

BULLETIN D'HIVER

MARS 2024

DS MA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

ACHETEZ ET
VENDEZ AVEC
CONFIANCE



TABLE DES **MATIÈRES**

04 CONNAÎTRE LA VALEUR DE SA CONCESSION : UN AVANTAGE CAPITAL

06 AVANTAGES STRATÉGIQUES À ACQUÉRIR UN GROUPE DE CONCESSIONS

10 LES CONCESSIONNAIRES SONT CONFRONTÉS À UNE ÉVOLUTION DE LA DYNAMIQUE D'ACHAT-VENTE

14 FAIRE CARRIÈRE DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE DES FUSIONS ET ACQUISITIONS

16 PRÉVISIONS POUR LE MARCHÉ DES FUSIONS ET ACQUISITIONS DE CONCESSIONS EN 2024

18 DSMA ÉTEND SA PRÉSENCE MONDIALEMENT GRÂCE À UN PARTENARIAT STRATÉGIQUE AVEC UHY HACKER YOUNG

20 CONFLITS D'INTÉRÊTS DANS LE MONDE DES FUSIONS ET ACQUISITIONS

22 NADA 2024

24 FARID AHMAD, DE DSMA, RECONNU COMME CHAMPION DE LA DIVERSITÉ PAR AUTOMOTIVE NEWS

26 LES MULTIPLES DE GOODWILL NORD-AMÉRICAINS

L'ÉQUIPE MARKETING **DE DSMA**

Bienvenue dans le bulletin d'information de fin d'hiver de DSMA.

Alors que nous passons de l'hiver au printemps, l'industrie automobile continue de connaître des changements et des opportunités significatifs. De l'évolution constante des véhicules électriques à l'impact des taux d'intérêt croissants, le marché des fusions et acquisitions (M&A) reste un point central de discussion et de changement.

Dans cette édition, nous explorons pourquoi vous devriez connaître la véritable valeur de votre concession, en fournissant des informations clés qui peuvent vous donner un avantage concurrentiel sur le marché. Nous abordons également les avantages de l'acquisition d'un groupe de concessionnaires, tout en soulignant les bénéfices de la consolidation dans le paysage automobile actuel.

Chez DSMA, le meilleur intérêt de nos clients est toujours au premier plan de nos préoccupations. Attachée à la transparence et aux pratiques commerciales éthiques, DSMA considère qu'il est un conflit d'intérêts de représenter et de facturer les deux parties d'une transaction M&A. Notre article centré sur les conflits d'intérêts dans le monde des fusions et acquisitions offre une perspective nuancée sur les considérations éthiques dans la conclusion de transactions.

Alors que les concessionnaires font face à des dynamiques changeantes sur le marché de l'achat-vente, nous fournissons des conseils précieux pour naviguer à travers ces changements et saisir des opportunités de croissance et d'expansion. Nous sommes fiers d'annoncer notre présence mondialement étendue grâce à un partenariat stratégique avec UHY Hacker Young, renforçant notre capacité à servir nos clients en Europe et au-delà !

Nous couvrons les moments forts du Salon NADA 2024 à Las Vegas lors de notre première Réception VIP DSMA ; nous avons été honorés de voir notre PDG, Farid Ahmad, être reconnu comme un champion notable de la diversité par Automotive News lors de la dernière cérémonie qui a lancé le Salon International de l'Auto du Canada à Toronto.

Comme toujours, nous présentons les derniers échelons des multiples de goodwill en Amérique du Nord par marque, offrant une analyse de marché précieuse pour éclairer vos décisions.

Nous exprimons notre gratitude pour votre engagement continu et votre confiance envers DSMA. Nous restons engagés à vous tenir informés et renforcés dans le paysage automobile en constante évolution et nous vous invitons à nous contacter pour vos besoins actuels d'achat-vente.

Cordialement,



SANDRA LIEM

Directrice marketing
sandra.liem@dsma.com



MAXIM GINSBURG

Gestionnaire marketing
maxim.ginsburg@dsma.com



XANA HODGSON

Spécialiste marketing sénior
xana.hodgson@dsma.com



KARINE L. WLASICHUK

Spécialiste marketing bilingue
karine.lw@dsma.com



RICO MARQUES

Graphiste
rico.marques@dsma.com

CONNAÎTRE LA VALEUR DE SA CONCESSION : **UN AVANTAGE CAPITAL**

D'après l'équipe de DSMA, qui a réalisé plus de 1700 évaluations de concessions en Amérique du Nord, connaître la réelle valeur marchande de son entreprise constitue le meilleur atout d'un concessionnaire en 2024.

POURQUOI EST-CE SI IMPORTANT D'AVOIR EN MAIN CETTE ÉVALUATION ?

Quel que soit leur secteur, les entreprises proactives savent d'instinct qu'il ne faut pas attendre que survienne un événement ou une crise au sein de leur industrie et des marchés financiers pour réagir. Une évaluation régulière de la concession offre à son propriétaire un portrait juste de ses actifs tangibles et non tangibles de son entreprise.

En ayant cette évaluation en main, le concessionnaire démontre qu'il va au-devant des éventualités auxquelles peut faire face son entreprise. Il sait ce qui doit être amélioré pour figurer parmi les meilleurs de son industrie ; et les partenaires financiers adorent ça. Par ailleurs, de plus en plus d'institutions financières nord-américaines utilisent les évaluations de DSMA pour accorder un prêt aux concessionnaires qui en font la demande.

Connaître la valeur de sa concession permet aussi d'être bien préparé pour assurer sa relève, d'être en mesure de se prémunir en cas de manque de liquidité ou d'obtenir du financement pour s'agrandir. Une évaluation signée DSMA permet également de faire face à des événements qui peuvent survenir sur le plan personnel, notamment une séparation, un divorce, voire un décès. Ceux-ci peuvent affecter les opérations quotidiennes de la concession du jour au lendemain. Bénéficier d'une évaluation de son entreprise aide à mieux traverser ces coups durs.

COMMENT FONCTIONNE LE PROCESSUS D'ÉVALUATION ?

À partir du moment où le concessionnaire fait appel à nos services, notre équipe, composée d'analystes financiers, de comptables agréés et d'un économiste, entreprend une évaluation minutieuse de tous les départements qui touchent l'entreprise. Activités des départements, prêts, flotte de véhicules, rapports financiers… tout passe au peigne fin. Aucun déplacement du propriétaire n'est nécessaire en 2024 car tout peut être fait à distance. Tout peut s'effectuer par courriels, messages textes et discussions virtuelles. Soulignons que tous les échanges de documents et les réponses fournies à nos questionnaires par les concessionnaires se déroulent de façon sécurisée et confidentielle.

Comme dans un exercice fiscal, il est primordial que le concessionnaire soit cohérent sur l'ensemble de ses activités et de ses actifs, pour que l'évaluation reste précise. En terme général, l'exercice qui s'effectue entre le concessionnaire et un membre de l'équipe de DSMA nécessite entre deux et trois semaines de travail. Nous recommandons de réaliser ce processus sur une base annuelle, notamment en début d'année, soit de janvier à avril. Il s'agit, dans bien des cas, de la période où plusieurs concessionnaires automobiles complètent leur exercice financier, moment de la préparation des impôts et des états financiers avec les équipes comptables. Une période propice où les concessionnaires ont déjà en main la plupart des documents nécessaires pour réaliser l'évaluation.

QUELS SONT LES AUTRES AVANTAGES DE L'ÉVALUATION DE DSMA ?

Personne ne souhaite de mauvaise surprise. Notre évaluation demeure le meilleur des exercices préventifs qui permet de visualiser rapidement les bonnes (et les moins bonnes) pratiques de la concession.

Grâce à notre expertise et nos incalculables données que nous fournit notre outil d'analyses de données QUOTUS™, une plateforme numérique confidentielle et sécurisée qui compte plus de 3,5 millions de points de données pour les concessionnaires, nos évaluations permettent de maximiser la valeur et la continuité de l'entreprise. Elles offrent un solide coup de pouce aux concessionnaires qui souhaitent améliorer leurs performances et identifier les failles que peuvent présenter certains de leurs départements.

Notre personnel qualifié et expert en concessions est en mesure de détecter rapidement les tendances d'affaires pour éviter que le concessionnaire laisse de l'argent sur la table et ce, peu importe le marché ou la localisation de la concession.

