

À la croisée des chemins : Étude sur la technologie dans le secteur de la vente au détail de véhicules du Canada

Le 5 novembre 2025

EXCLUSIVE SPONSOR
COMMANDITAIRE EXCLUSIF



Les détails



La technologie est le prochain avantage concurrentiel dans le secteur de la vente au détail de véhicules.

- Ce secteur subit une transformation numérique.
- Les concessionnaires ont besoin de savoir ce qui fonctionne, ce qui ne marche pas et dans quoi investir.
- L'étude CART leur fournit une feuille de route fondée sur des données.

Commande d'une étude : automne 2024

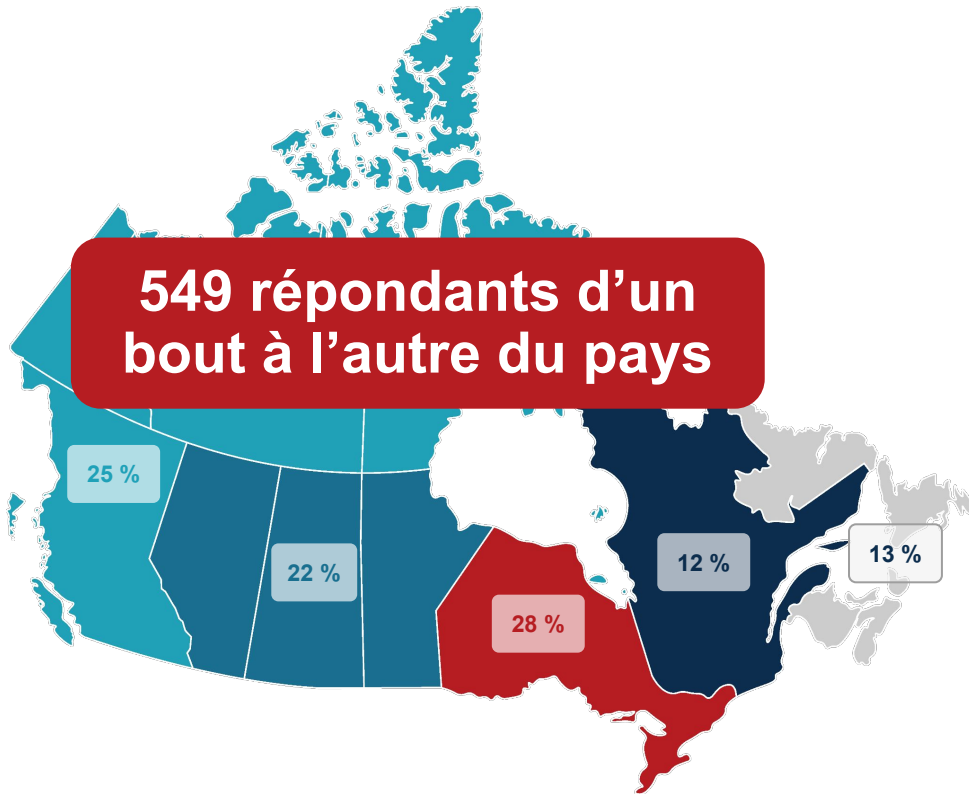
Travail sur le terrain : juin et juillet 2025

Recherche effectuée par **Clarify**

Mandat :

- Évaluer l'état de la technologie dans le secteur canadien de la vente au détail de véhicules
- Déterminer les priorités d'investissement dans les technologies; mesurer la satisfaction des concessionnaires et leur appétit pour les technologies
- Comprendre le degré de préparation des concessionnaires à la transition à l'IA

