

AQMAT

VOL. 69 - AUTOMNE 2025

LA VOIX OFFICIELLE DE L'ASSOCIATION QUÉBÉCOISE
DE LA QUINCAILLERIE ET DES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

MAGAZINE



**FEMMES EN CONSTRUCTION :
PLUS PRÉSENTES PARTOUT
(SAUF SUR LES CHANTIERS)**

ANNIE CARON, COPROPRIÉTAIRE CRÉATIONS LUXO
ET TECHNOFORM INDUSTRIES



**CHEZ VICWEST : PRÉSIDER
DANS LA CONTINUITÉ**

GAVIN BLOWER, NOMMÉ EN AOÛT 2024

**CODES DE CONDUITE
POUR L'ÉPICERIE...
ET LA QUINCAILLERIE ?**

**DÉCONSTRUIRE
PLUTÔT QUE DÉMOLIR**

**GUERRE DES TARIFS
ET MATÉRIAUX CANADIENS**



« **TIMBER MART** est régie par un comité consultatif national de détaillants indépendants comme vous et moi. Lorsqu'une décision est prise, elle l'est en tenant compte de nos intérêts, et non de ceux d'actionnaires extérieurs. Pour moi, c'est ça la véritable indépendance. C'est ça être un vrai propriétaire. C'est ça **TIMBER MART**. »

Guy Cliche

Émile Bilodeau et fils **TIMBER MART**

Saint-Bernard (Québec)



C'est ça la véritable indépendance.
C'est ça être un vrai propriétaire.
C'est ça **TIMBER MART**.

Découvrez comment vous pouvez commencer à profiter d'une véritable indépendance et à être un vrai propriétaire.

En savoir plus sur www.membretimbermart.ca

Alain Charbonneau | Jean-François Caron
514.233.1413 | 514.292.2729



FIER PARTENAIRE DE LA LCF

TM® Marque déposée/de commerce d'AM Royalties Limited Partnership, employée en vertu d'une licence par LoyaltyOne, Co. et par TIM-BR Marts Ltd.

Être un marchand propriétaire

RONA



Dominique Bélanger

Marchand propriétaire, RONA Quincaillerie C. Bélanger,
depuis 1912

« RONA est un partenaire de premier plan avec qui on collabore étroitement pour faire arriver les choses. On fait partie de la famille RONA depuis 85 ans et ça ne changera pas de sitôt ! »



Découvrez
les avantages
RONA



✉ devenirRONA@rona.ca

RONA, fier partenaire
du programme





Participer à InnovMat, c'est oser l'inattendu

Chaque époque a ses vents contraires. En ce moment, ça souffle fort : climat planétaire et politique qui surchauffe, ressources qui s'amenuisent, consommateurs plus anxieux, plus informés, mais moins riches, chantiers qui ne suivent pas les besoins, cités forcées de se densifier. Dans ce tumulte, rester immobile serait comme hisser une voile sans vent. Nous devons avancer. Et pour avancer, il faut innover.

Ce mot, « innover », pour moi, n'est pas un slogan. C'est une boussole. Il a guidé notre Plan stratégique 2025-2027, mais nous accompagne dans chacun de nos gestes quotidiens. Car sortir des sentiers battus était un luxe réservé aux rêveurs, aux téméraires, c'est devenu une condition de survie, un espoir d'améliorer son sort. Comme entreprise. Et comme individu.

C'est avec cet esprit qu'est né InnovMat. Deux jours, les 2 et 3 décembre 2025, au cœur du bien-nommé Centre d'exposition et d'innovation de Trois-Rivières, un lieu qui respire l'avenir.

Pas de rangées de kiosques figés, pas de tapis rouge où déambulent des visiteurs souvent désabusés par l'ennui du décor.

À la place, trois scènes vivantes où manufacturiers et distributeurs, troquant leurs stands traditionnels, offriront des récits. Des tranches de vie. Des démonstrations. Des mises en scène créatives. Des moments interactifs avec le public.

Quinze minutes accordées à chacun pour séduire, surprendre, bousculer. Prototypes dévoilés comme des secrets trop longtemps gardés, produits méconnus éclairés comme des trésors oubliés, idées projetées comme des éclats d'avenir. *Sky will be the limit!*

Tous ensemble, ces 35 « pitches » formeront un feu de camp, ou d'artifice, où non seulement les marchands de matériaux, mais aussi les acheteurs de leurs groupements, les

entrepreneurs en rénovation et en construction, les architectes et les designers viendront se réchauffer à une même flamme, celle de la nouveauté. Et parce que ces braises méritent de durer, elles seront filmées, partagées sur les médias sociaux à nos membres, puis consignées dans nos pages de magazine.

« Avec vous, vers l'avant » : telle demeure la promesse de notre plan stratégique triennal en cours. InnovMat en est la première incarnation. Un appel à oser, à se réinventer, à transformer l'inquiétude en énergie.

Les places de présentateurs sont comptées.

J'espère avoir fait naître une étincelle chez chacun de vous.



Le microsite vous attend.

Geneviève La Fontaine
Cheffe de la direction
Glafontaine@aqmat.org

L'ÉQUILIBRE PARFAIT ENTRE PERFORMANCE,
DESIGN, ET PERSONNALITÉ.



DÉCOUVREZ

Signature

LE SOMMET DU DESIGN



Couleur représentée: DUBLIN

 **BP Canada**
SAINT-GOBAIN

[BPCAN.COM](https://www.bpcan.com)



INNOVATION
2024

Choisie par
Picked by

AQMAT



SOMMAIRE

AQMAT

- 4** Mot de la direction
- 8** Vers une grille de cotisations plus équitable pour les fournisseurs de l'AQMAT
- 10-11** Mot de la présidence
- 102-103** Mot du Collège
- 112** Nouveaux membres
- 114** Mot du conseil d'administration

ÉCOLO

- 18** Une céramique chinoise résisterait à plus de 3 600 °C
- 20** La climatisation zéro émission : le potentiel des réfrigérants solides barocaloriques
- 22** Un matériau fibreux pour remplacer le Styrofoam
- 24** La MRC des Sources : hors des sentiers battus des matériaux traditionnels

PROGRAMME « BIEN FAIT ICI »

- 32-33** Réflexions de Richard Darveau sur l'abolition des barrières commerciales interprovinciales
- 34** Proposition de série télévisée : « Canadien, de la cave au grenier ! »
- 35** Le PDG de Bien fait ici se propose comme partenaire pour un chantier de construction vraiment canadien

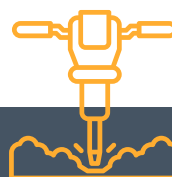
ACTUALITÉ

- 104-105** Bâtiments tout en bois : on grimpe à 18 étages
- 106** Retour en force du longicorne... et du bois affecté

GESTION

- 12** Contenants et conformité : ce que les fabricants doivent savoir
- 14-15** Fin du « de minimis » américain : ce que ça change pour les exportateurs du Québec et du Canada
- 62** Les marchands doivent accélérer la remise en marché des retours pour contrer la hausse des coûts
- 68** Les véritables causes du « shrink » en magasin
- 94** La fin d'un crédit d'impôt pour les 60-64 ans : un recul ?
- 96-97** De l'emballage de plastique au papier
- 99-100** Pesticides : de nouvelles interdictions en vigueur au Québec depuis le 6 juillet
- 109** Une solution « Made in Ottawa » pour les bacs de 140 L
- 110** Nominations

DOSSIER DÉCONSTRUCTION



26 - 30

LE FUTUR MARCHÉ
DES MATÉRIAUX
DE RÉCUPÉRATION

DOSSIER FEMMES AU SOMMET

37 - 60

L'INDUSTRIE
DE LA CONSTRUCTION
CHANGE BIEN LENTEMENT
DE VISAGE

AQMAT

Association québécoise de la
quincaillerie et des matériaux
de construction

1699, rue Saint-Patrick, bureau 101
Montréal (Québec) H3K 3G9

251, avenue Laurier Ouest, bureau 900,
Ottawa (Ontario) K1P 5J6

aqmat.org
information@aqmat.org

RÉDACTION EN CHEF

Richard Darveau | rdarveau@aqmat.org

PUBLICITÉ

Jasmine Sylvere | jasmine@aqmat.org

COORDINATION DE PRODUCTION

Isabelle Picard | ipicard@aqmat.org

COLLABORATIONS À LA RÉDACTION

Geneviève La Fontaine, Martine Painchaud
et Isabelle Picard

INFOGRAPHIE ET MONTAGE

Duo Énergie Graphique

PRÉPRESSE ET IMPRESSION

Numérix

PRÉPARATION POSTALE

Traitement Postal Express

Droits réservés : Toute reproduction des textes, illustrations
ou photographies est interdite sans l'approbation formelle écrite
de l'éditeur. Dépôt légal : Bibliothèque et Archives Canada.

ABONNEMENT

Forfait annuel disponible à 250 \$
pour recevoir le magazine, l'infolettre quotidienne,
le catalogue des produits et services.
Rens. : information@aqmat.org

LISTE D'ABONNÉS

Il est possible que notre liste d'abonnés
soit communiquée à certaines compagnies
dont les services ou produits sont susceptibles
d'intéresser nos lecteurs. Pour que votre nom
n'y figure pas, veuillez nous aviser.

CALCULATEUR ENVIRONNEMENTAL

Selon les produits utilisés pour ce magazine,
nos sauvegardes environnementales sont :

 **41 ARBRES**
7 tonnes métriques de bois

 **12 m³ D'EAU**
121 douches de 10 minutes
en Amérique du Nord

 **2644 kg CO₂**
10536 km parcourus en voiture

 **71 GJ**
327 245 ampoules 60W
pendant une heure

 **14 kg COVNM**
13 002 km parcourus en voiture

Cette publication est imprimée sur du papier certifié FSC®
provenant de forêts responsables et en suivant les principes
du Forest Stewardship Council®.

En plus d'utiliser un papier partiellement recyclé et fabriqué
au Québec, l'AQMAT adhère au programme **Print Releaf**
en reboisant en Amérique du Nord le nombre d'arbres
nécessaire à la fabrication de son magazine pour ainsi
neutraliser son empreinte environnementale.



ENTREVUE PRÉSIDENTIELLE

64 • 67

ENTREVUE CHEZ VICWEST
AVEC GAVIN BLOWER,
PRÉSIDENT DEPUIS UN AN



RETOUR SUR LES GOLFS

71 • 92

SOLEIL MUR À MUR
AUX DEUX TOURNOIS
DE GOLF DE L'AQMAT



LISTE DES ANNONCEURS

ABB.....	19	IKO	69
ADS Canada	113	Isolofoam.....	95
Avenord	111	J. A. Roby.....	93
BMR Novago Coopérative	58	JELD-WEN	17
BP Saint-Gobain	5	JRTech Solutions.....	47
Castle.....	13	La Maison du 21 ^e siècle.....	97
CertainTeed Saint-Gobain.....	31	LUXO CRÉATIONS	25
Dealers Choice.....	109	Orgill	115
Duchesne.....	35	RONA	3, 70, 98
ETALEX	105	Royal Solutions de bâtiment... 61	
Évolution DMC	101	Sanbec	108
EvoX.....	63	STELPRO	48
GENTEK.....	107	Taiga Produits de bâtiment	36
Goodfellow	9	TIMBER MART.....	2
Henkel (Lepage)	21	UCP Paint.....	23
Home Hardware	116		

Vers une grille de cotisations plus équitable pour les fournisseurs de l'AQMAT

Réunis le 28 août dernier, les administrateurs de l'association ont voté à l'unanimité une résolution qui marquera un tournant dans la façon dont les cotisations des fournisseurs seront établies à compter de 2026. L'objectif : corriger une iniquité croissante et stabiliser les revenus d'adhésion de l'association.

Lire aussi le mot du président du conseil en page 114 sur le même sujet.

Le Plan stratégique 2025-2027 de l'AQMAT identifie clairement le problème : l'iniquité et l'attrition des revenus de cotisation. Jusqu'à présent, les marchands étaient assujettis à une grille tenant compte de leur taille — permettant aux plus petits commerces de payer proportionnellement moins que les grandes surfaces — mais ce n'était pas le cas pour les fournisseurs. Cette asymétrie devenait de plus en plus difficile à justifier.

L'effet de la consolidation

Le phénomène de consolidation entre fournisseurs a accentué la problématique. À mesure que des entreprises fusionnent ou grandissent, le nombre de cotisants distincts diminue, ce qui entraîne mécaniquement une baisse des revenus pour l'AQMAT. Or, ces ressources sont essentielles pour financer les opérations de l'association et en particulier, ses actions et frais de représentation auprès des médias et des gouvernements qui ne sont directement financés par aucune source de revenu, contrairement aux activités comme le gala, le congrès, les golfs, les formations, etc.

Une grille repensée pour 2026

Une grille tarifaire est donc introduite, applicable à l'ensemble des fournisseurs à partir de la date anniversaire de leur adhésion en 2026.

La nouveauté majeure réside dans les paramètres retenus : le calcul des cotisations tiendra compte du nombre d'employés affectés spécifiquement au secteur de la quincaillerie et des matériaux au Québec.

Ce critère permettra d'adapter la contribution à la réalité opérationnelle de chaque fournisseur, sans pénaliser injustement les plus modestes ni avantager indûment les plus imposants.

Dans leurs réflexions, les administrateurs ont pris en compte que l'association sœur « Bien fait ici » applique déjà une formule comparable depuis six ans qui semble satisfaire toutes les parties.

Une décision tournée vers l'avenir

L'alignement fort en faveur de cette réforme, tant du conseil d'administration que de la direction de l'AQMAT, est motivé par la pérennité financière de l'association, actuellement menacée par la consolidation.

Du point de vue des fournisseurs, la mesure s'inscrit dans une logique de justice et de solidarité sectorielle : chacun contribue en fonction de ses moyens réels, au bénéfice de l'ensemble de la communauté.

En instaurant cette nouvelle grille tarifaire, l'AQMAT poursuit ainsi sa mission de défendre les intérêts de ses membres, tout en adaptant ses pratiques à l'évolution du marché et aux réalités de l'industrie.

À noter que tout le processus sera basé sur la bonne foi, chaque fournisseur étant libre de cocher la case qu'il considère la plus appropriée à sa situation, cela sans que l'AQMAT ne soit en mesure de procéder à quelque vérification.

Grille tarifaire des cotisations des fournisseurs à partir de 2026

Nombre d'employés	Coût
1 à 10	650 \$
11 à 25	800 \$
26 à 50	950 \$
51 à 100	1 450 \$
101 à 250	2 400 \$
251 et plus	3 450 \$

Chaque fournisseur sera avisé individuellement lors du renouvellement de sa cotisation qui survient à la date originelle de son adhésion.

L'Expertise du pin au Québec: Qualité, volume & service complet

PARTICIPANT



ici-here.ca

**Nous sommes
la référence en pin
pour tous vos projets.**

Découvrez nos capacités:

Volume et flexibilité: Notre inventaire comprend du pin brut, plané, sur mesure (patrons ou dimensions), du bois de finition (teint, peint ou apprêté) et du gros bois d'œuvre.

Qualité de pointe: Séchage spécialisé et classement certifié pour une stabilité parfaite.

Service clé en main: De l'usinage à la finition et la livraison, nous offrons une solution complète, gérée de A à Z.

goodfellowinc.com |    800 361-6503



Code de conduite dans deux univers : les épiceries et les quincailleries

Le Code des épiciers, s'il est adopté par tous les grands joueurs et appliqué rigoureusement, pourrait transformer les pratiques commerciales dans l'alimentation. Pour le secteur des quincailleries au Québec, l'adoption d'un Code semblable permettrait d'améliorer la confiance, la stabilité et la collaboration dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Puisque notre Plan stratégique prévoit l'avancement de ce chantier, voici un état de la situation qui prévaut chez nos collègues des épiceries.

Le projet des épiciers arrive à maturité, fruit d'un travail collaboratif entre plusieurs associations patronales, les chaînes de détaillants, les fournisseurs, les producteurs alimentaires ainsi que les instances provinciales et fédérales. Il vise à encadrer les relations commerciales afin de rendre les pratiques plus équitables.

Jalons récents

- Création de l'Office of the Grocery Sector Code of Conduct (OGSCC), dirigé par Karen Proud.
- Mise en œuvre complète prévue pour le 1^{er} janvier 2026.
- Rédaction en cours des documents de gouvernance (Operating Rules, Bylaws), des modalités de résolution des différends et des mécanismes d'adhésion.
- Empire Company Ltd. (Sobeys, IGA) est le premier détaillant inscrit; Lactalis Canada le premier fournisseur.
- Les grands joueurs (Loblaw, Metro, Walmart, Costco) ont approuvé les principes du Code mais n'ont pas encore adhéré formellement. Leur engagement officiel est attendu.

Contenu attendu du Code des épiciers

1. Principes directeurs

- Transparence : clarté sur les frais, conditions et modifications contractuelles.
- Prévisibilité : éviter les changements unilatéraux.
- Équité : garantir un traitement juste, notamment pour les petits fournisseurs.

2. Pratiques commerciales encadrées

- Interdiction des changements de contrat sans préavis raisonnable.

- Encadrement des frais imposés (marketing, mise en tablette, livraison).
- Conditions de paiement claires et respectées.
- Allocation équitable des produits lors de ruptures d'approvisionnement.

3. Gouvernance et conformité

- OGSCC responsable des adhésions, du suivi et de la gestion des différends.
- Procédures graduelles : discussion directe, médiation, arbitrage.

4. Mise en œuvre

- Adhésion volontaire mais encouragée par pression publique et réputation.
- Soutien gouvernemental : financement de l'Office, collaboration provinces-fédéral.
- Suivi et audits pour vérifier l'application et mesurer les effets.

Défis et enjeux

L'efficacité du Code repose sur l'adhésion réelle des grands détaillants. Sans leur engagement, l'impact resterait limité.

La question des sanctions demeure sensible : amendes, retrait du statut de membre, arbitrage obligatoire ou dénonciation publique sont envisagés.

Le coût administratif est un autre enjeu : conformité, documentation, formation et gestion des litiges exigent des ressources, ce qui pourrait se répercuter sur les prix de détail.

Enfin, une coordination interprovinciale et fédérale sera nécessaire pour assurer une application uniforme, surtout pour les fournisseurs présents dans plusieurs provinces.

Inspiration pour le secteur de la quincaillerie

Bien que distinct, l'univers des quincailleries partage des dynamiques similaires. Un Code inspiré de celui des épiciers pourrait instaurer de meilleures pratiques.

Principes cardinaux

- Transparence : conditions et frais clairs, avec préavis raisonnable.
- Équité : même traitement pour petits manufacturiers locaux et multinationales.
- Prévisibilité : stabilité des ententes (marges, coûts de transport, conditions de retour).
- Partenariat durable : relations orientées vers l'innovation, l'approvisionnement local et la satisfaction des clients.

Pratiques commerciales

- Interdiction de modifier unilatéralement remises, promotions ou délais.
- Refus des frais « surprises » (mise en marché, pénalités, espace tablette).
- Délais de paiement respectés et recours en cas de retard abusif.
- Répartition équitable en cas de pénurie (ex. matériaux de construction).
- Transparence dans le partage des coûts de promotion (circulaires, bannières, plateformes numériques).
- Clause de valorisation des produits québécois dans l'offre des quincailleries.

Gouvernance et conformité

- Création d'un « Office de la bonne conduite » indépendant, mais affilié à l'AQMAT.
- Adhésion volontaire, mais encouragée par l'AQMAT et les grandes bannières.
- Rapports annuels sur les adhésions, différends réglés et impacts.

Résolution des différends

- Étapes hiérarchisées :
 - 1. Discussion directe.**
 - 2. Médiation confidentielle par l'Office.**
 - 3. Arbitrage rapide et peu coûteux, décision exécutoire.**
- Délais maximum de 90 jours pour éviter les blocages.

Mise en œuvre et accompagnement

- Phase pilote d'un an : volontaires appliquent le Code et produisent un retour d'expérience.
- Formation : webinaires et guides pour détaillants et fournisseurs.
- Évaluation continue : consultation annuelle des membres pour améliorer le dispositif.

Bénéfices attendus

- Moins de litiges et de tensions entre détaillants et fournisseurs.
- Conditions plus équitables pour les petits fabricants québécois.
- Relations d'affaires stables et prévisibles, propices à l'innovation et à la compétitivité.
- Image renforcée du secteur comme acteur responsable, solidaire et équitable.
- Rôle intéressant pour l'AQMAT comme facilitateur des échanges.

En perspective, je compte proposer au conseil d'administration la création d'un comité des sages, chargé de suivre ce que font les épiciers et d'accoucher sur une formule qui pourrait être acceptable par toutes les parties en quincaillerie.



Richard Darveau
Président
rdarveau@aqmat.org

Contenants et conformité : ce que les fabricants doivent savoir

Depuis le 1^{er} juin 2025, toute entreprise doit se conformer aux nouvelles exigences linguistiques prévues par la Charte de la langue française. Cette page se consacre aux exigences imposées aux fabricants et distributeurs.

Les exigences s'étendent : non seulement toute information inscrite sur le produit, son emballage et les documents qui l'accompagnent doit être en français, mais des précisions importantes viennent renforcer la primauté du français. Ces règles s'appliquent à toutes les unités de conditionnement (contenants, boîtes, manchons) ainsi qu'aux notices d'utilisation et aux garanties.

Ce qui n'a pas changé

Obligation de français : Tout texte, nom générique, descriptif, injonction, mode d'emploi, doit impérativement être en français.

Présence facultative d'autres langues : Les mentions en anglais ou en toute autre langue sont permises, à condition qu'elles n'éclipsent pas le français. Les caractères, la taille et la disposition doivent favoriser la lecture du français en priorité.

Marques de commerce : Une marque déposée à l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) ou consacrée par l'usage peut apparaître dans sa forme originale, même si elle est en anglais. Attention toutefois : si une version française de cette marque a été déposée à l'OPIC, elle doit également figurer sur l'emballage.

Nouveautés depuis le 1^{er} juin 2025

Les principaux changements concernent désormais les éléments génériques ou descriptifs intégrés à une marque de commerce :

Inclusion obligatoire du français : Les termes descriptifs (ingrédients, couleur, parfum, format, caractéristiques techniques) juxtaposés ou fusionnés à la marque de commerce doivent apparaître en français sur le produit ou sur un support permanent (étiquette, notice).

Exceptions : Seuls le nom commercial du produit et la raison sociale de l'entreprise peuvent demeurer dans leur version originale, quelle qu'elle soit.



Par exemple, si votre produit s'appelle « BestSpray », vous pouvez conserver ce nom en anglais, mais les mentions « Peinture en aérosol » ou « Peinture à séchage rapide » doivent être clairement indiquées en français.

Période de transition jusqu'au 1^{er} juin 2027

Les produits fabriqués **avant le 1^{er} juin 2025** et dont la marque française n'était pas déposée au 26 juin 2024 peuvent être vendus sans modification pendant cette période. Cependant, au-delà de juin 2027, tout étiquetage non conforme sera passible de sanctions administratives et pourra nuire à la réputation de votre marque.

Le saviez-vous ?

Un présentoir en magasin est considéré comme de la publicité commerciale : tous les textes qui y figurent doivent respecter la prédominance du français. Il faut donc adapter les PLV (publicité sur le lieu de vente) et les présentoirs personnalisés.

Conseils pratiques pour réussir sa conformité

Audit interne : Dresser l'inventaire de vos gammes de produits et identifiez les mentions susceptibles de contrevenir aux règles.

Mise à jour progressive : Profiter de la période de transition pour commander de nouveaux moules d'étiquettes ou ajuster les contrats d'impression.

Validation légale : Consulter un expert en marques de commerce pour vous assurer que vos dépôts OPIC sont à jour.

Communication claire : Informer les partenaires de distribution et les équipes marketing des changements à venir.



Pour toute question supplémentaire, scannez ce code QR.



Castle est le groupement d'achat de bois d'oeuvre et de matériaux de construction détenu par ses membres qui croît le plus rapidement au Canada!

Nos membres forment un réseau national grandissant de détaillants indépendants qui sont les piliers de leur collectivité, et nous avons pour priorité de comprendre leurs besoins uniques.

Grâce à notre modèle de fonctionnement, nous nous engageons à toujours soutenir leur réussite et leur offrons la liberté requise pour prendre en main leur destinée.

Découvrez pourquoi un nombre croissant de détaillants indépendants se joignent à Castle. Ensemble, nous bâtissons des communautés.



« Castle est une extension de notre famille. En tant que partenaire, le groupe favorise notre croissance, collabore avec nous et nous fournit le soutien dont nous avons besoin.

Castle nous offre ceci et tellement plus. »

Ken Crombie
Hudson Hardware
Hudson, QC



BALAYEZ LE CODE POUR
REGARDER LA VIDÉO

Contactez votre directeur du développement des affaires régional aujourd'hui!

Robert Legault

DIRECTEUR DU DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES
OUEST ET CENTRE DU QUÉBEC

514-208-4158 | rlegault@castle.ca

Richard Hamel

DIRECTEUR DU DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES
EST DU QUÉBEC ET NORD DU NOUVEAU-BRUNSWICK

418-520-6244 | rhamel@castle.ca



**VOUS ÊTES LA
MARQUE**

Fin du « de minimis » américain : ce que ça change pour les exportateurs du Québec et du Canada

Les États-Unis ont suspendu l'exemption « de minimis » qui permettait d'expédier des colis de moins de 800 \$ US sans droits ni procédures lourdes. Depuis le 29 août 2025, tous les envois commerciaux vers les États-Unis sont soumis aux droits et formalités, avec des barèmes de 10 % à 50 % selon l'origine, et, pour une période transitoire, certains forfaits en poste internationale. L'administration américaine et l'agence des douanes (CBP) confirment l'entrée en vigueur et la préparation des systèmes afin d'appliquer la mesure.

Impacts directs sur nos PME

Hausse des coûts à l'expédition

- Fin de l'entrée « Section 321 » : chaque colis génère désormais des droits, taxes et des frais administratifs (ex. la Merchandise Processing Fee, souvent forfaitaire sur les faibles valeurs).
- Les opérateurs postaux et plusieurs transporteurs ont restreint ou suspendu temporairement leurs envois vers les États-Unis, ce qui crée des retards et une incertitude logistique. Postes Canada avertit que tous les envois postaux vers les États-Unis doivent désormais être préacquittés des droits.

Cas particulier « made in Canada »

- Les produits originaires du Canada qui respectent les règles d'origine de l'ACEUM (CUSMA/USMCA) peuvent encore obtenir un traitement tarifaire préférentiel, mais l'importateur doit produire une certification d'origine et conserver la documentation requise; sans cela, des droits s'appliquent.

Effets secteur par secteur

- Fabricants/assembleurs qui expédiaient des pièces en petits lots subiront une inflation de coûts et une complexité documentaire plus élevée par envoi.
- Logistique : montée en charge pour déclarations formelles et calcul des droits, révision des promesses de délais transfrontaliers. Les perturbations postales internationales observées à l'échelle mondiale se répercutent sur le corridor Canada-États-Unis.

Risques concurrentiels... mais aussi fenêtres d'opportunité

- Rééquilibrage face aux plateformes étrangères à ultra-bas coûts : l'avantage artificiel des colis franchises de droits disparaît pour les vendeurs non nord-américains. Les marques et détaillants québécois qui fabriquent

ou transforment ici et certifient l'origine ACEUM peuvent retrouver de la compétitivité relative.

- Pression sur les coûts d'acquisition : toute hausse de prix US peut freiner la conversion; il faudra travailler l'offre (bundles, abonnements, valeur perçue) et la logistique (consolidation) pour amortir les frais fixes par commande.

Que faire maintenant ?

1. Vérifier l'origine et documenter

- Cartographiez vos SKU : lesquels sont « originaires ACEUM » ? Mettez en place une certification d'origine (exportateur, producteur ou importateur) et un archivage de 5 ans. Cible : faire entrer zéro droit quand l'origine canadienne est admissible.

2. Basculer vers des entrées formelles efficaces

- Passez en « Delivered Duty Paid » (DDP) avec calcul en amont, ou utilisez des courtiers/transporteurs capables d'entrée automatisée pour réduire les frais et les délais.

3. Optimiser la logistique

- Consolider les micro-colis vers un hub US (3PL) puis réexpédier domestiquement : on mutualise la déclaration et on dilue les frais par unité.
- Revoir le mix postal/courrier à court terme, le temps que les flux postaux se normalisent. Surveillez les avis opérationnels de Postes Canada et de vos transporteurs.

4. Repenser l'offre commerciale

- Augmenter la valeur panier (*bundles*, minimums d'achat, programmes récurrents).
- Ajuster le prix de vente et les promotions pour absorber droits et frais fixes sans dégrader la marge.
- Mettre en avant le fabriqué au Canada et la proximité.

5. Gouvernance et conformité

- Mettre à jour les systèmes (HS, pays d'origine, valeur) et les contrats (Incoterms, responsabilité des droits).
- Former les équipes service client : expliquer les délais potentiels et la transparence sur les frais.

La fin du « de minimis » est durable : planifier **comme si l'exemption n'existait plus**.

Les entreprises québécoises peuvent transformer ce choc en avantage si elles certifient correctement l'origine ACEUM, consolident leurs flux et réorientent leur proposition de valeur vers la qualité, la proximité et la réactivité.

