



## Compte-rendu de la réunion du CCIF à Moncton

Canadian Collision Industry Forum  
Delta Beausejour Hotel, Moncton, N-B  
Samedi, 14 mai 2011

### **Aider les petites entreprises à prospérer**

*Mike Mallory (TEC Canada)*

Le CCIF est bien connu pour favoriser les rencontres professionnelles et permettre d'échanger entre intervenants de l'industrie. Chacun peut ainsi profiter de l'expérience des autres. Pour Mike Mallory, de TEC Canada, il existe une méthode plus officielle d'exploiter les influences extérieures susceptibles de faire avancer les affaires. TEC est une organisation qui offre un perfectionnement professionnel aux propriétaires et gestionnaires d'entreprises par des rencontres mensuelles au cours desquelles se donnent de cours de formation et de coaching.

### **Conversation avec des gagnants**

*Tom Bissonnette*

Depuis 2008, le CCIF, grâce à son Programme Compétences, conscientise les jeunes aux carrières dans l'industrie de la carrosserie, grâce notamment à sa participation aux différentes olympiades orchestrées par Compétences Canada. Extraordinaire vitrine pour l'industrie, elles permettent à des jeunes bourrés de talent de démontrer leurs habiletés et de prendre part à des épreuves en peinture et en carrosserie automobile. C'est avec fierté que le CCIF a tenu à féliciter le nouveau champion du Nouveau-Brunswick en peinture automobile, Brandon Belliveau, la finaliste Janice Taylor, et le champion en carrosserie, Dustin Goddard.

Ces jeunes ont une vision positive de l'industrie et sont emballés par les changements technologiques, qui rendront leur carrière intéressante et stimulante. Ils veulent travailler pour des employeurs qui les encourageront à développer leurs compétences et faire avancer leur carrière. Selon eux, aux prises avec une pénurie d'apprentis, l'industrie doit faire plus pour les attirer et leur montrer comment acquérir les compétences requises.

### **Développer une marque distinctive**

*Laura McCallum (PropertyGuys.com)*

Tous reconnaissent le pouvoir des marques, comme Apple par exemple, qui suscitent de vives émotions, habituellement positives, parfois négatives, mais rarement neutres. D'ailleurs, une entreprise qui n'inspire que des émotions neutres auprès des consommateurs a peu de chances de prospérer. Comme l'expliquait Laura McCallum, le pouvoir d'une marque ne réside pas uniquement dans un logo, un nom ou une publicité. Il s'agit plutôt d'une histoire ancrée dans l'esprit de son marché de niche, contenant des signaux créés pour susciter des sentiments. L'expérience des clients en influencera le cours.

« Observez votre entreprise à travers le regard de vos clients », suggérait Laura. Même s'il est rare qu'un propriétaire automobile doive faire appel à un carrossier, quand ce jour viendra, il lui faudra agir vite. Il consultera son assureur, les publicités, ses parents, amis ou collègues de travail. Ces derniers veilleront à transmettre leurs impressions, particulièrement si elles sont négatives. En

raison du pouvoir de communication de masse instantanée des médias sociaux, ce que les gens disent sur vous est maintenant plus crucial que jamais.

## **Programme de développement professionnel I-CAR®**

*Andrew Shepherd (I-CAR Canada)*

Avec la mise en œuvre d'un programme de formation d'un calibre inégalé depuis plusieurs années, I-CAR® renoue manifestement avec la croissance, même si on est encore loin des 22 000 étudiants inscrits en 2000, comme le précisait Andrew Shepherd, directeur de I-CAR® Canada. Les carrossiers ont été unanimes : ils voulaient une formation pour faire progresser leur *profession*, pas le nombre de points accumulés. C'est précisément ce que le Programme de développement personnel de I-CAR® leur offrira, dès son lancement le 1<sup>er</sup> juillet prochain.

Le cursus de formation visera à développer les compétences des individus dans leurs rôles particuliers. Sept rôles ont été identifiés, chacun ayant un niveau de connaissance pour chacun des trois niveaux I-CAR® Pro. Pour obtenir le statut Platine, il faut avoir réussi les trois niveaux. Une formation annuelle d'au moins six heures est nécessaire pour conserver la reconnaissance Platine.

## **Apprentissage et accréditation**

*Wendy Allen (Apprenticeship and Occupational Certification, NB)*

La présentation offerte par Wendy Allen reposait essentiellement sur les développements possibles de l'accréditation des compétences au Nouveau-Brunswick, mais également sur l'apprentissage ainsi que sur le rôle de l'apprenti, de l'employeur et du gouvernement.