Sondage auprès des concessionnaires



261 décideurs



288 utilisateurs



65 % Un seul établissement



35 % Plusieurs établissements



59 % Une seule marque



41 % Plusieurs marques

RÉTROACTION DES **décideurs**

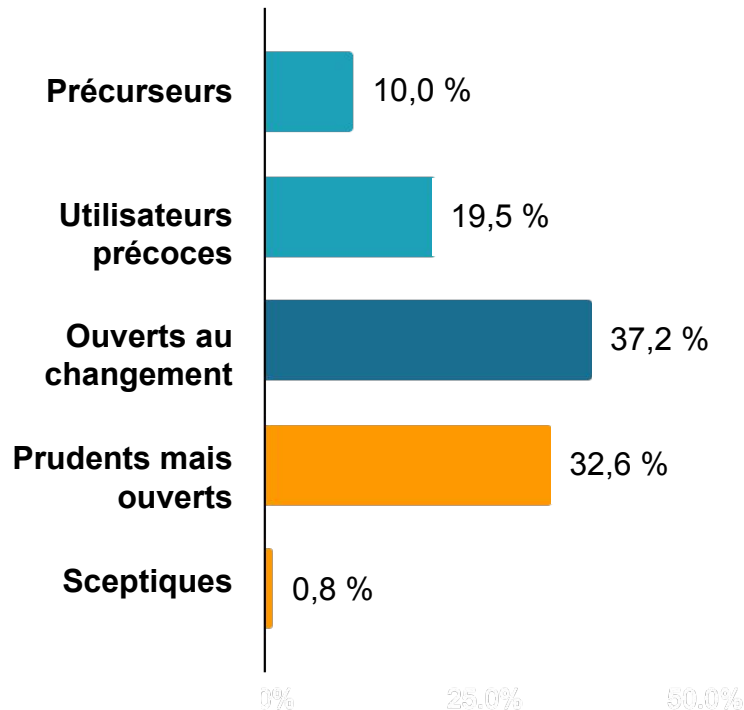


Ouverture à la technologie

? Nous avons demandé...

Habituellement, dans quelle mesure votre concession est-elle ouverte aux nouvelles technologies de vente au détail de véhicules?

Les concessionnaires sont répartis en trois catégories.



 **Décideurs**

30 %
utilisateurs précoces

37 %
utilisateurs prudents

33 %
utilisateurs à la traîne

n = 261

Priorités d'investissement (12 prochains mois)

 Décideurs

 Nous avons demandé...

Dans quels domaines des technologies de vente au détail prévoyez-vous d'investir plus au cours des 12 prochains mois?

Lesquels de ces domaines d'investissement dans la technologie est une priorité, selon vous?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

53%

Ventes et marketing

Médias sociaux, publicité numérique, référencement naturel, gestion des pistes de vente, site Web de concession, gestion de la relation client



Communications avec les clients

Outils de gestion des rendez-vous, envoi de messages aux clients, agents d'IA



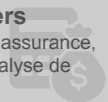
Sécurité

Cybersécurité, prévention de la fraude



Services financiers

Solutions de financement et d'assurance, vente au détail en ligne, analyse de données



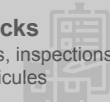
Service après-vente et pièces

Outils pour l'atelier d'entretien et de réparation, stock de pièces



Gestion des stocks

Commercialisation des stocks, inspections et évaluations de véhicules



Arrière-guichet

Ressources humaines, recrutement, gestion des installations



Image du concessionnaire

Gestion de la réputation, etc.



Les concessionnaires dans leurs propres mots



Nous avons commencé à utiliser l'IA pour répondre aux pistes de vente (et faire le suivi). Cette utilisation de la technologie s'est avérée la plus efficace pour traiter les «fausses pistes» et les empêcher de monopoliser (et décourager) le personnel de vente. Elle continue aussi de faire le suivi des clients potentiels jusqu'à ce qu'ils s'engagent à venir à la concession.

– N° 89, un seul établissement, une seule marque, provinces de l'Atlantique

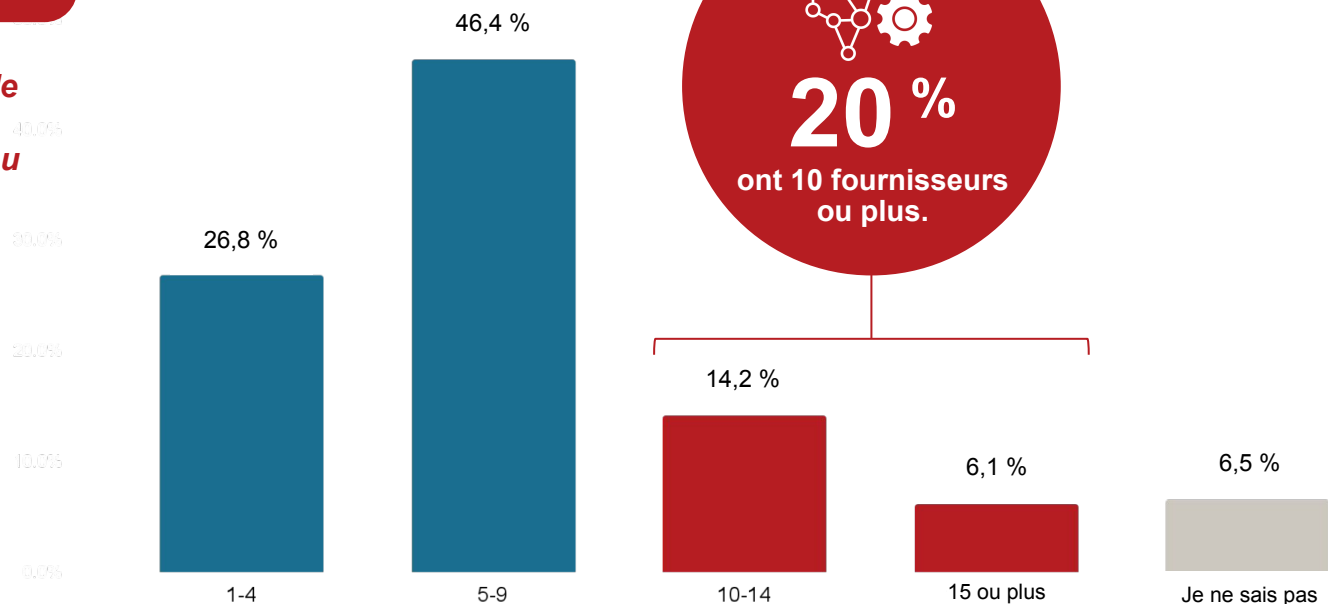
Nous avons adopté une plateforme de données clients qui communique proactivement avec nos clients en fonction de leurs données et de leur comportement (cliquer sur des liens dans des courriels, parcourir des sites Web, cliquer sur des annonces). Nous utilisons aussi le clavardage et le texto par IA.

