

BULLETIN **DU PRINTEMPS**

MAI 2024

DS MA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

ACHETEZ ET
VENDEZ AVEC
CONFIANCE



TABLE DES **MATIÈRES**

03 L'ÉQUIPE MARKETING DE DSMA

04 EST-CE LE BON MOMENT POUR VENDRE ?

08 DES CONSEILS D'EXPERTS POUR VOS VENTES DE CONCESSIONS

12 AVANTAGES ET DÉFIS LIÉS À L'OPÉRATION DE CONCESSIONS RURALES

16 VENDRE UNE CONCESSION DANS LE SUD-EST DES ÉTATS-UNIS

20 LES MULTIPLES DE GOODWILL NORD-AMÉRICAINS

22 PORTFOLIOS DE CANDIDATURE AU MANUFACTURIER ET PORTFOLIOS D'APPLICATION DE NOUVELLE BANNIÈRE

26 DSMA QUÉBEC : 100 TRANSACTIONS SIGNÉES AVEC LE CŒUR

L'ÉQUIPE MARKETING **DE DSMA**

Chers lecteurs,

Bienvenue dans notre bulletin d'information du printemps, dans lequel nous vous présenterons les dernières informations et mises à jour de l'industrie automobile.

À DSMA, la saison actuelle a été marquée par d'importantes activités ! Notre trajectoire de croissance se poursuit et nous avons accueilli de nombreux nouveaux clients, partenaires et amis à l'échelle mondiale. Nous sommes ravis d'avoir élargi notre équipe d'associés expérimentés, qui travaillent et résident sur leurs propres marchés. Cela nous donne une vision unique de la façon dont chaque entreprise doit être évaluée et commercialisée pour maximiser le retour sur votre investissement. Ce sont nos associés locaux et régionaux qui permettent à DSMA d'être toujours à la hauteur des attentes de ses clients.

Le paysage des fusions et acquisitions dans le secteur automobile est en constante évolution et nous constatons que de nombreux propriétaires d'entreprises se posent la question fondamentale suivante : est-ce le bon moment pour vendre ? Dans ce numéro, nous analysons la dynamique changeante du marché et offrons des conseils à ceux et celles qui se trouvent à la croisée des chemins. De l'évaluation des conditions du marché à la compréhension de l'intérêt de travailler avec des conseillers professionnels, nous vous aidons à acquérir les connaissances nécessaires pour prendre cette décision en toute confiance.

Nous avons actuellement plus de 100 opportunités d'acquisition en Amérique du Nord et au Royaume-Uni ! Nous espérons que vous y jetterez un coup d'œil. Nombreux sont ceux qui se sont intéressés à la situation actuelle des concessionnaires ruraux. Dans cette lettre d'information, nous examinons les avantages et les possibilités uniques qu'offrent ces concessions. Nous explorons les Portfolios de candidature au manufacturier (PCM) et les Portfolios d'application de nouvelle bannière (PANB) : ce qu'ils sont et quand vous en avez besoin. Nos clients ont connu beaucoup de succès avec ces ensembles personnalisés, qui vous aideront certainement à soutenir votre plan stratégique de croissance et à positionner au mieux votre entreprise en vue de l'approbation des équipementiers.

Comme toujours, nous présentons les derniers échelons des multiples Goodwill en Amérique du Nord par marque, en nous appuyant sur les données et les tendances les plus récentes du marché.

Nous vous remercions de la confiance que vous continuez à accorder à DSMA. Alors que nous naviguons dans les changements dynamiques de l'industrie automobile, nous nous engageons à vous informer et à vous inspirer. Si vous avez des besoins en matière d'achat et de vente, n'hésitez pas à nous contacter. Visitez notre site web, suivez-nous sur LinkedIn ou contactez-moi à l'adresse suivante : sandra.liem@dsma.com. Je serai ravie d'entrer en contact avec vous. Personne ne connaît ce secteur comme les professionnels de l'automobile.

Notre équipe. Votre réussite.

Je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées,



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



BRANDON BROWN

Spécialiste marketing
brandon.brown@dsma.com

EST-CE LE **BON MOMENT POUR VENDRE ?**

CE QUE LE MARCHÉ ACTUEL D'ACHAT-VENTE SIGNIFIE POUR LES CONCESSIONNAIRES QUI ENVISAGENT DE SE RETIRER

En tant que concessionnaire, la question de savoir s'il faut vendre et quand il faut le faire exige une réflexion approfondie. Après tout, lorsqu'il s'agit d'un héritage dans lequel vous avez investi une quantité importante d'énergie, il est important de s'assurer que toute transition potentielle reflète la valeur de l'actif que vous avez construit.

Comme tous les marchés d'achat-vente, le marché des concessions automobiles peut fluctuer. Par conséquent, en tant que concessionnaire, essayer de déterminer le moment exact pour entrer sur le marché peut ressembler à une tentative de déchiffrage d'un code secret.

Si la vente de votre concession est une option que vous envisagez, le bon moment pour le faire est toujours celui qui vous convient le mieux - les facteurs externes du marché seront toujours en jeu. La clé d'une sortie réussie en tant que concessionnaire est de naviguer dans ces facteurs pour en tirer le meilleur parti possible.

Cela dit, un nombre non négligeable de concessionnaires se demandent depuis peu si le moment est bien choisi pour vendre. « La question est certainement légitime », a déclaré Jennifer Rafael, Vice-présidente, Midwest et partenaire à DSMA. « Tout concessionnaire qui se sent un tant soit peu incertain sur le marché n'est certainement pas le seul. L'économie dans son ensemble est devenue une nouvelle réalité pour tous les propriétaires d'entreprises dans le marché d'aujourd'hui. »

L'important est de comprendre qu'il est tout à fait possible de vendre son entreprise de manière réussie et rentable - même avec le marché actuel, qui est parfois



imprévisible - lorsque l'on est soutenu par une équipe solide.

La question « Quel est le bon moment pour vendre au prix fort ?» est certainement pertinente, mais une autre question est peut-être encore plus importante : « Quel est le bon partenaire pour m'aider à vendre au prix fort ? »

Un partenaire solide en matière d'achat-vente qui connaît bien les subtilités des fusions et acquisitions de concessions automobiles peut vous aider à vous placer dans la meilleure position possible sur n'importe quel marché. Si vous êtes à la recherche du bon partenaire, DSMA aimerait vous inviter à discuter de la manière dont notre équipe peut vous convenir dans ce paysage en pleine évolution.

Le marché postpandémique présente de nombreuses insécurités. L'industrie a d'abord été confrontée à des pénuries de stocks et de production. Cependant, lorsque la pandémie s'est calmée, l'équilibre s'est nettement modifié. Les concessionnaires se sont retrouvés inondés de nouveaux stocks alors qu'ils avaient du mal à acquérir des véhicules d'occasion à des marges rentables. En outre, la hausse des taux d'intérêt a rendu la situation encore plus complexe.

Tout cela s'est traduit par une baisse des bénéfices pour les marques dans l'ensemble du paysage des manufacturiers d'origine - mais cela n'équivaut pas nécessairement à un véritable impact négatif pour l'industrie. La stratégie d'acquisition de DSMA nous distingue des autres partenaires d'achat-vente. En explorant non seulement les valeurs historiques, mais aussi les valeurs futures, nous nous assurons que notre service est pertinent pour le marché. Nous éliminons tout le « bruit » pour mettre en œuvre la bonne stratégie pour nos clients.

Dans le cadre de ce processus stratégique, nous avons examiné les problèmes rencontrés au cours des trois dernières années et projeté une modélisation de ce à quoi ressembleront les trois prochaines, sur la base des conditions de marché. Cette approche nous permet de redimensionner nos valeurs et de les adapter au marché d'aujourd'hui. À DSMA, nous aidons nos clients à prendre des décisions fondées sur une analyse et une modélisation complète plutôt que sur l'instinct et la spéculation. En d'autres termes, nous donnons à nos clients un aperçu de l'avenir basé sur des données, qui suggère que c'est le bon moment pour vendre.

