

# AQMAT

VOL. 69 - HIVER 2025

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



## MAGAZINE



PREMIÈRE ENTREVUE DEPUIS  
LA FUSION ENTRE STELPRO  
ET INNOVAIR SOLUTIONS

LOUIS BEAULIEU, PRÉSIDENT



PEINTURE UCP,  
L'USINE MONTRÉALAISE  
MÉCONNUE

ASHER JAKABOVITS, PRÉSIDENT

LE MARCHÉ LEED  
ET NOS CENTRES  
DE RÉNOVATION

LES CENTRES  
COMMERCIAUX  
À LA DÉRIVE

LA CRIMINALITÉ  
SILENCIEUSE DANS  
NOS QUINCAILLERIES

QUAND LE CCMC  
RALENТИ  
L'INNOVATION

VOS OBLIGATIONS  
FACE À LA GARANTIE  
DE DISPOBILITÉ

# 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 serré, 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](mailto:Dominic.Leclerc@homehardware.ca)



« **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](http://www.membretimbermart.ca)

Alain Charbonneau | Jean-François Caron  
514.233.1413 | 514.292.2729



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

# Richard Darveau au premier ministre Legault : le bois est notre âme et notre avenir

Dans une lettre à François Legault du 12 novembre, le porte-parole de l'AQMAT aborde les maux dont souffrent nos collègues des scieries et de l'ensemble des joueurs de la filière bois.

**L**es récentes déclarations du premier ministre, évoquant sans émotion la possible perte de 30 000 emplois forestiers et invitant les travailleurs à se tourner vers le secteur minier ou Hydro-Québec, ont choqué les régions. Elles traduisent une vision réductrice : celle d'un Québec prêt à sacrifier la forêt, pilier identitaire et économique, au profit d'autres priorités.

La forêt n'est pas une industrie ordinaire : c'est le socle de notre culture, de nos villages et de notre autonomie. Depuis des siècles, elle nourrit nos familles, façonne nos maisons et incarne notre lien avec le territoire. Dire à un forestier de se «requalifier» ailleurs, c'est nier une vocation enracinée dans la fierté et le savoir-faire.

Malgré les crises et les surtaxes américaines de 45 %, les entreprises forestières innovent et investissent pour moderniser leurs usines et miser sur la transformation locale. Elles ne demandent pas la charité, mais un appui stratégique. Car lorsque les scieries ferment, c'est tout un tissu régional — de Chibougamau à Saint-Félicien — qui s'effondre.

Abandonner ce secteur aurait des conséquences graves : hausse des coûts de construction, perte d'autonomie économique, incohérence écologique. Le bois, ressource renouvelable et faible en carbone, est au cœur de la transition durable que le Québec prétend mener.

## Le gouvernement doit :

- 1.** Reconnaître le bois comme ressource stratégique.
- 2.** Crée un fonds d'urgence pour compenser les surtaxes.
- 3.** Favoriser l'achat public de bois local.
- 4.** Former la relève pour valoriser les métiers forestiers.
- 5.** Instaurer un dialogue permanent avec l'industrie.

La forêt, c'est notre or vert, notre fierté collective. Ce qu'il faut aujourd'hui, ce n'est pas de la résignation, mais une volonté politique forte pour préserver ce lien vital entre les Québécois et leurs forêts.



[Lire ici la lettre au complet](#)



Vue aérienne de l'usine de panneaux de particules (OSB) et de mélamine qu'exploite Uniboard à Sayabec dans la vallée de la Matapédia.

L'ÉQUILIBRE PARFAIT ENTRE DESIGN,  
PERFORMANCE ET PERSONNALITÉ.



DÉCOUVREZ

*Signature*  
LE SOMMET DU DESIGN



Couleur représentée: DUBLIN

**BP Canada**  
SAINT-GOBAIN

BPCAN.COM



 INNOVATION  
2024 Choisie par Picked by AQMAT



# SOMMAIRE

## AQMAT

- 10-11** Mot de la présidence  
**88** Mot du Collège  
**91** Nouveaux membres  
**98** Mot du conseil d'administration

## ÉCOLO

- 14-18** LEED dans l'habitation : un nouveau chapitre qui touche directement les marchands  
**20** Twenifor : une entreprise autochtone axée sur la réutilisation des matériaux de construction  
**22-23** Innovation québécoise comme panneau alternatif à l'indispensable gypse

## PROGRAMME « BIEN FAIT ICI »

- 82-83** Le budget fédéral 2025 et notre programme d'accréditation  
**84-85** Quand la croissance bute sur l'enjeu crucial de la main-d'œuvre immigrante

## ACTUALITÉ

- 4** Richard Darveau au premier ministre Legault : le bois est notre âme et notre avenir  
**30-31** Sécurisation des piscines: un report salué par l'AQMAT au nom de la sécurité et du réalisme  
**32-33** Une campagne des Elles de la construction bouscule les codes d'un secteur en mutation

