

« Sans stimulation de la construction résidentielle, l'approche budgétaire du gouvernement est bancal »

On commence par le pot avant les fleurs : aucune mesure de stimulation des chantiers de construction ni des rénovations.

Richard Darveau et sans doute ses homologues des autres associations gravitant autour de l'habitation ne sont pas étonnés, mais déçus. « Pas surpris parce que les rumeurs allaient dans le sens d'une non-intervention de l'État. Mais déçus parce que notre lecture des statistiques du logement et des besoins criants exprimés notamment au nom des ménages les moins fortunés n'autorisait pas un tel silence », commente le président de l'AQMAT.

Les représentations vont se multiplier pour forcer l'opinion publique et les oppositions à amener le présent gouvernement du Québec à mieux se connecter sur le réel.

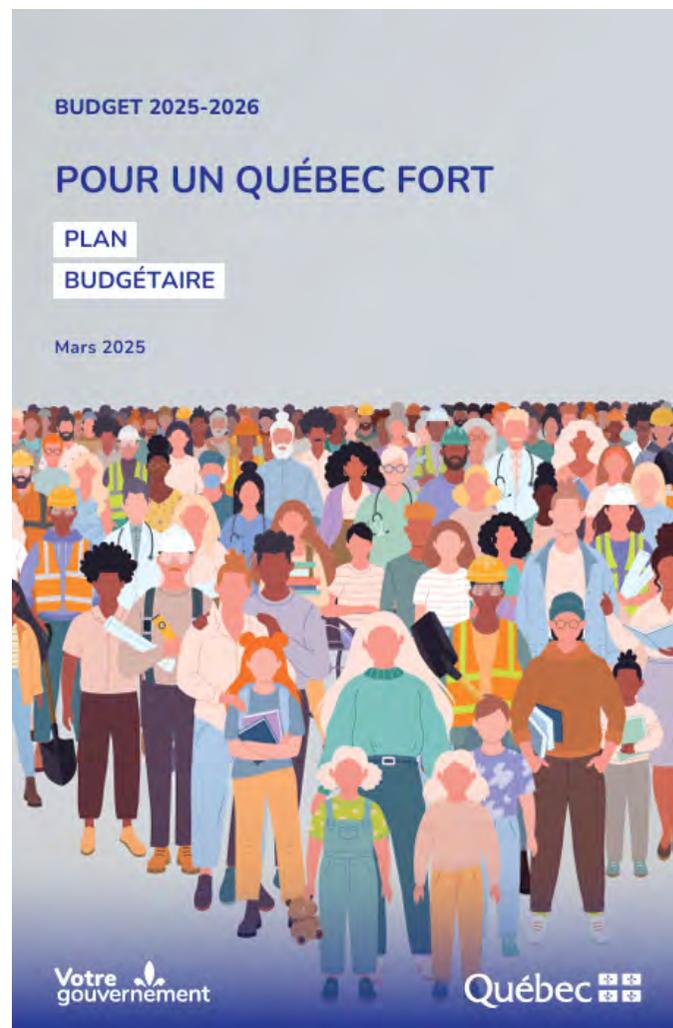
Cela dit, il faut être bon joueur et avouer que le ministre des Finances, Eric Girard, n'avait pas la tâche facile : émettre des hypothèses et chiffrer un budget dans un contexte géopolitique aussi instable, où tout peut arriver et son contraire, de l'embellie à l'apocalypse, relevait d'un exercice à haut risque... de se tromper.

Mais cela, c'était avant la guerre des tarifs et l'incertitude qu'elle fait planer sur les affaires et la consommation. L'imposition de droits de douane par les États-Unis augmentera les prix des produits québécois chez nos voisins, ce qui risque de freiner les ventes des entreprises et d'affecter leur trésorerie. Le gouvernement prévoit soutenir les entreprises touchées par ces tarifs.

À cet effet, 4,1 milliards de dollars sont mis en réserve pour offrir une aide transitoire, notamment pour soutenir les investissements, diversifier les marchés et favoriser la visibilité des produits québécois.

Le budget 2025-2026 prévoit aussi des aides financières sous forme de prêts totalisant 1,6 milliard de dollars, avec des crédits de 400 millions sur deux ans.

Le gouvernement compte sur la baisse progressive des taux directeurs pour alléger le coût des emprunts, et ainsi atténuer les impacts des tarifs douaniers.



Le ministre prévoit une croissance modeste de 1,1 % en 2025 et de 1,4 % en 2026. Certains l'accusent d'optimisme naïf. Le porte-parole de l'AQMAT, défend toutefois cette posture : « Quel avantage aurait eu le gouvernement à annoncer une récession ? Le politique a le devoir moral d'insuffler de la confiance pour éviter que la peur ne paralyse tout. »

Pour appuyer cette confiance, le gouvernement a annoncé une hausse des investissements en infrastructures de 11 milliards sur trois ans.