Quelques exemples concrets du secteur de la quincaillerie

SKU 1 – Charnières et quincaillerie de porte		
HS code	Origine	Prix unitaire exporté
8302.10 (charnières)	Chine	5 \$ CAD
Impact : auparavant expédié en petits lots sans droits, désormais soumis à 10–25 % de droits + frais fixes (ex. MPF ~10 \$ par entrée). Sur une commande de 20 unités (100 \$ CAD), le coût additionnel peut dépasser 30 %, rendant l'opération non viable en direct B2C.		

Solution : consolider les commandes, réacheminer vers un 3PL américain pour réduire le coût fixe par unité.

SKU 2 – Serrures de sécurité fabriquées au Québec		
HS code	Origine	Prix unitaire exporté
8301.40 (serrures)	Canada (ACEUM conforme)	60 \$ CAD
Impact : si certificat d'origine fourni, entrée sans droits. Les concurrents étrangers sont pénalisés par la fin du « de minimis », ce qui redonne un avantage compétitif au produit canadien.		

Solution : mettre en avant l'argument « fabriqué au Canada » et garantir la documentation ACEUM pour sécuriser l'exemption tarifaire.

SKU 3 – Gants de travail en cuir		
HS code	Origine	Prix unitaire exporté
4203.29 (gants)	Pakistan	12 \$ CAD
Impact : droits de 15 % + frais fixes. Sur une commande de 50 unités (600 \$ CAD), la tarification finale côté client augmente d'environ 120 \$, soit +20 %.		

Solution : favoriser des ventes en gros (minimum de commande), ou passer par des distributeurs US pour importer en lot.

SKU 4 – Colles et adhésifs de construction		
HS code	Origine	Prix unitaire exporté
3506.91 (colles et mastics)	Canada	15 \$ CAD
Impact : si certification ACEUM, entrée sans droits. Forte opportunité de gain de parts de marché face aux produits importés d'Asie.		

Solution : certifier systématiquement l'origine et accentuer le marketing sur la fiabilité et la disponibilité locale.

SKU 5 – Visserie et boulonnerie		
HS code	Origine	Prix unitaire exporté
7318.15 (boulons et vis)	Chine et Canada (selon fournisseur)	0,05 \$ CAD/unité
Impact : sur les articles chinois, les frais fixes dépassent la valeur de la marchandise (un envoi de 100 \$ CAD pourrait supporter 80–200 \$ de frais). Les produits canadiens, eux, gardent un avantage compétitif si certifiés ACEUM.		

Solution : regrouper la visserie dans des assortiments d'une valeur plus élevée ou la faire passer par un distributeur américain.

Enseignements pour les entreprises québécoises

- Les produits de faible valeur unitaire importés d'Asie deviennent quasi impossibles à expédier directement en petits lots vers les consommateurs américains.
- Les articles fabriqués au Québec et conformes ACEUM deviennent plus compétitifs, car exempts de droits, alors que leurs équivalents asiatiques subissent des taxes et frais fixes.
- Les stratégies gagnantes : consolidation des envois, recours aux firmes logistiques américaines, montée en gamme de l'offre et communication renforcée sur l'origine canadienne.

L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE RENCONTRE LE DESIGN

JELD-WEN®



APPRENEZ-EN PLUS.
jeld-wen.ca



ENERGY STAR
HAUTE EFFICACITÉ
HIGH EFFICIENCY



Une céramique chinoise résisterait à plus de 3 600 °C

Des chercheurs chinois ont développé une céramique capable de supporter des températures extrêmes allant jusqu'à 3 600 °C en atmosphère oxydante, soit bien au-delà des limites actuelles des matériaux utilisés dans l'aéronautique et l'exploration spatiale. Ce bond technologique pourrait changer la donne pour les véhicules hypersoniques, souvent freinés par les contraintes thermiques.



L'équipe, dirigée par le professeur Chu Yanhui de l'Université de technologie de Chine du Sud, a publié ses résultats dans la revue *Advanced Materials*. Le matériau, un carbure multi composant à haute entropie, est constitué d'un alliage complexe d'hafnium, tantale, zirconium et tungstène. Sa singularité : une structure d'oxyde autoformée qui agit comme un bouclier thermique.

« Notre matériau présente un taux d'oxydation significativement plus faible à 3 600 °C que tout ce qui avait été testé auparavant », explique le professeur Chu au *South China Morning Post*. Cela le rend prometteur pour des applications directes en tant que couche externe de protection thermique pour les engins spatiaux.

Pourquoi est-ce important ?

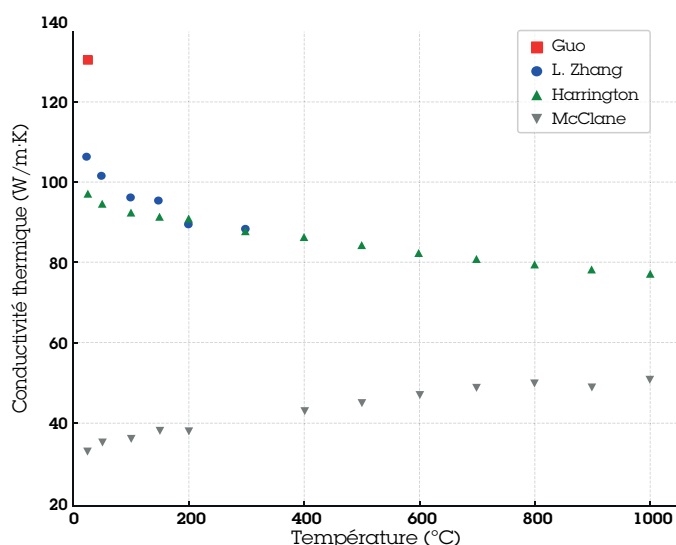
Dans l'univers des technologies hypersoniques, la température est l'ennemi à battre. À des vitesses dépassant Mach 5, les frottements de l'air génèrent une chaleur si intense qu'elle peut rapidement désintégrer les matériaux conventionnels. À titre de comparaison, les tuiles thermiques du Starship de SpaceX supportent environ 1 370 °C, selon *Ars Technica*.

Jusqu'ici, les meilleures céramiques UHTC (Ultra-High Temperature Ceramics) — telles que le carbure de zirconium ou le diborure d'hafnium — atteignaient péniblement les 3 000 °C. Le nouveau matériau chinois repousse cette limite de plus de 20 %, ce qui pourrait permettre le développement de véhicules hypersoniques réutilisables, de boucliers thermiques plus légers, et de turbines aéronautiques plus efficaces. Une percée aux répercussions multiples.

Selon une analyse du *Journal of Materials Science*, les céramiques à haute entropie présentent un potentiel révolutionnaire pour la propulsion spatiale, les moteurs à réaction et même les réacteurs nucléaires de prochaine génération. Leur résistance exceptionnelle à l'oxydation et leur stabilité mécanique sous des contraintes thermiques extrêmes en font des candidats idéaux pour les technologies du futur.

Les scientifiques chinois ne sont pas les seuls à investir ce domaine. Des recherches similaires sont en cours au Sandia National Laboratories aux États-Unis et à l'Institut Max Planck en Allemagne. Toutefois, la Chine semble avoir pris une longueur d'avance, notamment grâce à une approche combinant matériaux exotiques et intelligence artificielle pour modéliser les comportements thermiques.

Conductivité thermique en fonction de la température



Utile à l'industrie de la construction ?

En l'état actuel, ces nouvelles céramiques ultrarésistantes ne sont pas directement conçues pour le secteur de la construction, mais certaines propriétés pourraient éventuellement inspirer des applications dans les matériaux de bâtiment à haute performance.

Pourquoi ce type de céramique est-il unique ?

La céramique développée par les chercheurs chinois vise des conditions extrêmes : températures $>3600^{\circ}\text{C}$, environnement oxydant, pressions très élevées. Elle repose sur des métaux réfractaires coûteux (hafnium, tantale, tungstène) et une conception à haute entropie complexe — très éloignée des céramiques industrielles classiques (carrelages, tuiles, briques réfractaires, etc.).

Applications possibles dans la construction (à moyen/long terme)

1. Matériaux ignifuges hautes performances

Dans certains bâtiments sensibles (centres de données, centrales électriques, usines chimiques, gratte-ciel), des matériaux capables de résister à des incendies intenses pendant plus longtemps sont très recherchés. Ces céramiques pourraient inspirer des revêtements coupe-feu plus efficaces.

2. Isolation thermique extrême

En s'inspirant de la microstructure de cette céramique, il serait possible de concevoir des isolants thermiques résistants à des chaleurs extrêmes, utiles notamment pour les structures en zone désertique, volcanique, ou dans certains fours industriels intégrés aux bâtiments.

3. Bétons ou tuiles céramiques plus durables

Les principes de « haute entropie » pourraient être appliqués à de nouveaux types de bétons ou matériaux composites céramiques, capables de mieux résister aux cycles thermiques, à l'érosion chimique ou aux conditions climatiques extrêmes.

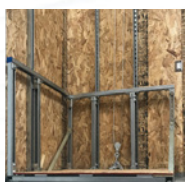
Limites actuelles

- **Coût très élevé** : ces matériaux utilisent des métaux rares et sont élaborés en laboratoire.
- **Technologie émergente** : encore loin d'un passage à l'échelle pour des applications civiles.
- **Non recyclables à ce stade** : problématique pour la construction durable.

Conclusion

Ce type de recherche ne transformera pas tout de suite les tuiles de toit ou les planchers chauffants, mais **il ouvre des pistes pour la prochaine génération de matériaux de construction intelligents**, notamment dans le haut de gamme, les bâtiments à haute valeur stratégique ou les infrastructures critiques.

Superstrut™



Le kit de construction pour vos besoins !

Assez fort pour toutes les applications, mais créatif par conception.



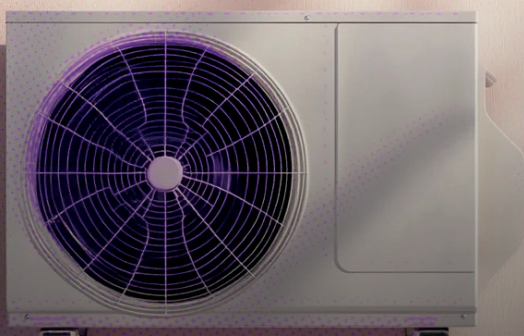
Imaginez toutes les possibilités.

Durable et facile à assembler.

Créez vos propres structures de supports



par ABB



La climatisation zéro émission : le potentiel des réfrigérants solides barocaloriques

Alors que près de 2 milliards de climatiseurs sont en service dans le monde, leur impact environnemental ne cesse de croître : fuites de gaz à effet de serre et forte consommation électrique. Face à ce défi, une innovation prometteuse émerge : les réfrigérants solides, dits barocaloriques, qui pourraient révolutionner le froid sans émissions polluantes.

Le phénomène thermodynamique repose sur des matériaux solides (souvent des cristaux plastiques) qui, soumis à de fortes pressions (~1 000 bar), subissent un changement de structure moléculaire. Les molécules, initialement tournoyantes, se figent, entraînant une forte libération de chaleur. Lorsqu'on relâche la pression, elles se réorganisent, absorbant la chaleur ambiante : effet refroidissant. Ce procédé est comparable à celui d'un bloc piston qui, en se comprimant, libère de la chaleur, et en se détendant, refroidit le système.

Pionniers à Cambridge et matériaux utilisés

À l'Université de Cambridge, le professeur Xavier Moya et son équipe explorent depuis 15 ans ces matériaux. Ils ont notamment identifié le neopentylglycol (NPG) comme candidat prometteur : peu coûteux, non toxique et doté de performances de refroidissement « colossales » proches de celles des gaz classiques.

Une étude récente (avril 2025) montre qu'en mélangeant le NPG avec deux autres molécules, il est possible de décupler l'efficacité à pression modérée (~1 kbar), atteignant des sauts thermiques de $\pm 9^\circ\text{C}$.

Vers des prototypes et applications réels

La spin off Barocal, co fondée par Xavier Moya en 2019, porte ces découvertes vers un usage industriel. Soutenue par Bill Gates (Breakthrough Energy) et le Conseil européen de l'innovation, la startup a levé environ 5M\$.

Le prototype actuel tient dans un conteneur de la taille d'une valise, utilise un circuit hydraulique et quatre cylindres de cristaux. Il est fonctionnel même s'il reste bruyant et encombrant. Il a ainsi rafraîchi des canettes dans un mini frigo.

Barocal vise désormais une industrialisation, débutant par des systèmes pour centres commerciaux, entrepôts, écoles ou datacenters, avec l'ambition d'un produit commercial en 2028.

Avantages et défis

- Zéro GWP (Potentiel de réchauffement global) : aucun gaz à effet de serre nécessaires, fin des fuites polluantes.
- Efficacité énergétique : promet des rendements jusqu'à 2-3 fois supérieurs aux systèmes à gaz.
- Matériaux bon marché et recyclables : solides organiques faciles à produire et à recycler.

Mais certains défis doivent être relevés :

- Pression élevée nécessaire, ce qui impose des composants robustes et efficaces.
- Bruyance et encombrement : les prototypes doivent être miniaturisés et silencieux.
- Compétition avec les systèmes existants, comme les pompes à chaleur et gaz à faible GWP (CO_2 , propane).

Visions d'avenir

Des études académiques (notamment de Cambridge, d'Espagne et d'Italie) montrent que ces systèmes offrent un coefficient de performance (COP) favorable et un fort potentiel pour les frigos domestiques et la chaîne du froid.

Barocal prévoit, d'abord, un déploiement B2B, puis le grand public. L'objectif : des prix comparables à la clim traditionnelle tout en réduisant les émissions jusqu'à 75 % selon Breakthrough Energy.

Conclusion

L'ère des climatiseurs sans gaz polluants semble se profiler. Grâce aux matériaux barocaloriques solides, la performance du froid pourrait être associée à une empreinte carbone réduite, un silence accru et une miniaturisation possible.



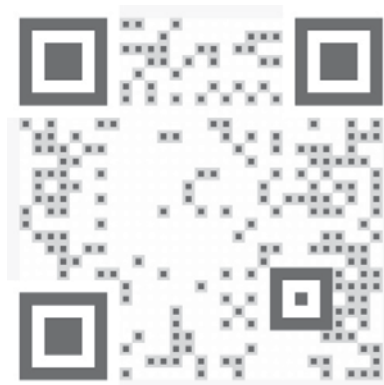
ÇA MARCHE. POUR VRAI.^{MC}



PL
PREMIUM MAXTM

LePage® PL PREMIUM MAX est l'adhésif pour la construction le plus résistant et le plus durable qui demeure entièrement solide après durcissement. Grâce à sa technologie exclusive d'adhésif au contenu hautement solide, ce produit est idéal pour la plupart des projets d'intérieur ou d'extérieur nécessitant une résistance à long terme et pour lesquels la durabilité ne peut être compromise.*

- L'adhésif le plus résistant et le plus durable pour tous les matériaux
- Demeure entièrement solide et ne forme pas de poches d'air
- Tenue rapide et peut être repositionné dans un délai de 20 minutes



Un matériau fibreux pour remplacer le Styrofoam

Avec la permission spéciale de la publication «Le Maître Papetier», le Magazine AQMAT partage cet article sur une innovation écologique prometteuse.

Une équipe de chercheurs du département de biomatériaux forestiers de l'Université NC State développe un nouveau matériau capable de remplacer la mousse plastique, l'un des polluants les plus persistants dans les décharges et l'environnement.

Utilisée dans les contenants alimentaires, les emballages ou les matériaux de calage, la mousse plastique — souvent appelée Styrofoam — est difficile à recycler et non biodégradable. Elle occuperait jusqu'à 30 % du volume des sites d'enfouissement à l'échelle mondiale.

Pour répondre à cet enjeu, les chercheurs ont conçu un matériau à base de fibres naturelles, entièrement recyclable et biodégradable. Ce biomatériau pourrait aussi remplacer les mousses utilisées pour l'isolation. Ce matériau pourrait aussi servir dans les coussins de mobilier et les composants automobiles.

Le projet a obtenu le soutien du Chancellor's Innovation Fund, un programme de financement sélectif qui appuie chaque année des projets de recherche à fort potentiel commercial. Grâce à ce soutien, l'équipe prévoit de collaborer avec des partenaires industriels, notamment dans les domaines de la fibre, de l'emballage, de l'isolation et de la distribution.

Cette innovation, à la croisée des secteurs de la foresterie, des matériaux durables et de l'économie circulaire, pourrait marquer une étape clé dans la réduction de l'usage du polystyrène expansé.

Plusieurs produits sont fabriqués à partir de Styrofoam, la marque la plus populaire de polystyrène, un plastique dérivé du pétrole. Comme le Styrofoam n'est ni recyclable ni biodégradable, ces produits sont rapidement jetés et se retrouvent dans les sites d'enfouissement ou les cours d'eau, où ils peuvent mettre jusqu'à 500 ans à se décomposer.

Chaque année, plus d'un million d'animaux marins meurent à cause des déchets plastiques dans les océans.

Les articles fabriqués en Styrofoam ne sont utilisés que très brièvement avant d'être jetés. Pourtant, ils représentent une menace majeure pour la santé humaine et celle des écosystèmes. La légèreté et la flottabilité du Styrofoam lui permettent de parcourir de longues distances dans l'eau. Il peut aussi absorber et transporter des polluants toxiques, comme le mercure.

À propos de North Carolina State University – College of Natural Resources

Le College of Natural Resources de la North Carolina State University est un établissement de référence en matière de recherche, d'innovation et de formation dans les domaines de la foresterie, des biomatériaux, de l'environnement et de la gestion des ressources naturelles. Engagé dans le développement durable et l'économie circulaire, il collabore étroitement avec l'industrie et les communautés pour transformer les ressources naturelles en solutions innovantes au service de la société.



Solutions de peintures et revêtements sur mesure depuis 1960

ucp



19500, route Transcanadienne, Baie-D'Urfé, Québec. H9X 3S4 Canada

ucppaint.com

La MRC des Sources : hors des sentiers battus des matériaux traditionnels

L'essor des écomatériaux dans la MRC des Sources (incluant Thetford Mines) marque un tournant pour l'industrie locale. Résidus miniers, agriculture et innovation s'unissent autour de néomatériaux biosourcés, géosourcés et recyclés. Le Rendez-vous des écomatériaux, démarré en 2015, a mis en lumière une région prête à expérimenter avec le chanvre, les champignons, les plastiques nouvelle génération et le bois recyclé.

L L'héritage minier reste bien présent : des millions de tonnes de résidus sont prêts à être valorisés et certaines carrières sont encore en activité. «De la fibre d'amiante à la fibre biosourcée», résume Karine Thibault, conseillère stratégique à la MRC; une transition saisissante qui illustre le virage vers une économie plus durable.

Un marché à construire

Le fossé persiste entre petite production artisanale et industrie structurée. Exemple frappant : Nature Fibres maîtrise les isolants de chanvre... mais importe la matière première. À l'inverse, la Coopérative Monark cultive de l'asclépiade aux fibres prometteuses, mais les acteurs industriels ne suivent pas.

Pour articuler culture et transformation, la MRC vise l'implantation d'une chanvrière, inspirée des modèles français : une plateforme locale d'extraction de fibre, première du genre au Québec.

Chanvre, asclépiade, miscanthus, panic érigé... la diversité des cultures est remarquable. Mais un réseau solide, du champ à l'usine, reste à établir. Transitions techniques, logistiques et commerciales sont en chantier.

Le Carrefour innovation écomatériaux (CIM)

Situé dans le parc industriel de Val-des-Sources, le CIM accompagne des entreprises telles qu'Ardobec (ardoise), Nature Fibres et la SQDPI, en partenariat avec le Cégep et l'Université de Sherbrooke. Son objectif : relever les défis techniques et faciliter l'accès aux expérimentations industrielles.

Interplantés : cartographier et promouvoir

Autre initiative structurante : Interplantés. Ce réseau rassemble producteurs, industriels, chercheurs, architectes et constructeurs. Objectifs : créer un répertoire des acteurs et promouvoir l'intégration des écomatériaux dans la construction.

Karine Thibault insiste : «Comment attacher les maillons de la chaîne? Sans transformation, pas d'agriculture; sans matière première, pas d'industrie.» Tout l'enjeu est de créer une filière complète, de la culture à la mise en œuvre dans le bâtiment.

Avec l'implantation d'une chanvrière et le développement de filières locales pour l'asclépiade et le miscanthus, la MRC des Sources entend devenir autonome dans l'approvisionnement de ses néomatériaux, tout en offrant un modèle québécois unique.

Pour assurer la réussite, l'adoption des écomatériaux par les milieux de la construction (architectes, entrepreneurs, consommateurs) est cruciale. Interplantés travaille à sensibiliser et former ces acteurs à de nouvelles techniques, matériaux et certifications durables.

L'approche de la MRC s'appuie sur :

1. La valorisation géosourcée (résidus miniers, ardoise);
2. La bioéconomie (chanvre, asclépiade, miscanthus);
3. Le recyclage industriel (bois, plastiques, etc.).

Ce modèle favorise la durabilité, crée des emplois régionaux et renforce le savoir-faire local.

Enjeux à venir

- Réglementation : normes, certifications, acceptabilité technique.
- Investissement : capitaux nécessaires pour transformer les résidus et biomasses.
- Formation : main-d'œuvre qualifiée et transfert de connaissances.
- Marchés : création de filières stables et débouchés industriels dans la construction et l'architecture.



LUXO^{MD}

VOTRE INTÉRIEUR, RÉINVENTÉ.



LUXO^{MD}
SIGNATURE

CRÉATIONS LUXO. NOUVEAU CHAPITRE. NOUVELLE VISION.

Reprise par un groupe chevronné, la marque fait peau neuve.

• Design actuel • Conception repensée • Service amélioré

✦ Une fiabilité renouvelée. Un style affirmé.

« Le développement de produits, c'est ma passion ! »

« Nous allons donner un nouveau souffle à cette compagnie en proposant de nouvelles lignes. Nous avons fait la tournée des clients afin de comprendre ce qu'ils recherchent... Nos produits seront différents, et ils vont se démarquer de ce qui est offert sur le marché en ce moment. »

— Annie Caron, actionnaire

(Entrevue complète à lire dans ce numéro.)

EXPLOREZ NOS
COLLECTIONS



À surveiller chez Créations Luxo : nouvelles collections 2026 à venir très bientôt !



Dossier déconstruction



Le futur marché des matériaux de récupération

Avec la permission du média en ligne *TheFutureEconomy.ca*, nous reproduisons ici de larges segments d'une conversation entre quatre observateurs de nos chantiers de construction. Ils proposent de miser sur la déconstruction, d'introduire la notion de réclamation durable dans l'industrie des assurances et de stimuler la demande en matériaux de récupération

Chaque année, le Canada produit des millions de tonnes de déchets de construction et de démolition, dont la plupart finissent dans des décharges. Parallèlement, nous sommes confrontés à une demande croissante de logements, à d'importants défis en matière d'accessibilité financière et à une crise climatique qui s'aggrave.

Par exemple, après les ravages causés par les feux de forêt et les inondations, nous ne perdons pas seulement des maisons, nous gaspillons également d'énormes quantités de matériaux qui pourraient être récupérés et réutilisés. En reconstruisant, nous reproduisons souvent les mêmes vulnérabilités auxquelles nous exposons initialement les communautés. Tous ces problèmes et risques en cascade créent un problème complexe.

En design, nous prenons constamment des microdécisions qui finissent par générer beaucoup de gaspillage. On choisissait une porte, le fabricant envoyait la mauvaise, et le constructeur disait : « Il suffit de s'en débarrasser et d'en acheter une nouvelle ». Nous avions tout ce beau bois ancien, ces briques artisanales et ces détails architecturaux qui finissaient à la poubelle chaque jour, surtout en cas de démolition résidentielle.

En creusant un peu, on réalise que c'est inhérent au système. À commencer par certains codes fiscaux aux États-Unis et au Canada : en 1940, ils ont commencé à encourager la démolition plutôt que la réutilisation.

Comment en sommes-nous arrivés là et quels sont les leviers que nous pourrions commencer à ajuster ?

Chez les assureurs, les équipes d'indemnisation sont en première ligne face aux événements de grande ampleur. Pensons aux feux de forêt, aux tempêtes de grêle, aux inondations : les experts en sinistres sont ceux qui sont confrontés à cette réalité.

Rappelons-nous l'incendie de Fort McMurray et la destruction de la communauté : les déchets, les longues files d'appareils électroménagers et de débris, tout un tas de choses partout. C'est dans ces situations qu'on réalise que tous ces déchets seront déplacés et déversés dans un site d'enfouissement.

Le nombre de tempêtes et d'événements climatiques augmente partout au Canada. Tous ces phénomènes génèrent destruction et déchets, qui finissent dans les sites d'enfouissement. Pour nous, il était absolument crucial de faire partie de la solution plutôt que du problème en tant qu'industrie.

L'expression « économie circulaire » peut sembler être un mot à la mode dans l'industrie. Mais un changement véritable et significatif exige de l'innovation et le courage de remettre en question le statu quo.

L'idée reçue la plus répandue concerne le fait que les matériaux récupérés sont de moindre qualité. Quand on entend « récupération », on pense à de gros tas de ferraille poussiéreux, à du bois qui s'effrite ou à des briques à moitié cassées, désorganisées et difficiles d'accès. En réalité, beaucoup de ces matériaux récupérés sont souvent de meilleure qualité que les matériaux neufs disponibles. Une grande partie du bois que nous récupérons est du beau bois vintage – on ne peut plus vraiment en acheter.



Si elle est bien menée, la déconstruction peut permettre de récupérer de 60 % à 90 % du poids des composantes d'un bâtiment. C'est une quantité énorme de charge matérielle que nous utilisons au Canada. Nos bâtiments actuels contiennent environ 625 000 milliards de dollars de matériaux.

Nous disposons de briques, de métal et de pierre fabriqués à la main : des matériaux dont la qualité surpasse celle de nombreux équivalents modernes.

Il faut changer cette mentalité qui considère les matériaux récupérés comme « moins bien que ». Nous devons commencer à reconnaître leur véritable valeur.

Et compte tenu des émissions de carbone générées par les bâtiments, le fait de récupérer et de réutiliser ces matériaux au lieu de les enfouir peut avoir un impact majeur, d'autant plus que nos décharges se remplissent rapidement.

Il s'agit en réalité de redéfinir les déchets comme des ressources et les bâtiments comme des banques de matériaux.

Du point de vue des assureurs, quelle est la norme actuelle après une catastrophe, comme une inondation ou un incendie ? Vous gérez ces matériaux dans votre bilan. Pourquoi tant de matériaux sont-ils généralement mis au rebut, et que faudrait-il vraiment pour changer cette pratique ou ce paradigme ?

Qu'il s'agisse d'une inondation, d'un incendie ou de sinistres plus courants comme une rupture de canalisation d'eau dans votre maison, la pratique courante consiste pour l'équipe de gestion des sinistres à intervenir et à démolir ce qui a été touché ainsi que les matériaux de construction. La démolition est devenue la norme au fil du temps.

Cela découle en partie du postulat du secteur selon lequel c'est ce que souhaitent les clients. Il y a quelques années, une étude auprès des assurés a fait ressortir des divergences flagrantes dans la gestion des sinistres.

L'une des plus notables est la demande croissante de pratiques de gestion des sinistres durables. Les gens souhaitent ces options, mais ne les comprennent pas toujours. Ils veulent avoir l'assurance que la solution sera sécuritaire à long terme, qu'ils n'auront pas à composer avec la moisissure, les bactéries ou les odeurs persistantes dans leur maison.

Il existe actuellement une forte volonté sur le marché canadien de voir les assureurs faire partie de la solution plutôt que du problème. On s'attend à ce que soit minimisé le gaspillage et que des mesures soient prises pour éviter les pertes futures, en fournissant des conseils sur les risques et des stratégies d'atténuation.

Certains préjugés systémiques, comme la perception désuète selon laquelle les clients ne souhaitent pas d'options durables, doivent être remis en question et renversés. Les attentes d'aujourd'hui sont très différentes de celles d'il y a 20 ans.

Ces approches durables nécessitent des coûts initiaux. Il faut être prêt à investir à court terme pour obtenir des avantages à long terme, qu'il s'agisse des fournisseurs qui doivent acheter du matériel et de l'équipement appropriés, ou des assureurs qui investissent dans la résilience climatique et la gestion des risques.





SUITE DE L'ARTICLE DE LA PAGE 27 >

Comment adopter la circularité ?

En dehors de l'Amérique du Nord, la pénurie de matériaux est plus marquée, notamment en Europe. L'idée de jeter des matériaux plutôt que de les réparer ou de les réutiliser ne tient plus la route. De nombreux endroits ont une plus grande appréciation culturelle de leurs bâtiments et sont plus enclins à les réutiliser ou à les restaurer plutôt qu'à les démolir et à en construire de nouveaux.

Les Pays-Bas, par exemple, sont reconnus pour leur travail dans ce domaine; tous les groupes de circularité y organisent des visites guidées, car ils sont très avancés.

À Paris et à Londres, des audits de valorisation sont réalisés avant la démolition d'un bâtiment. Ces audits garantissent que tous les matériaux utilisables sont cartographiés et récupérés avant la démolition. C'est une politique intelligente et pratique, que le Canada pourrait facilement adopter.

En Amérique du Nord, les bâtiments sont généralement conçus avec un horizon de 50 ans, tandis qu'en Europe, c'est plutôt 200 ans. Cette perspective à plus long terme conduit à se concentrer davantage sur la réutilisation adaptative et la conception en vue de la déconstruction.