– N° 235, plusieurs établissements, une seule marque, Ontario

Profil des fournisseurs de solutions technologiques pour les concessionnaires

? Nous avons demandé...

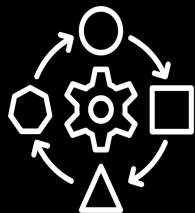
Au total, à combien de fournisseurs de services applicatifs ou technologiques faites-vous appel ou êtes-vous abonné?



5 principales sources d'irritation

 Décideurs

DÉFI N° 1



59 %

Utiliser la solution
à ses pleines
capacités

DÉFI N° 2



55 %

Réussir l'intégration
dans les activités
quotidiennes

DÉFI N° 3



48 %

Justifier l'investissement
et mesurer le rendement
de l'investissement

DÉFI N° 4



41 %

Obtenir suffisamment
de formation et
de soutien

DÉFI N° 5



40 %

Trouver les bons employés
pour prendre en charge
la nouvelle technologie

Le problème n'est pas le code — c'est la mise en œuvre.

Les concessionnaires dans leurs propres mots

**Demandez des essais gratuits.
Essayez tout ce que vous pouvez.**

**Obtenez des recommandations
d'autres concessionnaires. Il y a
beaucoup de cochonneries sur le
marché.**

– N° 241, plusieurs établissements, plusieurs marques, Ontario

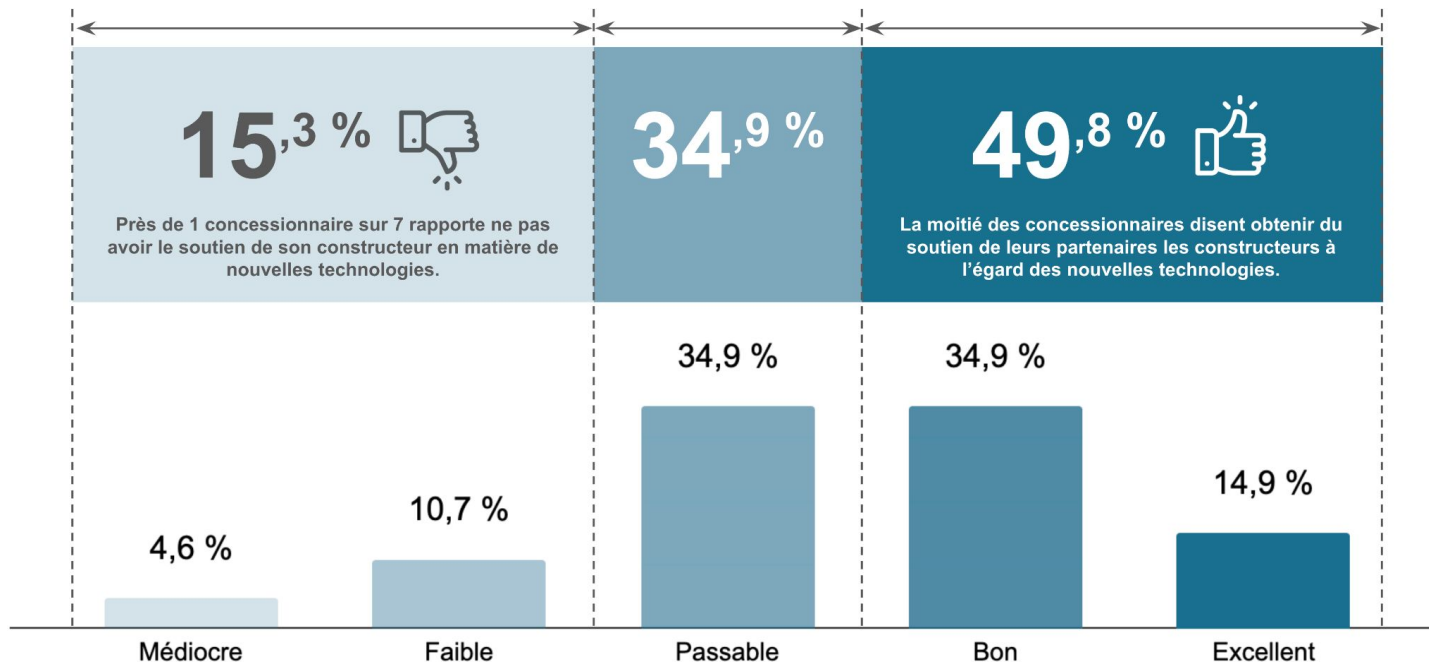
**Avant d'abandonner votre DMS,
assurez-vous que vous l'utilisez à son
plein potentiel. Ajoutez une solution
technologique à la fois, intégrez-la dans
vos activités et vos processus,
utilisez-la, mesurez les résultats,
utilisez-la mieux, demandez des comptes
au fournisseur, puis déterminez si vous
devez ajouter quoi que ce soit.**