Indiquons qu'au cours des dix dernières années, parmi les milliers d'évaluations que nous avons réalisées, certaines ont présenté un écart de plus de 20% par rapport à la valeur estimée par le concessionnaire. Un écart habituellement plus élevé… Cependant, par moments, il peut être inférieur à la valeur anticipée par le concessionnaire.

Pour toutes ces raisons, à DSMA, nous sommes convaincus que notre service d'évaluation est le plus efficace des outils pour assurer la croissance des concessions qui évoluent dans le milieu automobile, mais aussi dans les secteurs moto, poids lourds, agricoles, bateaux, véhicules de construction et l'industrie locative. Nous sommes, à ce jour, le plus fiable des outils d'intelligence d'affaires du marché automobile en Amérique du Nord.



AUTEUR

MAXIME THÉORÊT, CPA
Directeur associé
maxime@dsma.com



AUTEUR

ETIENNE DEMEULES, CPA
Directeur financier & évaluations
etienne.demeules@dsma.com



AVANTAGES STRATÉGIQUES **À ACQUÉRIR UN GROUPE DE CONCESSIONS**

Alors que la scène automobile et le marché des fusions et acquisitions sont en fluctuation, nous nous entretenons avec François McDonald, associé exécutif à DSMA, afin de discuter d'un phénomène en hausse : les groupes automobiles. Comment ceux-ci influenceront-ils votre prochaine stratégie d'acquisition ? Découvrons-le aujourd'hui.

Q. En quoi la diversification des emplacements géographiques dans un groupe de concessions peut-elle être bénéfique ? Est-il préférable de rester concentré sur un périmètre restreint ou plutôt élargir son champ d'action ?

Cette réponse requiert deux parties. Il faut noter que techniquement, à partir de l'acquisition d'une deuxième concession, un acheteur est considéré comme un groupe. Et ceux-ci, peu importe leur taille, deviennent intéressants pour les acheteurs grâce à leur empreinte sur le marché : que ce soit pour leur étendue géographique ou les manufacturiers qu'ils représentent, l'achat des groupes devient très stratégique.

Quand on analyse le profil-type d'un acheteur, la raison de faire l'acquisition d'un groupe peut être géographique comme réputationnelle. Par exemple, un groupe peut chercher stratégiquement à diversifier les marques qu'il représente pour réduire leur risque, si par exemple une de ses marques éprouve des difficultés ; ce groupe ne prendra pas les mêmes décisions qu'un groupe qui souhaite s'étendre sur un territoire géographique différent. En général, le risque n'est pas associé à l'un plus qu'à l'autre. Cependant, je dirais qu'un avantage à garder des concessions dans un territoire géographique fait en sorte qu'il est plus facile de contrôler ses opérations.

En outre, représenter plusieurs marques dans la même région est synonyme d'une meilleure facilité de gestion. Non seulement l'équipe de gestion peut se déplacer plus facilement, mais une centralisation de certains départements est alors possible : ressources humaines, publicité, comptabilité, entre autres.

Toutefois, l'idée de la diversification géographique demeure viable au Québec, comme celle-ci permet de réduire le risque d'être associé à une seule industrie régionale. Peu importe l'industrie principale d'une région donnée, il est plus facile d'être à la merci des conditions économiques locales qui, lors de hausses ou baisses, affectent les ventes de véhicules et les opérations de concessions. Mais les régions du Québec diffèrent tellement selon leurs industries spécifiques locales que les achats de groupes en région aident à réduire le risque associé à un territoire géographique spécifique.



Q. Comment la gestion des ressources humaines diffère-t-elle et quels sont les impacts sur la performance globale ? Y a-t-il des avantages de gestion entrepreneuriaux ?

D'après moi, le développement du personnel ainsi que leurs opportunités de croissance sont impactés positivement dans un contexte de groupe. Certes, il y aura du mouvement et des imprévus comme dans toute entreprise (séparations, décès, congés maladie, etc.), mais faire partie d'un groupe crée plus de possibilités et de motivation pour ses employés – avec plus d'une concession à gérer, une demande à l'interne se crée, où l'on voit plus de postes vacants et possibilités d'évolution de carrière pour les employés d'un groupe.

Q. Quelles synergies opérationnelles peuvent être réalisées en regroupant plusieurs concessions et comment cela peut-il se traduire par une meilleure efficacité ?

La centralisation et la standardisation des départements aident grandement les opérations. Effectivement, avoir accès à plus d'opportunités de centralisation pour chaque département – stockage de véhicules, formation des employés, etc. permet d'établir un standard sur toute la ligne.

Si une personne s'occupe de tous les directeurs de finance et s'assure que ces standards sont respectés, il devient beaucoup plus facile de gérer un groupe avec succès.

Bref, la maximisation des processus internes, et par extension, des résultats des différents départements, font en sorte qu'un groupe améliore sa performance et ses résultats financiers et fait bénéficier à chacune de ses concessions des meilleures pratiques opérationnelles.

DÉFIS ET TENDANCES

Q. Peut-on considérer qu'il est plus facile d'être approuvé par un manufacturier une fois propriétaire de plusieurs concessions, ou tous les concessionnaires sont-ils sur un même pied d'égalité face à l'approbation d'un manufacturier ?

En tenant compte que chaque manufacturier possède ses propres critères, je serais porté à dire qu'il est effectivement plus facile de se qualifier en tant que

groupe, ayant des preuves telles que de bons chiffres d'affaires et retours sur ceux-ci, de bons résultats d'index de satisfaction et de parts de marché et une possibilité de démontrer la bonne gestion de ses concessions - mais le tout reste spécifique au manufacturier avec lequel vous faites affaire.

D'un autre côté, une expansion avec le même manufacturier peut être limitée à un certain nombre de concessions, selon les critères spécifiques de représentation de la marque, dans un secteur géographique donné.

Q. Quels sont les défis spécifiques liés à la gestion d'un groupe ?

Plus on augmente le nombre d'employés et de concessions à gérer, plus on augmente la charge de travail des gestionnaires. Il faut mettre plus d'efforts pour s'assurer du bien-être de tous les employés en gardant la motivation du groupe élevée, gérer plusieurs situations interpersonnelles, les relations avec les fournisseurs, toutes les facettes des opérations journalières, bref, éteindre beaucoup de feux en tout temps. Petit comme grand, chaque groupe doit également faire face aux nombreuses demandes de chaque manufacturier qu'il représente – l'un a des nouveaux outils, l'un a des programmes d'image à mettre à jour, l'autre a un rappel général auprès de la clientèle possédant certains modèles spécifiques etc. Plus on diversifie ses partenariats, plus on fait face à ce type de situations. Il faut toujours s'assurer d'avoir les bons processus en place afin de ne pas perdre de vue les détails et rouages de ses opérations.

Q. Peut-on voir plus de groupes de concessions en vente à l'heure actuelle ? Quelles en sont les tendances ?

Oui, la tendance continuera dans les années à venir, nous en verrons de plus en plus sur le marché – avec options de fusions stratégiques potentielles.

Q. Le goodwill est-il affecté (ou influencé) par l'achat de groupe ?

Celui-ci est basé sur chacune des opérations indépendantes, et combiné quand on regarde un groupe complet. Donc, le goodwill demeurera impacté par les tendances du marché associées à chacune des marques, ainsi que potentiellement assujetti à l'engouement d'un acheteur associé aux marques détenues par un groupe vendeur.

LES OPPORTUNITÉS AVEC DSMA.

Q. Quelles sont les dernières transactions de groupes de concessions qu'a réalisé DSMA en 2023 ?

La dernière transaction date de novembre 2023, lorsque nous avons vendu un groupe de quatre concessions automobiles Honda, une concession de motocyclettes Honda et une entreprise de location dans la grande région de Montréal. Par le passé, nous avons géré des transactions qui impliquaient des groupes avec encore plus d'opérations vendues, mais celle-ci est la plus récente.

Q. Le processus d'achat et de vente d'un groupe de concessions diffère-t-il de celui d'une unique transaction ? Si oui, en quoi ?

