BILAN DE L'ANNÉE **2025**

À BORD DU PROCESSUS DE VENTE DE **VOTRE CONCESSION**

MULTIPLES DE GOODWILL EN **AMÉRIQUE DU NORD**

DSMA PRÉSENTE :

LA GAZETTE **DU PADDOCK**

LE BULLETIN D'INFORMATION F&A

HIVER 2026

CÉLÉBRER

501

TRANSACTIONS CONCLUES PAR DES **AGENTS SPÉCIALISÉS EN FUSIONS-ACQUISITIONS**



\+

MAXIMISER LE

POTENTIEL DE PROFIT

L'ART DE LA CHASSE AUX PROFITS DANS LES TRANSACTIONS AUTOMOBILES

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

TABLE DES **MATIÈRES**



03 UN MOT DE LA PART DE NOTRE PDG

04 UNE STRATÉGIE AUDACIEUSE POUR TRANSFORMER L'IMPOSSIBLE EN POSSIBLE

08 BILAN DE L'ANNÉE 2025 : RÉSILIENCE ET REPOSITIONNEMENT ET REGARDS VERS 2026

12 CE QUE RÉVÈLENT PLUS DE 501 CONVERSATIONS AVEC DES CONCESSIONNAIRES : UN ÉCHANGE SANS DÉTOUR AVEC FARID AHMAD, PDG DE DSMA

16 À BORD DU PROCESSUS DE VENTE DE VOTRE CONCESSION : UN VOYAGE SUR-MESURE À CHAQUE ÉTAPE DE VOTRE TRANSACTION

20 LE PARCOURS DE JC PRICE : DE LA VISION À LA RÉALITÉ AVEC TOYOTA CASTLE ROCK

26 MAXIMISER LE POTENTIEL DE PROFIT : L'ART DE LA CHASSE AUX PROFITS DANS LES TRANSACTIONS AUTOMOBILES

30 MULTIPLES DE GOODWILL EN AMÉRIQUE DU NORD

UN MOT DE LA PART **DE NOTRE PDG**



Alors que nous entamons le premier trimestre de 2026, une étape clé continue de définir DSMA : dépasser les attentes et atteindre une croissance sans précédent. À ce jour, notre équipe a complété plus de 501 transactions de concessions à travers l'Amérique du Nord et réalisé plus de 2500 évaluations. Ces résultats démontrent qu'une stratégie audacieuse, une exécution rigoureuse et des évaluations disciplinées transforment des objectifs ambitieux en résultats concrets. En fusions et acquisitions, le succès ne repose pas sur la prise de risques inutiles, mais sur la préparation, la perspicacité et la capacité d'agir avec détermination lorsque d'autres hésitent.

À l'échelle des États-Unis, les concessionnaires évoluent dans un marché en constante mutation. L'évolution des exigences des constructeurs, la hausse des coûts des véhicules et la transition continue vers l'électrification redéfinissent les opérations et les stratégies. Dans ce contexte, comprendre la véritable valeur d'une entreprise et identifier les leviers d'optimisation opérationnelle est essentiel. Ce qui distingue DSMA, c'est son équipe de six CPA spécialisés dans l'industrie automobile, dont l'expertise approfondie garantit que chaque évaluation et analyse reflète fidèlement la performance réelle des concessions. Combinées à des analyses de rentabilité et à des recommandations concrètes, nos interventions permettent de révéler un potentiel souvent inexploité et d'accompagner nos clients vers des décisions éclairées et fondées sur les données.

Cette étape marquante représente bien plus que des chiffres. Elle reflète l'engagement des personnes derrière chaque transaction : les concessionnaires, les équipes de direction et les conseillers qui abordent chaque défi avec vision, intégrité et rigueur. Chez DSMA, nous allons au-delà des transactions. Nous offrons clarté, intelligence de marché et vision stratégique afin d'aider nos clients à acheter, vendre ou développer une concession tout en maximisant la valeur et la performance à long terme.

Au Canada, sous la direction de Melissa Samatas, récemment nommée directrice des opérations et partenaire, DSMA a renforcé sa présence et son impact. Son leadership permet aux concessionnaires canadiens de bénéficier du même niveau d'exigence en matière d'évaluation, d'analyse de marché et de soutien stratégique en fusions et acquisitions qui a fait le succès de DSMA à l'échelle nord-américaine. Ensemble, nos équipes continuent d'aider les concessionnaires à optimiser leurs opérations, à s'aligner sur les exigences des constructeurs et à planifier une croissance durable.

L'évaluation est au cœur de toute décision stratégique significative. Comprendre la valeur réelle d'une concession, identifier les améliorations opérationnelles possibles et planifier avec rigueur sont des éléments essentiels pour maximiser les rendements. Qu'il s'agisse de se préparer à une vente, à une expansion ou à l'exploration de partenariats, une évaluation disciplinée permet de mesurer chaque opportunité, de gérer les risques et d'optimiser les résultats.

À l'horizon, le constat est clair : les résultats exceptionnels appartiennent à ceux qui agissent avec audace, appuyés par une vision stratégique et des analyses solides. Les marchés évolueront, les défis se multiplieront et de nouvelles opportunités émergeront. Les concessionnaires et dirigeants qui sauront s'adapter, demeurer disciplinés et s'appuyer sur des évaluations fondées sur les données prospéreront.

Chez DSMA, nous sommes fiers d'accompagner nos clients tout au long de ce parcours. Chaque évaluation et chaque transaction est une occasion d'aider les concessionnaires à réaliser pleinement leur potentiel, à prendre des décisions éclairées et à atteindre des résultats qu'ils jugeaient autrefois inaccessibles.

Cordialement,

F. Ahmad

CÉLÉBRER 501 DSMA

Fondateur et PDG
Au nom des partenaires de DSMA

UNE STRATÉGIE AUDACIEUSE POUR TRANSFORMER L'IMPOSSIBLE EN POSSIBLE

TEL QUE PARU DANS AUTOMOTIVE NEWS

Un vieil adage dit que la fortune et le succès sourient aux audacieux. Cette philosophie s'impose comme un principe directeur chez DSMA, société de référence en conseil automobile et en fusions et acquisitions (F&A). Mais qu'entend-on exactement par action audacieuse ? Qu'est-ce qui fait d'une fusion ou acquisition une démarche audacieuse ? Quelles bonnes pratiques permettent de garantir qu'une initiative audacieuse s'appuie également sur un solide sens des affaires ? Farid Ahmad, fondateur et PDG de l'entreprise, répond à ces questions et à bien d'autres, tout en expliquant comment DSMA a elle-même fait preuve d'audace en se fixant et en atteignant un objectif de vente apparemment impossible.



Q : Qu'est-ce qui fait qu'une action soit audacieuse ?

Ahmad : Dans le paysage automobile d'aujourd'hui, une action audacieuse est celle qui confronte l'incertitude avec clarté et avec une intention mesurable. Pour DSMA, cela signifiait se fixer un objectif que beaucoup considéraient comme ambitieux : réaliser 201 transactions de concessions entre 2023 et 2025. À la fin de 2022, nous n'avions vendu que 300 concessions en 10 ans, soit en moyenne environ 50 par an dans un environnement où l'avenir de la vente au détail automobile était imprévisible.

Pour atteindre cet objectif, il fallait de la conviction, de la structure et de la foi. Nous avons investi dans notre personnel grâce à une formation continue, renforcé notre infrastructure marketing et construit des systèmes évolutifs conçus pour soutenir la croissance. Les résultats ont dépassé toutes attentes. En effet, nous avons non seulement atteint notre objectif, mais nous l'avons dépassé en effectuant 501 transactions en Amérique du Nord.

Ce jalon reflète plus qu'un simple accomplissement d'entreprise. Il met en évidence une vérité plus large de l'industrie : l'ambition et l'audace dans les fusions et acquisitions ne consiste pas à prendre des risques inutiles, il s'agit de préparation, d'adaptabilité et d'exécution lorsque les autres hésitent. Les concessionnaires et les groupes qui continuent de prospérer doivent être prêts à agir stratégiquement sur des marchés incertains, guidés par la perspicacité, les données et les partenariats de confiance.

Q : Quelles caractéristiques d'une cible de fusion ou d'acquisition en font un pari audacieux ?

Ahmad : Une acquisition audacieuse ne se définit pas par sa taille ou sa marque, mais par son potentiel. Les qualités qui comptent le plus sont le dynamisme, l'exécution, la formation, la direction et l'alignement. Les transactions les plus performantes sont alimentées par la passion, la planification axée sur les données et des équipes prêtes à penser différemment. Ceux qui marient audace et rigueur obtiennent souvent les plus grands résultats.

Q : Quels sont des actions audacieuses dans le domaine des fusions et acquisitions automobiles qui vont au-delà des concessions ?

Ahmad : Nous constatons une accélération de l'activité dans les secteurs adjacents tels que les centres de collision, les opérations de camions lourds, les sociétés de leasing et de location et les concessions de sports motorisés et maritimes. Ces segments bénéficient de tendances de consolidation similaires à celles de la vente au détail automobile, d'autant plus que les acheteurs cherchent à diversifier leurs sources de revenus et à se prémunir contre la dépendance des constructeurs automobiles.

Q : Pour une organisation qui cherche à prendre une décision audacieuse en achetant ou en vendant une concession, que devrait-elle faire – quelles sont les meilleures pratiques les plus audacieuses ?

Ahmad : Le succès en fusions et acquisitions repose avant tout sur les talents. Une bonne équipe, une bonne culture et un bon cadre de communication font toute la différence. Chez DSMA, nous disons souvent : « Nous ne recrutons pas des personnes pour leur dire ensuite d'être gentils. Nous embauchons des personnes gentilles. L'éthique et l'intégrité ne sont pas négociables. Au-delà de cela, des systèmes disciplinés, une communication transparente et un processus consultatif garantissent que chaque accord repose sur la confiance et les résultats.