## DOSSIER VOL À L'ÉTALAGE

**42 · 46**

LA CRIMINALITÉ DE DÉTAIL :  
UNE CRISE SILENCIEUSE  
QUI TOUCHE DIRECTEMENT  
LES QUINCAILLERIES

## GESTION

- 8** Tarifs douaniers et inflation aux États-Unis : quel impact sur nous ?  
**12** Les marchands américains pourraient facturer des prix différents selon le type de carte de crédit  
**24-27** Les centres commerciaux à la dérive : une aubaine pour les entrepreneurs locaux  
**40** L'assignation temporaire : un levier stratégique pour vos opérations  
**64** Leçon à tirer après le décès d'un préposé aux clients  
**80-81** Walmart : dépasser les barrières linguistiques grâce à l'IA  
**87** Santé mentale en entreprise : nouvelles obligations, nouvelles pratiques  
**90** Nominations

## DOSSIER ACHATS QC

**49 · 56**

LES QUÉBÉCOIS  
ACHÈTENT  
DE PLUS EN PLUS  
LOCAL



## DOSSIER CONFORMITÉ

**66 · 72**

LE SYSTÈME CANADIEN  
BLOQUE SES PROPRES  
INNOVATEURS

## DOSSIER GARANTIE DE DISPONIBILITÉ

**75 · 78**

NON À LA MÉTHODE  
PROPOSÉE, OUI AU BUT  
VERTUEUX VISÉ



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](http://aqmat.org)  
[information@aqmat.org](mailto:information@aqmat.org)

**RÉDACTION EN CHEF**  
Richard Darveau | [rdarveau@aqmat.org](mailto:rdarveau@aqmat.org)

**PUBLICITÉ**  
Jasmine Sylvère | [jasmine@aqmat.org](mailto:jasmine@aqmat.org)

**COORDINATION DE PRODUCTION**  
Isabelle Picard | [ipicard@aqmat.org](mailto:ipicard@aqmat.org)

**COLLABORATION À LA RÉDACTION**  
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. Dépot légal : Bibliothèque et Archives Canada.

## ENTREVUE PRÉSIDENTIELLE

**34 · 37**

ENTREVUE PRÉSIDENTIELLE  
AVEC LE PRÉSIDENT-  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DE INNOVAIR SOLUTIONS



## VISITE D'USINE

**58 · 62**

L'AQMAT VISITE UCP,  
UNE JEUNE ENTREPRISE  
QUI SOUFFLE SES 65 BOUGIES !



## LISTE DES ANNONCEURS

ABB.....	26	Groupe RBH.....	94
ADS Canada.....	63	Henkel (Lepage).....	21
Avenord .....	57	Home Hardware.....	2
BP Saint-Gobain .....	5	IKO .....	39
Castle .....	13	Isolofoam.....	53
CertainTeed Saint-Gobain.....	65	JELD-WEN .....	17
Duchesne.....	81	Lonza (axarda) .....	74
Dealers Choice.....	27	LUXO CRÉATIONS .....	25
Dural.....	97	Orgill .....	100
ETALEX .....	91	RDTs .....	95
Evolution DMC .....	48	RONA .....	99
EvoX .....	41	Royal Solutions de bâtiment...	73
Les assurances Federated.....	96	Techniseal .....	92
Fiberon.....	93	TIMBER MART.....	3
GENTEK.....	47	UCP PAINT .....	86
Goodfellow.....	9		

## ABONNEMENT

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

- 36 ARBRES**  
6 tonnes métriques de bois
- 11 m³ D'EAU**  
106 douches de 10 minutes  
en Amérique du Nord
- 2 318 kg CO<sub>2</sub>**  
9 235 km parcourus en voiture
- 62 GJ**  
286 841 ampoules 60W  
pendant une heure
- 12 kg COVNM**  
11 397 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.



# Tarifs douaniers et inflation aux États-Unis : quel impact sur nous ?

En 2025, deux mots dominent les conversations dans le commerce de détail, tant aux États-Unis qu'au Canada : tarifs douaniers et inflation. Pour les centres de rénovation québécois, même si ces politiques sont d'abord américaines, leurs effets se répercutent rapidement sur toute la chaîne d'approvisionnement nord-américaine. Comprendre comment évoluent les comportements d'achat chez nos voisins peut donc offrir un avantage stratégique important.

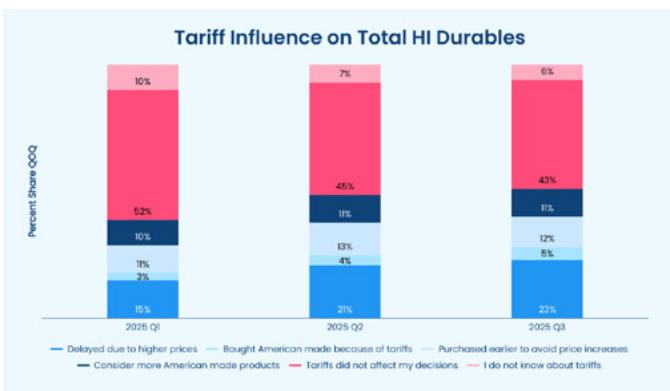
Récemment, le Home Improvement Research Institute (HIRI) a publié une analyse basée sur les données d'OpenBrand, une firme d'analyse de métadonnées, mettant en lumière les tendances actuelles dans le marché américain de la rénovation. Plusieurs constats clés permettent d'anticiper les effets similaires — ou les impacts indirects — qui pourraient toucher les centres de rénovation du Québec.

