

## DISCOURS DE RÉCEPTION AU SALON INTERNATIONAL DE L'AUTO DU CANADA 2025

*Le mercredi 12 février 2025*

### **TOYOTA AU CANADA – Une attention constante portée à l'expérience client**

Par Cyril Dimitris – Président-directeur général, Toyota Canada Inc.

---

Bonsoir à tous,

C'est pour moi, en tant que nouveau PDG, un grand honneur et un privilège de donner publiquement le coup d'envoi de notre nouveau mandat ce soir.

Par coïncidence, cette semaine marque officiellement mes *37 années* dans l'industrie, toutes au sein de la grande organisation pour laquelle je travaille. À tout le moins, cela signifie que j'ai rencontré *beaucoup de gens* au cours de cette période. Mais avec le temps qui passe, j'ai remarqué que ce sont plus souvent *les autres* qui me reconnaissent et se souviennent de *mon nom* que l'inverse.

Cela dit, je suis heureux de voir autant de visages familiers.

Pour ceux qui ne me connaissent pas, je m'appelle Cyril Dimitris.

Au cours de ces décennies que j'ai passées chez Toyota, j'ai occupé une multitude de postes.

J'ai vu l'entreprise sous pratiquement *tous les angles*.

C'est dans ce contexte que j'aimerais partager avec vous un aperçu du *prochain chapitre* de Toyota sur le marché canadien.

Maintenant – *attention, divulgâcheur!* – vous pourriez la trouver très similaire à notre *ancienne* formule de succès.

Après tout, pourquoi remplacer ce qui marche?

Avant de parler de l'avenir, j'aimerais prendre un moment pour rendre hommage à nos deux dirigeants qui viennent de partir à la retraite, *Larry Hutchinson* et *Stephen Beatty*, pour leurs nombreuses années de leadership et d'engagement au sein de notre organisation.

L'un des principes clés de Toyota est la transmission de la qualité aux successeurs.

C'est ce qu'ils ont fait, en nous préparant à la réussite de ce nouveau chapitre. Et j'en suis vraiment reconnaissant.

D'un point de vue plus *personnel*, je voudrais remercier Larry pour son mentorat et son soutien pendant les nombreuses années où nous avons travaillé ensemble.

Il m'a bien préparé.

Ça va être difficile d'être à la hauteur, mais comme il me disait souvent pour me taquiner, « *c'est correct, on est presque de la même hauteur!* »

Inutile de dire que... je suis prêt.

C'est pareil pour le reste de notre équipe de direction... dont la plupart sont parmi nous ce soir. Cela fait déjà un bon moment que nous travaillons ensemble. Nous sommes donc prêts à mettre notre vision en *action*.

Nous continuerons à nous concentrer sur ce que nous faisons depuis si longtemps... avec tant de succès. C'est-à-dire à rester *concentrés* sur les désirs et les besoins des Canadiens.

À leur fournir des solutions de mobilité *durable*. Et à leur apporter *une valeur supérieure* à chaque étape de leur parcours de propriétaire.

Tout cela dans le but *d'améliorer leur vie... et de renforcer les communautés où ils vivent*.

Nous voulons que chaque interaction avec la marque Toyota ou Lexus soit *remarquable*, qu'elle réponde aux attentes de nos clients et de nos invités et qu'elle soit digne de la qualité du produit et de leur expérience avec celui-ci.

Ce faisant, nous espérons que les Canadiens continueront à nous témoigner la confiance qu'ils nous ont toujours accordée en nous récompensant de leur fidélité.

En bref : nous voulons continuer à être *l'entreprise de mobilité de choix au Canada*.

Rien n'illustre mieux cette philosophie que notre dernière *campagne de marque* Toyota.

Vous l'avez peut-être vue lors des Jeux olympiques et paralympiques de Paris, ou diffusée depuis.

Nous l'avons intitulée : « *Pour ce qui compte le plus* ». Nous savons que tout le monde a une histoire Toyota, qu'il s'agisse de sa propre expérience ou de celle d'un ami ou d'un membre de sa famille. Et nous voulions exploiter ce lien émotionnel que les Canadiens entretiennent avec notre marque depuis des décennies.