Q : Être audacieux suggère également un risque plus élevé. Est-ce que c'est le cas ici aussi ? Si oui, comment ce risque peut-il être minimisé dans les fusions et acquisitions ?

Ahmad : Le risque est inhérent à chaque action audacieuse, mais il peut être géré avec les bonnes bases. Chez DSMA, nous combinons les modélisations financières, les données de marché et l'intelligence sur le terrain pour guider chaque transaction. Notre méthodologie interne d'évaluation s'appuie sur des milliers de points de données issus de plus de 2500 évaluations de concessions.

Nous appliquons un principe simple, à la manière d'un petit commerce familial : si vous ne le feriez pas pour vos parents, vous ne le faites pas ici. Il s'agit entièrement d'intégrité, mais aussi de prudence. Gérer le risque signifie avoir des données réelles, des attentes réalistes et des conseillers expérimentés capables d'anticiper les défis avant qu'ils ne surviennent.

Q : Si un groupe de concessions souhaite faire un mouvement audacieux, mais souhaite également peut-être des conseils, que devrait-il rechercher chez un conseiller ou un consultant ?

Ahmad : Cherchez un conseiller qui apporte son expertise, son éthique et ses preuves. Les conseils bon marché peuvent être coûteux. « Comme le dit le proverbe : « Si vous pensez qu'engager un professionnel est coûteux, essayez d'engager un amateur. » » Chez DSMA, nous croyons que le succès nécessite un investissement dans des partenaires qui comprennent les évaluations, le choix du bon moment sur le marché et la stratégie de transaction sous tous ses angles. On obtient ce pour quoi on paie dans ce domaine. Les bons conseillers ne se contenteront pas de vous aider à conclure une transaction ; ils vous aideront à bâtir un héritage. C'est la philosophie par laquelle nous vivons.

À PROPOS DU PANÉLISTE :

Farid Ahmad

Fondateur et PDG, DSMA

Farid Ahmad est le fondateur et le PDG de DSMA, un service de conseil en intelligence automobile et en fusions et acquisitions. DSMA a réalisé 2500 évaluations de concessions et plus de 500 transactions. En 2024, DSMA a été nommée l'une des entreprises les plus dynamiques du Canada pour la quatrième année consécutive par le magazine Report on Business.

Pour en savoir plus sur DSMA, visitez le site www.dsma.com.



INTERVIEWÉ

FARID AHMAD
Fondateur et PDG
farid@dsma.com

Automotive News

AUTEUR

AUTOMOTIVE NEWS

DANS UN MARCHÉ VOLATILE, **LA PORTE QUE VOUS FRANCHISSEZ DÉTERMINE VOTRE AVENIR.**



FACE À L'INCERTITUDE DU MARCHÉ, ÉVALUEZ AVEC PRÉCISION ET DÉCIDEZ AVEC CONFIANCE.

DSMA EST LA SOCIÉTÉ DE RÉFÉRENCE MONDIALE EN FUSIONS ET ACQUISITIONS DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE ET A RÉALISÉ PLUS DE 2500 ÉVALUATIONS.

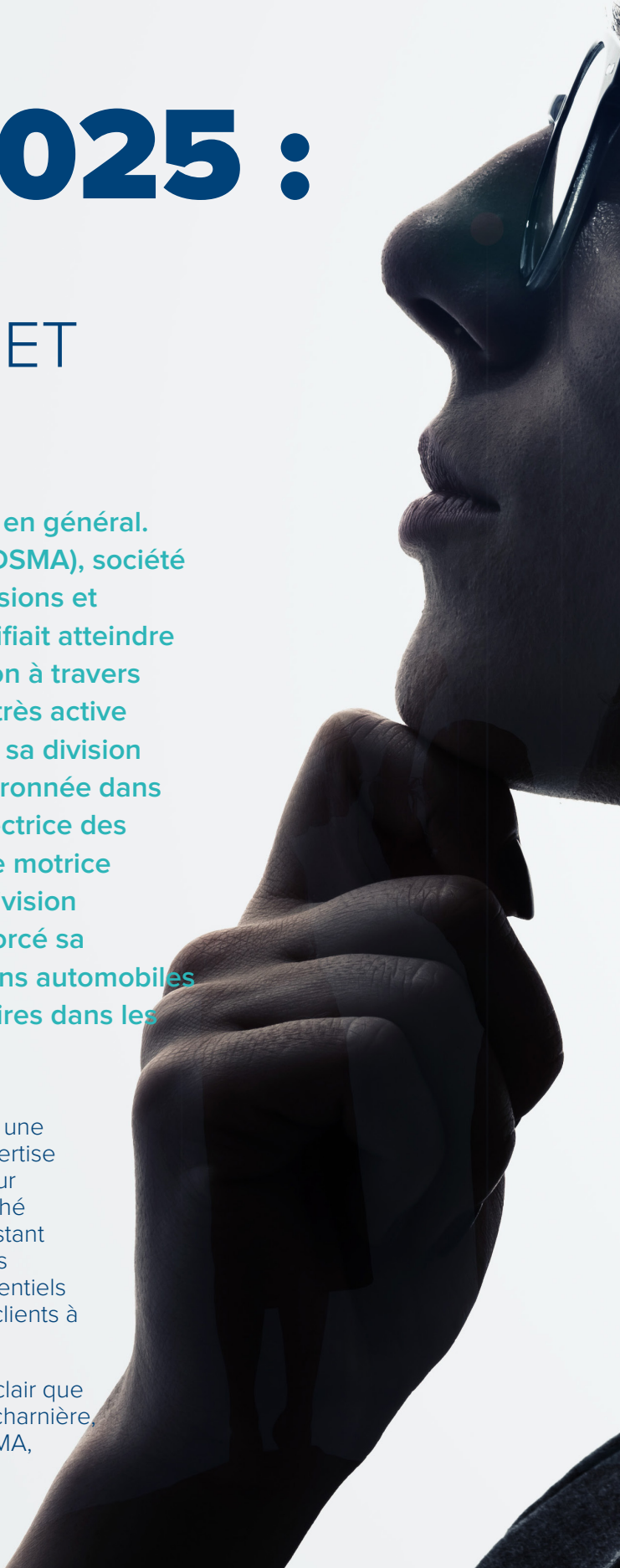
SCANNEZ LE QR CODE ET DEMANDEZ L'ÉVALUATION DE VOTRE ENTREPRISE.

DS MA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

BILAN DE L'ANNÉE 2025 :

RÉSILIENCE ET REPOSITIONNEMENT ET REGARDS VERS 2026



L'année 2025 a été exceptionnelle pour le monde en général. Pour Dealer Solutions Mergers and Acquisitions (DSMA), société de conseil de premier plan spécialisée dans les fusions et acquisitions dans le secteur automobile, cela signifiait atteindre de nouveaux sommets et poursuivre son expansion à travers l'Amérique du Nord. Tandis que l'entreprise a été très active dans le développement de projets ambitieux pour sa division américaine, Mélissa Samatas, une dirigeante chevronnée dans le secteur automobile et récemment nommée directrice des opérations et partenaire de DSMA, a été une force motrice essentielle derrière la croissance continue de la division Canadienne. Sous sa direction, l'entreprise a renforcé sa position dans le domaine des fusions et acquisitions automobiles canadiennes, en accompagnant les concessionnaires dans les transitions, les évaluations et les acquisitions.

En décembre 2025, DSMA avait atteint un jalon important, ayant réalisé plus de 501 transactions, 2500 évaluations et généré plus de 7 milliards de dollars de valeur pour ses clients. Cet exploit impressionnant souligne l'engagement de l'entreprise à aider acheteurs et vendeurs à se positionner pour un succès durable dans un marché en constante évolution. En 2025, alors que l'industrie automobile faisait face à une grande incertitude, l'expertise approfondie de DSMA sur les dynamiques du marché et son engagement constant à maximiser la valeur des concessions ont été essentiels pour accompagner ses clients à travers ces turbulences.

À l'aube de 2026, il est clair que 2025 a été un moment charnière, non seulement pour DSMA,



mais pour l'ensemble du secteur automobile. Samatas revient sur les moments marquants de l'année et partage sa vision pour l'avenir.

2025 a ressemblé à une course à grande vitesse sur une route embrumée. L'incertitude était omniprésente, mais on sentait également une dynamique palpable. Pour l'industrie automobile, ce fut une année de remise à zéro et de repositionnement. Les transactions se concrétisaient, le nombre d'évaluations augmentait et les transitions prenaient forme. Mais sous tout cela, concessionnaires et manufacturiers faisaient face à des transformations fondamentales.

« Nous avons perçu 2025 comme une année de remise à zéro et de repositionnement », explique Samatas, sa voix reflétant le poids du moment. Alors que le monde se relevait de la pandémie de COVID-19, l'industrie automobile commençait à se stabiliser malgré les perturbations persistantes, avec une activité en hausse sur tous les fronts. « Des évaluations aux achats-ventes chez les concessionnaires, l'année a été à la fois chargée et transformatrice. »

En effet, les concessions ayant traversé la pandémie avec succès ont continué à tirer parti de cet élan, prospérant tout en réajustant leurs priorités et en recalibrant leurs stratégies de croissance pour relever les nouveaux défis de 2025. Ce fut une période d'adaptation, chaque acteur de l'industrie cherchant à trouver un nouveau rythme.

« Les concessions ont dû dépasser les inquiétudes liées à la pandémie et se concentrer sur des besoins permanents comme le service, les pièces et l'absorption », ajoute-t-elle. Avec des marges sur les véhicules neufs toujours plus serrées, une forte absorption des services est devenue de plus en plus cruciale pour maintenir la rentabilité globale. Malgré cela, Samatas note qu'une grande anxiété persiste, alors que les concessionnaires s'ajustent aux demandes et priorités en constante évolution.