Oui : plus il y a d'emplacements, de compagnies opérantes et de manufacturiers différents impliqués, plus le processus nécessite une expertise approfondie afin de bien piloter le dossier et diriger les intervenants pour en arriver à une clôture de transaction dans les règles de l'art. Bien que la procédure présente des similitudes entre les transactions individuelles et celles de groupe, ces dernières impliquent la participation de plusieurs parties, engendrant ainsi une gestion plus complexe du processus – mais avec un partenaire comme DSMA, toutes les transactions, peu importe leur taille, demeurent gérées de façon professionnelle et personnelle, par l'équipe d'associés la plus expérimentée de l'industrie.



AUTEUR

FRANCOIS MCDONALD
Associé exécutif
francois.mcdonald@dsma.com



AUTEUR

KARINE L. WLASICHUK
Spécialiste marketing bilingue
karine.lw@dsma.com

CONNAISSEZ
VOTRE VALEUR.

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

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

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

DSMA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

LES CONCESSIONNAIRES SONT CONFRONTÉS À **UNE ÉVOLUTION DE LA DYNAMIQUE D'ACHAT-VENTE**

TEL QUE PRÉSENTÉ SUR : AUTOMOTIVE NEWS EXECUTIVE INSIGHTS

Après une période prolongée d'activité sans précédent, les fusions et acquisitions dans le secteur de la distribution automobile ont ralenti, et les évaluations et les bénéfices se sont tassés par rapport aux années fastes précédentes. Néanmoins, le marché reste actif en dépit de certains défis, notamment les taux d'intérêt élevés.

Face à ces incertitudes économiques, les détaillants se posent de nombreuses questions : le moment est-il encore propice à l'achat ou à la vente d'une concession ? Le retard dans l'intérêt des consommateurs pour les véhicules électriques aura-t-il un impact ? Et qu'en est-il de l'ombre menaçante d'un passage à un modèle d'agence pour la vente au détail d'automobiles ? Pour en savoir plus, Automotive News Canada s'est entretenu avec Farid Ahmad, fondateur et chef de la direction de Dealer Solutions Mergers and Acquisitions (DSMA).

Q. L'année à venir s'annonce-t-elle comme un marché d'acheteurs ou de vendeurs en matière de fusions et d'acquisitions ? Quels sont les vents contraires qui pourraient affecter l'activité des fusions et acquisitions ?

Farid Ahmad : Tout indique que 2024 sera l'année la plus équilibrée pour les acheteurs et les vendeurs. En plus d'une décennie de jumelage entre les deux parties et plus de 425 transactions plus tard, je ne pense pas avoir vu une telle chose. Des facteurs économiques tels que la hausse des taux d'intérêt, la baisse de 11% du nombre de fonds de commerce et l'instabilité des banques américaines en début d'année ont fait de cette année une année particulière. Mais le marché reste actif malgré les incertitudes qui planent. Les grands groupes automobiles continuent de se développer et les concessionnaires poursuivent leur chemin vers la retraite - ils peuvent changer la façon dont ils vendent leur héritage, mais ils le vendent quand même.

Q. Il y a près de quatre ans, les restrictions imposées par la pandémie ont réduit les stocks et les bénéfices des concessionnaires ont grimpé en flèche. Aujourd'hui, les stocks se reconstituent et les bénéfices des concessionnaires diminuent. Les concessionnaires ont-ils raté leur chance de vendre ? Ou, à l'inverse, le moment est-il encore plus propice à l'achat ?

Ahmad : Le gonflement des stocks et la hausse des taux d'intérêt ont très certainement eu un impact négatif sur la rentabilité des concessionnaires en Amérique du Nord. Des



marques comme Stellantis ont souffert plus que d'autres de l'augmentation des stocks de véhicules invendus et nous ne pouvons malheureusement pas encore tirer un trait sur cette situation. En effet, comme les fabricants reprennent la production et que les taux d'intérêt restent élevés, nous prévoyons que cette tendance se poursuivra en 2024. La question est de savoir dans quelle mesure les taux d'intérêt et l'état actuel de l'économie affecteront la décision des acheteurs d'acheter ou de louer des véhicules.

Q. L'ère de l'électrification exigera des détaillants qu'ils investissent dans leurs opérations. Mais en même temps, la transition des véhicules à moteur à combustion interne (MCI) vers les véhicules électriques (VE) semble ralentir. Quel impact cette incertitude aura-t-elle sur le rythme des fusions et acquisitions ?

Ahmad : Il est certain que les VE risquent d'affaiblir les valorisations des entreprises dans les années à venir, ce qui amène de nombreux concessionnaires à se demander s'ils ne devraient pas vendre plus tôt que prévu. Cependant, le mouvement mondial en faveur d'un passage permanent aux VE ne ralentit pas.

> **"Le marché reste actif malgré les incertitudes qui se profilent ; les grands groupes automobiles continuent de se développer et les concessionnaires poursuivent leur chemin vers la retraite."**

J'ai remarqué que cette demande croissante des équipementiers pour stimuler les ventes de VE a inquiété un grand nombre de concessionnaires, car l'Amérique du Nord n'est pas encore tout à fait prête à les servir. Les clients se méfient également du manque de stations de recharge en état de marche, des modèles plus chers et de l'anxiété liée à leur autonomie, de sorte qu'ils continuent à choisir des véhicules à moteur à combustion interne plutôt que des modèles électriques. D'un autre côté, les équipementiers incitent les concessionnaires à remplir leurs parcs de leurs derniers véhicules électriques, ce qui crée un déséquilibre préoccupant.

L'accumulation croissante des stocks de VE dans de nombreux concessionnaires Ford aux États-Unis est stupéfiante et je m'attends à ce qu'elle se poursuive dans les mois à venir.

Sur une note plus légère, DSMA représente Vicinity Motor Corp (VMC), l'un des seuls fabricants de camions commerciaux de classe 3 et 5 dans le monde des véhicules électriques à disposer d'un stock sur le terrain. Alors que nous recherchons d'autres partenariats potentiels avec des concessionnaires, nous avons été agréablement surpris par le niveau d'intérêt. Avec l'augmentation généralisée des prix, c'est le transport routier qui a le plus besoin d'attention en termes de réduction des coûts - et c'est là que nous entrons en jeu. Ainsi, selon le produit, je constate un mélange de réticence et d'espoir.

Q. Les détaillants et les consommateurs ressentent les effets de la hausse des taux d'intérêt sous la forme d'une diminution des bénéfices et d'une augmentation des prix. Comment cela affectera-t-il les fusions et acquisitions au cours de l'année prochaine et au-delà ?

Ahmad : C'est la question à un million de dollars. En ce qui concerne la hausse des taux d'intérêt, nous devrons attendre de voir comment ils évolueront en 2024. Mais je prévois que les fabricants mettront en place divers programmes d'incitation pour compenser les pertes qu'ils ont subies. Ces programmes permettront au marché des fusions et acquisitions de rester relativement dynamique en attendant que la situation se stabilise.

Q. Qu'est-ce qu'un négociant doit prendre en compte lorsqu'il décide d'acheter et de cultiver ou de vendre et de partir ?

Ahmad : Il y a tellement de facteurs à prendre en compte qu'il me faudrait une page entière ! Cependant, si je devais réduire les choses, je pense que les acheteurs et les vendeurs devraient chacun prendre en compte deux choses :

Si les acheteurs veulent vraiment une concession, ils ne doivent pas s'attarder sur les petites choses - il n'est pas nécessaire de se disputer sur le prix des ampoules ou de la peinture. Il faut garder à l'esprit la situation dans son ensemble. Deuxièmement, ils doivent s'assurer que leur offre est claire et simple à lire - moins il y a de conditions, mieux c'est.

Les vendeurs doivent s'assurer que leurs livres et leurs installations sont en ordre, des états financiers jusqu'aux véhicules d'occasion qui se trouvent sur la ligne de front de votre entreprise. Plus les livres sont propres, moins ils auront de maux de tête lors de la phase de diligence de la transaction. Ce faisant, ils réduisent également la probabilité d'une renégociation au stade de l'accord d'achat. En outre, les vendeurs doivent bien comprendre le montant qu'ils sont prêts à payer. En règle générale, c'est ce montant que les vendeurs ne comprennent pas, qui les empêche d'évaluer ce qu'il leur restera après la conclusion de l'opération.

Q. De nombreux changements affectent le secteur de la vente au détail : les processus de vente omnicanaux, la pénurie de talents et le modèle d'agence de la vente au détail, où le constructeur automobile et non le concessionnaire est le détaillant. Comment cela doit-il être pris en compte dans les décisions d'achat ou de vente d'un détaillant ?