L'AQMAT se réjouit pour ses membres qui soumissionnent sur des projets comme des écoles, des centres de santé ou des logements sociaux.

Sur 10 ans, le Plan québécois des infrastructures (PQI) 2025-2035 atteint désormais 164 milliards de dollars, en hausse de 7 %.

Malgré une augmentation notable du PQI, il faut déplorer qu'aucune nouvelle somme ne semble spécifiquement dédiée dans ce Budget à soutenir les municipalités dans la modernisation de leurs infrastructures souterraines (égouts et aqueducs) pour permettre la réalisation de nouveaux projets immobiliers.

Pour diversifier les marchés, 195,8 millions sont prévus sur cinq ans pour : poursuivre la stratégie maritime; appuyer les projets d'exportation; soutenir le réseau des représentations à l'étranger.

Sur le commerce interprovincial, Québec travaillera avec les autres provinces et le fédéral pour éliminer les obstacles internes. Le document budgétaire prévoit notamment d'améliorer la mobilité de la main-d'œuvre en réduisant les délais d'accréditation et de s'attaquer à l'enjeu du camionnage comme facteur clé dans la fluidité des échanges interprovinciaux.



Tarifs américains : la contre-offensive de l'industrie de la construction s'organise

L'AQMAT, comme chacun de ses membres, est sur un pied de guerre en réaction aux menaces répétées de l'administration Trump sur le libre-échange commercial. Nos agendas sont bousculés. Aucune prévision économique ne tient plus la route. Le meilleur peut, comme le pire, survenir pour notre industrie puisque, bien que cette crise survienne au moment où les finances publiques sont dans un moins bon état que lors de la COVID, notre société est en manque crucial de logements.

D'abord, toutes les associations patronales de l'écosystème de la construction ont créé un front commun. À coups de réunions hebdomadaires, le président de l'AQMAT, Richard Darveau, se concerte avec ses homologues d'une vingtaine d'organismes et de corporations professionnelles représentant les entrepreneurs en construction, les développeurs immobiliers, les intervenants en travaux publics, les architectes, etc.

« Le premier ministre du Québec clame avec raison l'à-propos de lancer de grands chantiers pour contrer les manques à gagner qui pourraient être engendrés par l'imposition de tarifs des deux côtés de la frontière », rappelle M. Darveau. « Or, aux côtés des chantiers que M. Legault préconise pour Hydro-Québec, pour l'aérospatiale, pour les grandes alumineries, pour le marché des minéraux critiques et pour l'intelligence artificielle, il nous faut l'influencer pour qu'il priorise les mises en chantier d'appartements et de maisons », plaide le porte-parole de l'AQMAT.

Si l'on en croit le directeur général de l'APCHQ pour la région outaouaise, les matériaux de construction, plus précisément le bois d'œuvre, pourrait connaître une baisse de prix si les tarifs douaniers sont imposés officiellement par le président des États-Unis, Donald Trump. Nicolas Brisson soutient que les constructeurs américains seront plus pénalisés que leur

contrepartie canadienne et que les consommateurs d'ici pourraient profiter de bons prix en raison d'un surplus d'inventaire.

Même les Américains sont contre les tarifs que leur président veut nous imposer

Nos collègues du média américain Hardlines Building Supply Dealer (HBS Dealer) viennent de dévoiler les résultats d'une consultation menée auprès des quincailliers des États-Unis.

Il ressort que seulement 28 % des 533 répondants souhaitent que leur gouvernement poursuive son approche agressive de tarifs envers leurs alliés canadiens.

Dans les commentaires des répondants, on lit tout et son contraire : des fans du protectionnisme lorsque les produits canadiens compétitionnent les leurs, des adeptes de la stratégie pour obtenir des concessions du Canada et du Mexique, des constructeurs de maisons bien au courant du besoin en bois d'œuvre canadien, etc.

Devant les menaces tarifaires, les associations de l'industrie de la construction parlent d'une seule voix au premier ministre

L'AQMAT et 15 autres associations de l'industrie québécoise de la construction ont transmis une lettre commune afin d'engager la communication avec le bureau du premier ministre du Québec et de lancer rapidement la collaboration. En voici de larges extraits :

« Comme tous les autres secteurs économiques du Québec, l'industrie de la construction fait face à l'incertitude découlant de l'offensive tarifaire annoncée par le nouveau président des États-Unis. Les associations de l'industrie québécoise de la construction ont donc décidé de se mobiliser et de s'engager dans la définition des paramètres de ce qui pourrait devenir la nouvelle normalité pour plusieurs mois, voire des années.

Le principal objectif de cette mobilisation consiste à veiller à la prise en compte des défis et solutions des entreprises de l'industrie québécoise de la construction, alors que les gouvernements du Québec et du Canada évaluent leurs options pour riposter à la menace tarifaire.

