

BULLETIN D'AUTOMNE

SEPTEMBRE 2024

DS MA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

ACHETEZ ET
VENDEZ AVEC
CONFIANCE



TABLE DES **MATIÈRES**

03 L'ÉQUIPE MARKETING DE DSMA

04 SE DÉPLACER À TRAVERS LES DÉSINVESTISSEMENTS ET LE RÉALIGNEMENT STRATÉGIQUE

08 L'EXPERTISE DE DSMA BRILLE DANS LES FUSIONS ET ACQUISITIONS AUTOMOBILES : S'ORIENTER AVEC PRÉCISION

12 ACQUISITIONS DE CONCESSIONS AUTOMOBILES POUR LES NOUVEAUX ACHETEURS : UN MONDE COMPLEXE

16 EST-IL PLUS DIFFICILE D'ACHETER UNE CONCESSION EN AMÉRIQUE DU NORD ?

20 EXPLORER LE PROCESSUS DES APPLICATIONS À L'AGRÉMENT DU MANUFACTURIER AVEC EXPERTISE

24 UN RÊVE EN DEVENIR : LES RÉCITS D'UNE RÉUSSITE AVEC DSMA

28 DSMA QUÉBEC : UNE RELÈVE DÉJÀ EXPERTE ET ASSURÉE

32 QUOTUS : RENSEIGNEMENTS FINANCIERS POUR LES GROUPES DÉTAILLANTS AUTOMOBILES

34 LA TRANSFORMATION EN MARCHE : L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, L'APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE ET L'AMÉLIORATION DE L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE

38 MULTIPLES DE GOODWILL EN AMÉRIQUE DU NORD

L'ÉQUIPE MARKETING **DE DSMA**

Chers lecteurs,

Alors que les feuilles commencent à changer et que l'air devient plus frais, nous sommes ravis de vous présenter notre bulletin d'information d'automne, mine d'informations précieuses et de mises à jour sur le monde dynamique des fusions et acquisitions dans l'automobile.

Cette saison chez DSMA, notre équipe a été profondément impliquée dans de nombreux projets, des désinvestissements aux réalignements stratégiques, mettant en avant notre expertise dans l'accompagnement des entreprises à travers ces transitions complexes. Comme toujours, notre objectif reste de fournir des résultats qui s'alignent sur les objectifs à long terme de nos clients.

Dans cette édition, nous explorons plusieurs sujets, y compris une analyse détaillée des changements actuels dans l'acquisition de concessions en Amérique du Nord. Avec un marché de plus en plus compétitif, nos experts offrent des conseils essentiels aux acheteurs expérimentés comme aux nouveaux acquéreurs pour naviguer dans ce processus complexe. Nous avons actuellement plus de 100 opportunités d'acquisition en Amérique du Nord et au Royaume-Uni ! Nous espérons que vous y jetiez un coup d'oeil.

Chez DSMA, nous sommes fiers d'afficher un taux d'approbation de 97% de nos demandes d'agrément auprés des manufacturiers ! Nous illustrons cela dans "Un rêve en devenir", où DSMA a joué un rôle essentiel pour transformer les ambitions de propriété de concessions en réalité grâce à notre équipe du Centre-Ouest.

Notre équipe reste à la pointe des tendances du secteur, et dans ce numéro, nous discutons de l'impact de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique sur l'amélioration de l'efficacité opérationnelle des concessions. À mesure que la technologie évolue, nous nous engageons à aider nos clients à tirer parti de ces avancées pour transformer leurs entreprises. Nous vous présentons QUOTUS, une plateforme d'intelligence financière pour les groupes de détail automobile et partenaire de DSMA.

Comme toujours, nous présentons la dernière répartition des multiples de goodwill en Amérique du Nord par marque, en utilisant les données et tendances du marché les plus récentes.

Et enfin, nous sommes très enthousiastes à l'idée de lancer le tout premier podcast de DSMA, qui arrive très bientôt.

Nous vous remercions sincèrement pour votre confiance continue en DSMA. Alors que nous avançons, nous nous engageons à vous soutenir à chaque étape de votre parcours professionnel. N'hésitez pas à nous contacter pour toute question ou besoin — notre équipe est là pour vous aider à naviguer dans l'industrie automobile en constante évolution.

Notre équipe. Votre réussite.

Sincèrement,



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



RICO MARQUES

Graphiste
rico.marques@dsma.com



BRANDON BROWN

Spécialiste marketing
brandon.brown@dsma.com



DORA ZORZ

Coordinatrice marketing, rédactrice
dora.zorz@dsma.com

SE DÉPLACER À TRAVERS LES DÉSINVESTISSEMENTS ET LE **RÉALIGNEMENT STRATÉGIQUE**

LES DYNAMIQUES DES FUSIONS ET ACQUISITIONS DE CONCESSIONS AUTOMOBILES AU CANADA

Dans le monde des fusions et acquisitions (F&A) de concessions automobiles, le Canada se distingue comme un domaine dynamique caractérisé par une évolution constante. Ce qui était autrefois des accords informels, conclus par poignée de main entre concessionnaires locaux, s'est transformé en un processus hautement sophistiqué, façonné par le réalignement stratégique, les pressions économiques et les avancées technologiques rapides.

Selon John Chisholm, Vice-président commercial pour le Canada chez DSMA, « Le marché met désormais l'accent sur les acquisitions stratégiques qui non seulement élargissent la portée du marché, mais consolident également les efficacités opérationnelles. » Les observations de John fournissent une mise à jour sur le paysage actuel du marché canadien, mettant particulièrement en lumière les tendances en matière de désinvestissements et de réalignements stratégiques qui redéfinissent l'industrie. Son point de vue souligne le rôle crucial que ces dynamiques jouent dans la formation de l'avenir des concessionnaires automobiles à travers le pays.

Facteurs motivant les désinvestissements : réalignement et croissance stratégique

John a souligné plusieurs éléments qui motivent les désinvestissements sur le marché des fusions et acquisitions au Canada aujourd'hui, notamment le réalignement. Il a insisté sur le fait que le réalignement est devenu une composante essentielle des opérations de DSMA, stimulé par des décisions stratégiques au sein de groupes de concessions de tailles variées.

John a expliqué que les tendances en matière de réalignement remontent aux années 1980, lorsque les grands concessionnaires métropolitains ont reconnu les avantages



concurrentiels des petits concessionnaires. « Ils ont constaté que les petites enseignes prospéraient dans leur présence sur le marché, » a-t-il noté. « La mentalité était simple : “Pourquoi ne pas simplement les acheter ?” Ils ont donc commencé à acquérir des enseignes en milieu rural et de taille intermédiaire. »

À mesure qu’ils se déployaient, ces groupes faisaient face à des responsabilités opérationnelles croissantes et à des demandes de ressources accrues. Cela a conduit à des évaluations périodiques de l’efficacité de leur portefeuille. John a détaillé le processus : « Chaque année, qu’il s’agisse de petits ou de grands groupes de concessionnaires, ils alignent leurs modèles financiers sur des indicateurs internes et se demandent : “Est-ce durable ?” L’évaluation aide les concessionnaires à décider s’ils doivent conserver ou se séparer de certains sites.

Consolider les opérations permet aux groupes de tirer parti des économies d’échelle, d’augmenter les volumes de ventes et d’attirer les meilleurs talents. John a souligné l’impact de ce changement stratégique sur les dynamiques du marché en déclarant : « Tirer parti de notre échelle permet d’avoir un impact plus important, d’augmenter le volume et de recruter et de fidéliser les meilleurs talents. »

Ce réalignement est un facteur important, et sa dynamique diffère de celle des moteurs habituels des cessions, à savoir la retraite et la planification de la succession. Selon John, « les départs à la retraite constituent toujours une part très importante de notre activité », représentant environ 49% des transactions de désinvestissement.

Dans de nombreux cas, les propriétaires de concessions prévoient de transmettre l’entreprise à la génération suivante. Cependant, des circonstances imprévues peuvent perturber ces plans. John a donné l’exemple d’un fils qui décide de ne pas poursuivre l’activité familiale.

John a noté qu’environ 42% de leurs transactions liées à la succession résultent de tels événements imprévus. « Ce n’est pas rare », a-t-il déclaré.

Les changements réglementaires sont également un facteur constant dans l’industrie automobile, mais selon John, ils ne sont pas un catalyseur principal des transitions hors du secteur.

L’impact du COVID-19 sur les concessions

La pandémie de COVID-19 a également façonné le paysage actuel des cessions de concessionnaires. Initialement perçue comme une période difficile, la pandémie est devenue de manière inattendue une aubaine pour de nombreux concessionnaires, marquée par une montée de l’activité et de la rentabilité.

John a reconnu le rôle de la gestion des concessions pour naviguer durant cette période, en déclarant : « Les concessionnaires automobiles, connus pour leur confiance, attribuent souvent leur succès à une gestion d’entreprise magistrale. » Cependant, il a souligné la complexité de la

Cette manne financière a eu une influence significative sur les décisions des concessionnaires, notamment parmi les plus âgés. « Beaucoup sont réticents à abandonner ces gains, » a déclaré John, « préférant sécuriser leurs bilans plutôt que de faire face à de potentielles incertitudes futures. »

situation, notant que des facteurs externes ont joué un rôle considérable dans la résilience de l'industrie.

DSMA a été parmi les premières entreprises de fusions et acquisitions en Amérique du Nord à ajuster les valorisations pour tenir compte des effets de la pandémie. Ceux qui dépendaient des ventes en volume ou des flottes commerciales ont rencontré des difficultés telles que des commandes annulées, mais pour la plupart des groupes de concessions individuels, de petite à moyenne taille, les années de pandémie ont représenté une rentabilité sans précédent.

Cette manne financière a eu une influence significative sur les décisions des concessionnaires, notamment parmi les plus âgés. « Beaucoup sont réticents à abandonner ces gains, » a déclaré John, « préférant sécuriser leurs bilans plutôt que de faire face à de potentielles incertitudes futures. »

Avec l'âge moyen des concessionnaires automobiles canadiens avoisinant les 71 ans, nombreux sont ceux qui se demandent s'ils doivent réinvestir dans des améliorations coûteuses telles que les rénovations ou les infrastructures pour véhicules électriques, ou s'ils doivent profiter de la rentabilité actuelle et envisager la retraite.

Relations avec les concessionnaires : réaligner les priorités pour trouver le bon partenaire

John a souligné un autre facteur influençant l'activité du marché : le décalage de priorités entre les concessionnaires et les manufacturiers. Cette discordance, explique-t-il, découle de visions et de stratégies différentes pour l'avenir de l'entreprise.

« Certaines marques ont des concessionnaires qui ne sont pas en accord avec leurs plans futurs, » a souligné John. Cette divergence ne traduit pas nécessairement un mécontentement, mais plutôt des priorités et des approches distinctes entre les manufacturiers et leurs réseaux de concessions. Dans une industrie encore fortement dépendante des interactions personnelles, John a insisté sur le fait que « c'est encore principalement un commerce de détail en face-à-face, » soulignant ainsi l'importance continue de l'engagement direct et personnel.

« Une culture organisationnelle forte est cruciale pour favoriser une expérience client positive et améliorer le moral des employés, ce qui, en fin de compte, stimule le succès des concessions, » a-t-il déclaré.

Pour les concessions qui réfléchissent à leur avenir dans l'industrie, l'alignement avec la vision de leur manufacturier joue un rôle crucial. Ceux qui se trouvent en désaccord avec la stratégie de leur fabricant peuvent choisir de céder leur entreprise, leur permettant ainsi de se distancer des stratégies qu'ils ne soutiennent pas pleinement et de se réaligner potentiellement avec des opportunités mieux adaptées à leur philosophie d'entreprise.

Tendances futures et perspectives mondiales

En regardant vers l'avenir, John prévoit que l'intelligence artificielle (IA) révolutionnera les opérations des concessions, notamment dans les domaines de la génération de prospects et des finances et assurances (F&I). Il imagine que l'IA améliorera l'engagement client, rationalisera les processus commerciaux et optimisera les efficacités opérationnelles.

Il a expliqué : « L'intégration de l'IA dans les opérations des concessions redéfinira notre manière d'interagir avec les clients



et de gérer les processus internes, établissant de nouvelles normes en matière d'efficacité et de satisfaction client. »

John a noté que les fusions et acquisitions ont toujours été un aspect fondamental de l'industrie, bien que ses méthodes aient évolué de manière significative au fil du temps. Historiquement, de nombreux accords étaient conclus de manière informelle, basés sur des relations personnelles et des poignées de main. Mais à mesure que les entreprises ont mûri, le besoin de maximiser les actifs est devenu plus pressant. Les concessionnaires ont commencé à rechercher des services professionnels pour évaluer et commercialiser leurs concessions.

Ce changement a entraîné une approche plus structurée, avec des entreprises comme DSMA jouant un rôle crucial dans le processus. « Les gens disent : 'Je vais aller chez DSMA et leur demander de commercialiser ma concession. Je vais faire une évaluation. Découvrons ce que ça vaut parce qu'ils ont les données et l'intelligence,' » a expliqué John. L'expertise professionnelle fournie par une entreprise comme DSMA permet aux concessionnaires d'explorer la véritable valeur marchande de leurs actifs et de prendre des décisions éclairées.