Dès le départ, on planifie l'évolution ou le démantèlement d'un bâtiment au fil du temps, et pas seulement son utilisation et sa mise au rebut. C'est une approche très intentionnelle de la réflexion sur le cycle de vie.

Passer de pratiques de construction linéaires à des pratiques de construction circulaires n'est pas seulement un changement technique, c'est un changement systémique. Logiquement, cela a du sens, mais pourquoi n'en faisons-nous pas davantage ? Quels sont les obstacles les plus persistants auxquels vous faites face dans vos entreprises ou que vous observez dans l'ensemble du secteur lorsque vous essayez d'utiliser ou de construire avec des matériaux récupérés ou recyclés ?

Les principaux obstacles sont les politiques, les structures financières, les attitudes culturelles et les problèmes techniques.

D'un point de vue politique, les codes du bâtiment et les cadres d'assurance supposent souvent que les nouveaux matériaux sont intrinsèquement meilleurs et plus sûrs, ce qui n'est pas toujours vrai. Financièrement, la déconstruction internalise les coûts de main-d'œuvre et d'entretien que la démolition néglige, mais ne tient pas compte des économies réalisées grâce aux frais d'enfouissement évités, à la valeur de revente ou à l'empreinte carbone des matériaux récupérés.

Techniquement, il n'existe pas de norme nationale ni de système de certification pour les matériaux récupérés. Le bois d'œuvre provenant de bâtiments résidentiels est le matériau le plus utilisé en volume, mais en vertu du Code du bâtiment, il est impossible de construire avec du bois récupéré sans qu'il soit reclassé. Ce processus de reclassement reste opaque.

Tous ces facteurs créent des barrières systémiques. Pour les surmonter, il faut créer une demande culturelle. Une fois que les gens comprennent et apprécient ces matériaux pour leur valeur, la certification et les politiques suivront. Financièrement, la déconstruction devient alors viable, car les matériaux sont considérés comme des actifs et non comme des déchets.

Il serait peut-être nécessaire de présenter des exemples concrets de matériaux récupérés et réutilisés dans des revues d'architecture, des projets de démonstration et des plateformes similaires afin de les faire connaître.



Les assureurs ont peut-être aussi un rôle à jouer dans l'accélération des pratiques de construction circulaire. Existe-t-il des moyens de mieux encourager la réutilisation des matériaux, que ce soit par la conception des polices d'assurance, le traitement des sinistres ou même l'évaluation des risques couverts ?

« Nous devons promouvoir l'idée de construire des logements plus résilients, grâce à une conception plus intelligente des polices d'assurance, de meilleures pratiques de gestion des sinistres et des stratégies d'assurance internes », commente Richard Darveau, président de l'AQMAT.

« Nous ne préviendrons jamais tous les sinistres, mais nous pouvons réduire les sinistres catastrophiques. Cela ouvre de nouvelles possibilités de récupération des matériaux, de séchage sur place, de nettoyage des meubles et de recyclage ou de réparation », ajoute le porte-parole de l'association.

Ce n'est qu'en cas de catastrophe, lorsqu'aucune gestion des risques n'est en place, que rien n'est récupérable. Un exemple : imaginez deux sous-sols inondés côte à côte. L'un n'a pas de pompe de relevage, ou sa pompe tombe en panne à cause d'une panne de courant. L'autre est équipée d'une pompe de puisard avec batterie de secours, qui pompe l'eau activement.

Dans la première maison, le sous-sol est gravement endommagé et les possibilités de récupération sont limitées. Dans la seconde, les dégâts sont limités. Nous pouvons probablement y accéder, sécher la zone, puis retirer et récupérer rapidement le contenu.

Un autre facteur crucial est le *timing*. Après un sinistre, il existe une brève fenêtre de temps pendant laquelle il faut agir, soit pour démolir, soit pour restaurer. Il est essentiel de reconnaître et d'exploiter rapidement cette opportunité. Nous ne pourrions pas toujours tout restaurer, mais en réagissant à temps, nous pouvons optimiser ce qui est récupérable.

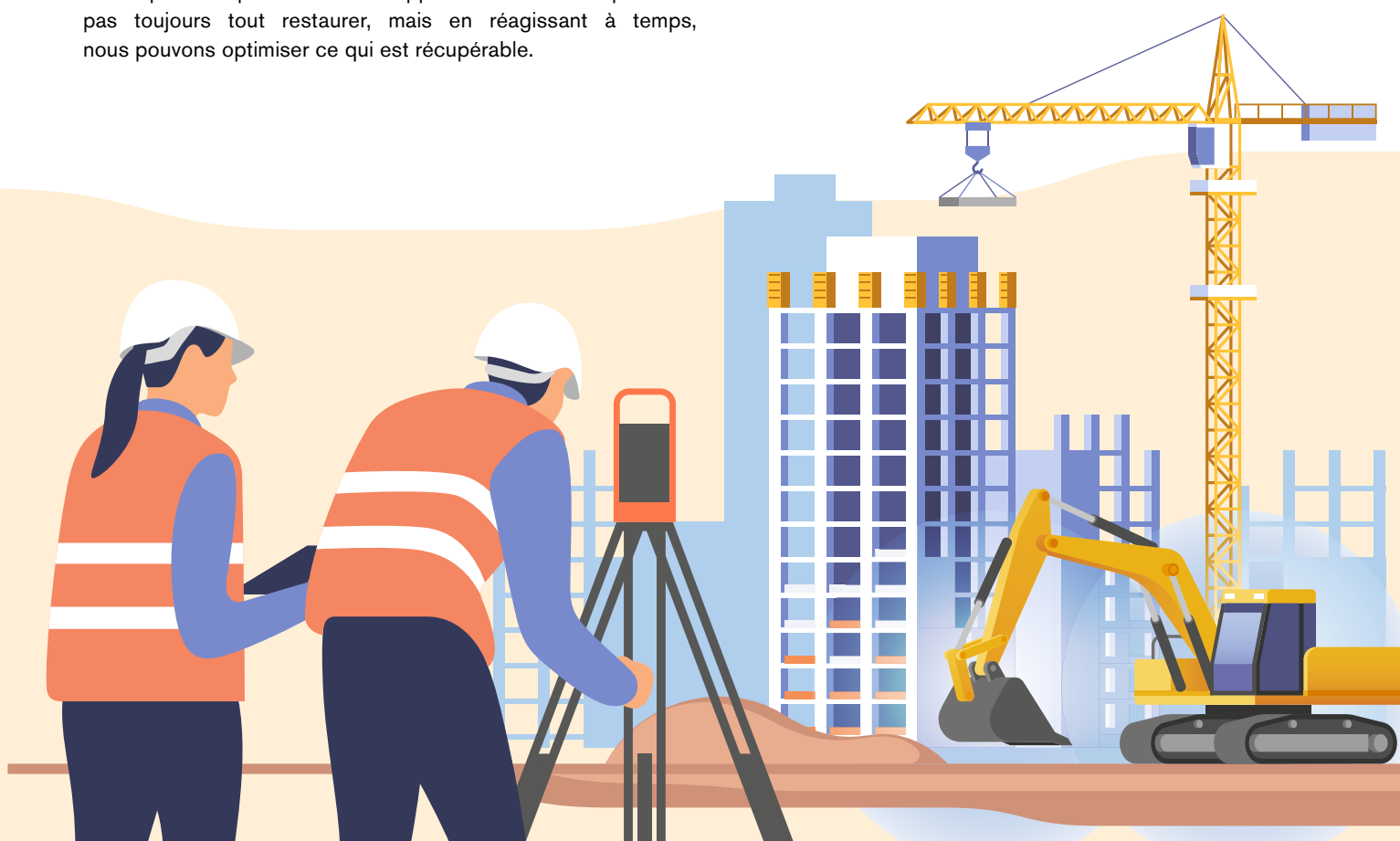
Adopter une approche systémique de la circularité

Nous devons plutôt investir dans l'infrastructure nécessaire à la construction circulaire. Il s'agit d'un investissement collectif dans des normes partagées : référentiels de récupération des matériaux, outils de comptabilisation du carbone incorporé et certifications de revente. Nous devons collaborer pour mettre en place ces systèmes.

Lorsque les projets prouveront que la réutilisation est non seulement possible, mais rentable, les entreprises de démolition se tourneront vers la déconstruction comme modèle économique légitime.

Il est essentiel que les assureurs repensent leur façon de régler les sinistres et d'accompagner leurs clients dans ces moments difficiles.

« Nous avons besoin d'une stratégie nationale de circularité qui s'étende aux provinces, aux municipalités, aux constructeurs et aux fournisseurs », plaide Richard Darveau





Appels à l'action

Sur les pratiques circulaires dans la construction

- Les Canadiens ne devraient pas négliger les ressources de construction récupérées, car ils restent des matériaux de haute qualité, parfois supérieurs aux neufs, qui nous aideront à améliorer la circularité.
- Le Canada possède environ 625 000 milliards de dollars de matériaux bloqués dans des bâtiments existants. Leur récupération et leur réutilisation pourraient réduire considérablement les émissions de carbone et alléger la pression sur les décharges débordantes.
- Le Canada devrait mettre en œuvre des audits de remise en état avant la démolition afin de cartographier et de récupérer les matériaux réutilisables, transformant ainsi les déchets potentiels en ressources précieuses.
- Le secteur de la construction devrait stimuler la demande culturelle pour les matériaux récupérés, car cela favorisera l'harmonisation des politiques, des certifications et des investissements.

Sur les pratiques et les investissements du secteur

- Les entreprises de construction doivent cesser de traiter les projets de construction circulaire comme des projets pilotes individuels et commencer à construire l'infrastructure et les normes communes dont elles ont besoin pour se développer.
- Le secteur de la construction doit mettre en avant les réussites de la construction circulaire pour démontrer qu'elle peut être rentable et devrait devenir la norme du secteur.

Sur la stratégie nationale et le leadership

- Le Canada peut étendre la construction circulaire en se dotant d'une stratégie nationale qui passe de la vision fédérale à l'action locale, en alignant les provinces, les constructeurs et les fournisseurs sur l'innovation et la réutilisation.

Sur la réforme de l'assurance et des réclamations

- Les compagnies d'assurance doivent remettre en question leurs hypothèses obsolètes et adopter des pratiques de réclamation durables pour répondre à la demande moderne d'une reprise respectueuse du climat.
- Les acteurs du secteur de la construction, des fournisseurs aux assureurs, doivent investir dès maintenant pour pérenniser le secteur, car les sinistres durables et la résilience climatique exigent un engagement initial, mais génèrent une valeur à long terme.
- Les assureurs doivent contribuer à l'élaboration de politiques et de pratiques de gestion des sinistres plus intelligentes afin de prévenir les pertes catastrophiques et de créer davantage de possibilités de récupération, de réparation et de réutilisation des matériaux.
- Les assureurs doivent être capables d'agir rapidement, car la réussite et la durabilité des sinistres dépendent du timing. Saisir la fenêtre de réparation au plus tôt peut faire la différence entre la reprise et la démolition.
- Le secteur de l'assurance doit montrer l'exemple, et non attendre, en repensant sa façon de régler les sinistres et en élaborant des solutions pour un avenir marqué par des événements à haut risque et à fort impact.



Meredith Moore a fondé Ouroboros Deconstruction à Toronto. Elle est diplômée en design.



Michelle Laidlaw travaille dans la filière résidentielle des assurances Co-operators où elle pilote les dossiers innovation et assurances.



Paul Shorthouse préside la Foundation Synergie et l'organisme Project Zero.



David Hughes dirige Generate Canada après avoir présidé Habitat pour l'humanité au Canada.

Propulsez votre projet. Diminuez vos émissions.



BasCarbone^{MC}

Easi-Lite^{MD} | Type X | M2Tech^{MD} | GlasRoc^{MD}

L'usine BasCarbone, entièrement alimentée par l'hydroélectricité, est la PREMIÈRE usine de panneaux de gypse zéro carbone d'Amérique du Nord et la plus GRANDE au monde (portées 1 et 2). Visitez ce monument de la fabrication durable et découvrez comment nous utilisons l'énergie renouvelable pour produire des solutions de gypse à haut rendement.



Balayez ce code
pour visiter l'usine





Réflexions de Richard Darveau sur l'abolition des barrières commerciales interprovinciales

Le gouvernement de Mark Carney entend combattre toute barrière au commerce entre les provinces, l'un des enjeux identifiés par les manufacturiers qui ont participé à l'enquête menée par « Bien fait ici » il y a quelques semaines. Le président-directeur général partage ici quelques renseignements de base pour bien comprendre le défi tout en rappelant pourquoi, au fil des décennies, de telles protections avaient été jugées utiles par certains gouvernements provinciaux.



D'abord, qu'est-ce qu'un obstacle au commerce interprovincial ? »

Les barrières interprovinciales désignent les restrictions — réglementaires, fiscales, professionnelles — qui compliquent la circulation des biens, services et travailleurs entre les provinces.

Bien qu'illégales sur papier selon l'article 121 de la Constitution, les tribunaux ont toléré des exceptions considérées comme ayant un objectif légitime de politique publique (affaire *R. c. Comeau*, 2018).

Le gouvernement Carney a fait du *One Canadian Economy Act* (projet de loi C-5) une priorité. Ce texte légal vise à :

- Supprimer toutes les exemptions fédérales du *Canadian Free Trade Agreement* (CFTA) d'ici juillet 2025.
- Instituer le *Free Trade and Labour Mobility in Canada Act*, garantissant que tout bien ou service conforme aux exigences d'une province est considéré conforme partout ailleurs. Il prévoit également la reconnaissance mutuelle des autorisations professionnelles.

Mark Carney estime que l'abolition de ces barrières internes pourrait :

- réduire les coûts commerciaux jusqu'à 15 % et stimuler la croissance du PIB de 4 à 8 %;
- renforcer l'économie face à l'incertitude mondiale, en particulier due aux tensions extérieures;
- libérer les échanges de biens tels que l'alcool, les produits alimentaires, les services, le domaine professionnel — favorisant notamment la mobilité des travailleurs et le commerce en ligne.

Si le volet fédéral du CFTA est supprimé, de nombreux obstacles demeurent au niveau provincial : normes distinctes, exigences supplémentaires, reconnaissance limitée des qualifications. Plusieurs provinces (Nouvelle-Écosse, Québec, Ontario) ont adopté leurs propres lois pour appuyer cette harmonisation régionale.

Des syndicats (comme CUPE) et des groupes autochtones dénoncent le projet C-5 pour ses risques potentiels sur les normes du travail, l'environnement et les droits ancestraux.

Le projet d'infrastructure associé (*Building Canada Act*) regroupe des mesures de facilitation constructives, mais suscite des inquiétudes sur l'application du principe de « consultation préalable ».

Même avec l'adoption du projet de loi, des experts soulignent que ce n'est qu'un point de départ : des discussions interprovinciales seront essentielles pour dissiper les anciennes exemptions et abandonner les protections sectorielles.

Pourquoi l'urgence ?

Avec 18 % du PIB issu du commerce interprovincial contre 34 % pour le commerce international, il reste du terrain à rattraper comparé à 1981 (où les deux étaient à 30 %).

L'urgence est accentuée par la volonté de se prémunir contre les perturbations extérieures, particulièrement des États-Unis, et de renforcer l'autonomie économique.

Cependant, les bénéfices économiques seraient surestimés ou difficiles à établir. Certains économistes et observateurs affirment en effet que les gains économiques anticipés — souvent cités comme représentant jusqu'à 4 à 7 % du PIB — manquent de fondement empirique clair, ou reposent sur des modélisations optimistes.

Des voix suggèrent que le commerce interprovincial fonctionne déjà relativement bien pour une majorité d'entreprises, en particulier dans les secteurs manufacturiers et technologiques, grâce à des ententes bilatérales ou sectorielles déjà en place (ex. : l'Accord de libre-échange canadien – ALEC/CFTA).

Des critiques estiment que le bref échéancier empêche une réelle consultation des provinces, des peuples autochtones, des syndicats et des organismes professionnels, allant jusqu'à menacer la paix sociale relative qui règne ici (si l'on se compare avec les États-Unis).

Plusieurs voix au Québec, en Colombie-Britannique et en Nouvelle-Écosse dénoncent une recentralisation déguisée des pouvoirs sous couvert d'uniformisation commerciale.

La loi C-5 impose notamment que tout produit ou service conforme dans une province soit accepté dans les autres, sans marge d'adaptation locale.



Des experts en droit constitutionnel soulignent que cela bouscule le partage des compétences prévu par la Constitution de 1867 et risque d'ouvrir la porte à des litiges entre Ottawa et les provinces.

Est-ce que l'argument de l'urgence masque un projet idéologique ? J'ose poser la question.

Certains analystes politiques avancent que la rhétorique de l'urgence sert surtout une idéologie de déréglementation et de compétitivité à tout prix, compatible avec une vision plus néolibérale du marché unique canadien, mais exposant au risque les produits à vocation culturelle ou plusieurs pans du marché agricole.

Ce projet a l'apparence du bon sens économique, mais cache une volonté d'uniformisation qui dilue les protections régionales acquises.

Quelques exemples :

L'ouverture interprovinciale des marchés publics pourrait forcer les provinces ou municipalités à accepter des soumissionnaires extérieurs ou à justifier leurs critères sociaux ou environnementaux, perçus comme protectionnistes.

Certaines provinces comme le Québec ont des standards stricts de production, d'étiquetage ou de commercialisation (ex. : appellations contrôlées, seuils de production, programmes bio locaux). Il pourrait s'en suivre une dilution des programmes d'appui régionaux, une standardisation au détriment des pratiques locales, une concurrence avec des produits de moindre qualité ou sans valeur culturelle ajoutée.

Le projet prévoit la reconnaissance automatique des certifications professionnelles entre provinces, ce qui peut créer des tensions autour des standards de formation, des heures de pratique

ou des exigences linguistiques, notamment chez les électriciens, les ingénieurs et les mécaniciens, ce qui nous touche, mais de manière accentuée du côté des enseignants et du personnel infirmier. À craindre : une pression à la baisse sur la qualité de la formation, des inégalités salariales, des conflits de compétences professionnelles.

La mise en concurrence dans les domaines de l'édition et de la production artistique avec des œuvres provenant de toutes les provinces — où les critères peuvent varier, notamment en ce qui concerne la non-protection des contenus francophones — soulève des inquiétudes chez certains observateurs, qui y voient un danger.

Enfin, et surtout, des fabricants de meubles, de matériaux écologiques, d'articles artisanaux risquent de se retrouver en concurrence avec des fournisseurs industriels plus gros et mieux subventionnés d'autres provinces, d'où de potentielles pertes de parts de marché locales, un nivellement par le bas des prix ou de la qualité, un affaiblissement de la résilience économique régionale.

Les opposants ou sceptiques au projet de loi C-5 ne contestent pas tous l'idée d'améliorer le commerce interprovincial, mais ils doutent de l'urgence invoquée par le gouvernement Carney. Ils réclament donc plus de temps, de dialogue et de preuves. Ils invoquent des risques pour le fédéralisme, les droits sociaux, et les compétences locales. Ils soulignent qu'une approche collaborative et progressive serait préférable à une imposition législative rapide.

D'autant que l'oncle Sam actuel altère ses menaces continuellement et que le risque d'invasion armée sur notre territoire est assez nul!



Proposition de série télévisée : « Canadien, de la cave au grenier ! »

La direction du programme « Bien fait ici » a sorti des boules à mites un projet de série télé qui avait été imaginé lors de la création de l'organisme, début 2019. Puisqu'on dit que « timing is everything », il vient d'être redéposé, cette fois à l'intention de Mélanie Joly, Ministre de l'Industrie. Voici de larges extraits de la demande.

Permettez-nous d'attirer votre attention sur un projet mobilisateur, à la croisée de la culture, de l'économie, de l'environnement et de l'identité canadienne. Il s'agit d'une série télévisée originale intitulée « Canadien, de la cave au grenier ! », conçue pour mettre en valeur le talent manufacturier canadien, promouvoir l'achat local responsable et stimuler la fierté nationale autour de notre industrie de la construction résidentielle.

Déclinée en 13 épisodes bilingues, cette émission mettrait en compétition deux équipes de constructeurs chargées de bâtir une maison complète à partir d'articles de quincaillerie et de matériaux certifiés par le programme « Bien fait ici / Well Made Here », appuyé par plus de 225 entreprises manufacturières canadiennes. Les participants devront respecter un échéancier et un budget rigoureux, dans une approche à la fois ludique et éducative. L'équipe qui atteindra le plus haut pourcentage de matériaux admissibles l'emportera.

Le concept bénéficie déjà de l'appui enthousiaste des grandes enseignes de quincaillerie du pays. Il sera enrichi d'un important volet numérique comprenant des rediffusions de segments techniques sur les réseaux sociaux et les plateformes web, afin de prolonger l'expérience éducative auprès du grand public et des professionnels.

Ce projet s'inscrit pleinement dans la vision exprimée par le premier ministre Carney, notamment en matière de souveraineté économique, de relance manufacturière, de sécurité des chaînes d'approvisionnement et de crise du logement. En valorisant les matériaux de construction fabriqués au Canada, l'émission contribue à renforcer l'autonomie du pays, à soutenir l'emploi régional, et à encourager une économie de proximité structurante.

À un moment où la crise du logement frappe de plein fouet plusieurs régions du pays, le projet joue un rôle pédagogique utile et concret. Il démontre comment bâtir localement, avec des matériaux accessibles, de qualité, durables, dans le respect des normes et des budgets. Il contribue aussi à valoriser les métiers manuels et techniques, essentiels à la relance.

Nous croyons que ce projet cadre étroitement avec les objectifs de votre ministère en matière de développement économique régional, en plus d'impacter positivement les langues officielles, la lutte contre les changements climatiques et la valorisation du savoir-faire canadien.

Le coût de production est estimé à 5 millions de dollars. Nous sollicitons à cette fin une contribution de 1 million de dollars canadiens de la part du gouvernement du Canada, laquelle constituerait un levier essentiel pour compléter le montage financier avec nos partenaires privés et médiatiques.



Le PDG de Bien fait ici se propose comme partenaire pour un chantier de construction vraiment canadien

Le 13 août dernier, en qualité de président-directeur général du programme « Bien fait ici », Richard Darveau, écrivait cette lettre à trois ministres fédéraux en charge de l'industrie, de l'unité de l'économie canadienne et du logement, soit Mélanie Joly, Dominic LeBlanc et Gregor Robertson.

Dans la foulée des annonces du premier ministre autour des mots-clés « Maison Canada », nous souhaitons vous rappeler que l'ensemble de la communauté d'affaires canadienne — des scieries aux centres de rénovation, en passant par les manufacturiers et les groupements d'achat — est unie et solidaire derrière l'organisme pancanadien « Bien fait ici / Well Made Here ».

Construire canadien, comme vous l'aspirez, est un objectif porteur et mobilisateur. Encore faut-il s'assurer que les matériaux sont bel et bien produits au pays, qu'ils respectent les codes de construction en vigueur, et que les entreprises qui les fabriquent observent rigoureusement les droits des travailleurs ainsi que les normes environnementales.

C'est ce qui unit les quelque 3 000 entreprises qui appuient notre organisme. Avec ouverture et détermination, nous vous proposons de travailler conjointement à ce grand chantier social et économique que constitue la construction de logements sociaux et abordables.

Nous faisons valoir que le secteur de l'habitation représente la dernière filière économique véritablement intégrée de manière verticale.

En effet, il n'est plus possible de conduire une voiture *Made in Canada*, de composer sa garde-robe uniquement de vêtements et de chaussures produits au pays, ni d'entrer dans une pharmacie avec l'objectif d'y acheter exclusivement des médicaments et des produits de soin canadiens. Même au supermarché, malgré le dynamisme des producteurs agricoles et la protection de l'offre, la proportion de contenu canadien ne dépasse généralement pas 25 à 33 % du panier d'épicerie.

En revanche, il est tout à fait possible d'ériger ou de rénover une maison, de la cave au grenier, en utilisant uniquement des matériaux de construction et des articles de quincaillerie produits localement et accrédités « Bien fait ici / Well Made Here ».



Découvrez tous les renseignements sur notre organisme en scannant ce code QR

Nous nous tenons à votre entière disposition afin d'explorer ensemble les voies d'une collaboration fructueuse.

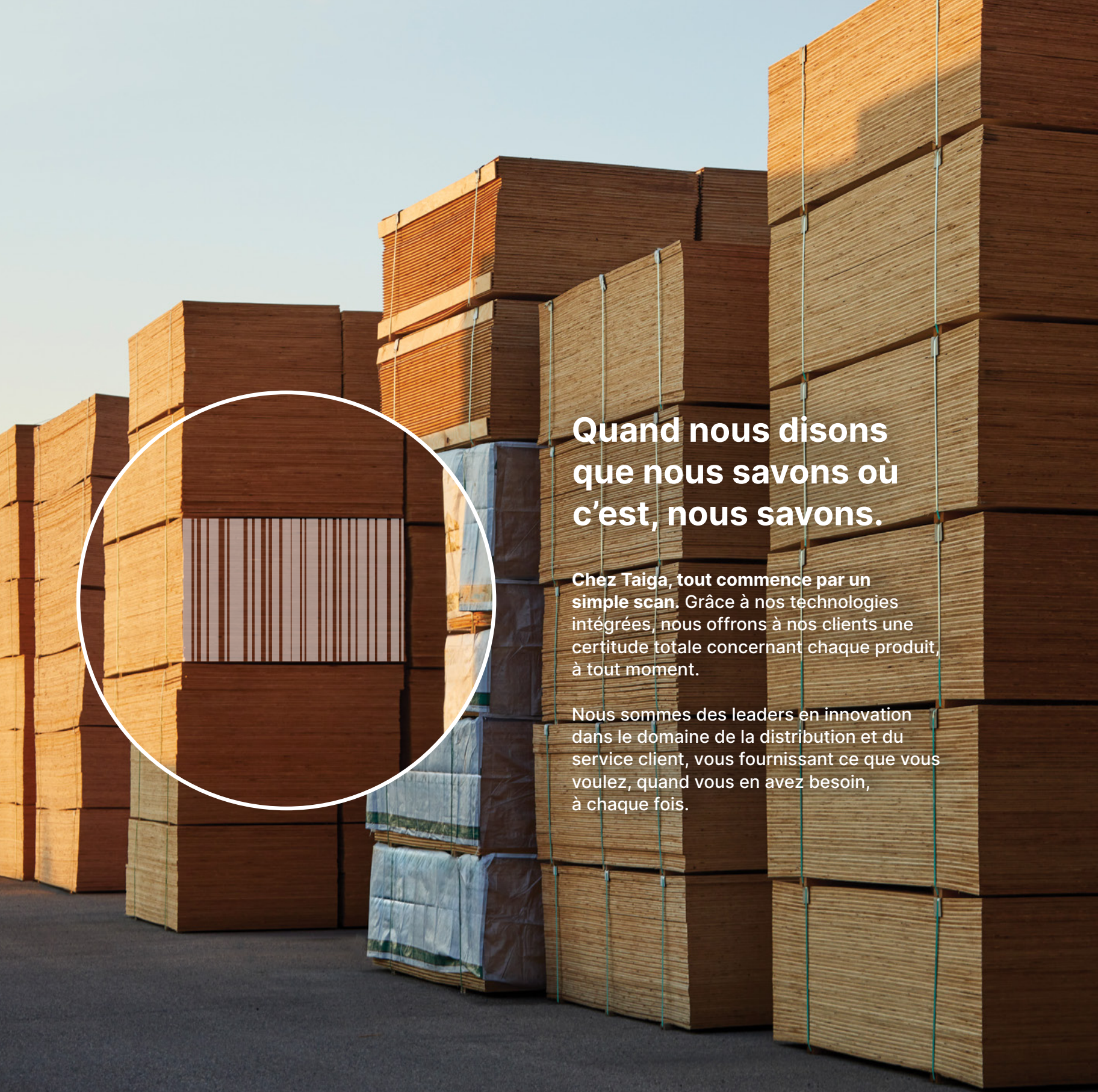


**CHOISISSEZ DUCHESNE,
CHOISISSEZ LA
QUALITÉ LOCALE !**



**CONTACTEZ VOTRE REPRÉSENTANT
DUCHESNE.CA**





**Quand nous disons
que nous savons où
c'est, nous savons.**

Chez Taiga, tout commence par un simple scan. Grâce à nos technologies intégrées, nous offrons à nos clients une certitude totale concernant chaque produit, à tout moment.

Nous sommes des leaders en innovation dans le domaine de la distribution et du service client, vous fournissant ce que vous voulez, quand vous en avez besoin, à chaque fois.

taiga
produits de bâtiment
Tout ce qu'il vous faut.®

Découvrez nos produits sur

taigabuilding.com/fr



Femmes au sommet



L'industrie de la construction change bien lentement de visage

Les femmes prennent, lentement, et pas très sûrement, une place croissante dans l'industrie de la quincaillerie et des matériaux de construction. Mais demeurent minoritaires, que ce soit à la tête des usines ou des magasins ou parmi les ouvriers sur les chantiers.

Et ce triste constat se vérifie partout dans le monde, à quelques nuances près.

L'exception qui confirme cette règle : le monde associatif. On parle ici de l'AQMAT et des autres organismes sans but lucratif et corporations professionnelles qui observent, accompagnent, défendent, promeuvent différents pans de l'écosystème de la construction.