L'industrie est particulièrement soucieuse des orientations qui pourraient être adoptées à l'égard des marchés publics. Par exemple, plusieurs composantes impliquées dans la livraison de nos biens et services ne sont pas disponibles au Canada. La mise en place de nouveaux tarifs pourrait donc engendrer des conséquences sur les prix, ce qui n'est pas souhaitable.

L'industrie est également convaincue qu'une stratégie misant sur l'accélération des investissements dans l'entretien, la rénovation et la construction d'infrastructures au Québec demeure une voie à privilégier dans le contexte actuel. Cette stratégie a fait ses preuves par le passé lors d'autres crises.

Le gouvernement a le pouvoir de réduire l'imprévisibilité ambiante par une solide planification des travaux de concert avec tous les acteurs de l'industrie, ce qui offrirait une meilleure prévisibilité aux entreprises. Plusieurs projets publics ont récemment été mis sur pause, ajoutant à l'imprévisibilité et fragilisant les entreprises de l'industrie.»

Un choc psychologique avant l'impact réel

«Pour l'instant, la réaction serait donc surtout psychologique. La clientèle est dubitative devant tant d'incertitude, tel un chevreuil devant les phares d'une voiture la nuit », a imaginé M. Darveau en entrevue média pour expliquer que les centres de rénovation sont anormalement désertés.

Les gestionnaires des quincailleries, incapables de prédire si la guerre commerciale perdurera, ne savent pas s'ils doivent embaucher le même nombre d'employés saisonniers. Ou moins. Ou plus.

Car tous les jeux sont sur la table.

Il se peut que les trois niveaux de gouvernement utilisent la construction comme fer de lance économique, du moins pour éviter la récession, en donnant le feu vert à tout plein de projets institutionnels présentement sur la glace.

Mais il se peut aussi qu'on entre en léthargie à cause d'un taux de chômage qui deviendrait inquiétant, et que la confiance, tant des entreprises que des consommateurs, tarde à être regagnée.

Le porte-parole de l'AQMAT, de concert avec les associations d'entrepreneurs en construction, se désolé de voir les statistiques des mises en chantier, certes meilleures qu'il y a un, mais pas du tout à la hauteur pour pallier la pénurie de logements.

Nos manufacturiers ne sont pas moins anxieux, plusieurs ont de bonnes raisons de croire que nombre de leurs clients de leurs clients américains vont boudier leurs produits en raison des surtaxes.

Nos importateurs sont également mal à l'aise face à un surcroît de protectionnisme partout sur la planète.

Si les différents paliers de gouvernement ne réagissent pas rapidement, cette paralysie risque de durer. Lorsque l'effet des tarifs se répercutera sur les prix de détail, la situation pourrait devenir critique. D'autant plus qu'un autre nuage plane à l'horizon : les négociations des conventions collectives dans la construction, qui devraient aboutir à une augmentation salariale de 8 à 12 % dès la première année; on le saura dans quelques jours, semble-t-il que des accords de principe sont sur la table.

Deux sondages confirment l'appétit des quincailleries pour les produits locaux et la solidarité avec leurs fournisseurs

Hautement préoccupés par la guerre commerciale qui semble s'installer avec les États-Unis – et possiblement avec la Chine en contre-coup – quincailliers et fabricants réclament des actions des groupements d'achat, des gouvernements... et de leur association patronale.

Les 5 actions les plus attendues de l'AQMAT



L'AQMAT a mené deux enquêtes express pour prendre le pouls des marchands et de leurs fournisseurs en quincaillerie et matériaux. En quelques jours, 32 manufacturiers et 62 marchands ont répondu à cinq questions.

C'est dans une proportion de 87,5 % que les fournisseurs se disent préoccupés par la crise qui se dessine dont 59 % se disent même « Très préoccupés ».

Du côté des quincailliers, le taux grimpe à 90 %, mais la strate « Très préoccupé » a été répondue par 37 %.

Les manufacturiers craignent particulièrement la hausse des prix des composants, 72 % classant cette éventualité en première ou en deuxième position des effets négatifs de toute hausse substantielle de tarifs ou de barrières commerciales.

La réduction évidente de leurs ventes aux États-Unis est aussi appréhendée, mais dans une moindre mesure puisque tous les répondants ne vendent pas tous sur le marché américain.

En toute logique, les marchands s'attendent à payer leurs marchandises plus cher, 76 % des répondants plaçant cet effet négatif de l'imposition de tarifs ou de barrières comme leur principal ou second souci.

Conséquemment, une bonne partie des 62 répondants s'attendent à une baisse de leur chiffre d'affaires et de leur marge

bénéficiaire, 48 % plaçant ces possibilités en première ou deuxième position des effets négatifs appréhendés.

