



## Hauts faits de la réunion CCIF Toronto

Canadian Collision Industry Forum  
Sheraton Toronto Airport Hotel, Toronto  
Samedi 29 janvier 2011

Lors du dernier CCIF, à Toronto, les discussions entre décideurs et leaders de l'industrie ont porté sur différents sujets tels

- ☞ l'offre de service quatre fois supérieure à la demande,
- ☞ l'offre de formation continue qui se bonifie,
- ☞ le manque de participation de l'industrie aux foires d'emplois,
- ☞ la disparité des devis et les outils pour y remédier,
- ☞ la culture « lean » ainsi que l'apport nécessaire des employés pour réussir cette démarche et, finalement,
- ☞ le petit carrossier en voie de disparition versus ceux qui investissent et qui se démarquent.

Le marketing et les médias sociaux sont venus s'ajouter à cette réunion définitivement orientée vers l'avenir qui visait à apporter une solution pour chaque problème et condition de marché difficile rencontrés.

Les 350 participants présents et ceux qui participent aux réunions du CCIF dans leurs régions respectives représentent moins de 25 % des membres de l'industrie. Avec une surcapacité de production d'environ 70 %, nous n'avons pas à spéculer de midi à quatorze heures pour savoir qui va survivre. Les absents ont toujours tort.

### **Nouveau président**

Tom Bissonnette a succédé à Tony Canade en tant que nouveau président du CCIF pour un mandat de trois ans.

M. Canade est fier du travail accompli pendant son mandat qui inclut entre autres la création du programme Compétences CCIF en réponse au problème criant de manque de main-d'oeuvre qualifiée. Comme son successeur, M. Canade est très fier d'avoir contribué à ce que le CCIF demeure une tribune très axée sur la discussion et le partage d'idées dans un environnement inspirant, propice aux dialogues et aux solutions. M. Bissonnette prône une plus grande participation par les membres de l'industrie aux grands débats qui touchent chacun de nous en cette période de changement et d'évolution accélérée.

### **Le I-CAR « nouveau »**

Le I-CAR « nouveau », c'est plus de formation donnée par plus de formateurs à plus de participants. Depuis mai, le nouveau I-CAR innove et, selon Andrew Shepherd de l'AIA, ce n'est qu'un début. En 2011, les priorités sont la

communication aux participants autant aux assureurs qu'aux ateliers, l'ajout de formateurs, l'instauration de standards de performance, de la formation en ligne et un nouveau « Programme de développement professionnel. »

Ce programme de développement professionnel va orienter la formation vers des créneaux spécifiques comme l'estimation, et les techniques non structurales, etc. Ces formations spécifiques mèneront à des reconnaissances dites « Prolevel » de plusieurs niveaux et serviront de base pour un éventuel programme de certification des ateliers, selon M. Shepherd.

### **Le marketing «social» à la Renewit**

L'association des concessionnaires de la région de Toronto lance une application web ciblée vers les acheteurs de véhicule neuf. L'installation de l'application dans le téléphone intelligent du client permet au concessionnaire de demeurer en contact avec le client via des offres promotionnelles, et des «sujets d'aide» pertinents qui incluent évidemment de l'information sur le service de collision. Une ligne d'aide disponible 24/7 est offerte en cas d'accident afin de dépêcher une dépanneuse qui acheminera le véhicule à l'atelier désigné. Selon Jerome Flanagan, de Renewit, seulement 30% des concessionnaires possèdent leur propre atelier de collision. Alors, voilà une bonne raison de s'affilier et de tirer avantage de ce service très prometteur.

### **Le marketing du futur**

«L'espoir n'est pas une stratégie de marketing » selon Norm Angrove, de PPG Canada. Avec une offre de service de 8 milliards \$ versus une demande de 2.8 milliards \$, la compétition féroce parmi un trop grand nombre de joueurs empêchera la majorité des intervenants d'être rentable. Malgré ces faits, il y aura toujours des perdants et des gagnants. Ceux qui reconnaîtront les besoins du marché et qui cibleront leur marketing seront les grands gagnants. Il est indéniable que les médias sociaux sont en vogue chez la nouvelle génération, les Y, et qu'ils prennent une part de plus en plus grandissante comme moyen de marketing en général. Que vous résistiez ou non à ces changements, vous devez absolument aller voir du côté de médias sociaux tels Twitter et Facebook afin d'ajuster vos efforts à l'air du temps.

### **Un exemple ontarien à suivre**

Malgré un problème majeur et universel de manque de main-d'oeuvre, seulement 20 % des gens présents à la réunion de Toronto avaient participé, par le passé, à une compétition Compétences Canada. Grâce aux efforts et au succès du Programme Compétences CCIF ainsi qu'à la tenue en 2011 de la compétition nationale Compétences Canada à Québec du 1<sup>er</sup> au 4 juin, les participants auront une opportunité extraordinaire de profiter du travail acharné de Leanne Blackborow et de la généreuse contribution des différents commanditaires et bénévoles pour promouvoir notre industrie auprès des jeunes candidats qui sont sollicités de toute part. Shaun Thorson de Compétences Canada a félicité l'industrie pour avoir fait en sorte que les quelque 40 métiers représentés à cette compétition puissent sortir de l'anonymat pour atteindre des sommets d'intérêt et de visibilité sans précédent.

Dans le même ordre d'idée, le Programme Compétences CCIF vient de bénéficier d'un nouvel appui de taille. Steve Fletcher, de L'Association des recycleurs de l'Ontario, a en effet remis un chèque de 37,000 \$ au Programme Compétences

CCIF afin qu'il puisse disposer de son propre système de peinture virtuel, un outil en vue et prisé par les jeunes lors des différentes présentations et compétitions. Cette contribution est un bel exemple de partenariat et une façon pour les recycleurs de reconnaître et de souligner l'apport du Programme Compétences CCIF au recrutement de personnel.