## L'essentiel avant le superflu : le consommateur devient prudent

Aux États-Unis, l'année 2025 est marquée par une baisse notable des dépenses discrétionnaires. Et le secteur de la rénovation n'y échappe pas. Les achats motivés par la nécessité — produits brisés, réparations urgentes, items arrivant en fin de vie — sont en hausse constante.

Selon HIRI, les achats liés au remplacement d'un produit défectueux représentent maintenant 36,6 % des transactions, une croissance marquée au cours des cinq dernières années.

À l'inverse, les projets planifiés comme la décoration, l'amélioration esthétique ou les premières acquisitions diminuent. Autrement dit, les ménages misent sur la fonctionnalité plutôt que sur l'« embellissement ».



Bien qu'en anglais et concernant les États-Unis, ces statistiques montrent plusieurs choses à mesure que l'année 2025 avance : les gens sont de plus en plus informés de l'existence de tarifs appliqués sur des produits étrangers en vente chez eux; ces tarifs les affectent de plus en plus; l'achat local progresse; les prix élevés retardent les achats et les travaux.

Pour les détaillants québécois, cette tendance pourrait se traduire par :

- une augmentation de la demande pour les pièces, composants et outils de réparation;
- un ralentissement des ventes dans les catégories inspirées par le design ou les améliorations non urgentes;
- une importance accrue du service-conseil lié à la maintenance plutôt qu'à la rénovation ambitieuse.

## Les tarifs douaniers : un facteur psychologique autant qu'économique

Même lorsque leur impact réel est difficile à quantifier, les tarifs douaniers américains influencent fortement le comportement d'achat. OpenBrand observe que davantage de consommateurs retardent leurs achats, craignant d'éventuelles hausses de prix.

Depuis le premier trimestre de 2025, ils sont 8 points de pourcentage de plus à reporter une dépense jugée trop onéreuse.

On remarque également une montée de l'intérêt pour les produits fabriqués aux États-Unis — un réflexe protectionniste qui pourrait rediriger certaines parts de marché vers la production domestique.

Bref, l'inflation, l'incertitude économique et les politiques commerciales américaines redessinent les habitudes d'achat en rénovation. Pour les quincailleries québécoises, la clé réside dans :

- l'ajustement des inventaires vers les produits essentiels;
- la valorisation des fournisseurs locaux et canadiens, surtout ceux accrédités « Bien fait ici », un programme propre à notre secteur;
- le soutien accru des clients qui veulent prolonger la durée de vie de leurs équipements.



Offrez à vos clients  
des solutions pratiques,  
élégantes et sans entretien !



Distribué par

**GOODFELLOW**



[f](#) [iagram](#) [in](#) 800 361-6503

[goodfellowinc.com](http://goodfellowinc.com)

Goodfellow vous propose la gamme complète de produits Barrette Ambiance Extérieure, conçus pour créer des espaces extérieurs à la fois esthétiques et fonctionnels.

#### Les avantages :

- Conçus pour durer, grâce à des matériaux durables et résistants aux intempéries.
- Compatibles avec les structures en bois ou en aluminium.
- Offerts en plusieurs formats, motifs et couleurs pour s'adapter à tous les styles.
- Installation simple, rapide et facile, idéale pour les bricoleurs comme pour les entrepreneurs.

## Contenu exclusif aux membres

**Contenu exclusif  
aux membres**

# Les marchands américains pourraient facturer des prix différents selon le type de carte de crédit

Après près de vingt ans de poursuites antitrust aux États-Unis, Visa et Mastercard ont convenu d'un règlement avec les commerçants américains qui pourrait modifier leur pouvoir de décision en matière d'acceptation des cartes. Jusqu'ici, un commerçant américain, qui acceptait une carte Visa, devait accepter toutes les cartes Visa, incluant les cartes premium offrant des récompenses généreuses... mais aussi associées à des frais d'interchange plus élevés.

**L**e règlement proposé, qui doit encore être approuvé par les tribunaux, introduirait une rupture importante : les commerçants américains pourraient désormais choisir quelles catégories de cartes ils acceptent à l'intérieur d'un même réseau.

Cela signifie, par exemple, qu'un commerçant pourrait décider d'accepter les cartes Visa standard, moins coûteuses, mais de refuser certaines cartes haut de gamme entraînant des frais plus élevés.

Autre nouveauté majeure : les commerçants pourraient appliquer des surcharges différencierées selon la catégorie de carte. Un achat pourrait donc coûter un prix différent selon que le client utilise une carte de base ou une carte récompenses. Les Américains sont déjà habitués à voir certains frais apparaître lors des paiements par carte, mais cette nouvelle latitude pourrait mener à une tarification plus fine à la caisse.

Exemple : « Montrez-moi avec quelle carte vous désirez payer et je vous donnerai le prix exact de votre facture ! »

## Des règles encore très encadrées au Canada

Au Canada, et donc au Québec, rien n'indique pour l'instant que les commerçants puissent sélectionner librement les types ou catégories de cartes qu'ils acceptent au sein d'un même réseau.