Voici quelques-unes des raisons pour lesquelles les concessionnaires choisissent DSMA comme conseiller de confiance lorsqu'ils envisagent de se séparer de leur entreprise :

- Un solide réseau d'acheteurs intéressés : le marché actuel de l'achat-vente de concessions contient un volume important de concessionnaires cherchant à acquérir, ce qui est l'une

des raisons pour lesquelles le moment est avantageux pour les concessionnaires qui se retirent. Cependant, il est important de choisir les acheteurs judicieusement.

Les différents types de concessions ont besoin de différents types d'acheteurs. Un acheteur qualifié est celui qui est susceptible d'être approuvé par l'équipementier de votre concession, qui connaît votre marché local et qui a de l'expérience dans la gestion d'une concession de taille et d'envergure similaires. C'est pour cette raison qu'il est si important de choisir un partenaire d'achat-vente disposant d'un vaste réseau d'acquéreurs potentiels.

Un partenaire qui dispose d'un large éventail de candidats actifs peut puiser dans un vaste réservoir pour vous mettre en relation avec un acheteur qui répondra à vos besoins spécifiques. En tant que l'un des principaux partenaires d'Amérique du Nord dans le domaine des fusions et acquisitions de concessions, DSMA entretient des relations étroites avec un réseau impressionnant d'acheteurs potentiels.

- Des évaluations d'entreprises à la pointe de l'industrie : pour un concessionnaire préparant sa sortie, on ne saurait trop insister sur l'importance d'une évaluation précise. L'évaluation d'une concession est l'un des facteurs les plus influents pour attirer les bons candidats à l'achat de votre entreprise.

Une entreprise évaluée à un niveau trop élevé par rapport au taux du marché aura du mal à attirer des acheteurs, ce qui entraînera une durée de commercialisation plus longue et, par conséquent, une plus grande hésitation de la part des acheteurs potentiels. Dans le même temps, une entreprise évaluée à un niveau trop bas réduira les bénéfices perçus par le concessionnaire sortant.

DSMA est une des premières firmes du secteur dans la production d'évaluations d'entreprises vraiment précises qui permettent d'atteindre l'équilibre entre le côté acheteur et le côté vendeur. En tant que courtier, cela signifie attirer les bons candidats et faciliter un transfert rapide et sans heurts.

- Des capacités de service complet: les fusions et acquisitions requièrent un large éventail de spécialités. Qu'il s'agisse d'experts juridiques, de conseillers financiers, de consultants en marketing ou autres, de nombreux experts sont nécessaires pour garantir une transaction efficace et réussie. L'équipe à 360 degrés de DSMA comprend des experts juridiques, des conseillers financiers, des gestionnaires de transactions, une équipe de marketing et bien plus encore, afin d'offrir aux concessionnaires un partenaire de confiance unique qui s'investit dans leur réussite.

Tout commence avec notre équipe de « matchmakers », qui fait le gros du travail pour vous afin d'identifier des acheteurs ciblés, pertinents et qualifiés pour reprendre votre entreprise avec succès. À partir de là, DSMA prend en charge toutes les étapes du processus, de l'audit préalable à l'approbation de l'équipementier, entre autres.

DSMA sait qu'en travaillant avec un seul partenaire, les concessionnaires réduisent considérablement les risques liés à la protection de la vie privée. C'est pourquoi l'entreprise combine plusieurs spécialités en interne afin de garantir la discrétion et la confidentialité en tout temps.

« Pour un concessionnaire qui envisage de se retirer, le choix du moment est important, mais n'est pas l'unique facteur », a déclaré Mme. Rafael. « Toutes les conditions de marché ont leurs avantages et leurs inconvénients. Lorsqu'il s'agit de réaliser la sortie la plus réussie et la plus rentable possible, le facteur le plus influent sera toujours le partenaire que vous choisirez pour vous aider à naviguer ces conditions de marché. »

Avec près de 500 transactions réalisées, DSMA est la première société de fusions et acquisitions de l'industrie automobile. De l'évaluation initiale à la conclusion de la transaction, DSMA fournit un service complet, de bout en bout, qui simplifie le processus et garantit aux concessionnaires une sortie transparente et rentable.

Avec le bon partenaire à vos côtés, vous serez dans la meilleure position pour réaliser la sortie la plus rentable possible dans les conditions de marché qui vous entourent. Si vous êtes un concessionnaire et que vous vous demandez si le moment est venu pour vous de passer à autre chose, nous vous invitons à contacter vos conseillers locaux de confiance en matière de fusions et d'acquisitions en vous rendant sur le site www.dsma.com.



AUTEURE

JENNIFER RAFAEL
VP. Midwest, É.-U., Partenaire
jennifer.rafael@dsma.com

DSMA VOUS LAISSE **PRENDRE LE VOLANT.**



ACCÉLÉREZ **VOTRE VENTE.**

Découvrez la rapidité et l'efficacité de la vente de votre concession avec DSMA. **Notre approche personnalisée vous permet d'aller de l'avant en toute confiance.**

BUY@DSMA.COM **DSMA.COM** **+1 833-650-4188**

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

DES CONSEILS D'EXPERTS POUR **VOS VENTES DE CONCESSIONS**

Pour de nombreux concessionnaires, la décision de vendre ou ne pas vendre leur concession est l'une des plus importantes de leur vie. Quels sont les facteurs à prendre en compte ? Le moment est-il encore propice à la vente ? Et quelle est la valeur ajoutée d'un conseiller ?

Farid Ahmad, Fondateur et Directeur général de DSMA – la première firme de fusions et d'acquisitions automobiles en Amérique du Nord qui compte plus de 1500 ans d'expérience combinée dans le secteur - clarifie ce processus complexe.

DSMA a effectué plus de 1900 évaluations et réalisé plus de 450 transactions en Amérique du Nord.

Q : Comment un concessionnaire doit-il préparer sa concession en vue d'une vente en 2024 afin d'attirer davantage d'acheteurs et de maximiser la valeur de celle-ci ?

Farid Ahmad : Il y a plusieurs étapes cruciales que chaque vendeur doit entreprendre pour non seulement faciliter la vente de sa concession, mais aussi pour la vendre au prix fort :

- S'assurer que tous les états financiers sont à jour et exacts. Il faut un bilan précis qui présente une image claire de l'actif et du passif. Cela implique un examen approfondi des comptes débiteurs, des comptes créditeurs, des contrats en transit et des garanties d'usine, y compris l'évaluation de leur âge et de leur statut.

- Nettoyer le stock de véhicules d'occasion en retirant toutes les unités qui sont en stock depuis plus de 90 jours. Procéder à une inspection complète des stocks restants pour s'assurer que les normes de la ligne de front sont respectées.

- Faciliter les échanges entre concessionnaires afin d'éliminer les stocks de véhicules neufs



périmés, de sorte que le stock restant corresponde aux modèles des années en cours.

- Effectuer une inspection complète du site avec un œil avisé. Répondre rapidement à tout besoin d'entretien afin de présenter la concession sous son meilleur jour.

Q : Qu'est-ce qu'un concessionnaire doit-il rechercher lorsqu'il recrute un conseiller commercial ?

Ahmad : Je recommanderais aux concessionnaires de rechercher un conseiller qui a :

- Un historique démontré de transactions réussies avec les concessionnaires, démontrant une expertise et une compétence dans les subtilités de l'industrie.

- Des normes éthiques élevées, qui garantissent l'intégrité et la transparence tout au long du processus de vente.

- Un réseau étendu et influent au sein de l'industrie automobile, qui facilite l'accès aux meilleurs et aux plus grands acheteurs.

- Des preuves solides de succès antérieurs, qui indiquent la capacité du conseiller à obtenir des résultats favorables pour ses clients.

- Des témoignages élogieux de clients précédents, qui reflètent leur capacité à fournir un service et des résultats exceptionnels.

- Une approche de la vente qui correspond à vos préférences et à votre niveau de confort, ce qui favorise une relation de travail collaborative et productive.

- L'expertise nécessaire à l'évaluation précise de votre concession, ce qui permet de garantir un rendement maximal.