Parallèlement, les répercussions des tensions géopolitiques et des différends tarifaires ont continué à mettre la pression tant sur les manufacturiers que sur les concessionnaires. Alors que le monde s'adaptait à la vie après la COVID, les tarifs demeuraient une force perturbatrice, introduisant de nouveaux défis à travers l'industrie.

On pourrait résumer 2025 par un mot : les tarifs. Peu glamour, certes, mais les tarifs ont guidé quasiment toutes les discussions dans l'industrie. Les manufacturiers ont dû repenser leurs stratégies de production, et la tarification est devenue une cible mouvante. L'impact sur les concessions a été indéniable.

« Les manufacturiers repensent comment et où produire leurs véhicules, et cette incertitude s'est répercutée jusqu'au niveau des concessionnaires », souligne Samatas. En conséquence, les concessionnaires ont été confrontés à la fluctuation des prix et de la disponibilité des modèles, tout en faisant face à une pression financière accrue, ainsi qu'à la révision des investissements manufacturiers dans la production de véhicules électriques.

Les tarifs ont fait plus que modifier la production ; ils ont transformé le fonctionnement des concessions. La hausse des coûts et les changements dans les chaînes de production ont affecté l'ensemble du paysage des fusions et acquisitions, ralentissant les transactions et atténuant la confiance. « Le marché a été très hésitant, et la friction persistante liée à l'adoption des VE n'a rien arrangé », remarque Samatas.

Pendant ce temps, la consolidation des concessions a continué à un rythme soutenu. Les grands groupes de concessionnaires ont poursuivi des acquisitions stratégiques en mettant l'accent sur la stabilité à long terme. « Ils achètent, mais avec un objectif clair de diversification », précise Samatas. « Il ne s'agit pas de croître pour croître, mais de sécuriser une croissance durable. »

Pour les plus petits groupes ou concessionnaires individuels, notamment ceux approchant la retraite, la motivation à vendre a continué de croître. Samatas note : « La majorité des petits groupes ou concessions uniques réalisent que le moment est venu de passer le relais. Les évaluations sont cruciales, car elles permettent aux parties prenantes de prendre des décisions éclairées. »

Dans des marchés incertains, les évaluations servent de boussole. Samatas insiste sur le fait que 2025 a renforcé l'importance d'évaluations précises et réalistes. Pour les concessions envisageant une vente, comprendre la véritable valeur était essentiel pour naviguer dans les complexités des fusions et acquisitions.

« Les évaluations sont plus importantes que jamais », explique-t-elle. « Avant de décider de vendre, il faut connaître sa véritable valeur. Chez DSMA, nous

plongeons profondément dans tous les aspects d'une concession, de la normalisation des opérations à l'identification des opportunités de croissance. Notre objectif est de maximiser la valeur, non pas en gonflant les chiffres, mais en explorant chaque opportunité. »

Ce processus de « chasse au profit » s'est avéré essentiel pour aider les concessions à maximiser leurs rendements. Dans un marché en constante évolution, Samatas souligne l'importance de structurer correctement chaque transaction.

L'année 2025 a également marqué un changement notable dans la manière dont les manufacturiers abordent les relations avec les concessions. Plutôt que de les considérer comme purement transactionnels, les manufacturiers cherchent de plus en plus des partenaires à long terme, capables de naviguer dans l'incertitude et de rester engagés.

« Il y a certainement un sentiment d'optimisme prudent », a déclaré Samatas. « Les manufacturiers sont beaucoup plus sélectifs maintenant, s'assurant de collaborer avec des concessionnaires ayant une vision claire de l'avenir et prêts pour une collaboration à long terme. »

Dans cet environnement plus sélectif, les concessionnaires n'ont pas à naviguer seuls dans les exigences des manufacturiers. DSMA fournit activement des services pour accompagner les concessionnaires dans le processus d'approbation des constructeurs, en alignant leurs plans d'affaires, stratégies de réseau et normes opérationnelles sur les attentes des manufacturiers. En comblant l'écart entre l'ambition du concessionnaire et les critères des constructeurs, DSMA transforme les barrières d'entrée plus élevées en opportunités structurées et réalisables pour la croissance.

Parallèlement, les stratégies des constructeurs continuent d'évoluer. Alors que l'industrie entre en 2026, Samatas demeure prudemment optimiste. « Nous nous attendons à une poursuite de la croissance des évaluations, ce qui est positif pour acheteurs et vendeurs », note-t-elle. « Nous observons également davantage d'activités d'achat-vente alors que les concessions se positionnent pour réussir à long terme dans un environnement en constante évolution. »

L'une des tendances les plus importantes à surveiller sera la manière dont les manufacturiers continueront de réagir aux défis posés par les tarifs et la révolution des véhicules électriques. Bien que le rythme de changement puisse varier selon le fabricant, Samatas demeure convaincue que l'industrie continuera d'évoluer.

Pour les concessionnaires, diversifier les sources de revenus au-delà des ventes de véhicules des constructeurs, notamment dans les services, les pièces et l'absorption, restera une priorité. « Les concessionnaires doivent garder un œil sur tous les départements, pas seulement les ventes », conseille Samatas. « Il s'agit de bâtir une entreprise robuste et durable. »

L'adoption des véhicules électriques restera également un point central en 2026, bien que l'accessibilité financière continue de poser un défi. « Les consommateurs ressentiront la pression, et c'est quelque chose que les concessionnaires devront gérer avec soin », ajoute-t-elle.

En rétrospective, 2025 a clairement été une période de changement, d'incertitude et, finalement, de croissance pour l'industrie automobile. Grâce à son expertise et sa connaissance approfondie du marché, DSMA a été à l'avant-garde pour aider les concessions au Canada et aux États-Unis à s'adapter à ces défis. Alors que l'industrie avance en 2026, l'évolution continue est inévitable. Les acquisitions stratégiques, la consolidation persistante et le virage vers des sources de revenus diversifiées définiront la route à venir, offrant à la fois défis et opportunités. Pour ceux qui sont prêts à accepter le changement, l'avenir s'annonce prometteur, mais le voyage ne fait que commencer.

Si vous souhaitez en savoir plus sur la façon dont DSMA peut aider votre entreprise à se développer, rendez-vous sur www.dsma.com ou envoyez-nous un courriel à info@dsma.com.



INTERVIEWÉE

MÉLISSA SAMATAS
Directrice des opérations & Partenaire
melissa.samatas@dsma.com



AUTEURE

KOSTIA PHO
Coordinatrice Marketing, Rédactrice
kostia.pho@dsma.com

CE QUE RÉVÈLENT PLUS DE 501 CONVERSATIONS AVEC DES CONCESSIONNAIRES :

UN ÉCHANGE SANS DÉTOUR AVEC FARID AHMAD, PDG DE DSMA

CÉLÉBRER 501 DSMA

TEL QUE PARU DANS CBT NEWS

Fort de plusieurs décennies d'expérience dans l'industrie automobile, Farid Ahmad, fondateur et PDG de Dealer Solutions Mergers & Acquisitions (DSMA) — la principale société nord-américaine en fusions et acquisitions automobiles avec 512 transactions réalisées — a été témoin des fluctuations et des évolutions du secteur. Il comprend bien le poids émotionnel lié à l'achat, à la vente et à la croissance d'entreprises. Au cours de cet échange, Ahmad livre ses impressions sincères tirées de ses échanges avec des concessionnaires partout en Amérique du Nord.

Q : Avec 512 transactions à votre actif, quel est, selon vous, le défi le plus inattendu auquel les concessionnaires font face lorsqu'ils achètent ou vendent leur entreprise ?

Ahmad : Eh bien, il y a trois défis principaux : l'approbation des manufacturiers, le financement et la disponibilité d'un personnel qualifié. Les manufacturiers affirment leurs exigences, réduisent le nombre de points de vente et exigent des mises à niveau des profils. Le financement est plus difficile à obtenir, surtout pour les petites concessions et les acheteurs de première génération. La pénurie de personnel qualifié, y compris de techniciens et d'autres rôles clés, met à rude épreuve les opérations. Ces défis continueront d'avoir un impact sur la croissance et la viabilité des concessions.

Q : Pour surmonter ces défis, quelles qualités les concessionnaires prospères manifestent-ils tant sur le plan professionnel que personnel, et quelles qualités admirez-vous le plus chez ceux qui vous ont inspiré ?

Ahmad : Les concessionnaires sont des entrepreneurs motivés par leur communauté et par le service à la clientèle. Ils se soucient profondément de leurs équipes, demeurent engagés envers leur entreprise et cherchent constamment à s'améliorer. Avec une direction ferme mais équitable, ils font preuve de compassion tout en prenant des décisions audacieuses et dénuées d'émotion. En tant que visionnaires, ils accordent la priorité au développement de l'équipe, aux relations solides et à la technologie de pointe pour assurer le succès ; une approche qui les distingue.

Q : À quelle fréquence l'héritage et la famille influencent-ils vos conversations avec les concessionnaires, et comment leur lien personnel avec l'entreprise affecte-t-il les décisions qu'ils prennent pour leur avenir ?

Ahmad : Très souvent. Les concessionnaires vendeurs, que la famille soit impliquée ou non, tiennent compte de l'ensemble de leur famille et souhaitent laisser un héritage de succès. Le vendeur souhaite laisser derrière lui un héritage de réussite, ce qui n'est pas toujours le cas ; il prend la vente de manière personnelle et peut se sentir offensé par les critiques de ce qu'il a construit. Nous avons tous un ego, mais les concessionnaires sont extrêmement fiers de leurs réalisations et s'attendent à ce que les acheteurs le reconnaissent dans leurs offres. Cela dit, les concessionnaires automobiles comptent parmi les meilleurs négociateurs au monde ; la négociation entre acheteur et vendeur peut donc devenir très intense et chargée d'émotion.