Ahmad : La seule constante dans l'industrie automobile est le changement. Je pense honnêtement que les concessionnaires sont les meilleurs entrepreneurs du monde - ils savent comment pivoter et s'adapter rapidement. Alors oui, je considère certaines des questions que vous soulevez comme des défis, certains étant plus importants que d'autres. Toutefois, je dirais simplement que si ces questions vous préoccupent, c'est le moment ou jamais d'encaisser vos jetons.

Q. S'il est vrai que les défis présentent aussi des opportunités, quelles sont les possibilités de fusions et d'acquisitions que les détaillants automobiles devraient rechercher pour faire face aux défis anticipés dans l'année à venir ?

Ahmad : Il est certain que celles-ci offrent des opportunités. Je pense que les organisations qui maîtrisent le mieux la technologie, qui ont engagé plusieurs niveaux de gestion de la qualité et qui entretiennent des relations étroites avec leurs fabricants seront les grandes gagnantes de cette période d'incertitude. Quant à celles qui ne sont pas aussi bien préparées, elles devraient rechercher les bonnes occasions de se retirer du secteur, peut-être en engageant un partenaire plus jeune qui pourra prendre la relève lorsqu'elles seront prêtes à prendre leur retraite, ou en cherchant le bon acheteur. Un bon exemple est le mouvement croissant des groupes automobiles qui étendent actuellement leurs portefeuilles dans des zones plus rurales. Les concessionnaires qui ne sont pas situés dans des zones très fréquentées devraient envisager de s'adresser à des groupes plutôt qu'à des particuliers pour avoir de meilleures chances de vendre.



INTERVIEWÉ

FARID AHMAD
Directeur général
farid@dsma.com

AUTEUR

AUTOMOTIVE NEWS CANADA

ELECTRIFIEZ
VOTRE MARCHÉ



ET DEVENEZ
DISTRIBUTEUR DÈS AUJOURD'HUI !
DE NOUVEAUX POINTS D'OUVERTURE EN AMÉRIQUE DU NORD SONT DISPONIBLES.

Contactez-nous pour plus d'informations:
Peter Porteous
Directeur Développement Réseau
peter.porteous@dsma.com

Rick Kingdon
Directeur Développement Réseau
rick.kingdon@dsma.com

DSMA
NOTRE ÉQUIPE. VOTRE RÉUSSITE.

Partenaire stratégique exclusif

FAIRE CARRIÈRE DANS LE MONDE DES FUSIONS ET **ACQUISITIONS AUTOMOBILES**



En tant que Directrice des ressources humaines et de la stratégie d'entreprise chez DSMA, j'ai le privilège de diriger la stratégie de croissance de notre personnel, qui joue un rôle essentiel dans l'élaboration des fondements mêmes de notre organisation.

Dans un marché niche comme celui des fusions et acquisitions automobiles, trouver des personnes talentueuses qui non seulement possèdent les compétences nécessaires, mais s'alignent également sur notre culture d'entreprise, peut s'avérer un exercice difficile. Ce défi est d'autant plus important que la concurrence est faible dans un secteur spécialisé, ce qui rend les compétences et l'expérience d'autant plus délicates à trouver.

Pour y voir plus clair, décomposons le rôle d'un associé en fusions et acquisitions dans l'industrie automobile.

Tout d'abord, nos vendeurs professionnels de première ligne sont l'élément vital de notre organisation, car ils sont à l'origine de la dynamique d'achat-vente qui définit notre secteur et propulse le succès de notre entreprise. Ils agissent en tant qu'intermédiaires entre l'acheteur et le vendeur, facilitant la transaction des entreprises automobiles. Ils doivent être attentifs aux tendances du marché, avoir une connaissance approfondie des activités des concessionnaires et posséder des compétences interpersonnelles exceptionnelles pour naviguer dans le paysage complexe des négociations.

Le succès dans cet environnement dynamique et rapide repose sur la combinaison d'une connaissance du marché et d'une compréhension approfondie du paysage automobile. En outre, vous devez être reconnu comme quelqu'un qui respecte la confidentialité et qui a un haut niveau d'intégrité - après tout, ce sont les relations que vous établissez qui détermineront votre destin dans ce secteur.

Nous avons demandé à certains de nos associés spécialisés dans les fusions et acquisitions, qu'ils soient nouveaux ou vétérans, de nous faire part de leur expérience. Darren, un nouveau membre de notre équipe qui vient de conclure sa première transaction, nous a expliqué pourquoi il a décidé de quitter son emploi chez un équipementier pour rejoindre DSMA. Il a déclaré : "Honnêtement, je ne cherchais pas, mais lorsque j'ai découvert l'entreprise et le poste, j'ai été intrigué par mon potentiel de réussite. L'emploi semblait être un défi intéressant et j'étais impatient de voir comment je pourrais utiliser mes relations d'industrie pour servir mes clients différemment. Je n'ai jamais regardé en arrière depuis."

D'autre part, Lev, qui travaille avec nous depuis plusieurs années, a souligné l'importance du travail d'équipe. "Notre équipe opérationnelle est la meilleure dans l'industrie et nous n'aurions pas autant de succès sans celle-ci. Elle s'occupe de tout ce qui se passe en coulisses et veille à ce que nos transactions se déroulent sans heurts. C'est un effort de collaboration qui nous distingue vraiment des autres.

Pour ceux qui envisagent une carrière dans les fusions et acquisitions automobiles, il est essentiel de comprendre ce que nous appelons "le bon, la brute et le truand". Chaque poste comporte ses défis et celui-ci ne fait pas exception. Parmi les avantages, citons la possibilité de travailler dans un créneau spécialisé et en pleine expansion, le potentiel de transactions lucratives et la satisfaction de jouer un rôle crucial en travaillant avec les concessionnaires pour les aider à se retirer de leur activité ou à la développer par le biais d'acquisitions. Cependant, les inconvénients comprennent les défis inhérents à la navigation dans un cycle de vente complexe et plus long, sans parler de la pression de répondre aux attentes des clients et de jongler avec plusieurs priorités tout au long de la journée - ce n'est pas pour les âmes sensibles.

Voici quelques conseils utiles si vous envisagez une carrière dans les fusions et acquisitions automobiles.

5 ASTUCES POUR LES FUTURS PROFESSIONNELS DE LA VENTE QUI SOUHAITENT ENTRER DANS LE MONDE DES FUSIONS ET ACQUISITIONS DU SECTEUR AUTOMOBILE :

1. Recherche approfondie : il est essentiel d'avoir une solide connaissance du marché et de l'industrie.

2. Développer ses compétences interpersonnelles : la réussite dans ce domaine dépend fortement de l'établissement et de l'entretien des relations. Une communication efficace et des compétences en matière de négociation sont primordiales.

3. Accepter le changement: le paysage des fusions et acquisitions dans le secteur automobile est en constante évolution. La capacité d'adaptation et l'ouverture au changement sont des qualités fondamentales pour réussir.

4. Construire un réseau : établir des relations au sein de l'industrie. Un réseau solide peut ouvrir la voie à des opportunités et des partenariats précieux.

5. Rechercher l'expérience des concessionnaires : l'apprentissage auprès de professionnels expérimentés peut vous apporter des connaissances inestimables et accélérer votre croissance dans ce domaine.

En conclusion, le monde des fusions et acquisitions dans le secteur automobile n'est pas pour les faibles, mais pour ceux qui ont du cran, qui sont passionnés par le secteur, qui s'engagent à apprendre en permanence et qui sont capables de mener à bien des négociations. Si vous avez ce qu'il faut, cette carrière peut être extrêmement gratifiante.

Notre cabinet s'épanouit grâce à la diversité de ses talents et nous nous réjouissons d'accueillir des personnes qui partagent notre volonté d'excellence en matière de fusions et d'acquisitions dans le secteur automobile.



AUTEUR

JESSI KESSEL
Responsable de l'acquisition, de la formation et du dév. des talents
jessi.kessel@dsma.com

PRÉVISIONS POUR LE MARCHÉ DES FUSIONS **ET ACQUISITIONS DE CONCESSIONS EN 2024**

TEL QUE PRÉSENTÉ SUR : CBT NEWS DRIVING SOLUTIONS

Le marché des fusions et acquisitions de concessions a fait preuve d'une incroyable résilience dans l'économie postpandémique, ne se laissant pas décourager par la hausse des taux d'intérêt et la fluctuation de la demande. D'un autre côté, le paysage de l'achat-vente est sujet à des changements rapides, ce qui rend difficile la réponse à la question : est-ce le bon moment pour vendre ?