Les stratégies face à la nouvelle réalité « trumpienne » se rejoignent tant du côté des marchands que des fournisseurs : augmenter l'offre de produits québécois et canadiens rejoint plus de 90 % des détaillants alors qu'augmenter les ventes domestiques fait consensus pour deux manufacturiers sur trois.

On constate en parallèle un certain appétit de la part des marchands de découvrir des produits hors de l'Amérique du Nord (53 %).

Dans cette bourrasque, près de 41 % des manufacturiers avouent devoir sans doute augmenter leurs prix de vente.

Craignant une perte de confiance des consommateurs dans l'économie court terme et malgré le nouvel intérêt de leurs clients pour les produits locaux, la moitié des manufacturiers envisagent une baisse des commandes des centres de rénovation.

La même prudence se constate du côté des quincailliers, les deux-tiers anticipant une perte d'achalandage si le conflit Canada-États-Unis perdure; même que 55 % d'entre eux identifient parmi les risques de pertes celle d'une réduction de l'offre en produits américains, au grand dam des consommateurs et des professionnels qui forment leur clientèle.

Attentes envers leur association patronale

Le portrait des opinions étant maintenant dressé, qu'est-ce que les répondants attendent de l'AQMAT?

De l'avis des marchands, alors que s'annonce une crise commerciale et que sévit déjà une autre crise, celle du logement, trois actions prioritaires doivent être menées de front avec une quasi égale importance, soit, dans l'ordre :

- une pression sur tous les niveaux de gouvernement pour plus de stimulation de l'activité de rénovation et de construction;
- plus d'information sur l'état du marché en temps réel afin de réagir plus promptement;
- toujours plus d'information sur les produits fabriqués localement.

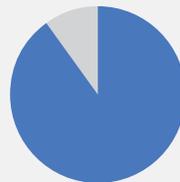
Du point de vue des fournisseurs ayant complété l'enquête, les attentes d'actions de leur association sont moins diffuses, leur premier choix étant clairement ceci : faire pression sur les bannières pour augmenter leurs achats domestiques (62,5 %).

Commentaire de Richard Darveau, président de l'AQMAT : « Si le soutien aux manufacturiers québécois et canadiens a toujours été entendu clairement, ce qui a d'ailleurs motivé la création du programme "Bien fait ici" juste avant la COVID, ce qui est marquant aujourd'hui, c'est l'appel des marchands en produits locaux, un peu en écho à la place que les épiciers ont commencé à faire aux fermes de leurs régions depuis quelques années ».

À ce sujet, le récent changement du logo de « Bien fait ici » pour embrasser la couleur du drapeau canadien porte fruit, un regain d'engagement de la part des bannières et des manufacturiers est actuellement manifeste.

En corolaire, M. Darveau remarque aussi « un certain désir de découverte pour les produits venant de tiers pays et une volonté des manufacturiers de réviser leurs sous-traitants pour trouver des alternatives à leurs partenaires américains ou asiatiques ».

Inquiétudes



90 % des quincailliers préoccupés par la guerre des tarifs



76 % s'attendent à payer leurs marchandises plus cher



72 % des manufacturiers inquiets du prix inflationniste des composants

Opportunités



90 % des quincailliers veulent offrir plus de produits locaux



53 % des quincailliers intéressés par des produits hors de l'Amérique du Nord



62,5 % des manufacturiers souhaitent des pressions de l'AQMAT sur les approvisionnements locaux des bannières

Le distributeur de choix en Amérique du Nord pour les matériaux de toiture

- Toiture résidentielle
- Toiture commerciale
- Imperméabilisation
- Isolation
- Et plus...

Venez-nous rendre visite dans l'un de nos 5 emplacements au Québec!



Trouvez une succursale près de chez vous en visitant le [DEALERSCHOICEDISTRIBUTION.CA](https://dealerschoicedistribution.ca)



Deux pause-café bien tassées avec un éléphant dans la pièce virtuelle : Trump

Ils étaient 65 membres au total autour de la machine à café lors des deux conversations virtuelles du matin que leur avait proposé le président de l'AQMAT, en février et en mars, pour échanger deux fois plutôt qu'une sur les fameuses menaces de l'administration américaine touchant notre économie.

En écho aux deux sondages expliqués ailleurs dans ces pages, les participants ont d'abord énuméré leurs préoccupations quant aux effets négatifs des tarifs douaniers, surtout si le conflit commercial s'installe entre les deux pays. Puis leurs attentes envers leur association et à l'égard des gouvernements ont été exprimées.

Comme prévu, les achats domestiques sont confirmés comme mesure pouvant réduire les pertes de vente des manufacturiers dans le marché américain et les coûts plus élevés pour les marchands en acquisition de produits « Made in USA ».

Cependant, de manière moins conjoncturelle et plus longue dans le temps, le besoin d'un programme fiscal soutenant la rénovation et la construction résidentielles est considéré comme vital pour relancer l'activité au moment où il manque de logements en quantité et en qualité.