Q : Dans vos innombrables conversations avec des concessionnaires à travers l'Amérique du Nord au sujet de la vente de leur entreprise, quelles émotions rencontrez-vous le plus souvent ?

Ahmad : La plupart des concessionnaires qui amorcent un processus de vente commencent avec un sentiment d'incertitude, de peur et d'appréhension. Beaucoup se posent les mêmes



questions : est-ce le bon moment pour vendre ? Obtiendront-ils ce qu'ils demandent ? Qu'adviendra-t-il de leur personnel ? Quel sera l'impact fiscal ? Est-ce vraiment le meilleur moment pour vendre ? Et surtout, que vais-je faire après avoir vendu ?

Q : Qu'est-ce qui est le plus difficile à exprimer pour les concessionnaires lorsqu'ils vendent leur entreprise, et comment DSMA les accompagne-t-elle pour y faire face ?

Ahmad : Plusieurs éléments. Lorsque DSMA effectue une analyse approfondie et une évaluation, les concessionnaires réalisent souvent que certains problèmes auraient pu être réglés plus tôt et que, dans certains cas, ces enjeux ont eu un impact significatif sur la valeur de leur entreprise. Au cours de ce processus hautement émotionnel, nous jouons plusieurs rôles. Nous ne sommes pas seulement des conseillers, mais aussi des mentors de confiance, des avocats, des psychologues, des amis proches et des coachs. Je suis fier de dire que nous les accompagnons à chaque étape avec empathie, soutien et professionnalisme.

Q : Y a-t-il eu un moment dans vos conversations avec des concessionnaires qui vous a fait réaliser que l'industrie se trouve à un véritable carrefour ?

Ahmad : Oui. Pendant la pandémie de COVID-19, personne ne savait comment cela affecterait son entreprise, son avenir, sa famille ou la valeur de son entreprise. Et aujourd'hui, avec l'électrification, la conjoncture économique et les tarifs, l'avenir demeure incertain. Notre industrie éprouve des difficultés en période d'incertitude : les manufacturiers font face à des défis, les prêteurs perdent confiance et les acheteurs de véhicules reportent leurs décisions. Cela entraîne un manque de confiance généralisé. Nous sommes à ce carrefour en ce moment, mais les concessionnaires sont parmi les plus habiles à s'adapter rapidement aux changements du marché.

Q : Quelles sont les occasions auxquelles les concessionnaires s'accrochent actuellement et qui leur donnent espoir et optimisme malgré ces défis ?

Ahmad : L'idée que le marché finira par se corriger et revenir à une certaine forme de normalité. Mais qu'est-ce que la « normalité » ? L'année 2026 sera intéressante. Certains croient qu'avec la baisse des taux d'intérêt, les affaires s'amélioreront, tandis que d'autres s'inquiètent de l'impact des tarifs et de la hausse des prix des véhicules, craignant un ralentissement des ventes. Au cours de mes 15 ans dans cette industrie, je n'ai jamais vu ni entendu autant de confusion et d'opinions partagées sur notre industrie et son avenir.

Q : Enfin, après avoir complété plus de 501 transactions de concessions, qu'aimeriez-vous que la communauté d'affaires comprenne mieux quant au poids émotionnel d'être concessionnaire, et comment DSMA aide-t-elle ses clients à naviguer ces perceptions, surtout lorsqu'il s'agit de décisions personnelles majeures ?

Ahmad : J'aimerais que les gens comprennent qu'être concessionnaire n'est PAS facile et que ce n'est pas pour tout le monde. C'est rempli de stress, de longues soirées, de négociations, de compromis et de sacrifices. Nos clients savent que DSMA a tout vu et tout vécu. Ils savent que nous comprenons réellement leurs victoires et leurs échecs, et que parfois certaines choses échappent au contrôle du concessionnaire. Nous comprenons ces réalités et nous ne les jugeons pas pour cela. Exploiter une concession n'est pas pour les âmes sensibles ; les choses ne se déroulent pas toujours comme prévu. Cela dit, c'est l'entreprise la plus excitante et, la plupart du temps, la plus gratifiante qui soit — et nous l'adorons.

Comme l'explique Farid Ahmad, le succès des concessions automobiles va bien au-delà des chiffres et des transactions. Ses réflexions soulignent que l'achat ou la vente d'une concession est avant tout un parcours émotionnel. Pourtant, chose demeure toutefois inchangée : les concessionnaires qui réussissent restent résilients, portés par un leadership solide et un engagement envers la croissance.

Si vous vous trouvez à un carrefour avec votre entreprise, visitez www.dsma.com ou appelez le +1 833-650-4188 dès aujourd'hui pour découvrir les options qui s'offrent à vous.



INTERVIEWÉ

FARID AHMAD
Fondateur et PDG
farid@dsma.com

AUTEUR

CBT NEWS

CHASSEZ PLUS DE BÉNÉFICES AVEC NOS ÉVALUATIONS. **RÉCOLTEZ VOS GAINS.**



AVEC NOTRE TRIBU D'EXPERTS À VOS CÔTÉS, DOMINEZ LA CONCURRENCE.

DSMA EST LA SOCIÉTÉ DE RÉFÉRENCE MONDIALE EN FUSIONS ET ACQUISITIONS DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE ET A RÉALISÉ PLUS DE 2500 ÉVALUATIONS.

SCANNEZ LE QR CODE ET DEMANDEZ L'ÉVALUATION DE VOTRE ENTREPRISE.

DS MA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

À BORD DU PROCESSUS DE VENTE DE VOTRE CONCESSION

UN VOYAGE SUR-MESURE À CHAQUE ÉTAPE DE VOTRE TRANSACTION

TEL QUE PARU DANS AUTOMÉDIA

Le processus transactionnel de fusions et acquisitions (F&A) dans le secteur automobile est souvent long et complexe. Que vous soyez vendeur ou acheteur, chaque étape revêt une importance stratégique et exige une préparation rigoureuse pour assurer son succès.



DSMA est la société de conseil en fusions et acquisitions la plus reconnue en Amérique du Nord, entièrement dédiée au secteur automobile et aux industries connexes. Grâce à son équipe dédiée à la Belle Province, DSMA accompagne les concessionnaires dans la valorisation, la préparation, la mise en marché et la conclusion de transactions de toutes tailles. L'entreprise se distingue par son approche méthodique, son réseau étendu d'acheteurs et de vendeurs qualifiés, ainsi que son expertise approfondie du marché, permettant d'offrir un service hautement structuré et confidentiel.

Dans cet article, nous vous présentons le déroulement complet d'une transaction F&A chez DSMA, de la première signature à la clôture transactionnelle. Nous mettons en lumière les particularités, les nuances et les éléments clés auxquels il faut porter une attention plus particulière.

Enfin, nous nous entretenons avec Gracielle Sills, associée chez DSMA Québec, afin de mieux comprendre son rôle et sa perspective sur l'ensemble du processus.

À quoi s'attendre : préparer l'itinéraire et naviguer avec réalisme jusqu'à la ligne d'arrivée

Se lancer dans une transaction F&A peut sembler intimidant, surtout lorsqu'on sait qu'un processus complet peut s'étendre sur 9 à 12 mois. Toutefois, une préparation rigoureuse, soutenus par une équipe de CPA dédiée à l'évaluation des concessions automobiles, permet de rendre chaque étape plus prévisible et nettement moins stressante.

Selon Gracielle Sills, la première démarche essentielle consiste à réaliser une évaluation approfondie de l'entreprise dès que l'idée de vendre ou d'acheter commence à prendre forme.

Évaluation initiale : Après que le client ait rempli un questionnaire d'évaluation et fourni les documents requis, notre équipe entame l'analyse de l'entreprise. Les CPA de DSMA (au nombre de 6 dans l'entreprise) produisent un rapport détaillé dans un délai de 3 à 4 semaines.

Clôture de la transaction :
Enfin, une fois toutes les étapes complétées, nous procédons à la clôture de la transaction. C'est un moment de grande satisfaction, qui marque l'aboutissement d'un travail rigoureux et la concrétisation des efforts de toutes les parties impliquées.

Évaluation de l'immeuble et rapport environnemental :
En parallèle, nous procédons à l'évaluation de l'immeuble et, si nécessaire, à la réalisation d'un rapport environnemental complet (Phase I et II) afin de prévenir toute surprise lors de la vérification diligente.



Approbations par la banque et le manufacturier :
Une fois la LOI (lettre d'intention) signée, il est essentiel d'aviser immédiatement le manufacturier. Cela permet d'éviter que le client ne commence sa vérification diligente et rédige un contrat sans avoir obtenu l'agrément du manufacturier. Le processus recommandé suit cet ordre : LOI, approbation du manufacturier (OEM), vérification diligente, puis approbation bancaire et signature du contrat simultanément. Pour les acheteurs novices, il est conseillé de profiter de nos packages DPP dès que la LOI est acceptée, afin de faciliter le processus d'approbation avec le manufacturier.

Préparation de la stratégie de mise en marché :
Une fois les évaluations terminées, nous élaborons une stratégie de mise en marché et commençons la rédaction du prospectus, un portfolio de plusieurs dizaines de pages présentant la ou les concessions à vendre. Cette étape prend généralement 2 à 3 semaines.

Lettre d'Intention (LOI) et vérification diligente : Après réception des lettres d'intention, nous sélectionnons l'acheteur et lançons la vérification diligente. Des réunions hebdomadaires sont ensuite organisées afin d'assurer une communication claire et continue entre toutes les parties, assurant par là de continuer dans la même direction.