John a souligné l'importance d'explorer plusieurs acheteurs pour garantir que la valeur de l'actif soit maximisée. « Je pense que c'est la chose responsable à faire pour vous et votre famille, » affirme-t-il. Bien que vendre à un ami puisse être plus facile et plus pratique, cela peut ne pas être financièrement judicieux si cela signifie laisser une somme d'argent importante derrière soi. Cet état d'esprit a conduit à l'évolution du monde des fusions et acquisitions, garantissant que les concessionnaires obtiennent les meilleurs résultats possibles pour leurs transactions.

En regardant vers l'avenir, John croit que la consolidation dans l'industrie se poursuivra, avec de grands groupes susceptibles de se scinder à l'avenir. « Il viendra un moment où, peut-être, les grands groupes commenceront à se diviser parce qu'il sera peut-être temps de retirer leur présence du marché public, » a-t-il déclaré. Cette nature cyclique du marché des fusions et acquisitions verra des périodes de consolidation suivies de phases de cession et de réalignement.

John prévoit également un intérêt international croissant pour le marché canadien, en raison de son environnement commercial sûr et de ses conditions de vie attrayantes. « Nous recevons des demandes venant de partout dans le monde, » a-t-il noté, indiquant une tendance croissante des concessionnaires internationaux cherchant à établir ou à étendre leur présence au Canada.



AUTEUR

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

L'EXPERTISE DE DSMA BRILLE DANS LES FUSIONS ET ACQUISITIONS AUTOMOBILES : **S'ORIENTER AVEC PRÉCISION**

Dans le monde complexe des fusions et acquisitions (F&A) automobiles, DSMA s'est imposée comme un conseiller et facilitateur de confiance, plaçant la vérification diligente au cœur de son processus. Spécialisée dans l'accompagnement des concessions automobiles à travers le processus complexe d'achat et de vente, l'approche de DSMA va au-delà d'un simple soutien transactionnel. Dirigé par des professionnels expérimentés tels que Wendy Durward, Directrice de la Gestion des Acquisitions, avec le soutien de la Parajuriste d'Entreprise Jasmine Khreiche, DSMA propose une gamme complète de services conçus pour guider les clients depuis les négociations initiales jusqu'à la clôture finale, en garantissant une vérification diligente méticuleuse à chaque étape.

Le processus et l'importance de la vérification diligente

Une vérification diligente méticuleuse est au cœur de la méthodologie de DSMA.

Lorsqu'une concession manifeste son intérêt pour vendre ou acquérir, DSMA intervient pour simplifier le chemin à suivre. Wendy Durward explique : « Lorsque nous recevons une lettre d'intention signée, notre première étape est d'établir des délais clairs et d'initier la communication entre toutes les parties impliquées — acheteurs, vendeurs et notre équipe. »

Cette phase initiale pose les bases de la transparence et de l'efficacité tout au long de la transaction.

Pendant la phase de vérification



diligente, DSMA coordonne et supervise la vérification par toutes les parties de tous les aspects nécessaires. Cela inclut les états financiers, les évaluations environnementales et toute documentation juridique requise. Jasmine Khreiche ajoute : « Nous mettons en place une salle de données sécurisée pour gérer le flux d'informations, en mettant l'accent sur la confidentialité et en prévenant les fuites d'informations qui pourraient compromettre la transaction. »

Dynamiques et défis acheteur-vendeur

Un des aspects cruciaux que DSMA gère est la dynamique entre acheteurs et vendeurs. Wendy Durward souligne que « les acheteurs cherchent souvent à obtenir une vérification détaillée des informations fournies, que ce soit dans le cadre d'une cession d'actions ou d'une acquisition d'actifs. »

« Chaque type présente des défis uniques, allant des listes de vérification diligente étendues dans les cessions d'actions aux processus simplifiés dans les acquisitions d'actifs, » dit-elle.

De plus, DSMA agit en tant que médiateur, garantissant l'alignement entre les parties ayant des niveaux de sophistication et des styles opérationnels différents. Wendy souligne l'importance des réunions de lancement : « Ces réunions sont essentielles. Elles révèlent dès le début s'il y a une bonne entente entre les parties ou des défis potentiels à venir. »

Le rôle de DSMA va au-delà de la facilitation transactionnelle ; il consiste à comprendre et à gérer les dynamiques interpersonnelles qui sont essentielles à la réussite des transactions.

« La réunion de lancement permet de s'assurer que toutes les parties connaissent les personnes impliquées et les personnes clés, » explique Wendy. « Chaque transaction est différente, et nous adaptons le processus en fonction de l'acheteur et du vendeur. Aucun acheteur n'est identique, aucun vendeur n'est identique. Aucune transaction n'est identique. Parmi toutes celles que nous avons réalisées, je ne pense pas qu'il y en ait eu deux qui aient suivi exactement le même processus. »

Tout au long de leurs engagements, DSMA rencontre des défis courants susceptibles de compromettre les transactions. « Les opérations de concession différentes, les problèmes environnementaux non résolus ou les acheteurs inexpérimentés ne sont que quelques-uns des défis que nous rencontrons, » explique Wendy.

« Nous pouvons voir dès le début du processus comment les deux parties vont collaborer. Nous nous demandons : "Y a-t-il une bonne entente, ou pas ?" Cela dit, tout acheteur et tout vendeur peuvent bien travailler ensemble, tant que l'attitude des deux côtés est appropriée. »

L'approche proactive de DSMA consiste à anticiper ces problèmes afin de réduire les risques et de maintenir l'élan vers la clôture de la transaction.

L'engagement avec les banques et les manufacturiers

Les interactions de DSMA avec les banques et les manufacturiers sont des étapes cruciales dans le processus de fusion et acquisition.

S'orienter dans ces complexités nécessite l'expérience et le réseau étendu de DSMA. Wendy souligne: « Nous gérons plusieurs transactions chaque année, ce qui nous permet de comprendre les exigences variées des manufacturiers et des banques. Cette familiarité nous permet de fournir des délais réalistes et d'aider à la gestion des attentes pour accélérer le processus. »

L'avantage de DSMA et les bénéfices pour les clients

Comparée à ses concurrents, DSMA se distingue par son approche personnalisée et son large éventail d'expérience. Wendy souligne que « contrairement à d'autres entreprises, nous offrons un soutien émotionnel en plus des conseils transactionnels. Pour de nombreux vendeurs, leur concession est plus qu'une entreprise—c'est le fruit de leur vie, leur bébé. Nous leur offrons une oreille attentive et des

conseils stratégiques adaptés à leur situation unique. »

Jasmine souligne l'efficacité de DSMA. « Gérer jusqu'à 60 transactions par an nous confère une expertise inégalée, » dit-elle. « Nous connaissons les subtilités de chaque manufacturier et banque, ce qui se traduit par des transactions plus fluides et plus rapides. Notre objectif est d'inspirer confiance à nos clients, en nous assurant qu'ils sont pleinement préparés à chaque étape du processus. »

La gestion des délais et des attentes

Établir des délais réalistes est crucial dans l'approche de DSMA. Wendy explique : « Nous nous alignons sur les termes de la lettre d'intention et établissons progressivement des délais réalisables au fur et à mesure de l'avancement. Cette approche évite les attentes irréalistes et le stress inutile. »

La gestion des attentes s'étend à conseiller les clients sur les actions concurrentes pour accélérer les transactions. Jasmine explique : « Réaliser la vérification diligente, rédiger les accords d'achat et initier les approbations des manufacturiers simultanément peut considérablement réduire les délais. Une communication efficace entre toutes les parties est essentielle pour s'assurer que tout le monde reste sur la même longueur d'onde. »

En regardant vers l'avenir, DSMA continue d'affiner ses stratégies pour des transactions plus rapides et plus fluides. Wendy dit : « Encourager les acheteurs et les vendeurs à rationaliser les processus en s'attaquant aux tâches simultanément plutôt que successivement est essentiel. La communication reste primordiale — il n'y a pas de raccourcis dans les fusions et acquisitions. »

La perspective d'un associé

Kevin Leslie, un associé expérimenté chez DSMA, met en lumière le contraste frappant entre le processus méticuleux de DSMA et l'absence de ce dernier dans d'autres entreprises qu'il a rencontrées. Il met en avant le piège fréquent qui consiste à attendre passivement que l'argent change de mains après la signature d'une lettre d'intention, soulignant le manque de contrôle qui en découle.

« La difficulté de réaliser ces transactions seul, c'est que vous ne pouvez rien contrôler », explique-t-il. « Tout ce que vous avez, c'est une stratégie basée sur l'espoir — espérer et prier pour que cela aboutisse. Ce n'est pas ainsi que nous fonctionnons chez DSMA. »

Au contraire, dit-il, DSMA est profondément impliquée du début à la fin, en organisant une cérémonie de remerciement à la signature de la lettre d'intention et en organisant des réunions de lancement avec toutes les parties prenantes.

Kevin souligne le rôle crucial de la communication continue et des délais structurés, facilités par des appels hebdomadaires après le lancement pour garantir la responsabilité et les progrès. Il cite l'expérience étendue de DSMA dans la gestion de transactions de différentes complexités, allant des opérations fluides à celles rencontrant des défis importants lors de la vérification diligente. Cette vaste expérience permet à DSMA de gérer habilement les obstacles imprévus, tels que les problèmes de zonage qui ont surgi lors d'une transaction cruciale, nécessitant une solution rapide et innovante pour maintenir la transaction sur la bonne voie.

Kevin insiste sur l'importance de comprendre les différents niveaux d'expertise entre acheteurs et vendeurs. DSMA soutient les deux parties de manière impartiale, garantissant ainsi un processus de négociation équilibré et professionnel.

Gérer les différentes personnalités et niveaux émotionnels pour un processus fluide est un élément clé conduisant à une conclusion satisfaisante pour les deux parties.

Kevin met en avant leur approche proactive pour guider les acheteurs inexpérimentés à travers un territoire inconnu, leur fournissant clarté et soutien tout au long de la transaction.

« Nous aimons être impliqués de A à Z tout au long du processus, pour nous assurer que tout se passe bien avec notre méthode », dit-il. « En fin de compte, notre objectif est de mener la transaction à terme ! »



AUTEURE

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



AUTEUR

KEVIN LESLIE
Associé exécutif
kevin.leslie@dsma.com



AUTEURE

JASMINE KHREICHE
Parajuriste
jasmine.khreiche@dsma.com

BÂTISSEZ **VOTRE PROPRE STRUCTURE.**



LAISSEZ DSMA PLANIFIER VOTRE **CROISSANCE AUTOMOBILE.**

Avec plus de 1 900 évaluations et 450 transactions réalisées, nous sommes **la première société de fusions et d'acquisitions au monde.** La connaissance approfondie du secteur et les services de soutien personnalisés de DSMA vous aideront à identifier votre colonie.

Contactez-nous dès aujourd'hui pour en savoir plus sur nos +100 opportunités d'acquisition.

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

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

ACQUISITIONS DE CONCESSIONS AUTOMOBILES POUR LES NOUVEAUX ACHETEURS : **UN MONDE COMPLEXE**

Le marché des concessions automobiles est un secteur dynamique et complexe, présentant des défis considérables, en particulier pour les acheteurs novices. Jennifer Rafael, Vice-présidente et Partenaire chez DSMA, offre une perspective approfondie sur les complexités et les risques liés à l'acquisition de concessions automobiles. Grâce à ses analyses, Jennifer éclaire les aspects essentiels de la croissance stratégique et le rôle crucial des conseils d'experts pour naviguer dans ce domaine compétitif.

Comprendre les défis et les risques pour les nouveaux acheteurs

Entrer sur le marché des concessions automobiles pour la première fois peut être décourageant. De nombreux acheteurs potentiels sont initialement attirés par le potentiel de profit et de croissance, mais se retrouvent rapidement confrontés à une série d'obstacles. Jennifer souligne que, sans services de conseil appropriés, les nouveaux acheteurs sont exposés à des risques importants.

« Le danger est qu'ils ne trouvent jamais les bonnes opportunités », explique-t-elle. Sans direction professionnelle, ces acheteurs peuvent passer des mois à tenter de conclure des contrats, pour finalement rencontrer des obstacles répétés. Le résultat est souvent de la frustration et un enthousiasme décroissant pour l'entreprise.

Les complexités des acquisitions de concessions vont au-delà des simples transactions financières. Jennifer met en évidence plusieurs domaines clés où les acheteurs novices rencontrent souvent des difficultés.

« La trésorerie, le service de la dette et la structuration des prêts SBA sont des domaines où de nombreux acheteurs manquent de compréhension, » note-t-elle. Chaque accord doit être méticuleusement adapté pour répondre à des exigences financières et opérationnelles spécifiques. Les acheteurs qui ne comprennent pas entièrement ces éléments risquent de se surendetter ou de prendre des décisions mal informées qui pourraient mettre en péril leur investissement.

Jennifer accentue le fait que de nombreux acheteurs reçoivent des conseils simplistes ou même trompeurs de diverses sources.