– N° 89, un seul établissement, une seule marque, provinces de l'Atlantique

Soutien du constructeur

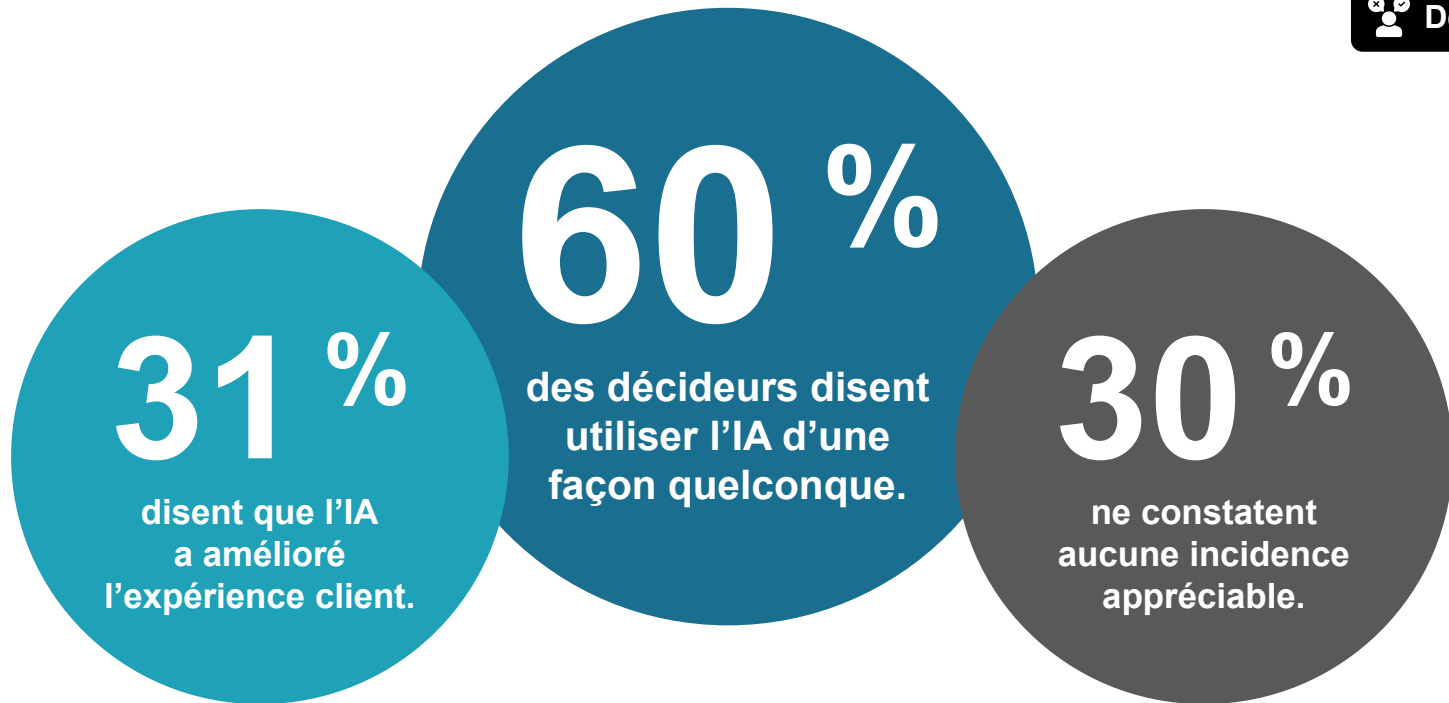
 Nous avons demandé...

Comment qualifieriez-vous le soutien du constructeur de votre franchise à l'égard des nouvelles technologies?



État actuel de l'adoption de l'IA

 Décideurs



L'IA est arrivée, mais sa mise en œuvre est irrégulière.

RÉTROACTION DES **utilisateurs**



6 applications évaluées selon 6 critères

 Utilisateurs

 Nous avons demandé...

