



# UN POTENTIEL CACHÉ DÉMASQUÉ

Étude sur la demande dans le  
marché secondaire de  
l'automobile au Canada

préparé par :

**desrosiers**  
AUTOMOTIVE CONSULTANTS INC.

préparé pour :

  
**aia**  
Canada

octobre 2009

Publié en octobre 2009 par :



**Association des industries de l'automobile du Canada**  
1272, rue Wellington Ouest  
Ottawa (Ontario)  
K1Y 3A7

Les renseignements présentés dans cette publication ont été recueillis et analysés par DesRosiers Automotive Consultants Inc. pour l'AIA Canada.

Pour plus de renseignements, s'adresser à :

**DesRosiers Automotive Consultants Inc.**

80, Fulton Way, bureau 101  
Richmond Hill (Ontario)  
L4B 1J5  
Téléphone : 905.881.0400 | Téléc. : 905.881.7456  
Courriel : [info@desrosiers.ca](mailto:info@desrosiers.ca)  
[www.desrosiers.ca](http://www.desrosiers.ca)

**Copyright 2009 Association des industries de l'automobile du Canada**

Tous droits réservés. Aucune partie de la présente publication ne peut être reproduite, mémorisée dans un système de recherche documentaire ou transmise, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit – photocopie, enregistrement, moyens électroniques, mécaniques ou autres – sans l'autorisation écrite préalable de l'éditeur.

## SOMMAIRE

*Les travaux d'entretien non effectués s'élèvent à 239 \$ en moyenne lors de chaque visite d'un véhicule de 4 à 12 ans à un fournisseur de services en automobile.*

Au sein du marché canadien des véhicules légers, un grand nombre de travaux d'entretien et de réparation sont reportés ou omis. Si tous les propriétaires d'automobiles avaient mis en pratique les habitudes de dépenses d'entretien des automobilistes qui veillent le plus diligemment à l'entretien de leurs véhicules, la demande potentielle se serait établie à 28,47 milliards de dollars en 2008. Toutefois, DesRosiers Automotive Consultants Inc. (DAC) évalue à 18,14 milliards les services réellement rendus en 2008, de sorte qu'il existe un marché potentiel non réalisé de 10,33 milliards de dollars.

Selon le sondage portant sur l'ensemble des véhicules légers de 4 à 12 ans, les dépenses annuelles actuellement consacrées à l'entretien et à la réparation s'élèvent à 773,89 \$ par an, soit 258 \$ par transaction, alors que le groupe de « dépenses de référence » de ce même segment de véhicules consacre 1 489,95 \$ par an, ou 497 \$ par transaction. Le segment essentiel du parc automobile canadien de 4 à 12 ans (représentant 54 pour cent de tous les véhicules en circulation) comporte donc des possibilités de services additionnels d'entretien et de réparation de 239 \$ par visite.

Les travaux d'entretien non effectués peuvent également être mesurés en fonction des intervalles recommandés d'entretien de catégories particulières de réparation. Dans cette étude, six catégories ont été retenues : freins, essuie-glaces, amortisseurs et jambes de force, filtres à air pour habitacle, batteries et sondes d'oxygène. Pour l'ensemble de ces catégories, un total de 43,8 millions d'éléments d'entretien et de réparation a été omis en 2008. Le chiffre d'affaires potentiel correspondant à ces travaux non effectués totalise 2,5 milliards de dollars, soit 23,8 pour cent de la totalité du potentiel non réalisé du marché. Pour ces seules six catégories de base, chaque tranche de 100 véhicules visitant les ateliers des fournisseurs de services en automobile du Canada représente des occasions d'affaires perdues d'environ 11 600 \$ sous forme de travaux d'entretien non effectués selon les recommandations des constructeurs d'automobiles, soit 116 \$ par véhicule.

La capacité des fournisseurs de services en automobile (FSA) et des détaillants de saisir ce potentiel commercial additionnel détermine aussi les revenus potentiels de tous les paliers de la chaîne d'approvisionnement. Pour ce faire, chaque FSA et détaillant doit prendre le temps de gérer le processus requis pour dégager les besoins des véhicules et pour en informer les clients.

Ce rapport visant à quantifier les avantages d'un comportement proactif en matière de services d'entretien constitue un bloc de départ, dont ressort la possibilité de rehausser la profondeur et le détail des analyses fournies, par exemple en comprenant mieux les motivations et les points de bascule. L'objectif final du rapport consiste à souligner la notion que, chaque fois qu'un client apporte son véhicule pour l'entretien, il existe une possibilité commerciale additionnelle importante dont les avantages, si elle était saisie, se répercuteraient sur chaque palier de la chaîne d'approvisionnement du marché secondaire de l'automobile. Les automobilistes profiteraient ainsi de véhicules plus sécuritaires, fiables et écologiques circulant sur les routes canadiennes.

## TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE.....	I
INTRODUCTION.....	1
MODÈLE FONDÉ SUR LES « DÉPENSES DE RÉFÉRENCE » – MÉTHODE UTILISÉE.....	2
Modèle fondé sur les « dépenses de référence » – Canada.....	3
Modèle fondé sur les « dépenses de référence » – Colombie-Britannique.....	6
Modèle fondé sur les « dépenses de référence » – Prairies.....	7
Modèle fondé sur les « dépenses de référence » – Ontario.....	8
Modèle fondé sur les « dépenses de référence » – Québec.....	9
Modèle fondé sur les « dépenses de référence » – Canada atlantique.....	10
MODÈLE FONDÉ SUR DES PRODUITS PARTICULIERS.....	11
Méthode utilisée.....	11
Calcul de l'entretien recommandé.....	11
Calcul de l'entretien réellement effectué.....	11
Modèle fondé sur des produits particuliers – Canada.....	12
Modèle fondé sur des produits particuliers – Colombie-Britannique.....	13
Modèle fondé sur des produits particuliers – Prairies.....	14
Modèle fondé sur des produits particuliers – Ontario.....	15
Modèle fondé sur des produits particuliers – Québec.....	16
Modèle fondé sur des produits particuliers – Canada atlantique.....	17
DEMANDE POTENTIELLE DU MARCHÉ.....	18
Chaîne d'approvisionnement.....	18
Chiffre d'affaires par canal (en milliards).....	19
Comparaison du potentiel additionnel au marché réel (en milliards).....	20
EXEMPLE DU MARCHÉ.....	21
CONCLUSION.....	22