Nous sommes ravis de mettre en lumière un épisode récent de Driving Solutions, dans lequel Farid Ahmad, président-directeur général de DSMA (Dealer Solutions Mergers and Acquisitions), s'est exprimé. Farid parle de la résilience du marché des fusions et acquisitions dans l'économie postpandémique et fournit des informations précieuses pour naviguer le paysage de l'achat-vente au milieu d'un changement rapide.

ÉLÉMENTS CLÉS :

1. M. Ahmad rapporte que 2023 a été une très bonne année pour le marché des fusions et acquisitions des concessions, mais qu'elle a également présenté de nombreux défis pour les acheteurs et les vendeurs.

2. Le paysage bancaire et des prêts s'est notamment compliqué, en particulier en ce qui concerne le financement des fonds de commerce. Bien que les acheteurs aient pu obtenir un financement pour des magasins ayant une valeur élevée tout au long de l'année 2022, les banques ont commencé à approuver de moins en moins de ces prêts au cours de l'année 2023. M. Ahmad note que les constructeurs automobiles sont également devenus plus sélectifs dans le processus d'approbation des acheteurs, signe d'une prudence accrue à l'égard du marché des fusions et acquisitions.

3. Pour les acheteurs qui souhaitent contourner ces difficultés, M. Ahmad recommande de rechercher des vendeurs qui incluront les biens immobiliers dans leur achat -cela permet d'obtenir un financement supplémentaire de la part des prêteurs. Une autre stratégie consiste à demander une reprise par le vendeur (VTB), une stratégie qui, selon M. Ahmad, a été utilisée dans un nombre anormalement élevé de contrats sur le marché des fusions et acquisitions en 2023. Dans ce scénario, les acheteurs demandent aux vendeurs de leur prêter suffisamment de liquidités pour couvrir une partie de l'achat, avec la promesse que les fonds seront remboursés intégralement avec intérêts.

4. Les concessions Chrysler, General Motors et Ford sont celles qui ont été le plus vendues en 2023, ce qui est prévisible compte tenu de la taille de chaque franchise. Cependant, un nombre surprenant d'acheteurs s'est également tourné vers les magasins Honda et Volkswagen, les plaçant dans le top 5. Les vitrines Hyundai et Kia se vendent également pour des sommes considérables, bien qu'Ahmad note que leur valeur varie d'un marché à l'autre.

5. En 2024, M. Ahmad pense que les taux d'intérêt baisseront, ce qui a historiquement accéléré l'activité dans le paysage des fusions et acquisitions de concessions. Cependant, l'optimisme des banques dans les mois à venir dépend de divers facteurs externes, notamment les conflits internationaux et le marché de l'immobilier.

6. Un nombre croissant d'acheteurs de concessions s'étendent au Canada, où des groupes tels que Lithia Motors ont réalisé des gains impressionnants. Ahmad s'attend à ce que cette tendance aux fusions-acquisitions se poursuive tout au long de 2024, compte tenu de la taille du marché automobile du pays.

Pour l'épisode complet, visitez le site web de CBT News.



> "Nous avons atteint un plateau ; 2023, à mon avis, était une année de plateau, et maintenant la seule façon dont la plupart de ces multiples doivent aller, c'est vers le bas, mais toutefois pas de façon dramatique."



AUTEUR

FARID AHMAD
Directeur général
farid@dsma.com



AUTEUR

JIM FITZPATRICK
CBT News



AUTEUR

COLIN VELEZ
CBT News

À l'origine écrit par Colin Velez, avec des efforts de collaboration de l'équipe marketing de DSMA.

DSMA ÉTEND SA PRÉSENCE MONDIALE GRÂCE À UN **PARTENARIAT STRATÉGIQUE AVEC UHY HACKER YOUNG**

DSMA, l'une des principales sociétés de fusions et acquisitions dans le secteur automobile basée en Amérique du Nord, a le plaisir d'annoncer son expansion sur le marché européen grâce à un partenariat stratégique avec UHY Hacker Young, le principal acteur des fusions et acquisitions au Royaume-Uni, spécialisé dans les transactions de concessions.

En tant que société de fusions et acquisitions automobiles à la croissance la plus rapide en Amérique du Nord, DSMA a fermement établi sa présence avec des bureaux régionaux stratégiquement situés à Calgary, AB, Chicago, IL, Las Vegas, NV, Montréal, QC, Nashville, TN, New York, NY, Scottsdale, AZ, St. John's, T.-N., et Vancouver, C.-B. Notre portée étendue est complétée par une représentation associée dans chaque état et province, ce qui permet à DSMA d'offrir une expertise locale et un service personnalisé aux clients qui recherchent un soutien inégalé dans le paysage dynamique de l'industrie automobile.

L'établissement de ce partenariat est né de la nécessité reconnue d'une connexion de l'autre côté de l'Atlantique, en raison d'un historique notable d'acquisitions transatlantiques impliquant des concessionnaires au Royaume-Uni. La décision de former cette collaboration est le résultat d'une recherche et d'une analyse approfondies, visant à répondre à la demande d'un pont reliant les marchés automobiles nord-américain et européen et au-delà.

Farid Ahmad, fondateur et PDG de DSMA, a exprimé son enthousiasme à l'égard de ce partenariat : "Nous sommes très heureux de ce partenariat qui permettra aux clients de DSMA et d'UHY d'avoir un meilleur accès aux opportunités internationales, en ouvrant les marchés nord-américain et européen".

David Kendrick, PDG de UHY Hacker Young, a déclaré : "Le marché international a été extrêmement actif au cours de la dernière décennie, avec de nombreux groupes automobiles mondiaux entrant sur le marché britannique, ainsi que des investisseurs européens et du Moyen-Orient envisageant des opportunités aux États-Unis et au Canada. Ce partenariat stratégique entre UHY et DSMA ouvre de grandes perspectives pour soutenir davantage ce domaine en pleine croissance du marché".

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU PARTENARIAT :

1. Opportunités transfrontalières : Les clients de DSMA auront accès à des opportunités d'acquisition de concessions hautement confidentielles sur le marché européen, en particulier au Royaume-Uni, grâce à l'expertise et au réseau de UHY Hacker Young.

2. Portée internationale : Les clients de UHY Hacker Young auront la possibilité d'explorer et de s'engager dans des transactions de concessions en Amérique du Nord, en tirant parti de la vaste expérience et de la présence de DSMA dans la région.

3. Des avantages globaux : Le partenariat vise à créer une relation symbiotique, où les deux groupes de clients bénéficient d'un meilleur accès aux transactions internationales, favorisant ainsi la croissance et l'expansion de l'industrie automobile dans le reste du monde.

Dans le cadre de cette collaboration, DSMA encourage les acheteurs à explorer les possibilités offertes par le marché britannique, tandis que les acheteurs internationaux auront accès aux concessions nord-américaines. Ce partenariat ouvre la voie à un échange harmonieux de connaissances, de ressources et d'opportunités entre deux sociétés leaders dans le domaine des fusions et acquisitions.

À PROPOS DE UHY HACKER YOUNG :

UHY Hacker Young, membre éminent du réseau comptable mondial UHY Hacker Young International, propose un large éventail de services d'audit, de comptabilité et de conseil aux entreprises. Les clients bénéficient de conseils techniques spécialisés, couvrant la planification fiscale internationale, les transactions complexes en matière de TVA, les processus de collecte de fonds et le soutien aux entreprises en difficulté. Faisant partie du groupe des 20 premiers experts-comptables britanniques de UHY International, fondé à Londres en 1925, UHY Hacker Young dispose d'une équipe de 100 associés et de 640 professionnels répartis dans 23 bureaux au Royaume-Uni. En tant que cabinet distingué spécialisé dans les transactions de fusions et d'acquisitions, UHY Hacker Young se concentre sur la prestation de conseils d'experts et la facilitation de transactions réussies, en particulier dans le secteur automobile, ce qui en fait un partenaire de confiance pour les entreprises qui cherchent à croître et à s'étendre sur le marché britannique.

