



GRANDE PREMIÈRE AU PAYS

AUTOMATIX.CA : UNE START UP QUÉBÉCOISE ATTEINT UN VOLUME DE 1 MILLIARD \$ EN 303 JOURS

- Automatix.ca franchira en août le seuil des 30 000 demandes de véhicules neufs. Les consommateurs visitent gratuitement la plateforme et remplissent un simple formulaire dans le but de recevoir des propositions de concessionnaires selon le véhicule neuf demandé et le budget mensuel souhaité
- La plateforme robotisée lancée il y a 10 mois reçoit chaque jour de la part des consommateurs 60 à 200 demandes de véhicules neufs qui sont automatiquement transférées à des concessionnaires qui se sont inscrits en ligne. Les données vérifiables de Google Analytics confirment que 61 577 québécois ont fait le virage numérique pour l'achat d'une voiture en visitant Automatix.ca

(Montréal, le mardi 12 juillet 2016) C'est dans le contexte de la tenue cette semaine à Montréal du Start up Festival que le publicitaire et technologue Louis Massicotte, président de MASS-Média Capitale, est heureux de dévoiler les résultats de sa plateforme logicielle Automatix.ca qui a officiellement atteint le 4 juillet dernier un volume de demandes équivalant à un milliard de dollars en 303 jours, entre le 1er septembre 2015 et le 4 juillet 2016. Pas moins de 24 335 demandes de véhicules neufs ont en effet transité par la plateforme Automatix.ca et par la page Facebook de la Banque d'acheteurs Automatix.ca afin de simplifier le processus de magasinage d'un véhicule neuf.

Une telle quantité de demandes équivaut à ce jour à un volume d'un milliard de dollars qui a transité dans le formulaire Automatix.ca et il est prévisible que ce chiffre atteigne le cap des 30 000 demandes de véhicules après 12 mois. Pour les concessionnaires inscrits, Automatix.ca réduit leurs coûts de publicité et génère plus de consommateurs potentiels dans leur zone géographique, ce qui leur permet de consentir un meilleur prix aux utilisateurs de la plateforme.

Une étude de marché et un sondage effectués par la firme Léger 360* avaient prédit un succès à la plateforme, mais les résultats ont largement dépassé les prévisions. Ce qui devait être à l'origine un projet pilote générant 20 à 30 M \$ de volume est rapidement devenu une activité potentielle de 10 milliards \$ au Canada. Le modèle d'affaires d'Automatix.ca est déjà rentable et il reste à être raffiné en harmonie avec les réseaux de concessionnaires afin de leur permettre de mieux intégrer l'inévitable virage numérique.

* Étude Léger disponible sur demande pour les médias.

« La première journée de nos activités, quand nous nous sommes rendus compte en fin de soirée qu'on avait accueilli plus de 6M\$ en demandes, nous avons compris que le sondage Léger avait non seulement dit vrai, mais qu'en plus on répondait à un besoin vraiment criant de la part des consommateurs qui apprécient remplir un simple formulaire afin de recevoir des propositions de concessionnaires. Le virage numérique est véritablement en marche au Québec dans le secteur des véhicules neufs et nous voulons accompagner les consommateurs dans ce processus en simplifiant la tâche des concessionnaires.» mentionne Louis Massicotte.

« Automatix.ca a cherché à innover sur le web, mais nous avons aussi adopté une puissante stratégie publicitaire qui mise sur le pouvoir de la télévision pendant que les gens ont en main leur téléphone ou leur tablette; c'est ce que les Américains appellent la *second screen experience*, déclare Massicotte. Nous avons attendu de valider l'engouement sur une échelle de plusieurs mois avant de divulguer publiquement nos résultats car nous souhaitons nous assurer que le volume des demandes continuerait d'augmenter. Bien que le nombre de places soit limité dans chaque région, nous tentons d'accueillir la plus grande quantité de concessionnaires possible au Québec, soit environ 200. C'est le moment ou jamais pour chacun d'eux de soumettre leur candidature dans leur région.»

« Avant, les gens faisaient la tournée des concessionnaires de leur région. Maintenant, ils font une simple demande de prix pour un véhicule, sans obligation, sur leur téléphone mobile ou iPad en 200 secondes et ils attendent les propositions de nos concessionnaires, déclare le président de MASS-Média Capitale, Louis Massicotte. Dans chaque région, un maximum de trois concessionnaires par marque peut répondre à nos demandeurs, ce qui fait d'Automatix.ca un véritable club privé numérique. »

"Nous sommes au début de l'aventure. On parle d'une technologie structurante pour l'industrie dans une nouvelle économie. Beaucoup de choses restent à être améliorées, notamment la rapidité de réponse et l'accompagnement des concessionnaires pour qui le virage numérique est un défi" dit-il. "La structure même de l'univers mobile permet à nos logiciels dans une toute nouvelle économie de capturer des volumes d'affaires gigantesques. Les logiciels peuvent désormais travailler pour nous et performer en s'appuyant sur le pouvoir publicitaire de la télévision avec une plateforme web qui se marie à un réseau social tel que Facebook", a déclaré Louis Massicotte qui dépose des brevets en technologie depuis 1998.



