSULTATION*

1 800 840-6334



CCAQ
 La Corporation des concessionnaires
 d'automobiles du Québec
 www.ccaq.com



Enregistrée selon ISO 9001:2008

La CCAQ et ses filiales, CarrXpert et Occasion en Or, remercient leurs partenaires d'affaires !

auto123.com
EVOLIO
Résultats sur toute la ligne. En ligne.
 1 888 474-2886

DealerTrack
 CANADA
 1 866 360-3863

MUTUELLE DE PRÉVENTION

CCAQ **AON**
 418 523-2991 ou
 1 800 463-5189

BMO  **Banque privée Harris**
C'est la collaboration qui fait la différence
 1 877 285-4494

FI Finance &
 Indemnisation
 1 877 373-7717

Occasion en Or
La Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec
 www.occasionenor.com

CarProof 
 RAPPORTS HISTORIQUES DE VÉHICULES
 1 866 835 8612

Hydro Québec

PARTENAIRES OCCASION EN OR

- BMO Banque de Montréal
- Business Club
- EVOLIO
- GMAC
- Industrielle Alliance Pacifique
- Le Groupe PPP
- Pièces automobiles Lecavalier
- Société TRADER
- UAP / NAPA

CarrXpert
 Carrossier expert
 www.carrxpert.com
 418 523-2991 ou
 1 800 463-5189

IA 
PACIFIQUE
 450 465-0630 ou
 1 800 363-9194

Société **TRADER**

carrefour **AUTOMOBILE**  **AUTO HEBDO.net**
 -TRADER
 514 631-3942


PARTENAIRES CARRXPERT

- Akzo Nobel
- Audatex
- BMC pièces de carrosserie
- Discount location d'autos et camions
- DMIB / MITCHELL
- Dupont Canada
- Enterprise location d'autos
- Keystone
- Lebeau Vitres d'autos
- LKQ (pièces d'autos Pintendre)
- PH Vitres d'autos
- Pièces automobiles Lecavalier
- UAP / NAPA

jobb 
RECRUTEMENT
© QUEBECOR MEDIA
 1 888 864-3333

30 ANS
 Groupe 
 418 623-8155 ou
 1 800 463-4436



PROTECTION V.A.G. INC.

450 671-9669 ou
 877 671-9009 ou
 418 839-1660

FAITES LE BON CHOIX
DIVULGUEZ L'HISTORIQUE DE CHAQUE VÉHICULE ET

VENDEZ PLUS D'AUTOMOBILES



*Assurez-vous que vos clients ne soient pas plus informés
que vous sur les voitures d'occasion que vous avez.*

*Protégez et donnez-vous les connaissances nécessaires
pour bien faire l'achat et la vente tout en mettant votre
clientèle à l'aise.*

*Appelez-nous au **1.866.835.8612** pour apprendre
comment vous pouvez utiliser le pouvoir des rapports
CarProof sans frais supplémentaires.*



LES MEILLEURES DONNÉES. POINT !^{MC}

www.carproof.com



La Corporation des concessionnaires
d'automobiles du Québec
www.ccaq.com

Enregistrée selon ISO 9001:2008

Au service de ses membres depuis plus de 60 ans

ADMINISTRATION GÉNÉRALE

Relations gouvernementales – Relations médias –
Dossiers ressources humaines et formation – Fournisseurs et partenaires
M^e Jacques Béchard, Lise Roy, Suzanne Gauthier

DIRECTION DES AFFAIRES JURIDIQUES

Conseils juridiques – Inscriptions de droits au RDPRM – Formation –
Programme médiation/conciliation CAA/CCAQ
M^e Frédéric Morin, M^e Ian P. Sam Yue Chi, Valérie Trudel

DIRECTION SERVICES ADMINISTRATIFS ET SERVICES AUX MEMBRES

Gestion des dossiers de membres – Comptabilité – Formulaires – Services de messagerie –
Conseils taxes à la consommation – Formation – Renseignements fiscaux (avantages imposables)
Marc Nadeau, Denise Boucher, Marie-Nicole Boudreault, Alexiane Crotet

DIRECTION DES AFFAIRES ÉLECTRONIQUES

Conseils et formation Internet – Gestion des contacts courriel et Extranet –
Soutien pour les sites CCAQ.com, OccasionenOr.com et CarrXpert.com
Charles Audrey Boivin, Éric Caron, Jean-Louis Gervais, Maxim Plourde

DIRECTION DES COMMUNICATIONS

Revue *Contact* – Bulletin CCAQ – Congrès annuels (CCAQ et CarrXpert) – Statistiques et revue de presse –
Programme médiation/conciliation CAA/CCAQ – Programme Autodéfense – Tournois de golf CarrXpert
Jean Cadoret, Alexiane Crotet

MUTUELLE DE PRÉVENTION

Services de prévention SST – Services de gestion des réclamations – Services juridiques SST –
Gestion des risques – Évaluation de la performance en financement
M^e Céline Servant, M^e Lise Turcotte, M^e Isabelle Montpetit, Isabelle Cormier, Véronique Côté

CARRXPRT

Représentativité auprès des assureurs – Promotion de la bannière – Formation – Gestion département carrosserie –
Médiation assureurs/carrossiers – Support en estimation
Maurice Roy, Michel Côté, Aimé St-Martin, Manon Lacasse, Pierre Joncas, Gérald Ancil, François Brunet, Robert Favreau, Charles Audrey Boivin, Martine Lévesque, Pierre Voyer