Les frais d'interchange canadiens sont par ailleurs bien connus : environ 1,25 % pour une carte grand public, et autour de 2 % pour une carte premium. Ces coûts demeurent parmi les plus élevés au monde et constituent un enjeu continual pour le commerce de détail.

Le Canada a déjà connu ses propres litiges contre Visa et Mastercard, notamment un recours collectif ayant mené à un règlement pour compenser les détaillants. Toutefois, aucune réforme récente n'offre la même marge de manœuvre que celle envisagée aux États-Unis.

Richard Darveau croit que les changements américains pourraient, à terme, exercer une pression pour une modernisation du cadre canadien. « Pour l'instant, cependant, les marchands d'ici doivent composer avec un système où la flexibilité demeure limitée », rappelle le porte-parole de l'AQMAT. « Ce qui est clair, c'est que les discussions autour des frais de paiement et de l'acceptation des cartes sont loin d'être terminées — et les évolutions aux États-Unis seront à surveiller de près, car elles pourraient annoncer des changements futurs chez nous. »

À noter que la National Retail Federation (NRF) rejette fermement le règlement proposé, qu'elle juge essentiellement cosmétique. Selon elle, il ne réduit pas réellement les frais d'interchange, ne corrige pas les pratiques anticoncurrentielles de Visa et Mastercard et ne donne pas aux commerçants une véritable marge de manœuvre. Elle demande une réforme beaucoup plus substantielle.





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.



« La communication est très importante pour un commerce indépendant comme le nôtre. Ce que nous aimons le plus de Castle, c'est sa transparence envers ses membres. Le dialogue est ouvert, honnête et bénéfique. Castle nous tient toujours au courant de ce qui se passe de son côté et dans notre secteur d'activité, ce qui nous aide à prendre les bonnes décisions pour notre entreprise. Castle nous accompagne tout au long de notre parcours. »

Robert Boyer  
Matériaux Robert Boyer  
Sainte-Anne-des-Lacs (Qc)



BALAYEZ LE CODE POUR  
REGARDER LA VIDÉO



« 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

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

### Richard Hamel

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

418-520-6244 | rhamel@castle.ca

### Mélanie Belley

DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES,  
QUÉBEC OUEST

514-809-6443 | mbelley@castle.ca



VOUS  
ÊTES LA  
MARQUE

## **Contenu exclusif aux membres**

## Contenu exclusif aux membres

## **Contenu exclusif aux membres**

# L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE RENCONTRE LE DESIGN

JELD-WEN<sup>MD</sup>



APPRENEZ-EN PLUS.  
[jeld-wen.ca](http://jeld-wen.ca)



## **Contenu exclusif aux membres**

## Contenu exclusif aux membres

# Twenifor : une entreprise autochtone axée sur la réutilisation des matériaux de construction

Basée à Mashteuiatsh, au Saguenay–Lac-Saint-Jean, Twenifor est une entreprise de propriété autochtone dont le modèle d'affaires se concentre sur la gestion et la valorisation de matériaux excédentaires issus de projets de construction. Son approche se situe à l'intersection de deux enjeux structurants pour l'industrie : la transformation numérique et la transition écologique. Selon son directeur du développement des affaires, Vincent Croteau, environ 30 % à 40 % des déchets générés mondialement proviennent du secteur de la construction, une proportion citée dans plusieurs études internationales sur les flux de matières dans ce domaine.

L'entreprise fondée par les frères Alexandre et Maxime Potvin observe que la majeure partie des organisations de construction sont orientées vers la réalisation opérationnelle de projets, la gestion des délais et le contrôle des coûts. Dans ce contexte, l'attention portée à la circularité des matériaux demeure limitée. Les matériaux excédentaires — bois, acier, composants modulaires, matériel de coffrage ou pièces de structure — sont fréquemment envoyés à l'enfouissement ou conservés sur des sites d'entreposage sans planification de réemploi. Twenifor s'inscrit dans cette problématique, en proposant des solutions visant à prolonger la durée de vie utile de ces ressources.

En 2020, l'entreprise a amorcé le développement d'une plateforme numérique de type «marketplace» destinée aux acteurs de la construction. L'objectif consistait à permettre la revente et le rachat de matériaux en surplus avant qu'ils ne deviennent des déchets. La plateforme permet d'inscrire, de catégoriser et de proposer ces matériaux à d'autres entreprises, favorisant ainsi leur réintégration dans des chantiers en cours ou futurs. Officiellement mise en service en 2024, elle comptait, au moment du lancement, environ 200 comptes d'entreprises en tant que vendeurs et près d'un millier de profils utilisateurs du côté acheteur.



En parallèle, Twenifor opère deux entrepôts, l'un dans la région métropolitaine de Montréal et l'autre au Saguenay–Lac-Saint-Jean. Ces installations permettent une gestion centralisée des matériaux récupérés. L'entreprise offre également un service logistique complet incluant le transport, l'évaluation, l'entreposage et la revente. Ce modèle vise à simplifier la participation des entreprises en réduisant les contraintes opérationnelles liées à la manipulation et à la revalorisation du matériel.