Sur une échelle de 0 à 10, où «0» signale votre insatisfaction totale et «10», votre entière satisfaction, quelle note donneriez-vous à votre fournisseur principal de [application] sur les plans suivants?



Système de gestion de concession (DMS)

Solution qui répond à vos besoins



Gestion de la relation client

Facilité d'utilisation



Site Web de concession

Qualité du soutien technique



Vente au détail en ligne

Pertinence des nouvelles mises à niveau et innovations



Évaluation des véhicules

Intégration à d'autres applications



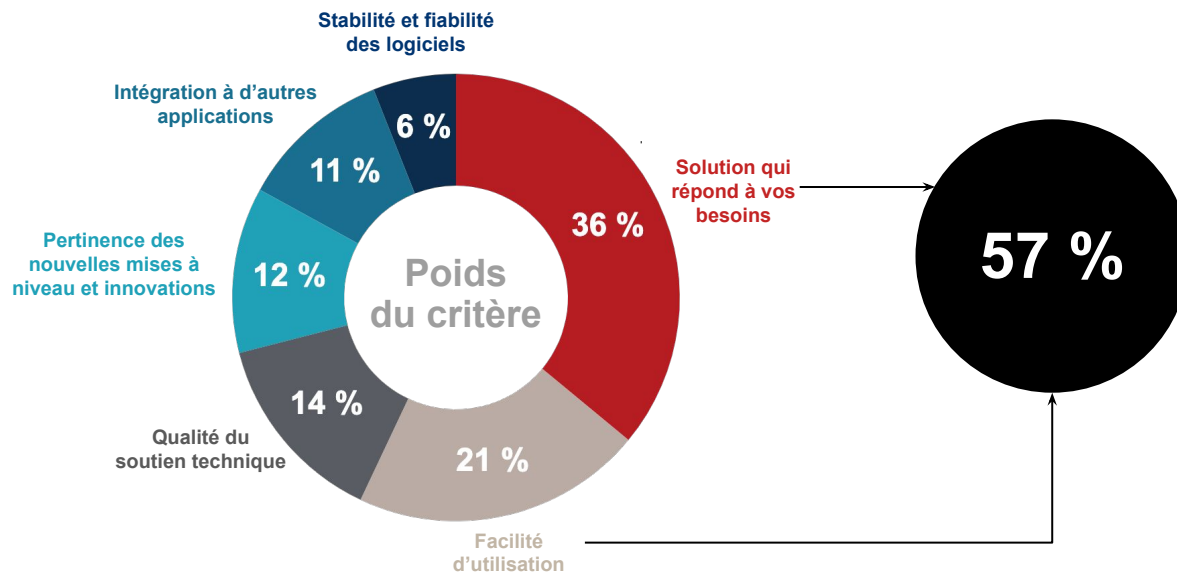
Prise de rendez-vous d'entretien et de réparation

Stabilité et fiabilité des logiciels

Poids du critère dans l'indice de satisfaction

? Nous avons demandé...

Sur une échelle de 0 à 10, où «0» signale votre insatisfaction totale et «10», votre entière satisfaction, quelle note donneriez-vous à votre fournisseur principal de [application] sur les plans suivants?

