

Cyril Dimitris – Président-directeur général, Toyota Canada

Discours d'ouverture – 11 février 2026

J'ai grandi en voyant mes parents travailler très dur.

Des emplois peu prestigieux.

Un travail difficile.

Des postes en usine.

Dans des environnements contraignants.

Ils savaient qu'ils avaient un travail à accomplir.

Et ils s'y sont attelés avec fierté.

Ce qui m'a marqué, ce n'est pas à quel point ils travaillaient **dur**, mais **comment** ils travaillaient.

La façon dont ils traitaient les gens.

La façon dont ils se présentaient.

Les normes auxquelles ils se conformaient, même lorsque personne ne les regardait.

Pour eux, le respect n'était pas quelque chose que l'on demandait.

Ce n'était pas quelque chose dont on parlait.

C'était quelque chose que l'on *gagnait*, discrètement, par ses **actions**.

Par sa constance.

En faisant ce qu'il fallait, même lorsque l'environnement était contraignant.

C'est d'ailleurs ce qui a le plus influencé mon style de leadership.

Au cours de mes 38 années chez Toyota, j'ai pu constater à quel point **mes** valeurs correspondaient à celles de l'entreprise.

Pas seulement en paroles, mais dans la manière dont les décisions sont prises, dont les gens sont traités et dont nous nous comportons dans l'adversité.

Cela est plus que jamais d'actualité.

Parce que l'industrie automobile traverse une période d'incertitude sans précédent.

Le monde change à toute vitesse, et il est de plus en plus dur de prévoir l'avenir.

La volonté du gouvernement en matière d'électrification continue de progresser, et cet élan est bien réel.

Notre rôle en tant que fabricants est de veiller à ce que les clients bénéficient de choix, de prix abordables et de solutions pratiques qui permettent réellement de réduire les émissions.

C'est pourquoi nous saluons la décision du gouvernement fédéral de privilégier les normes de réduction des gaz à effet de serre plutôt que les obligations normatives en matière de véhicules électriques.

Cette approche met l'accent sur les résultats, offre le choix aux clients et permet aux fabricants d'utiliser la bonne combinaison de technologies pour lutter contre les émissions de manière réalisable et durable.

Nous continuerons à préconiser ce type d'approche pratique et neutre sur le plan technologique.

De plus, de nouveaux concurrents mondiaux pourraient arriver sur le marché, ce qui rend encore plus compliqué un secteur très concurrentiel.

En ajoutant à cela l'incertitude commerciale, l'accès au marché américain et les questions relatives à l'avenir de la base manufacturière intégrée en Amérique du Nord, il est clair qu'il ne s'agit pas d'un seul défi.

C'est une convergence de plusieurs facteurs.

On a l'impression que tout bouge en même temps.

Dans ce genre d'environnement, les gens ne recherchent pas des prédictions.

Mais du réconfort. De la sécurité.

Ainsi, au cours de l'année dernière en particulier, cet environnement m'a amené à réfléchir.

À ce qui compte le plus.

Au type de leadership que requiert le moment présent.

Au rôle que nous jouons, non seulement en tant qu'entreprise, mais aussi en tant que membre d'un secteur d'activité d'une grande importance pour le Canada, et en tant que marque qui compte beaucoup pour les Canadiens.

Aujourd'hui, je voudrais commencer par évoquer les défis auxquels est confrontée l'industrie automobile et vous faire part de la manière dont ma vision et l'approche de Toyota Canada influencent notre réponse, réaffirmant ainsi notre engagement profond envers nos clients.

Car force est de constater que nous consacrons beaucoup de temps à réfléchir à l'expérience client.

Or, cette expérience n'est pas définie par des slogans ou des promesses.

Tout au long de la période pendant laquelle vous possédez un véhicule, ce sont souvent les petits moments – une conversation, la remise d'un véhicule, un problème résolu – qui restent le plus souvent gravés dans la mémoire.

Rien de tout cela n'est possible sans les éléments fondamentaux que sont la qualité, la fiabilité et la sécurité.

Des véhicules qui démarrent même par temps froid.

Des véhicules qui durent.

Des véhicules qui inspirent confiance aux conducteurs et à leurs familles.

Cela dépend également des relations que les gens entretiennent avec nous tout au long de leur parcours.