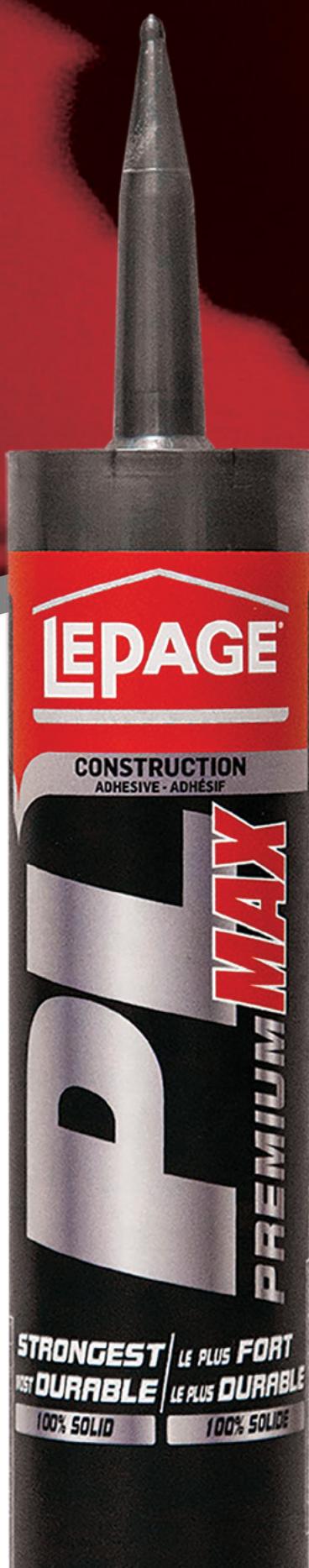
Les projets de développement envisagés par Twenifor portent notamment sur le renforcement des outils numériques d'inventaire, l'amélioration de la traçabilité des matériaux et l'analyse des flux de matières à l'échelle de grands chantiers. L'entreprise s'inscrit ainsi dans une tendance plus large de structuration des pratiques de réemploi dans l'industrie de la construction, un domaine en évolution soutenue au Québec et ailleurs au Canada.



Visitez ici le site web

# LEPAGE®

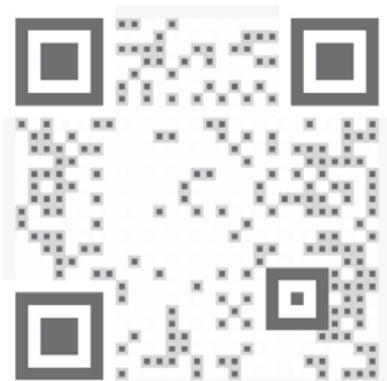
ÇA MARCHE. POUR VRAI.<sup>MC</sup>



# PL PREMIUM MAX<sup>TM</sup>

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



# Innovation québécoise comme panneau alternatif à l'indispensable gypse

Les panneaux de gypse pour cloisons sèches sont omniprésents dans la construction en Amérique du Nord : pratiques, économiques, faciles à installer. Mais ils posent deux problèmes majeurs. D'où la recherche qui s'active dans le monde entier, notamment à l'Université Laval, au Département des sciences du bois et de la forêt, où Pierre Blanchet et Simon Pépin ont développé un panneau à base de terre et de fibres de bois.

**L**a fin de vie du gypse est le premier défi : la récupération et le recyclage sont encore très limités, ce qui conduit à d'importants volumes mis en décharge.

Leur empreinte environnementale est le second problème : la fabrication du gypse (et parfois son transport, son traitement) ainsi que la gestion des déchets sont des enjeux écologiques notables.

Dans une logique d'économie circulaire, tout matériau alternatif au gypse, facile à intégrer dans un usage existant (cloisons, recouvrement mural), et mieux distribué/localisé, peut représenter une vraie opportunité pour les fournisseurs et les centres de rénovation.

La matière première principale testée par les chercheurs de Québec est de la terre locale (ex. : sol du campus de l'Université Laval), séchée, tamisée. On y ajoute des fibres de bois (~ 4 % du poids dans l'étude) et un adhésif pour conférer la flexibilité et la cohésion.

Le procédé cherche à mimer celui du panneau de gypse classique (entre deux feuilles de papier, moulage, séchage) pour favoriser une intégration dans les usines ou la chaîne d'approvisionnement existante.

## Résultats comparatifs

D'après les résultats préliminaires, les panneaux terre/fibres montrent des performances intéressantes :

- résistance mécanique : la flexion (MOR) a été supérieure d'environ 40 % à celle du panneau gypse de référence;
- capacité thermique : la chaleur spécifique volumique est considérablement augmentée, ce qui peut aider à stocker ou amortir les variations thermiques. (Cependant, en masse égale, ce gain peut disparaître, lié à une densité plus élevée);
- conductivité thermique : comparable à celle du panneau gypse;
- propriétés hydriques : nettement améliorées – la capacité d'absorption d'eau (à travers toute la gamme d'humidité relative) est plusieurs fois supérieure, et la valeur de « tampon d'humidité » (moisture-buffering) est triplée;

- propriétés acoustiques : aussi intéressantes – le « sound transmission class » (STC) augmente de 8 à 10 dB, et le coefficient de réduction de bruit (NRC) est légèrement meilleur.