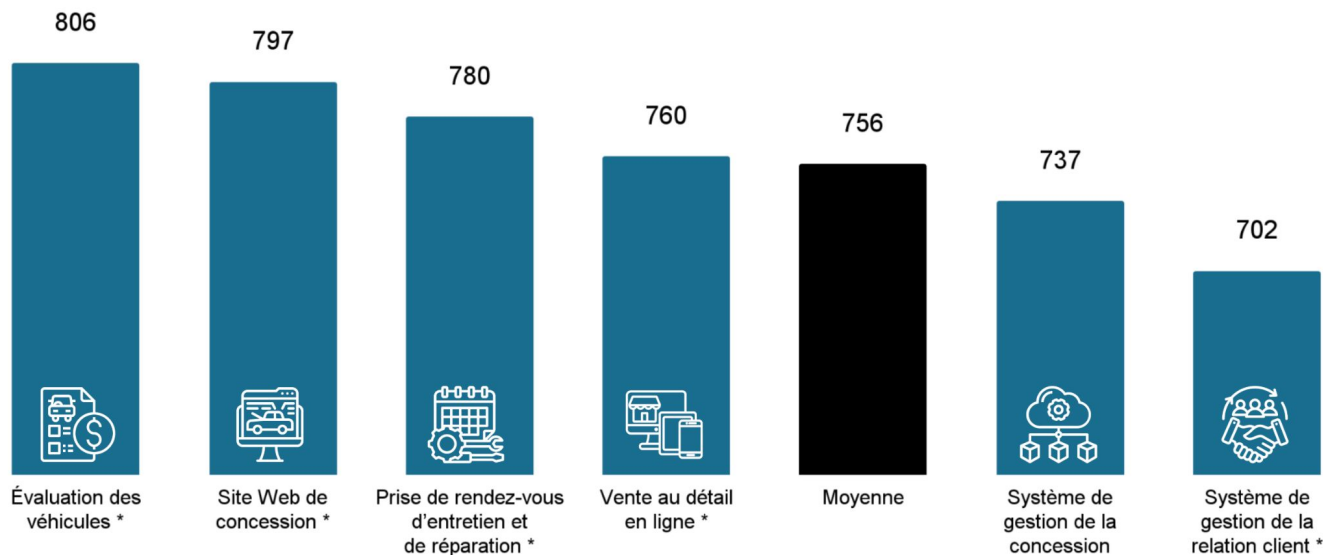


Indices de satisfaction à l'égard des solutions technologiques

Utilisateurs

? Nous avons demandé...

Sur une échelle de 0 à 10, où «0» signale votre insatisfaction totale et «10», votre entière satisfaction, quelle note donneriez-vous à votre fournisseur principal de [application] sur les plans suivants?



* Avertissement : petit échantillon, n = 30-99

Déterminer les domaines d'amélioration prioritaires

 Utilisateurs










Analyse de l'écart pondérée



**MAUVAISE PERFORMANCE
GRANDE IMPORTANCE**
par rapport à la moyenne sectorielle



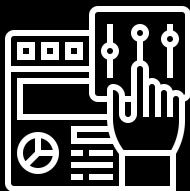
**BONNE PERFORMANCE
GRANDE IMPORTANCE**
par rapport à la moyenne sectorielle

Gestion de la relation client 	Poids	Notation du système de CRM	Moyenne des technologies	Écart simple	Écart pondéré
Solution qui répond à vos besoins	36,8 %	 7.10	7,59	-0,49	-17,8 
Facilité d'utilisation	20,6 %	 6.97	7,64	-0,67	-13,8 
Qualité du soutien technique	13,8 %	 7.21	7,75	-0,54	-7,5
Pertinence des nouvelles mises à niveau et innovations	11,8 %	 6.62	7,14	-0,52	-6,1
Intégration à d'autres applications	11,3 %	 6.86	7,33	-0,47	-5,3
Stabilité et fiabilité du logiciel	6,1 %	 7.41	7,92	-0,51	-3,1
Satisfaction générale à l'égard du fournisseur	100 %	702	756	-3,20	-53,7