Sélection des acheteurs et négociation :
Nous établissons une liste d'acheteurs potentiels, définissons l'ordre d'approche et négocions les offres les plus avantageuses. L'objectif est de trouver la meilleure association entre le vendeur et l'acheteur.

Cette analyse permet non seulement de déterminer si le moment est favorable pour amorcer une transaction, mais aussi de mieux comprendre la valeur réelle de l'entreprise et d'identifier les éléments à optimiser avant d'aller plus loin.

Chaque étape requiert des compétences spécifiques et un suivi rigoureux pour s'assurer que tout progresse conformément aux attentes. En tant qu'accompagnateurs de la transaction, les associés chez DSMA ont un rôle de gouvernail, garantissant une gestion fluide, efficace et sans surprises.

La transparence joue également une fonction centrale. « Une transaction réussie repose sur la confiance », affirme Gracielle. Être honnête sur la valeur de l'entreprise, l'état des actifs et les risques éventuels permet d'éviter des imprévus lors de la vérification diligente. La clarté à chaque étape facilite l'anticipation des problèmes et la prise de décisions stratégiques.

Les transactions de fusions et d'acquisitions, en particulier dans le secteur automobile, sont souvent longues et peuvent être émotionnellement exigeantes. Gracielle recommande de « rester

concentré sur l'essentiel » et de faire preuve de patience, car des imprévus peuvent toujours surgir. Savoir gérer ses émotions est essentiel pour garder le cap et progresser sereinement tout au long du processus.

Enfin, un accompagnement personnalisé s'avère indispensable. « Je suis là pour absorber cette pression et permettre au client de se concentrer sur son entreprise », précise-t-elle. Un suivi constant et sur mesure permet au client de se décharger des préoccupations quotidiennes liées à la transaction, tout en ayant la certitude que chaque étape est menée avec rigueur et professionnalisme.

Un service sur-mesure : le facteur « WOW » et l'accompagnement personnalisé

Dans le cadre du processus transactionnel, la réussite d'une transaction dépasse largement les aspects purement techniques. « Ce qui distingue DSMA, souligne Gracielle, c'est notre engagement à offrir un service client exceptionnel, comparable à l'expérience VIP d'un voyage sur mesure. Chaque transaction devient alors un véritable parcours, où le client est accompagné à chaque étape, comme un passager guidé de manière personnalisée, du départ jusqu'à l'arrivée, afin qu'il se sente pleinement soutenu et pris en charge. »

L'accompagnement est au cœur du processus. L'équipe DSMA veille à maintenir une communication fluide entre le vendeur, l'acheteur et tous les intervenants, répondant à chaque question et traitant rapidement les préoccupations. « Je reste en contact constant avec toutes les parties pour m'assurer que tout se déroule comme prévu », explique Gracielle. « Il ne s'agit pas seulement de gérer la transaction, mais d'être présent à chaque étape, de comprendre les besoins et d'agir rapidement pour résoudre les problèmes, si il y en a. »

Cette approche proactive permet de minimiser les obstacles, qu'ils soient environnementaux, financiers ou logistiques, en trouvant des solutions créatives avant même qu'ils ne deviennent des problèmes majeurs. « Notre travail est de prévoir les problèmes avant qu'ils n'apparaissent et de trouver des solutions avant même qu'ils ne soient visibles », explique Gracielle.

L'une des priorités est de soulager la pression pesant sur le client, afin qu'il puisse rester pleinement concentré sur la gestion de son entreprise. « Un client devrait pouvoir se focaliser sur ce qui compte vraiment : son entreprise », souligne-t-elle. Grâce à un suivi constant et à une flexibilité totale, l'accompagnement est adapté aux besoins spécifiques de chaque client, assurant une expérience fluide et sans stress. « Chaque client est unique, et il est essentiel de répondre à ses besoins. Certains nécessitent plus de soutien, tandis que d'autres préfèrent davantage de liberté. »

Ce service sur mesure et cette attention aux détails font toute la différence : ils garantissent non seulement une transaction réussie, mais offrent également une expérience client qui dépasse les attentes. « Il ne s'agit pas seulement de vendre ou d'acheter une entreprise ; il s'agit de rendre chaque étape du processus fluide et transparente, et surtout de le conclure de la meilleure manière possible pour nos clients », conclut Gracielle.

Votre transaction, notre destination : un voyage maîtrisé de bout en bout

Dans l'industrie automobile, les transactions de fusions et d'acquisitions sont souvent complexes et de grande envergure. Que vous soyez vendeur ou acheteur, chaque étape doit être menée avec rigueur et expertise. Chez DSMA, nous sommes fiers de notre approche intégrée et personnalisée, qui accompagne nos clients du début à la fin tout en offrant un service d'excellence.

Avec notre équipe de spécialistes, vous êtes guidé à chaque étape, bénéficiant d'un soutien constant. Nous nous engageons à relever avec vous tous les défis du processus et à faire en sorte que votre transaction se déroule de manière positive, professionnelle et, surtout, réussie. Un vrai voyage dont l'arrivée est aussi satisfaisante que le parcours.

Pour en savoir plus sur la manière dont DSMA peut vous aider à réussir, composez le +1 833-650-4188 ou visitez www.dsma.com.



INTERVIEWÉE

GRACIELLE SILLS
Associée F&A
gracielle.sills@dsma.com



AUTEURE

KOSTIA PHO
Coordinatrice Marketing, Rédactrice
kostia.pho@dsma.com

LE PARCOURS DE JC PRICE :

DE LA VISION À LA RÉALITÉ AVEC TOYOTA CASTLE ROCK

Des dynamiques salles de montre de Findlay Automotive Group au défi entrepreneurial de gérer une boulangerie à plusieurs succursales, la carrière de JC Price est un témoignage de vision, de résilience et de la puissance du partenariat. Aujourd'hui directeur général de Findlay Honda Henderson, membre actif et contributeur de la National Association of Minority Automobile Dealers (NAMAD), et futur propriétaire-exploitant de Findlay Toyota Castle Rock, le parcours de Price illustre ce qu'il faut réellement pour bâtir une concession : stratégie, persévérance et passion.

JC Price : Bâtir une vision au sein d'un héritage

L'histoire de Price s'est développée en parallèle avec la croissance du groupe Findlay Automotive. Fondé en 1961 par Pete Findlay et repris par Cliff Findlay, le groupe est aujourd'hui dirigé par le PDG Tyler Corder, avec Robby et Justin Findlay comme vice-présidents. Sous cette direction, Findlay Automotive Group est devenu un acteur majeur comptant 35 concessions dans cinq États, porté par une vision d'expansion par acquisitions et par l'ouverture de nouveaux points de vente, tout en favorisant la promotion interne et en maintenant des liens profonds avec la communauté.

Price a fait son entrée dans cet univers en 2006 chez Saturn of Henderson, débutant en vente et en financement, malgré une ambition initiale de faire carrière en gestion de patrimoine. « Je n'avais aucune idée de ce qu'était une concession automobile neuve », se souvient-il. Ce parcours l'a éventuellement mené au poste de directeur du financement chez Findlay Toyota Flagstaff, où il a travaillé en étroite collaboration avec Robby Findlay, partageant dès le départ le rêve de posséder un jour une concession ensemble. Au fil des ans, Price a continué d'évoluer comme directeur du financement chez Findlay Toyota Flagstaff, avant de faire un détour par l'entrepreneuriat, devenant propriétaire de Square Donut Richmond et transformant l'entreprise en une boulangerie multi-succursales générant des millions de dollars.

De retour chez Findlay en 2019 à titre de directeur du financement Internet chez Toyota Henderson, Price a apporté avec lui les leçons d'un leadership très concret : « Diriger une boulangerie m'a appris qu'il faut tout faire et être tout pour tout le monde… il faut bâtir des bases solides et prendre soin de la communauté qui prend soin de vous. »

Cette philosophie axée sur la communauté et le leadership a joué un rôle clé dans l'évolution de sa carrière. À mesure qu'il progressait au sein de Findlay, il est devenu évident que les mêmes principes qui avaient guidé ses succès précédents seraient mis à l'épreuve de nouvelles façons. Son retour dans l'entreprise a marqué un moment charnière, où son expérience pratique et son engagement pour des fondations solides étaient sur le point de se croiser avec de nouveaux défis et de nouvelles opportunités.

Un allié inattendu : Tracer une nouvelle voie avec DSMA

Au fur et à mesure que la carrière de Price avançait, les ambitions du groupe Findlay Automotive prenaient aussi de l'ampleur. Sous la direction de





Tyler Corder, le groupe est devenu une force majeure et, en 2024, une occasion exceptionnelle s'est présentée : Toyota Castle Rock.

Après avoir été présélectionné par Toyota comme candidat potentiel à la prise de possession de la concession, Findlay Automotive Group s'est rapproché d'Eric Levitt, vice-président de la région centre-ouest et partenaire, chez Dealer Services Mergers & Acquisitions (DSMA) — la firme nord-américaine de référence en fusions et acquisitions automobiles, comptant plus de 501 transactions réussies et un programme complet d'approbation du manufacturier — afin de mettre en place un dossier d'ouverture de site (Open Point Package – OPP) à présenter à Toyota. Dès le départ, Price et son équipe ont clairement défini leurs intentions et leur orientation. Après des discussions avec Levitt et des présentations aux équipes marketing et finances de DSMA, le processus OPP a été lancé. Comme le souligne Levitt, « leur souci du détail était remarquable et leur engagement envers le projet était de tout premier ordre », malgré quelques défis rencontrés en cours de route.