Q : Supposons qu'un concessionnaire ait décidé de vendre en février. Nous sommes maintenant en août. Quels sont les signaux d'alarme qui devraient l'inciter à reconsidérer sa décision de vendre en 2024 ?

Ahmad : Une fois que toutes les étapes préliminaires décrites précédemment ont été complétées avec diligence, le concessionnaire doit évaluer plusieurs facteurs critiques pour déterminer la viabilité de la vente en 2024. Ces facteurs comprennent l'évaluation de la demande du marché pour leur franchise, l'efficacité de leurs stratégies de marketing et l'impact potentiel des perturbations saisonnières telles que Thanksgiving et Noël. Si l'on ne parvient pas à conclure un accord avant ces dates charnières, le prix de la concession pourrait sembler excessif.

Q : Si vous envisagez une vente aujourd'hui, est-il vraiment rentable d'attendre l'année prochaine ou même l'année suivante ?

Ahmad : La décision de reporter une vente aux années à venir dépend de trois facteurs essentiels: l'état de l'économie, la désirabilité de sa marque et la préparation du vendeur à

> Nos évaluations s'alignent sur la valeur réelle d'une concession, souvent avec une marge de deux à trois pour cent.



entrer sur le marché. Prédire les tendances du marché comporte un certain degré d'incertitude et des décisions éclairées doivent être prises sur la base des informations disponibles. Actuellement, le marché américain est robuste, mais il pourrait être influencé par le cycle électoral en cours. Cependant, le paysage post-électoral et les changements politiques qui s'ensuivront pourraient introduire de nouvelles dynamiques. Si les étapes préliminaires décrites précédemment ont été exécutées avec diligence, y compris la sélection du bon conseiller, et si votre marque se porte bien, c'est toujours le bon moment pour vendre, quel que soit le cycle temporel.

Q : Si vous êtes un concessionnaire en zone rurale, un concessionnaire à magasin unique ou un concessionnaire familial sans plan de succession évident, est-il judicieux d'attendre un meilleur marché pour l'achat et la vente ou devriez-vous simplement vendre cette année ?

Ahmad : La décision concernant le moment optimal pour vendre dépend de diverses considérations personnelles. Des facteurs tels que la santé du vendeur, son âge, l'ancienneté des employés dévoués et la satisfaction générale à l'égard de l'entreprise jouent un rôle essentiel pour déterminer s'il convient d'attendre un marché de l'achat et de la vente plus favorable. Il est essentiel de reconnaître que l'épanouissement personnel et le bien-être doivent être prioritaires par rapport aux considérations financières. À ce jour, je n'ai jamais vu un camion de la Brinks suivre un corbillard !

Q : Compte tenu de toutes les transactions que DSMA a conclues au fil des ans, dans les bons comme dans les mauvais moments, quelles sont les leçons apprises ou les meilleures pratiques découvertes qui pourraient aider un concessionnaire qui cherche à vendre ?

Ahmad : Au cours des dix dernières années, nous avons acquis des connaissances précieuses qui peuvent guider les concessionnaires qui souhaitent vendre leur entreprise. Il s'agit notamment de l'importance d'une préparation méticuleuse avant de mettre une concession sur le marché. Nous reconnaissons la nécessité de qualifier les acheteurs potentiels pour s'assurer qu'ils ont les moyens financiers nécessaires. Nous avons appris à ne pas accepter une annonce lorsque le vendeur demande un prix déraisonnable qui, nous l'avons confirmé, est loin de sa valeur marchande. Nos évaluations correspondent étroitement à la valeur réelle d'une concession, souvent avec une marge de deux à trois pour cent. En outre, nous avons appris à apprécier les multiples facettes du processus de vente, qui nécessite une équipe bien équilibrée, dotée de compétences diverses.

Q : Le mot « incertitude » est souvent utilisé pour décrire 2024. Comment un courtier peut-il surmonter cette incertitude ?

Ahmad : L'incertitude est un excellent mot pour décrire la situation actuelle du marché. Face aux fluctuations potentielles des taux d'intérêt tout au long de l'année, vendre votre concession cette année pourrait être votre meilleure décision. Je dirais qu'une phrase a toujours résisté à l'épreuve du temps, quel que soit le marché : « Si vous aviez pu le faire, vous l'auriez fait ». Certains vendeurs veulent attendre que leur concession fonctionne à plein régime parce qu'ils pensent que le magasin a du potentiel. Mais certains concessionnaires ont du mal à comprendre que pour capitaliser sur le potentiel d'un magasin sous-performant, il faut prendre des risques, faire des investissements financiers, travailler dur et disposer d'avancées technologiques qu'ils ne possèdent peut-être pas.



INTERVIEWÉ

FARID AHMAD
Directeur général
farid@dsma.com

AUTEUR

AUTOMOTIVE NEWS CANADA

VICINITY

vicinitymotorcorp.com

L'ÉLÉGANCE ET LA PUISSANCE.



100% ÉLECTRIQUE

DEVENEZ DISTRIBUTEUR AUJOURD'HUI

DE NOUVEAUX POINTS D'OUVERTURE
DISPONIBLES EN AMÉRIQUE DU NORD !

Pour plus d'informations, contactez-nous aujourd'hui :

Peter Porteous
Dir. développement réseau, É.-U.
peter.porteous@dsma.com

Rick Kingdon
Dir. développement réseau, Canada
rick.kingdon@dsma.com

AVANTAGES ET DÉFIS LIÉS **À L'OPÉRATION DE CONCESSIONS RURALES**

Nous avons discuté avec Kyle Chase, Vice-président des Prairies et Partenaire à DSMA, afin de mieux comprendre la situation actuelle des concessions rurales. Kyle a partagé des informations précieuses sur les avantages et les opportunités uniques qu'offrent ces concessions. Qu'il s'agisse de liens solides avec la communauté, d'une concurrence moindre ou de coûts d'exploitation moins élevés, il existe de nombreuses raisons convaincantes d'envisager d'investir dans celles-ci.

1. Quels sont les principaux avantages de l'achat d'une concession rurale et comment celle-ci se compare-t-elle à d'autres types d'entreprises en termes de stabilité et de potentiel de croissance à long terme ?

Un emplacement rural offre plusieurs avantages géographiques qui peuvent améliorer de manière significative les opérations commerciales et la rentabilité d'une concession. L'un des avantages les plus notables est le potentiel de monopole de la marque. Dans un environnement rural, l'absence de concurrents à proximité vous permet de capturer et de dominer la part de marché dans votre zone spécifique. Cette exclusivité fait de votre concession la principale, et souvent l'unique fournisseur de services et de produits automobiles, ce qui vous assure un flux régulier de clients qui comptent sur vous pour répondre à leurs besoins.

En outre, l'environnement rural favorise le renforcement des liens communautaires. En établissant des relations avec les résidents locaux, votre concession devient la destination de confiance de tous les membres de la communauté. Cette confiance et cette loyauté se traduisent par des commandes répétées et des recommandations positives de bouche à oreille, ce qui renforce encore votre position sur le marché.

La concurrence réduite et les liens solides avec la communauté conduisent à un succès ininterrompu et à une visibilité accrue pour votre concession. Les avantages géographiques uniques d'un emplacement rural vous permettent d'établir une présence proéminente, en veillant à ce que votre entreprise reste en tête des préoccupations des consommateurs locaux. Cela permet non seulement de réaliser

des ventes régulières, mais aussi de contribuer à la rentabilité et à la croissance à long terme.

2. De quelle manière l'emplacement rural d'une concession présente-t-il des avantages géographiques uniques (tels qu'une concurrence plus faible ou des liens communautaires plus forts) et comment ces facteurs peuvent-ils avoir un impact sur les opérations et la rentabilité de l'entreprise ?

Les sites ruraux offrent une atmosphère familiale et la possibilité de s'enraciner profondément dans la communauté. Ce cadre attire les clients des zones urbaines qui apprécient l'environnement de confiance, amical et axé sur les détails d'une concession rurale. Sans l'agitation des magasins urbains compétitifs, les clients peuvent prendre le temps de faire leurs achats et de répondre à leurs besoins de manière approfondie.