Nos entreprises crient à l'aide, mais laquelle ?

Sur le plan financier et plus spécifiquement fiscal, la conversation s'est amorcée sur le saupoudrage d'argent auquel les deux niveaux de gouvernement se sont adonnés durant la COVID. L'animateur, Richard Darveau, a osé cette question à voix haute : « Toutes les entreprises doivent-elles être épaulées face aux tarifs ou devrions-nous tirer des leçons et demander aux gouvernements de moins aider les entreprises ultra-riches et les canards boiteux ? » L'assistance semble avoir acquiescé, suivant une sagesse indéniable : les subventions, ce ne sont pas réellement les États qui les donnent, mais nous, les contribuables.

Eric Leclair de la compagnie « La règle de Bedford », les experts des bâtons pour brasser la peinture, prône plus pour un crédit d'impôt.

Dominic Larouche de la quincaillerie Lauremat sur la Côte-Nord nous a rappelé une certitude : si les gouvernements aident les consommateurs à ce qu'il leur en reste un peu plus dans les poches, ça va tous nous relancer. Et cette approche est plus ciblée que de subventionner toutes les entreprises.

Éric Deslongchamps du RONA du même nom dans les Laurentides, voit d'un bon œil la renaissance d'une réduction du fardeau fiscal pour le client, ce qui nous aidera tous. Il croit que favoriser des produits canadiens semble complexe à implémenter, mais nécessaire et opportuniste dans le contexte géopolitique actuel.

Le premier message à nos décideurs que le président de l'AQMAT entend porter : les PME auront besoin d'un coup de main financier, mais appliquez des critères pour éviter tout gaspillage des fonds publics. Cependant, ce qui aiderait plus directement notre industrie, ce serait un crédit d'impôt pour les consommateurs afin de les inciter à procéder à des travaux, donc à des achats pour leur résidence. Une condition importante : la simplicité. Plusieurs programmes par le passé ont eu un effet mitigé en raison de la paperasse trop lourde ou des délais trop longs avant de bénéficier d'un crédit d'impôt, d'une subvention ou toute autre mesure.

Samuel Nadeau, cadre et associé pour les centres de rénovation Couture TIMBER MART, a ajouté avec à-propos l'importance de soutenir la construction et la rénovation des « plex », trop souvent laissés à l'écart des propositions d'aide gouvernementale. Il existe environ un quart de million de Québécois qui possèdent des duplex, triplex, etc. et il y a aussi des milliers d'entrepreneurs spécialisés dans ce type d'habitation. Ces deux clientèles doivent être supportées par des programmes alors qu'on parle tant de densifier nos centres-villes et nos noyaux villageois.

La conversation s'est naturellement poursuivie sur la plus grande difficulté à faire aboutir les chantiers, essentiellement à cause de la bureaucratie entourant l'émission des permis, le non-respect des conditions de paiement par les donneurs d'ouvrage et plus important encore, l'absence de clauses d'ajustement après signature.

Les participants sont tombés d'accord sur le fait que les tarifs qui vont et viennent ainsi que la plus grande volatilité des prix des matériaux sont deux facteurs hors du contrôle des parties prenantes à un dossier. Du coup, celles-ci doivent convenir de clauses permettant de rouvrir une entente sur la base d'indices inflationnistes définis et acceptés mutuellement.

Diversifier à l'intérieur du Canada, et plus encore

L'attrait du territoire canadien est redécouvert, en particulier pour y vendre des produits locaux. Mais personne n'est berné : on parle de 40 millions de personnes seulement, soit 2 % de la population mondiale. Le carré de sable planétaire est donc bien plus grand...

Les participants reconnaissent que la taille, la proximité et la richesse du marché américain ont favorisé notre addiction à son égard. M. Larouche ajoute avec raison l'argument



environnemental pour justifier qu'il serait contre-indiqué d'exporter plus loin que les États-Unis d'un point de vue écologique, sans oublier l'obligation d'être de plus en plus agile, ce qui ne milite pas en faveur de marchés situés au bout du monde.

L'échange a conduit à la formulation d'une question existentielle: peut-on encore compter sur les USA pour écouler nos productions et pour s'approvisionner?

Tony Lévesque de OSBLOCK, sans dire que la compagnie a lancé la serviette concernant le marché états-unien, il lorgne sur des contrées aussi lointaines et peu évidentes que l'Afrique où le boom démographique se poursuit.

Le même intervenant a par ailleurs ramené dans la discussion sur le manque de main-d'œuvre qui frappe tout autant les États-Unis que nous ici, d'autant que les plafonds sur l'immigration pourraient priver encore plus nos industries de leurs travailleurs en construction.

Innovation et productivité

Un participant en discussion privée pour préserver son anonymat a osé cette attaque frontale sur les marchands et leurs groupements d'achat : «L'innovation, c'est bien beau sur papier, mais dans les faits, les quincailliers achètent un prix avant tout. L'AQMAT devrait les éduquer!»