La campagne s'est articulée autour des piliers qui font qu'un véhicule Toyota est unique : la durabilité, la sécurité et, bien sûr, le plaisir de conduire. En fin de compte, il s'agit de faire en sorte que les Canadiens restent connectés avec les gens, les lieux et les choses qui comptent le plus pour eux. Elle a également trouvé un écho à l'interne, car l'expérience de nos clients est au cœur de tout ce que nous faisons.

Les Canadiens nous font confiance et, en retour, nous continuons à nous efforcer de leur offrir une excellente expérience client.

Ça compte pour eux. Ça compte pour nous.

Tout commence par la conviction de Toyota de fabriquer nos produits là où les nous vendons.

Parce que nous savons que les Canadiens veulent acheter des produits de marque qui soutiennent une économie canadienne forte.

À ce jour, Toyota a investi plus de 11 milliards de dollars dans la fabrication au Canada. Rien que l'année dernière, Toyota Motor Manufacturing Canada a assemblé plus de 533 000 véhicules en Ontario.

Cela signifie que TMMC reste le premier constructeur automobile au Canada, et de loin. Aujourd'hui, l'entreprise emploie directement plus de huit mille cinq cents Canadiens. Et elle crée des dizaines de milliers d'emplois supplémentaires grâce à son réseau de fournisseurs, d'entreprises de logistique et d'autres partenaires basés au Canada.

L'équipe de TMMC, dans le sud-ouest de l'Ontario, a mis au point une formule gagnante basée sur la qualité de la production. L'année dernière, TMMC a remporté une nouvelle fois le *prix Or de JD Power pour sa qualité de fabrication*.

Cette distinction s'ajoute à la *vingtaine* d'autres qui lui ont été décernées depuis 1991. Cette impressionnante moisson comprend trois prix *Platine* JD Power décernés à la meilleure usine automobile *du monde*.

Cet engagement envers la qualité, reconnu à l'échelle mondiale, est important car nous fabriquons nos modèles Toyota et Lexus *les plus vendus ici même au Canada*.

Ce sont donc *nos clients* qui bénéficient directement de cette qualité tout au long de la vie de leur véhicule. Pour cela, nous tenons à *remercier* Frank, Derek et leur équipe pour tout le travail qu'ils accomplissent chaque jour à TMMC.

Nous savons qu'il est également important pour les Canadiens que les entreprises présentes au Canada contribuent fortement à la société. Nos clients attendent de nous que nous investissions dans nos communautés... et que nous contribuions à l'amélioration de la société canadienne.

C'est également important pour nous.

Améliorer la vie des gens et renforcer les communautés.

C'est pourquoi, l'an dernier seulement, les activités canadiennes de Toyota ont versé plus de quatre millions de dollars à des organismes à but non lucratif qui accomplissent un travail important dans les communautés de tout le pays.

Et nous sommes fiers que ces contributions fassent une différence.

Voici quelques exemples récents de notre soutien :

- Avec pour objectif de fournir plus d'un million de repas aux Canadiens dans le besoin, notre programme « Un million de repas » contribue à répondre aux problèmes de sécurité alimentaire auxquels tant de personnes sont actuellement confrontées.

Avec la participation de nos concessionnaires et de nos employés, nous soutenons la sécurité alimentaire depuis que ce problème s'est aggravé au début de la pandémie.

Récemment, nous avons annoncé des accords nationaux avec Banques alimentaires Canada et le Club des petits déjeuners du Canada pour soutenir les banques alimentaires et les programmes de déjeuners scolaires dans les communautés partout au pays.

- Ici, au Canada, et dans le monde entier, Toyota est depuis longtemps un champion de la durabilité.

C'est dans cette optique qu'en 2024, nous sommes devenus un *partenaire national* du *sentier transcanadien*.

- Par l'intermédiaire de la *Fondation Toyota Canada*, nous soutenons l'*enseignement des STIM*, en finançant des groupes qui mènent d'importantes actions de sensibilisation aux STIM, comme *Actua* et *Parlons sciences*.
- Nous soutenons également les organismes qui rendent le Canada plus *inclusif* grâce à l'*accessibilité physique*.

Ceci inclu un don d'un demi-million de dollars l'année dernière à la *Clinique d'habiletés motrices Toyota Canada* de Providence Healthcare.

Les communautés fortes, ça compte pour les Canadiens.

Les communautés fortes, ça compte pour nous.

Enfin, les Canadiens comptent sur nous pour continuer à leur proposer une gamme complète de véhicules alliant performance, style, confort, sécurité et technologie.