> “Les sites ruraux offrent une atmosphère familiale et la possibilité de s'enraciner profondément dans la communauté. Ce cadre attire les clients des zones urbaines qui apprécient l'environnement de confiance, amical et axé sur les détails d'une concession rurale.”

Les préférences des clients dans les zones rurales ont tendance à différer de celles des zones urbaines. Si les modèles sportifs sont souvent moins demandés, la demande est généralement plus forte pour les SUV, qui conviennent mieux aux modes de vie ruraux et aux besoins pratiques. Cette évolution de la demande offre aux concessionnaires ruraux l'occasion de se concentrer sur le stockage et la promotion de véhicules plus grands qui répondent aux préférences de leur clientèle.

Bien que la demande de véhicules électriques puisse être plus faible dans les zones rurales en raison des préoccupations liées à l'infrastructure de recharge et aux capacités de transport sur de longues distances, les concessionnaires ruraux peuvent toujours prospérer. Des liens solides avec la communauté favorisent la fidélité des clients et conduisent à une activité récurrente, ce qui compense





les inconvénients potentiels. En outre, le fait de rester informé des avancées technologiques et de s'aligner sur les stratégies des équipementiers peut aider à gérer les problèmes de stocks et à répondre à l'évolution de la demande.

Dans l'ensemble, les relations positives et la confiance établies dans les communautés rurales contribuent au succès des ventes à long terme et à la satisfaction des clients. Les stratégies efficaces comprennent un service à la clientèle personnalisé, un engagement communautaire et une adaptation proactive aux tendances du secteur.

3. En termes d'infrastructure et de logistique, quels sont les avantages et les inconvénients de l'opération d'une concession dans une zone rurale, compte tenu du transport, de la gestion de la chaîne d'approvisionnement et de l'accès aux services publics ?

Opérer une concession dans une région rurale offre des avantages distincts, notamment en ce qui a trait à la rétention et à la loyauté des employés. Bien qu'il puisse être plus difficile de pourvoir des postes spécialisés, tels que ceux de mécaniciens possédant des compétences particulières, une fois ces postes pourvus, les employés ont tendance à rester à long terme. Dans les zones rurales, le personnel est moins susceptible d'être débauché par des concurrents, ce qui se traduit par une main-d'œuvre stable et loyale.

Bien que le transport et la logistique de la chaîne d'approvisionnement puissent entraîner des coûts plus élevés en raison de l'éloignement des centres urbains, ces coûts sont gérables et n'entravent pas les activités de la concession. Accepter des frais de livraison légèrement plus élevés est un compromis mineur pour pouvoir dominer une plus grande part de marché avec moins de concurrence.

Dans l'ensemble, les avantages liés à la stabilité des employés et à la domination du marché dans les zones rurales l'emportent sur les défis logistiques, ce qui fait des concessions rurales une opportunité commerciale précieuse et stratégique.

4. Compte tenu des tendances économiques générales et des fluctuations du marché, pourquoi le moment est-il venu de vendre ?

Les concessionnaires en zones rurales ont plusieurs raisons impérieuses d'envisager la vente en ce moment. De nombreux concessionnaires peuvent être confrontés à la perspective de renouvellements coûteux de l'image de leur magasin, avec des périodes de grâce qui approchent à leur fin, ou ne disposent pas d'un plan de succession solide. En outre, se détacher de liens communautaires solides peut être un défi émotionnel, car ces concessionnaires sont souvent devenus des parties intégrales de leurs communautés tout au long de leur carrière.

Toutefois, les conditions actuelles du marché offrent une opportunité unique. Les recettes brutes des concessionnaires ont atteint des niveaux record ces dernières années. Avec la hausse des taux d'intérêt, le moment est idéal pour réaliser des bénéfices substantiels et capitaliser sur la valeur de leur concession.

En outre, bien que les multiples sur les grands marchés métropolitains diffèrent de ceux des zones rurales, les acheteurs des marchés ruraux bénéficient d'un avantage significatif en raison du coût moins élevé des fonds de commerce et de l'immobilier. Les magasins ruraux ont souvent des coûts de terrain et de construction plus abordables, ce qui en fait des investissements intéressants. Pour ceux qui recherchent une bonne affaire, les concessions rurales offrent une occasion unique de se démarquer et de devenir un élément essentiel de la communauté locale.

À DSMA, nous disposons d'une sélection de concessions rurales susceptibles d'intéresser des investisseurs potentiels. Si vous souhaitez explorer ces opportunités, nous vous encourageons à nous contacter pour plus d'informations et pour trouver la solution idéale à vos objectifs d'investissement.



AUTEUR

KYLE CHASE
Vice-président, Prairies, Canada, Partenaire
kyle.chase@dsma.com

NE LAISSEZ PAS **LE TEMPS FILER.**



ASSUREZ **VOTRE AVENIR.**

Ne laissez pas les fluctuations du marché éroder vos bénéfices. Avec le maintien de taux d'intérêt élevés et l'escalade des coûts, les valeurs chutent.

Vendez maintenant avec DSMA, tant que le moment reste propice.

BUY@DSMA.COM DSMA.COM +1 833-650-4188

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

VENDRE UNE CONCESSION DANS **LE SUD-EST DES ÉTATS-UNIS :**

5 FACTEURS À PRENDRE EN COMPTE PAR LES CONCESSIONNAIRES DE CE MARCHÉ

En tant que concessionnaire, vous ne pouvez pas confier votre héritage à n'importe qui lorsque vient le moment de passer le flambeau. Mais l'idée de trouver le bon successeur pour assumer la responsabilité d'une entreprise que vous avez probablement passé une grande partie de votre vie à construire peut semer des doutes même au plus expérimenté des concessionnaires.

Pour les concessionnaires de nombreux États du sud-est, la succession peut s'avérer particulièrement difficile, et ce n'est pas faute de demande. En fait, pour les concessionnaires qui envisagent une stratégie de sortie dans le sud-est des États-Unis, le défi est en fait que le marché de l'achat-vente est inondé d'acheteurs potentiels.

Les opportunités et défis coexistent sur le marché des vendeurs du Sud-Est.

À première vue, la forte demande de concessions dans le Sud-Est ne semble pas être un problème pour un concessionnaire local qui envisage de vendre. Il est certainement vrai que, pour les concessionnaires actuels opérant dans le Sud-Est, les opportunités actuelles sont prometteuses.

Mais attention car il s'agit d'un couteau à double tranchant. Alors que les conditions du marché sont certainement favorables pour les vendeurs potentiels de la région, la forte concurrence pour les opportunités d'acquisition signifie que les concessionnaires actuels doivent naviguer dans une mer d'acheteurs affamés - qui ne sont pas toujours la bonne solution pour l'entreprise en question.

C'est pour cette raison que l'on ne pourrait trop insister sur l'importance de travailler avec un partenaire expérimenté qui vous défendra tout au long du processus d'achat-vente. DSMA, qui jouit de la confiance de ses clients dans tout le Sud-Est et dans le monde entier, a fait ses preuves en facilitant des sorties



rapides, sans heurts et réussies pour les concessionnaires prêts à vendre.

Comment choisir un partenaire lors de la vente de votre concession ?

Le choix d'un partenaire d'achat-vente n'est pas une mince affaire pour un concessionnaire. Lorsqu'il s'agit de quelque chose d'aussi important que de trouver un garant pour le travail d'une vie, les concessionnaires doivent prendre en compte de nombreux facteurs. Voici cinq qualités que les concessionnaires prêts à vendre - en particulier ceux du sud-est des États-Unis - devraient rechercher lorsqu'ils choisissent un courtier pour les aider à céder leur entreprise.

1. Expérimenté dans votre marché

Lorsqu'il s'agit de vendre une concession, il n'y a pas deux marchés identiques. Ce qui fonctionne dans le Nord-Ouest ne sera pas nécessairement couronné de succès dans le Sud-Est. C'est pourquoi DSMA maintient une présence locale

> **“Une concession est peut-être une entreprise, mais c'est bien plus que cela. C'est un héritage, le produit d'une vie de travail et de dévouement.”**

active sur tous les marchés qu'elle dessert, y compris le Sud-Est.