« Lorsque nous avons reçu la première version de l'OPP de DSMA pour Castle Rock, nous savions que nous voulions adopter une approche différente, une approche qui définirait clairement qui nous sommes », se rappelle Price. Les méthodes d'acquisition traditionnelles semblaient rigides et peu inspirantes, comme essayer de faire entrer une cheville carrée dans un trou rond. C'est à ce moment-là que DSMA est vraiment intervenue, apportant expertise, créativité et innovation audacieuse. Travaillant en étroite collaboration avec Tommy Rayl, directeur des opérations, qui a eu une influence significative sur l'élaboration du portfolio d'approbation au manufacturier, Price et DSMA ont pu réinventer la formule OPP et transformer une vision en réalité. « DSMA nous a aidés à créer une vision pour la concession qui était différente, qui nous distinguait de la concurrence », explique-t-il.

Avec l'accompagnement continu de Levitt et le soutien essentiel de Xana Hodgson, nouvelle gestionnaire marketing chez DSMA, Price et son équipe ont commencé à réimaginer ce que Toyota Castle Rock pouvait réellement devenir. Ils ne se sont pas contentés de suivre les processus OPP standards ; ils ont osé bâtir quelque chose d'exceptionnel, alliant rigueur stratégique, créativité, diversité et innovation.

Les mois suivants furent éprouvants. Les nuits tardives se transformaient en matinées précoces, les appels téléphoniques s'étiraient jusque tard le soir et la pression augmentait à chaque version révisée de l'OPP. La fatigue et la frustration mettaient leur détermination à l'épreuve, mais chaque obstacle renforçait leur volonté. Quand le jour arriva enfin pour présenter à Toyota, la tension était palpable. Castle Rock n'était pas une acquisition de plus : elle représentait l'aboutissement de nombreuses années d'expérience, de risques et d'efforts incessants.

Dans les jours qui ont suivi, Price se souvient d'être assis à côté de Robby Findlay — vice-président des opérations chez Findlay Automotive Group — téléphones en main, le cœur battant, les yeux rivés sur la ligne, espérant un signe. Chaque heure semblait durer une éternité. Puis, l'appel est arrivé. « Ils ont demandé à ne parler qu'à Robby et moi, alors tout le monde a quitté la pièce », se remémore-t-il, le souvenir toujours vif. « Nous nous sommes assis là, retenant notre souffle, jusqu'à ce que nous les entendions dire : 'Félicitations !'» À cet instant, le poids accumulé pendant des mois s'est envolé, remplacé par une vague d'excitation, de fierté

et de gratitude. « C'était quelque chose que je n'aurais jamais pu imaginer », dit-il, l'émotion encore bien présente.

Levitt, qui avait travaillé de près avec Price et l'équipe Findlay, résume parfaitement la situation : « Toute leur équipe a fait preuve d'un grand professionnalisme, et il n'a pas été surprenant pour nous qu'ils obtiennent la franchise Toyota. Ce professionnalisme reflète leur façon de faire des affaires au quotidien, la manière dont ils traitent leurs clients et leur passion pour le service à la clientèle. »

Leçons apprises : Partenariats, personnes et objectifs

Le parcours de Price — de novice en financement à entrepreneur en boulangerie, puis à la tête d'une concession — lui a enseigné un principe fondamental : le succès repose sur les relations. « Il faut être le meilleur partenaire possible pour le manufacturier. Sans ce partenariat, il est impossible de réussir », souligne-t-il.

Mais les partenariats vont bien au-delà du manufacturier. Price insiste sur l'importance de la confiance et de la collaboration dans l'ensemble de l'industrie : avec les collègues, les autres concessions, les associations comme NAMAD et, surtout, avec les employés au sein de la concession. « N'entrez jamais dans une situation en cherchant ce que vous pouvez en tirer. Concentrez-vous sur la création de la confiance et sur le fait d'être un bon partenaire », conseille-t-il.

Il puise également dans ses journées entrepreneuriales à Square Donut Richmond : « Vous devez tout faire et être tout. Prenez soin de la communauté qui prend soin de vous. » C'est précisément cette attention aux détails, cette empathie envers les employés et les clients, ainsi qu'un engagement inébranlable envers l'excellence, qui ont guidé chaque étape de son parcours de bâtisseur de concessions.

Regarder vers l'avenir : Nouveau départ chez Findlay Toyota Castle Rock

Alors que JC Price s'apprête à assumer son rôle de propriétaire-exploitant de Findlay Toyota Castle Rock, la vision qu'il a façonnée avec DSMA prend enfin forme. « Je suis extrêmement reconnaissant envers Findlay de m'avoir choisi pour diriger cette nouvelle aventure. Avec le soutien de DSMA, nous avons bâti quelque chose de vraiment spécial, et j'ai hâte de le voir grandir », affirme-t-il.

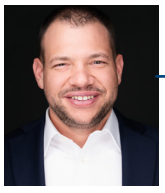
Pour Price, DSMA a été bien plus qu'un simple cabinet-conseil. Ils ont été des collaborateurs, des mentors et des défenseurs de la vision de l'équipe. Qu'il s'agisse de revisiter les plans initiaux de l'OPP ou de naviguer à travers le processus de présentation auprès du constructeur, DSMA a accompagné Price et Findlay dans l'élaboration d'une stratégie audacieuse, pleinement à leur image. « L'objectif n'était pas seulement de suivre le processus, mais de bâtir un avenir pour la concession qui correspondait réellement à nos objectifs », explique JC. Selon lui, l'équipe de DSMA a joué — et continue de jouer — un rôle particulièrement crucial dans la concrétisation de cette vision.

Castle Rock représente l'aboutissement de plusieurs années d'expérience, de créativité et de travail acharné pour Price. Pour Findlay, cette acquisition témoigne à la fois de la confiance et de la foi placées dans sa direction. « Ils auraient pu choisir n'importe qui, mais ils m'ont choisi », ajoute-t-il.

D'un vendeur automobile novice à Las Vegas à entrepreneur prospère, puis directeur général à la tête d'un projet transformateur, le parcours de Price démontre comment la persévérance, l'innovation et des partenariats solides peuvent transformer une ambition en réalité. « Avec Castle Rock, notre objectif est clair : construire une concession qui se démarque pour les clients, les employés et la communauté. Nous avons préparé le terrain, et il est maintenant temps de donner vie à tout cela. »

L'histoire de Price est la preuve de ce qui est possible lorsque la vision, la détermination et la collaboration se rencontrent. Surtout lorsque des partenaires de confiance comme DSMA contribuent à transformer un rêve en quelque chose de véritablement exceptionnel. L'ouverture de Findlay Toyota Castle Rock est prévue pour 2027, alors n'oubliez pas de passer les saluer quand ils seront opérationnels !

Pour en savoir plus sur les processus DPP et OPP de DSMA et pour lancer votre propre parcours d'approbation du manufacturier, rendez vous sur www.dsma.com ou contactez John Hill, directeur gestion des acquisitions, à l'adresse john.hill@dsma.com.



INTERVIEWÉ

JC PRICE
Directeur général de
Findlay Honda Henderson



AUTEURE

KOSTIA PHO
Coordinatrice Marketing,
Rédactrice
kostia.pho@dsma.com

VOTRE AVENIR EST IMPRÉVISIBLE.
VOTRE STRATÉGIE N'A PAS À L'ÊTRE.



NE VOUS FIEZ PLUS AUX SPÉCULATIONS DU MARCHÉ. DÉCOUVREZ LA VRAIE VALEUR DE VOTRE CONCESSION.

DSMA EST LA SOCIÉTÉ DE RÉFÉRENCE MONDIALE EN FUSIONS ET ACQUISITIONS DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE ET A RÉALISÉ PLUS DE 2500 ÉVALUATIONS.

SCANNEZ LE QR CODE ET DEMANDEZ L'ÉVALUATION DE VOTRE ENTREPRISE.

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

THE FUEL LINE : **VOTRE BALADO** AUTOMOBILE EN F&A

THE FUEL LINE
AN AUTOMOTIVE M&A PODCAST

Le balado de DSMA s'est rapidement imposé comme une voix de référence en matière de fusions et acquisitions dans l'industrie automobile, en proposant des conversations authentiques, des perspectives concrètes et une expertise éprouvée en matière de transactions. Chaque épisode lève le voile sur les évaluations, les tendances du marché et les transitions de concessions, en donnant la parole à des leaders de l'industrie et en partageant des témoignages de qualité que vous n'entendrez nulle part ailleurs. Que vous envisagiez une stratégie de croissance, une planification de la relève ou que vous souhaitiez simplement garder une longueur d'avance sur le marché, le balado de DSMA vous fournit les connaissances nécessaires pour prendre des décisions plus éclairées et stratégiques.

Restez à l'écoute, demeurez informés et découvrez ce qui façonne l'avenir des fusions et acquisitions dans le secteur des concessions.

Disponible sur : YouTube SOUNDCLOUD Spotify



Avez-vous un sujet intéressant ou souhaitez-vous être présenté dans notre émission ? **Veuillez nous contacter à l'adresse suivante : thefuelline@dsma.com**

DSMA
NOTRE ÉQUIPE. VOTRE RÉUSSITE.

MAXIMISER LE POTENTIEL DE PROFIT :

L'ART DE LA CHASSE AUX PROFITS DANS LES TRANSACTIONS AUTOMOBILES

Dans le monde des fusions et acquisitions (F&A) automobiles, la différence entre une bonne et une excellente transaction tient souvent à une seule chose : le profit caché. Les concessions regorgent de potentiel inexploité qui, avec les bonnes perspectives, peut être libéré pour générer des rendements considérables. C'est là qu'intervient la chasse aux profits, une stratégie puissante mise au point par Dealer Solutions Mergers & Acquisitions (DSMA), la référence en F&A automobiles, avec plus de 2500 évaluations réalisées et plus de 7 milliards de dollars de valeur générée pour ses clients, afin de révéler la valeur enfouie au cœur du bilan d'une concession. Alors que le marché évolue en 2025, la chasse aux profits n'est plus seulement une stratégie : c'est un véritable catalyseur de changement.