« Ils entendent dire par le bouche-à-oreille que c'est facile et qu'il leur suffit de postuler ici et là », dit-elle. Ce genre de conseils crée des attentes irréalistes et conduit souvent à des déceptions. Sans une compréhension approfondie du processus de négociation, les acheteurs peuvent se retrouver à peiner à répondre aux exigences

de flux de trésorerie ou à échouer à naviguer dans des structures de dette complexes.

L'Importance d'une approche structurée

Pour réduire les risques associés à l'acquisition de concessions, une approche structurée est essentielle. Jennifer souligne que la méthodologie de DSMA implique bien plus que la simple recherche d'opportunités ; elle englobe la préqualification, les services de conseil et un soutien complet tout au long du processus d'acquisition.

« Nous les préqualifions, offrons des services de conseil gratuits, et les orientons vers les opportunités appropriées », explique Jennifer. Cette approche structurée aide à garantir que les acheteurs sont bien préparés et informés, réduisant ainsi la probabilité d'erreurs coûteuses.

Un exemple concerne un acheteur débutant qui visait à acquérir plusieurs concessions en l'espace d'un an. Malgré son ambition, Jennifer a découvert qu'il manquait du soutien financier et des ressources nécessaires. « Il n'avait même pas les fonds pour acheter un seul magasin », note-t-elle.

La stratégie de DSMA était de commencer par une seule transaction, en fournissant à l'acheteur des conseils et un soutien pour établir une base solide avant de viser des objectifs plus ambitieux. Cette approche a permis de prévenir les échecs potentiels et de diriger l'acheteur vers une meilleure voie.

Trouver les bonnes opportunités avec un conseiller fiable

Le marché des concessions automobiles est actuellement caractérisé par une intense compétition et divers obstacles à l'entrée. Jennifer décrit le marché comme « exigeant et féroce », notamment pour les acheteurs débutants qui doivent faire face à la concurrence des groupes de concessionnaires plus grands et plus établis.

« Les acheteurs débutants se mesurent à de grands groupes de concessionnaires en consolidation », explique-t-elle. Cet environnement compétitif peut rendre extrêmement difficile pour les nouveaux venus la sécurisation d'opportunités viables.

En plus de la concurrence féroce, Jennifer note que les nouveaux acheteurs sont souvent confrontés à des défis externes du marché et à des contraintes de crédit.

« Ils sont confrontés à la concurrence, ce qui peut être accablant », dit-elle.

Pour contrer ces difficultés, DSMA se concentre sur la fourniture d'opportunités exclusives où les acheteurs sont moins susceptibles de faire face à une concurrence intense.

« Nous leur apportons l'exclusivité», développe Jennifer, ce qui aide à atténuer de 70 à 80% des défis liés à la concurrence. En sécurisant des transactions où les acheteurs font face à moins de concurrents, DSMA améliore leurs chances de réussite.

Croissance stratégique et cession

Un élément crucial des services de DSMA est la croissance stratégique et la cession. Jennifer donne l'exemple de la manière dont DSMA a aidé un groupe de concessionnaires à optimiser sa présence sur le marché. Le groupe avait acquis plus d'une douzaine de sites en trois ans, mais s'est rendu compte que certaines de ces acquisitions n'étaient pas alignées avec leur stratégie de croissance.



« Au départ, ils se sont développés dans des marchés qui n'étaient pas optimaux pour leur croissance », explique Jennifer. Reconnaissant la nécessité d'un réalignement, DSMA a facilité la cession de sites dans des marchés moins favorables et a recentré les efforts sur des régions offrant un plus grand potentiel de croissance.

Cette approche stratégique soutient non seulement la croissance des groupes de concessionnaires existants, mais crée également des opportunités pour les nouveaux acheteurs. En gérant le processus de cession pour les grands groupes et en alignant les acheteurs avec des opportunités appropriées, DSMA joue le rôle de médiateur dans l'industrie. Jennifer souligne que ce rôle est crucial pour équilibrer les dynamiques du marché et faciliter des transactions réussies pour toutes les parties impliquées.

Relations à long terme et pensée stratégique

Le modèle commercial de DSMA repose sur la promotion de relations à long terme et l'application d'une pensée stratégique. Contrairement aux entreprises qui peuvent se concentrer sur des transactions à court terme, DSMA est dédiée à la construction de partenariats durables et au soutien de la croissance continue.

« Nous sommes véritablement des penseurs à long terme », déclare Jennifer. Cette philosophie permet à DSMA de développer une base de données clients solide et de tirer parti de ces relations pour créer des opportunités supplémentaires. Jennifer signale l'importance de cultiver des relations significatives plutôt que de poursuivre une approche transactionnelle.

« Nous ne frappons pas simplement à toutes les portes », dit-elle. Plutôt, DSMA se concentre sur la création de connexions durables et précieuses avec ses clients. Cet engagement envers une pensée stratégique et le soutien aux clients contribue au succès de DSMA et renforce son rôle de conseiller de confiance dans le processus d'acquisition de concessions.

Aspects éducatifs et attentes réalistes

L'éducation est un aspect fondamental de l'approche de DSMA. Jennifer souligne l'importance de préparer les nouveaux acheteurs aux complexités liées à l'acquisition d'une concession.

« Le secteur automobile est de nouveau exigeant », assure-t-elle, faisant référence aux défis posés par le climat économique et l'environnement bancaire actuels. Avec le départ des bailleurs de plans de financement et des créanciers indirects du marché, obtenir un financement est devenu de plus en plus complexe.

Jennifer souligne que l'acquisition d'une concession implique bien plus que la gestion d'actifs matériels.

« Ce n'est pas seulement des actifs matériels », dit-elle. Le processus inclut l'évaluation de la valeur du goodwill, la gestion des lignes de crédit pour les stocks et la vérification des besoins en fonds de roulement. Comprendre ces éléments est crucial pour obtenir des résultats réussis. Les efforts éducatifs de DSMA visent à combler le fossé entre les attentes irréalistes et les réalités de l'industrie.

Le chemin à parcourir : se préparer à la réussite future

À mesure que le marché des concessions automobiles continue d'évoluer, le besoin de conseils stratégiques et de soutien expert reste d'importance capitale. Jennifer Rafael et DSMA illustrent la valeur d'une approche structurée et informée des acquisitions de concessions. En mettant l'accent sur les relations à long terme, les attentes réalistes et une éducation approfondie, DSMA aide ses clients à naviguer dans les complexités du marché et à atteindre leurs objectifs.

En regardant vers l'avenir, Rafael envisage une croissance continue et un développement pour DSMA et ses clients.

« Nous sommes simplement en train de développer notre empreinte, mais aussi notre mission et notre vision avec nos clients », dit-elle. Cet engagement envers la croissance et l'excellence souligne le rôle de DSMA en tant que conseiller de premier plan dans l'industrie des concessions automobiles.

Naviguer dans le marché des concessions automobiles nécessite un mélange de perspicacité stratégique, de soutien complet et d'engagement envers des relations à long terme. L'expertise de Jennifer Rafael et l'approche de DSMA offrent des conseils précieux tant pour les nouveaux acheteurs que pour les investisseurs expérimentés. En abordant les défis et en exploitant les opportunités du secteur, DSMA continue de façonner l'avenir des droits de propriété des concessions automobiles et d'assurer la réussite de ses clients.



AUTEURE

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



UN MUR S'EST-IL DRESSÉ DEVANT VOUS **AU COURS DE VOTRE PROCESSUS D'ACHAT D'UNE CONCESSION ?**

LE TAUX DE RÉUSSITE DE DSMA **S'ÉLÈVE À 97%.***

Qu'il s'agisse d'acquérir une concession existante ou sécuriser une opportunité de point ouvert, les acheteurs potentiels se heurtent aux conditions préalables des équipementiers. Avec plus de 450 transactions à son actif et un taux de réussite sans appel, **notre équipe d'experts vous aide à surmonter les obstacles et les barrières liés à l'achat d'une concession.**

Pour sécuriser votre opportunité d'acquisition, contactez Maxime Théorêt, Directeur associé, au 514.823.5570 dès aujourd'hui.

*DSMA ne garantit pas l'approbation de la candidature Celle-ci relève de la discrétion du manufacturier.

BUY@DSMA.COM **DSMA.COM** **+1 514-823-5570**

DSMA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

EST-IL PLUS DIFFICILE **D'ACHETER UNE CONCESSION EN AMÉRIQUE DU NORD ?**

Le marché des ventes et acquisitions de concessions au Canada a été fortement perturbé par des obstacles majeurs sous forme de taux d'intérêt élevés, d'inflation et de confiance réduite du secteur bancaire dans le secteur de la vente au détail automobile. Mais en suivant quelques bonnes pratiques de base, les vendeurs et acheteurs potentiels peuvent naviguer plus efficacement dans les complexités des transactions compliquées – et créer des transactions mutuellement bénéfiques. Farid Ahmad, Fondateur et Directeur Général de DSMA, offre quelques perspectives et conseils – et indique les marchés régionaux les plus actifs qui sont prêts pour des acquisitions.

Q : Est-il devenu plus difficile d'acquérir une concession ? Et si oui, pourquoi ?

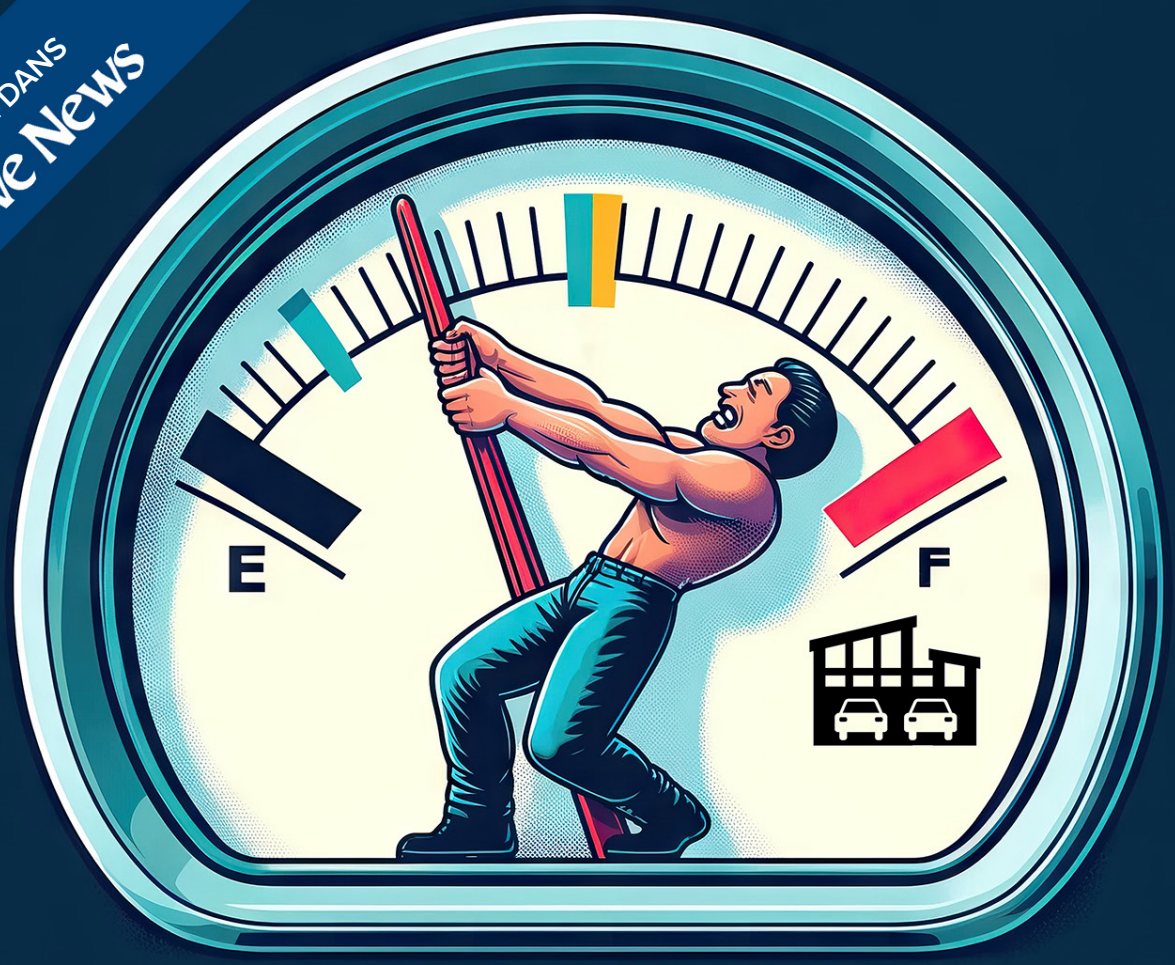
Farid Ahmad : L'acquisition d'une concession est en effet devenue plus difficile, notamment à la suite de la pandémie. Plusieurs facteurs contribuent à cette difficulté :

• Inflation et taux d'intérêt : L'inflation a entraîné des taux d'intérêt plus élevés, ce qui a augmenté le coût du financement pour les acheteurs potentiels.

• Problèmes d'inventaire : Les perturbations constantes de la chaîne d'approvisionnement ont entraîné des pénuries d'inventaire continues pour certaines marques, tandis que d'autres étaient surstockées, ce qui a compliqué les opérations des concessions et affecté leur rentabilité.