3 améliorations prioritaires pour les utilisateurs

 Utilisateurs

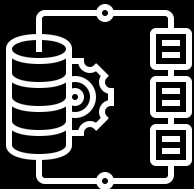
PRIORITÉ N° 1



35 %

Facilité d'utilisation et interface utilisateur

PRIORITÉ N° 2



28 %

Intégration facile des données à d'autres applications

PRIORITÉ N° 3



10 %

Efficacité de la formation

PRIORITÉ N° 4



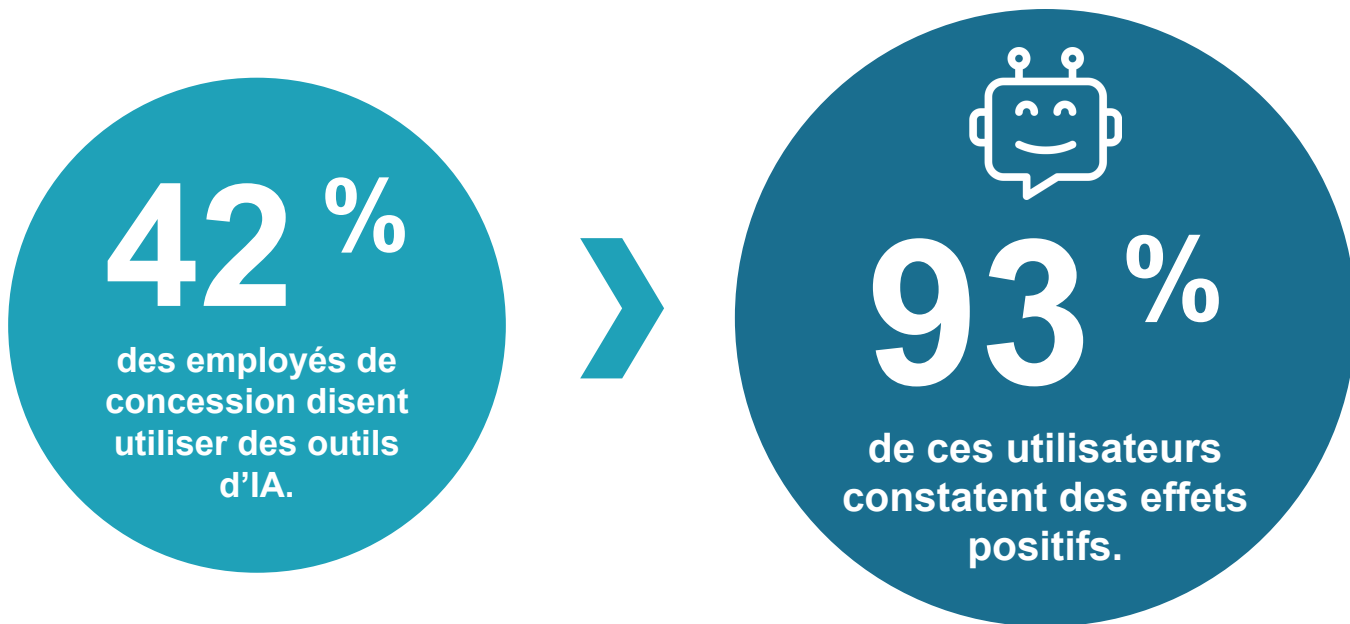
9 %

Soutien technique

Il est essentiel d'améliorer l'interface utilisateur et l'intégration des données.

Adoption de l'IA au travail par les utilisateurs

 Utilisateurs



L'IA peut avoir des avantages énormes, mais elle exige de l'encadrement et de la gouvernance.

6 recommandations clés

1

**ALIGNER
LES SOLUTIONS SUR
LES OBJECTIFS
DE L'ENTREPRISE**

2

**ACCORDER
LA PRIORITÉ À
LA CONVIVIALITÉ**

3

**INTÉGRER
EFFICACEMENT LES
FOURNISSEURS**

4

**TENIR COMPTE DE
TOUTE L'ENTREPRISE**

5

**CONCILIER LE BESOIN
D'AGIR ET LE BESOIN
D'APPRENDRE**

6

**ASSURER UNE
GOUVERNANCE
RESPONSABLE DE L'IA**

Faites en sorte que la technologie travaille pour votre entreprise et non l'inverse.

Posez-vous la question...

*Y a-t-il une technologie
ou une application
dans ma concession
qui ne fait pas sa part?*

*Quelle est la prochaine
mesure à prendre pour
que la technologie
fasse augmenter notre
chiffre d'affaires?*

Votre rôle pour la suite



Participez à l'étude CART de l'an prochain pour aider à donner forme à l'avenir du secteur canadien de la vente au détail de véhicules. Vous recevrez votre invitation au deuxième trimestre de 2026.

Chaque réponse aide à améliorer les données que nous publierons l'an prochain.

L'étude CART n'existerait pas sans la contribution des concessionnaires de partout au Canada.

En primeur : des aperçus concessionnaires

À LA CROISÉE DES CHEMINS : ÉTUDE SUR LA TECHNOLOGIE DANS LE SECTEUR DE LA VENTE AU DÉTAIL DE VÉHICULES DU CANADA

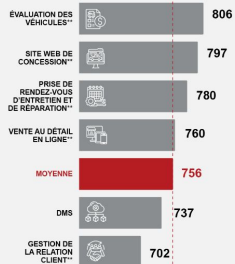
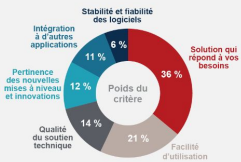
APERÇU – CONCESSIONS EN ZONE MÉTROPOLITAINE

SOLUTIONS TECHNOLOGIQUES

INDICE DE SATISFACTION DES CONCESSIONNAIRES À L'ÉGARD DES SOLUTIONS TECHNOLOGIQUES

MOYENNE DE L'ÉTUDE

L'indice de satisfaction des concessionnaires à l'égard des solutions technologiques est une note globale pondérée basée sur six critères sur une échelle de 0 à 10 pour l'ensemble des concessions :



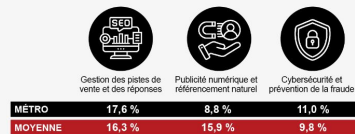
** Avertissement : petit échantillon, n = 30-99

DÉCIDEURS

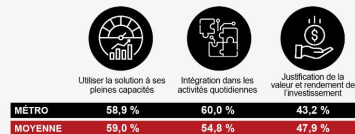
Attitude à l'égard des nouvelles technologies



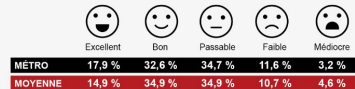
3 priorités d'investissement



3 principaux obstacles à l'adoption



Soutien du constructeur



MENU DE NAVIGATION DES APERÇUS

Régions* C.-B. ET TERRITOIRES PRAIRIES ONTARIO QUÉBEC ET ATLANTIQUE

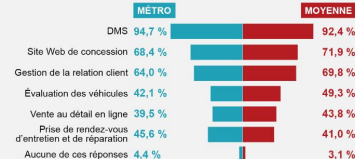
Taille de la concession ÉTABLISSEMENT UNIQUE ÉTABLISSEMENTS MULTIPLES

Endroit* ZONE RURALE ZONE URBAINE ZONE MÉTROPOLITAINE

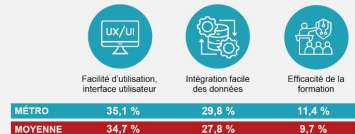
* Remarque : Pour les répondants qui ont plusieurs établissements, les réponses sont incluses dans plusieurs catégories.