En tant que client de DSMA, vous avez accès à une équipe qui possède à la fois une connaissance globale et une expertise locale. Avec des associés spécialisés dans les différents États du Sud-Est, DSMA possède la connaissance unique du marché nécessaire pour vous aider à réussir.

Les concessionnaires qui choisissent DSMA travaillent avec des partenaires locaux dévoués, ce qui signifie qu'ils bénéficient d'un conseiller personnel et engagé qui les rencontre en personne pour discuter de leurs besoins de première main.

2. Aligné sur vos priorités

Une concession est peut-être une entreprise, mais c'est bien plus que cela. C'est un héritage, le produit d'une vie de travail et de dévouement. C'est le gagne-pain d'une équipe d'employés. C'est une présence appréciée au sein de la communauté.

Lorsque vous évaluez des courtiers potentiels en achat-vente en tant que concessionnaire, il est important de rechercher un partenaire qui sache apprécier toutes les valeurs immatérielles que représente votre entreprise.

À DSMA, rien n'est plus important pour nous que de garantir la confidentialité des concessionnaires qui nous font confiance. Dès le départ, nous nous attachons à connaître votre vision et vos priorités - quelles qu'elles soient - afin d'identifier

> “Le processus d’achat-vente ne devrait pas être une transaction sans visage.”

la bonne stratégie pour atteindre vos objectifs spécifiques.

3. Informé par les données

Essayer de vendre une voiture sans disposer de données solides sur le marché n’est jamais une bonne idée, et il en va de même pour la vente de votre concession. Avec plus de 1900 évaluations réalisées et plus de 450 transactions conclues, DSMA dispose d’une mine de données historiques pour s’assurer que chaque décision prise tout au long de votre processus l’est en connaissance de cause.

La première étape cruciale consiste à réaliser une évaluation méticuleuse de votre entreprise afin de positionner au mieux votre concession sur le marché et d’attirer les acheteurs potentiels les mieux alignés. DSMA utilise une approche spécialisée, s’appuyant sur la méthode Blue-Sky pour évaluer non seulement les actifs tangibles mais aussi les facteurs intangibles afin de s’assurer que chaque évaluation capture la véritable essence de la valeur d’une concession.

De plus, la plateforme QUOTUS™ exclusive de DSMA transforme les états financiers mensuels des équipementiers en informations commerciales exploitables, apportant une intelligence commerciale avancée aux groupes de concessionnaires de toutes tailles. Avec QUOTUS™, plus de connaissances signifie plus de pouvoir entre vos mains pour prendre la meilleure décision pour votre situation spécifique.

4. Investi dans la relation

En tant que concessionnaire, vous avez bâti votre entreprise sur le service personnel, et lorsque vient le temps de passer au prochain chapitre de votre concession, vous méritez le même niveau d’engagement personnel.

De nombreux concessionnaires - même ceux qui ne s’y attendent pas - trouvent que la transmission de leur concession à un nouveau propriétaire peut être un processus émotionnel inattendu – ce qui est plus que compréhensible. Pour de nombreux concessionnaires, leur concession est le reflet d’eux-mêmes.

Le processus d’achat-vente ne devrait pas être une transaction sans visage. Il doit s’agir d’une expérience personnelle et positive pour tout le monde, y compris pour vous en tant que vendeur et c’est un engagement que notre équipe DSMA prend à cœur.

5. Engagé tout au long du processus

De la spécialisation en marketing à l’expertise financière, en passant par les approbations des équipementiers, la vente d’une concession peut être un processus complexe. Souvent, de nombreuses parties sont impliquées avant la signature de l’accord.

De nombreux courtiers en achat-vente offrent des capacités fragmentaires, confiant le reste à d’innombrables acteurs tiers. En tant que concessionnaire, cette approche peut compliquer inutilement le processus. Pour garantir aux concessionnaires une expérience facile et sans stress, DSMA combine des capacités de bout en bout, de sorte que les clients ont un point de contact unique tout au long du processus.

En tant que concessionnaire, vous méritez d’être informé de l’état de votre concession à chaque étape du processus d’achat-vente. C’est pour cette raison qu’une communication ouverte, engagée et continue est une pratique standard de DSMA lorsque nous travaillons avec des concessionnaires. De la première tasse de café à la table de clôture, DSMA vous accompagne à chaque étape du processus.

Un avenir radieux pour vous et votre concession

La décision de vendre votre concession est importante. C’est pourquoi, si vous décidez de vendre, DSMA souhaite vous aider à le faire en toute confiance. En particulier pour les concessionnaires vivant dans le sud-est des États-Unis, les tendances actuelles du marché font de cette période un moment favorable pour envisager une mise en vente pour ceux explorant leurs options.

DSMA dispose d’un vaste réseau d’acheteurs actifs qui cherchent à acquérir des concessions et des groupes de concessions dans tout le Sud-Est. Les concessionnaires du Sud-Est qui souhaitent en savoir plus sur le processus d’achat-vente sont invités à contacter leur agent local pour un appel de présentation en se rendant sur le site www.dsma.com.



AUTEUR

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

OPPORTUNITÉS **GLOBALES.**
EXPERTISE **LOCALE.**

+150
CONCESSIONS
DISPONIBLES
AU CANADA

+450
CONCESSIONS
VENDUES

+80
CONCESSIONS
DISPONIBLES
AU ROYAUME-UNI



+1900
ÉVALUATIONS
DE CONCESSIONS

+80
CONCESSIONS
DISPONIBLES
AUX USA

+ DE 7 MILLIARDS DE $
EN VALEUR **GÉNÉRÉE**

CONTACTEZ DSMA **DÈS AUJOURD'HUI.**

Nos clients bénéficient d'une visibilité mondiale incomparable pour leurs besoins d'achat et de vente. Grâce à nos associés déjà présents sur le terrain, nous offrons des perspectives personnalisées pour votre entreprise. **DSMA vous met en relation avec des acheteurs qualifiés dans le monde entier, réduisant ainsi le temps de transaction et maximisant le retour sur investissement.**

BUY@DSMA.COM **DSMA.COM** **+1 833-650-4188**

DSMA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

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 1900 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 7,5 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.

QUOTUS
ENTRÉE FINANCIÈRE.
SORTIE INTELLIGENTE.