• Confiance des institutions bancaires : Toutes les grandes banques du Canada ont montré une confiance réduite dans le secteur de la vente au détail automobile, ce qui a conduit à des critères de prêt plus stricts et à une prudence accrue dans l'octroi de nouveaux prêts

TEL QUE PRÉSENTÉ DANS Automotive News



commerciaux. Cela a également réduit leur exposition lors de prêts sur des éléments tels que les fonds de commerce des concessions.

Collectivement, ces facteurs ont entraîné une baisse des multiples appliqués aux bénéfices nets de la plupart des marques automobiles, compliquant encore le paysage des acquisitions.

Q : Que peut faire une organisation de concessions pour devenir un acheteur plus attractif pour un propriétaire cherchant à vendre une concession ?

Farid : Dans le marché actuel, les vendeurs reconnaissent deux facteurs critiques qui influencent la vente et la clôture réussies de leur concession : le financement et l'approbation du fabricant. Par conséquent, les vendeurs sont peu susceptibles de s'engager

> **“ Dans le marché actuel, les vendeurs reconnaissent deux facteurs critiques qui influencent la vente et la clôture réussies de leur concession : le financement et l'approbation du fabricant. ”**

dans un processus de vente formel à moins que l'acheteur potentiel n'ait soigneusement abordé et atténué ces défis. Pour devenir un acheteur plus attractif, une organisation de concessions doit démontrer une forte stabilité financière et obtenir les approbations nécessaires du fabricant, garantissant que ces aspects n'entraveront pas à la transaction.

Q : Quelles sont les caractéristiques ou les meilleures pratiques d'une bonne stratégie d'acquisition de concession ?

Farid : On me pose souvent cette question. Une stratégie robuste d'acquisition de concession exige de comprendre les dynamiques actuelles du marché et de mettre en œuvre des meilleures pratiques adaptées aux acheteurs et aux vendeurs. Sur le marché équilibré d'aujourd'hui, les acheteurs se classent généralement dans trois catégories : acheteurs stratégiques, acheteurs opportunistes et « groupes de concessionnaires locaux ». Les vendeurs, quant à eux, sont souvent motivés par divers facteurs, y compris le potentiel de hausse, la forte demande pour la

> **“Il est important de noter que dans toute transaction VTB, la banque finançant la transaction conservera la priorité sur la garantie.”**

marque ou l’emplacement de leur concession ou des circonstances personnelles les incitant à vendre.

Voici quelques bonnes pratiques pour les acheteurs :

• **Offres simplifiées :** Gardez les lettres d’intention (LOI) claires, équitables et équilibrées, avec un minimum de conditions.

• **Conseillers expérimentés :** Engagez des cabinets de comptabilité et de droit spécialisés dans l’automobile avec un historique prouvé et consultez des entreprises comme DSMA.

• **Concentrez-vous sur les questions clés :** Donnez la priorité aux aspects significatifs de l’affaire et évitez de vous enliser dans des détails mineurs.

• **Approbation du fabricant :** Assurez-vous d’avoir, ou de pouvoir obtenir, les approbations nécessaires du fabricant.

• **Financement pré-arrangé :** Obtenez un financement au préalable pour rationaliser le processus d’acquisition pour des éléments tels que le goodwill, la planification de sol et le fonds de roulement.

Les vendeurs devraient envisager ces bonnes pratiques:

• **Évaluation précise :** Comprenez la véritable valeur de votre entreprise avant de la mettre en vente (demandez à DSMA un devis gratuit).

• **Identifiez les obstacles à la transaction :** Définissez clairement vos conditions non négociables lorsque vous envisagez de vendre.

• **Concentrez-vous sur les questions clés :** Évitez de vous laisser distraire par des détails mineurs.

• **Conséquences fiscales :** Soyez conscient des conséquences fiscales de la vente de votre concession.

• **Représentation qualifiée :** Engagez une entreprise réputée, comme DSMA, pour vous assurer que votre entreprise est présentée uniquement à des acheteurs préqualifiés.

• **Conseillers expérimentés :** Utilisez des cabinets de comptabilité et de droit spécialisés dans l’automobile pour faciliter l’affaire.

En suivant ces bonnes pratiques, acheteurs et vendeurs peuvent naviguer plus efficacement dans les complexités des acquisitions de concessions, ce qui conduit à des transactions réussies et mutuellement bénéfiques.

Q : Que peut faire un acheteur potentiel de concession pour atténuer l’impact de la hausse des taux d’intérêt ?

Farid : Dans l’environnement actuel de taux d’intérêt élevés et de financement contraint, les acheteurs potentiels de concessions ont des options limitées pour atténuer l’impact. Cependant, il existe une stratégie efficace : l’utilisation de transactions avec reprise de créance du vendeur (VTB). Dans un arrangement VTB, le vendeur accepte de détenir une partie du prix d’achat sous forme de prêt à l’acheteur. Ce prêt peut généralement porter un taux d’intérêt inférieur à celui offert par les banques et est structuré pour une période spécifiée. Cela peut également bénéficier au vendeur.

Il est important de noter que dans toute transaction VTB, la banque finançant la transaction conservera la priorité sur la garantie. Ainsi, bien que les arrangements VTB puissent offrir un certain soulagement face à des taux d’intérêt élevés, ils doivent être soigneusement négociés pour garantir que les deux parties en bénéficient et que les exigences du prêteur principal soient respectées.

Q : Est-ce qu’il y a des régions du pays qui offrent plus d’opportunités à un détaillant souhaitant acquérir une concession ?

Farid : Plusieurs régions à travers le pays présentent des opportunités significatives pour les détaillants souhaitant acquérir une concession. Les régions suivantes sont classées par ordre des marchés les plus actifs : Québec, Ontario, provinces de la côte Est, provinces des Prairies, Alberta et Colombie-Britannique.

Chacune d’elles offre des dynamiques de marché uniques et un potentiel de croissance, les rendant attrayantes pour les acquisitions de concessions.



INTERVIEWÉ

FARID AHMAD
Directeur général
farid@dsma.com

AUTEUR

AUTOMOTIVE NEWS CANADA

PROSPÉREZ OU PRENEZ CONGÉ.



QUE VOUS ACHETIEZ OU VENDIEZ,
NOUS VOUS AIDERONS À PRENDRE LA BONNE DÉCISION.

Face à l'incertitude actuelle du marché, les concessionnaires doivent agir de manière déterminante pour **se développer ou se retirer.** DSMA propose des stratégies et des services essentiels pour créer de nouvelles opportunités ou découvrir votre plan de succession idéal.

Contactez-nous dès aujourd'hui pour semer les graines de votre réussite.

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

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

EXPLORER LE PROCESSUS DES APPLICATIONS À L'AGRÉMENT **DU MANUFACTURIER AVEC EXPERTISE**

Nous avons récemment eu le plaisir de nous entretenir avec John Hill, Directeur gestion des acquisitions chez DSMA, pour échanger sur son expérience dans l'industrie automobile, débattre sur les défis auxquels les candidats sont confrontés lors de la demande d'agrément de manufacturier et rassembler quelques conseils précieux pour s'orienter dans ce processus complexe.

Q : Pourriez-vous commencer par nous parler un peu de votre expérience et de la manière dont vous êtes devenu Directeur gestion des acquisitions chez DSMA ?

John : J'ai passé 32 ans au sein du groupe Volkswagen, dont 2 années en tant que Responsable du développement du réseau régional pour Audi et 10 ans à la tête de l'équipe nationale de développement du réseau pour Volkswagen. J'ai également dirigé l'équipe qui a établi Volkswagen of America comme importateur pour Bugatti Automobiles, ainsi que son réseau en Amérique du Nord et du Sud. Pendant mon travail avec les concessionnaires à travers les Amériques, j'ai acquis une solide compréhension de ce que les manufacturiers attendent des concessionnaires candidats. Ayant travaillé avec des centaines de concessionnaires, j'apprécie également leurs attentes. En tant que Directeur gestion des acquisitions chez DSMA, je m'appuie sur cette vaste expérience pour les aider et les guider à travers le processus d'agrément des manufacturiers ou pour obtenir un point ouvert. Les manufacturiers approuvent également mon implication car mon travail bénéficie efficacement au processus de candidature. Nous pouvons dire que je parle leur langue.

Q : Avec près de 40 ans d'expérience dans l'industrie automobile, quels sont certains des changements les plus significatifs que vous avez observés, particulièrement dans le processus d'agrément des manufacturiers ?

John : Les bases sont restées les mêmes en termes de législation étatique et de directives générales des manufacturiers. Les défis majeurs aujourd'hui sont que les manufacturiers disposent d'un meilleur accès à l'information, y compris les vérifications des antécédents. Autrefois, nous envoyions une demande écrite pour une vérification et attendions quelques semaines pour obtenir une réponse. Aujourd'hui, un manufacturier accède à divers canaux en ligne qui offrent des retours presque instantanés sur un candidat. Par ailleurs, la tendance à une plus grande implication avec de grands groupes peut compliquer



l'accès des petits opérateurs à de nouveaux points ouverts ou à des opportunités d'achat-vente. En fin de compte, si un manufacturier cherche une raison de rejeter un candidat, il est beaucoup plus facile de le faire avec les informations disponibles en ligne. Dans mon rôle chez DSMA, je travaille en étroite collaboration avec l'équipe pour bien comprendre le parcours et les qualifications de chaque candidat. Ensemble, nous élaborons un récit convaincant qui met en lumière pourquoi ils sont le choix idéal pour un emplacement spécifique, en veillant à ce que chaque aspect de leur histoire soit en accord avec les besoins de la concession et de la communauté qu'ils serviront.

Q : Quels sont les défis courants auxquels les candidats sont confrontés lorsqu'ils demandent l'agrément du manufacturier pour une concession déjà existante ?

John : Les manufacturiers souhaitent connaître toute l'étendue des opérations d'un concessionnaire candidat et vérifier tous les indicateurs de performance, y compris la capitalisation, la rentabilité, les SSI/CSI et l'efficacité des ventes. Si l'un de ces éléments ne répond pas à leurs exigences ou leurs attentes, ceux-ci l'utiliseront comme motif pour refuser une candidature. De plus, lorsqu'un manufacturier rejette un candidat, il le fait souvent sans fournir de raison spécifique, de sorte qu'un concessionnaire ne peut jamais connaître la véritable motivation derrière son refus. Si un candidat cherche à obtenir sa première concession, le manque d'expérience peut représenter un défi, même s'il bénéficie d'une expérience en tant que Directeur général. Le financement est également un obstacle important, car les banques sont devenues plus strictes avec leurs critères d'approbation ces dernières années.

Q : Comment les défis diffèrent-ils lorsqu'on postule pour un point ouvert par rapport à une concession déjà existante ?

John : Les critères de base pour l'agrément restent les mêmes, mais un point ouvert est plus difficile à obtenir, car un concessionnaire peut être en concurrence avec plusieurs centaines d'autres concessionnaires cherchant le même poste. Ce niveau élevé de concurrence élève considérablement les exigences pour les candidats. Lors de la demande pour un point ouvert, un candidat doit non seulement satisfaire les critères stricts des manufacturiers, mais aussi se démarquer des autres candidats hautement qualifiés. Cela implique de présenter un plan d'affaires convaincant, de démontrer un solide soutien financier et d'exposer une compréhension claire des dynamiques du marché. De plus, les manufacturiers recherchent souvent des stratégies innovantes qui s'alignent avec la vision de leur marque et leurs objectifs de pénétration du marché, devenant ainsi crucial pour les candidats d'être parfaitement préparés et exceptionnellement stratégiques dans leur approche.

Q : Pourriez-vous partager un cas particulièrement difficile que vous avez géré et comment vous avez surmonté les obstacles rencontrés ?

John : Nous avons eu un concessionnaire candidat ayant des antécédents de fraude à la consommation dans l'une de ses entreprises. Grâce à des discussions avec le manufacturier, nous avons pu prouver que le candidat n'était pas impliqué dans ces affaires, même s'il était propriétaire de l'entreprise concernée.

Q : Quels conseils donneriez-vous aux acheteurs pour la

première fois pour améliorer leurs chances d'obtenir l'agrément des manufacturiers ?

John : Ils ont besoin d'un plan d'affaires solide pour démontrer qu'ils comprennent les exigences liées à l'exploitation d'une nouvelle concession automobile. Grâce à l'expertise des équipes de marketing et finance de DSMA, ainsi qu'à mon implication auprès des manufacturiers, nous pouvons présenter un candidat sous son meilleur jour et maximiser ses chances d'agrément. Un candidat peut également montrer son soutien en soulignant sa conformité avec les CI/CD dans ses autres opérations et en s'alignant avec les critères du fabricant et l'identité corporative. Les manufacturiers considèrent les acheteurs pour la première fois comme un risque, car il n'y a pas d'antécédents à vérifier, mis à part une revue indépendante sur Google, etc.

Q : Comment l'expérience et le réseau de votre équipe avec différents manufacturiers bénéficient-ils aux candidats ?