Point faible identifié : la réaction au feu. Le panneau terre/fibres présente un taux de libération de chaleur (heat release rate) plus élevé que le gypse. Cela est attribué à la teneur organique plus élevée (fibres bois) et au fait que la terre n'a pas les mêmes propriétés ignifuges que le gypse hydraté.

## Un avenir ?

Voici ce que ces recherches signifient concrètement.

Le marché potentiel : un panneau mur + plafond alternatif avec un impact environnemental réduit et des performances égales (voire supérieures) au gypse ouvre la voie à une proposition différenciante (écologique, locale).

La compatibilité opérationnelle : comme le procédé a été pensé pour s'apparenter aux panneaux classiques (deux feuilles de papier, format éventuel identique, découpe et pose similaires), l'intégration technique dans les chantiers et la chaîne logistique semble facilitée.

Les avantages clients finaux :

- meilleur contrôle de l'humidité et donc confort intérieur accru (atout pour rénovation haut de gamme, bâtiments sains);
- meilleure isolation acoustique;
- média marketing puissant : « panneau à base de terre et bois, fabriqué ici, plus écologique ».

À noter toutefois que le comportement au feu n'est pas encore au niveau des panneaux gypse standard, ce qui pourrait limiter l'usage dans certaines applications réglementées (ex : murs coupe-feu, locaux à haute exigence).

Également, le poids, ou la densité pourrait être plus élevé à ce stade, ce qui peut influencer la logistique, la pose, la structure portante.



Le coût et la maturité industrielle ne sont pas encore communiqués : la recherche en est encore à un stade de laboratoire ou prototype.

La tarification par rapport au panneau gypse standard : il faut que l'écart de coût (s'il existe) soit justifié par la valeur ajoutée (écologique + performance).

L'équipe de recherche identifie plusieurs défis avant une adoption à grande échelle :

- améliorer la résistance au feu : via ajout de perlite, vermiculite ou argiles ignifuges pour réduire la vitesse de montée en température et la libération de chaleur;
- étudier la fixation / clouage / vissage : la « nailability » ou la capacité à supporter l'accrochage d'étagères ou cadres doit être évaluée;
- réduire la densité pour se rapprocher de ~700 kg/m<sup>3</sup> (densité typique pour un panneau de gypse utilisé en cloison standard) afin de faciliter la pose et le transport. Cela pourrait impliquer plus de fibres bois ou incorporation de matériaux pré-moussés;
- remplacer l'adhésif (actuellement PVA) par une colle bio-sourcée ou entièrement compostable afin d'améliorer l'empreinte environnementale;
- réaliser des tests grandeur nature dans un bâtiment : mesurer l'amortissement des variations de température et d'humidité d'une pièce équipée de ce panneau, et tester la transmission acoustique non incidente (mur réel) et la performance au feu à l'échelle mur.

## Pourquoi cela importe maintenant ?

La réglementation et les exigences de certification (qualité de l'air intérieur, humidité, acoustique, empreinte carbone) évoluent : un panneau écologique peut anticiper ce mouvement.

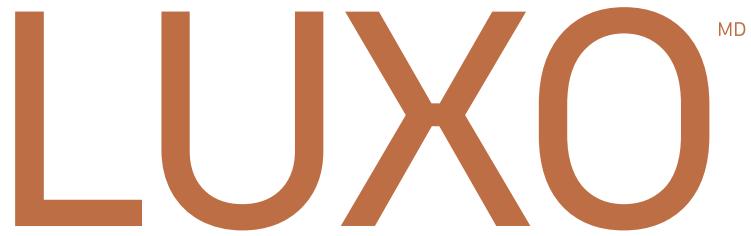
Les attentes des clients s'orientent de plus en plus vers des matériaux plus durables, locaux, et « responsables ». Offrir ce panneau pourrait devenir un argument distinctif.

Le secteur de la rénovation joue un rôle pivot dans la gestion de la fin-de-vie des matériaux (démolition, remplacement) : diminuer l'enfouissement des panneaux de gypse (au Québec ≈ 200 000 tonnes par an) est un enjeu majeur.

Bien que le gypse ne soit pas près de disparaître (il reste très performant et économique), cette alternative peut s'insérer dans un segment premium ou pour des usages spécifiques (forte exigence hydrique, acoustique, bâtiment sain) ou comme second choix écologique.

Aux yeux de Richard Darveau, président de l'AQMAT : « La recherche à l'Université Laval montre qu'il est parfaitement plausible de développer un panneau mural à base de terre et de fibres de bois qui rivalise, voire surpasse certains aspects des panneaux de gypse usuels — tout en réduisant l'empreinte environnementale. Pour les centres de rénovation, cela représente un potentiel de différenciation et d'anticipation des attentes éco-responsables. L'enjeu sera de suivre de près la commercialisation et de se positionner tôt sur ce type d'option pour être parmi les premiers à proposer cette alternative durable à leurs clients. »

## Contenu exclusif aux membres



LUXO<sup>TM</sup>  
SIGNATURE

VOTRE INTÉRIEUR,  
RÉINVENTÉ.