En tant que seul constructeur automobile généraliste au Canada, nous sommes les derniers à proposer à nos clients au moins un modèle dans chaque segment. C'est important pour nous, car nos clients savent qu'ils peuvent compter sur nous pour leur proposer des options qui répondent à leurs besoins, à leur style de vie et à leur budget.

Aujourd'hui, nous proposons aux Canadiens 23 modèles Toyota et 16 modèles Lexus différents.

La plupart d'entre eux sont disponibles avec un choix de groupes d'options et de styles extérieurs. Et beaucoup sont disponibles avec un choix de groupes propulseurs.

Mais nous ne nous contentons pas de maintenir l'étendue de notre gamme. Nous élargissons les choix que nous offrons aux conducteurs canadiens. Et nous rafraîchissons sans cesse nos modèles existants.

Cette année, Toyota a prévu un calendrier ambitieux pour introduire plusieurs nouveaux modèles et modèles de nouvelle génération.

Je le dis pour les médias présents dans la salle : nous vous tiendrons bien occupés.

Toyota s'attend à ce que chaque véhicule que nous vendons soit fabriqué selon nos normes de qualité inégalées dans l'industrie.

Qu'il soit durable, fiable et qu'il offre une valeur exceptionnelle à long terme, tout au long du cycle de possession, y compris jusqu'au moment où son propriétaire vient l'échanger contre un autre véhicule Toyota ou Lexus.

Pour nous, ce n'est pas négociable.

Nous veillons également à ce que chaque nouveau véhicule que nous vendons offre la connectivité souhaitée par les Canadiens.

Nos systèmes multimédia Toyota et Lexus Interface figurent déjà parmi les meilleures solutions du secteur, et nous continuerons à les *améliorer* dans les années à venir.

Nos clients s'attendent également à ce que chaque véhicule que nous vendons soit doté de *technologies de sécurité de pointe*.

Consultez la fiche technique de *n'importe quelle* Lexus ou Toyota, et vous verrez une longue liste de dispositifs de sécurité avancés, tous de série. Aujourd'hui, nous équipons chaque nouveau véhicule d'un remarquable *système de sécurité active*. Cet ensemble de fonctions de sécurité automatisées avancées optimise la sécurité du conducteur, des passagers et tous les autres usagers de la route.

Enfin, nous savons que nos clients *aiment* toujours *conduire*. C'est pourquoi nous leur proposerons toujours des véhicules qui sont vraiment *agréables* à conduire.

En fait, nous en avons un parfait exemple ici même dans la salle avec nous ce soir. La GR Corolla *incarne tout ce qui fait le plaisir de conduire*. Et nos clients l'adorent depuis son lancement. Nous voulions la rendre accessible à un *plus grand nombre* de nos clients, c'est pourquoi nous la proposons désormais avec une boîte automatique. Un plus grand nombre de clients pourront ainsi découvrir ce qu'est le plaisir de conduire au volant de la *GR Corolla*.

Si l'on additionne ces atouts, qualité, choix, connectivité et sécurité inégalées dans l'industrie, le tout dans un habillage esthétique et agréable à conduire, nos véhicules représentent toujours un *excellent rapport qualité-prix*, car nous savons que cela est plus important que jamais pour les Canadiens à l'heure actuelle.

Pour nous, la valeur ne se limite pas au prix du véhicule. Nous pensons que la valeur est livrée *pendant toute la* durée de vie du véhicule. La qualité, la fiabilité, la durabilité et les performances dont les conducteurs profitent chaque jour. C'est également une question de *valeur retenue* et de protéger l'investissement important que les Canadiens font à l'achat d'un véhicule.

Nous sommes donc fiers que nos véhicules soient *régulièrement* récompensés pour leur valeur retenue par des organismes comme *JD Power*, le *Canadian Black Book* et *Vincentric*.

De telles reconnaissances assure à nos clients qu'ils bénéficient d'une excellente *valeur à long terme* chaque fois qu'ils achètent un véhicule chez nous.

Et tout cela – notre attention constante à ce qui compte le plus pour nos clients – s'est reflété dans nos *résultats de vente pour 2024*.

Les Canadiens nous ont accordé leur confiance en achetant ou en louant près de 239 000 véhicules Toyota et Lexus l'année dernière. Cela représente une augmentation de près de 5 % par rapport à 2023. C'est aussi un *record* de ventes pour nous.