Sur la vingtaine de pages qui suivent, on vous présente :

- des statistiques sur la présence des femmes en construction à travers le monde;
- un zoom sur la situation qui prévaut au Québec;
- un coup d'œil chez nos voisins (et voisines!) américaines;

- une entrevue avec la présidente de la Commission de la construction du Québec;
- sept portraits de femmes actives dans notre propre industrie;
- le parcours de dix femmes à la tête d'associations en construction;
- le profil de la présidente de notre association sœur dans l'Ouest canadien;
- et un mot de la part des cinq femmes en poste à la permanence de l'AQMAT.

Nous souhaitons que la lecture de ce dossier éveille des consciences et favorisera une place équitable des genres dans notre industrie le plus vite possible.



Femmes au sommet



Survol mondial de la place des femmes sur les chantiers de construction

L'industrie de la construction demeure, mondialement, l'un des secteurs d'activités les plus masculins, mais certains pays se démarquent par une meilleure représentation féminine.

Selon les résultats d'une recherche aidée par l'intelligence artificielle, la proportion de femmes dans l'industrie de la construction varie significativement d'un pays à l'autre, en fonction d'une série de facteurs : culturels, législatifs, économiques et éducatifs.

Dans les pays scandinaves — Suède, Finlande, Norvège — la proportion estimée de femmes dans la construction est de 10 à 13 %. Il s'agit d'un des meilleurs scores à l'échelle mondiale. Ce résultat serait dû, en partie, aux réalités suivantes : des politiques d'égalité des sexes actives, des syndicats forts et une image modernisée du métier.

En France, la présence des femmes dans les métiers de production se situe à moins de 2 %. Mais dans les bureaux d'études, par exemple, elles sont bien représentées : 12 à 14 %.

En Allemagne, on estime à 15 % la proportion de main-d'œuvre féminine dans l'industrie de la construction mais le taux tombe à 3 % si on focalise sur les métiers manuels.

Au Japon, on note une résistance culturelle marquée quant à la présence des femmes dans la construction. Même si des campagnes gouvernementales ont été lancées récemment, leur présence plafonne à moins de 3 %.

En Australie, la proportion estimée de la place des femmes se situe à 12 %. Un score intéressant qui serait dû aux nombreux programmes publics de promotion des métiers pour les femmes.

Aux États-Unis, on compte environ 11 % de femmes dans les fonctions administratives, d'ingénierie ou de gestion et 4 % dans les postes manuels.

Dans les pays en développement, comme l'Inde et le Mexique, la présence des femmes dans l'industrie est parfois estimée à plus de 30 %. Il importe de noter que ces femmes travaillent souvent

dans des conditions informelles et que ces chiffres masquent une réalité marquée par la précarité, le travail non déclaré et l'absence de reconnaissance professionnelle.

Finalement, au Canada, la présence des femmes dans l'industrie est estimée à 5 % en général et 3 % sur les chantiers. Somme toute, un faible taux, malgré des efforts soutenus de certaines provinces, notamment au Québec et en Colombie-Britannique.

Les facteurs qui influencent positivement la participation des femmes sont universels :

- des politiques publiques d'équité et de quotas (aussi appelé discrimination positive);
- un accès à la formation et à l'apprentissage;
- le soutien des syndicats et des employeurs;
- les programmes de mentorat ou de leadership féminin;
- l'amélioration des conditions sur les chantiers (vestiaires, toilettes, équipements adaptés);
- et des campagnes de sensibilisation diffusées dans les écoles.



Femmes au sommet



Les Américaines les plus influentes du secteur de la quincaillerie et des matériaux de construction reconnues à Chicago

Pour une sixième année consécutive, HBSEALER, nom raccourci du Hardware & Building Supply Dealer, parraine un programme conçu pour reconnaître et soutenir le rôle des femmes dans l'industrie.

Basé en Illinois, HBSEALER est un réseau médiatique qui fournit des nouvelles, des analyses et des informations aux professionnels du secteur du matériel et des fournitures de construction.

L'objectif principal du programme est de reconnaître les réussites et de fournir des ressources pédagogiques aux professionnels du secteur afin d'attirer davantage de femmes et de les accompagner dans leur parcours.

Cette année, l'organisme a reçu un nombre record de candidatures pour son concours des Meilleures Femmes du secteur de la quincaillerie et des matériaux de construction.

Certaines sont présidentes d'entreprise, d'autres propriétaires. Nombre d'entre elles travaillent dans les domaines de la vente et du marketing alors que plusieurs font carrière dans les opérations et la fabrication. On y trouve également des leaders en matière de finance et des expertes en technologie. Elles viennent de quincailleries à succursale unique, de scieries régionales, de fabricants et de géants mondiaux de la distribution.

La cérémonie de remise des prix pour la cohorte 2025 se tiendra à Chicago les 10 et 11 novembre prochain.

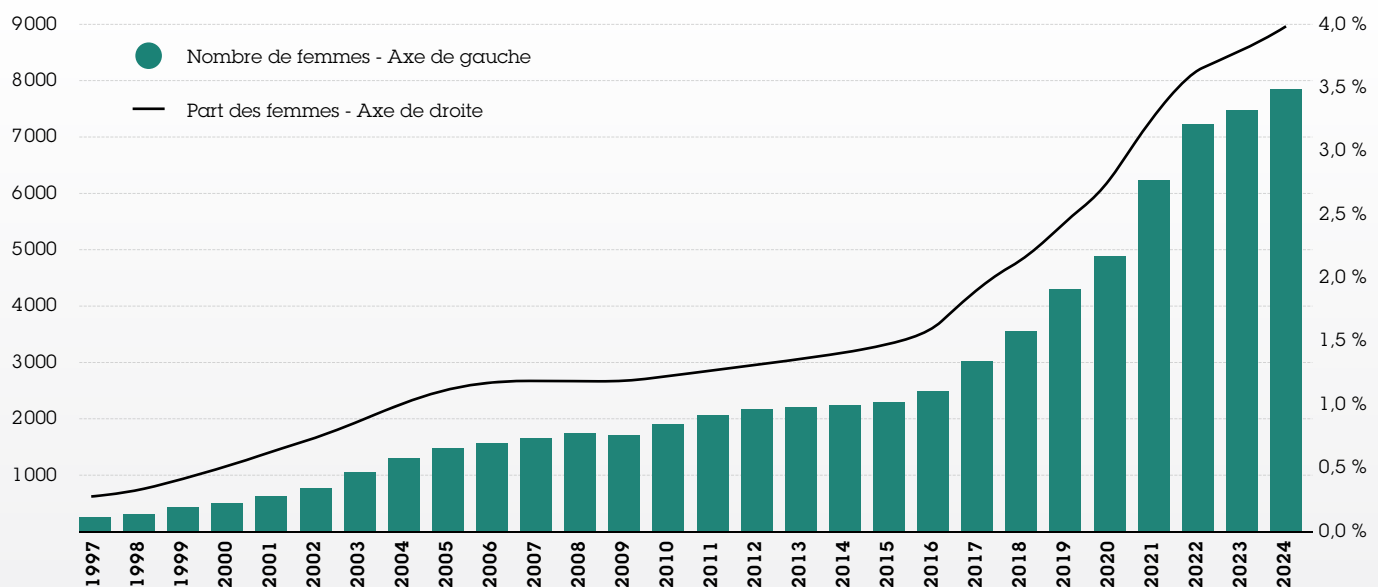
«Ces femmes exceptionnelles redéfinissent le leadership dans le secteur de la quincaillerie et des matériaux de construction», a déclaré Amy Grant, éditrice associée de HBSEALER. «Des jeunes talents aux cadres chevronnés, elles font progresser leurs organisations et l'ensemble du secteur.»





Les Québécoises font (trop) lentement leur place sur les chantiers

Présence des femmes actives sur les chantiers



L'ascension semble vertigineuse et remplie d'espoir. Il faut relativiser quand on regarde à droite qu'en pourcentage, on demeure sous la barre des 5 % de présence féminine sur les chantiers de construction au Québec.

Au Québec, c'est la Commission de la construction du Québec (CCQ) qui a le mandat d'élaborer des mesures visant à favoriser l'accès, le maintien et l'augmentation du nombre de femmes dans l'industrie de la construction. Une de ces mesures est le Programme d'accès à l'égalité des femmes dans l'industrie de la construction (PAEF) 2015-2024 dont l'objectif est triple :

- **accroître** le nombre et la proportion de femmes qui exercent un métier ou une occupation dans l'industrie de la construction;
- **éliminer** les obstacles relatifs à la sous-représentation des femmes;
- **corriger** les situations discriminatoires et inéquitables en matière de formation et d'emploi.

Alors que la dernière mouture du PAEF arrive à terme, la publication récente de la CCQ — *Les femmes dans la construction – portrait statistique* — met en lumière un sommet historique : la présence des femmes dans le secteur de la construction au Québec atteint désormais 4 % de la main-d'œuvre totale et représente 10 % des nouvelles personnes ayant choisi de bâtir le Québec en 2024.

Voici les faits saillants de cette enquête

- La part des femmes présentes dans le secteur s'est établie à 3,98 % de la main-d'œuvre active totale. Ce sont 7885 qui ont travaillé sur les chantiers en 2024, ce qui représente une hausse d'un peu plus de 380 femmes par rapport à 2023.
- Près de 17 % des entreprises de la construction, soit 4 660 entreprises, ont embauché au moins une femme.
- Plus de 10 % des arrivées dans l'industrie ont été des travailleuses. Ce sont ainsi près de 1 600 femmes qui ont débuté une carrière sur les chantiers. Il s'agit d'une hausse de 70 femmes par rapport à 2023. Soulignons que 19 % de ces femmes ayant intégré l'industrie étaient diplômées.
- Les femmes occupent principalement les emplois de peintre, de charpentière-menuisier, de manœuvre, d'électricienne et de plâtrière.



- La moyenne d'heures travaillées par les femmes est demeurée relativement stable en 2024. Sans égard au statut professionnel, elles travaillent l'équivalent de 78 % de la moyenne des heures des hommes. Ce pourcentage se hisse à 94 % pour les femmes ayant le statut de compagnon, à 85 % pour le statut d'apprenti et à 78 % pour le statut d'occupation.
- Le taux d'abandon des femmes demeure plus élevé que celui des hommes : après un an dans l'industrie, il se situe à 21 % alors que celui des hommes oscille autour de 13 %. Après cinq ans, l'écart se creuse encore plus, s'élevant à 52 % pour les femmes comparativement à 32 % pour les hommes.
- Elles sont assez réparties entre les tranches d'âge : 1 331 ont moins de 25 ans, 3 131 entre 25 et 34 ans, 2 051 entre 35 et 44 ans, 919 entre 45 et 54 ans, 420 entre 55 et 64 ans et seulement 33 ont 65 ans et plus.



Les 10 métiers ou occupations comptant le plus de femmes en 2024

Métier ou occupation	Nombre de travailleuses	Part du total des travailleuses (%)
Peintre	1 911	24,2 %
Charpentière-menuisière	1 460	18,5 %
Manœuvre	1 321	16,8 %
Électricienne	762	9,7 %
Plâtrière	430	5,5 %
Carreleuse	250	3,2 %
Calorifugeuse	159	2,0 %
Arpenteuse	159	2,0 %
Ferblantière	153	1,9 %
Tuyauteuse	148	1,9 %
Total de travailleuses pour ces 10 métiers et occupations	6 753	85,6 %
Total de travailleuses pour l'ensemble des métiers et occupations	7 885	100,0 %



SUITE DE L'ARTICLE DE LA PAGE 41 >

Le Programme d'accès à l'égalité des femmes dans l'industrie de la construction (PAEF)

Le PAEF est, selon la CCQ, «un programme unique pour une industrie singulière». En effet, le monde québécois de la construction présente des particularités structurelles et socio-économiques qu'on ne retrouve dans aucun autre domaine :

- La main-d'œuvre est très mobile (d'un chantier à l'autre, d'une région à l'autre et d'une entreprise à l'autre);
- Un chantier comprend des entreprises et une main-d'œuvre qui s'y succèdent selon leur spécialité;

- Les travailleuses et les travailleurs ont un statut d'emploi temporaire;
- L'industrie est constituée essentiellement de petites entreprises;
- Le pluralisme syndical existe sur les chantiers;
- Les mêmes régimes d'avantages sociaux, fonds de formation et conventions collectives s'appliquent à l'échelle du Québec.

Une des mesures phares du PAEF est la possibilité pour une entreprise d'obtenir jusqu'à 10 000 \$ pour y intégrer une femme. Il s'agit d'un incitatif financier de l'ordre de 30 % du salaire de la femme qui bénéficie du programme, et ce, jusqu'à concurrence de 10 000\$, pour une durée maximale de 52 semaines. Ce programme vise à outiller l'équipe de travail qui entoure la travailleuse; il offre également une démarche qui favorise le maintien à l'emploi des femmes en plus de diversifier leur apprentissage en entreprise.

Les moteurs du changement : vision, stratégie et concertation



Depuis 2023, Audrey Murray occupe le poste de présidente-directrice générale de la Commission de la construction du Québec (CCQ). Elle a succédé à Diane Lemieux, une autre femme qui aura marqué la CCQ. Avocate et membre du Barreau du Québec, Audrey Murray a occupé différents postes au sein de la CCQ depuis 1998. Elle a notamment été directrice du développement stratégique et des projets spéciaux et vice-présidente au service à la clientèle et au développement. De 2018 à 2022, elle était la présidente de la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT).

L'industrie change et les femmes sont de plus en plus nombreuses à travailler à l'usine, aux ventes, sur les chantiers et dans les hautes sphères décisionnelles. Mais le rayonnement des femmes dans cette industrie dominée par les hommes

n'est pas le fruit du hasard ou le résultat d'une évolution naturelle. Comme en témoigne la présidente de la Commission de la construction du Québec (CCQ) Audrey Murray, c'est une question de vision, de stratégie et d'influence.

Me Olivier Lessard, président du C.A. de l'AQMAT écrivait justement en éditorial du numéro Été 2025 de notre magazine que «l'industrie continue d'afficher une forte résistance à l'évolution des mœurs», la présidente de la CCQ fait le même constat.

«On observe en ce moment un ressac à l'égard des politiques qui visent à améliorer la diversité et la mixité. C'est un phénomène qui est bien documenté. Mais je pense que nous devons continuer de nous aligner sur des valeurs fortes d'équité et de respect et d'offrir des milieux de travail qui ne sont pas toxiques. Nous devons porter ce flambeau sans relâche et sans hésitation.»

D'où l'importance de miser sur des stratégies d'adhésion. Pour Audrey Murray, il est difficile de progresser face à un tel enjeu en étant contre le groupe majoritaire. S'il est important de nommer des comportements qui sont à changer, il faut en même temps se trouver des alliés pour être en mesure de changer la culture.

«Quand on travaille dans un milieu non traditionnel pour les femmes, il faut trouver des stratégies qui nous amènent à faire évoluer la culture en mettant de notre côté aussi les hommes qui veulent que ça change.»

Outiller les entreprises pour favoriser la mixité

La Commission de la construction du Québec se base sur des recherches, des enquêtes d'opinion et des analyses rigoureuses pour établir des politiques publiques et agir en matière de diversité et de mixité.



Les sondages réalisés récemment auprès des femmes pour comprendre pourquoi elles quittent l'industrie de la construction dans une si grande proportion sont révélateurs : « en gros, les femmes nous disent que, dans les premières années, elles ont le sentiment de vivre des situations de discrimination, de harcèlement, de double standard dans l'évaluation de leurs compétences. Elles éprouvent donc des difficultés d'intégration. »

Pour outiller les entreprises, la CCQ s'apprête à mettre en place une série de mesures, dont une vaste campagne de communication sur le climat de travail. En concertation avec les leaders syndicaux et patronaux, la Commission souhaite rappeler aux entreprises qu'elles ont la responsabilité d'offrir un climat sain à leurs employés et que c'est une obligation pour elles de prendre des mesures pour y arriver.

Il faut notamment, souligne Audrey Murray, que les entreprises clarifient auprès de leur personnel qu'une plainte pour signaler un problème n'entraînera pas le licenciement de la personne qui se plaint.

La présidente de la Commission ajoute que, lorsqu'une entreprise prend des mesures pour améliorer le climat de travail pour les femmes et favoriser une plus grande diversité dans les équipes, le milieu de travail s'assainit pour tout le monde, car les hommes vivent aussi des situations préoccupantes sur les chantiers.

« À l'autre bout du spectre, il faut s'assurer que les comportements inadéquats sont sanctionnés. Parce que sans le bâton, les comportements toxiques se répètent. »

Pénurie de main-d'œuvre : un plan pour améliorer la rétention

Selon une estimation interne, l'industrie de la construction aura besoin de 16 000 nouvelles personnes par an pour les 5 prochaines années pour remplacer ceux et celles qui quittent le milieu.

« On sait que ceux et celles qui sont diplômés ont moins tendance à quitter l'industrie; c'est vrai pour les femmes, mais c'est aussi vrai pour les hommes, explique Audrey Murray. Nous sommes donc en train de développer un plan de match important qui mise sur l'alternance travail-études pour augmenter la part de diplômés pour répondre à nos besoins de main-d'œuvre. »

Pour y arriver, le Commission dit pouvoir compter sur une foule d'alliés : les leaders syndicaux, patronaux, les centres de formation professionnelle du Québec, le ministère de l'Emploi, la Commission des partenaires du marché du travail, entre autres.

Une place importante sera faite aux femmes dans le cadre de ces mesures, car la formation continue et le perfectionnement sont des éléments clés pour retenir les femmes en emploi.

« Nous travaillons avec les centres de formation pour prioriser l'inscription des femmes dans ces programmes. Nous croyons qu'en misant sur l'alternance travail-études, nous serons en mesure d'augmenter la part des diplômées qui viendront se joindre à nous pour bâtir le Québec. »

Quand on se compare avec les autres provinces

La Presse, dans un article paru en août dernier sur les femmes et le milieu de la construction, présente une comparaison, réalisée à partir des données du recensement de 2016, qui illustre le retard du Québec quant à la situation des femmes dans l'industrie de la construction. En effet, « bien que la proportion de femmes occupant un métier ou une occupation liée à la construction soit très faible partout au Canada (3,3 %), c'est au Québec qu'elle est la plus faible avec 2,2 % de femmes. Le taux de participation plus élevé des femmes dans cette industrie en Alberta (5,4 %), en Saskatchewan (4,6 %) et à l'Île-du-Prince-Édouard (4 %), laisse supposer qu'il existe bel et bien des barrières à l'emploi au Québec pour les femmes désirant se joindre à ce secteur de l'industrie. »

Une réelle volonté de changement

Dans la foulée de sa nomination à la tête de la CCQ, Audrey Murray est allée à la rencontre de centaines de représentants syndicaux, patronaux et des dirigeants d'entreprises pour prendre le pouls de l'industrie.

« J'arrive d'une tournée importante et mon constat est le suivant : les leaders de notre industrie veulent du changement et ils sont dans l'action. Je sens une réelle volonté d'évolution qui est, entre autres, motivée par le fait qu'on a besoin de main-d'œuvre. Face à un carnet de commandes historique, il s'agit d'un moteur important. »

Elle reconnaît du même souffle que la performance du Québec en matière de recrutement et de rétention des femmes et des nouveaux bassins de main-d'œuvre doit s'améliorer.

Place aux femmes de métier

La présidente de la Commission rappelle que, même si plusieurs femmes vivent des enjeux plus difficiles qui les incitent à quitter l'industrie de la construction, bon nombre de femmes qui évoluent dans l'industrie de la construction disent se réaliser pleinement, apprécient leurs conditions de travail et sont fières d'exercer leur métier.

« Je rencontre beaucoup de femmes de métier qui ont dû surmonter des préjugés; parfois même au sein de leur propre famille, qui tente de les décourager d'exercer un métier de la construction. Et pourtant, elles performent sur les chantiers. Il est certainement important de nommer les enjeux, mais il ne faut pas leur enlever le goût de s'impliquer dans l'industrie. Les femmes ont le droit de vivre leurs ambitions », conclut Me Murray.



Femmes au sommet

Portrait de sept femmes de notre industrie

Elles ne rénovent pas, ni ne construisent. Elles sont plutôt gérantes de magasin, propriétaires-marchands, actionnaires dans des usines ou entrepreneures. Elles bâtissent, dirigent, innovent. Dans une industrie encore largement masculine, ces sept femmes tracent leur propre voie et nous offrent un regard inspirant sur le terrain, l'engagement et la relève.



Annie Caron : la progression

Vice-présidente Marketing, Recherche et Développement chez Technoform Industries et actionnaire de Créations Luxo

Voilà cinq ans qu'Annie Caron a quitté une grande entreprise pour l'un de ses concurrents, Technoform Industries (qu'on appellera ici simplement Technoform). L'année dernière, un grand moment : elle est devenue actionnaire de la compagnie aux côtés du président Richard Davidson. Ensemble, ils pilotent l'entreprise spécialisée dans la conception, la fabrication et la distribution de produits de salle de bain destinés tant aux consommateurs qu'aux professionnels.

«C'est alors que je travaillais chez un important détaillant canadien en tant qu'acheteuse, que j'ai croisé Richard Davidson. Ce fut un hasard; il venait d'acheter Technoform. Cette rencontre constitue un moment charnière dans mon parcours professionnel.»

Le cheminement d'Annie Caron, comme celui de bien des femmes dans l'industrie, est particulier. Détentrice d'un baccalauréat en commercialisation de la mode, elle quitte le milieu après quelques années pour aller travailler chez un important manufacturier québécois, d'abord comme chef de produit, ensuite en tant que gestionnaire de projet et enfin à titre de responsable de la recherche et du développement.

«J'ai dirigé, pour ce fabricant, un projet majeur qui visait à consolider la production dans les différentes usines de la compagnie et qui a duré deux ans. Cela m'a permis de faire mes preuves et de découvrir ma véritable passion : la gestion de projets, travailler dans une usine, résoudre des problèmes, tester des

produits, développer de nouveaux matériaux, bref, la recherche et le développement ! »

Cette « fille de marketing » devenue responsable d'un département habituellement dirigé par une personne en ingénierie continue de briller et d'élargir son champ de compétence.

« À cette époque-là, on connaissait une expansion importante du développement de produits conjointement avec le marché asiatique. Cela m'a permis de développer mon expertise à ce niveau aussi. J'ai donc beaucoup d'expérience dans les relations d'affaires avec ces marchés. »

Technoform poursuit sa croissance

Sous la direction de Richard Davidson et d'Annie Caron, Technoform connaît une croissance phénoménale. Depuis cinq ans, l'entreprise augmente ses parts de marché et multiplie l'offre de nouveaux produits dans les catégories des baignoires, douches, panneaux muraux décoratifs et cuves à lavage.

De plus, l'image de marque des produits, les outils marketing et le site web ont été entièrement revus.

« Chez Technoform, on est constamment en évolution. C'est incroyable tout ce qu'on a réussi à faire avec cette entreprise en quelques années. »

Entrée en scène de Créations Luxo

Annie Caron et Richard Davidson viennent d'acquérir les actifs de la compagnie Luxo Marbre, une entreprise bien connue dans le milieu, qui a récemment fait faillite.

La nouvelle entité s'appelle Créations Luxo. Déjà, plusieurs gammes de produits sont disponibles alors que des innovations seront présentées aux marchands en début d'année.

« Nous allons donner un nouveau souffle à cette compagnie en proposant de nouvelles lignes. Nous avons fait la tournée des clients afin de comprendre ce qu'ils recherchent. Dès le début de l'année 2026, nous allons leur proposer des produits innovants et plusieurs nouveautés en matière de couleurs et de conception. Nos produits seront différents et ils vont se démarquer de ce qui est offert sur le marché en ce moment. »

Pour faciliter la relation d'affaires entre Créations Luxo et les enseignes de quincaillerie, l'équipe d'Annie Caron développe différents programmes clients et prévoit la mise en place d'un processus pour faciliter les commandes et la recherche de produits spécifiques.

« On partage et on optimise les ressources : Richard met à profit sa grande connaissance du marché de détail alors que de mon côté, je m'occupe des aspects marketing et développement de produit que je maîtrise. »



Ginette Carrier : la visionnaire

Directrice générale, J.R. Roy, TIMBER MART
à Lac-Etchemin et Saint-Léon

Aller au bout de ses ambitions

« Moi, j'ambitionne de développer le commerce depuis que je suis à l'emploi de la quincaillerie. »

Au début des années 2000, Ginette Carrier gère la comptabilité de l'entreprise de Lac-Etchemin. Ambitieuse, elle accepte, en 2003, un poste de développement d'affaires local.

« Je suis devenue experte dans le montage de plan d'affaires, l'élaboration de budgets prévisionnels et la supervision de petites entreprises qui géraient différents programmes de subvention. J'ai quand même continué à faire la comptabilité de la quincaillerie J. R. Roy, les soirs et les fins de semaine. »

Quelques années plus tard, Mme Carrier s'engage de nouveau à plein temps auprès de J.R. Roy et, grâce à son expertise en développement d'affaires, elle jouera un rôle déterminant dans la réalisation de plusieurs gros projets qui auront un impact important sur l'évolution de l'entreprise. Notamment l'achat de deux commerces concurrents, une quincaillerie RONA située dans un centre d'achat à Lac-Etchemin et, plus tard, le BMR local.

C'est une visionnaire qui carbure aux projets d'envergure : « Il faut être réaliste et toujours y aller selon nos moyens, mais, il ne faut pas s'arrêter, il faut être sans peur, analyser et foncer. »

Aujourd'hui, Ginette Carrier est au sommet de sa carrière. Grâce à son expérience en développement des affaires et à sa connaissance approfondie de la région, elle envisage avec confiance l'avenir des commerces qu'elle dirige.

« Chez nous en région, le parc immobilier est dû pour beaucoup de rénovations importantes. En matière de développement local, notre région n'a pas beaucoup de manufactures ou de commerces, l'emploi n'est pas très développé. En revanche, nous desservons plusieurs institutions gouvernementales, dont un centre de santé majeur. Pour ce qui est de la construction, on annonce plusieurs gros développements immobiliers pour Lac-Etchemin. Mais dans notre cas, nous serons sollicités pour la rénovation de logements plus que pour la construction de logements neufs. »



Geneviève Gagnon : l'ambition

Présidente et propriétaire d'Évolution Structures, de GAGNON La Grande Quincaillerie, de Matériaux de Construction Létourneau et d'Évolution Distribution

Geneviève Gagnon a pris la direction générale du Groupe Yves Gagnon, l'entreprise fondée par son père en 1973, alors qu'elle était âgée de 27 ans. Sous sa gouverne, l'entreprise a connu une forte expansion grâce à des acquisitions et la construction de magasins. Aujourd'hui, elle est à la tête de sept succursales au Québec sous les enseignes «Gagnon La grande quincaillerie» et «Matériaux de Construction Létourneau» et de plus de 350 employés.

Depuis 2010, Geneviève Gagnon est aussi propriétaire d'une compagnie de fabrication de composantes de bois (fermes de toit, poutrelles de plancher et murs), Évolution Structures. L'entreprise, située à Boisbriand, compte 180 employés.

En 2024, la femme d'affaires crée une alliance stratégique ambitieuse entre son entreprise Évolution Distribution et le Groupe Sexton et propose une alternative à la distribution dans l'industrie.

Cette entrepreneure aguerrie se retrouve donc en position de leadership dans trois milieux connexes, mais bien distincts du monde de la construction — le commerce de détail, la distribution et la fabrication. Ainsi, elle est en mesure d'offrir une perspective unique sur l'évolution de la place des femmes.

«On observe une différence marquée sur le plan comportemental entre le milieu des centres de rénovation et celui de la fabrication. Dans le milieu de la fabrication, je vous avoue que les défis sont plus grands lorsqu'on est une femme en affaires. C'est un domaine qui est encore plus masculin que celui des matériaux de construction. Les femmes propriétaires de centres de rénovation sont nombreuses, mais, dans la fabrication apparemment, je serais l'une des rares au Canada.»

Faire entendre sa voix

Une situation qui ne l'a guère surprise, car, avant de décider d'avancer dans le milieu, elle s'était informée et avait pris le temps d'analyser la question. Elle confirme cependant que le milieu évolue.

«Ce que j'observe aujourd'hui comme attitude dans le monde de la fabrication, ça me rappelle ce que je voyais il y a une vingtaine d'années dans celui des centres de rénovation. Dans les réunions qui rassemblent les propriétaires de centres de rénovation, on me prend beaucoup plus au sérieux, on me remet moins en question que lorsque je suis avec les gens du milieu de la fabrication.»

Mais le changement est inéluctable. Les générations changent. Au cours des cinq dernières années, la présidente observe que plusieurs entreprises ont changé de génération de propriétaires et que les femmes qui occupent des postes de direction sont plus nombreuses.

«Le défi pour moi a toujours été de faire entendre ma voix, d'être capable d'imposer ma vision et ma façon de faire tout en douceur. Avec tout ce que cela implique d'être une femme dans un monde d'hommes. Nos approches sont souvent différentes, nos intentions ne sont pas les mêmes.»

Des FEMMES INTELLIGENTES dirigent notre entreprise.
Nos ÉTIQUETTES INTELLIGENTES dirigent des quincailleries.

Ensemble, c'est une solution *ÉLÉGANTE*.



Jrtech
solutions

LEADERSHIP AU FÉMININ

BÂTIR DES PONTS ET UNIR LES FORCES

Dans un contexte de transformation majeure, marqué par la fusion de Stelpro et d'Innovair Solutions, les grands leaders doivent naviguer sur plusieurs plans pour arrimer les cultures, mobiliser les équipes et bâtir une cohésion solide.