Pour quiconque souhaite acheter, vendre ou croître dans le secteur automobile, il ne suffit pas de connaître une évaluation de base. Une évaluation solide constitue le point de départ, mais c'est la recherche des profits qui révèle véritablement l'or caché que d'autres pourraient ignorer. Selon Ivy Lu, CPA et gestionnaire en services-conseils en transactions et évaluations chez DSMA, l'évaluation d'entreprise est une analyse approfondie de la valeur économique d'une concession, tenant compte de tout, de la performance financière aux tendances du marché. Mais c'est avec la chasse aux profits que la magie se produit. « Il ne s'agit pas seulement d'attribuer un prix à l'entreprise », explique Ivy. « Il s'agit de trouver ce qui n'est pas immédiatement visible : les occasions, les profits cachés qui peuvent être libérés grâce à la bonne stratégie. »

Il ne s'agit pas de se contenter du premier chiffre qui apparaît sur les états financiers. La chasse aux profits consiste à identifier stratégiquement les écarts et la valeur cachée qui peuvent transformer les résultats d'une concession. Comme le souligne Jennifer Rafael, vice-présidente exécutive et partenaire, Midwest, chez DSMA : « La chasse aux profits ne se limite pas à examiner les revenus et les dépenses. Il s'agit d'aller sous la surface, d'analyser les rajustements (add-backs), les structures de dépenses, les stratégies immobilières, la composition des marques et même l'efficacité opérationnelle. Il existe tout un monde de valeur cachée dans ces domaines que la plupart des gens négligent. »

L'idée est simple : les concessions ne réalisent pas toujours la valeur qu'elles détiennent. Les bons ajustements, qu'il s'agisse de revoir la structure des dépenses ou d'optimiser les opérations, peuvent libérer un énorme potentiel de croissance. Autrement dit, la chasse aux profits vous aide à révéler cette valeur afin d'en tirer le maximum. « Nous creusons en profondeur », dit Jennifer. « Nous examinons tout, de la gestion de l'immobilier à l'efficacité des opérations, et nous identifions les points où de petits changements peuvent avoir un impact majeur. »

Ce qui distingue la formule de chasse aux profits des évaluations traditionnelles, c'est qu'elle ne s'attarde pas uniquement à la valeur actuelle de l'entreprise, mais à ce qu'elle pourrait valoir demain avec quelques ajustements clés. Ivy souligne : « Une bonne évaluation vous montre ce qui se passe maintenant, mais la chasse aux profits vous aide à



voir jusqu'où vous pouvez aller. » Que ce soit en améliorant l'efficacité opérationnelle ou en optimisant la structure des coûts, il existe toujours un potentiel d'augmentation de la valeur de l'entreprise. Une fois ce potentiel mis au jour, vous êtes en bien meilleure position pour élaborer une stratégie de croissance, que ce soit pour acheter, vendre ou vous développer.

Chez DSMA, le processus d'évaluation ne consiste pas seulement à analyser des chiffres, mais à les transformer en informations exploitables. Dès le départ, l'équipe d'experts en finance de DSMA, dirigée par six CPA spécialisés, adapte le processus à chaque client, en tenant compte de variables propres à l'industrie, comme les intérêts de financement d'inventaire (floor plan), les revenus hors livres et les radiations d'inventaire, qui peuvent avoir une incidence majeure sur l'évaluation finale. Cela permet au client d'obtenir un portrait clair, mais surtout de voir la valeur inexploitée qui peut être réalisée grâce aux bons changements. « Sans les connaissances de l'industrie, ces ajustements clés pourraient facilement être manqués », note Ivy. « C'est pour cela que notre approche est si précieuse. Elle est basée sur des années d'expérience et une compréhension approfondie de ce qui stimule vraiment la rentabilité dans l'industrie automobile. »

Une fois l'évaluation terminée, il ne s'agit pas seulement de remettre un numéro. La chasse aux profits est un déclencheur de conversation, un plan pour savoir où l'entreprise pourrait mener. « Certains clients se servent des évaluations comme un point de référence pour améliorer leurs opérations et augmenter la valeur de leur entreprise avant d'aller sur le marché », explique Jennifer. « Pour d'autres, c'est le point de départ d'une transaction - nous présentons des acheteurs qualifiés, structurons la transaction et aidons à conclure la transaction. Tout cela fait partie de notre approche de service complet. »

Et c'est là que l'approche de DSMA brille vraiment ; elle ne s'arrête pas à la valorisation. Les clients n'obtiennent pas seulement un numéro ; ils obtiennent un plan de jeu stratégique. Le processus complet de l'équipe garantit que les clients sont soutenus à chaque étape, de l'évaluation jusqu'à l'exécution de leur prochain grand projet. Que vous cherchiez à vendre, à croître ou simplement à optimiser votre entreprise, l'expertise de DSMA vous aide à transformer les informations en action et à débloquer des profits cachés, vous préparant pour l'avenir.

Alors, quel est le moment propice pour demander une évaluation et, plus important encore, pour partir à la chasse aux profits ? Selon Ivy et Jennifer, il y a des moments clés qui rendent l'évaluation et la chasse aux profits essentielles :

1. Proactivité dans la prise de décision : « Vous devez connaître votre valeur marchande avant de prendre des décisions importantes », dit Jennifer. Une évaluation vous offre la clarté nécessaire pour prendre des décisions éclairées et fondées sur les données, que ce soit pour vendre, développer votre entreprise ou planifier la relève. La chasse aux profits vous indique où apporter des changements à fort impact pour augmenter cette valeur.

2. Avant les plans de croissance : si vous envisagez de développer votre concession, il est crucial de comprendre votre position sur le marché. Notre formule de chasse aux profits révélera vos forces et vos faiblesses, éclairant une voie pour l'avenir.

3. Lorsque les conditions du marché changent : les changements dans les performances des manufacturiers ou des marques peuvent avoir un impact énorme sur votre entreprise. Une évaluation vous aide à comprendre le paysage changeant, et notre approche de la chasse aux profits révèle comment tirer parti de ces changements.

4. Investissements pré-capital : Avant de faire des investissements majeurs, vous devez connaître la valeur de votre concession. La chasse aux profits garantit que vous ne vous engagez pas trop dans des investissements sans d'abord maximiser vos actifs actuels.

5. Avant la vente : si vous envisagez de vendre, viser les profits permet de ne rien laisser de valeur derrière vous. Il vous donne un point de référence réaliste et vous aide à positionner votre entreprise pour la meilleure transaction possible.

Dans le monde concurrentiel des fusions et acquisitions automobiles, les connaissances approfondies et la formule de chasse aux profits de DSMA les distinguent des autres. Leurs rapports de renseignement, qui suivent les tendances, les observations d'achat et de vente ainsi que les points de référence, permettent à leurs clients de garder une longueur d'avance. Comme Ivy le dit : « Chez DSMA, nous faisons plus que fournir un numéro. Nous aidons nos clients à découvrir la véritable valeur de leur entreprise, à optimiser leurs opérations et à maximiser leurs profits. »

Que vous envisagiez de vendre, de vous développer ou de comprendre la valeur de votre entreprise, la chasse aux profits de DSMA va au-delà d'une simple évaluation, offrant une feuille de route pour révéler les profits cachés et assurer le succès à long terme. Dans le monde hautement concurrentiel des fusions et acquisitions automobiles, les décisions les plus judicieuses sont celles appuyées par les données et l'analyse. La formule de chasse aux profits de DSMA vous permet non seulement de connaître la valeur de votre concession, mais aussi d'en libérer activement tout le potentiel.

Pour découvrir le potentiel caché de votre entreprise ou pour en savoir plus sur notre formule de chasse aux profits, rendez-vous sur www.dsma.com ou contactez-nous à info@dsma.com.



INTERVIEWÉE

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



INTERVIEWÉE

IVY LU
Gestionnaire évaluations/ services
ivy.lu@dsma.com



AUTEURE

KOSTIA PHO
Coordinatrice Marketing, Rédactrice
kostia.pho@dsma.com

DSMA, VOTRE BOUSSOLE POUR NAVIGUER VERS L'APPROBATION DES MANUFACTURIERS.



Nos services comprennent :

- Assistance d'application
- Portfolio d'ouverture de point de vente
- Porftolio de présentation
- Prévisions financières

NOUS ACCOMPAGNONS **LES CONCESSIONNAIRES COMME VOUS** TOUT AU LONG DU PROCESSUS.

Acquérir une concession et une marque est une étape déterminante. Cela nécessite une réflexion approfondie et le respect strict des directives des manufacturiers ainsi que des obligations financières.
C'est là toute l'expertise de DSMA.

Ne vous perdez pas en chemin.

Contactez dès aujourd'hui John Hill, Directeur Gestion des Acquisitions.

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

DSMA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

MULTIPLES DE GOODWILL **EN AMÉRIQUE DU NORD**

ÉCHELONS DES MULTIPLES ACTUELS PAR MARQUE

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

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

DSMA a évalué plus de 2500 concessions au cours des dernières années et est la principale source d'évaluation de concessions automobiles en Amérique du Nord.