OCCASION EN OR

Support technique et à la vente – Publicité de la bannière – Formation – Aide au financement
Maurice Roy, Julie Dorion, Serge Grenier, Jean-Luc Brosseau, Louis Pelletier, René Bourgeault, Martine Lévesque

PERCEPTION ULTRA

Recouvrement – Enquête de solvabilité – Enquête de préemploi – Enquête de crédit commercial – Recherche de titres
Linda Blondeau, Émilie Duchesneau, Valérie Trudel

CONTENTIEUX

M^e Ian P. Sam Yue Chi

140, Grande Allée Est, bureau 750, Québec (Qc) G1R 5M8

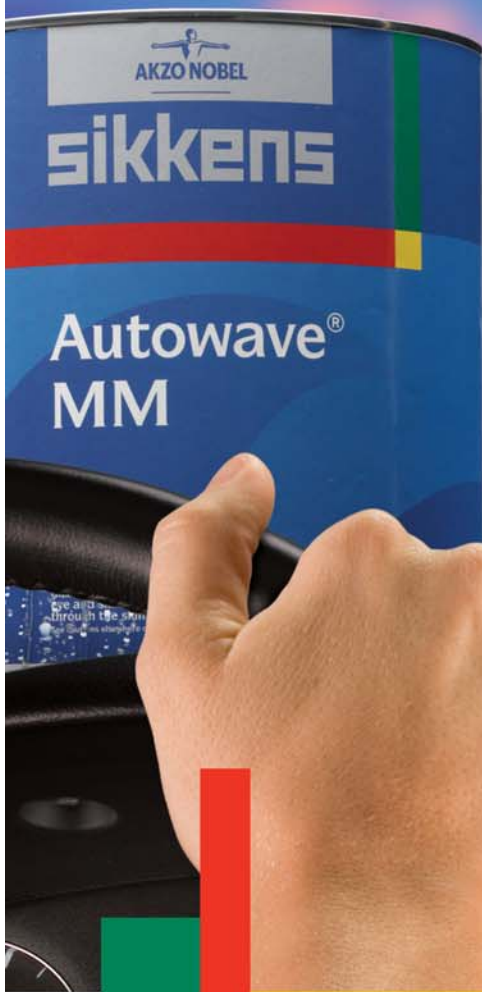
Téléphone : 1 800 463-5189 • 418 523-2991

Télécopieur : 418 523-3725

info@ccaq.com • www.ccaq.com

La route de la qualité passe par l'amélioration continue.

Hors pair de 15,5%,
Autowave System[®] de Sikkens... le pur choix.



Notre but – votre succès.

Les produits à l'eau et les règlements vous préoccupent? Optez pour la marque qui livre un système complet et répond à toutes vos questions. Choisissez l'Autowave[®] de Sikkens, le seul système à émissions de COV à 15,5 % sous le seuil prescrit par la loi sans sacrifier l'agencement des couleurs. Découvrez comment la concurrence se prépare pour l'avenir. Appelez votre représentant Sikkens local, visitez le site AkzoNobelCarRefinishes.net ou appelez le 1-877-FOR-AKZO pour recevoir un exemplaire GRATUIT du DVD « L'eau c'est l'avenir », avec des renseignements instructifs de gens avisés, comme vous.



Sikkens – le meilleur partenaire de rentabilité des ateliers.

Chez V.A.G., on a le feu vert

... le 1^{er} août, nous prenons un grand virage.

Le 1^{er} août 2010, l'un des plus importants produits du milieu de la vente automobile, la Garantie de remplacement, sera profondément transformé par l'Autorité des marchés financiers. C'est la loi.

En collaboration avec des partenaires de haut calibre tels que SSQ Assurances générales et Les assurances Federated, et avec l'appui d'une équipe d'experts parfaitement formés, Vision Avant-Garde est fin prête à effectuer ce virage vers l'Assurance de remplacement.

Prenez-le avec nous!



NOS PRODUITS ET SERVICES Logiciel de suivi des performances • Service à la clientèle hors pair • Logiciels de mise en marché • Centre de main-d'œuvre qualifiée
• Formations en classe et en milieu de travail • V.A.G. Finance • Assurances crédit: vie, invalidité et contre les maladies graves • Assurance de remplacement Prévision
• Garantie mécanique • Programme de remboursement de garantie mécanique

RÉGION DE MONTRÉAL 8840, boul. Taschereau Ouest, Brossard (Québec) J4X 1C2 • Téléphone: 450 671-9669 (sans frais) 877 671-9009 • Télécopieur: 450 671-5499

RÉGION DE QUÉBEC 992, rue de la Concorde, Saint-Romuald (Québec) G6W 5M6 • Téléphone: 418 839-1660 • Télécopieur: 418 839-1921 • vag@vag.ca

BUREAUX SATELLITES Rouyn • Jonquière • Rivière-du-Loup • Est du Québec

La classe
affaires

XPRG

Nationale
Garantie

SSQ Assurances
générales

V.A.G.
finance

Les assurances
FEDERATED
La sécurité de votre entreprise en tête

Canada-Vie™

SHERLOCK
MARQUAGE ARTISTIQUE
SHERLOCK INC.
DISTRIBUTEUR

Partenaire
de la
GARANTIE



V A G
www.vag.ca