John : Nous cherchons à identifier tout problème pouvant affecter l'agrément des manufacturiers, comme les limitations de financement, les soucis de performance, etc. Connaître ces éléments à l'avance nous aide à orienter un candidat vers la meilleure opportunité pour sa situation ou à construire un argumentaire pour atténuer ce que nous savons qu'un manufacturier découvrira lors de ses propres recherches.

L'assistance de DSMA diffère de ce que peuvent offrir d'autres petites sociétés de courtage en raison de notre expérience approfondie dans le monde des manufacturiers. Nous avons établi des relations de confiance avec les responsables du développement des réseaux des manufacturiers régionaux et nationaux et ces relations se renforcent chaque semaine. Nous ne sommes pas perçus comme des courtiers essayant de faire passer un candidat, mais plutôt comme quelqu'un qui comprend les exigences et travaille à présenter les meilleurs candidats pour l'agrément. Dans le cas d'une transaction d'achat-vente, nous n'avons pas toujours autant de contrôle sur les candidats qui postulent pour un agrément, donc nous travaillons avec eux pour les guider soigneusement tout au long du processus.

Q : Comment envisagez-vous l'évolution du processus de demande d'agrément des manufacturiers durant les prochaines années ?

John : Je crains qu'il ne devienne de plus en plus automatisé, réduisant ainsi la dépendance aux relations personnelles. L'IA semble envahir tous les aspects de notre vie, et je peux imaginer que les manufacturiers l'utiliseront davantage pour les étapes plus répétitives du processus, avec un minimum de révision au niveau des interactions en face à face. Je pense que cela pourrait être dangereux tant pour les manufacturiers que pour les candidats, car la relation entre les deux parties est essentielle à un partenariat réussi.

Q : Enfin, qu'est-ce qui nourrit votre passion pour aider les concessions et les candidats à réussir dans l'industrie automobile ?

John : J'ai eu la chance de travailler dans cette industrie pendant plus de 40 ans et je suis particulièrement fier d'avoir travaillé pour le groupe VW pendant la moitié de son existence aux États-Unis. J'ai collaboré avec des concessionnaires dans tous types de marchés, qu'ils soient ruraux ou urbains, qu'il s'agisse d'opérateurs indépendants ou de grands groupes. D'un côté, j'ai eu la chance de voir une concession où le propriétaire acceptait des animaux de ferme en échange, et d'un autre côté, j'ai passé du temps avec Roger Penske pour discuter de la stratégie commerciale de son vaste réseau de concessions. Une partie de mon expérience a été de travailler en face à face avec les concessionnaires et leurs équipes, l'autre partie a consisté à occuper des postes stratégiques déterminant la direction d'une marque. Peu importe le rôle que j'occupais, j'ai toujours essayé de me souvenir de l'impact que les décisions ont sur les concessionnaires et leurs équipes, et j'ai apprécié de voir l'effet de mon travail au fil des ans. Mon objectif a été de soutenir les concessionnaires et de concilier leurs objectifs avec les attentes des manufacturiers, qui ne sont pas toujours en phase. Grâce à mon expérience, je peux aider les concessionnaires à répondre à ces attentes et les guider avec succès à travers le processus d'agrément.



INTERVIEWÉ

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

LES ÉQUIPEMENTIERS EXIGENT PLUS DE **100 PRÉREQUIS** JUSTE POUR **VOUS PRENDRE EN CONSIDÉRATION.**



LES CONNAÎTRE TOUS **GRÂCE À NOTRE EXPERTISE ÉPROUVÉE** PEUT VOUS POSITIONNER **EN HAUT DE LA PILE.**

Acheter une concession est une décision importante. Cela nécessite une réflexion approfondie et une stricte conformité aux modalités des équipementiers. Ne prenez pas le risque d'être refusé.

Notre aide à la candidature garantit que toute la documentation et l'information nécessaires sont méticuleusement compilées, analysées, préparées et présentées.

Notre taux de réussite s'élève à 97%. Vous pouvez en faire partie.
Contactez DSMA dès aujourd'hui.

BUY@DSMA.COM **DSMA.COM** **+1 248-797-1799**

DSMA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

UN RÊVE EN DEVENIR : **LES RÉCITS D'UNE RÉUSSITE AVEC DSMA**

J'ai récemment eu le plaisir de travailler avec Ryan, un client qui avait toujours rêvé de posséder sa propre concession automobile. Il a passé d'innombrables heures à gravir les échelons dans une concession prospère de sa ville. Comme beaucoup d'entre nous, Ryan a commencé en bas de l'échelle et a progressivement accédé à des postes à responsabilité. Il a appris toutes les subtilités du métier, comprenant parfaitement les détails et les exigences nécessaires pour se lancer dans l'entreprenariat. Après des années de travail dans l'industrie et d'épargne assidue, Ryan a finalement décidé qu'il était temps de réaliser son rêve.

Sa première démarche a été d'acheter une concession existante. Après avoir exploré plusieurs options, Ryan a finalement découvert une opportunité intéressante dans un marché majeur, où le propriétaire actuel était prêt à prendre sa retraite. Ryan était enthousiaste ! Il prévoyait d'acheter l'immobilier, d'acquérir tous les actifs et l'inventaire de la concession et de conserver le personnel expérimenté. Cependant, Ryan a rapidement découvert que ce n'était pas toujours aussi simple et la décision finale revenait au constructeur automobile. Le processus d'approbation s'est révélé être un réel défi.

Pour augmenter ses chances d'approbation, Ryan savait qu'un plan d'affaires solide et des prévisions financières étaient essentiels, mais il ne savait pas par où commencer. Il m'a contactée pour demander de l'aide. Bien sûr, j'étais plus qu'heureuse de le soutenir. Avec l'assistance de notre équipe chez DSMA, Ryan a bénéficié de conseils d'experts pour créer un Portfolio de Candidature d'Agrément du Manufacturier (PCAM), qui comprenait des informations détaillées sur ses qualifications, sa vision pour la concession et ses plans de croissance à long terme. Nous avons également souligné son engagement envers les normes de la marque, la satisfaction des clients, l'implication dans la communauté, ses réalisations personnelles et ses récompenses diverses.

L'équipe de DSMA a méticuleusement compilé et



soumis toute la documentation nécessaire, veillant à ce que chaque détail soit parfait. Grâce au Portfolio de Candidature d'Agrément du Manufacturier, Ryan a présenté un dossier solide au constructeur automobile, augmentant considérablement ses chances d'approbation.

Le succès de Ryan avec le PCAM ne s'est pas arrêté à l'acquisition d'une concession existante. Son amie et membre du 20-Group, Sarah, a rencontré un défi similaire lorsque son père a décidé de lui transmettre la concession familiale dans le cadre de son plan de succession. Sarah pensait que la transition serait simple, mais elle a rapidement découvert que l'approbation du constructeur n'était pas garantie. Elle a alors demandé conseil à Ryan, qui lui a recommandée DSMA.

Nous avons également aidé Sarah à préparer un dossier complet mettant en valeur ses qualifications, sa vision et son plan d'affaires. Son Portfolio de Candidature d'Agrément du Manufacturier a rassuré le constructeur automobile sur le fait que l'héritage de la concession continuerait sans heurts sous sa direction. Grâce à son parcours impressionnant et au soutien de notre PCAM, Sarah a obtenu l'approbation nécessaire pour reprendre avec succès l'entreprise familiale.

> **"Face à une concurrence féroce, John devait se démarquer et prouver sa capacité et sa stabilité financière pour ouvrir et gérer avec succès la nouvelle concession."**

Encouragé par ces succès, John, un autre client, a décidé de se lancer dans une opportunité d'ouverture d'une concession. Le constructeur automobile avait identifié une zone en expansion avec un grand nombre de clients fidèles à la marque et invitait des candidatures pour une nouvelle concession. Face à une concurrence féroce, John devait se démarquer et prouver sa capacité et sa stabilité financière pour ouvrir et gérer avec succès la nouvelle concession.

Une fois de plus, John s'est tourné vers DSMA. Ayant déjà travaillé avec nous avec succès, il savait que nous étions le partenaire idéal pour l'aider à franchir cette étape cruciale de son parcours. Cette fois-ci, notre objectif était de créer un Portfolio d'Application de Nouvelle Bannière (PANB) complet et convaincant, qui non seulement répondrait aux exigences de base, mais mettrait en valeur



les forces uniques de John et le positionnerait comme le candidat idéal pour cette opportunité.

Nous avons méticuleusement rassemblé et mis en avant chaque aspect des ressources financières, de l'expertise opérationnelle et du bilan éprouvé de John. Notre équipe a travaillé en étroite collaboration avec lui pour s'assurer que le Portfolio d'Application de Nouvelle Bannière (PANB) n'était pas seulement un document, mais un véritable reflet de son engagement et de sa vision. Nous avons inclus des preuves détaillées de son fonds de roulement, veillant à ce que chaque chiffre et projection soient conformes aux critères rigoureux du constructeur. De l'immobilier à la taille des installations, chaque exigence a été remplie et dépassée, peignant un tableau clair de la préparation de John pour entreprendre ce nouveau projet.

Lorsque John a soumis son PANB, il n'a pas seulement répondu aux attentes — il a capté l'attention du constructeur automobile. Sa candidature s'est distinguée dans un domaine concurrentiel, non seulement parce qu'elle était complète, mais aussi parce qu'elle racontait l'histoire d'un concessionnaire prêt à avoir un impact significatif. En conséquence, John a obtenu la concession pour le point ouvert, ce qui témoigne de son travail acharné et de la solidité d'un plan bien préparé.

Les rêves ne se réalisent pas par hasard. Ils se construisent, étape par étape, avec le soutien et les conseils appropriés. L'histoire de John est un puissant rappel de ce qui est possible lorsque la détermination rencontre l'expertise. Il ne s'agit pas seulement de saisir des opportunités, mais de progresser vers un avenir qui reflète votre vision et vos valeurs.

Chez DSMA, nous sommes fiers d'avoir fait partie du parcours de John, en contribuant à transformer ses aspirations en réalité. Notre rôle va au-delà de l'obtention des approbations ; nous aidons nos clients à faire des avancées significatives dans leur avenir, créant des impacts durables non seulement pour eux-mêmes, mais aussi pour leurs communautés.

La puissance d'un Portfolio de Candidature d'Agrément du Manufacturier ou d'un Portfolio d'Application de Nouvelle Bannière est immense. Ce n'est pas seulement de l'administration; c'est une narrative qui met en valeur votre vision, votre préparation et votre engagement envers l'excellence. Il s'agit de vous positionner comme le meilleur candidat dans un marché hautement concurrentiel, en veillant à ce que votre rêve ne reste pas simplement un rêve, mais devienne une réalité.

Nous sommes plus que de simples consultants chez DSMA. Nous sommes vos partenaires dans ce voyage, déterminés à vous aider à naviguer à travers les complexités des acquisitions de concessions. Avec le bon plan, la bonne équipe, et une quête incessante de votre rêve, tout est possible. Nous avons hâte de contribuer à écrire la prochaine réussite en matière d'acquisition — la vôtre.



AUTEURE

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

THE FUEL LINE

LE PODCAST AUTOMOBILE F&A

EXPLORONS L'INDUSTRIE DES FUSIONS ET ACQUISITIONS. UN PODCAST À LA FOIS.

Développez vos connaissances avec The Fuel Line, le podcast essentiel pour carburer dans le monde des fusions et acquisitions automobiles. Animé par Farid Ahmad, fondateur et PDG de la DSMA, chaque épisode offre des informations de premier plan présentées par des hauts responsables, des analystes de l'industrie, des décisionnaires clés et de tout autre acteur intermédiaire. **Découvrez le premier podcast de DSMA. Suivez-nous dès aujourd'hui pour garder une longueur d'avance.**



Avez-vous un sujet intéressant ou souhaitez-vous être présenté dans notre émission ? **Veuillez nous contacter sur thefuelline@dsma.com.**

DSMA

NOTRE ÉQUIPE. VOTRE RÉUSSITE.

DSMA QUÉBEC : **UNE RELÈVE DÉJÀ EXPERTE ET ASSURÉE**

L'équipe de DSMA Québec fait souvent parler d'elle. Avec plus de 100 transactions à leur actif et une présence provinciale inégalée, les quatre associés qui la composent témoignent d'une efficacité opérationnelle qui suscite à la fois une grande estime et admiration. Figures emblématiques de l'industrie des fusions et acquisitions et piliers à l'origine de la performance sans précédent de DSMA, Manon Messier et François McDonald encadrent respectivement Mélissa Samatas et Gracielle Sills, relèves toutes désignées à faire perdurer les excellents résultats des deux associés de longue date.

Il y a tout juste un an, Gracielle Sills - alors Directrice de compte dans la branche Finance Automobile Corporative chez BMO (Bank of Montreal) Canada - joint DSMA, alors que François McDonald cherchait la personne qui reprendrait sa suite au moment venu. Gracielle n'est pas étrangère au monde automobile : « Je suis rentrée dans la finance un peu par hasard, explique-t-elle. En 2008, alors que j'effectuais des jobs ici et là, une agence de placement m'a appelée pour un petit poste à BMO comme travail temporaire et mon parcours s'est dessiné par la suite. Initialement diplômée en marketing, j'ai finalement mis de côté ce domaine pour me réorienter vers des études dans la finance. » Engagée dans une carrière qui, au départ, ne lui semblait pas destinée, elle y explore tous les départements financiers liés au domaine automobile. Des approbations crédit pour l'achat de véhicules, au conseil F&I auprès des concessionnaires, puis naviguant du secteur de la vente au détail à celle commerciale où elle a passé ces 8 dernières années, Gracielle finançait les entreprises lorsqu'elle a rencontré François pour la première fois lors d'une réunion au début de l'année 2020.