Automatix.ca

Automatix.ca en chiffres pour la période s'étalant de septembre 2015 à juin 2016:

- À l'automne 2015, environ un acheteur de véhicule neuf sur trois au Québec a visité la plateforme Automatix.ca (35 700 entre septembre et novembre 2015)

- Plus de 80 000 sessions dans le formulaire Automatix.ca (266 sessions par jour en moyenne)

61 577 visiteurs uniques (205 acheteurs de véhicule chaque jour en moyenne)

24 335 demandes de véhicules (81 demandes formelles par jour en moyenne)

- 40% à 50% des demandes se traduisent en ventes conclues avec nos concessionnaires et ce ratio continue d'augmenter (il était à environ 25% en août 2015).*

- 58% des demandes proviennent d'un téléphone mobile ou d'une tablette

*Une demande est transférée à 4 concessionnaires et chacun d'eux a un ratio de ventes qui se situe en moyenne à 12.5% (certains concessionnaires atteignent 33% selon divers critères)

En 2013, le publicitaire et technologue Louis Massicotte avait imaginé un TRIVAGO de l'automobile et des hypothèques durant un jogging dans le Parc Lafontaine à Montréal. En quelques jours, il avait rédigé la liste complète des fonctionnalités de son logiciel. La technologie mère imaginée par Massicotte se nomme Meta Compare System et peut s'appliquer à plus d'une industrie en usant de Facebook pour publier les demandes en direct. C'est avec son complice Jean-Pierre Turcotte qu'il a travaillé à son développement technique.

Grâce au brevet provisoire libellé "Method and system of forwarding contact data", le créateur d'Automatix.ca visait à mettre en place un produit mobile structurant pour l'industrie automobile, presque entièrement autonome dans un écosystème logiciel qui n'exige que peu d'intervention humaine. Le brevet provisoire lié à Automatix.ca qui interagit avec Facebook a été un succès instantané et il s'applique maintenant aussi au secteur hypothécaire avec la plateforme OptionsHypothèque.com qui propose plusieurs options de taux d'intérêt en une seule demande. OptionsHypothèque.com a été lancée à titre de projet-pilote en janvier et a déjà atteint un volume de 287M\$ en demandes de prêts (1436 demandes) qui sont automatiquement transférées aux grandes banques. Avec ces deux plateformes, l'entreprise de Louis Massicotte propose des solutions en lien avec les deux plus importants postes de dépenses des ménages canadiens.

Louis Massicotte discute avec des fonds d'investissements et des grands groupes pour étendre la portée de cette plateforme québécoise à l'ensemble du pays.

NB : Les chiffres cités dans le présent communiqué ont été validés par un comptable professionnel agréé.

-30-

Source : Brouillard 418 682-6111

Relations avec les concessionnaires : Alain Tanguay

alain.tanguay@automatix.ca \ info@automatix.ca 418 527-4444



Automatix.ca

FICHE DESCRIPTIVE DU MODÈLE D'AFFAIRES

AUTOMATIX.CA FACILITE LE MAGASINAGE D'UN VÉHICULE NEUF

Avec une portée confirmée auprès du tiers des consommateurs québécois à l'automne 2015, Automatix.ca est le leader numérique de l'industrie des véhicules neufs au Canada. Sa mission est de faciliter, par les outils logiciels et numériques, les transactions entre les consommateurs et les concessionnaires.

Souvent comparée à Trivago ou à Hotels.com, Automatix.ca ne vend toutefois aucun véhicule directement, laissant ce mandat à ses concessionnaires partenaires de tous les territoires géographiques. En juillet 2016, après 303 jours d'opération, la plateforme Automatix.ca a franchi le cap des 25 000 demandes de véhicules neufs, un volume qui représente environ un milliard de dollars.

L'EXPÉRIENCE CLIENT : GRATUIT ET RAPIDE

Chaque demandeur peut effectuer sans aucun frais une demande de véhicule neuf par cycle de 72 heures en décrivant son budget mensuel, son véhicule d'échange et la date d'acquisition du nouveau véhicule. En effet, si après 72 heures, aucun concessionnaire ne lui a fait de proposition qui satisfait ses besoins, le demandeur peut remplir à nouveau le formulaire. Il arrive parfois qu'aucun concessionnaire ne décide de répondre à certaines demandes, cela étant lié à des budgets irréalistes, des modèles indisponibles ou à d'autres enjeux.

Les demandeurs sont contactés par des concessionnaires via courriel et parfois par téléphone pour clarifier les options ou certaines autres informations. Jusqu'à quatre concessionnaires entrent en contact avec les utilisateurs, ceux-ci représentant la marque de véhicule demandée ou une marque alternative.

L'EXPÉRIENCE CONCESSIONNAIRE : EXCLUSIVITÉ ET « PAY PER CLICK »

Un maximum de trois concessionnaires par marque peut répondre aux demandes dans chaque zone géographique. Le modèle d'affaires d'Automatix.ca est basé sur la formule « pay per click » qui exige du concessionnaire une contribution financière chaque fois que celui-ci obtient les coordonnées d'un demandeur. Sans aucun frais initial, un concessionnaire qui s'inscrit s'engage simplement à acquérir jusqu'à 30 demandes par semaine pour la ou les marques de son choix. Les conseillers aux ventes peuvent surveiller en tout temps La Banque d'acheteurs en direct sur Facebook afin de savoir quel genre de véhicule est demandé dans leur zone géographique.