"Le marché international a été extrêmement actif au cours de la dernière décennie, avec de nombreux groupes automobiles mondiaux entrant sur le marché britannique, ainsi que des investisseurs européens et du Moyen-Orient envisageant des opportunités aux États-Unis et au Canada."



CONFLITS D'INTÉRÊTS DANS **LE MONDE DES FUSIONS ET ACQUISITIONS**

Alors que nous entrons dans un marché d'acheteurs de fusions et d'acquisitions automobiles, la transparence et l'équité sont primordiales. Les associés se voient confier des informations sensibles et ont le devoir de mener des études de marché approfondies, d'analyser les risques potentiels et de fournir des conseils avisés à leurs concessionnaires.

Je suis convaincue que la conduite éthique et la confidentialité sont à la base de la réussite des transactions et j'espère faire la lumière sur une question cruciale dans notre secteur d'activité.

À DSMA, nous sommes fiers du fait que nous ne facturons des frais que d'un seul côté de la transaction. En d'autres termes, seul le vendeur OU l'acheteur paiera nos honoraires après la conclusion d'une transaction.

Malheureusement, d'autres cabinets de fusions et acquisitions estiment qu'il est approprié de facturer des honoraires aux deux parties.

Si l'on analyse cette situation, on constate qu'il existe un conflit d'intérêts potentiel lorsqu'un associé facture les deux parties de la transaction. Cette pratique, communément appelée "dual agency", présente un conflit important qui sape les fondements-mêmes d'une transaction juste et équitable. Les associés doivent fournir des informations complètes et précises sur la transaction, les frais et les conditions de l'opération.

En représentant à la fois l'acheteur et le vendeur tout en percevant des honoraires de chaque partie, les associés se trouvent à cheval sur une ligne précaire, car ce double rôle soulève des questions éthiques qui ne peuvent être ignorées.

Ce n'est un secret pour personne que les associés en fusions et acquisitions jouent un rôle essentiel dans la facilitation des transactions, en mettant en contact les acheteurs et les vendeurs dans le cadre d'opérations complexes. Toutefois, lorsqu'un associé représente les deux parties, il peut compromettre l'intégrité de la transaction de différentes manières.

Tout d'abord, lorsqu'un associé est en mesure de tirer un profit financier des deux parties de la transaction, ses motivations sont faussées. Plutôt que de privilégier les intérêts de ses clients, il peut être tenté de maximiser ses propres gains financiers. Cela peut conduire à des conseils biaisés, à du favoritisme ou, en fin de compte, à une transaction compromise.

La perte de confiance compromet également l'intégrité de la transaction, celle-ci étant à la base de toute relation commerciale fructueuse. Ainsi, si les participants à l'achat et à la vente ont l'impression que l'associé sert leurs propres intérêts au lieu d'agir en tant que facilitateur impartial, la confiance s'en trouve ébranlée et l'opération n'est plus crédible. Ce manque de confiance peut en fin de compte faire échouer les négociations et compromettre l'ensemble de la transaction.

Si la confiance et les négociations ont déjà été menacées, les défis liés à la résolution des conflits deviennent pertinents. En cas de différend ou de dispute au cours de la négociation (ce qui peut arriver), comment un associé représentant les deux parties peut-il arbitrer le conflit de manière équitable ? Son double rôle crée une impression de partialité, ce qui rend difficile la résolution des problèmes et la conclusion d'accords mutuellement bénéfiques.

Pour préserver l'intégrité des transactions de fusion et d'acquisition dans le secteur automobile et faire respecter les normes éthiques, il est essentiel d'atténuer les conflits d'intérêts dans la mesure du possible. Un moyen efficace d'y parvenir est de veiller à ce que les associés représentent exclusivement soit l'acheteur, soit le vendeur et à ce qu'ils divulguent d'emblée tout conflit potentiel.

Malheureusement, la double représentation n'est pas une pratique de courtage inhabituelle dans notre secteur.

DSMA s'engage à respecter les normes éthiques les plus strictes dans le cadre de ses services de conseil en matière de fusions et acquisitions, et nous pensons qu'il existe une obligation de loyauté. Cela signifie que nous agissons avec un dévouement inébranlable pour obtenir des résultats favorables pour nos associés en maintenant la transparence, l'équité et l'intégrité à chaque étape du processus de négociation. Nous nous efforçons d'instaurer la confiance, de favoriser des relations positives et d'obtenir des résultats fructueux.

Continuons à élever les normes de professionnalisme dans l'industrie automobile et travaillons ensemble pour créer un marché qui valorise l'intégrité et la transparence. Ce n'est qu'en respectant notre obligation fiduciaire à l'égard de nos clients que nous pourrons véritablement atteindre l'excellence.



AUTEUR
KATIE NAUGHTON
Vice-présidente
katie.naughton@dsma.com

LE SEUL CABINET
QUI DÉFEND EXCLUSIVEMENT VOS INTÉRÊTS.



À DSMA, nous nous engageons à respecter les normes éthiques les plus strictes dans nos services de conseil en fusions et acquisitions.

DSMA assure une représentation unilatérale dans votre plus importante transaction juridique. **Garanti.**

Engagez DSMA.

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

DSMA
NOTRE ÉQUIPE, VOTRE RÉUSSITE.

NADA **2024**

DSMA REVIENT SUR SA PARTICIPATION RÉUSSIE AU SALON NADA 2024 À LAS VEGAS.

Le Salon NADA 2024 a réuni plus de 23 000 concessionnaires, dirigeants de manufacturiers, membres de l'industrie alliée et invités internationaux pour quatre jours d'éducation, de réseautage, de réunions de franchises de concessionnaires et d'événements au Las Vegas Convention Centre, à Las Vegas, Nevada. Avec un agenda complet de réunions individuelles avec des concessionnaires désireux de vendre leurs magasins dans l'année à venir, l'équipe DSMA était ravie de faire partie du salon. Nous avons organisé notre première réception VIP où nous avons présenté le tout nouveau Rapport d'Intelligence Automobile DSMA avec les prévisions de l'industrie pour 2024, des informations sur les tendances actuelles en matière de fusions et acquisitions, les dernières opportunités d'acquisition et les multiples de Goodwill en Amérique du Nord. Plus de 350 principaux concessionnaires, propriétaires/exploitants, comptables, avocats, partenaires et amis du secteur des fusions et acquisitions, représentant à la fois les États-Unis et le Canada, étaient présents à l'événement Loft, avec une abondance de cocktails, d'amuse-gueules, de divertissements et de vues imprenables sur le Strip de Las Vegas et les fontaines d'eau du Bellagio. C'était une occasion sans précédent de réseautage, de collaboration et de partage de connaissances, renforçant l'engagement de DSMA à favoriser des liens significatifs au sein du secteur automobile. Tout au long de la soirée, les invités ont participé aux dernières discussions de l'industrie, échangé des informations précieuces et noué de nouveaux partenariats, consolidant ainsi la position de DSMA en tant qu'acteur majeur dans le domaine des fusions et acquisitions. DSMA exprime sa sincère gratitude à tous ceux qui nous ont rejoints pour la soirée VIP et ont contribué à son succès. Nous sommes impatients de capitaliser sur cette dynamique et de continuer à être le leader des cabinets d'achat-vente en Amérique du Nord.

















FARID AHMAD, DE DSMA, RECONNU COMME **CHAMPION NOTABLE DE LA DIVERSITÉ PAR AUTOMOTIVE NEWS**

Le programme “Notable Champions of Diversity in Automotive” (Champions notables de la diversité dans l’industrie automobile) reconnaît les cadres qui ont démontré leur engagement à améliorer la diversité, l’équité et l’inclusion sur le lieu de travail et au sein de leurs communautés.

En tant que fier Canadien d’origine pakistanaise, Farid se consacre à la promotion, au développement et à la mise en œuvre de stratégies et d’initiatives en matière de diversité, d’équité et d’inclusion (DEI) au sein de DSMA. Son objectif est de contribuer à la croissance d’une représentation diversifiée dans l’industrie automobile et de favoriser un lieu de travail diversifié et inclusif, en prenant toutes les mesures mesurables pour garantir le succès.

L’un des aspects essentiels dont Farid est fier est la diversité des équipes de DSMA : avec 57 membres, les femmes représentant 50% de l’équipe de direction et avec une représentation de plus de 20 pays différents, DSMA apprécie grandement les perspectives et les expériences uniques apportées par des individus d’origines diverses.