Chez Créations Luxo, les fondations sont posées.  
**VISION ASSUMÉE. EN ACTION. POUR VOUS.**

Chaque jour, nos équipes s'activent à bâtir bien plus qu'une gamme de produits ; elles posent les bases d'une nouvelle ère, à l'écoute des besoins réels du marché. De la recherche terrain aux premiers prototypes, tout est pensé pour créer des collections alliant esthétisme, qualité et accessibilité, sans compromis sur la durabilité, ni le style.

Parce que repenser une marque, c'est d'abord repenser sa mission.

Et chez Luxo, cette mission commence toujours par vous.

#### NOS ACTIONS CONCRÈTES :

- Phase de recherche client complétée
- Collections 2026 en développement
- Nouveaux outils de vente en création
- Processus et outils internes en cours d'optimisation

◆ **On bâtit l'avenir, un détail à la fois.**

UN SITE WEB REPENSÉ  
POUR MIEUX VOUS SERVIR.



## Contenu exclusif aux membres

## Contenu exclusif aux membres

AQMAT

# DÉVERROUILLEZ toute la valeur de l'AQMAT en activant votre **ESPACE MEMBRE**



**Accédez à nos nouvelles exclusives  
et aux autres avantages de votre association**

**ICI**

Détails en page 12  
du Plan stratégique 2025-2027



Partenaire  
**AQMAT**

# Votre quincaillerie **VENDUE** au juste prix (et plus vite !)

**Nos experts en courtage immobilier sont dédiés à la quincaillerie.  
Ils maîtrisent le marché et ont accès à un bassin d'investisseurs.  
Résultats : une estimation précise et une mise en marché optimisée.**



**Audrey Dagenais**  
Courtière en immobilier commercial  
438 995-8182  
[info@audreydagenais.com](mailto:info@audreydagenais.com)



# Sécurisation des piscines: un report salué par l'AQMAT au nom de la sécurité et du réalisme

Le gouvernement du Québec a annoncé un report de deux ans dans l'application du règlement exigeant que toutes les piscines résidentielles soient entièrement clôturées avant le 30 septembre 2025. Ce recul a été obtenu sous la pression de nombreux acteurs, dont l'Association québécoise de la quincaillerie et des matériaux de construction (AQMAT). Son président, Richard Darveau, a plaidé pour un calendrier plus réaliste, en mettant en évidence les enjeux de sécurité, de capacité d'installation et de cohérence réglementaire.

Les municipalités ont maintenant jusqu'au 30 septembre 2027 pour procéder à l'inventaire des piscines construites avant 2010 et qui sont hors normes afin d'aider les quincailleries et centres de rénovation de leur territoire à commander les bonnes quantités de clôtures, de loquets et autres accessoires.

## Les nouvelles normes

Les nouvelles normes de sécurité pour les piscines résidentielles exigent que toutes les piscines, peu importe leur date d'installation, soient entourées d'une enceinte d'au moins 1,2 m de hauteur, munie d'une porte à fermeture et verrouillage automatiques, et dont les barreaux ou ouvertures empêchent le passage d'un enfant (espacement maximal de 10 cm). Les accès par la maison sont permis seulement si les fenêtres donnant sur la piscine sont verrouillables ou si une porte conforme est installée. Les équipements pouvant être utilisés comme appui (tables, meubles, BBQ, etc.) ne doivent pas permettre l'escalade de la clôture.

## Un revirement attribué à des difficultés concrètes

Officiellement, le changement de posture du ministère des Affaires municipales découle de nouvelles possibilités techniques, notamment la possibilité de considérer un mur de maison comme barrière si les fenêtres adjacentes sont munies d'un loquet conforme.

Toutefois, les acteurs du secteur estiment qu'une autre raison a pesé dans la balance : la difficulté pour les propriétaires de faire effectuer les travaux nécessaires dans un délai aussi serré.

Comme l'a expliqué Richard Darveau lors d'une entrevue accordée à LCN, les consommateurs éprouvaient des difficultés à trouver les matériaux requis ou à obtenir les services d'un installateur qualifié. Cette rareté, combinée à l'approche de l'échéance et au risque d'amendes allant de 500 \$ à 1 000 \$ par jour de non-conformité, entraînait stress, confusion et augmentation des coûts.



## Des répercussions concrètes pour les marchands

Les employés des centres de rénovation et les détaillants membres de l'AQMAT se trouvaient au cœur de ces tensions. D'un côté, ils accueillaient favorablement les mesures visant à réduire les risques de noyade, objectif unanimement partagé. De l'autre, ils faisaient face à une vague croissante de clients inquiets, cherchant des conseils précis pour rendre leur installation conforme.

Or, plusieurs difficultés entraînaient une réponse claire :

- absence de données fiables sur le nombre réel de piscines à mettre aux normes, rendant les prévisions d'approvisionnement incertaines;
- variabilité d'interprétation des règles d'une municipalité à l'autre, entraînant des messages contradictoires;
- manque de formation et de communication envers les marchands, rarement conviés aux séances d'information municipale.