À l'occasion de cet entretien entre DSMA et BMO à Laval, au Québec, les deux entreprises approfondissent leurs relations professionnelles et initient des référencements mutuels afin de créer une synergie opérationnelle qui faciliteraient les interactions transversales. Les liens entre François et Gracielle se sont lentement tissés au fil des discussions et des collaborations, avant que François n'expose son envie de travailler plus étroitement avec elle, et ce, dans les fusions et acquisitions. Forte de 15 ans dans le secteur automobile à BMO, Gracielle bénéficie d'une connaissance du marché et de sa propre notoriété préalables, garants d'une réussite assurée. Évoluant notamment dans le secteur ouest du Québec, elle opérait ainsi dans les mêmes régions que son mentor et



Gracielle Sills avec Mélissa Samatas

retrouve donc aujourd'hui la clientèle qu'elle servait lorsqu'elle était Directrice de compte chez BMO.

« Je n'ai pas hésité à m'allier à François. Nous avions déjà beaucoup de similarités dans notre manière de travailler quand il évoluait à DSMA et que j'opérais à BMO. Dès lors, pour lui, la meilleure façon de me former était de m'immerger dans une phase d'observation et d'assistanat constants, afin que j'assimile les particularités d'une industrie qui, certes ne m'était pas étrangère, mais se présentait à moi sous un angle différent. François m'implique dans toutes les rencontres-client, les discussions d'affaires, les présentations, et me laisse prendre le relais lorsqu'il estime que je suis apte à gérer le dossier. Aujourd'hui, grâce à sa méthode d'enseignement très formatrice, je dirige mes propres contrats et me réfère à lui lors d'absolue nécessité seulement. »

Le processus d'acquisition et les défis souvent inattendus qui l'accompagnent stimulent la créativité de Gracielle et ajoutent une dimension dynamique à l'ensemble de la transaction. De nature organisée, Gracielle utilise des méthodes très précises pour garantir un suivi exceptionnel et maximiser la réussite de ses clients ; elle le souligne bien : « une concession peut ne pas être en vente aujourd'hui, et l'être le lendemain ». Offrir un service haut de gamme implique aussi assurer une assiduité irréprochable dans les événements automobiles, rester en relation permanente avec les concessionnaires qui se trouvent sur son territoire et accéder ainsi à une représentation réelle d'une industrie aujourd'hui fluctuante, à travers les yeux mêmes des propriétaires, en première ligne des caprices d'une économie en pleine transformation. Signer une transaction prend alors une dimension plus personnelle, et Gracielle prend à témoin les concessionnaires atteints par des réformes controversées, comme la modification des marges bénéficiaires de la marque Honda sur les entreprises afin de compenser les coûts de fabrication des véhicules électriques ; pour ne citer que cet exemple. D'autre part, les institutions financières se montrent de plus en plus prudentes et les manufacturiers de plus en plus sélectifs. Les relations et les connaissances exhaustives de Gracielle dans le secteur de la banque se changent ainsi en atouts indispensables dans la gestion de ses contrats et dans sa capacité à mener ses projets avec grande maîtrise et minutie.

Sa perspective unique et son savoir-faire éprouvé sont consolidés par un héritage parental, symbole de son excellence. Fille d'Eugène Talbot, actionnaire renommé de 3 concessions Ford au Québec et Directeur des ventes aux records exceptionnels chez Chartrand Ford pendant presque 40 ans, Gracielle perpétue la tradition familiale en marquant l'industrie automobile de son empreinte d'experte et en devenant par-là, actrice de la scène provinciale des

fusions et acquisitions.

La passion pour l'industrie automobile semble dès lors génétique chez DSMA. Manon Messier, fille d'un ancien concessionnaire Lincoln/Mercury, puis Mélissa Samatas, issue d'une famille propriétaire de plusieurs concessions Honda au Québec, forment aujourd'hui un tandem des plus efficaces et couvrent en majorité tout le territoire est de la province. Complémentaires, les deux femmes partagent une passion pour les fusions et acquisitions, et en dépit de leurs individualités, s'entendent sur ce qui les motive à surmonter les obstacles d'une transaction ainsi que sur leur désir presque instinctif de réaliser les objectifs de leurs clients et de contribuer à leur accomplissement. Manon, référence incontournable de l'industrie automobile, a embrassé son rôle de mentor et se révèle être, sans surprise aucune, une véritable encyclopédie sur les mécanismes et rouages des transactions, les méthodologies à connaître et à adopter, et la gestion des cas pratiques. En permettant à Mélissa de la seconder dans toutes ses démarches et en lui octroyant l'intégralité de sa confiance, elle lui donne l'occasion unique de perfectionner son habileté à naviguer les situations et coordonner les affaires, mais cette fois-ci, située de l'autre côté des opérations.

En effet, Mélissa a traversé ces mêmes épreuves lorsque sa famille a ressenti le besoin de se retirer de la vie de concessionnaires. « Je sais ce que ça représente, affirme-t-elle. Sortir de l'industrie, ou simplement reconsidérer ses objectifs d'entreprenariat, s'apparente à une décision de vie. Quand on est concessionnaire, c'est la famille entière qui est impliquée. On parle automobile. On respire automobile. On vit automobile. Manon et moi sommes issues de ces familles-là, qui sont conduites par une ferveur commune et qui doivent, à un moment donné de leur chemin, faire un choix qui va redessiner leur quotidien. C'est pourquoi nous vivons cet instant non pas comme une simple transaction, mais comme un accompagnement vers de nouveaux objectifs, vers une nouvelle trajectoire de vie. Car peut-on définitivement prendre un virage à 360° sans être tenté de regarder dans le rétroviseur ? »

Mélissa a suivi les traces de son père, tout comme sa sœur aînée. L'histoire de la famille Samatas dans l'industrie automobile remonte en 1978, lorsque Thomas Samatas ouvre sa première concession, Encore Honda, à Chateauguay, dans la périphérie de Montréal. Deux ans plus tard, il se diversifie en lançant une compagnie de location. Honda le sollicite en 1982 afin de répondre à son succès grandissant, et Thomas acquiert alors sa deuxième entreprise sous cette marque. Le Groupe Samatas naît et apposera son empreinte dans l'industrie automobile au fil des années en ouvrant deux autres concessions Honda (Mélissa sera à la tête de Vaudreuil Honda), une concession Kia, et en devenant le premier concessionnaire Powerhouse de Honda au Canada avec la construction d'Excel Moto en 2006. Il continuera de porter

“ Manon donne à Mélissa l'occasion unique de perfectionner son habileté à naviguer les situations et coordonner les affaires. ”

les marques vers de nouveaux horizons et s'inscrira dans l'histoire des deux manufacturiers. En 2023, le groupe prend son dernier virage en se tournant vers DSMA afin de clôturer son parcours de concessionnaire de manière définitive.

Première femme membre du Conseil de publicité de Honda Québec, premier membre féminin du Conseil des concessionnaires de Honda au Canada et première Présidente du Conseil consultatif des concessionnaires de Honda Canada, Mélissa est une pionnière dans l'industrie automobile, engagée à promouvoir la diversité et reconnue pour son leadership visionnaire. « Pendant mes années de vice-présidence au sein du Groupe Samatas, j'ai imaginé un programme qui établirait une charte référentielle qui me permettrait de connaître et d'analyser tous les processus d'une concession. Il détaillait les procédés de chaque poste, chaque département, et fédérait alors de nouvelles idées afin d'optimiser l'organisation et la gestion du temps au cœur de l'entreprise. » Experte automobile et forte de sa longévité dans le secteur, Mélissa est une stratège chevronnée qui non seulement ne recule pas devant les défis, mais



aime à trouver des solutions et à résoudre chaque problème avec précision, anticipant les impasses pour transformer les opportunités en succès durable.

« Le plus difficile, explique-t-elle, c'est lorsque l'on se rend compte qu'on ne peut pas réaliser certains désirs de nos clients car divers facteurs décisionnaires sont hors de notre contrôle. Une approbation financière ou l'agrément du manufacturier par exemple. Heureusement, à DSMA, nous avons conçu des programmes spécifiques, comme les Portfolios de Candidatures, pour ne mentionner qu'eux, afin de pallier ces obstacles et travaillons chaque jour pour que nos clients trouvent grande satisfaction. Il y a toute une équipe derrière moi qui non seulement me soutient dans mes démarches, mais soutient tous mes clients en s'adaptant à la rudesse du marché et en créant de nouveaux outils qui nous permettront de finaliser nos objectifs. »

La relève entrevoit de beaux projets d'avenir pour DSMA. En dehors d'une croissance évidente pour l'entreprise, les deux associées pensent braver les frontières. Gracielle a ses yeux braqués sur les États-Unis, et conçoit de futures transactions transversales entre les Américains et les jeunes clients québecois, aidées par un marché favorable et économiquement bénéfique pour les deux territoires. Les opportunités aux États-Unis sont nombreuses et le système bancaire plus facile. Ambitieuse, elle voudrait marcher dans les pas de son mentor tout en y insufflant ses propres méthodes, aiguisées par son caractère déterminé et sa vision avant-gardiste. Mélissa, quant à elle, envisage de construire une équipe à la hauteur de la demande croissante du marché et de répondre aux attentes des clients de plus en plus nombreux. Entreprenante, elle planifie d'agrandir et de diversifier le réseau de DSMA en tirant davantage profit des industries reliées au secteur automobile : plus de transactions dans les branches nautiques, des véhicules de sports motorisés et de camionnage entre autres. Les deux associées gardent néanmoins les mêmes objectifs en tête : rester numéro 1 en Amérique du Nord et faire honneur aux efforts et accomplissements sans égal de leur mentor respectif, avec qui elles ont noué des relations extraprofessionnelles. Car avant tout, les fusions et acquisitions ne se limitent pas aux transactions de concessions : c'est aussi le voyage de personnes engagées, dévouées et passionnées qui se rencontrent à la croisée des chemins, puis se guident pour esquisser ensemble le croquis d'un avenir nouveau, transformer les épreuves en réussites communes et redessiner ainsi le paysage du marché automobile.

Le parcours professionnel de Gracielle et Mélissa témoigne de l'importance des principes familiaux au Québec, où l'esprit de famille et la transmission intergénérationnelle sont au cœur de la culture. Cette influence ne se limite pas seulement à leur choix de carrière, mais se manifeste également dans leur approche du travail, où l'engagement et la loyauté restent essentiels. En passant le flambeau à Gracielle et Mélissa, François et Manon nourrissent ainsi un héritage familial qui semble être valeur inhérente à l'équipe DSMA du Québec. Car finalement, l'automobile à DSMA, c'est avant tout une histoire d'ADN.



AUTEURE

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

COMMUNIQUÉ DE PRESSE : QUOTUS LANCE UNE **PLATEFORME DE RENSEIGNEMENTS FINANCIERS RÉVOLUTIONNAIRE POUR LES GROUPES DÉTAILLANTS AUTOMOBILES.**

MONTRÉAL, ON, 3 septembre 2024, QUOTUS, un fournisseur de premier plan de solutions en renseignements financiers pour l'industrie du détail automobile, est fier d'annoncer le lancement de sa plateforme SaaS innovante, conçue pour transformer les données financières complexes en analyses exploitables. Spécialement adaptée aux CFO, équipes financières et départements opérationnels, QUOTUS suit plus de 280 indicateurs clés de performance (KPI), simplifie la consolidation et l'analyse des données financières, permettant ainsi aux concessions de prendre rapidement des décisions en connaissance de cause.

QUOTUS s'appuie sur une veille stratégique avancée pour offrir des analyses et des prévisions en temps réel, permettant ainsi aux groupes de vente au détail d'automobiles de comprendre instantanément leur santé financière.

La plateforme prend en charge un large éventail de marques automobiles, en fournissant des plans comptables normalisés et des moyennes provenant du plus grand lac de données de concessions de l'industrie. Avec plus de 100 concessionnaires utilisateurs, QUOTUS a déjà agrégé plus de 20 000 états financiers, ce qui représente plus de 50 millions de points de données. Cela permet aux utilisateurs de comparer efficacement les performances des différents équipementiers, marques, niveaux et régions.

À propos du partenariat QUOTUS et DSMA :

QUOTUS est un fier partenaire de DSMA, le principal service nord-américain de conseils en matière de renseignements et de fusions-acquisitions dans le secteur automobile. DSMA a réalisé des milliers d'évaluations de concessions et des centaines de transactions réussies, lui conférant ainsi une réputation de fiabilité dans l'industrie. Ce partenariat permet à QUOTUS de bénéficier de la connaissance approfondie du secteur, du réseau étendu et des perspectives stratégiques de DSMA.