Farid s’engage activement dans la promotion de la diversité et de l’inclusion au-delà de DSMA. Il a établi un partenariat significatif avec le Georgian College, démontrant l’engagement de l’entreprise à soutenir les étudiants qui poursuivent une carrière dans l’industrie automobile. DSMA est la seule société de fusions et acquisitions dans le secteur automobile à offrir une bourse aux étudiants qui reçoivent un prix annuel pour la diversité. Ce prix de la diversité s’adresse spécifiquement aux étudiants qui s’identifient comme femmes, noirs ou indigène, et offre un soutien financier et des encouragements à ceux qui sont historiquement sous-représentés dans ce domaine. En investissant dans l’éducation et l’autonomisation de talents divers, DSMA façonne un avenir plus inclusif pour l’industrie automobile.

En tant que membre de National Association of Minority Auto Dealers (NAMAD) aux États-Unis et partenaire d’Accelerate Auto au Canada, Farid a été reconnu comme un fervent défenseur de la diversité et de l’équité dans l’industrie automobile. Il a également été conférencier pour NAMAD à de nombreuses reprises, partageant son expertise et ses idées pour inspirer des changements positifs au sein de l’industrie.

En outre, DSMA est fière de soutenir des initiatives caritatives, en particulier “The Hope of Life”, une importante organisation caritative mondiale. Depuis 30 ans, cette organisation apporte une aide humanitaire aux communautés démunies du Guatemala. Grâce à des initiatives axées sur l’autonomisation, l’éducation et les soins de santé, The Hope of Life a permis à d’innombrables femmes de s’épanouir, en leur fournissant les outils et les ressources nécessaires pour créer un avenir meilleur pour elles-mêmes et leurs familles. En s’associant à cette remarquable organisation caritative, Farid et DSMA illustrent leur engagement à faire une différence positive non seulement au sein de leur organisation, mais aussi dans les communautés du monde entier.





“À DSMA, nous considérons la diversité comme un impératif stratégique. Non seulement est-ce la bonne direction à prendre, mais c’est aussi dans l’intérêt de nos clients. Lorsque j’ai décidé de créer cette entreprise, je me suis donné pour mission d’offrir à nos clients le meilleur service possible - et pour faire le meilleur travail possible, il faut les meilleurs employés.

Notre équipe, composée de personnes de couleur comme moi, de femmes cadres et de membres de l’équipe de tous âges, n’est peut-être pas ce que l’on attend dans notre secteur, mais nos résultats ne le sont pas non plus. Et c’est un point dont je suis extrêmement fier.

Je tiens à féliciter les nombreux concessionnaires qui commencent à s’intéresser à cette question importante. Quelle que soit l’étape de votre parcours en matière de diversité, vos efforts contribuent à faire de l’automobile un secteur plus fort pour tous.”

- Farid Ahmad, fondateur et PDG de DSMA

LES MULTIPLES DE **GOODWILL NORD-AMÉRICAINS**

ÉCHELONS DES MULTIPLES ACTUELS PAR MARQUE

De nombreux facteurs influencent le multiple de Goodwill réel obtenu lors de la vente d'une concession ou d'un groupe. Les valeurs présentées ici sont une moyenne basée sur les performances actuelles et les tendances économiques à travers les États-Unis et le Canada.

Il est également important de comprendre que la seule manière de connaître le potentiel du multiple de Goodwill pour votre concession est de faire évaluer votre entreprise par un CPA professionnel qui comprend vraiment l'industrie automobile.

DSMA a évalué plus de 1700 concessions au cours des dernières années et est la principale source d'évaluation de concessions automobiles en Amérique du Nord.

Les banques, les institutions financières, les fabricants et les concessionnaires comme vous font confiance aux évaluations de DSMA.

Si vous souhaitez connaître le multiple de Goodwill de votre entreprise, appelez DSMA en toute confidentialité au 833.650.4188. Demandez à parler à votre expert local en évaluation.

Données présentées par :

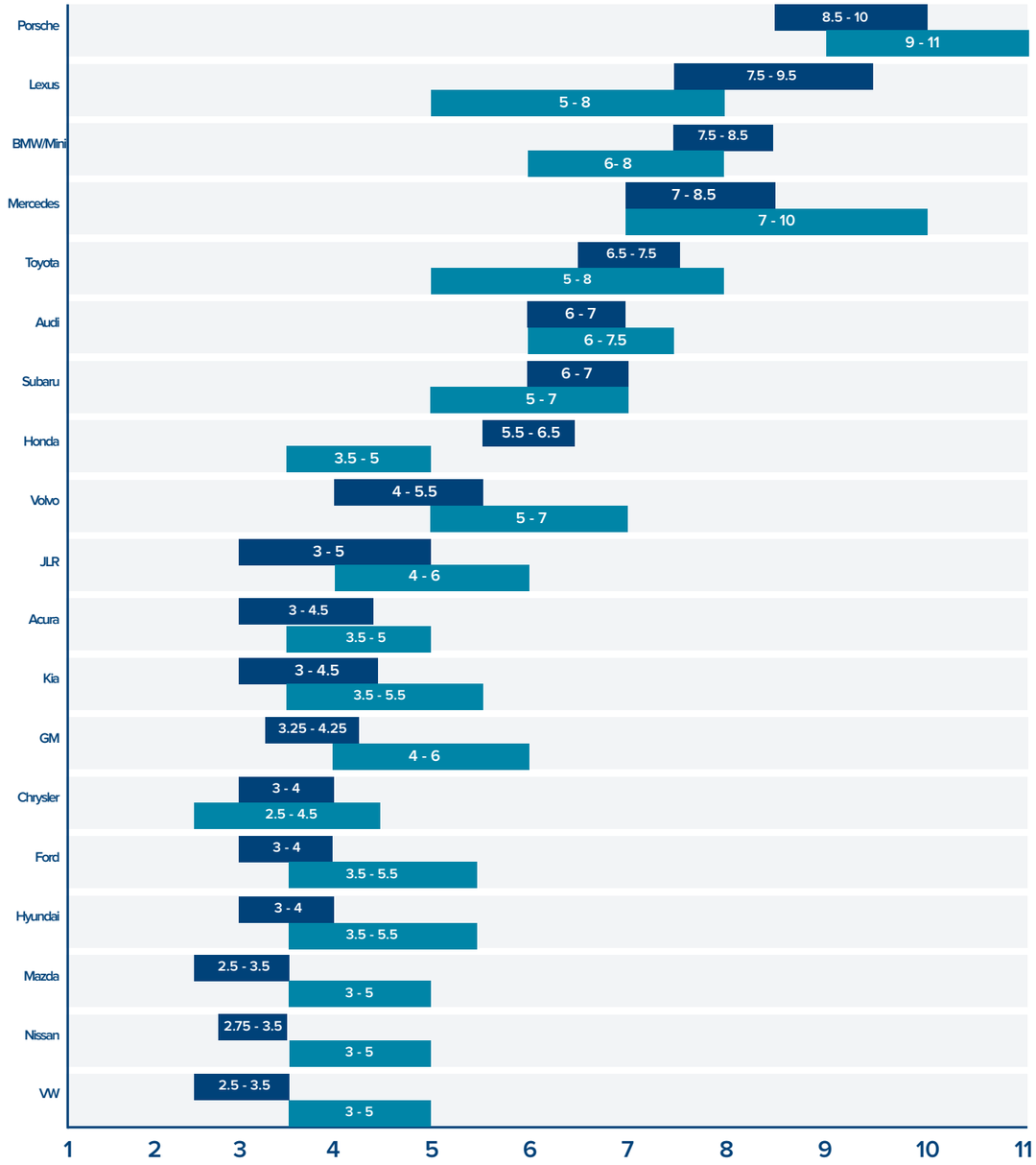
QUOTUS
DONNÉES FINANCIÈRES. RÉSULTATS INTELLIGENTS.

QUOTUS est la plateforme analytique de premier plan en Amérique du Nord. Elle s'appuie sur 1,5 million de points de données qualitatives et quantitatives, permettant ainsi aux concessionnaires, aux institutions financières et aux manufacturiers d'extraire et d'analyser facilement des données comparables actuelles du secteur automobile.