Elle a souligné que l'entente de partenariat entre le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse vise surtout à éliminer les fardeaux administratifs et à encourager les échanges commerciaux, à accroître la mobilité de la main-d'œuvre et l'efficacité de la prestation des services gouvernementaux. Le Nouveau-Brunswick songe d'ailleurs à instituer une accréditation obligatoire pour les carrossiers comme celle en vigueur en Nouvelle-Écosse.

## **Vendre à l'ère du numérique - Meilleure communication grâce aux médias sociaux**

*Paul Prochilo & Domenic Ieraci (Prochilo Brothers Auto Collision)*

La dernière réunion du CCIF a permis d'établir que certains joueurs de l'industrie utilisaient déjà les médias sociaux comme source de communication et de vente. D'autres, par contre, dont le CCIF, expriment encore des doutes quant à l'utilité de ces outils pour l'industrie de la carrosserie. Au cours de leur présentation, Paul Prochilo et Domenic Ieraci ont démontré comment ce mode de communication rapide et facile peut accroître l'engagement et l'interactivité des participants du CCIF.

Comme le suggérait Domenic, le CCIF pourrait recourir à Facebook pour diffuser les vidéos de ses présentations, tenir des discussions sur les prochaines rencontres et recueillir opinions, idées et propositions. Ainsi, le CCIF encouragerait l'apprentissage des médias sociaux auprès des carrossiers (« amis ») à des fins commerciales. Quant à l'apport de ces outils pour les carrossiers, ces derniers pourraient s'en servir pour intensifier le trafic sur leur site Web, accroître leur visibilité, fidéliser leur clientèle ou encore, comme outils promotionnels ou publicitaires à grande échelle.

## **L'information du constructeur – Un outil indispensable pour votre entreprise**

*Dan Espersen (Alldata)*

Depuis longtemps, les exigences pour des réparations précises et l'engagement de la responsabilité en cas de réparations incorrectes suscitent la controverse, amplifiée davantage devant la complexité grandissante des véhicules, l'arrivée de matériaux novateurs et l'établissement de nouvelles procédures, sans compter la pression croissante pour des estimations exactes. Pour illustrer cette problématique, Dan Espersen a présenté différents types de réparation, où le fait d'ignorer le type de substrat ou le fait que la chaleur sur la batterie d'un véhicule hybride aurait pu avoir des répercussions désastreuses. Ces exemples illustrent l'extrême importance d'un accès constant à l'information à jour du constructeur.

Décider de réparer ou de remplacer, manipuler des dispositifs de retenue et des systèmes de surveillance électronique dernier cri, travailler avec des substrats de substitution, utiliser des

techniques de finition spéciales : autant de défis auxquels sont confrontés chaque jour l'estimateur et le technicien. Des logiciels intégrant les plus récentes recommandations et procédures des constructeurs, comme celui offert par Alldata, permettent d'accroître la productivité du technicien et la satisfaction du client, et de réduire la durée du cycle de réparation, le recours à la sous-traitance, les retours et la responsabilité. Il s'agit sans contredit d'outils indispensables.

Le CCIF remercie tous ses commanditaires qui ont rendu possible la tenue de cette rencontre et dont le soutien assure la continuité du CCIF :

***AkzoNobel Coatings Ltd.***  
***Alldata / NuGen IT Inc.***  
***Assured Automotive***  
***Audatex***  
***Auto Data Vin Labels***  
***Automotive Recyclers of Canada (ARC)***  
***BASF Canada***  
***Bodyshop Magazine***  
***Boyd Autobody & Glass***  
***Canavans Central Appraisals Limited***  
***Car-Part.com***  
***Carrossier ProColor***  
***CARSTAR Automotive Canada***  
***C.K. Collision Centres Inc.***  
***Co-Auto Co-Operative Inc.***  
***Collision Repair Association of Nova Scotia (CRANS)***  
***CSN Collision & Glass***  
***Craftsman Collision***  
***Diamond Auto Disposal***  
***Discount Car & Truck Rentals Ltd.***  
***DuPont Performance Coatings***  
***Enterprise Rent-A-Car***  
***Fillon Technologies North America Inc.***  
***Fix Auto***  
***Hub City Auto Paints & Supplies***  
***Impact Auto Auctions***  
***Kent Automotive***  
***LKQ/Keystone/Cross Canada***  
***Mitchell International***  
***NAPA CMAX***  
***PPG Canada Inc.***  
***Rousseau Automotive Communication***  
***Sherwin-Williams Automotive Finishes***  
***Shurfit Automotive***  
***Summit Software & Mobile Solutions Inc.***  
***TD Insurance***  
***The Dominion***  
***The Economical Insurance Group***  
***Tiger Auto Parts Ltd***  
***Uni-ram***  
***3M Canada Company***

Mike Bryan, CCIF Administrator  
Tel: 905 726 9027 [mike@ccif.net](mailto:mike@ccif.net)