M. Darveau a dénoncé une culture plus transactionnelle que relationnelle, laquelle empêche nos créateurs à se déployer à leur plein potentiel.

À ce propos, le projet de se doter d'un code de bonnes pratiques engageant les fournisseurs, les groupements et les marchands représente une idée porteuse qui sera défendue tout au long du plan stratégique 2025-2027 afin que les quincailleries et leurs effectifs soient définitivement positionnés comme des lieux où la qualité des produits et des conseils représente un facteur de démarcation fort par rapport aux détaillants généralistes et aux plateformes de vente en ligne.

Denis Perron de Adfast a pris la balle au bond, soulignant que leur présence à l'étranger, comme au Mexique et éventuellement aux États-Unis, permet d'augmenter les cadences et de contrer les mesures protectionnistes. Quant à leurs installations de type 4.0, que les membres sont cordialement invités à visiter, elles permettent de concurrencer même les pays asiatiques au niveau des prix.

Jean-Philippe Gagnon, ingénieur en processus de fabrication et propriétaire de CleanCo qui fabrique au Texas, rappelle que le retour sur investissement en automatisation et robotisation est «obvious», pour reprendre son terme.

Pour la diplomatie, contre la bagarre ouverte

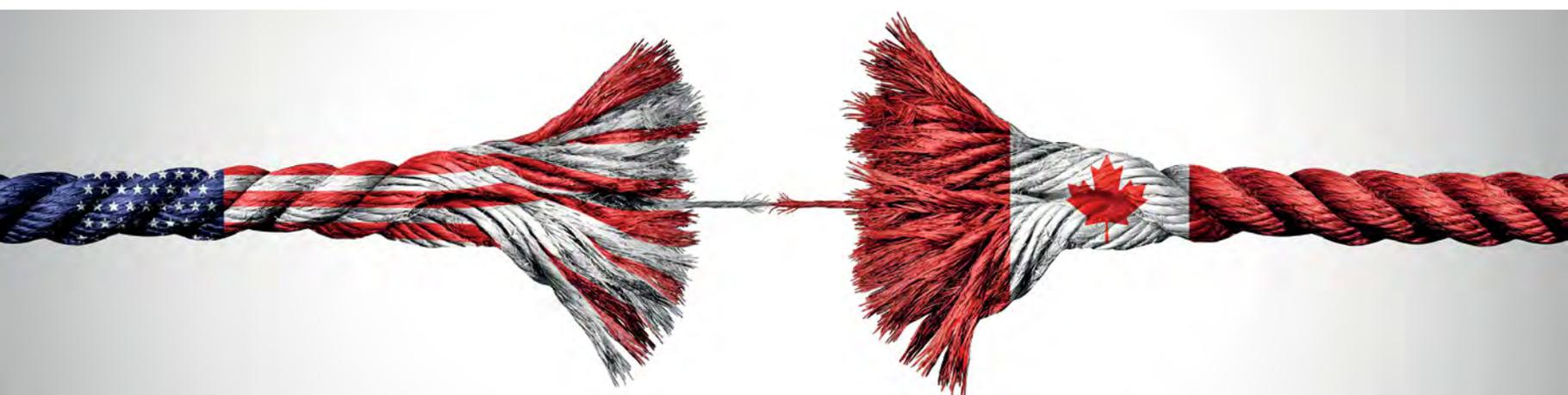
Sur une tout autre question, celle des mesures judiciaires à la portée de nos autorités eu égard au non-respect de l'accord de libre-échange et de nos frontières, les participants à la «Pause-café» semblent majoritairement en faveur du «soft power», c'est-à-dire de l'exercice de la diplomatie. On semble croire que de s'embarquer dans des poursuites et des plaintes contre une administration comme celle de Trump serait une vis sans fin, épuisante et non productive.

Le mot de la fin a été laissé au président d'un grand manufacturier qui a préféré l'anonymat et dont les mots portent l'ampleur du drame que notre industrie vit :

« On est dans un "turmoil" actuellement avec l'administration Trump et un début d'année chaotique. On fait face à des mesures draconiennes en ce moment pour éviter le pire. »

Nos membres demandent l'abolition des barrières interprovinciales et l'intensification des pressions diplomatiques pour contrer les attaques américaines

Coup de sonde en mars pour savoir ce dont nos entreprises auraient besoin comme aide de la part des gouvernements.



Cinq questions avaient été posées, avec trois choix de réponses pour chacune.

Merci aux 57 dirigeants qui ont pris le temps de compléter le sondage, nous permettant ainsi de prioriser nos prises de parole et nos interventions auprès des autorités.