C'est exactement ce qu'a accompli Martine Dubé, notre directrice nationale des ventes, Détail, Canada. Sous sa direction, ce segment d'affaires a été le tout premier à vivre la fusion complète des opérations – un véritable banc d'essai pour l'ensemble de l'organisation.

Son approche s'appuie à la fois sur une fine compréhension des réalités du commerce de détail et sur une écoute active des enjeux humains. Elle a facilité le dialogue entre les membres des deux organisations, identifié rapidement les forces complémentaires de chacun et favorisé l'émergence d'un esprit d'équipe fort. Grâce à son leadership inclusif et rassembleur, elle a permis à l'équipe de voir la fusion non pas comme une rupture, mais comme une opportunité.



Martine Dubé
Directrice nationale
des ventes, Détail, Canada

Soucieuse de briser les silos internes, elle a recentré les efforts de chacun autour d'un objectif commun : la satisfaction des clients majeurs. Et les résultats sont au rendez-vous. Les objectifs de croissance ont été atteints pour les marques Stelpro, Uniwatt, Global Commander et True Comfort, tandis que les plus récents sondages révèlent un haut niveau de satisfaction client. De plus, la force de vente a été consolidée à l'échelle du Québec, avec l'appui d'agents dans les autres provinces canadiennes.

Aujourd'hui, la direction des ventes au détail se distingue par sa solidité, son efficacité et sa synergie. Cette réussite porte la signature de Martine : celle d'un leadership féminin fort, ancré dans l'action, mais aussi profondément humain.

INNOVAIR
SOLUTIONS

°STELPRO UNIWATT  Global Commander True Comfort®



SUITE DE L'ARTICLE DE LA PAGE 46 >



Marie-Claude Audet : le partage

Actionnaire des centres de rénovation
Matériaux Audet à Québec (Charlesbourg)
et Saint-Marc-des-Carières

Jusqu'à tout récemment, Marie-Claude Audet et son frère Mario dirigeaient l'entreprise familiale Matériaux Audet. À l'aube du 80^e anniversaire de la quincaillerie, son fils, Guillaume Bouchard, ainsi que son neveu, Alexandre Audet, prennent la relève.

« Mario se retire partiellement alors que moi, je demeure actionnaire avec Alexandre et Guillaume. C'est le début d'une nouvelle ère ! »

Gestionnaire et comptable de formation, Mme Audet s'est investie dans l'entreprise familiale, tout comme son père, son grand-père, et même sa grand-mère avant elle. Et au fil des décennies, elle a contribué à promouvoir la mixité des équipes et elle a été témoin de l'évolution du rôle des femmes dans ce monde d'hommes.

« On a toujours encouragé la présence des femmes dans nos différents départements. D'ailleurs, on a gagné un prix pour nos efforts. En 2012, la MRC de Portneuf nous a décerné le prix NOB'elles pour souligner le fait qu'on intégrait beaucoup les femmes dans notre domaine, qui était surtout masculin. »



La présence des femmes dans l'industrie de la quincaillerie est en constante progression. Depuis plusieurs années, les femmes sont présentes dans le service à la clientèle, surtout dans les départements de la quincaillerie, de la peinture et du saisonnier. Elles font aussi carrière dans la vente et le service aux entrepreneurs.

« Ça prend des femmes avec du caractère pour travailler directement sur le plancher avec les entrepreneurs; un monde essentiellement masculin où les mâles alpha se retrouvent en grand nombre ! »

En 2025, la nouveauté, selon Marie-Claude Audet c'est de voir des femmes qui conduisent les véhicules de livraison, les camions-grues.

« Avant cette année, il n'y avait pas de femmes qui postulaient pour ce type d'emploi. Cela prend une formation spécialisée qui attirait les hommes jusqu'à maintenant. Mais cette année, les femmes qui sont qualifiées pour conduire ce type de véhicule sont très présentes sur le marché du travail. »

Autre changement impliquant les femmes dans le monde de la quincaillerie : elles entreprennent des projets de rénovation de façon autonome.

« Je rencontre de plus en plus de femmes qui suivent des cours de menuiserie, qui veulent créer des petits meubles ou qui entreprennent, de façon complètement autonome, un projet comme la rénovation de leur salle de bain. On voit beaucoup plus de femmes qui bricolent qu'avant. C'est clairement une nouvelle clientèle qui émerge. »

SUITE DE L'ARTICLE EN PAGE 50 >



SUITE DE L'ARTICLE DE LA PAGE 49 >



Louise Beauchamp : du caractère

Copropriétaire du Centre de Rénovation
Jean Denis Beauchamp et Fils sous bannière
Home Hardware à Saint-Roch-de-l'Achigan

Louise Beauchamp et son frère, Jean-Luc, sont propriétaires de la quincaillerie familiale depuis 15 ans. L'entreprise, qui a pignon sur rue à Saint-Roch-de-l'Achigan depuis 58 ans dessert un milieu surtout agricole.

« Nos parents sont fiers de leur relève, et ils nous le disent. »

La quincaillière estime que c'est sa force de caractère qui lui a permis de faire sa marque dans un milieu d'hommes.

« Il faut savoir s'impliquer et il faut être en mesure de s'imposer, si nécessaire. On n'a pas le choix si on veut faire sa place dans le milieu. Moi, je dis qu'on est capable autant qu'un homme, mais, si je n'avais pas eu cette endurance et cette force de caractère, je ne serais pas rendue là où je suis. »

Comme la plupart des femmes qui évoluent dans une entreprise familiale, Mme Beauchamp a commencé au bas de l'échelle en tant que caissière; elle a multiplié les formations et développé une connaissance approfondie de tous les aspects du commerce.

L'entreprise a évolué au fil des années sous sa gouverne; la femme d'affaires compte d'ailleurs plusieurs réalisations à son actif, notamment la décision de s'affilier à une bannière canadienne bien avant que les États-Unis ne sombrerent dans l'instabilité.

« Il y a quelques 8 ou 9 ans, on a décidé de changer de bannière précisément parce que RONA, à l'époque, était une entreprise américaine et nous souhaitions avancer avec une bannière canadienne. Aujourd'hui, nos clients sont heureux qu'on soit avec des fournisseurs canadiens. »

Par ailleurs, Louise et son frère ont entièrement refait l'intérieur du magasin et agrandi la superficie de vente en achetant le commerce voisin. « Pour notre clientèle agricole, entre autres, cela signifie plus de produits, plus de choix. »

Malgré sa grande polyvalence, Louise Beauchamp estime qu'il est essentiel de bien connaître ses limites et de déléguer.

« Pour moi, la gestion de personnel, c'est quelque chose d'exigeant. C'est important d'avoir de bons employés. Mais c'est difficile de trouver de la main-d'œuvre satisfaisante et stable. J'ai donc décidé de confier cette tâche à mon frère. »

Louise Beauchamp prépare aussi sa propre relève; sa nièce occupera bientôt le rôle de gérante du magasin.



Caroline Fradet : la versatile

Présidente-directrice générale des centres
de rénovation Ferlac et vice-présidente
des Serres Toundra

Caroline Fradet est présidente et directrice générale des cinq centres de rénovation de Ferlac — inspiré par les mots ferronnerie et Lac-Saint-Jean; une entreprise cinquantenaire indépendante, affiliée à RONA, qui emploie près de 200 personnes dans la région.

La PDG est également la première vice-présidente exécutive des Serres Toundra qui ont ouvert officiellement leurs portes à la fin de l'année 2016.

« J'ai réussi à monter de façon très rapide, avec l'équipe de Serres Toundra, ce qui deviendra très bientôt les plus grandes serres du Québec, avait-elle déclaré au journal Le Quotidien. Nous sommes déjà leaders dans les meilleures variétés de concombres au Québec. »



Femmes au sommet

En 2021, Mme Fradet a reçu le prix Entrepreneure d'impact — Grande entreprise. Elle est la seule femme d'affaires du Saguenay–Lac-Saint-Jean à avoir remporté ce prix dans l'histoire du Réseau des femmes d'affaires du Québec. Puis l'année suivante, elle était finaliste aux Mercuriades de la Fédération des chambres de commerce du Québec dans la catégorie Femme d'exception.

Mme Fradet a intégré l'entreprise familiale Ferlac dès son jeune âge, d'abord dans le cadre d'un emploi étudiant. Elle est diplômée en finances de HEC Montréal.

«Ferland est mon entreprise familiale, que j'affectionne tant. Serres Toundra, c'est différent, c'est le projet d'une vie pour une entrepreneure.»



Mylène Labonté : une intrapreneure

Mylène Labonté est à la tête de la quincaillerie Canac de Rimouski depuis seulement mars 2023.

Originaire de la vallée de la Matapédia, elle est diplômée du Conservatoire Lasalle de Montréal en communication/théâtre. Dès le début de sa carrière, elle multiplie les formations en gestion d'entreprise et fait le saut dans le monde du commerce de détail.

«J'ai eu mon tout premier emploi dans une boutique de vêtements pour femmes à Montréal et ce fut un coup de cœur pour le commerce au détail. Rapidement, je suis devenue assistante-gérante et ensuite gérante; c'était un gros magasin qui roulait beaucoup. C'est un parcours un peu atypique pour quelqu'un qui gère une quincaillerie, mais j'ai toujours eu une âme d'entrepreneure.»

Pendant plusieurs années, Mylène Labonté évolue dans le domaine de la mode, de la décoration et des produits de consommation spécialisés.

«J'ai beaucoup aimé mon passage chez Bouclair; il y avait des meubles, l'habillage de fenêtres. Bref un commerce qui se rapprochait de la quincaillerie.»

Une gestionnaire compétente

La direction d'une quincaillerie ne fait pas partie de son bagage professionnel, mais Canac a reconnu ses compétences de gestionnaire.

«Mon supérieur m'a dit : "Les produits, ça s'apprend. Ce qu'on cherche, c'est une gestionnaire." Il m'a fait confiance dès le début. Je désirais ardemment cet emploi. Pour moi, travailler dans un milieu d'hommes représentait un défi, et j'ai toujours besoin de défis.»

Encore aujourd'hui, certains clients, lorsqu'ils demandent à parler au directeur, sont profondément surpris de rencontrer une directrice.

L'importance d'avoir du caractère

Lorsque Mme Labonté a fait son entrée chez Canac, seules deux femmes occupaient des postes de DG de succursales. En 2025, l'enseigne compte désormais six directrices générales sur une trentaine de succursales.

«Mon défi était d'apprendre à connaître le milieu de la quincaillerie, mais finalement, deux ans et demi plus tard, je connais bien notre offre de produits. Lorsque des entrepreneurs tentent de me faire sentir moins connaissante parce que je suis une femme, je ne m'en laisse pas imposer; mais il faut avoir les reins solides. Ça prend une force de caractère pour être directrice dans un milieu majoritairement masculin.»

Fait à remarquer, au Canac Rimouski, la cour à bois est gérée par une contremaîtresse.

«C'est une bonne gestionnaire qui a une très grande expérience en quincaillerie, souligne la responsable de son embauche. Évidemment, la clientèle d'entrepreneurs n'a pas l'habitude de faire affaire avec des femmes. L'autre jour, un client s'est permis d'affirmer haut et fort qu'une femme dans une cour à bois, c'est dangereux.»

Des magasins plus féminins ?

Mme Labonté est d'avis que Canac se distingue en offrant une touche féminine, une ambiance de quincaillerie de quartier. Elle trouve que les produits sont bien présentés et les conseillers aux comptoirs de services sont nombreux. Cela ressemble au genre de service client qu'on m'avait enseigné dans les boutiques spécialisées dont la clientèle était majoritairement féminine.»



Femmes au sommet

Pas sur les chantiers, mais à la tête des associations en construction

Si le sexe féminin est très sous-représenté parmi les patrons de chantiers, c'est le contraire au niveau des différentes associations qui représentent les métiers et les professions en construction. Outre l'AQMAT qui est dirigée par Geneviève La Fontaine en succession à Crystelle Cormier qui vient elle-même de prendre la barre des Elles de la construction, on ne compte pas moins d'une douzaine de femmes à la tête de l'une ou l'autre des quinze plus importantes associations. Quelques-unes se présentent à vous dans les pages qui suivent.



Me Caroline Amireault
Directrice générale



Association québécoise des entrepreneurs en infrastructure

Diplômée en criminologie et en droit, je suis avocate depuis 1995. En 2008, j'ai quitté la pratique privée pour prendre la direction générale de l'AQEI, un rôle qui me permet de conjuguer mes passions pour la construction et le lobbying.

Sous ma direction et avec mon équipe, l'organisation s'est professionnalisée, a renforcé ses représentations politiques et, en 2015, a intégré l'ASCQ. Depuis 2013, je m'implique activement dans la Coalition contre les retards de paiement.

En début d'année, j'ai coordonné un regroupement de près de 20 associations pour défendre nos entreprises face aux menaces tarifaires.

Je suis convaincue que la collégialité est une force, et je m'en réjouis chaque jour dans mon travail. Je siège au conseil d'administration du Conseil du patronat du Québec depuis 2023 et à son comité exécutif depuis 2024. Cet automne, je deviendrai directrice générale désignée de l'ACRGTO.



Me Gisèle Bourque
Directrice générale



Association des constructeurs de routes et grands travaux du Québec

Je suis au service de l'Association des constructeurs de routes et grands travaux du Québec (ACRGTO) depuis 40 ans. En 1985, j'ai débuté comme directrice des services juridiques de l'association. Puis, dès 2001, j'ai été nommée directrice générale. Je suis fière d'avoir été la première femme et, de surcroît, avocate à la tête de la permanence.

Depuis 1944, l'ACRGTO est devenue la seule représentante attitrée du secteur génie civil et voirie de l'industrie de la construction, représentant la majorité des entrepreneurs et fournisseurs œuvrant dans la construction de routes, d'ouvrages de génie civil et de grands travaux.

L'ACRGTO est également l'association sectorielle d'employeurs mandataire de la négociation, de l'application et du suivi de la convention collective de ce même secteur comptant plus de 2 600 employeurs et plus de 46 000 salariés.

Au moment de mettre sous presse, des discussions de regroupement sont en cours entre l'ACRGTO et l'AQEI. En octobre 2025, Me Bourque sera directrice générale sortante de l'ACRGTO avant de prendre sa retraite.



Femmes au sommet



Crystelle Cormier
Directrice générale

elles
DE LA CONSTRUCTION

Elles de la construction

Après plus de sept ans à l'AQMAT, j'ai saisi l'opportunité de devenir directrice générale des Elles de la construction, un poste que j'occupe depuis le 7 juillet.

La mission de l'organisme m'a immédiatement interpellée. Malgré quelques progrès, la proportion de femmes de métier dans l'industrie de la construction n'est passée que de 0,5 % à 4 %. C'est trop peu, trop lent. Bien que ce chiffre ne reflète pas l'ensemble des professionnelles du secteur, il illustre à quel point les obstacles systémiques demeurent. C'est précisément ce constat qui me pousse à m'engager pleinement.

Je suis persuadée que mes diplômes en administration des affaires et en marketing, en plus de compléments en gestion de crise et en gouvernance vont m'aider à œuvrer sur la pérennité de l'organisation, le développement de son autonomie financière et l'augmentation du nombre d'adhésions individuelles.

Fondé en 2010, l'organisme vise à promouvoir la place des femmes dans le secteur de la construction, et ce, à différents niveaux : entrepreneures, chargées de projet, femmes de métier, professionnelles et étudiantes.



Marie-Josée Huot
Directrice générale

IAAQ
INSTITUT
D'ACIER D'ARMATURE
DU QUÉBEC

Institut d'acier d'armature du Québec

Depuis 2018, je suis directrice générale de l'Institut d'acier d'armature du Québec (IAAQ).

Diplômée en communication publique de l'Université Laval, j'ai développé une expertise en communication dans le secteur de la construction, notamment à travers la gestion d'une agence spécialisée. Cette expérience m'a permis d'assurer avec efficacité la gestion associative de l'IAAQ.

L'IAAQ est une association regroupant une trentaine d'entreprises ayant pour objectif de soutenir et promouvoir l'utilisation du béton armé en tant que matériau de construction efficace et efficient. Afin de remplir sa mission, l'association propose à ses membres et collaborateurs des services organisés autour de trois axes principaux : la communication, le soutien technique, ainsi que la santé et la sécurité du travail.

Notons que le C.A. de l'IAAQ est également sous la présidence d'une femme : Véronique Trépanier, coprésidente du Groupe Armature Trépanier.



Sophie Larivière-Mantha, ing.
Présidente

ing. Ordre
des ingénieurs
du Québec

Ordre des ingénieurs du Québec

Depuis 2022, je suis présidente et porte-parole de l'Ordre des ingénieurs du Québec, un organisme qui assure la protection du public et comprend quelque 77 000 membres et personnes candidates à la profession d'ingénieur.

Dans le cadre de mon mandat, j'accorde une grande importance aux initiatives visant à protéger le public, à répondre aux défis du développement durable et à promouvoir la diversité en génie.

Diplômée en génie biomédical et en gestion, j'ai notamment participé au cours de ma carrière à des projets majeurs d'infrastructures dans le réseau de la santé, dont la construction d'hôpitaux universitaires. Je m'implique également à titre d'administratrice d'Ingénieurs Canada et du Conseil interprofessionnel du Québec en plus d'être présidente du conseil d'établissement d'une école primaire.

SUITE DE L'ARTICLE EN PAGE 54 >

AUTOMNE 2025 • AQMAT MAGAZINE 53



Femmes au sommet

SUITE DE L'ARTICLE DE LA PAGE 53 >



Annie Roy, ing. M.Sc.A.
Directrice générale



Association des propriétaires de machinerie lourde du Québec

Je dirige l'APMLQ depuis 2019. Ingénieure diplômée (baccalauréat en génie civil, 1991; maîtrise en technologie du béton, 1995), j'ai mené une carrière de plus de vingt ans dans l'industrie des matériaux, passant de la direction des livraisons chez Demix Béton Holcim à la direction de production chez Demix Agrégats Holcim, puis chez Béton Miroc.

Depuis mon arrivée à l'APMLQ, je mets cette expertise au service de PME régionales dans les secteurs de la construction, de l'excavation, du déneigement, du transport, du terrassement ainsi que des grues et pompes à béton; l'association regroupe plus de 500 membres partout au Québec.

Nos principaux défis? D'abord, la pénurie de main-d'œuvre qualifiée, qui complique le recrutement et la relève dans un secteur exigeant. Ensuite, la représentation auprès des autres instances gouvernementales afin d'adapter la réglementation aux réalités du terrain et à l'évolution des équipements lourds : machines de plus en plus équipées de technologies numériques, performantes et puissantes, mais aussi plus coûteuses et exigeantes en matière d'entretien et de formation des opérateurs. Ces démarches s'accompagnent également de la fourniture et de l'expertise en technologies numériques, telles que les solutions ISAAC, qui permettent l'enregistrement et le suivi des opérations de transport ainsi que l'entretien des équipements.

Nous offrons du soutien aux petites et moyennes entreprises face à la complexité des contrats ministériels, municipaux et privés. Cet accompagnement inclut souvent des avis légaux, fournis grâce à la collaboration de nos avocats partenaires spécialisés.



Francine Sabourin
Directrice générale



ASSOCIATION DE LA
CONSTRUCTION DU QUÉBEC

Association de la construction du Québec

Membre de l'Ordre des administrateurs agréés du Québec, diplômée en relations industrielles, j'ai débuté ma carrière à l'Ordre des conseillers en ressources humaines agréés, où j'ai œuvré pendant plus de 15 ans. J'ai ensuite assumé la direction générale de l'Ordre des administrateurs agréés du Québec de 2016 à 2022.

Depuis 2022, je suis directrice générale de l'Association de la construction du Québec (ACQ). L'ACQ représente plus de 20 000 entreprises qui génèrent près de 64 % des heures totales travaillées dans l'industrie de la construction. J'ai le privilège de mettre mon expertise au service d'une industrie essentielle à l'économie québécoise, qui est confrontée à des défis majeurs : pénurie de main-d'œuvre, coûts de construction, transition technologique et durable. Mon engagement est de mobiliser nos membres afin de bâtir ensemble un secteur solide, inclusif et tourné vers l'avenir.



Lyne Parent, LL. B. - ASC
Directrice générale



Association
des Architectes
en pratique
privée du Québec

Association des Architectes en pratique privée du Québec

Depuis 2014, j'occupe le poste de directrice générale de l'Association des architectes en pratique privée du Québec (AAPQ). Mon parcours professionnel m'a permis de développer une grande polyvalence et d'acquérir une expérience utile en direction des



Femmes au sommet

ressources organisationnelles, en gestion et en gouvernance. J'accorde une grande importance à l'écoute, à la collaboration et à l'accompagnement des équipes.

Syndicat professionnel créé en 1977, l'AAPPQ représente et défend les intérêts de près de 400 firmes d'architecture de toutes tailles, auprès des pouvoirs publics et des donneurs d'ouvrage.

Ses objectifs : améliorer les conditions de pratique des firmes d'architecture; valoriser la profession d'architecte en pratique privée; offrir des services de qualité aux membres; mobiliser les firmes et assurer sa pérennité.



Nathalie Lasnier, ing
Présidente-directrice générale



Association québécoise des fabricants de tuyaux et d'éléments en béton préfabriqué

À l'emploi de Tubécon (nom commercialisé de cette association) depuis 33 ans, j'ai débuté comme représentante technique et j'occupe depuis plus de 25 ans le poste de présidente-directrice générale. Gérer une association sectorielle est très stimulant car les tâches sont diversifiées, me permettant d'acquérir et d'appliquer des connaissances en communication, marketing, représentations gouvernementales, négociation, tout en perfectionnant mes connaissances techniques.

Représenter et défendre l'industrie du béton préfabriqué au Québec est important car nos membres contribuent aux économies locales à travers la province, en plus d'offrir une gamme complète de solutions pour augmenter la résilience des communautés.

C'est aussi une femme, Chantal Desrosiers de la compagnie BPDR, une filiale de Béton Préfabriqué du Lac, qui préside le C.A. de Tubécon.



Me Julie Senécal
Directrice générale et vice-présidente exécutive

Corporation des maîtres électriciens du Québec

Avocate de formation, j'ai amorcé ma carrière en litige en 1996, principalement en droit de la construction — un domaine que j'ai toujours particulièrement apprécié. J'y ai découvert des entrepreneurs francs, directs, avec des enjeux concrets et immédiats. C'est donc tout naturellement que je me suis jointe, en 2002, à la Corporation des maîtres électriciens du Québec (CMEQ), afin de représenter l'ensemble des entrepreneurs de ce secteur.

Après avoir occupé divers postes au sein de la corporation, j'en assure la direction générale depuis 2022. Plus de vingt ans plus tard, je demeure tout aussi passionnée d'y œuvrer. J'éprouve une réelle satisfaction à constater l'impact concret que nous pouvons avoir dans des dossiers structurants pour l'industrie, notamment en matière d'inspection et de paiement rapide. Je trouve particulièrement stimulante la collaboration avec nos nombreux partenaires du secteur.

Ma prochaine priorité : accompagner les entrepreneurs électriciens dans les défis — et les opportunités — de la transition énergétique du Québec.



Femmes au sommet

Supply-Build Canada

Liz Kovach, une battante à la tête d'une association sœur de l'AQMAT

Une des quatre associations sœurs de l'AQMAT, profondément enracinée dans l'Ouest canadien depuis 135 ans, la Western Retail Lumber Association (WRLA), a récemment procédé à un virage à 180 degrés, notamment de son nom qui est devenu Supply-Build Canada. Tout cela sous le leadership de Liz Kovach, sa présidente depuis bientôt une décennie.



« Notre ancien nom représentait un réel obstacle dans nos activités de lobby auprès des différents paliers de gouvernement; il limitait la portée de notre industrie et rendait difficile d'expliquer qui nous étions. L'industrie des matériaux de construction englobe de nombreux matériaux autres que le bois d'œuvre et l'association représente les fabricants, les distributeurs et d'autres catégories non représentées par le commerce de détail. De plus, l'association dessert des membres ayant des bureaux et des sites de fabrication à l'extérieur de l'Ouest. »

Pour implanter un changement aussi radical dans la vie d'une association qui évolue dans un marché traditionnel, l'équipe de Liz Kovach a mené une importante consultation de ses membres, de son conseil d'administration, de ses partenaires et des principales parties prenantes.

Place à la diversité

Supply-Build Canada compte 1300 membres, dont la moitié provient du secteur de la vente au détail, tandis que l'autre est issue du secteur manufacturier et de la distribution. Selon une étude récente portant sur les enjeux liés à la main-d'œuvre et réalisée pour l'association, environ 35 % des employés des entreprises membres sont des femmes; un score qui devrait s'améliorer puisqu'un des piliers de développement stratégique de l'association est d'attirer les talents et de favoriser la diversité.

« Nous devons attirer davantage de femmes. Notre secteur a besoin de talents à tous les niveaux. Depuis quelques années, on constate que de plus en plus de femmes dirigent des entreprises, occupent des postes dans la vente, le marketing et la production, et travaillent dans les ateliers de fabrication



et sur les chantiers de construction. Cette évolution est généralisée et nous voulons continuer à promouvoir l'importance de la diversité.»

Un programme spécifique pour soutenir les femmes

Supply-Build Canada a récemment mis en place un programme pour donner aux femmes qui choisissent de faire carrière dans ce milieu à dominance masculine des outils et du soutien. La mission du comité adéquatement nommé BuildHer est «de soutenir, d'encourager et d'autonomiser les femmes du secteur de la construction grâce à diverses initiatives axées sur le recrutement, la rétention, l'avancement et l'inclusion en général».

Les initiatives sont multiples et les activités qui s'y rattachent sont variées : éducation, formation, mentorat, réseautage et engagement communautaire.

«Notre objectif est de créer un espace où les femmes peuvent discuter de leurs difficultés. Cela permet de tisser un réseau dans lequel les femmes peuvent s'instruire mutuellement, comprendre comment d'autres ont progressé dans leur carrière et comment elles peuvent s'entraider.»

Mme Kovach et son équipe n'ont pas peur non plus de lancer des conversations difficiles dans le cadre, par exemple, de tables rondes ou de panels avec des experts invités.

«Plusieurs femmes n'ont pas eu les meilleures expériences avec leurs homologues masculins. Nous voulons changer les mentalités, et le meilleur moyen d'y parvenir est d'entamer ces discussions.»

Parcours d'une leader passionnée

Liz Kovach est originaire de Winnipeg, là où est le siège social de l'association. Elle a succédé à Gary Hamilton qui, lors de son départ, a participé à son embauche.

«J'assistais à un déjeuner de réseautage et j'étais assis à côté de cet homme sympathique. Peu après, il m'a appelé, car il partait à la retraite et devait embaucher son remplaçant. J'ai été retenue, car il a été impressionné par ma présentation et, bien sûr, par ma passion. Si vous me connaissez, je suis quelqu'un de très engagée.»

Liz Kovach a fait ses études en physiothérapie sportive. «J'avais choisi ce domaine presque par défaut, car je ne pensais pas être assez intelligente pour devenir médecin.» Après une année sabbatique, elle s'implique auprès d'entreprises du secteur associatif et caritatif et dirige les destinées d'organismes, tels que la Fondation des maladies du cœur.

«J'avais pour objectif d'aider les autres et de contribuer à la communauté. Pour moi, il s'agissait avant tout d'aider les gens à s'épanouir et à avoir une bonne qualité de vie.»

Aujourd'hui, elle est consciente d'avoir eu une opportunité formidable et admet qu'elle a dû faire face à plusieurs défis.

«Au début, j'ai dû faire un peu de ménage au sein de l'association, qui avait peut-être sombré dans la complaisance. Alors que nous étions sur la bonne voie, la pandémie est arrivée. J'ai dû trouver comment diriger l'organisation pendant cette crise sanitaire mondiale, ce qui était déjà un défi en soi. Mais nous avons réussi à nous en sortir à force de ténacité et de résilience.»

Somme toute, Liz Kovach se réjouit de ce qu'elle a accompli au sein de l'organisation depuis 10 ans.

Le personnel qui l'entoure a triplé, lui permettant de mener de front plusieurs initiatives. Les efforts de mobilisation et de consultation des membres ont permis de repositionner avantageusement l'association, mais plus encore, cette campagne aura entraîné des changements culturels importants au sein de l'organisme.

«Aujourd'hui, nos membres ont commencé à se rassembler, formant une véritable communauté, alors qu'auparavant, nous passions peu de temps sur la route et n'échangions pas beaucoup. Désormais, nous sommes très au courant de la situation de nos membres et ils nous appellent lorsqu'ils ont besoin de soutien, car ils savent que nous serons là pour eux. Je suis donc très fière de ce changement culturel.»



Le leadership au féminin chez BMR Novago

Dans le secteur de la quincaillerie, expertise, vision et rigueur sont essentielles. Chez BMR Novago Coopérative, plusieurs femmes incarnent ces valeurs avec brio et se distinguent par leur leadership. Chaque jour, elles font avancer notre organisation et dynamisent nos succursales. Leur savoir-faire et leur engagement sont une valeur ajoutée pour nos équipes et nos clients. Sur l'ensemble de notre territoire de Portneuf à l'Abitibi-Témiscamingue et à travers nos 12 succursales, les femmes représentent 31 % de nos employés en quincaillerie.



Marie-Josée

Vice-présidente détail
14 ans de service

Leader énergique et visionnaire, elle propulse le développement de l'ensemble de nos quincailleries.



Nancy

Acheteuse quincaillerie
6 ans de service

Toujours à l'écoute et attentive aux détails, elle bâtit des relations de confiance profitable à l'interne comme à l'externe.