En collaborant avec DSMA, QUOTUS renforce sa capacité à fournir à ses clients une plateforme de renseignements financiers complète, soutenue par l'expertise nécessaire pour naviguer dans les complexités du marché de l'automobile. Les clients bénéficient de la vaste expérience de DSMA en matière d'opérations de concession, de tendances du marché et de processus de fusion et d'acquisition, ce qui fait de QUOTUS un outil puissant pour stimuler les performances de l'entreprise et atteindre les objectifs de croissance.

Caractéristiques principales de QUOTUS :

- **Consolidation des données financières :** ationalisation des données financières provenant de sources multiples en vue d'obtenir des informations claires et exploitables.
- **Analyses et prévisions en**

> **Nous avons développé QUOTUS pour répondre aux défis uniques auxquels sont confrontés les groupes de distribution automobile dans la gestion et l'interprétation de leurs données financières.**

QUOTUS
DONNÉES FINANCIÈRES. RÉSULTATS INTELLIGENTS.

temps réel : Accès instantané aux indicateurs de santé financière et aux analyses prédictives.

- **Plan comptable normalisé :** Permet une comparaison cohérente entre les différents équipementiers.

- **Indicateurs clés de performance et repères personnalisés :** Offre des indicateurs clés de performance et des points de référence sur mesure pour suivre et améliorer les performances.

- **Examen à 360 degrés des indicateurs clés de performance :** Facilite un examen complet des indicateurs clés de performance avec une visibilité passive.

- **Intégration des prévisions et analyse des écarts :** Permet de rationaliser l'exécution et à examiner les résultats avec des modules de prévision avancés.

« Nous avons développé QUOTUS pour répondre aux défis uniques auxquels sont confrontés les groupes de distribution automobile dans la gestion et l'interprétation de leurs données financières, » a déclaré Maxime Théorêt, cofondateur et PDG de QUOTUS. « Notre plateforme est conçue pour être intuitive et puissante, fournissant aux utilisateurs les outils nécessaires pour optimiser leurs opérations et assurer leur succès. »

Steve Quinn, propriétaire de la concession BMW Toronto, est l'un des premiers utilisateurs de la plateforme : « Je travaille avec la plateforme QUOTUS depuis quelques mois et je suis très impressionné. L'outil est très intuitif et les indicateurs de performance sont toujours précis et pertinents. Si vous êtes intéressé par l'offre de produit, je serais ravi de vous faire part de mon expérience. Les bonnes gens de QUOTUS peuvent organiser un appel Zoom entre vous et moi. »

À propos de QUOTUS :

QUOTUS est une entreprise technologique canadienne spécialisée dans les solutions de renseignements financiers pour le secteur de la vente au détail de véhicules automobiles. Fondée par une équipe d'experts du secteur, QUOTUS a pour objectif de simplifier la gestion des données financières et de fournir des analyses exploitables pour stimuler les performances de l'entreprise. En tant qu'entreprise partenaire de DSMA, QUOTUS bénéficie d'une expertise industrielle inégalée, garantissant une réponse aux besoins évolutifs des détaillants automobiles via sa plateforme.

À propos de DSMA :

Dealer Solutions Mergers and Acquisitions (DSMA) est une entreprise de premier plan dans le domaine des fusions et acquisitions de l'industrie automobile. Fondée à Toronto pour perturber les transactions conventionnelles des concessions, DSMA est devenue la première société de fusions et acquisitions au Canada, avec plus de 7 milliards de dollars de ventes de concessions au cours des cinq dernières années. S'étendant aux États-Unis en 2018 et établissant un siège social américain en Floride, DSMA occupe désormais une position de choix en tant que principal partenaire de transactions d'achat/vente en Amérique du Nord. Avec la vision d'être le principal fournisseur de services consultatifs en matière de fusions et acquisitions pour les concessionnaires nord-américains, DSMA tire parti de ses plus de 1 000 années d'expérience et d'expertise collectives dans l'industrie automobile pour offrir des services stratégiques de fusions et acquisitions aux détaillants et aux fabricants d'automobiles et d'équipements lourds. Spécialisée dans l'évaluation des concessions, les services de conseil en fusions et acquisitions et les stratégies complètes d'entrée et de sortie, DSMA est reconnue pour son approche transparente, professionnelle et engagée, ce qui en fait le partenaire privilégié des clients qui cherchent à naviguer dans les complexités des transactions de concessions. À ce jour, DSMA a réalisé plus de 1 900 évaluations et 450 transactions dans toute l'Amérique du Nord.

Contacts :

Maxime Théorêt
Cofondateur et PDG, QUOTUS
Email : maxime@quotus.com
Téléphone : 514.823.5570

Sandra Liem
Directrice marketing, DSMA
Email : sandra.liem@dsma.com
Téléphone : 647.284.9165

Pour plus d'informations ou pour planifier une démonstration, visitez Quotus.com.

LA TRANSFORMATION EN MARCHE : **L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, L'APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE ET L'AMÉLIORATION DE L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE**

Les concessions et groupes automobiles de détail deviennent toujours de plus en plus complexes. Plus de marques, plus de canaux de vente, plus d'options de service, plus de magasins, plus de technologies. Dans ce chaos, mettre en œuvre les informations financières n'a jamais été aussi crucial. Et il n'a jamais été aussi difficile de distinguer le signal du bruit.

QUOTUS de DSMA a été conçu pour isoler le signal et réduire le bruit dans la planification et l'analyse financière (FP&A) des groupes automobiles de détail. QUOTUS utilise l'IA, l'apprentissage automatique et des graphiques puissants et intuitifs pour permettre aux experts financiers de votre organisation de travailler rapidement et efficacement tout en communiquant de manière claire leurs conclusions et leurs perspectives à tous – en utilisant tout simplement vos états financiers mensuels de manufacturier.

QUOTUS a été créé pour éclairer l'évaluation des entreprises et la prise de décisions financières pour les clients en fusions et acquisitions de DSMA. QUOTUS est devenu un SaaS pour les directeurs financiers, les équipes financières et les responsables des opérations, afin de rendre les données financières complexes à la fois accessibles et compréhensibles.

En générant un plan comptable standardisé à travers les marques et les systèmes de gestion, QUOTUS compare la performance entre les manufacturiers, les marques, les niveaux et les régions. Les analyses et prévisions en temps réel illustrent la santé financière du groupe en un coup d'œil et permettent aux clients de prendre des décisions éclairées qui favorisent la croissance. QUOTUS offre des outils simples de consolidation des données et de communication graphique qui étaient auparavant inaccessibles sans des équipes internes de technologie et de FP&A. C'est une technologie de méga-groupe que les groupes plus petits peuvent se permettre.

Maxime Théorêt, Cofondateur et PDG de QUOTUS, et Véronique Boucher, Directrice des technologies, ont récemment

discuté de la manière dont ils utilisent les technologies, notamment l'apprentissage automatique et l'IA, parallèlement à la conception intuitive, pour améliorer les services qu'ils offrent à leurs clients.

La technologie est omniprésente dans tous les secteurs, et l'industrie automobile ne fait pas exception. Pour Maxime, le principal avantage réside dans sa capacité à améliorer l'efficacité.

« L'apprentissage automatique nous aide à simplifier des processus complexes, tels que les évaluations et les prospectus, qui nécessitaient traditionnellement de nombreuses étapes manuelles, » a-t-il expliqué. Les tâches qui nécessitaient auparavant un travail manuel considérable sont désormais traitées avec plus de rapidité et de précision.

Véronique a développé ce point.

« Ce que cela signifie pour nos clients est simple. QUOTUS simplifie les tâches qui nécessitaient auparavant une saisie manuelle des données, comme les états financiers. »

L'automatisation accélère les processus tout en réduisant les erreurs liées à la saisie manuelle, libérant ainsi un temps précieux pour mettre en œuvre les perspectives.

Quantifier les gains de temps

L'impact sur la gestion du temps est considérable. Véronique a donné un exemple frappant : « Ce qui prenait auparavant une semaine à accomplir prend désormais moins de 90 secondes.»

Les avantages vont au-delà des simples économies de temps. En réduisant le temps consacré aux tâches répétitives, les organisations peuvent allouer leurs ressources de manière plus efficace et améliorer leur efficacité opérationnelle. L'automatisation de ces processus non seulement accélère les flux de travail, mais renforce également la précision et la fiabilité dans la gestion des données.

Assurer la précision dans un contexte d'intégration de l'IA

Malgré ses avantages, l'apprentissage automatique n'a pas bénéficié de la même notoriété que son frère plus célèbre, l'IA. De plus, l'intégration de l'IA a parfois suscité des inquiétudes quant à la précision. Véronique a abordé ces préoccupations en faisant la distinction entre l'IA et l'apprentissage automatique.

Maxime a ajouté : « L'IA génère un premier brouillon, mais l'interaction humaine est cruciale pour examiner et finaliser le résultat. »

La capacité de la technologie à détecter et corriger les erreurs est un avantage significatif. Maxime a noté : « Nos systèmes sont conçus avec de nombreux contrôles et équilibres. Ils signalent les écarts et les erreurs, identifiant souvent les problèmes qui proviennent des données des clients. » Cette approche proactive de la détection des erreurs contribue à maintenir des normes élevées de précision et de fiabilité.

Tirer parti de l'IA pour les prévisions et la gestion des risques

Le rôle de l'IA dans les prévisions et la gestion des risques devient de plus en plus significatif. Maxime décrit comment l'IA peut prévoir les performances financières futures en analysant d'énormes quantités de données, y compris des indicateurs économiques et des spécificités régionales.

« Notre objectif est d'aider les clients à rationaliser leurs processus de budgétisation en fournissant des prévisions basées sur l'IA qui s'adaptent aux conditions économiques changeantes », a-t-il déclaré.

Dans le domaine de la gestion des risques, DSMA développe des modèles pour aider les grands groupes, les institutions financières et les manufacturiers à gérer leurs portefeuilles de concessions de manière similaire à celle des portefeuilles de gestion de patrimoine. Cela aura des applications pratiques pour les acquisitions de concessions, les consolidations et d'autres services essentiels proposés par DSMA.

« Nous travaillons sur des outils qui permettront aux clients d'identifier et de gérer les risques de manière plus efficace », a ajouté Véronique. Cette approche permet aux clients de surveiller leurs portefeuilles de manière proactive, d'identifier les problèmes potentiels avant qu'ils ne s'aggravent et de prendre des décisions plus éclairées.

Naviguer dans les attentes changeantes

À mesure que la technologie de l'IA progresse, les attentes des clients évoluent. Maxime a observé : « Les clients exigent de plus en plus de l'IA. Ils s'attendent

à des améliorations continues et à de nouvelles fonctionnalités, impulsées par les capacités en expansion rapide de l'IA. » Ce changement d'attentes reflète une tendance plus large où les consommateurs anticipent des solutions technologiques plus sophistiquées et réactives.

Véronique a acquiescé, en soulignant que les clients sont impatients d'explorer de nouvelles possibilités.

« Le défi est de répondre à ces attentes tout en gérant les contraintes au niveau des ressources. Nous exploitons les solutions d'IA existantes et les personnalisons pour répondre aux besoins spécifiques des clients », a-t-elle expliqué. Cette approche permet de concilier la demande d'innovation avec des considérations pratiques, en veillant à ce que les clients reçoivent des solutions adaptées à leurs exigences uniques.

Équilibrer l'IA avec le contact humain

La nature en face-à-face de l'industrie automobile signifie qu'en dépit des outils d'IA avancés, l'interaction humaine reste essentielle. Véronique souligne l'importance du graphisme pour présenter les données, de telle manière que les clients puissent les comprendre et agir en conséquence.

« Il ne s'agit pas seulement de fournir des données ; il s'agit de donner des perspectives exploitables que les clients peuvent utiliser pour prendre des décisions éclairées », a-t-elle déclaré.

Maxime a expliqué comment QUOTUS propose des tableaux de bord intuitifs qui fournissent des rapports personnalisés en temps réel. « Nous visons à améliorer l'engagement en offrant des perspectives adaptées qui aident les clients à prendre des décisions stratégiques rapidement », a-t-il ajouté.

Cet accent mis sur l'expérience utilisateur garantit que les clients peuvent facilement interpréter et agir sur les informations fournies, comblant ainsi l'écart entre les données et l'action.

L'avenir de l'IA dans les concessions automobiles

En regardant vers l'avenir, Maxime et Véronique sont tous deux enthousiastes à l'idée des possibilités futures offertes par l'IA. Véronique imagine un futur où la saisie et l'analyse des données sont intégrées de manière transparente, rendant l'intelligence accessible à tous les concessionnaires.

« Notre objectif est de rendre les informations financières et les perspectives facilement accessibles et exploitables pour tous », a-t-elle déclaré. Cette vision reflète un engagement à démocratiser l'accès aux analyses avancées et à rendre les outils sophistiqués disponibles à un public plus large.

Maxime a ajouté : « L'avenir réside dans l'engagement. Nous nous concentrons sur la création d'outils qui fournissent des informations tout en favorisant des interactions plus profondes avec les clients. En combinant l'IA avec des perspectives stratégiques, nous transformerons la manière dont les concessions gèrent et développent leurs activités. » Cet accent sur l'engagement souligne l'importance de bâtir des relations solides avec les clients et de fournir une valeur ajoutée au-delà de l'analyse de données de base.