En tête des votes, presque sur un pied d'égalité, figurent la révision des barrières commerciales interprovinciales (74 %) et l'intensification des discussions diplomatiques aux fins d'éliminer, du moins de réduire, les surtarifs américains et leur contrepartie canadienne (72 %). Respectivement, ces choix ont pris la première place des questions portant sur la diversification des marchés et les recours commerciaux, ralliant chacune plus de sept répondants sur dix.

«C'est donc dire, analyse Richard Darveau, président de l'AQMAT, que l'exploration de tiers marchés, la recherche d'alliances stratégiques avec des entreprises américaines ou encore des recours de nature juridique forçant l'administration Trump à revoir ses positions sont vues par nos membres comme beaucoup moins porteuses, dans l'immédiat, que la facilitation des échanges de marchandises sur le marché domestique.»

Respectueux de la position des membres, M. Darveau considère tout de même qu'à long terme, «il est sage de diversifier les marchés où vendre et acheter nos produits finis et leurs composants. Partant, il est du devoir de l'AQMAT "d'éveiller la curiosité" des fabricants et des groupements d'achats sur les attraits de l'Europe, de l'Amérique latine et d'ailleurs».

Logiquement, à la question portant spécifiquement sur les moyens de stimuler la production locale de biens, les répondants sont nombreux (47 %) à appuyer l'idée d'une campagne nationale promouvant les produits accrédités «Bien fait ici» et son logo, bien que les deux autres actions proposées retiennent aussi leur intérêt : subventionner les consommateurs qui achètent des produits locaux (30 %) et imposer des minimums de contenu canadien dans les appels d'offres publics (23 %).

Les répondants apprécient par ailleurs l'idée d'offrir un crédit d'impôt aux entreprises (51 %), voire des subventions (40 %) à celles touchées par la guerre des tarifs pour soulager temporairement leur trésorerie alors que l'option de prêts à taux préférentiels est définitivement moins appréciée (9 %).

L'innovation et l'adaptation étaient le thème d'une autre question à laquelle les répondants ont opté pour un soutien à la modernisation (automatisation, amélioration des processus, etc.) à hauteur de 47 %. Le reste des votes a été partagé entre des subventions à la R&D et de l'aide pour relocaliser des productions ici, du moins dénicher des sous-traitants plus près.

M. Darveau note par ailleurs que depuis la diffusion du sondage, «une pression venant aussi de la puissante Chine commence à souffler sur la nuque du Canada. D'où une nouvelle raison d'augmenter nos affaires domestiques tout en réduisant notre dépendance par rapport à des pays en particulier».

ACE au Québec : d'un succès rural à une quasi disparition

Longtemps synonyme de paratonnerre efficace pour les quincailleries indépendantes au Canada et au Québec, surtout dans les régions rurales, Ace Hardware, n'existe plus.

Les marchands canadiens s'attendaient à ce qu'Ace International prenne le relais au début de la nouvelle année, mais ils se retrouvent orphelins.

L'enseigne, dont la licence au Canada a été successivement opérée par Irly, Timber Mart, RONA/Lowe's Canada, puis par Peavey Industries LP depuis cinq ans, est maintenant disparue de notre marché.

Il fut un temps où la marque Ace Canada comptait 107 magasins sous les bannières Ace Hardware, Ace Country & Garden ou Ace Building Centre. Sa présence a rapetissé au lieu de s'épanouir avec, à la fin, plus que trois magasins au Québec : à Shefferville sur la Côte-Nord ainsi que sur la réserve Mistissini et à Kuujuaq dans le Nord-du-Québec

Parmi les facteurs qui ont conduit à une réévaluation stratégique par Peavey Industries LP, le communiqué officiel énumère la pandémie mondiale, des perturbations dans la chaîne d'approvisionnement, le comportement des consommateurs dû à l'inflation et l'augmentation des coûts opérationnels dans les marchés plus petits et éloignés.

« Tout cela est sans doute vrai, opine Richard Darveau, président de l'AQMAT. L'éléphant dans la pièce est cependant le manque d'engagement de la société-mère ». La filiale ACE International ne s'est jamais comporté comme ACE USA agissait avec ses affiliés américains. Même au niveau de la qualité et de la variété des produits, on remarquait des manques.

Tous les observateurs consultés par l'AQMAT sont d'accord sur ce point amené par M. Darveau : « Pour espérer rivaliser avec les Castle et TIMBER MART et autres leaders dans les régions, il faut investir dans des centres de distribution et dans la palette de produits. Ce que ACE n'a jamais consenti à faire. »



Se pose la question suivante pour tous les intervenants dans notre industrie avec la même acuité que pour nos collègues épiciers : « Le marché canadien peut accueillir de nouveaux joueurs dans la mesure où ces arrivants choisissent de contrôler leur destinée plutôt que de mettre leurs œufs dans le panier d'un distributeur et sans lui offrir tout le soutien nécessaire pour être compétitif », conclut M. Darveau.