Rendez-vous à Québec du 1<sup>er</sup> au 4 juin 2011. Soyez-y!

### **Être conforme sans complications**

La question de l'exactitude et de la conformité lors de la production du devis de réparation a été soulevée par Tom Bissonnette. Selon divers sondages, on y constatait des différences importantes au niveau des opérations, matériaux, procédures, etc., qui faisaient en sorte que des items qui comportaient un coût au carrossier et qui étaient conformes aux normes n'avaient simplement pas été inscrits sur le devis. Nous parlons ici de différences et d'omissions qui se chiffraient parfois dans les centaines de dollars.

Pete Tagliapetra, de NuGen IT, a présenté un logiciel simple et convivial afin de s'assurer de l'exactitude et du respect des règles des différents partenaires assureurs.

Souple et facile à programmer, ce logiciel permet de réduire le temps de recherches et de corrections et d'assurer une uniformité et une conformité aux règles, peu importe la source de production du devis.

De plus, des procédures de réparation spécifiques conformes aux normes des fabricants peuvent être intégrées dans le programme pour assurer des travaux sécuritaires et efficaces.

### **Un problème bien défini est un problème à demi réglé.**

Le CCIF est résolument orienté vers l'avenir. La clé de cette vision est certes d'avoir une lecture juste et actualisée de l'industrie afin de mieux guider les intervenants. Cette orientation fondamentale en tête, le comité « Recherche des Faits » du CCIF, présidé par Tom Bissonnette, est toujours à la recherche d'informations afin de bien identifier les enjeux actuels de l'industrie. C'est dans cette optique que Mme Kathryn Graham, de Meyers Norris Penny, a présenté les faits saillants d'une étude exhaustive qui est le fruit d'une collaboration entre l'Association des métiers de l'automobile, l'Association des concessionnaires du Manitoba, et le Manitoba Public Insurance (équivalent de la SAAQ). Cette étude d'une centaine de pages est disponible au :

<http://www.mpipartners.ca/documents/Notices%20to%20trade/Agreements/MCRISFinalReport.pdf>.

L'étude a été produite afin de mesurer l'impact des différentes forces présentes dans le marché tels le manque de main d'oeuvre, la technologie, les nouvelles lois et le vieillissement des membres de l'industrie, et apporte une foule de constats et de solutions à envisager afin de bien surmonter les impacts qui en découlent.

Parmi ces constats, on y relève sans grande surprise le trop grand nombre de petits ateliers qui n'ont pas les moyens d'investir en technologie et en formation, l'incapacité d'attirer les nouveaux travailleurs avec des salaires compétitifs et les quelque 34 % de propriétaires d'ateliers qui vont quitter l'industrie lors des 10 prochaines années.

Un travail colossal qui mérite une lecture attentive.

### **Le « LEAN » sans douleur.**

Larry Miller de Fix Auto a abordé un sujet qui trouve de plus en plus d'adeptes, les principes de production « LEAN » et, surtout, les grandes lignes des différents facteurs de succès afin de réussir ce changement de culture.

D'abord, le « LEAN » est une nouvelle culture d'entreprise, et non une nouvelle série de règles. La contribution des employés dès le début, en identifiant et en cartographiant vos processus, est le point de départ idéal afin d'engager et d'écouter vos employés et leurs suggestions.

L'utilisation d'une ressource externe afin d'apporter une certaine neutralité et une approche dépourvue de sentiments est souvent la bonne voie à suivre.

La clé est d'amener l'équipe à scruter les éléments qui sont les plus susceptibles d'amélioration pour ensuite encourager les gens à exprimer leurs idées et solutions quant aux cibles définies.

Le succès de cette démarche repose sur le sentiment que vos employés sentent que leur point de vue est écouté et respecté et que leurs idées comptent. Vous verrez alors émerger des plans d'action où les gens ont un sentiment de responsabilisation et d'appartenance.

Si vous réussissez ces étapes, vous réussirez votre démarche.

Le CCIF aimerait remercier les commanditaires pour leurs généreuses contributions qui ont rendu possible cette réunion et qui nous donne les moyens de continuer à mener ces initiatives afin d'aider l'industrie à partager de l'information, à réseauter et à trouver des solutions :

**AkzoNobel Coatings Ltd.**  
**Assured Automotive**  
**Audatex**  
**Automotive Recyclers of Canada (ARC)**  
**BASF Canada**  
**Bodyshop Magazine**  
**Canadian Underwriter**  
**Canavans Central Appraisals Limited**  
**Carcone's Auto Recycling**  
**Car-Part.com**  
**Carrossier ProColor**  
**CARSTAR Automotive Canada**  
**C.K. Collision Centres Inc.**  
**Claims Canada**  
**Co-Auto Co-Operative Inc**  
**CSN Collision & Glass**  
**Craftsman Collision**  
**Diamond Auto Disposal**  
**Discount Car & Truck Rentals Ltd.**  
**Dom's Auto Parts**

**DuPont Performance Coatings**  
**Enterprise Rent-A-Car**  
**Fillon Technologies North America Inc.**  
**Fix Auto**  
**Impact Auto Auctions**  
**LKQ/Keystone/Cross Canada**  
**Mitchell International**  
**NAPA CMAX**  
**NCS National Coatings & Supplies**  
**Ploders Collision Centre/Town Auto Body (Fix Auto Aurora & Richmond Hill)**  
**PPG Canada Inc.**  
**Rousseau Automotive Communication**  
**Sherwin-Williams Automotive Finishes**  
**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)*