Multiple É.-U. Multiple CAN

Les multiples indiqués sont des Bénéfices Avant Impôts (BAI). Les barres colorées représentent les plages minimale et maximale actuelles de Goodwill. Le bleu foncé représente les multiples américains. Le bleu clair représente les multiples canadiens. Toutes les données de valorisation DSMA et de Goodwill sont basées sur des données financières normalisées pour garantir que les comparaisons sont valides d'une marque à l'autre.



DÉCOUVREZ CE QUI
PROPULSE VOTRE CONCESSION.

Procéder à une évaluation régulière de votre entreprise équivaut à effectuer un diagnostic automobile de votre véhicule.

Optimisez la performance de votre concession en obtenant une évaluation dès aujourd'hui.

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

DS MA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

ACHETEZ ET
VENDEZ AVEC
CONFIANCE

L'ÉQUIPE **EXÉCUTIVE**



FARID AHMAD
Directeur général
farid@dsma.com



MAXIME THÉORÊT, CPA
Directeur associé
maxime@dsma.com



JOHN CHISHOLM
Vice-président commercial, Canada
john.chisholm@dsma.com



ANDY CHURCH
Vice-président, Sud-est, É.-U.
andy@dsma.com



JENNIFER RAFAEL
Vice-présidente, Mid-ouest, É.-U.
jennifer.rafael@dsma.com



KYLE CHASE
Vice-président, Sud-ouest, É.-U.
kyle.chase@dsma.com



ERIC LEVITT
Vice-président, Centre-ouest, É.-U.
eric.levitt@dsma.com



KATIE NAUGHTON
Vice-présidente, Centre-ouest, É.-U.
katie.naughton@dsma.com



ETIENNE DEMEULES, CPA
Directeur financier & évaluations
etienne.demeules@dsma.com



SANDRA LIEM
Directrice marketing
sandra.liem@dsma.com



JESSI KESSEL
Responsable de l'acquisition, de la formation et du dév. des talents
jessi.kessel@dsma.com



ANTHONY CODISPOTI, CPA
Directeur évaluations/services F&A
anthony.codispoti@dsma.com



VERONIQUE BOUCHER
Gestionnaire, technologie de l'information et processus
veronique.boucher@dsma.com



CARMEN MARTIN
Adjointe de direction et cadre responsable des ressources humaines
carmen.martin@dsma.com

L'ÉQUIPE DES ASSOCIÉS **DU CANADA**



CANADA
JOHN CHISHOLM
Vice-président commercial
john.chisholm@dsma.com



C. BRITANNIQUE
RICK KINGDON
Associé exécutif
rick.kingdon@dsma.com



OUEST
JEFF RENAUD
Associé exécutif
jeff.renaud@dsma.com



ONTARIO
LEV KOWALSKY
Associé exécutif
lev.kowalsky@dsma.com



ATLANTIQUE
KEVIN LESLIE
Associé exécutif
kevin.leslie@dsma.com



ONTARIO
DARREN SAVAGE
Associé fusions & acquisitions
darren.savage@dsma.com



ONTARIO
JOHN RAYMOND
Associé fusions & acquisitions
john.raymond@dsma.com



ONTARIO
ROB MACKENZIE
Associé fusions & acquisitions
rob.mackenzie@dsma.com



OUEST
DEAN PEZDERIC
Associé fusions & acquisitions
dean.pezderic@dsma.com



QUÉBEC
FRANCOIS MCDONALD
Associé exécutif
francois.mcdonald@dsma.com



QUÉBEC
MANON MESSIER
Associée exécutive
manon.messier@dsma.com



QUÉBEC
MÉLISSA SAMATAS
Associée fusions & acquisitions
melissa.samatas@dsma.com



QUÉBEC
GRACIELLE SILLS
Associée fusions & acquisitions
gracielle.sills@dsma.com



CANADA
PHILIP PAYNE
Associé fusions & acquisitions, carrosserie
philip.payne@dsma.com



CANADA
DIANE DESILVA
Spécialiste du soutien commercial
diane.desilva@dsma.com



CANADA
WENDY DURWARD
Dir. gestion des acquisitions
wendy.durward@dsma.com



VMC
PETER PORTEOUS
Dir. développement réseau
peter.porteous@dsma.com

ÉQUIPE **SERVICES ESSENTIELS**



MAXIM GINSBURG
Gestionnaire marketing
maxim.ginsburg@dsma.com



XANA HODGSON
Responsable marketing sénior
xana.hodgson@dsma.com



RICO MARQUES
Graphiste
rico.marques@dsma.com



KARINE L. WLASICHUK
Spécialiste marketing bilingue
karine.lw@dsma.com



NICOLA BIGGS
Conseillère juridique
nicola.biggs@dsma.com



JASMINE KHREICHE
Parajuriste
jasmine.khreiche@dsma.com



RITA JIANG, CPA CFA
Conseillère évaluations/services
rita.jiang@dsma.com



IVY LU, CPA
Responsable États-Unis, conseillère évaluations/services
ivy.lu@dsma.com



TYLER OSBORNE
Conseiller évaluations/services
tyler.osborne@dsma.com

DINA-MARIE ESTEVAO
Analyste financière
dinamarie.estevao@dsma.com

KARIM NOUER
Analyste financier
karim.nouer@dsma.com

THEODORE SIMON
Ingénieur principal
theodore.simon@dsma.ca

L'ÉQUIPE DES ASSOCIÉS **DES ÉTATS-UNIS**



SUD-EST

ANDY CHURCH
Vice-président
andy@dsma.com



MID-OUEST

JENNIFER RAFAEL
Vice-présidente
jennifer.rafael@dsma.com



SUD-OUEST

KYLE CHASE
Vice-président
kyle.chase@dsma.com



CENTRE-OUEST

KATIE NAUGHTON
Vice-présidente
katie.naughton@dsma.com



CENTRE-OUEST

ERIC LEVITT
Vice-président
eric.levitt@dsma.com



SUD-EST

BILL FIELDS
Associé exécutif
bill.fields@dsma.com



MID-EST

GREG BROWN
Associé fusions & acquisitions
greg.brown@dsma.com



CENTRE-OUEST

JODY HENDERSON
Associé fusions & acquisitions
jody.henderson@dsma.com



NEW YORK

LINDA BARNETTE
Associé fusions & acquisitions
linda.barnette@dsma.com



SUD-EST

ROBERT SCHLICHT
Associé fusions & acquisitions
robert.schlicht@dsma.com



CENTRE-OUEST

GARY SWARTZ
Associé fusions & acquisitions
gary.swartz@dsma.com



TEXAS

CODY CANTU
Associé fusions & acquisitions
cody.cantu@dsma.com



MID-OUEST

KEVIN CHRIST
Associé fusions & acquisitions
kevin.christ@dsma.com



SUD-EST

CHRIS FOSHEE
Associé fusions & acquisitions
chris.foshee@dsma.com



MID-OUEST

JONATHON MORONI
Responsable du développement des affaires
jonathon.moroni@dsma.com



ÉTATS-UNIS

CHRISTINE MARZE
Gestionnaire des acquisitions
christine.marze@dsma.com



ÉTATS-UNIS

JOHN HILL
Dir. gestion des acquisitions
john.hill@dsma.com



ÉTATS-UNIS

DANIEL RESTREPO
Spécialiste du soutien commercial
daniel.restrepo@dsma.com

FAITES PARTIE DE NOTRE
PERSPECTIVE À 360°



JOIGNEZ **L'ÉQUIPE DSMA**

NOUS RECRUTONS ACTUELLEMENT POUR LES POSTES SUIVANTS :

Associé(s) M&A
- Houston, Texas
- Michigan
- Tampa, Floride
- Los Angeles, Californie
- Kansas City, Missouri

Pour des opportunités supplémentaires
Visitez **DSMA.HR4.CA/CAREERS**

DS MA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.



Sièges sociaux

États-Unis
4851 Tamiami Trail North,
Suite 200
Naples, FL | 34103

Canada
305 Renfrew Drive,
Suite 202
Markham, ON | L3R 9S7

Bureaux régionaux

Calgary, AB
Chicago, IL
Las Vegas, NV
Montréal, QC
Nashville, TN
New York, NY
Scottsdale, AZ
St. John's, T.-N.
Vancouver, C.-B.

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

Suivez-nous sur :

dsma

dsma.official

dsmaautobuysell

dealersolutionsma