Kim

Représentante
matériaux et agricole
17 ans de service

Animée par les défis, elle met son expertise au service, des entrepreneurs en construction et des producteurs agricoles.



Geneviève

Conseillère en
communication
9 ans de service

Créative et en mode solution, elle supporte les équipes pour le marketing, les événements ou les projets spéciaux.



Andréa

Gérante BMR
St-Narcisse
23 ans de service

Gestionnaire engagée et passionnée, elle mobilise son équipe et fait du service client une valeur incontournable.



Karine

Gérante BMR
Yamachiche
5 mois de service

Souriante et axée sur le service, elle met son expertise en merchandising au service d'un magasin accueillant et organisé.



Emylie

Gérante relève BMR
Ste-Catherine
4 mois de service

Femme d'actions et performante, elle prend en charge chaque défi en plaçant la santé et la sécurité au cœur de ses priorités.



Danielle

Commis senior gestion
aux inventaires
25 ans de service

Rigoureuse et organisée, elle contribue à la gestion optimale des stocks et au bon fonctionnement de nos succursales.

Dans nos magasins, plusieurs femmes occupent des rôles clés : assistante-gérante, commis quincaillerie et matériaux, caissière, inventaire, etc. Dans un milieu encore majoritairement masculin, elles tracent leur chemin et inspirent par leur talent. Plusieurs femmes choisissent de bâtir leur carrière avec nous depuis de nombreuses années. Nous offrons un environnement de travail dynamique, flexible et humain, où développement des compétences et esprit de famille sont au cœur de notre approche.

L'AQMAT favorise les femmes inspirantes en têtes d'affiche de ses activités

L'AQMAT a multiplié les occasions de mettre en lumière des femmes dont le parcours et les réalisations sont une source d'inspiration pour ses membres. Dont ces trois stars.

Par exemple, en 2023, dans le cadre de son Congrès des Décideurs, **Valentine Thomas** était la tête d'affiche de la conférence d'inspiration. Les participants ont eu la chance d'entendre cette avocate criminaliste qui a troqué la toge pour devenir plongeuse et pêcheuse professionnelle au harpon, cela avec un fond activiste afin de sensibiliser le public sur l'importance d'optimiser leur production alimentaire. Elle est aujourd'hui une porte-parole reconnue de la durabilité alimentaire.



Son livre bien nommé « À contre-courant », où elle parle de l'importance de vaincre ses doutes pour trouver sa vraie raison d'être, a pu être dédié aux congressistes.

La prestation visait à inspirer les membres qui de plus en plus, doivent composer avec un contexte économique marqué par l'incertitude. On souhaitait aussi présenter aux femmes qui évoluent dans les quincailleries et les usines une personnalité dont la force de caractère et l'énergie sont remarquables.

Les membres de l'AQMAT se souviendront également de la hockeyeuse **Mélodie Daoust**, invitée lors de la journée de golf estivale de 2018 au Château Montebello.



La conférence de la joueuse et « MVP » du dernier tournoi de hockey olympique portait sur l'iniquité salariale, le dépassement de soi et la résilience. On se rappellera qu'à l'époque, cette battante visait de reconquérir quatre ans plus tard l'or perdu en barrage aux mains des Américaines.

Mélodie Daoust a raconté comment elle avait dû surmonter plusieurs obstacles tout au long de sa carrière et travailler fort pour maintenir une attitude positive afin de réussir.

La sprinteuse **Audrey Leduc** est devenue, en 2024, ambassadrice de marque pour le programme « Bien fait ici ». On se rappellera que cette athlète canadienne a battu des records de vitesse coup sur coup au 100 m et au 200 m, et qu'elle s'est triplement qualifiée pour les prochains Jeux olympiques, puisqu'elle est aussi membre de l'équipe de relais 4 x 100 m.



Richard Darveau, président-directeur général de BFI, explique pourquoi l'organisme a décidé de s'associer à cette athlète féminine : « Notre programme et elle partagent une même quête d'excellence et des valeurs éthiques. Mais c'est aussi parce qu'Audrey a délibérément choisi de mener ses études jusqu'à la maîtrise et son développement athlétique en demeurant au pays afin de démontrer qu'on peut être parmi les meilleurs au monde en demeurant Canadien, une posture chère à chacun aux quelque 250 manufacturiers engagés dans "Bien fait ici". »



Femmes au sommet

La permanence de l'AQMAT surtout peuplée de femmes

Pourquoi travaillent-elles pour votre association ? Elles répondent à cette question dans leurs propres mots.



Geneviève La Fontaine, cheffe de la direction

« Je suis encore en tout début de parcours à l'AQMAT, mais il ne m'a pas fallu longtemps pour ressentir l'énergie qui y circule. Ici, ça bouge, ça échange, ça construit. Ma motivation ? Être au cœur de cette dynamique collaborative, voir les idées prendre vie au bénéfice de nos membres et savoir que, chaque jour, nous participons à l'essor de notre secteur. »

Jasmine Sylvere, conseillère senior en promotion et en publicité

« J'ai travaillé pour plusieurs très grandes organisations où j'ai beaucoup appris. En passant à l'AQMAT, il y a maintenant plus de six ans, j'ai découvert une précieuse collaboration entre la permanence et ses membres. Un partenariat fort. Le plus important pour moi dans mon boulot, c'est la possibilité de contribuer directement au développement et à la vitalité de notre secteur et son rayonnement. »



Anay Hernandez, technicienne-comptable

« Richard Darveau m'a donné la chance d'amorcer une vraie carrière alors que j'étais immigrante. Il m'a fait confiance. Ce qui me motive aujourd'hui à travailler à l'AQMAT c'est entre autres la variété des tâches comptables et la dynamique humaine de l'équipe de l'AQMAT. »

Henriette Vézina, coordonnatrice du Collège AQMAT

« Moi, ce qui me motive c'est la mission que l'AQMAT se donne en particulier en formation afin d'accompagner les marchands dans leurs nouveaux enjeux comme employeurs. Je dois dire que j'aime aussi l'efficacité de mes collègues, leur bonne humeur, leur bienveillance envers nous, les aînés. »



Isabelle Picard, directrice du Collège AQMAT

« La richesse et la diversité des mandats, portées par la passion et la créativité de mes collègues. Savoir que je peux compter sur leurs talents et leur bienveillance me donne l'énergie d'aborder chaque journée avec enthousiasme. Cette synergie, résolument tournée vers les défis de demain, nous pousse à innover, anticiper les évolutions du secteur et bâtir ensemble un horizon riche en opportunités. »



Prestance du bois exotique.
caractère personnalisé.

www.royalbuildingsolutions.com

Les marchands doivent accélérer la remise en marché des retours pour contrer la hausse des coûts

Face à la montée des prix causée par les droits de douane américains imposés sous l'administration Trump, les détaillants se tournent massivement vers ce qu'on appelle la « logistique inversée » afin de remettre en vente, le plus rapidement possible, les produits retournés. Cette stratégie leur permet de limiter les pertes et d'optimiser leurs stocks dans un contexte où le prix des nouveaux articles ne cesse d'augmenter.

La logistique inversée est le segment de la chaîne d'approvisionnement qui gère les produits retournés : évaluation, réparation, recyclage ou élimination. Un traitement rapide et efficace de ces articles permet de les remettre en vente, à prix plein ou réduit, dans les boutiques ou en ligne. Cela représente un enjeu stratégique pour les commerçants, d'autant plus que les produits retournés ont déjà été soumis aux frais de douane — il est donc avantageux de les réintégrer au marché sans délai.

Le secteur connaît d'ailleurs une forte croissance. Aux États-Unis, il pèse déjà 150 milliards de dollars américains et devrait croître de 6 à 8 % par an jusqu'en 2030; cette dynamique dépasse celle du PIB, signe de l'importance que prennent les retours dans l'économie du commerce de détail.

Une tendance notable pousse aussi à l'expansion du « bracketing », une pratique de plus en plus courante chez les consommateurs en ligne qui commandent plusieurs tailles ou couleurs d'un même article pour ne conserver que celui qui convient. Résultat : les volumes de retours explosent, tout comme les coûts liés à leur traitement.

Pour répondre à cette réalité, les détaillants investissent désormais dans des solutions technologiques et logistiques leur permettant de remettre rapidement en état les articles légèrement endommagés. La majorité des grands marchands ont déjà lancé, ou s'approprient à lancer, des programmes de vente de produits remis à neuf ou d'occasion. On estime aujourd'hui que plus de 85 % des produits retournés peuvent être revendus après inspection.

La revente devient aussi une réponse commerciale aux attentes des consommateurs plus soucieux de leur budget. Près des trois quarts d'entre eux se montrent prêts à acheter des articles de seconde main ou reconditionnés, une nouvelle réalité qui pousse les commerçants à diversifier leur offre et à développer des canaux secondaires de vente.

Les plateformes numériques spécialisées dans la revente, comme Stork, participent à cette révolution. Grâce à l'intelligence artificielle et à la numérisation des inventaires, elles permettent aux détaillants de lancer en quelques jours à peine un programme de revente, y compris à l'international. Une solution autrefois longue, complexe et coûteuse.

Un site plus générique comme Marketplace peut aussi dépanner les marchands.

En somme, la logistique inversée devient une véritable arme stratégique. Elle permet aux commerçants de réduire leurs achats de nouveaux produits jusqu'à 15 % et d'accroître leurs revenus issus des retours de 10 à 35 %.

Accélérer le traitement des retours devient donc essentiel pour rester compétitif et préserver les marges.





UN NOUVEAU GROUPEMENT
QUI OFFRE UNE ALTERNATIVE
POUR LES DÉTAILLANTS D'ICI

evcoX

Propulsé par  ÉVOLUTION
DISTRIBUTION  SEXTON
GROUP LTD

« AIDER NOS MARCHANDS INDÉPENDANTS À
ACCROÎTRE LEURS PARTS DE
MARCHÉ ET FAVORISER LEUR RÉUSSITE,
VOICI NOTRE MISSION! »



NOUS ON SE COMPREND!
GROUPEEVOX.COM

CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE
GENEVIÈVE GAGNON — PRÉSIDENTE
GGAGNON@GROUPEEVOX.COM

TRISTANT L. LANGELIER — DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES
TLANGELIER@GROUPEEVOX.COM
438.336.2908





Entrevue
vidéo sur
aqmat.org



Note aux lecteurs : l'entrevue a été menée en anglais. Nous la traduisons ici. La vidéo, accessible via le code QR, est présentée dans la langue originale.

Entrevue chez Vicwest avec Gavin Blower, président depuis un an

Il y a un an, presque jour pour jour, Gavin Blower, originaire d'Irlande, devenait président de Vicwest, une entreprise qui fêtera bientôt ses cent ans. Il nous reçoit dans ses installations québécoises, à Victoriaville.

Q Dites-moi, qu'avez-vous ressenti en apprenant que vous alliez prendre la tête de Vicwest ?

R Ce fut un grand jour de fierté pour ma famille et moi. J'ai eu la chance de diriger des entreprises au sein du groupe Kingspan pendant neuf ans, mais Vicwest a toujours été l'objectif. Quand ma famille canadienne a appris qu'une occasion se présentait, nous l'avons saisie à deux mains.

Q Voilà un an maintenant. Comment ça va ?

R Ça se passe bien. Cela a été une véritable expérience d'apprentissage mais incroyablement enrichissante. Je dois connaître notre entreprise, nos clients et nos employés – maintenant nous entrons dans une phase passionnante de notre parcours.

Q À votre arrivée, on parlait d'un « changement dans la continuité ».

R C'est intéressant. Tout au long de ma carrière, j'ai visé des standards élevés. Quand on vise haut, on doit changer et évoluer. Dans le même temps, Vicwest possède une histoire riche. Nous devons préserver ce que représente Vicwest, de sorte que les changements soient perçus positivement : la façon de faire, les processus, l'efficacité. La continuité, ce sont la marque Vicwest et ses gens, rassemblés autour d'un but commun. C'est très stimulant.

Q Vous vous êtes engagé sur deux axes : introduire de nouveaux produits et vous développer dans les solutions d'acier pour l'extérieur.

R Tout à fait. Du point de vue des nouveaux produits, au cours de la dernière année, nous avons établi la première équipe en recherche et développement de Vicwest ainsi qu'une équipe de développement de produits. C'est un véritable pas en avant pour les produits innovants dans notre industrie. Je suis impatient de voir ce que l'équipe peut réaliser.

Nous venons aussi d'ouvrir une nouvelle usine en Colombie-Britannique. Nous sommes désormais le seul fournisseur véritablement d'un océan à l'autre dans notre industrie.

Par ailleurs, nous lancerons un nouveau produit sur le marché cet automne; nous sommes très enthousiastes. Nous cherchons toujours à nous améliorer : remettre les bases en ordre tout en innovant et en ajoutant de nouvelles gammes.

Q Quelles expériences professionnelles ou académiques vous ont le mieux préparé ?

R En Irlande, j'ai fait un B.Comm (commerce) et une maîtrise en finance. En arrivant en Amérique du Nord, j'ai eu la chance de compléter un MBA à l'Université de Toronto en 2023. Mais mon véritable «MBA», ce sont mes années chez Kingspan. En 2016, on m'a confié la direction d'une de leurs filiales américaines : j'y ai appris la gestion commerciale. J'ai commis des erreurs — j'en fais encore — mais ces neuf années m'ont mené à ce poste.

Q Quelles différences voyez-vous entre la gestion en Europe et ici ?

R Je dirais que le style européen ressemble beaucoup au style canadien, et diffère davantage du style américain. On y retrouve certaines formalités et une culture de rigueur héritées de l'Europe. Je le constate aussi dans cette industrie au Canada.

Q Comment favorisez-vous le leadership et l'engagement à tous les niveaux ?

R Le meilleur investissement, c'est notre culture chez Vicwest. Ce n'est pas quelque chose qu'on mesure facilement, mais qu'on ressent lorsqu'on parcourt le plancher de l'usine. Je demande à tous les gestionnaires de montrer l'exemple; l'entreprise appréciera une approche cohérente et équitable. C'est ma philosophie.

Q Comment la pratique du rugby, que vous avez longtemps pratiquée, vous sert-elle ?

R Le rugby m'a appris avant tout le respect. Même dans l'adversité, on respecte l'adversaire et on se serre la main à la fin. J'aime prendre le temps de saluer les gens sur le plancher, d'apprendre d'eux.

Q Depuis votre nomination, certaines expériences ont-elles fait évoluer votre vision de l'entreprise et du marché ?

R Un nouveau rôle vous rendra toujours humble. C'est une expérience d'apprentissage fantastique. Parfois, on sous-estime la complexité de l'in-

dustrie : l'acier, la toiture, le commerce de détail et la distribution m'enseignent chaque jour. Il y a toujours des marges de progrès et des défis.

Q Parlant de défis, pouvez-vous en évoquer quelques-uns et les moyens pris ?

R L'an dernier, nous avons eu plusieurs défis. Aucun ne nous a définis, mais chacun nous a appris quelque chose. Ils nous ont permis de mettre en place des solutions structurantes chez Vicwest : par exemple, une équipe nationale de qualité qui supervise la qualité dans toutes nos usines, et une équipe nationale d'amélioration continue. Ces équipes sont nées de ces défis; j'aime voir les difficultés comme des opportunités.

Q Quel type de décisions stratégiques attendez-vous de vos cadres supérieurs ?

R Au cours des douze derniers mois, nous nous sommes fortement concentrés sur les personnes, la structure et la clarté. Nous avons investi en R-D et en amélioration continue. Les fruits de ces efforts apparaîtront dans les

prochaines années. D'un point de vue stratégique, nous revenons aux fondamentaux — ce qui est déjà un beau chantier — tout en préparant l'avenir : numérisation, renforcement des TI et lancement de produits innovants.

Q Parlons ventes. Quel pourcentage des ventes aux centres de rénovation représentent-elles ?

R Le détail est une pierre angulaire de notre activité : environ 65 à 80 % de nos ventes. Et l'usine du Québec, à Victoriaville, est notre plus grande : elle contribue à environ 40 % de nos revenus annuels, et ça continue de croître.

Q Voyez-vous un potentiel à l'exportation malgré le poids de l'acier et le contexte géopolitique ?

R Notre priorité, c'est le marché canadien — environ 97 % de nos revenus. Cela dit, nos opportunités de croissance se situent aussi aux États-Unis.

Q La toiture d'acier peut-elle gagner du terrain en résidentiel ?



SUITE DE L'ENTREVUE EN PAGE 66 >

SUITE DE L'ENTREVUE DE LA PAGE 65 >



R J'en suis convaincu, et nous voyons déjà des signes de croissance. En renforçant notre développement des affaires auprès des architectes, nous obtenons davantage de spécifications. Les consommateurs, sensibles aux enjeux environnementaux, se tournent vers l'acier pour sa durabilité et ses avantages écologiques.

Q Les études estiment le marché canadien de la toiture d'acier à plus de 3 G \$ avec une croissance prévue de 5,3 % par an sur 3 à 5 ans. Êtes-vous aussi optimiste ?

R Absolument. Le groupe Kingspan est **fortement investi** dans la réussite de Vicwest sur le marché de la toiture métallique — dans les **nouveaux produits** et, comme je l'ai dit, dans les **équipes** qui les amènent aux architectes pour faire croître le marché.

Q Sur quoi miser pour faire grandir la part de l'acier : durabilité, esthétique ou environnement ?

R Les trois, et plus encore. Les consommateurs doivent considérer le cycle de vie : une toiture peut durer 40 à 50 ans, contre beaucoup moins pour d'autres matériaux. Côté environnement, l'acier réduit son carbone incorporé ; avec nos solutions EAF (four à arc électrique) et nos aciers à faible teneur en carbone incorporé, on atteint des réductions pouvant aller jusqu'à 70 % par rapport à certains aciers conventionnels, à performance équivalente.

Q Soyons francs : le prix fait loi. Comment outillez-vous les marchands pour convaincre un propriétaire de payer plus pour l'acier ?

R Parfois, le prix n'est pas décisif. Beaucoup de clients valorisent le service, la livraison ponctuelle, la qualité d'un acier canadien et de bonnes garanties. Nous faisons notre part en livrant le meilleur produit possible. Côté détaillants, nous investissons dans des ressources de connaissance et de formation pour qu'ils puissent expliquer clairement les avantages réels de l'acier.

Q Vous avez introduit la gamme Bellara avec de grandes attentes. Quelles sont les améliorations récentes ?

R Bellara est un produit de conception italienne qui connaît un beau succès. D'autres gammes existent, mais selon nous, aucune n'égale notre qualité d'impression en tramage qui reproduit l'apparence du bois. Nous aimons penser que, face à un produit Bellara installé, beaucoup ne devinent pas qu'il s'agit d'acier. C'est ce qui nous distingue.

Q On dit qu'une toiture en tôle se démarque si elle est bien installée, donc par des professionnels. La pénurie d'installateurs freine-t-elle votre production ou vos ventes ?

R Un produit n'est aussi bon que son installation — vous avez raison. Nous investissons donc dans la formation des installateurs. Ici même, notre salle de formation comporte un toit de démonstration où les entrepreneurs apprennent avec notre équipe technique.

Q Nous sommes au Québec, à Victoriaville. Quel rôle cette usine joue-t-elle chez Vicwest ? Et y venez-vous souvent ?

R Victoriaville occupe une place toute spéciale pour moi. J'y viens souvent. Les gens me rappellent l'Irlande : fiers de leur travail. C'est notre plus grande usine au pays : plus gros volume, plus d'employés — le cœur de Vicwest.

Q Dans quelle mesure le fait d'avoir sept usines réparties dans plusieurs provinces vous donne-t-il un avantage concurrentiel ?

R Notre modèle, c'est qu'un produit puisse être fabriqué dans une usine et livré au client partout au Canada. C'est notre objectif et nous nous en approchons.

Q Avec un protectionnisme plus présent, n'y a-t-il pas des occasions de créer une entreprise au sud de la frontière ou d'acquérir un manufacturier américain ?

R Vicwest distribue et vend déjà aux États-Unis. Nous mettrons en service une usine là-bas d'ici la fin de l'année. C'est une belle opportunité pour soutenir nos activités au Canada et assurer des livraisons efficaces aux États-Unis.

Q Vous avez fait référence plusieurs fois à Kingspan, la société mère depuis 2015. Que représente-t-elle ?

R Le groupe Kingspan a acheté Vicwest en 2015 et investit dans les entreprises qu'il acquiert. Il y a eu des investissements importants chez Vicwest depuis dix ans — nouveaux produits, équipes, structure, durabilité. Kingspan est une entreprise publique irlandaise fondée en 1965, partie de débuts modestes pour atteindre environ 20 000 employés et quelque 200 sites de fabrication dans le monde. Tous se consacrent à des enveloppes du bâtiment efficaces.

Q Comment une compagnie «vintage» comme Vicwest peut-elle demeurer innovante ?

R En mariant ce que Vicwest fait déjà très bien — des profilés présents depuis des décennies — avec des produits innovants. Si nous n'innovons pas, quelqu'un d'autre le fera. Nous investissons dans nos processus et nos rituels (quotidiens et hebdomadaires) pour que l'innovation soit encouragée et portée jusqu'au marché.

Q Le fait que l'acier soit généralement disponible en Amérique du Nord vous protège-t-il des problèmes de chaîne d'approvisionnement ?

R Les chaînes d'approvisionnement ont très bien réagi à l'incertitude. Ce qui compliquait l'exportation profite aujourd'hui au modèle domestique. Nous observons des chaînes plus efficaces.

Q Est-il vrai ou faux que certains aciers asiatiques sont de moindre qualité ? Si oui, de quoi le consommateur devrait-il se méfier ?

R Je préfère parler de la qualité de nos propres produits. Grâce à des tests rigoureux et à nos processus qualité, avec l'appui de nos partenaires canadiens, nous avons confiance en nos aciers. Il faut former le marché aux différences de qualité, et Vicwest se porte garant de la sienne.

Q Les qualités intrinsèques de l'acier canadien et son poids ne vous protègent-elles pas contre les importations ?

R Nous sommes fiers de travailler avec nos fournisseurs canadiens. Cela dit, fabricants, sidérurgistes et politiques publiques doivent continuer d'assurer un véritable contenu canadien. Il y a eu de bons progrès cette année, mais il faut poursuivre.

Q Les tensions entre le Canada et les États-Unis ont fait passer certains tarifs sur l'acier de 25 % à 50 %. Est-ce que cela affecte vos ventes ou vos marges ?

R Il y a eu un impact, oui. La majorité de nos revenus proviennent du Canada, mais nous vendons aussi aux États-Unis et importons certains produits fabriqués là-bas — ce qui nous touche. Cela dit, comme beaucoup d'entreprises, nous nous sommes adaptés : en augmentant l'approvisionnement canadien, nous avons minimisé les perturbations.

Q On associe spontanément écologie et bois, moins l'acier. Quelles initiatives prenez-vous pour devenir plus respectueux de la planète ?

R Le programme «Planet Passionate» de Kingspan, lancé il y a plus de dix ans, est remarquable : recyclage, choix des matériaux, production d'énergie renouvelable sur site, véhicules électriques. L'objectif est de réduire le carbone dans nos opérations. Côté produits, Kingspan mise sur des aciers à faible carbone incorporé. Chez Vicwest, nous allons lancer un acier à faible carbone incorporé offrant les mêmes performances avec une empreinte bien moindre. C'est notre contribution — même s'il restera toujours du chemin à faire.

Q Croyez-vous que les consommateurs aient des attentes à votre égard ?

R Qu'il s'agisse d'un particulier ou d'un client corporatif, on attend de nous des produits durables. Le défi, c'est que certains souhaitent un faible carbone au même prix que des produits à carbone plus élevé. Nous travaillons à aligner les attentes grâce à des gammes claires.



Les véritables causes du « shrink » en magasin

Dans le secteur du commerce de détail, la perte d'inventaire – appelée « shrink » – est souvent attribuée aux vols et au crime organisé. Pourtant, la principale cause se situe ailleurs : les inefficacités dans les opérations en magasin. Sous-effectif, erreurs de gestion de stock, lacunes dans l'étiquetage et problèmes de prix ou de promotions entraînent des pertes bien plus importantes que les vols spectaculaires souvent médiatisés.

Depuis la Grande Récession puis la pandémie, de nombreux détaillants ont réduit leurs effectifs en supprimant des postes jugés non essentiels. Ces coupes ont fragilisé la gestion quotidienne des inventaires, accentuant les risques de pertes. L'absence de personnel dédié aux contrôles réguliers provoque des répercussions sur la disponibilité des produits, la précision des prix et même la qualité du service client.

Poids économique des inefficacités

Les pertes liées à la mauvaise gestion opérationnelle représentent en moyenne 5,5 % des ventes brutes, contre 4,5 % l'année précédente. L'impact est direct sur la rentabilité, l'expérience client et la compétitivité.

Les erreurs dans les promotions et les prix se révèlent particulièrement coûteuses.

Près de 40 % des décideurs interrogés dans une étude récente classent les problèmes liés aux promotions parmi leurs principaux défis. Plus de la moitié des détaillants signalent également des pertes dues aux ruptures de stock. Même de petites erreurs – un produit mal placé, une étiquette incorrecte – peuvent s'accumuler et générer d'importantes pertes financières.

L'évolution de la prévention des pertes

Désormais, la prévention des pertes devient plus globale, intégrée aux opérations et orientée vers la protection des marges; les équipes dédiées ne sont plus seulement perçues comme un centre de coûts, mais comme un levier de rentabilité.

L'analyse de données joue un rôle crucial dans cette transformation. L'étude des flux en magasin, des points de vente, des stocks entrants et sortants permet de détecter des modèles récurrents d'inefficacité et d'anticiper les risques.

Le rôle croissant de la technologie

Les investissements dans les technologies d'intelligence en magasin ont fortement augmenté. L'intelligence artificielle est de plus en plus utilisée pour identifier erreurs et tendances, avec déjà 60 % des détaillants l'ayant intégrée et près de 30 % supplémentaires qui prévoient de le faire prochainement.

Ces outils facilitent la collaboration entre les équipes de prévention, d'opérations, de ressources humaines et de logistique. Ils permettent de relier des données disparates, d'identifier les besoins en formation et d'améliorer la cohérence des processus.

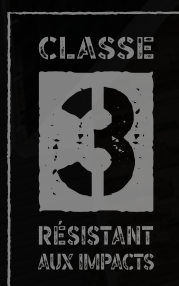
La technologie ne peut toutefois pas tout résoudre.

Une organisation efficace exige aussi des équipes suffisantes et bien formées. Les réductions excessives de personnel dans les années passées continuent d'alimenter les problèmes actuels de gestion d'inventaire. Plus une arrière-boutique est désorganisée, plus le risque de pertes augmente.



DYNASTY^{MD}

Bardeaux Performance | avec **ArmourZone^{MD}**



Une performance éprouvée dans chaque bardeau.

Les bardeaux de performance Dynasty sont la solution évoluée de IKO pour une protection accrue contre le soulèvement par le vent, grâce à la surface de clouage renforcée intégrée ArmourZone^{MD}. De plus, ils présentent des couleurs vives et une résistance à chocs de classe 3¹ pour un bardeau qui se démarque des autres.

Ce qui distingue les bardeaux Dynasty.



IKO ARMOURZONE^{MD}



UNE RÉSISTANCE À L'IMPACT DE CLASSE 3¹



DES MÉLANGES DE COULEURS UNIQUES



RÉSISTANCE AUX VENTS FORTS



¹Ce classement a pour seul but de permettre aux propriétaires de biens résidentiels d'obtenir une réduction de leur prime d'assurance résidentielle, le cas échéant. Il ne s'agit pas d'une garantie de résistance aux chocs contre la grêle. Les dommages causés par la grêle ne sont pas couverts par la garantie limitée.

Pour en savoir plus sur nos produits, parlez à un représentant des ventes de IKO ou communiquez directement avec nous : **1-855-IKO-ROOF (1-855-456-7663)**. Ou visitez notre site web à l'adresse suivante : **IKO.COM**





L'audace de faire autrement



**DU 14 AU 16
OCTOBRE 2025
AU CENTRE
DES CONGRÈS
DE QUÉBEC**

**1 500
PARTICIPANTS**



Un tout nouvel événement signé RONA

Un grand rassemblement qui réunit plusieurs parties prenantes du réseau RONA : leadership de RONA, marchands affiliés RONA, directeur(trice)s de magasins corporatifs RONA+ et RONA, équipes des services professionnels et fournisseurs partenaires.

Au programme : conférences, salon d'exposition, galas de reconnaissance, et plus encore!

« Tout le réseau RONA réuni sous un même toit pour trois jours à RONA Momentum.

Notre objectif étant de continuer notre croissance avec un réseau fort, uni et prêt à se dépasser. »

*– J.P. Towner, président
et chef de la direction de RONA*





Soleil mur à mur aux deux tournois de golf de l'AQMAT

Le vendredi 17 juin à Montebello et deux mois plus tard, le 18 août à Québec, Dame Nature a été de notre côté. Tant le Swing Estival printanier au club Fairmont que le Quincaillier Open automnal au Royal Québec brillaient sous les feux du soleil; un contraste saisissant avec les pluies diluviennes qui avaient noyé ce parcours l'année précédente.

On avait prévu de raconter ces deux journées en mots... Finalement, ce sont les photos qui parlent le mieux. La vingtaine de pages qui suit capturent des moments de ces deux journées jugées pas mal parfaites par les participants.