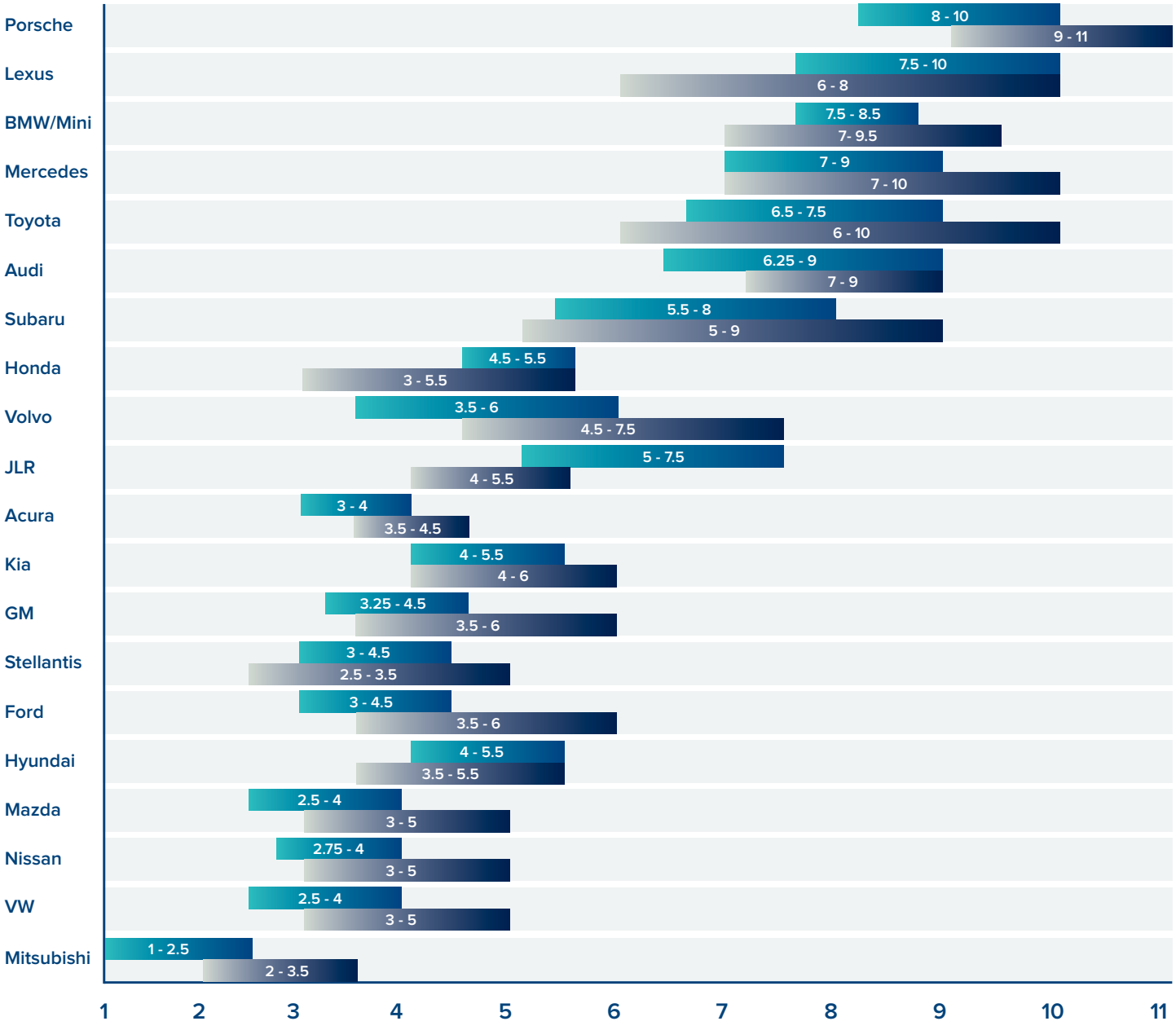
RÉSERVEZ VOTRE DÉMO

INFO@QUOTUS.COM
QUOTUS.COM
+1 833-650-4188

USA Multiple

CAN Multiple

Les multiples indiqués sont des Bénéfices Avant Impôts (BAI). Les barres colorées représentent les plages minimale et maximale actuelles de goodwill. Le bleu représente les multiples américains. Le gris 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.



PORTFOLIOS DE **CANDIDATURE AU MANUFACTURIER** ET PORTFOLIOS **D'APPLICATION DE NOUVELLE BANNIÈRE**

QUE SONT-ILS ET QUAND SONT-ILS NÉCESSAIRES ?

L'achat d'une concession est une décision importante qui implique l'examen minutieux de divers facteurs et le respect de processus spécifiques définis par les manufacturiers automobiles. Qu'il s'agisse d'acquérir une concession existante ou de saisir une opportunité de point d'ouverture, les acheteurs potentiels doivent franchir une série d'étapes afin d'obtenir l'approbation de l'équipementier de leur choix. Dans cet article, nous allons nous pencher sur les deux principales façons d'acquérir une concession et explorer les documents cruciaux que sont les Portfolios de candidature au manufacturier (PCM) et les Portfolios d'application de nouvelle bannière (PANB).

1. Le premier scénario d'acquisition d'une concession consiste à acheter une concession existante de son propriétaire actuel ou d'un groupe de propriétaires. Dans ce cas, l'acheteur acquiert tous les actifs de la concession, y compris les biens immobiliers, les bâtiments, les stocks et les bénéfices prévus pour une période donnée. Toutefois, la décision finale concernant l'approbation du nouveau propriétaire de la concession revient à l'équipementier de la marque. En effet, les acheteurs potentiels doivent leur soumettre leurs plans d'affaires et projections financières détaillés dans le cadre de leur Portfolio de candidature au manufacturier (PCM). Ces dossiers fournissent des informations détaillées sur les projets de l'acheteur relatifs à la croissance de la concession sous la bannière de la marque. Outre l'acquisition de concessions existantes, les Portfolios de candidature au manufacturier (PCM) sont essentiels pour assurer une succession en douceur pour les concessions de type familial. En effet, bien que l'héritier de l'ancien propriétaire souhaite prendre la relève, l'approbation des équipementiers n'est pas garantie. Par conséquent, il est essentiel de présenter un PCM complet décrivant les qualifications du successeur, son plan d'affaires et son engagement envers la marque pour obtenir l'approbation de ceux-ci. Cette approche stratégique permet de s'assurer que l'héritage de la concession se poursuit de manière transparente sous le nouveau propriétaire, en maintenant à la fois la cohérence de la marque et la satisfaction des clients. En s'appuyant sur leur PCM, les acheteurs potentiels peuvent aborder le processus



de succession en toute confiance et augmenter leurs chances d'obtenir l'approbation de l'équipementier pour leur objectif d'acquisition de la concession.

2. Le second scénario, connu sous le nom d'opportunité de concession en point ouvert, se présente lorsque l'équipementier cherche à établir une nouvelle concession franchisée dans une zone géographique spécifique. En général, cette zone connaît une croissance démographique et abrite un nombre important de clients fidèles à la marque. Dans le scénario d'achat en point ouvert, l'équipementier informe les concessionnaires existants de ses intentions et ouvre l'appel d'offres aux acheteurs potentiels afin qu'ils puissent appliquer pour l'approbation de la franchise dans la zone proposée. Contrairement à l'achat d'une concession existante, l'adjudicataire d'un point ouvert n'a pas besoin de payer pour plusieurs années de bénéfices prévus. Par conséquent, le prix d'acquisition d'une concession « open point » est généralement inférieur à celui d'une concession établie.

Dans le paysage hautement concurrentiel des opportunités de points ouverts, les acheteurs potentiels doivent se distinguer des autres concessionnaires et groupes de concessions potentiels qui postulent pour le même emplacement. Bien que le fait de posséder une autre concession de la même franchise puisse être un avantage, ce n'est pas une condition préalable à l'examen de la candidature. Les constructeurs attribuent des points ouverts en fonction de leur évaluation des qualifications du candidat, notamment de ses ressources financières, de son



expertise opérationnelle et de ses performances potentielles sur le marché. Lorsqu'ils soumettent leur portfolio d'application de nouvelle bannière/ (PANB), les acheteurs doivent démontrer qu'ils sont capables d'ouvrir et d'exploiter la concession avec succès. Ils doivent notamment prouver qu'ils sont en mesure de répondre aux exigences en matière de fonds de roulement et qu'ils respectent les critères spécifiques définis par le constructeur, notamment en ce qui concerne les biens immobiliers et la taille de l'établissement. En outre, la recherche et l'obtention d'une propriété appropriée pour la concession peut être un processus complexe, nécessitant souvent l'approbation des autorités gouvernementales locales, ce qui ajoute encore à la complexité et à la durée du processus d'acquisition.

Dans les deux cas, la clé du succès réside dans la préparation et la présentation d'un argumentaire convaincant à l'équipementier de la marque. C'est là que les Portfolios de candidature au manufacturier (PCM) et les Portfolios d'application de nouvelle bannière (PANB) entrent en jeu. Un Portfolio de candidature au manufacturier (PCM) est un document complet présenté à l'équipementier lors de l'achat d'une concession existante. Il décrit la vision de l'acheteur, sa stabilité financière, ses plans opérationnels et ses stratégies de croissance et de rentabilité. D'autre part, un portfolio d'application de nouvelle bannière (PANB) est soumis à l'équipementier lorsqu'il est en lice pour une opportunité de point ouvert. Ce document met en évidence l'adéquation de l'acheteur avec l'emplacement proposé, l'analyse du marché, le paysage concurrentiel et le potentiel de réussite.