Il y a fort à parier qu'à la suite de cette mésaventure, Peavey Industries LP choisira de se cantonner dans son « core » : les produits agricoles, de ferme et de ranch, pour animaux de compagnie et les vêtements de travail, bien avant la quincaillerie.

22 quincailleries touchées au Québec	
Magasin	Municipalité
Ace Comptoir Agricole Salette	Notre-Dame-de-la-Salette
Ace Quincaillerie Bertrand	Sainte-Cécile-de-Masham
Ace Schefferville	Schefferville
Ace DF Rouleau	Les Hauteurs
Ace Quincaillerie JPJ	Saint-Alexandre-d'Iberville
Ace Centre de rénovation Saint-Paulin	Saint-Paulin
Ace Quincaillerie Matériaux P.A.	Les Cèdres
Ace L'Accommodateur Malouin	Port-Menier
Ace Magasin Général	Rouyn-Noranda
Ace Armand Dumaresq matériaux de construction	Gaspé
Quincaillerie Robichaud	Caplan
Quincaillerie B.L. (Mont-Louis)	Mont-Louis
Matériaux Gosselin	Cap-Chat
Le Centre du Bricoleur Ace	Falardeau
Ace Distribution Rioux	Saint-Louis-du-Ha! Ha!
Quincaillerie Ace Arthur Rivest	Sainte-Julienne
Ace Les Matériaux du Lac	Lac-des-Aigles
Centre de rénovation Port-Daniel	Port-Daniel
Distribution Rioux (Dégelis)	Dégelis
Ace Hardware Mistissini	Mistissini
Ace Hardware Chisasibi	Chisasibi
Ace Hardware Kuujuaq	Kuujuaq



Quand la mauvaise planification des eaux bloque le besoin de se loger

La politique étant ce qu'elle est, trop souvent à court terme et concentrée sur ce qui paraît bien, on se rend compte que plusieurs municipalités ont négligé de concevoir leur gestion des eaux (égouts et aqueducs) en pensant aux besoins futurs. Résultat : nombre de projets de construction de maisons et de logements sont ralentis, voire freinés, par les limites atteintes de ces infrastructures.

Devons-nous vraiment rappeler que le Québec fait face à une crise du logement sans précédent et que sa résolution passe, entre autres, par la nécessité de densifier les centres-villes et les noyaux villageois, une approche qui répond à la fois à la demande croissante en logements et à la lutte contre les émissions de gaz à effet de serre (GES) générés par les transports inutiles ?

En effet, l'étalement urbain, caractérisé par la progression des surfaces urbanisées à la périphérie des villes, entraîne une dépendance accrue à l'automobile, augmentant ainsi les émissions de GES.

Pour contrer ce phénomène, la densification urbaine apparaît comme une solution viable. Elle permet de limiter les coûts de fonctionnement et d'entretien des réseaux que supportent les collectivités locales et participe à la transition écologique.

Autrement dit, plus d'usagers à desservir sur moins de kilomètres est plus économique que moins d'usagers sur plus de kilomètres.

L'impact des infrastructures défailtantes sur le développement résidentiel

Plusieurs municipalités québécoises sont confrontées à des infrastructures vieillissantes qui freinent le développement résidentiel.

Par exemple, la ville de Sept-Îles a connu une crise du logement dans les années 1960 en raison de la pression exercée par le boom industriel sur les infrastructures existantes. Le manque de logements a conduit à la prolifération de maisons mobiles

installées sans services municipaux adéquats, reflétant une incapacité à répondre à la demande en raison de l'insuffisance des infrastructures.

De même, des villes comme Granby, Marieville, Rimouski, Drummondville, Rouyn-Noranda et Saint-Georges affichent des taux d'inoccupation extrêmement bas, variant entre 0,1 % et 0,3 %. Cette pénurie de logements est en partie attribuable à des infrastructures municipales insuffisantes pour soutenir de nouveaux développements résidentiels.

La densification nécessite des infrastructures robustes

Des réseaux d'égouts et d'aqueducs en mauvais état peuvent compromettre la viabilité de projets de densification, limitant ainsi les efforts pour réduire l'étalement urbain et les émissions associées.

La modernisation des infrastructures municipales requiert des investissements massifs que de nombreuses municipalités peinent à assumer. Les coûts élevés de réfection des réseaux d'égouts et d'aqueducs, combinés à des budgets municipaux limités, retardent souvent les projets de développement résidentiel.

De plus, la complexité des processus bureaucratiques et la lenteur des décisions politiques peuvent freiner la mise en œuvre de ces projets.

La crise du logement au Québec, déjà conditionnée à la disponibilité des travailleurs et aux coûts croissant de cette main-d'œuvre, en plus de la guerre (inutile) des tarifs qui compliquent les choses, se trouve intrinsèquement liée à l'état des infrastructures municipales.