L'intégration de l'IA dans le commerce de détail automobile entraîne des changements significatifs, améliorant l'efficacité, la précision et la prise de décision stratégique. Alors que DSMA et QUOTUS continuent d'innover, l'accent reste mis sur l'utilisation de la technologie pour fournir des perspectives précieuses tout en préservant le contact humain qui définit l'industrie. En équilibrant la technologie avancée avec l'expertise humaine, ces leaders façonnent l'avenir des concessions automobiles, veillant à ce qu'elles restent agiles et compétitives dans un environnement en perpétuelle évolution.

Le chemin vers une intégration complète de l'IA dans les opérations des concessions automobiles ne fait que commencer. À chaque avancée, le potentiel de l'IA pour transformer l'industrie s'accroît, offrant de nouvelles opportunités en matière d'efficacité, de perspective et de croissance. Alors que les concessions naviguent à travers cette transformation, la collaboration entre la technologie et l'expertise humaine sera cruciale pour obtenir des réussites et obtenir un impact durable.



AUTEUR

MAXIME THÉORÊT, CPA
Directeur associé
maxime@dsma.com



AUTEUR

VERONIQUE BOUCHER
Directrice des technologies
veronique.boucher@quotus.com

QUOTUS



Données financières. Résultats intelligents.

QUOTUS transforme vos états financiers mensuels du manufacturier en informations opérationnelles exploitables pour les concessionnaires et les groupes. Comparez vos différents manufacturiers grâce à notre charte de compte standardisée. Comparez-vous aux moyennes de l'industrie grâce au plus grand lac de données financières des concessionnaires en Amérique du Nord. QUOTUS apporte une intelligence d'affaires avancée aux groupes automobiles.

Cédulez votre démo dès aujourd'hui.

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

MULTIPLES DE GOODWILL **EN AMÉRIQUE DU NORD**

TRANCHES DE MULTIPLES PAR MARQUE

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

Il est également important de noter que la seule façon de connaître le multiple de survaleur potentiel de votre concession est de faire évaluer votre entreprise par un expert-comptable professionnel qui comprend vraiment l'industrie automobile.

DSMA a évalué plus de 1 900 concessions au cours des dernières années et est la première source d'évaluation des 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 comprendre le multiple de la survaleur pour votre entreprise, appelez la DSMA au 833.650.4188 et demandez à parler à votre expert local en évaluation. Toutes les informations échangées resteront confidentielles..

Données présentées par :

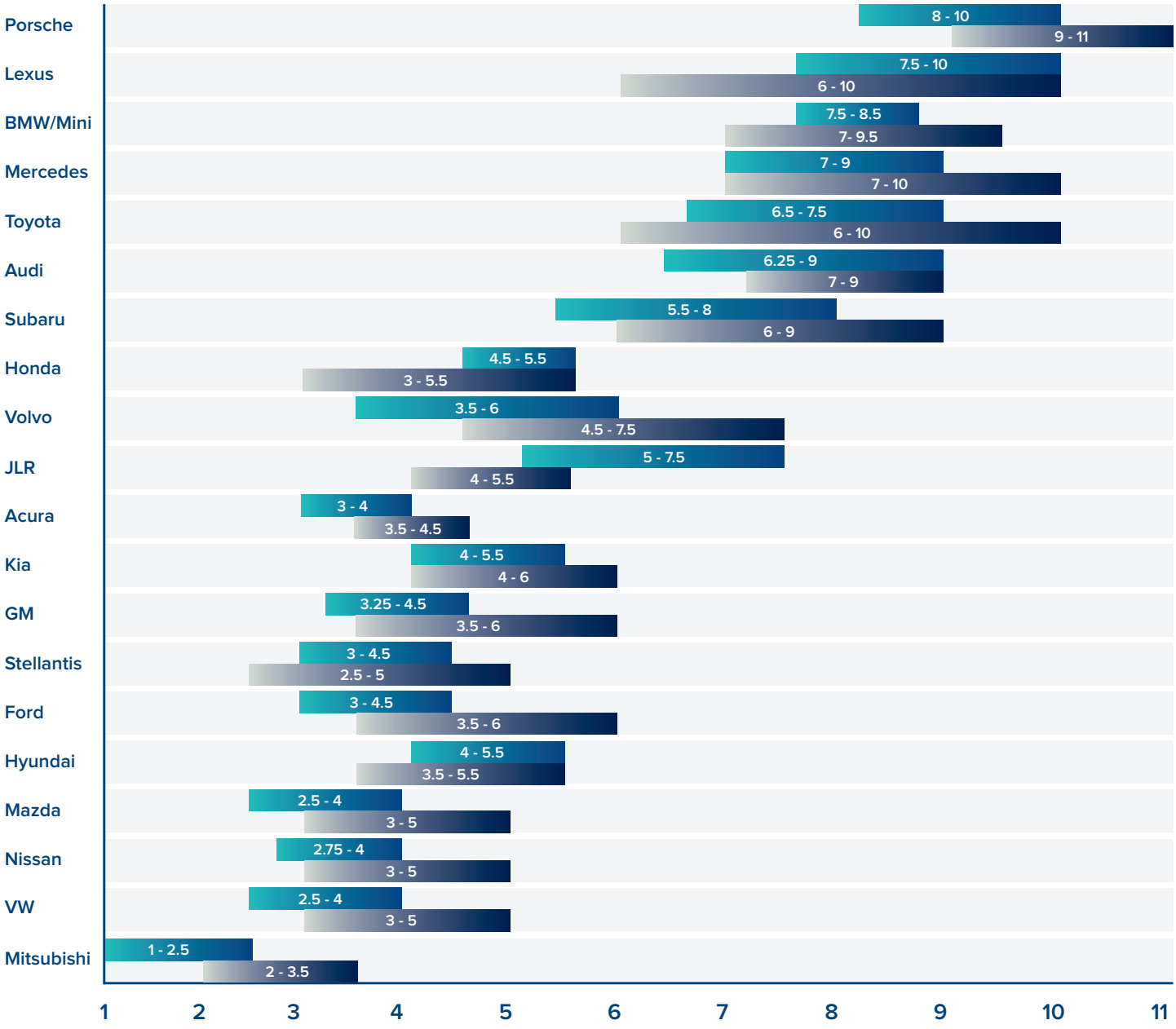
QUOTUS
DONNÉES FINANCIÈRES. RÉSULTATS INTELLIGENTS.

QUOTUS est la plateforme analytique de premier plan en Amérique du Nord. Développé au Québec, elle s'appuie sur 7,5 millions de points de données qualitatives et quantitatives, permettant ainsi aux concessionnaires, aux institutions financières et aux FEO d'extraire et d'analyser facilement des données comparables actuelles du secteur automobile.

Multiple USA

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 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.



ÉQUIPE EXÉCUTIVE



FARID AHMAD
Fondateur et PDG
maxime@dsma.com



MAXIME THÉORÊT, CPA
Associé directeur
maxime@dsma.com



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



ANDY CHURCH
Vice-président responsable de la région Sud-Est
andy@dsma.com



JENNIFER RAFAEL
Vice-présidente et Partenaire responsable du Midwest
jennifer.rafael@dsma.com



KYLE CHASE
Vice-président et Partenaire responsable de la région Sud-Ouest
kyle.chase@dsma.com



ERIC LEVITT
Vice-président et Partenaire responsable des régions Centre et Ouest
eric.levitt@dsma.com



KATIE NAUGHTON
Vice-présidente et Partenaire responsable des régions Centre et Ouest
katie.naughton@dsma.com



CODY CANTU
Directeur Régional
cody.cantu@dsma.com



ÉTIENNE DEMEULES,CPA
Directeur des finances et Partenaire
etienne.demeules@dsma.com



SANDRA LIEM
Directrice du marketing
sandra.liem@dsma.com



ANTHONY CODISPOTI, CPA
Gestionnaire principal, Évaluations
anthony.codispoti@dsma.com



JESSI KESSEL
Directrice, Ressources humaines et stratégie d'entreprise
jessi.kessel@dsma.com



VÉRONIQUE BOUCHER
Directrice, Technologies
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, Canada
john.chisholm@dsma.com



COLOMBIE-BRITANNIQUE

RICK KINGDON
Associé exécutif, Fusions et acquisitions
rick.kingdon@dsma.com



KYLE CHASE
Vice-président et Partenaire responsable de la région Sud-Ouest
kyle.chase@dsma.com



ONTARIO

LEV KOWALSKY
Associé exécutif, Fusions et acquisitions
lev.kowalsky@dsma.com



RÉGION DE L'ATLANTIQUE

KEVIN LESLIE
Associé exécutif, Fusions et acquisitions
kevin.leslie@dsma.com



OUEST CANADIEN

JEFF RENAUD
Associé exécutif, Fusions et acquisitions
jeff.renaud@dsma.com



ONTARIO

JOHN RAYMOND
Associé, Fusions et acquisitions
john.raymond@dsma.com



ONTARIO

ROB MACKENZIE
Associé, Fusions et acquisitions
rob.mackenzie@dsma.com



ONTARIO

DARREN SAVAGE
Associé, Fusions et acquisitions
darren.savage@dsma.com



CANADA

JEETU VIRK
Associé, Fusions et acquisitions
jeetu.virk@dsma.com



OUEST CANADIEN

DEAN PEZDERIC
Associé, Fusions et acquisitions
dean.pezderic@dsma.com



OUEST

JONATHAN PUMPHREY
Associé, Fusions et acquisitions
jonathan.pumphrey@dsma.com



QUÉBEC

MANON MESSIER
Associée exécutive, Fusions et acquisitions
manon.messier@dsma.com



QUÉBEC

FRANÇOIS MCDONALD
Associé exécutif, Fusions et acquisitions
francois.mcdonald@dsma.com



QUÉBEC

GRACIELLE SILLS
Associée, Fusions et acquisitions
gracielle.sills@dsma.com



QUÉBEC

MÉLISSA SAMATAS
Directrice régionale
melissa.samatas@dsma.com



CANADA

PHILIP PAYNE
Associé, Carrosserie
philip.payne@dsma.com

ÉQUIPE DES ÉTATS-UNIS



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



SUD-EST

CODY CANTU
Directeur régional
cody.cantu@dsma.com



NORD-EST

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



NORD-EST

MICHAEL DEMARSHALL
Associé fusions & acquisitions
michael.demarshall@dsma.com



CENTRE-OUEST

WES SMITH
Associé fusions & acquisitions
wes.smith@dsma.com



CENTRE-OUEST

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



CENTRE-OUEST

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



MIDWEST

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



MIDWEST

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

ÉQUIPE DES ÉTATS-UNIS



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

ZACH HICKSON
Associé fusions & acquisitions
zach.hickson@dsma.com

ÉQUIPE **SERVICES ESSENTIELS**



MAXIM GINSBURG
Gestionnaire marketing
maxim.ginsburg@dsma.com



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



RICO MARQUES
Graphiste
rico.marques@dsma.com



BRANDON BROWN
Spécialiste marketing
brandon.brown@dsma.com



DORA ZORZ
Coordinatrice marketing, rédactrice
dora.zorz@dsma.com



JASMINE KHREICHE
Parajuriste
jasmine.khreiche@dsma.com



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



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



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



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



NICOLA BIGGS
Conseillère juridique
nicola.biggs@dsma.com



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



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



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



VMC

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

ÉQUIPE QUOTUS



MAXIME THÉORÊT, CPA
Associé directeur
maxime@dsma.com



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



VERONIQUE BOUCHER
Directrice des technologies
veronique.boucher@quotus.com



CAMERON AHMAD
Coordinateur commercial
cameron.ahmad@quotus.com



MARC-ANDRÉ PHANEUF
Spécialiste informatique
marcandre.phaneuf@quotus.com



JONATHAN ROBINSON
Développeur
jonathan.robinson@quotus.com



THEODORE SIMON
Ingénieur des données
theodore.simon@quotus.com



NICOLAS GAY-HUBAUX
Analyste financier junior
nicolas.gay-hubaux@quotus.com

FAITES PARTIE DE NOTRE **PERSPECTIVE À 360°**

JOIGNEZ **L'ÉQUIPE DSMA**



NOUS RECRUTONS ACTUELLEMENT POUR LES POSTES SUIVANTS :

Associé(s) F&A

- Houston, Texas
- Détroit, Michigan
- Tampa, Floride
- Los Angeles, Californie
- Kansas City, Missouri
- Washington, Oregon

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

DSMA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.



Bureaux régionaux Canada

Calgary, AB
Edmonton, AB
Montréal, QC
St. John's, T.-N.
Vancouver, C.-B.

Bureaux régionaux États-Unis

Chicago, IL
Columbia, SC
Dallas, TX
Denver, CO
Détroit, MI
Jacksonville, FL
Las Vegas, NV
Mobile, AL
Nashville, TN
New York, NY
Philadelphie, PA
San Francisco, CA
Seattle, WA

Sièges sociaux

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

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

Suivez-nous sur :

dsma

dsma.official

dsmaautobuysell

dealersolutionsma

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.