Tout près de 400 golfeurs se sont affrontés sur des parcours impeccablement préparés : 152 à Montebello et 244 à Québec.

Chaque coup a bénéficié d'une surface parfaite et d'une atmosphère chaleureuse.

En fin de journée, une trentaine participants additionnels se sont joints aux golfeurs pour l'une ou l'autre des deux soirées afin de réseauter et de profiter d'un moment convivial en bonne compagnie.

Un mot finalement pour remercier nos commanditaires, sans qui tout cela ne serait pas possible. Leur engagement fait que ces moments animés pour les membres résonnent en contribution à l'auto-financement de l'AQMAT.

On se donne rendez-vous en 2026 pour une autre édition de ces deux tournois toujours si populaires et appréciés.

Un album plus qu'un récit. À feuilleter sans modération!





Coopérative canadienne
de détaillants en rénovation
et articles pour la maison





Réseau pancanadien de centres
de rénovation et commerces
spécialisés indépendants





Groupe d'achats canadien
de centres de rénovation, détenu
par ses marchands membres





Éditeur québécois de solutions TI
pour le commerce, la construction
et les services

royalquebec.com

INNOV
MAT

organisé par AQMAT

L'ÉVÉNEMENT
QUI SORT
LES PRODUITS DE
RÉNOVATION ET DE
CONSTRUCTION
DES SENTIERS
BATTUS



Les 2-3 décembre au CECi
de Trois-Rivières, l'AQMAT
et les plus audacieux de l'industrie
vont dessiner les contours
de ce que sera demain.





Manufacturier canadien
de scellants, adhésifs,
mousses et accessoires





BAILEY

SYSTEME DE MONTANTS BENT TAB

DE PLUS EN PLUS SIMPLE

Le système de montants Bent Tab de Bailey élimine l'utilisation d'agrafes et autres fixations supplémentaires.



Fabricant canadien de charpentes d'acier léger, moules et systèmes de plancher





Fabricant québécois de portes
de garage résidentielles
et commerciales





Grand distributeur canadien
de matériaux de construction
et de bois d'œuvre





Spécialiste canadien du bois,
de la transformation
et de la distribution depuis 1914





Fabricant nordaméricain
de solutions de toiture depuis 1951





Marque d'adhésifs et d'étanchéité
pour projets résidentiels
et professionnels (groupe Henkel)





Distributeur nord-américain
surtout de quincaillerie
ou service des détaillants





Enseigne canadienne
en rénovation résidentielle
à la tête d'un réseau de magasins
corporatifs et affiliés





Groupe mondial de matériaux
et solutions pour la construction
légère et durable





Division canadienne du spécialiste mondial en chimie du bâtiment (béton, collage, étanchéité, renforcement)





Fabricant québécois
de solutions durables
de gestion des eaux pluviales





Expert canadien des enveloppes
métalliques depuis 1930





Groupe d'approvisionnement
et de services pour détaillants
au Québec





Solutions digitales pour
le commerce (étiquettes
électroniques, plateforme cloud)



Les golfeurs se sont prononcés... et on les a entendus !

Si le choix de tenir le golf printanier à Montebello mérite réflexion, celui du Royal Québec à Boischatel s'impose déjà comme une évidence pour 2026. Cela dit, quelques ajustements seront nécessaires afin d'offrir une expérience encore plus mémorable aux participants.

La nouvelle cheffe de la direction de l'AQMAT, Geneviève La Fontaine, a bien entendu les commentaires exprimés par le tiers des 72 répondants au sondage suivant le Quincaillier Open du 18 août dernier. Plusieurs ont exprimé leur déception quant à la variété et à la valeur des prix de présence.

Fidèle à son esprit compétitif, Mme La Fontaine voit dans ces critiques une occasion de rehausser l'expérience globale de l'événement. Sans tomber dans la surenchère, elle souhaite redonner à la table des prix de présence son éclat d'antan, avec quelques surprises bien senties. Pour y parvenir, l'AQMAT envisage de revoir son modèle d'organisation. « Cette année, tout a été porté par la permanence, ce qui implique beaucoup d'heures payées et des frais logistiques importants », explique Mme La Fontaine. « Pour les prochaines éditions, nous allons revoir le montage financier et mettre en place un comité bénévole. C'est une formule que je connais bien, ayant organisé de nombreux événements avec très peu de personnel rémunéré. »

L'objectif ? Offrir une journée à la hauteur des attentes, portée par une organisation revisitée, une mobilisation renouvelée et une table de cadeaux qui saura faire parler d'elle... en bien ! L'AQMAT veut marquer les esprits, pas seulement par ce qu'on remet, mais par la façon dont on rassemble. Et cette fois, on compte bien réussir ce tour de force.

Sinon, on peut dire que la journée – super ensoleillée de surcroît ! – n'a essuyé que des félicitations de la part des quelque 244 participants. À preuve, quelques extraits du sondage.

Tous les points suivants ont été appréciés par au moins 95 % des répondants :

- la journée en général;
- l'accueil, le petit déjeuner et le champ de pratique;
- le personnel du club, les tertres de départ et les parcours;
- le chalet et les vestiaires;
- l'heure du départ (9 h 30) et la formule de jeu « Vegas »
- les boîtes à lunch;
- la cadence de jeu;
- le 5 à 7 en termes d'ambiance, d'alcools et de durée;
- le souper, son ambiance, les plats, la durée des services, tout.

Certains ont souhaité un retour obligé aux départs à huit joueurs. On consultera les inscrits de la prochaine édition.

D'autres auraient préféré un cocktail sous chapiteau pour mieux regrouper tout le monde.

Les points suivants ont connu des taux de satisfaction entre 70 % et 94 % :

- la signalisation sur les terrains;
- les jeux et animations sur les terrains;
- la durée de la soirée;
- le choix des prix de présence.

Un point critique a été le temps écoulé entre la fin du tournoi (vers 15 h 30) et le souper (vers 18 h). L'AQMAT va effectivement exprimer sa surprise de constater que le club n'ait pas pu s'ajuster à l'horaire alors que ce sont eux, les experts, capables de prédire à quelle heure les joueurs auront terminé leur partie.

Le dernier mot revient à la cheffe de la direction : « En 2026, il faudra réussir la quadrature du cercle : offrir une belle quantité de cadeaux de qualité, tout en terminant la soirée tôt. Car l'envers de la médaille des éditions passées, c'était cette frustration bien réelle de voir la soirée s'éterniser. »

Mollo sur Montebello

Malgré la qualité du parcours, du chalet et de la bouffe, la distance et donc, les coûts et le temps qui y sont associés, pourraient tuer la candidature du club de golf Fairmont Montebello pour l'avenir.

En effet, sur les 46 répondants du sondage portant sur l'édition du Swing estival qui a eu lieu le 17 juin avec la participation de 144 golfeurs, 21 souhaitent un retour sur ce site.

Pour la direction de l'AQMAT, un aussi faible taux de soutien rend risqué un retour à Montebello. D'autres sites doivent être considérés.

Parmi les options, quatre des répondants espèrent un retour au Parcours du golf à Longueuil, deux aimeraient qu'on découvre le club de Beloeil.



Les gagnants du Swing Estival à Montebello

Quatuor Gagnant

Trophée AQMAT commandité par SIKA

- Lee Bomhower, Gillfor Distribution
- Zachary Bomhower, Gillfor Distribution
- Nicolas Couture, Couture Timber Mart
- Alysson Gohier, ARGA

Quatuor Honnête

- Jean-Louis Delisle, Timber Mart
- Kevin Desjardins, Quincaillerie Bigras
- Normand Laurendeau, GM Fournier
- Patrick Meury, Aluminium J. Clément

Plus près du drapeau

Commandité par LePage - Montre Garmin Approach 512 GPS

- François Rancourt, Pont Masson

Coup de puissance

Commandité par Vicwest - Glacière Yeti

- Homme: Marc-Antoine Frenette, JELD-WEN
- Femme: Alysson Gohier, ARGA

Balle dans le Lac

Commandité par RONA - Certificat-cadeau pour le réseau Origine artisans hôteliers

- Julie Sanscartier, Goodfellow

Jeu de poches revisité

Commandité par Orgill - Carte-cadeau de Golftown

- Greg Bretzlaff, Bretzlaff store

Prix de présence SIKA

Carte-Cadeau de la SAQ

- Alain Lefebvre, Gentek

Les gagnants du Quincaillier Open à Québec

Quatuor Gagnant

Trophée AQMAT commandité par Sika

- Lee Bomhower, Gillfor Distribution
- Karim Marois-Azam, Patrick Morin
- Richard Massé, Patrick Morin
- Michel Traversy, Gillfor Distribution

Quatuor Honnête

Trophée par VusionGroup

- Simon Gouin, BMR siège social
- Eric L'Homme, L'Homme et Fils BMR
- Olivier Moreau, Les Matériaux de Construction Harry Rivest & Fils BMR
- Jean-Marc Prud'homme, BMR siège social

Plus près du Drapeau

Commandité par LePage - Montre Garmin Approach 512 GPS

- Parcours Royal : Simon Gouin, BMR siège social
- Parcours Québec : Mark Gervais, Saint-Gobain

Coup de puissance

Commandité par Vicwest - BBQ Nextgrill

- Homme Parcours Royal : Richard Massé, Patrick Morin
- Homme Parcours Québec : Dominic Page, Patrick Morin
- Femme Parcours Royal : Louise Beauchamp, Home Hardware Jean Denis Beauchamp & Fils
- Femme Parcours Québec: Geneviève Gagnon, Groupe EvoX

Balle dans le lac

Commandité par RONA - Certificat-cadeau pour le réseau Origine artisans hôteliers

- Joannie Doiron, Vicwest

Jeu de poches revisité

Commandité par Orgill - Carte-cadeau de Golftown

- Luc Savoie, BMR Avantis Coopérative

Prix de présence offert par l'AQMAT

Certificat-cadeau d'Air Canada accompagné d'une valise de luxe

- Pierre Lane, Les Entreprises Nova Home Hardware



DES PRODUITS QUI DÉFIENT LE TEMPS



Modèle Forgeron

Vaste gamme de poêles et cuisinières au bois
de première qualité, fièrement fabriqués
au Québec depuis 1975

Respect des normes les plus strictes
en matière d'environnement et de sécurité
Chauffage d'appoint à haute efficacité
Découvrez nos conceptions originales
et notre service hors pair



Modèle Strato



La fin d'un crédit d'impôt pour les 60-64 ans : un recul ?

Le gouvernement du Québec a aboli, le 12 mars 2024, le crédit d'impôt pour le maintien en emploi des travailleurs d'expérience âgés de 60 à 64 ans. Seules les cotisations versées avant cette date demeurent admissibles. Cette décision retire aux PME un levier économique qui favorisait l'embauche et la rétention de travailleurs expérimentés.

Créé en 2019 et bonifié en 2022, le crédit permettait aux employeurs de récupérer jusqu'à 50 % des cotisations versées pour les employés de 60-64 ans, soit en moyenne 973 \$ par travailleur. Dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre, surtout en région, il réduisait les coûts salariaux et aidait à retenir une main-d'œuvre qualifiée et déjà formée.

Selon l'Institut de la statistique du Québec, le taux d'emploi des 60-64 ans est passé de 28 % en 2001 à 56 % récemment. Le taux d'activité est passé de 29,6 % en 2001 à 53,6 % en 2021, atteignant 62 % chez les hommes et 46 % chez les femmes. Cette progression reflète l'allongement de la vie active, de meilleures conditions de santé et le besoin de revenus supplémentaires. Le crédit d'impôt a contribué à amplifier cette tendance en augmentant le revenu net des travailleurs et en réduisant les coûts pour les employeurs.

Impact immédiat pour les PME

L'abolition entraîne une hausse du coût salarial net pour chaque employé de 60-64 ans. Les conséquences anticipées sont :

- baisse de l'incitatif à embaucher ou retenir ces travailleurs;
- frein à la transmission du savoir, souvent assurée par ces employés;
- déséquilibre intergénérationnel dans les équipes;
- ralentissement des plans de relève, plusieurs dirigeants de PME approchant eux-mêmes la retraite.

Accidents de travail : perception et réalité

Certains craignent que les travailleurs de 60-64 ans représentent un risque accru pour les employeurs en raison d'une vulnérabilité plus grande aux accidents. Les données de la CNESST et de Statistique Canada montrent effectivement une légère hausse du taux d'accidents après 55 ans, attribuable à une récupération plus lente, à une mobilité réduite ou à des postes physiquement exigeants.

Toutefois, les travailleurs plus âgés sont généralement plus prudents, commettent moins d'erreurs liées à l'inexpérience et sont plus stables. Selon l'IRSST, ils sont impliqués dans moins d'accidents dus à des comportements imprudents. Leur expérience réduit les risques évitables.

Le facteur déterminant est la durée de l'indemnisation. En cas d'accident, les arrêts de travail tendent à être plus longs chez les 60-64 ans, ce qui peut alourdir l'historique de l'employeur et augmenter sa cotisation à la CNESST l'année suivante. Ce n'est donc pas l'âge en soi qui accroît les coûts, mais la durée de récupération.

Que reste-t-il ?

Le crédit d'impôt demeure pour les 65 ans et plus, mais sous une forme réduite et plafonnée. Les PME peuvent miser sur d'autres stratégies : flexibilité, mentorat, reconnaissance non financière ou salaires adaptés. Néanmoins, aucune de ces mesures ne remplace l'effet structurant d'un crédit fiscal ciblé, qui soutenait à la fois les entreprises et la valorisation sociale du travail des aînés.



DES ISOLANTS CONÇUS AVEC INGÉNUIOSITÉ ICI



Groupe Isofoam est fier d'offrir à ses marchands et aux professionnels du bâtiment une gamme complète d'isolants performants à valeur ajoutée, conçus et fabriqués ici.



- Murs hors sol
- Fondation
- Dalle
- Plancher radiant
- Coffrage isolant

PARTICIPANT



ISOLOFOAM

De l'emballage de plastique au papier

Même en l'absence d'un traité international contraignant, les manufacturiers canadiens font face à une transition forcée au niveau de leurs emballages : entre interdictions progressives de certains plastiques, objectifs de réduction ambitieux et normes exigeantes, les fabricants devront s'adapter, innover et réorienter leurs modèles. Ce mouvement s'inscrit dans une réalité mondiale où la durabilité devient, pour le secteur, tout, sauf une option.

Le contexte international est marqué par un engagement renouvelé contre la pollution plastique. Le gouvernement canadien, membre fondateur de la Coalition de haute ambition pour mettre fin à la pollution plastique, maintient son positionnement en faveur d'un instrument global couvrant tout le cycle de vie des plastiques, de la conception à l'élimination

Conséquences pour les manufacturiers d'emballages au Canada

Au-delà des engagements diplomatiques, plusieurs initiatives réglementaires nationales influencent déjà le secteur.

Depuis décembre 2022, le Canada interdit la fabrication et l'importation de certains plastiques mono-usages difficiles à recycler (sacs, couverts, pailles, etc.) avec des échéances... déjà atteintes.

Par ailleurs, Environnement et Changement climatique Canada envisage une réduction drastique des emballages plastiques pour fruits et légumes frais, avec un objectif de 75 % en vrac d'ici 2026, et 95 % d'ici 2028.

Ces mesures pourraient imposer une révision significative des méthodes de production, des matériaux, et des lignes logistiques.

L'emballage papier, reconnu pour sa recyclabilité et son alignement avec l'économie circulaire, pourrait s'imposer comme matériau alternatif privilégié, bien que l'ensemble des formes d'emballage reste sous surveillance environnementale.

Facteurs de résistance et obstacles

Les négociations internationales ont été marquées par une forte influence des industries pétrochimiques et des plasturgistes.

Lors des sessions, les lobbyistes de ces secteurs ont largement dépassé les délégués scientifiques, soulevant des préoccupations quant au déséquilibre des intérêts représentés. Ces pressions contribuent à ralentir ou affaiblir l'adoption de mesures ambitieuses, comme la limitation de la production de plastique, point pourtant mis en avant par plusieurs pays et communautés autochtones.

Un tournant possible pour l'industrie canadienne

Dans ce cadre, les manufacturiers canadiens d'emballages se trouvent à la croisée des chemins. Qu'un traité contraignant soit reconnu ou non, l'évolution des pratiques et des matériaux se profile comme incontournable, d'abord sous la pression de législations nationales, puis sous celle des marchés internationaux et des attentes des consommateurs.

L'adoption plus large du papier, l'amélioration de la circularité ou encore l'intégration de matières recyclées deviendront sans doute des enjeux commerciaux et réglementaires majeurs.

Aperçu des alternatives papier au plastique

La demande des consommateurs pour des options plus durables a favorisé l'essor des emballages en papier. Cette pression a conduit Amazon à réduire de 16 % l'usage de plastique dans les expéditions en passant à des emballages en papier mieux recyclables, plus efficaces et plus simples à ouvrir, une démarche alignée sur les attentes des clients.





Grâce à des revêtements qui assurent l'étanchéité ou la protection thermique, les emballages papier peuvent désormais être utilisés pour les aliments surgelés, les produits prêts-à-manger ou les cosmétiques. L'industrie prévoit une croissance de plus de 100 milliards USD d'ici 2028.

Au lieu des anneaux plastiques pour six-pack, des solutions comme CanCollar ou E6PR utilisent du carton ou des fibres naturelles recyclables, réduisant fortement l'usage de plastique.

Produits spécifiques innovants

Cellulose moulée : à base de papier recyclé (journaux, magazines), elle permet de fabriquer des emballages compatibles avec les formes complexes, souvent moins chers que le polystyrène.

Papier kraft : résistant et flexible, utilisé pour sacs, matériaux lourds ou alimentaires, même s'il exige parfois des revêtements plastiques pour garantir son étanchéité.

Gobelets en carton : courants pour la consommation sur place ou à emporter, mais souvent plastifiés, ce qui complique le recyclage et impacte leur biodégradabilité.

Beeswax wrap (film à la cire d'abeille) : solution réutilisable conçue à partir de tissu en coton enduit de cire, biodégradable en fin de vie, bien que plus coûteuse et nécessitant un entretien délicat.

Une étude auprès de 1000 consommateurs canadiens montre que :

- 57 % cherchent à réduire les emballages plastiques;
- 57 % préfèrent recevoir leurs commandes dans un emballage papier;
- 69 % considèrent qu'il est facile à recycler et compostable.

Avantages : biodégradabilité, recyclabilité, fabrication possible à partir de fibres recyclées ou alternatives agricoles (canne à sucre, bagasse).

Limites : production souvent plus consommatrice en eau et énergie que le plastique, coût plus élevé, résistance mécanique parfois inférieure.

RÉNOVATION SAINE ET ÉCOLOGIQUE

Journée-conférences
le samedi, 15 novembre 2025,
au Cégep André-Grasset (Montréal)

Présentée par : **LA MAISON** DU 21^e SIÈCLE SAINE ET ÉCOLOGIQUE et **ÉNERGIE3R** Experts en bâtiment durable

SUJETS

Maisons saines et intelligentes • Pollution domestique • Subventions • Chauffage aux granules • Multilogement • Revêtements extérieurs • Géothermie • Adaptation aux changements climatiques • Énergie solaire • Erreurs à éviter

AVEC

L'éditeur André Fauteux, les architectes André Bourassa, Maryse Leduc et Michel Rousseau, la physicienne Diane Bastien, le professeur Pierre-Olivier Pineau, Écohabitation, Nathalie Tremblay, Fellipe Falluh, Jean-François Fauteux et plusieurs autres.

DÉTAILS ET INSCRIPTIONS

<https://maisonsaine.ca/boutique>

PARTENAIRES

COVIL

PIAZZETTA
PELLET STOVES

SIGA 1966

PRODUCTAIR

TEKSILL
LIMITEZ LES DÉGÂTS D'EAU

Tuiles ER 20 ans



Photo : energie3r.



MIKE CHEZ RONA

2

GARDEZ L'OEIL OUVERT CET AUTOMNE



Pesticides : de nouvelles interdictions en vigueur au Québec depuis le 6 juillet

Le gouvernement du Québec resserre l'étau autour des pesticides les plus à risque en milieu urbain. Entrées en vigueur le 6 juillet dernier, les nouvelles interdictions visent les produits utilisés pour l'entretien des espaces verts, des plantes d'intérieur et pour la gestion parasitaire.

Ce que les détaillants et grossistes doivent savoir

Les objectifs sont clairs : réduire l'exposition du public et de la biodiversité aux substances préoccupantes, mieux encadrer leur vente et professionnaliser les pratiques du secteur.

Pour les entreprises titulaires d'un permis B1 (vente en gros) ou B2 (vente au détail), la période d'adaptation doit être courte : les obligations se multiplient, les contrôles s'intensifient et les sanctions en cas d'écart se durcissent. Voici l'essentiel à retenir... et à mettre en place sans tarder.

Pourquoi ces changements ?

Les zones urbaines concentrent des usages «non agricoles» où la proximité avec le public est maximale : pelouses, plates-bandes, plantes d'intérieur, interventions contre les nuisibles dans les bâtiments. En encadrant plus strictement les pesticides les plus à risque dans ces contextes, Québec cherche à réduire les impacts sur la santé humaine, les pollinisateurs et la qualité des milieux de vie. Le nouveau cadre privilégie la prévention et les solutions alternatives, tout en réservant l'accès à certains produits aux intervenants formés et aux situations vraiment nécessaires. Pour la chaîne d'approvisionnement, des grossistes aux magasins, cela se traduit par des responsabilités accrues et par une documentation serrée à chaque étape.

B1 et B2 : responsabilités clés

Parmi les ajustements, plusieurs obligations concernent directement les titulaires de permis B1 et B2 :

- **Vérification du certificat de l'acheteur :** Avant chaque vente, confirmer la validité du certificat, noter son numéro et conserver la preuve dans votre dossier.
- **Conformité à la sous-catégorie :** Ne proposer que les produits autorisés par votre permis; mettez à jour l'inventaire, les fiches produits et les données de caisse.
- **Gestion des emballages promotionnels :** Exclure les ensembles mixtes interdits sauf exceptions prévues et vérifier que l'emballage ainsi que les notices respectent la réglementation.
- **Stockage sécurisé et assurance :** Maintenir les zones d'entreposage conformes aux normes de sécurité, afficher les indications requises et souscrire une assurance responsabilité civile à jour.
- **Déclaration annuelle et tenue de dossiers :** Conserver tous les justificatifs (certificats vérifiés, fiches de vente, usages déclarés) et déposer la déclaration annuelle auprès du MELCCFP (ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs).

Le respect de ces obligations réduit les risques de sanctions et garantit une gestion conforme de vos activités.

Ces obligations, si elles renforcent la rigueur administrative, sont aussi une occasion d'élever le standard de service : conseils mieux ciblés, tri des produits plus responsables, et traçabilité renforcée.

Sanctions : la barre monte

Le régime de sanctions se durcit en cas de non-conformité : amendes plus élevées, délais de correction prolongés et responsabilités accrues pour les dirigeants. Désormais,

SUITE DE L'ARTICLE DE LA PAGE 31 >

les manquements typiques, tels que la vente d'un produit non autorisé dans sa sous-catégorie, l'omission de vérification du certificat de l'acheteur, la constitution d'un emballage groupé interdit ou la conservation de stocks non conformes, s'exposent à des conséquences plus coûteuses et à un suivi renforcé.

Dans ce contexte, l'argument économique plaide pour la conformité : une organisation et des employés bien formés, des processus clairs et des preuves documentées coûtent moins cher que les rattrapages, les pénalités et les atteintes à la réputation.

Que faire maintenant ?

Voici une suggestion minimale de plan d'actions

- **Auditer l'inventaire** : Lister les produits par usage, vérifier le statut B1/B2, retirer les hors-catégorie et mettre à jour fiches et étiquettes.
- **Sécuriser le point de vente** : Configurer la caisse pour enregistrer le numéro de certificat acheteur et bloquer les produits non autorisés.
- **Mettre en conformité l'entrepôt** : Délimiter les zones B1/B2, afficher les pictogrammes réglementaires, contrôler l'accès et vérifier l'assurance.
- **Organiser la gestion documentaire** : Établir une checklist (certificats, factures, usages) et définir les durées d'archivage.
- **Former l'équipe** : Présenter les nouvelles limites, les procédures de refus de vente et les produits de substitution.

Des ressources officielles à consulter



Vos principales obligations en tant que titulaire d'un permis de vente au détail de pesticides des classes 1 à 3B (sous-catégorie B1)

Vos principales obligations en tant que titulaire d'un permis de vente au détail de pesticides de la classe 4 (sous-catégorie B2)



Formulaire - Demande de renseignement

Pour valider vos obligations selon votre sous-catégorie de permis, référez-vous aux avis du ministère :

- Avis B1 : Vente en gros
- Avis B2 : Vente au détail

En cas de doute sur une situation particulière (produit, usage, regroupement, preuve à conserver), utilisez le formulaire de renseignements du MELCCFP. Un échange en amont avec le Ministère peut éviter de coûteux correctifs en aval.

Se former pour rester performant : la Certification d'expert en pesticides du Collège AQMAT

Pour aider le milieu à s'ajuster vite et bien, le Collège AQMAT offre une Certification d'expert en pesticides de 3 jours, couvrant la vente et l'utilisation sécuritaire des pesticides, alignée sur les nouvelles exigences de permis. La formation s'adresse aux gestionnaires de magasins, conseillers techniques, équipes horticoles, représentants et tout acteur impliqué dans la chaîne de vente.

Pour la session d'automne 2025, deux dernières cohortes sont prévues avant Noël et auront lieu du 5 au 7 novembre et du 3 au 5 décembre, en mode virtuel, une formule qui facilite la participation partout au Québec, sans compromis sur l'interactivité et l'étude de cas.



Pour en savoir plus ou vous inscrire, visitez le site du Collège AQMAT

En conclusion

La réglementation qui s'applique depuis le 6 juillet fait entrer le marché québécois des pesticides « urbains » dans une ère de professionnalisation assumée. Elle exige de la rigueur, oui, mais elle récompense aussi les entreprises qui misent sur la compétence, la traçabilité et le conseil éclairé. Les grossistes et détaillants qui se mettent rapidement au diapason gagneront la confiance des clients, particuliers comme professionnels, et réduiront leurs risques opérationnels.



Plus de livraison Moins d'erreurs Plus de profit

La solution conçue pour les centres de rénovation et distributeurs de matériaux de construction.

Structurez vos opérations de cour à bois, optimisez vos livraisons et améliorez votre satisfaction client sans remplacer votre ERP existant.

Planifier une démo dès maintenant ->



Evolution
DMC



www.evolutiondmc.com

Au cœur du Collège AQMAT : perspective et nouvelles certifications

Dans le cadre de l'axe FORMER de notre plan stratégique, le Collège AQMAT a mené une double consultation : un sondage quantitatif auprès des membres et un tour de table qualitatif lors du dernier conseil d'administration de l'AQMAT, le jeudi 28 août dernier.

L'objectif était d'évaluer la pertinence de la certification Service-Conseil et de définir les axes d'évolution de notre offre de formation. Face à une clientèle toujours plus pressée et informée, nos membres ont exprimé le besoin d'allier expertise technique et excellence du service-client.

Cet article présente les enseignements clés de cette démarche et ouvre la voie à de nouveaux parcours de certification, conçus pour renforcer la compétitivité et la fidélisation des quincailleries et centres de matériaux de construction.

Synthèse de la consultation

Tout d'abord, il est bon de se rappeler que l'axe FORMER de l'AQMAT a pour mission d'instaurer des programmes de perfectionnement afin d'aider nos membres à devenir de meilleurs employeurs et à rendre leurs entreprises plus compétitives.

Le Collège poursuit deux objectifs agissant sur les ventes :

- augmenter le panier moyen en offrant un accompagnement optimisé et un engagement renforcé des conseillers;
- améliorer la fidélité des clients par une qualité de service toujours à la hauteur de leurs attentes.

En filigrane, deux objectifs touchant les ressources humaines complètent cette démarche :

- renforcer la rétention du personnel grâce à un plus haut niveau de satisfaction au travail;
- favoriser l'attraction de nouveaux talents pour soutenir la croissance et le dynamisme des quincailleries.

Un contexte postpandémique nuancé

Depuis la fin de la pandémie, on observe une plus grande stabilité des équipes grâce à la réduction du taux de roulement du personnel, mais certaines compétences techniques se sont étiolées. Plusieurs directeurs généraux insistent pour «mettre la technique en priorité» lorsque les budgets de formation sont compartimentés : maîtriser en détail les produits et le cadre réglementaire est devenu indispensable. Parallèlement, les clients naviguent davantage sur Internet et exigent des réponses

immédiates en magasin, d'où l'urgence de former des conseillers à la fois réactifs et techniquement aguerris.

Suivant cette idée, la certification Vente-Conseil, longtemps au cœur de notre offre généraliste, a fait l'objet d'une revue critique pour évaluer sa pertinence dans le contexte actuel.

Avant la pandémie, elle proposait un parcours généraliste suivi d'approfondissements et favorisait la mobilité inter-départements. Pendant la crise, la demande a explosé, le recrutement a dû suivre, et les formations externes ont comblé les besoins.

Aujourd'hui, face à des enjeux de prix, de durée et de versatilité; six cohortes et 31 étudiants en trois ans; nous avons interpellé le C.A. autour de cinq questions :

1. l'écart de valeur du contenu;
2. le format;
3. le positionnement;
4. les paramètres économiques;
5. le scénario idéal entre maintien, refonte, mutation ou retrait.