Nous sommes *d'autant plus* fiers d'avoir vendu l'année dernière un nombre record de 117 000 véhicules équipés de groupes propulseurs *électrifiés*. Cela représente une augmentation de plus de 17 % par rapport à 2023, les véhicules électrifiés représentant près de 50 % de nos ventes totales en 2024.

Ce chiffre comprend plus de 26 000 *véhicules zéro émission*, soit une augmentation de près de 60 % par rapport à 2023.

Et notre objectif est d'aller *encore plus loin* en 2025.

Nous avons toujours été le *leader de l'électrification* de l'industrie.

Notre stratégie d'électrification est claire et bien établie.

*Pour réduire les émissions globales de carbone autant que possible et aussi rapidement que possible*, nous avons adopté une *approche multidimensionnelle* pour l'électrification.

Nous proposons aux conducteurs canadiens *une gamme de motorisations électrifiées*, notamment des véhicules électriques à batterie, des véhicules hybrides électriques branchables, des véhicules hybrides électriques et des véhicules électriques à pile à hydrogène.

Ce *choix* permet aux conducteurs de choisir plus facilement le véhicule électrifié à faibles émissions de carbone qui correspond le mieux à *leur* mode de vie et à *leur* budget.

Cette approche a eu un impact *considérable*.

En connectant *davantage* de Canadiens aux solutions de mobilité durable, nous mettons *plus de* véhicules électrifiés sur la route et nous réduisons *encore plus* les émissions de carbone – chaque année.

C'est la voie à suivre pour les conducteurs canadiens – et c'est la voie à suivre pour la planète.

De plus, notre stratégie permet à Toyota et à Lexus de rester *flexibles* et de s'adapter à l'évolution des conditions du marché. Elle nous permet de répondre aux besoins des différentes régions du Canada où les marchés des véhicules électrifiés sont à des stades de développement différents. Et *elle nous permet de répondre rapidement aux exigences en constante évolution des consommateurs...* tout en nous appuyant sur nos succès passés.

Le lancement au Canada de notre *premier véhicule électrique à batterie* en est un bon exemple.

Lorsque nous avons lancé le bZ4X, nous l'avons d'abord introduit au Québec et en Colombie-Britannique, les deux marchés canadiens qui étaient les plus prêts à accueillir un multisegment tout électrique à l'époque.

Aujourd'hui, le bZ4X est le *VUS électrique à batterie le plus populaire* en Colombie-Britannique en termes de parts de marché.

Il est également leader du marché au Québec.

Maintenant, grâce à ce que nous avons appris sur ces deux marchés et à ce que nous disent nos clients dans tout le pays, nous disposons des informations nécessaires pour *déployer progressivement ce modèle dans le reste du Canada*. Et je suis heureux d'annoncer que *nous commencerons à le faire dans le courant de l'année*. Avec des ventes dans seulement deux provinces, le Canada atteint déjà le *troisième plus grand volume de ventes au monde* pour le bZ4X.

Cela augure bien de notre succès futur, puisque nous commencerons bientôt à le vendre dans tout le pays.



Comme Scott l'a mentionné précédemment, cette année marque une autre *étape importante* pour nous, cette fois pour notre marque de luxe.

J'ai l'impression que c'était hier que je dirigeais Lexus Canada et que nous célébrions notre *vingt-cinquième anniversaire*.

En 1990, nous nous sommes lancés sur le marché de l'automobile de luxe avec un seul objectif en tête : fabriquer les *meilleures* automobiles jamais construites.

Nombreux étaient ceux qui, dans l'industrie, doutaient de notre capacité à réussir... et presque *personne* ne pensait que Lexus deviendrait un acteur important sur le marché du luxe.

Aujourd'hui, alors que nous entamons notre trente-cinquième année d'existence, notre vaste gamme de produits et l'attention constante que nous portons à l'expérience des invités ont fait de Lexus la troisième marque automobile de luxe au pays en 2024.

En fait, le Canada est désormais le quatrième marché mondial pour Lexus.

De plus, Lexus est le leader canadien des ventes de véhicules de luxe électrifiés.

Nous en avons vendu près de 16 000 en 2024, ce qui représente 54 % de nos ventes totales de Lexus.

C'est donc toute une histoire de croissance pour Lexus, en grande partie alimentée par l'expertise manufacturière canadienne.