La qualité de l'interaction avec les personnes qu'ils rencontrent chez le concessionnaire.

La facilité de navigation sur notre site Web.

Le sentiment de fierté qu'ils ressentent lorsqu'ils prennent le volant de leur nouvelle Toyota.

Il est rassurant de voir que l'importance que nous accordons à la qualité, à la fiabilité et à la sécurité est reconnue.

Nous sommes régulièrement récompensés par des prix indépendants décernés par l'industrie, notamment les prix pour la qualité de production de JD Power et pour la satisfaction en matière de vente et de service de JD Power, ainsi que les prix ALG et Canadian Black Book de la meilleure valeur résiduelle.

Ces principes fondamentaux sont importants.

Ils sont le fondement de la confiance.

Et ce qui rend cette expérience vraiment unique, c'est ce qui vient ensuite.

Le *choix*.

Les Canadiens ont des modes de vie différents.

Ils conduisent dans des conditions différentes, pour des raisons différentes, avec des priorités différentes.

Pour bien les servir, il faut leur proposer une large gamme de produits dans différents segments, à différents prix et avec différents types de motorisations, y compris des véhicules électrifiés à faibles émissions de carbone, disponibles dans tout le pays, avec l'aide de conseillers produits qualifiés pour les accompagner dans ce parcours.

Et à mesure que les besoins des clients évoluent, nous continuerons d'élargir notre gamme pour combler les créneaux inexploités qui reflètent le mode de vie et les habitudes de conduite des Canadiens.

Pour nous, le progrès consiste à proposer des solutions pratiques afin que nos clients puissent faire des choix adaptés à leur mode de vie.

Être pragmatique ne signifie en aucun cas être ennuyeux.

Ce qu'il faut retenir, c'est que l'innovation n'a d'importance que dans la mesure où elle est perçue par le client.

Est-ce qu'elle améliore sa qualité de vie?

Est-ce qu'elle rend la conduite plus sûre?

Est-ce qu'elle rend la conduite plus efficace?

Est-ce qu'elle crée un lien émotionnel, quelque chose d'intuitif, de confiant, voire de viscéral?

Si elle n'apporte pas d'améliorations réelles et significatives, elle n'a aucune importance.

Il s'agit d'utiliser l'innovation pour enrichir ce que les clients méritent, non pas à un moment donné, mais à chaque interaction, tout au long de la vie de leur véhicule.

Lorsque nous offrons cela de manière constante, des relations se créent.

La fidélité grandit.

Et le succès devient inévitable.

Rien de tout cela ne se produit de manière isolée.

Offrir une excellente expérience client dépend du fonctionnement conjoint de toute une *organisation*, et au cœur de cette organisation se trouvent les personnes.

Nos concessionnaires et leurs équipes à travers le pays.

Nos associés de Toyota Canada.

Notre équipe Toyota Services Financiers.

Et notre équipe de fabrication au Canada.

Ensemble, ces personnes conçoivent, construisent et financent les véhicules que nous vendons, en soutenant nos clients avec attention et fierté.

Elles représentent notre marque au quotidien, dans les petites et grandes collectivités.

Au Canada, cette organisation compte 287 concessionnaires répartis dans des centaines de collectivités, qui emploient des milliers de Canadiens et contribuent de manière significative à l'économie nationale.

C'est là que notre objectif prend tout son sens.

En contribuant à améliorer la vie des gens.

En renforçant nos communautés.

Pour nous, ce n'est pas de la théorie.

C'est le résultat du travail de gens qui s'investissent, font bien leur travail et sont fiers du rôle qu'ils jouent, qu'il s'agisse d'aider un client, de soutenir une entreprise locale ou de créer des opportunités dans la communauté qui les entoure.

C'est pourquoi nous ne considérons pas l'expérience client comme un concept abstrait.

Notre capacité à l'offrir dépend directement de la force, des compétences et de l'engagement de ces équipes.

Opérer au sein de cette organisation signifie également naviguer dans un environnement complexe.

L'industrie automobile actuelle est marquée par des pressions sur les prix, des changements réglementaires, des obligations en constante évolution et des incertitudes commerciales.

Notre réponse consiste à rester solide et à défendre les intérêts de nos clients.

De collaborer de manière constructive avec le gouvernement.

De nous concentrer sur ce qui est pratique et réalisable.