Dans les deux cas, la qualité et la force de persuasion de ces dossiers peuvent avoir un impact significatif sur la probabilité d'approbation par l'OEM. C'est là que DSMA intervient. DSMA est spécialisée dans l'aide aux acheteurs pour qu'ils s'y retrouvent dans les complexités de l'acquisition d'une concession et qu'ils obtiennent l'approbation des équipementiers de marque. Grâce à ses Portfolios de candidature au manufacturier (PCM) et les Portfolios d'application de nouvelle bannière/ (PANB) haut de gamme, DSMA s'assure que les acheteurs présentent des dossiers convaincants qui trouvent un écho auprès des OEM, facilitant ainsi les acquisitions réussies de concessions.

La firme offre également une autre trousse d'application : l'Aide à la candidature (AC) de DSMA. Celle-ci offre un soutien inestimable aux acheteurs potentiels qui cherchent à acquérir une concession existante. Dans le cadre de ce programme, DSMA prend en charge la compilation et la soumission du dossier de candidature de l'équipementier, en veillant à ce que tous les documents et informations nécessaires soient méticuleusement préparés et présentés.

Qu'il s'agisse d'acheter une concession existante ou de saisir une opportunité de point ouvert, DSMA dote les acheteurs des outils et de l'expertise nécessaires pour naviguer dans le processus en toute confiance et atteindre leurs objectifs dans l'industrie automobile.



AUTEUR

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



Á 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 financière. **Garanti.**

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

DSMA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

DSMA QUÉBEC : **100 TRANSACTIONS SIGNÉES AVEC LE CŒUR**

Il y a 10 ans, cette équipe se comptait sur les doigts d'une main. Aujourd'hui, installés dans le vieux port de Montréal, 13 membres vigoureusement dédiés aux clients francophones facilitent l'engrenage intriqué qu'induisent les transactions de fusions et acquisitions. En vente, finance, marketing, juridique, opérationnel, l'équipe couvre l'ensemble des besoins que requiert de tels accords commerciaux et contribue au succès continu des fusions et acquisitions dans la belle province du Québec. Notre équipe engage votre réussite.

AutoCap naît en 2014, sous la direction de Maxime et Normand Théorêt, dessinant ainsi les premiers traits de la forme à venir de l'équipe du Québec de DSMA. Entreprise pionnière de service professionnel en fusions et acquisitions pour les concessionnaires automobiles faisant strictement affaire au Québec, AutoCap s'est bâtie grâce à la relation privilégiée entre un père et son fils, au sein d'une famille déjà passionnée et établie dans l'industrie automobile. Normand, fort de 35 ans passés dans un grand groupe automobile montréalais et Maxime, par son expérience en service de comptabilité en vérification diligente ainsi qu'en fusions et acquisitions, ont la vision avant-gardiste d'une entreprise aux valeurs centrées sur l'authenticité, la confiance et l'approche sur mesure. Une stratégie holistique aux couleurs intrinsèquement familiales qui s'appuie sur un savoir-faire et une expertise locale, où les relations humaines, l'intégrité et l'équité sont mots d'ordre, ne laissant place à aucun faux-semblant.

C'est dans ce contexte accueillant et convaincu par l'authentique bienveillance de Normand et Maxime, que François McDonald, alors déjà figure reconnue dans l'industrie, se joint à eux. François bénéficie déjà d'un excellent réseau de contacts, construit au fil des années grâce à sa maîtrise du marché et de sa fiabilité. « J'étais en adéquation sur tous les points avec ce que représentaient Max et Normand et me joindre à leur projet m'a semblé une évidence. Ils voulaient que j'amène de nouvelles perspectives à l'entreprise, explique François. »

Le premier virage survient en 2015, lorsqu'AutoCap fusionne avec Dealer Solutions - une société carburant également à l'essence familiale - pour devenir Dealer Solutions Mergers and Acquisitions, aujourd'hui bien connu sous l'acronyme DSMA. Cette union évidente s'est établie afin de répondre et de s'adapter aux activités fluctuantes du secteur des fusions et acquisitions : les groupes canadiens - et même américains - bouleversent le paysage traditionnel du marché en exposant un intérêt croissant pour les opportunités québécoises. A l'instar d'AutoCanada, qui acquiert sa première succursale de la bannière Mazda, avec l'achat de Planète Mazda, en 2017, devenant par conséquent la première société publique à acheter une concession au Québec. Associé en charge de cet accord qui marque un tournant dans les échanges



transactionnels de l'industrie, François McDonald reste fidèle à ses principes fondamentaux, piliers inflexibles à l'origine de la confiance inébranlable des clients de DSMA. Le professionnalisme exemplaire de DSMA Québec, sa connaissance exceptionnelle du marché et ses ambitions à la fois justes et réalistes, continuent non seulement à prouver son efficacité mais ont également contribué à établir un record dans le secteur des fusions et acquisitions au Québec. La force de l'équipe se puise également dans sa réputation auprès des concessionnaires québécois : largement reconnue, elle aime entretenir des relations étroites avec sa clientèle, en travaillant de manière méthodique via un processus rigoureux et en présentant des propositions fondées sur des valeurs étudiées et analysées. Une approche non intrusive, qui jusqu'à présent, a porté ses fruits et lui a permis de débloquer son compteur de réussites.

La première transaction réalisée par l'équipe, celle de Mazda Val-David en 2016, dont le nouvel acquéreur – un ancien concessionnaire Kia - cherchait une autre concession dans les Laurentides, signe le début d'une série de succès et lance cette propension à la fidélité si particulière des clients de DSMA. Très satisfait des services de François, l'acheteur fera par ailleurs de nouveau appel à la firme et revendra la concession en 2021, s'ajoutant ainsi à la longue liste des clients attachés à l'entreprise. Le bouche à oreille, les recommandations de chacun et les nombreux témoignages mèneront petit à petit à la réputation aujourd'hui incontestable de DSMA.

Le second tournant décisif et stratégique de DSMA a été pris mi-2017 avec l'arrivée de Manon Messier aux côtés de François. Précédée par une renommée inégalée pour le service à la clientèle, issue de l'industrie bancaire et munie d'un réseau de contacts important, l'introduction de Manon a permis à DSMA d'élargir son champ de vision et de pousser les limites de ses ambitions au Québec. Fille d'un ancien concessionnaire, elle maîtrisait déjà les enjeux et les rouages de l'industrie automobile sur le bout des doigts et avait à cœur d'aider les propriétaires à

surmonter les épreuves difficiles et à obtenir le meilleur pour leur avenir. Manon considère comme un immense privilège d'accompagner les individus dans les moments clés et intimes de leur vie. Chaque transaction est pour elle une expérience unique, dépassant largement les aspects purement professionnels. Elle se souvient d'un mandat en particulier qu'elle qualifie certainement de son plus gros succès : celui du Groupe Audi Porsche Québec, dont elle a orchestré la vente. Ce contrat, véritable symbole de la diversité canadienne, s'est conclu dans un contexte bilingue, traversant les frontières ontarienne et québécoise. L'acheteur, anglophone et originaire de l'Ontario, a même fait le choix de s'installer au Québec pour mener à bien ses concessions nouvellement acquises et a pris l'initiative d'apprendre le français et de s'intégrer pleinement à la culture québécoise. Manon estime qu'elle a alors été témoin de ces fameux « moments-clés » de vie, qui ont initialement motivé son engagement dans le secteur des fusions et acquisitions.