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

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

Données présentées par :

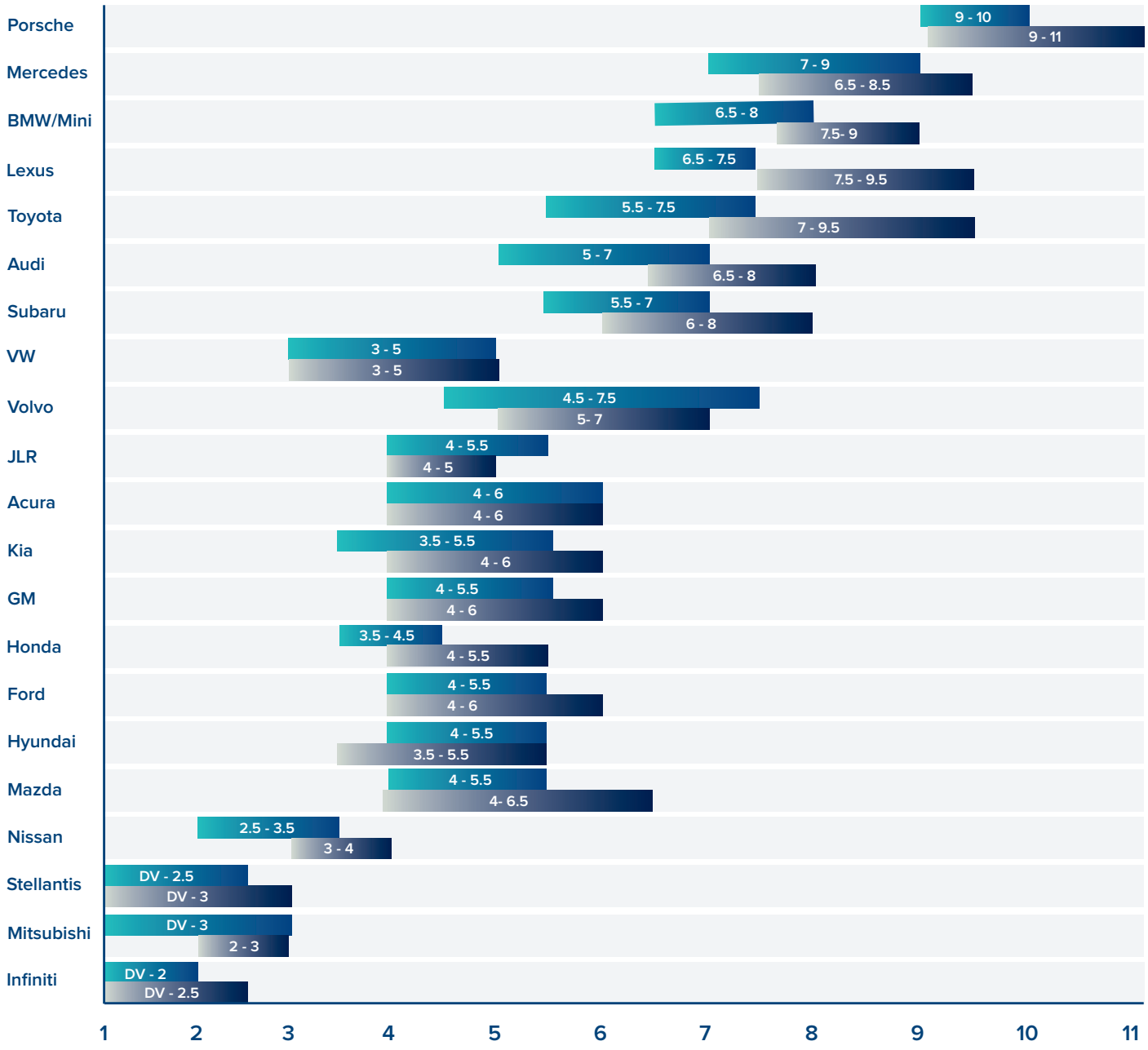
QUOTUS
DONNÉES FINANCIÈRES. RÉSULTATS INTELLIGENTS.

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

Multiple QUÉBEC

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 de Québec. 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.



*DV= Valeur du dollar

L'ÉQUIPE **EXÉCUTIVE**



FARID AHMAD
Fondateur et PDG
farid@dsma.com



MÉLISSA SAMATAS
Directrice des opérations
& Partenaire
melissa.samatas@dsma.com



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



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



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



JOHN CHISHOLM
VP exécutif, F&A internationales
john.chisholm@dsma.com



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



CODY CANTU
Directeur régional
Texas, É.-U.
cody.cantu@dsma.com



NATASHA DENKOVSKI
Directrice régionale
Ontario, Canada
natasha.denkovski@dsma.com



SANDRA LIEM
Vice-présidente marketing
sandra.liem@dsma.com



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



ANTHONY CODISPOTI, CPA
Directeur principal
Évaluations/services
anthony.codispoti@dsma.com



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



NICOLA BIGGS
Conseillère juridique
nicola.biggs@dsma.com

L'ÉQUIPE DES ASSOCIÉS **DU CANADA**



OUEST

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



ONTARIO

NATASHA DENKOVSKI
Directrice régionale
natasha.denkovski@dsma.com



OUEST

JEFF RENAUD
Directeur régional
jeff.renaud@dsma.com



OUEST

RICK KINGDON
Associé exécutif F&A
rick.kingdon@dsma.com



OUEST

JONATHAN PUMPHREY
Associé F&A
jonathan.pumphrey@dsma.com



OUEST

CORY HARSCH
Associé F&A
cory.harsch@dsma.com



ONTARIO

DARREN SAVAGE
Associé F&A
darren.savage@dsma.com



ONTARIO

JOHN RAYMOND
Associé F&A
john.raymond@dsma.com



ONTARIO

DENNIS GIANNANTONIO
Associé F&A
dennis.giannantonio@dsma.com



CÔTE-ATLANTIQUE

DARREN HOYLES
Associé F&A
darren.hoyles@dsma.com



QUÉBEC

GRACIELLE SILLS
Associée F&A
gracielle.sills@dsma.com



QUEBEC

GEORGES THÉBERGE
Associé F&A
georges.theberge@dsma.com



CANADA

FILIP MARKOVIC
Responsable du développement des affaires
filip.markovic@dsma.com

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



MIDWEST

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



CENTRE-OUEST

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



EST

ANDY CHURCH
Vice-président
andy@dsma.com



SUD-EST

ROBERT SCHLICHT
Directeur régional
robert.schlicht@dsma.com



SUD-EST

BILL FIELDS
Associé exécutif F&A
bill.fields@dsma.com



TEXAS

CODY CANTU
Directeur régional
cody.cantu@dsma.com



CENTRE-OUEST

GARY SWARTZ
Associé F&A
gary.swartz@dsma.com



CENTRE-OUEST

NOAH TRUBO
Associé F&A
noah.trubo@dsma.com



MIDWEST

MIKE FUNK
Directeur régional
michael.funk@dsma.com



MIDWEST

CHRIS HAWLEY
Directeur régional
chris.hawley@dsma.com



MIDWEST

GREG BROWN
Associé F&A
greg.brown@dsma.com



MIDWEST

JONATHON MORONI
Associé F&A
jonathon.moroni@dsma.com



MIDWEST

SHINTHYA SILVA
Associée F&A
shinthya.silva@dsma.com



MIDWEST

FRANK DEGRADI
Associé F&A
frank.digradi@dsma.com



NORD-OUEST PACIFIQUE

RICK KINGDON
Associé exécutif F&A
rick.kingdon@dsma.com

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



NORD-OUEST PACIFIQUE

JONATHAN PUMPHREY
Associé F&A
jonathan.pumphrey@dsma.com



CASEY EVANS
Directrice du développement des affaires
casey.evans@dsma.com



NOLAN KLUG
Responsable du développement des affaires
nolan.klug@dsma.com

L'ÉQUIPE **SERVICES ESSENTIELS**



XANA HODGSON
Gestionnaire marketing
xana.hodgson@dsma.com



RICO MARQUES
Graphiste
rico.marques@dsma.com



KOSTIA PHO
Coordinatrice marketing, rédactrice
kostia.pho@dsma.com



JUSTIN KIM
Coordinateur marketing
justin.kim@dsma.com



IVY LU, CPA
Gestionnaire 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



CAMERON AHMAD
Analyste financier junior
cameron.ahmad@dsma.com



MARCOS ALVES
Analyste financier junior
marcos.alves@dsma.com



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



ALEX LANDRY
Contrôleur financier
alex.landry@dsma.com



JASMINE KHREICHE
Parajuriste sénior
jasmine.khreiche@dsma.com



CANADA

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



USA

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



USA

SEANA CHADWICK
Dir. gestion des acquisitions
seana.chadwick@dsma.com



DANIEL RESTREPO
Responsable des opérations
daniel.restrepo@dsma.com



CANADA

TONY CAMPISI
Dir. développement réseau
tony.campisi@dsma.com

L'ÉQUIPE **QUOTUS**



VERONIQUE BOUCHER
Directrice générale
veronique.boucher@quotus.com



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



CAMERON AHMAD
Analyste financier junior
cameron.ahmad@quotus.com



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



JONATHAN ROBINSON
Développeur
jonathan.robinson@quotus.com



ROSEMBERG LOPEZ
Développeur
rosemberg.lopez@quotus.com

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



JOIGNEZ **L'ÉQUIPE DSMA**

NOUS RECRUTONS ACTUELLEMENT POUR LES POSTES SUIVANTS :

Associé(s) F&A

- Sud de la Californie
- Missouri
- Kansas
- Louisiane
- Tennessee
- Kentucky
- Maryland
- Nouvelle Angleterre
- New Jersey
- Buffalo, NY
- Philadelphie, PA

Pour des opportunités supplémentaires,
visitez **DSMA.HR4.CA/CAREERS**

DSMA
NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

DS
MA

NOTRE ÉQUIPE.
VOTRE RÉUSSITE.

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

Bureaux régionaux Canada

Calgary, AB
Edmonton, AB
Halifax, N.-É.
Montréal, QC
Vancouver, C.-B.

Bureaux régionaux États-Unis

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