En 2003, Toyota Motor Manufacturing Canada a fait la une de l'actualité internationale en devenant la première usine hors du Japon à construire une Lexus.

Vous avez peut-être déjà remarqué que le tout premier Lexus fabriqué au Canada – le RX 330 2004 – est ici même dans la salle ce soir. Et pour vous montrer à quel point le RX a évolué au cours des 20 dernières années, nous l'avons placé juste à côté du RX hybride branchable 2025.

Lexus a connu 35 années de succès au Canada en plaçant l'expérience de nos invités au premier plan, dans tout ce que nous faisons. Aujourd'hui, Lexus est le leader du secteur en matière d'expérience client. Et ce que nous avons appris de Lexus est une grande source de connaissances pour la manière dont nous abordons tous les aspects de nos activités.

Enfin, nous ne pouvons pas oublier l'importance de nos concessionnaires.

Notre modèle d'entreprise axé sur le client signifie que nos concessionnaires Toyota et Lexus jouent un rôle très important dans notre succès. Notre stratégie commerciale commence par des produits et des services de pointe, mais elle s'appuie sur l'excellence de l'expérience client. Et ce sont nos concessionnaires qui sont le point de convergence de cette expérience client.

Alors que Toyota demeure un leader de l'électrification, nos concessionnaires joueront un rôle encore plus important dans l'expérience de nos clients.

Nos concessionnaires sont des sources de confiance pour les véhicules à moteur à combustion interne depuis 60 ans. Et les experts des concessionnaires Toyota et Lexus de tout le pays aident les Canadiens à comprendre les hybrides depuis un quart de siècle.

Leurs connaissances et leur expérience leur permettent d'occuper une position inestimable en tant que source d'expertise de confiance lorsqu'il s'agit de guider les clients et les invités tout au long de leur parcours d'électrification. Alors que nous continuons à lancer de nouveaux véhicules électrifiés, nos concessionnaires sont prêts à aider les Canadiens à faire des choix en toute confiance et en toute connaissance de cause.

Avant de laisser la parole à Andrew, je vais aborder un sujet qui, je le sais, préoccupe de nombreuses personnes dans cette salle : les perspectives d'avenir dans le contexte de notre paysage économique et politique actuel.

Des élections imminentes dans notre pays, ainsi que la récente dilution et la suspension des programmes d'incitatifs gouvernementaux et, évidemment, une nouvelle administration aux États-Unis, ont provoqué une certaine incertitude au sein de notre industrie au cours des derniers mois.

Les échanges commerciaux de l'industrie automobile entre les États-Unis et le Canada sont bien équilibrés et fonctionnent adéquatement. Les discussions autour des tarifs semblent plutôt faire partie d'une discussion plus large entre nos deux gouvernements.

Nous ne spéculerons pas puisqu'aucune politique tarifaire n'a encore été annoncée. Si une nouvelle politique tarifaire est mise en place, nous prendrons le temps nécessaire pour en comprendre les impacts potentiels sur notre industrie et pour les consommateurs avant d'y répondre.

Ce que nous pouvons dire sans hésitation est que Toyota est présente au Canada depuis 60 ans, et nous avons construit un incroyable écosystème de talents et d'infrastructures à l'échelle du pays. Nous faisons partie intégrante du tissu de la société canadienne et nous sommes là pour longtemps. Et, face à l'avenir, nous conserverons la même passion, la même attention et la même agilité dont nous avons toujours fait preuve dans le passé.

Quels que soient les changements auxquels nous serons confrontés au cours des prochains mois, Toyota Canada a l'intention d'être l'entreprise de mobilité de choix du Canada... de relier les Canadiens à des solutions de mobilité durable... d'améliorer la vie des gens... et de rendre nos communautés plus fortes.

Nous prévoyons y arriver en portant une attention constante à l'excellence de l'expérience client, aux produits et services de pointe et au maintien de notre leadership en matière d'électrification.

Et nous continuerons à offrir le choix, afin que les Canadiens puissent trouver la Toyota ou la Lexus qui convient à leur style de vie... qui correspond à leur budget... qui assure leur sécurité... qui leur donne le sourire... et qui offre une valeur inégalée à long terme.

Ça compte pour les Canadiens.... Ça compte pour nous.

Merci encore de votre présence ce soir.

Et merci à vous tous d'avoir joué un si grand rôle dans le succès de Toyota Canada.

Passons une excellente semaine au Salon de l'auto.