Les réussites s'enchaînent, mais les défis restent présents tout au long des années et des transactions. Maxime Théorêt le souligne bien : « Malgré son impressionnant parcours, DSMA n'a pas été épargnée par les défis auxquels toute entreprise est confrontée à ses débuts. Le plus difficile était de se faire connaître. L'entreprise, l'étendue de nos services, nos moyens de procéder entre autres. Mais rapidement, DSMA a pu conclure un partenariat avec la CCAQ (Corporation des concessionnaires automobiles du Québec) et s'établir dans la Province, en soutenant et en participant activement à la communauté de concessionnaires québécois. Le COVID-19 a également eu un impact considérable sur l'industrie, remodelant profondément le paysage des concessions automobiles et a ainsi forcé DSMA à se réorganiser et à s'adapter à la demande. » Manon Messier, quant à elle, signale l'importance de garder le cap sur le but de la transaction. La satisfaction transversale demeure sa priorité primordiale et l'objectif d'obtenir le meilleur pour les deux parties acheteur-vendeur ajoute à la complexité d'un accord réussi. Soumise aux aléas des relations, son implication personnelle peut également être mise à mal. « Ma plus grande déception a été d'avoir fait confiance à quelqu'un qui ne le méritait pas, explique-t-elle. Je mets mon cœur dans toutes les transactions, au risque d'être déçue. Cependant, je ne serai pas où j'en suis aujourd'hui sans avoir cette qualité-là et je suis convaincue que sans elle mes clients ne m'auraient pas suivie tout au long de mon parcours. »

Au début de l'année 2024, l'équipe du Québec de DSMA signe sa centième transaction avec la vente de Garage Windsor et devient ainsi la première firme de fusions et acquisitions à franchir cette étape mémorable dans la Province. Ces cent accords se distinguent par un processus de mise en œuvre strictement rigoureux, par la qualité des acheteurs et des vendeurs impliqués, ainsi que par le lien étroit que DSMA a développé avec certaines marques – GM en particulier, pour n'en citer qu'une – et par toutes les étapes à franchir pour que les transactions aboutissent avec succès. Les réussites de DSMA ne pourraient s'opérer sans les compétences

« Je mets mon cœur dans toutes les transactions, au risque d'être déçue. Cependant, je ne serai pas où j'en suis aujourd'hui sans avoir cette qualité-là et je suis convaincue que sans elle mes clients ne m'auraient pas suivie tout au long de mon parcours. »

spécialisées de chacun, leurs initiatives à la fois ambitieuses et raisonnées, tablées sur une excellente compréhension du marché ainsi que l'assurance d'évaluations et de décisions minutieusement réfléchies.

En dix ans de carrière, DSMA a été le témoin de nombreuses évolutions, de virages inattendus et parfois même de petites embardées. Une seule chose reste inchangée : les concessions ne seront jamais accessibles au grand public. Quant au profil des vendeurs, il a bien évolué. Les propriétaires d'une seule concession se retirent peu à peu tandis que les groupes deviennent monnaie courante, adoptant des stratégies d'expansion sur le territoire québécois. Les groupes extérieurs au Québec restent néanmoins exceptionnels, dû à la barrière de la langue et aux différences à la fois culturelle et politique. DSMA a aussi eu la chance d'être conjointement



Manon Messier et Maxime Théorêt



François McDonald et Gracielle Sills



Manon Messier et Mélissa Samatas

témoin et acteur de la présence féminine croissante dans le secteur automobile. La firme compte par ailleurs des figures symboliques : Manon Messier a été la deuxième femme au Canada à tenir le poste de Directrice de compte automobile pour la Banque Scotia en 2010 et Mélissa Samatas a été la première femme membre du Conseil de publicité de Honda Québec, le premier membre féminin du Conseil des concessionnaires de Honda au Canada et la première Présidente du Conseil consultatif des concessionnaires de Honda Canada. Aujourd'hui, DSMA Québec est par ailleurs majoritairement féminine et compte 8 femmes parmi les 13 membres de son équipe.

Malgré un coffre bien rempli, la firme ne compte pas se reposer sur ses lauriers. Gracielle Sills et Mélissa Samatas ont joint l'équipe à quelques mois d'intervalle et sont déjà prêtes à prendre la relève de François et Manon en temps voulu.

Gracielle, issue du milieu de la banque de Montréal, apporte son expérience et son réseau, deux cartouches indispensables au métier d'associé, et possède une connaissance approfondie des structures complexes que l'on peut être à même de rencontrer. Mélissa, ancienne cliente de DSMA devenue membre à part entière de l'équipe, offre quant à elle la perspective d'un ancien concessionnaire au sein de DSMA Québec et une conception détaillée des enjeux personnels liés à une transaction. L'objectif est de rester numéro un sur le marché, de maintenir une forte présence auprès du réseau des concessionnaires québécois et de préserver la réputation de fiabilité que la firme a construite au fil des années. QUOTUS, une plateforme innovante créée par Maxime Théorêt et dédiée à la planification et à l'analyse financière, soutiendra également les efforts de DSMA et l'aidera à conserver la précision de ses évaluations, sa crédibilité et son niveau de qualité incontestable.

Valeur sûre de l'industrie automobile et du secteur des fusions et acquisitions, l'équipe carbure à la réussite, à l'authenticité et la justesse de ses propositions. Chaque transaction est un défi personnel, pris à cœur, traité avec le plus grand soin et le plus beau respect. Chaque vendeur, chaque acheteur, seul, en groupe, francophone ou anglophone, est un client hautement estimé, écouté et considéré avec l'attention qui lui revient.

Car chez DSMA Québec, toutes les transactions sont signées avec le cœur.



AUTEURE

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

L'ÉQUIPE **EXÉCUTIVE**



FARID AHMAD
Directeur général
farid@dsma.com



MAXIME THÉORÊT, CPA
Directeur associé
maxime@dsma.com



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



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



JENNIFER RAFAEL
Vice-présidente, Midwest, É.-U., Partenaire
jennifer.rafael@dsma.com



KYLE CHASE
Vice-président, Prairies, Canada, Partenaire
kyle.chase@dsma.com



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



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



ETIENNE DEMEULES, CPA
Directeur financier & évaluations, Partenaire
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@quotus.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
john.chisholm@dsma.com



PRAIRIES

KYLE CHASE
Vice-président, Prairies, Canada, Partenaire
kyle.chase@dsma.com



OUEST

RICK KINGDON
Associé exécutif
rick.kingdon@dsma.com



ONTARIO

LEV KOWALSKY
Associé exécutif
lev.kowalsky@dsma.com



ATLANTIQUE

KEVIN LESLIE
Associé exécutif
kevin.leslie@dsma.com



OUEST

JEFF RENAUD
Associé exécutif
jeff.renaud@dsma.com



ONTARIO

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



ONTARIO

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



ONTARIO

DARREN SAVAGE
Associé fusions & acquisitions
darren.savage@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



PRAIRIES

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



OUEST

JONATHAN PUMPHREY
Associé fusions & acquisitions
jonathan.pumphrey@dsma.com



CANADA

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



CANADA

DIANE DESILVA
Spécialiste du soutien commercial
diane.desilva@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



BRANDON BROWN
Spécialiste marketing
brandon.brown@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



NICOLA BIGGS
Conseillère juridique
nicola.biggs@dsma.com



QUOTUS

ALEX CHURCHILL
Directeur des revenus
alex.churchill@quotus.com



QUOTUS

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



QUOTUS

THEODORE SIMON
Ingénieur principal
theodore.simon@quotus.com

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



SUD-EST

ANDY CHURCH
Vice-président
andy@dsma.com



MIDWEST

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



CENTRE-OUEST

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



CENTRE-OUEST

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



SUD-EST

BILL FIELDS
Associé exécutif
bill.fields@dsma.com



SUD-EST

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



SUD-EST

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



NORD-EST

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



NORD-EST

JASON DERNBACH
Associé fusions & acquisitions
jason.dernbach@dsma.com



CENTRE-OUEST

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



CENTRE-OUEST

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



MIDWEST

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



MIDWEST

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



MIDWEST

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



MIDWEST

MIKE FUNK
Associé fusions & acquisitions
michael.funk@dsma.com



MIDWEST

CHRIS HAWLEY
Associé fusions & acquisitions
chris.hawley@dsma.com



MIDWEST

ZACK HICKSON
Associé fusions & acquisitions
zack.hickson@dsma.com



TEXAS

CODY CANTU
Associé fusions & acquisitions
cody.cantu@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



VMC

PETER PORTEOUS
Dir. développement réseau
peter.porteous@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
- Detroit, Michigan
- Tampa, Florida
- Los Angeles, California
- Kansas City, Missouri
- Washington, Oregon

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
Dallas, TX
Denver, CO
Detroit, MI
Las Vegas, NV
Los Angeles, CA
Montréal, QC
Nashville, TN
New York, NY
St. John's, T.-N.
Vancouver, C.-B.

DS MA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

Suivez-nous sur :

dsma

dsma.official

dsmaautobuysell

dealersolutionsma