UTILISATEURS

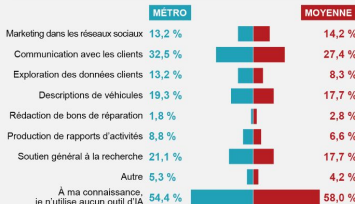
Utilisation des applications



3 plus importants domaines d'amélioration



Utilisation de l'intelligence artificielle



En primeur : des aperçus concessionnaires

À LA CROISÉE DES CHEMINS : ÉTUDE SUR LA TECHNOLOGIE DANS LE SECTEUR DE LA VENTE AU DÉTAIL DE VÉHICULES DU CANADA

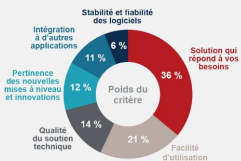
APERÇU – CONCESSIONS À ÉTABLISSEMENT UNIQUE

SOLUTIONS TECHNOLOGIQUES

INDICE DE SATISFACTION DES CONCESSIONNAIRES À L'ÉGARD DES SOLUTIONS TECHNOLOGIQUES

MOYENNE DE L'ÉTUDE

L'indice de satisfaction des concessionnaires à l'égard des solutions technologiques est une note globale pondérée basée sur six critères sur une échelle de 0 à 10 pour l'ensemble des concessions :



ÉVALUATION DES VÉHICULES**

806

SITE WEB DE CONCESSION**

797

PRISE DE RENDEZ-VOUS D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATION**

780

VENTE AU DÉTAIL EN LIGNE**

760

MOYENNE

756

DMS

737

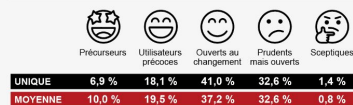
GESTION DE LA RELATION CLIENT**

702

** Avertissement : petit échantillon, n = 30-99

DÉCIDEURS

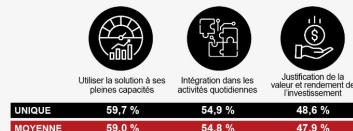
Attitude à l'égard des nouvelles technologies



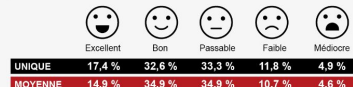
3 priorités d'investissement



3 principaux obstacles à l'adoption



Soutien du constructeur



MENU DE NAVIGATION DES APERÇUS

Régions* C.-B. ET TERRITOIRES PRAIRIES ONTARIO QUÉBEC ET ATLANTIQUE

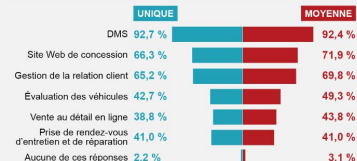
Taille de la concession ÉTABLISSEMENT UNIQUE ÉTABLISSEMENTS MULTIPLES

Endroit* ZONE RURALE ZONE URBAINE ZONE METROPOLITAINE

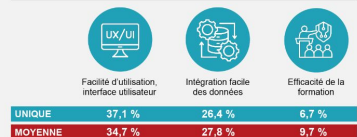
* Remarque : Pour les répondants qui ont plusieurs établissements, les réponses sont incluses dans plusieurs catégories.

UTILISATEURS

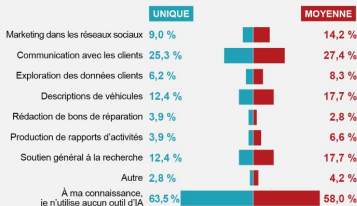
Utilisation des applications



3 plus importants domaines d'amélioration



Utilisation de l'intelligence artificielle



Accédez au rapport sur l'étude CART et aux aperçus concessionnaires dès aujourd'hui sur le site Web de la CADA :



Comment obtenir l'étude CART?



cada.ca > Connaissance > Rapports > À la croisée des chemins

Accédez au rapport sur l'étude CART et aux aperçus concessionnaires dès aujourd'hui sur le site Web de la CADA :



MERCI

Personnes-ressources :

Bruce Rosen

Directeur général, Relations avec l'industrie
Corporation des associations de détaillants d'automobiles
437 224-9620
brosen@cada.ca

Mario Loubier

Consultant principal
Clarify Group Inc.
514 434-9423
mloubier@clarifygroup.com

Recherche effectuée par 