Au vu des réponses et de l'absence d'inscriptions, la décision a été prise de retirer temporairement cette certification pour mieux repenser son format et son positionnement.

Entre classiques et nouveautés

Pour rester aligné sur nos objectifs stratégiques et répondre aux attentes du marché, le Collège repense son catalogue : tout en conservant nos formations phares, nous lancerons une nouvelle certification en mars-avril 2026, puis une seconde à l'automne 2026.

Nos deux têtes d'affiche issues de cette consultation seront la vente-conseil en plomberie et en électricité, domaines de forte demande.

La vente-conseil en plomberie s'impose comme programme prioritaire : 63,4 % des membres estiment indispensable une certification dédiée, afin de guider les clients sur les rénovations et réparations sans se substituer aux professionnels titulaires de la carte de compétence. Vient ensuite la vente-conseil

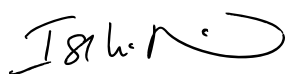
en électricité (58,5 %) : la frontière entre conseil autorisé et travaux réservés reste tout aussi cruciale pour garantir la sécurité et la conformité.

Pour ces deux formations, la distinction « conseil » vs « exécution » doit être clairement intégrée à chaque module, avec une mention explicite du cadre légal dans la documentation pédagogique. Cette précision renforce la crédibilité du Collège et protège les partenaires corporatifs.

Outre l'élargissement de l'offre, il nous faudra mobiliser des ressources pour revoir le contenu des certifications existantes, lesquelles nécessitent une mise à niveau en continu.

Je vous invite à poursuivre cette réflexion avec moi : vos idées et vos besoins pilotent l'évolution de nos programmes. N'hésitez pas à me contacter pour partager votre expérience, vos attentes ou vos suggestions. Ensemble, façonnons une offre de formation toujours plus juste et performante pour vos équipes et vos entreprises.

Bien à vous,



Isabelle Picard
Directrice du Collège AQMAT
lpicard@aqmat.org



CALENDRIER AUTOMNE 2025



CERTIFICATIONS VENTE-CONSEIL

Développez votre expertise avec nos certifications spécialisées :

EN MATÉRIAUX

- 16-17 octobre
- 13-14 novembre
- 11-12 décembre

Membre 700 \$
Non-membre 1 400 \$

EN PEINTURE

- 20-21 octobre
- 17-18 novembre

Membre 700 \$
Non-membre 1 400 \$

EN PESTICIDE - B2

- 8-9-10 octobre
- 5-6-7 novembre
- 3-4-5 décembre

Membre 755 \$
Non-membre 1 510 \$

CESSION DE GROUPE DISPONIBLE

10 participants et +

En présentiel / en ligne,
à la date qui vous convient

ATELIER EXPÉRIENCE CLIENT **WOW!** à partir de 2 500 \$



DATE DE
VOTRE CHOIX



DANS VOTRE
QUINCAILLERIE





Bâtiments tout en bois : on grimpe à 18 étages

La Régie du bâtiment du Québec (RBQ) a rendu public, juste avant les vacances de la construction, un document sur la construction en bois d'œuvre massif encapsulé qui explique les conditions à suivre pour une érection à 18 étages. La version antérieure limitait les constructions en bois à 12 étages.



Guide pour construire en bois sur 18 étages

Développé en collaboration avec le centre de recherche FPInnovations, le guide contient les indications nécessaires pour que les concepteurs et les constructeurs puissent réaliser leurs travaux de conception et de préparation des plans et devis.

Jusqu'à maintenant, un concepteur qui souhaitait faire ériger un bâtiment de construction en bois d'œuvre massif encapsulé d'une hauteur supérieure à 12 étages devait formuler une demande de mesures équivalentes auprès de la RBQ. Dorénavant, cette démarche ne sera plus requise si les conditions énoncées dans cette publication sont respectées.

Faits saillants

- Le nombre d'étages autorisés pour la construction d'un bâtiment de construction en bois d'œuvre massif encapsulé passe maintenant de 12 à 18 étages, selon les usages.
- Les possibilités de construction en bois d'œuvre massif encapsulé sont élargies à un plus grand nombre d'usages principaux.
- Un plus grand pourcentage de bois apparent est autorisé, en fonction de la hauteur et de l'utilisation du bâtiment.
- Le nouveau document contribue à la réalisation d'une mesure de la Loi visant principalement à accroître la qualité de la construction et la sécurité du public (2024, chapitre 35), qui permet l'application d'une mesure équivalente élargie à plusieurs sites.

- La mesure s'aligne sur les objectifs de la mesure 3.1 du Plan de mise en œuvre 2021-2026 de la Politique d'intégration du bois dans la construction; celle-ci vise à contribuer à l'intégration du bois dans la réglementation québécoise sur la construction.
- Il répond également aux objectifs de la mesure R3-080 du Plan de mise en œuvre 2024-2029 du Plan pour une économie verte 2030. Celle-ci vise à lever les barrières à l'utilisation du bois dans la construction.

« Dans un contexte économique incertain, il est d'autant plus important de miser sur une matière première locale, renouvelable et à forte valeur ajoutée. L'utilisation du bois dans la construction est une priorité pour notre gouvernement, car elle soutient le développement durable de toutes les régions du Québec et réduit l'empreinte carbone des bâtiments. En donnant au milieu les bons outils pour construire plus haut, nous faisons rayonner l'expertise québécoise. »

- Jean Boulet, ministre du Travail

Rappelons que tout bâtiment doit être conçu et construit conformément aux exigences décrites au chapitre I, Bâtiment, du Code de construction, ci-après appelé Code, qui incorpore par renvoi, depuis le 17 avril 2025, l'édition 2020 du Code national du bâtiment – Canada (CNB), auquel des modifications ont été apportées pour répondre aux besoins particuliers du Québec.

La construction d'un bâtiment en bois, dite construction combustible, d'au plus 6 étages a été introduite dans l'édition 2015 du CNB, alors que la construction en bois d'œuvre massif encapsulé d'au plus 12 étages a été introduite dans l'édition 2020 du CNB.

Cependant, les recherches démontrent qu'il est possible, à certaines conditions, de construire des structures de bois sécuritaires pour des bâtiments ayant des hauteurs supérieures à 12 étages, d'élargir les possibilités d'utilisation d'une construction en bois d'œuvre massif encapsulé (CBOME) à un plus grand nombre d'usages principaux préalablement permis dans le Code et d'autoriser une plus grande quantité de bois apparent.

Ce type de construction comprendra des éléments structuraux en bois lamellé-collé, en bois de charpente composite, en bois lamellé-croisé (CLT) ou en bois lamellé mécaniquement (MLT) ou encore une construction hybride (acier, bois et béton).

En 2021, le *International Building Code* (IBC), soit le code modèle américain, a introduit trois nouveaux types de construction en bois d'œuvre massif, soit les types IV-A, IV-B et IV-C. Comme défini dans le IBC, le type IV, appelé *Heavy Timber Construction*, s'apparente beaucoup à la construction en gros bois d'œuvre décrite dans le CNB.

Les types de construction IV-A, IV-B et IV-C offrent un niveau de performance supérieur à celui du type IV en raison de leur degré de protection incendie et de la quantité de surfaces de bois exposées. Ces types de construction sont permis pour un large éventail d'usages principaux, pour des hauteurs de bâtiment allant jusqu'à 18 étages et un degré de résistance au feu jusqu'à 3 heures des éléments en bois d'œuvre massif encapsulé – du plus haut niveau de protection pour le type IV-A au moindre pour le type IV-C.

Certaines révisions ont été apportées à l'édition 2024 du IBC; elles concernent notamment le pourcentage maximal de surface de plafond exposée, qui est passé de 20 % à 100 %, selon certaines conditions.

Le besoin d'adapter les normes canadiennes de construction pour permettre l'utilisation équitable du bois est reconnu par le Québec et par d'autres provinces. D'ailleurs, la RBQ a participé avec la Colombie-Britannique à l'élaboration de propositions de changements au CNB 2020 afin d'élargir les possibilités de CBOME jusqu'à 18 étages, qui sont largement inspirées du IBC.

Ces conditions s'appuient sur le Code de construction du Québec, Chapitre I – Bâtiment, et Code national du bâtiment – Canada 2020 (modifié) et le Code de sécurité du Québec, Chapitre VIII – Bâtiment, et Code national de prévention des incendies – Canada 2020 (modifié). Elles s'inspirent du *Guide technique pour la conception et la construction de bâtiments en bois de grande hauteur au Canada* (GBBGH), publié par FPInnovations en 2022, ainsi que des récents changements proposés conjointement par la RBQ et la Colombie-Britannique, appuyés par l'Ontario.

Comme tout autre matériau de construction, le bois est assujéti à certaines exigences minimales selon les usages prévus. On peut penser ici à la résistance structurale ou à la résistance au feu, que ce soit comme matériau brut, comme élément d'un système ou comme matériau de finition. Les restrictions établies dans le Code s'appliquent autant au bois qu'aux autres matériaux de construction, qui ne sont limités en fait que par leurs caractéristiques intrinsèques par rapport à l'usage pressenti.

Des solutions d'étalages commerciaux faites sur mesure.



Partenaire des quincailliers québécois depuis plus de 45 ans.

www.etalex.ca | 1 800 351-3125



Retour en force du longicorne... et du bois affecté

Les médias ont rappelé à Richard Darveau, président de l'AQMAT, que le longicorne noir, qui s'alimente principalement dans les troncs des résineux affaiblis, récemment morts ou coupés, est revenu en force cet été.



On peut écouter ici le reportage radio.

On se souviendra qu'à l'automne 2023, après une vague sans précédent de feux de forêt, cet insecte qui gruge le bois en créant des sillons avait affecté la quantité et la qualité du bois d'œuvre disponible.

Les longicornes noirs abondent dans l'Est-du-Québec cette année, selon Ressources naturelles Canada. Pour les bricoleurs et les entrepreneurs, la présence accrue de cet insecte qui s'attaque au bois ne se fait toutefois pas encore sentir dans les quincailleries.

Ces petites bestioles noires aux longues antennes laissent des traces sur leur passage, de petites galeries visibles jusque dans le bois d'œuvre.

Christian Hébert, chercheur en écologie et diversité des insectes forestiers pour Ressources naturelles Canada, explique que les longicornes noirs pondent leurs œufs dans l'écorce des conifères vulnérables. Les larves grugent ensuite le bois lors de leur développement, qui s'échelonne environ sur deux ans, avant de sortir au grand air.

L'insecte prolifère généralement après des événements comme des feux de forêt, des épidémies de tordeuse des bourgeons d'épinette et des tempêtes de vent. Deux ans après d'importants feux de forêt en 2023, le chercheur ne s'étonne donc pas de la présence marquée de l'insecte dans la région.

Le garde-manger est plein pour cet insecte-là, donc ce n'est pas étonnant de voir qu'il est très présent et remarqué par la population.

Toutefois, cette abondance en forêt ne semble pas encore faire des vagues dans les cours à bois.

M. Darveau, croit d'ailleurs que l'industrie est mieux outillée pour faire face à cet insecte. «On apprend à composer avec lui, notamment au niveau de la rapidité du roulement des stocks».

Il faut surveiller la situation de près, puisque les dommages infligés par les longicornes peuvent nuire à la vente du bois.

Certains clients de centres de rénovation vont carrément préférer ne pas avoir de pièces affectées par des trous de larves de longicornes noirs, donc vont peut-être aller vers d'autres fournisseurs.

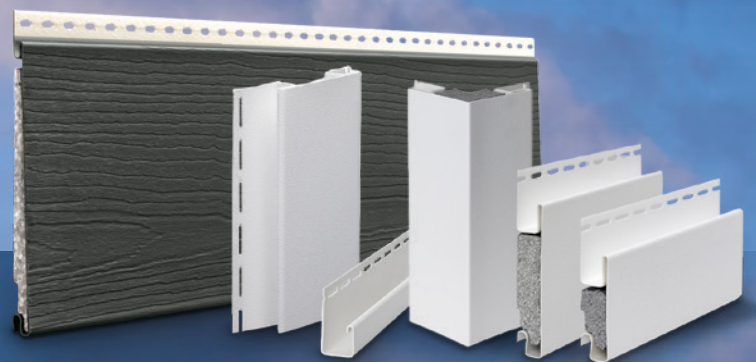
Rappelons que les longicornes ne compromettent que l'aspect visuel du bois vendu, puisque son intégrité doit tout de même répondre à des critères.

Ça prend beaucoup de trous qui affectent les pièces pour vraiment dégrader la capacité, la force motrice du bois. C'est beaucoup plus un impact visuel.

«Quand un arbre meurt, il est là pour favoriser l'entrée de champignons et d'autres insectes qui vont participer à la remise en circulation des éléments nutritifs qui sont immobilisés dans les tissus ligneux quand les arbres sont morts», affirme M. Hébert. Il rappelle que l'insecte n'est pas nocif; cet ingénieur de la décomposition joue même un rôle essentiel dans le cycle des forêts.

UNE SOLUTION DE REVÊTEMENT COMPLÈTE. RESSEMBLE À DU VRAI BOIS. FONCTIONNE ENCORE MIEUX. ET MAINTENANT AVEC DES ACCESSOIRES ASSORTIS.

Le revêtement en composite ALIGN^{MD} offre la texture réaliste du bois fraîchement peint et la facilité d'entretien que les clients préfèrent. Son installation efficace – grâce à des matériaux légers, sans retouches ni calfeutrage – est celle que vous apprécierez. Et maintenant, ALIGN offre des accessoires qui créent une finition haut de gamme et homogène pour réunir la solution totale.



APPARENCE

Qu'il s'agisse la planche de 7" ou du vertical à baguette de 12", le revêtement en composite ALIGN offre une esthétique haut de gamme dans 20 couleurs qui donnent aux maisons un caractère supplémentaire.

FORCE

La résistance aux chocs protège contre les bosses, les coups et la grêle tandis que la résistance à l'humidité protège contre le gonflement et la déformation.

EFFICACITÉ

Les performances isolantes protègent contre les pertes d'énergie.

**GARANTIE LIMITÉE À VIE EST
OFFERTE EN STANDARD**



1001 Corporate Drive | Burlington, ON L7L 5V5
gentek.ca | *Faites de nous une partie de votre maison.*



SCANNEZ POUR EN VOIR PLUS.

Trouvez le revêtement en composite ALIGN et les accessoires ALIGN chez votre détaillant Gentek le plus proche.
gentek.ca/align



PROMO INSTALLATION CHAUFFE-EAU



Trousse de tube
d'égouttoir avec tube
de 54" et coude 90°

3,99 \$

produit : 02-02558



Valve de sécurité
pour chauffe-eau
3/4" x 4" 150PSI

11,99 \$

produit : 02-00993



Connecteur tressé
de chauffe-eau
3/4" rapide x 3/4" FPT

14,99 \$

produit : 02-07573L



Anti-refoulement 1/2"

produit : 02-00994B

10,99 \$

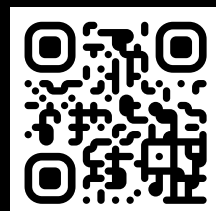
Anti-refoulement 3/4"

produit : 02-00995B

Cette offre expire le 30 novembre 2025.

Entente de livraison directe avec :

BMR CASTLE Home Hardware Sexton



Une solution « Made in Ottawa » pour les bacs de 140 L

Depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation de collecte des déchets en septembre 2024, la Ville d'Ottawa impose désormais une limite stricte : seuls les bacs d'une capacité maximale de 140 litres peuvent être déposés en bordure de rue, avec un couvercle détachable et une poignée, ne dépassant pas 15 kg lorsqu'ils sont pleins.



À l'annonce de cette règle, plusieurs résidents ont constaté l'absence de bacs 140 L disponibles à la vente.

Une demande pressante et une situation de pénurie se sont donc installées, en particulier pour un bac léger, conforme, solide et accessible à l'achat localement.

- Design : rectangulaire, avec roues et couvercle amovible
- Prix indicatif : autour de 110 \$ (selon leur boutique en ligne)
- Garantie limitée de 30 jours couvrant les défauts de fabrication

L'innovation comme réponse

Face à cette lacune, une entrepreneure locale, Shelina Cocker a mobilisé ses compétences et sa détermination.

En collaboration avec la ville, son entreprise Ottawa BinWorks a conçu un bac qui respecte 100 % des exigences : capacité de 140 L, couvercle amovible, poignée, compatibilité avec les normes municipales.

Un produit robuste pour le climat d'Ottawa

Les bacs sont fabriqués en polyéthylène haute densité (HDPE), un matériau reconnu pour sa résistance à la chaleur estivale et au froid hivernal rigoureux d'Ottawa. Le produit se présente comme suit :

- Capacité : 140 litres
- Dimensions : hauteur 94 cm, largeur 61 cm, profondeur 52,7 cm

Une touche locale et sociale

Le bac est disponible dans une teinte rose distinctive, loin du traditionnel noir terne; outre que le produit soit voyant pour les éboueurs, une partie des bénéfices des ventes vont à la cause du Breast Cancer Action Ottawa.

En somme, Ottawa BinWorks apporte une solution tangible à une frustration bien réelle des citoyens : le manque de bacs conformes à la nouvelle politique municipale. Grâce à une approche innovante, fabriquée localement, durable, pratique et engagée socialement, ce projet incarne une réponse agile et adaptée aux besoins du quotidien des Ottavien.

La couleur a deux significations : esthétique — pour égayer les trottoirs — et engagement communautaire, puisque des profits sont versés à *Breast Cancer Action Ottawa*.



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)



2 promotions et 3 nouveaux rôles au sein de notre industrie



Tony Hamill est nommé vice-président senior et directeur des opérations. Il supervise désormais 18 usines nord-américaines regroupant plus de 3 000 employés. Ingénieur professionnel, il a rejoint LP en 2013 et occupé des postes de direction, dont vice-président ingénierie et fabrication. Auparavant, il a travaillé chez Stantec et Roseburg Forest Products, acquérant une solide expérience en gestion industrielle.



Catherine Laporte devient cheffe de la direction numérique et marketing, après y avoir occupé plusieurs postes depuis 2018, dont vice-présidente commerce électronique et marketing. Ancienne cadre du Groupe ALDO et de DAVIDsTEA, elle possède une vaste expertise en marketing, numérique et commerce électronique. Elle veille aujourd'hui à la transformation numérique de RONA et au rayonnement de la marque auprès des consommateurs canadiens.



André Paquin s'est joint à DuPont Performance Building Solutions comme spécialiste résidentiel. Il est responsable des produits Tyvek, Styrofoam et autres solutions pour l'enveloppe du bâtiment. Avec 39 ans d'expérience en ingénierie, structures de bois et ventes techniques, il apporte un savoir-faire reconnu en formation et accompagnement terrain.



Claude Gallant est nommé directeur des comptes nationaux chez Vicwest. Il assumera la gestion et le développement des programmes avec les groupes d'achat nationaux et régionaux, ainsi que les comptes commerciaux. Ce rôle stratégique s'inscrit dans l'expansion de la structure de ventes nationales et appuie la croissance de l'entreprise en consolidant les relations clients clés.



Alain Drapeau effectue un retour dans l'industrie de la quincaillerie en se joignant à Henkel / Lepage / GE. Basé dans l'ouest du Québec, il mettra à profit son expertise et son dynamisme pour appuyer les marchands et entrepreneurs de la région.





AVENORD

VOTRE SERVICE DE DISTRIBUTION *fièrement d'ici*

100 000 PI² D'ENTREPOSAGE

GRAND INVENTAIRE EN STOCK

RAPIDITÉ D'EXÉCUTION

PRIX COMPÉTITIFS ET AU VOLUME

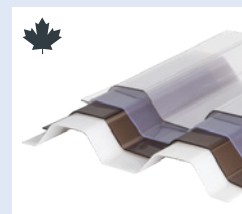
Catalogue



UNE ENTREPRISE FAMILIALE
QUÉBÉCOISE DE PRODUITS
DE QUALITÉ



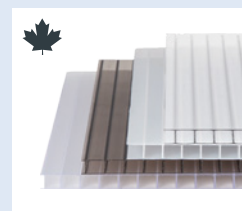
Revêtement PVC
embouté



Polycarbonate
ondulé



Slatwall PVC



Polycarbonate
multiparois



PVC ondulé



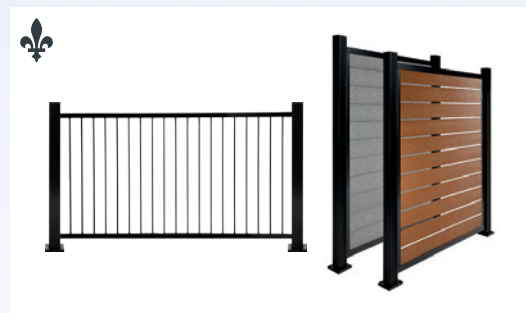
Plywood laminé
et HDPE



Planche à patio
étanche



Madrier HDPE



Rampes et murs d'intimité en vrac



NEXkor

trusscore

PLASTX

kléco

LEXAN
POLYCARBONATE SHEET
Tough, Virtually Unbreakable

DuxxBak

Cinq entreprises variées joignent nos rangs



Acteur familial en 3^e génération depuis près de 40 ans, Acier Bouchard distribue de l'acier d'armature au Québec depuis Saint-Bruno-de-Montarville et Lévis (Saint-Nicolas). Axée sur des produits canadiens, l'entreprise offre un service rapide, fiable et personnalisé, soutenu par deux implantations stratégiques pour desservir efficacement toute la province. Elle privilégie les partenariats durables pour accompagner les chantiers de ses clients.

acier-bouchard.qc.ca



Présent depuis bientôt 50 ans à Sainte-Rose (Laval), Aluminium B. Bouchard – affilié à TIMBER MART depuis 2 ans – déploie son savoir-faire sur 13 000 pi² avec une cinquantaine d'employés. Spécialisée en portes, fenêtres, rampes et revêtements extérieurs, elle propose un service de pliage d'aluminium sur mesure pour moulures et pièces personnalisées. Large inventaire de colonnes, persiennes, soffites, fascias et gouttières.

aluminiumbbouchard.ca



DuPont Canada, par l'entremise de sa division Performance Building Solutions, fournit des solutions d'enveloppe pour le résidentiel, le multi résidentiel et le commercial. Parmi ses produits figurent les membranes Tyvek, les isolants rigides extrudés Styrofoam (produits à l'usine de Varennes), ainsi que des scellants et membranes améliorant l'étanchéité et la performance énergétique. Sa nouvelle formulation réduit l'empreinte écologique tout en maintenant un haut niveau de performance thermique.

dupont.ca/fr/



Créée en 2015 par d'anciens membres TI de Matériaux Coupal, Évolution DMC développe des solutions logicielles pour centres de rénovation et distributeurs de matériaux. Compatible avec les ERP spécialisés, sa plateforme optimise la gestion de la cour à bois, la préparation des commandes et les livraisons. Elle réduit les coûts d'exploitation et améliore la productivité des équipes sur le terrain et au comptoir.

evolutiondmc.com



Fondée il y a plus de 25 ans sur la Rive-Nord de Montréal, JPF Formation Professionnelle 2000 propose des cours de conduite pour permis de classes 1, 2 et 3 ainsi que des certifications spécialisées en transport. Ses programmes modulables, animés par des formateurs expérimentés, couvrent la conformité (PEVL – Loi 430, heures de conduite/repos, ronde de sécurité), la conduite préventive et l'arrimage des cargaisons. Formations en manutention et petites machineries.

ecoleconduite2000.com

L'eau, notre raison d'être.



Il est essentiel de prévenir la contamination des cours d'eaux provenant des polluants des eaux de ruissellement. Advanced Drainage Systems conçoit et fabrique des solutions de gestion de l'eau sur lesquelles vous pouvez compter pour vous assurer que votre prochain projet gère efficacement les eaux pluviales.



Tuyau PEHD à double paroi N-12^{MD}



Tuyau ondulé en PEHD à simple paroi



Raccords

En plus de fabriquer des solutions de gestion de l'eau, ADS est un chef de file de l'industrie en matière de pratiques commerciales durables.

La plus grande 
compagnie de recyclage de plastique en Amérique du Nord. Oui, c'est nous.

Source: <https://sustainability.ads-pipe.com/environmental-stewardship/recycling>

540 Millions
de livres de plastique sont recyclées
par ADS chaque année.

Source: <https://sustainability.ads-pipe.com/environmental-stewardship/recycling>

Source: https://www.usgs.gov/special-topic/water-science-school/science/where-earths-water?qt-science_center_objects=0#qt-science_center_objects



64 000

L'utilisation de plastique recyclé par ADS au cours de l'exercice 2021 a permis de réduire nos émissions de gaz à effet de serre de plus de 730 millions de livres, ce qui équivaut à retirer 64 000 voitures de la circulation.

Source: https://sustainability.ads-pipe.com/docs/default-source/sustainability-reports/ads_2021_sustain_report_2022-1-20a.pdf?sfvrsn=52c9768f_0

59%

Il faut 59% moins d'eau pour produire un tuyau recyclé qu'un tuyau vierge.

Source: <https://plasticsrecycling.org/images/apr/2018-APR-Recycled-Resin-Report.pdf>



Un virage pour la viabilité de l'AQMAT et l'équilibre entre ses membres



Lors de sa plus récente réunion, votre conseil d'administration a adopté une mesure que je qualifierais à la fois de courageuse et de lucide, deux valeurs du code aqmatien, afin de s'attaquer à un double enjeu : l'attrition des revenus de cotisation et l'iniquité entre membres.

L'attrition : un problème réel et croissant

Le phénomène est simple à comprendre. Quand deux entreprises membres fusionnent, l'AQMAT perd la moitié de ses revenus. Par exemple, deux entreprises distinctes versaient chacune 850 \$ en cotisations, soit 1 700 \$ au total. Après leur fusion, la nouvelle entité ne versera qu'un seul montant de 850 \$. Conséquence : l'AQMAT perdra alors que, ironiquement, l'entreprise fusionnée verra son chiffre d'affaires possiblement doubler.

Au cours des cinq dernières années, environ 75 fusions ou acquisitions similaires ont eu lieu. Résultat : plus de 60 000 \$ de revenus annuels en moins pour l'association, soit un manque à gagner cumulé de plus de 300 000 \$.

L'iniquité : le tarif unique ne tient plus la route

Une autre situation dénoncée durant l'élaboration du Plan stratégique 2025-2027 prend sa source dans

le tarif unique de 850 \$ que paient les membres fournisseurs.

Résumons-la ainsi : une petite entreprise naissante paie la même cotisation qu'une multinationale solidement établie. Or, 850 \$ représente un effort considérable pour une start-up, alors qu'il est presque symbolique pour un grand groupe. L'égalité apparente devient alors une injustice réelle.

La solution : une grille tarifaire équitable

Pour corriger la situation, le conseil a voté l'adoption d'une grille de cotisations modulée en fonction du nombre d'employés œuvrant dans le secteur de la quincaillerie et des matériaux au Québec.

Nous ne réinventons pas la roue : nous reprenons le modèle éprouvé de notre association sœur Bien fait ici depuis six ans.

Cette grille comprend six niveaux, allant de 650 \$ pour les entreprises de moins de 10 employés à 3 450 \$ pour celles qui en comptent plus de 250. Chaque entreprise déclarera de bonne foi son

nombre d'employés lors du prochain renouvellement de son membership en 2026, soit à la date anniversaire de son adhésion originale.

Un choix d'équité et de responsabilité

Notre décision illustre bien la différence entre égalité et équité. Un tarif uniforme s'avère aujourd'hui injuste. Avec cette nouvelle approche, l'AQMAT se donne les moyens de rester en bonne santé financière au gré de l'évolution du marché, tout en affichant une meilleure équité entre toutes les entreprises, grandes et petites, établies et débutantes.

Me Olivier Lessard
Président du conseil
d'administration, AQMAT
Avocat, Associé, LJT Avocats



ORGILL

DÉDIÉS AU SUCCÈS DE NOS DÉTAILLANTS

Des produits et services conçus
pour les détaillants indépendants

Orgill est bien plus qu'un simple fournisseur de confiance. Notre éventail d'outils pour aider les détaillants à réussir dans le commerce de détail comprend des promotions, des activités marketing, des stratégies de prix, sans oublier le plus important Marché des détaillants de l'industrie.

Pour de plus amples informations,
consulter **Orgill.ca** ou appeler
au **1-888-742-8417**

"Le service offert par Orgill est exceptionnel, nous sommes appuyés par un représentant dévoué, d'un grand professionnalisme, par un service à la clientèle facile à joindre pour répondre à nos besoins, et par des programmes très avantageux pour soutenir notre croissance."

Katia Cauvier

Propriétaire,
Magasin J. Gérard Méthot

Christopher Chabot

Représentant des ventes,
Orgill

Une entreprise 100 % canadienne, opérée à 100 % par des marchands et marchandes- propriétaires.

Marc-Olivier Lane
Marchande-propriétaire
Rawdon, Qc

En vous joignant à la famille Home Hardware, vous faites grandir une communauté tissée serrée, libre des pressions d'actionnaires externes. Comptez sur une marque de confiance offrant des ressources personnalisées pour déployer le potentiel unique de votre entreprise, et découvrez un réseau national de marchands et marchandes-propriétaires qui sont prêts à vous soutenir à chaque étape.



**Une entreprise
bien canadienne.**



Parlons de la façon dont Home peut vous aider.

Communiquez avec nous pour en savoir plus sur Home Hardware et sur ce que nous pouvons faire pour votre entreprise!

Dominic Leclerc
Tél : 226 338-1897
Dominic.Leclerc@homehardware.ca