Et de diriger avec clarté, plutôt que par spéulation.

Au-delà de l'industrie, notre responsabilité envers le Canada s'étend aux communautés que nous servons.

Grâce à des initiatives en matière de sécurité alimentaire, les concessionnaires Toyota et les partenaires communautaires nous ont aidés à fournir plus d'un million de repas, avec l'ambition commune d'atteindre 1,5 million cette année.

Nous sommes fiers d'être un partenaire national du Sentier transcanadien. Notre Fondation Toyota Canada aide les organisations à inciter davantage de jeunes à

s'intéresser aux études en STIM et nous contribuons à renforcer l'image du sport professionnel féminin grâce à la Super Ligue du Nord.

À travers notre réseau de concessionnaires, ces efforts reflètent une conviction commune : le progrès s'obtient en étant constamment présent dans la vie des Canadiens.

Cette attention portée aux personnes et à l'expérience façonne également notre vision de l'avenir.

Mais la certitude semble être fuyante.

Les dynamiques géopolitiques imposent un élargissement des relations commerciales.

Les cadres réglementaires évoluent.

De nouveaux acteurs feront leur entrée sur le marché.

Et les attentes des consommateurs continuent d'augmenter.

La question n'est donc pas de savoir si le changement va arriver, mais plutôt *sur qui* vous pouvez compter lorsqu'il arrivera.

L'industrie automobile est le cœur économique du Canada.

Et Toyota est aux commandes, contribuant à faire avancer cet avenir.

Nous jouons un rôle important et respecté au sein de l'organisation à l'échelle mondiale.

Nous continuons à réaliser des progrès significatifs dans notre démarche de réduction des émissions de carbone.

Nous abordons le changement avec discipline, détermination et une vision à long terme.

Plus le monde change, plus les gens recherchent un partenaire stable et fiable.

C'est ce que nous avons toujours été.

C'est ce que nous continuerons d'être.

La vie nous met sous pression.

Les gens ont besoin de quelqu'un sur qui compter.

Quelqu'un qui est là dans les moments importants.

Des moments comme savoir que votre voiture démarra à 5 h 30 du matin pour emmener vos enfants à leur entraînement de hockey.

Se sentir en sécurité et en confiance sur les routes verglacées et enneigées.

Avoir l'assurance que le véhicule sur lequel vous comptez répondra présent lorsque votre vie en dépendra.

Et croire, avec confiance, que lorsque vous avez besoin de conseils ou de soutien, quelqu'un est prêt à vous aider, où que vous soyez.

C'est ainsi que nous continuerons à soutenir les Canadiens en gagnant leur confiance, en respectant leurs choix et en étant là pour eux sur le long terme, lorsque cela compte le plus.

Parce que Toyota n'est pas nouveau au Canada.

Nous y sommes bien établis, profondément enracinés dans les communautés que nous servons, et nous sommes sur le point de réaliser de nouveaux investissements majeurs dans les infrastructures afin de consolider notre croissance future.

Cette réalité façonne notre façon d'agir, chaque jour et à long terme.

Au cours de l'année écoulée, on m'a posé plusieurs fois la même question.

«Avez-vous eu de grandes surprises dans votre rôle?»

Ma réponse est non. Pas vraiment.

Ce chapitre n'a fait que renforcer ce que je croyais déjà. Ce que j'ai toujours su.

Certes, les environnements changent. Les marchés évoluent. Les circonstances changent.

Mais les valeurs, elles, ne changent pas.

Et dans des moments comme celui-ci, les valeurs sont plus importantes que jamais.

Chez Toyota, nous avons toujours cru qu'il était important de rester fidèle à ses valeurs fondamentales : être discipliné, respectueux et déterminé à faire ce qu'il faut, de la bonne manière.

C'est l'approche Toyota.

Et elle l'a prouvé à maintes reprises.

Lorsque nous vivons en accord avec nos valeurs.

Lorsque nous respectons nos clients.

Lorsque nous respectons les Canadiens.

Nous pouvons relever tous les défis qui se présentent à nous.

Et la confiance suit.

Nous ne prenons pas cela à la légère.

Nous gagnons cette confiance chaque jour grâce à l'attitude de nos employés et à la qualité, la fiabilité et la sécurité de nos véhicules.

Dans les moments où les Canadiens comptent le plus sur nous.

Un moment à la fois.