Cette situation faisait en sorte qu'un conseiller en quincaillerie ne pouvait pas toujours certifier si le projet d'un client répondait aux critères de sécurité, chaque cour ayant ses particularités. L'installateur, quant à lui, était déjà débordé. L'inspecteur municipal, prudent face aux risques juridiques, pouvait imposer des interventions plus lourdes que nécessaire.

Le contexte contribuait à une incertitude généralisée inappropriée pour un enjeu de sécurité.



## Un contexte saisonnier qui complique les interventions

La période d'application initialement prévue coïncidait avec la saison où les propriétaires souhaitent surtout profiter de leur piscine. Entre juillet et septembre, rares sont ceux qui souhaitent restreindre ou bloquer l'accès à leur cour pour des travaux. Le bon sens indique aussi que les investissements liés à l'entretien ou à l'amélioration des installations de piscine se planifient généralement au printemps ou en début d'été, non à la fin de la saison.

Imposer des travaux de dernière minute augmentait les risques d'exécution précipitée, potentiellement contraire à l'objectif de sécurité poursuivi par le règlement.

## Une position exprimée dès l'été par l'AQMAT

Dès la fin juillet, l'AQMAT avait publiquement mis en garde contre l'impossibilité de rencontrer l'échéance. Bien que les quincailleries et les manufacturiers de clôtures adhèrent au principe d'améliorer la sécurité des installations, ils soulignaient que l'atteinte de cet objectif devait se faire dans des conditions permettant une planification adéquate.

Le message porté était clair : sécuriser les piscines est nécessaire, mais exiger que cela soit fait dans l'urgence mettrait à risque les consommateurs, alourdirait inutilement les factures et créerait une pression injustifiée sur les municipalités et les détaillants.

## Un enjeu de sécurité... et de bonne gestion publique

L'AQMAT a rappelé que la sécurité ne se résume pas à la présence d'une clôture, mais repose aussi sur la qualité et la fiabilité des installations, une compréhension adéquate des risques ainsi que des conseils précis et adaptés à chaque configuration résidentielle.

Une réglementation appliquée trop rapidement aurait pu mener à des installations improvisées, non conformes ou inefficaces, ce qui aurait contrevenu à l'objectif premier : prévenir les noyades, particulièrement chez les jeunes enfants.

## Un report qui profite à tous

Le report obtenu permettra désormais :

- aux propriétaires de planifier leurs travaux au moment opportun;
- aux installateurs de répondre à la demande sans compromettre la qualité;
- aux municipalités d'informer les quincailleries et boutiques spécialisées de leur territoire de l'inventaire, même approximatif, du nombre de piscines à normer, et de former leurs inspecteurs pour éviter une application réglementaire à géométrie trop variable;
- aux quincailleries d'ajuster leurs stocks en conséquence.

Mais surtout, il permettra que les projets réalisés soient sécuritaires, durables et adaptés à la diversité des situations.

Richard Darveau conclue : « Le recul du gouvernement témoigne d'une reconnaissance d'une réalité terrain que l'AQMAT et d'autres acteurs ont mise en lumière : la protection des citoyens s'effectue mieux dans un cadre clair, stable et réalisable que dans l'urgence. L'association se réjouit que l'intérêt du public ait été placé au cœur de la décision, et réaffirme sa volonté de collaborer à la sensibilisation, à l'information et au déploiement harmonieux des normes visant à rendre les espaces aquatiques résidentiels plus sûrs pour tous. »



# Une campagne des *Elles de la construction* bouscule les codes d'un secteur en mutation

Le secteur de la construction, longtemps associé à une culture professionnelle masculine, continue sa transformation vers une plus grande diversité. Si les femmes y sont de plus en plus nombreuses, elles demeurent encore largement sous-représentées.

C'est dans ce contexte que l'organisme Les Elles de la construction lance la campagne du programme F.I.C. (Femmes, Intégration, Construction), en collaboration avec ZA Communication. Une campagne qui tranche avec les approches institutionnelles habituelles : visuelle, affirmée, assumée — et porteuse d'un message clair.

La campagne se déploie autour d'une idée centrale : occuper symboliquement et visuellement l'espace où on ne s'attend pas à voir des femmes. Photos à l'esthétique soignée, postures confiantes, outils de chantier mis en scène comme des objets de pouvoir — les visuels soulignent la compétence, la précision, la force et le professionnalisme.

Les slogans — « Tu peux être aussi forte avec un marteau qu'avec un piolet », « Tu peux être aussi précise avec un niveau qu'avec une pagaie » — jouent sur l'idée de compétences transférables et rappellent que la valeur d'une travailleuse ne dépend pas du genre, mais de la maîtrise de son métier.

Au-delà de l'image, la campagne s'attache à mettre en mots des réalités trop souvent reléguées à l'implicite : stéréotypes persistants, enjeux d'accueil sur les chantiers, manque de reconnaissance des compétences, barrières à l'entrée dans les programmes d'apprentissage, inégalités dans les trajectoires de carrière.

En choisissant une tonalité directe et engagée, Les Elles de la construction affirment que le changement ne repose pas uniquement sur la bonne volonté individuelle, mais sur des transformations structurelles, notamment dans les pratiques d'embauche, les environnements de travail, les modèles de gestion et les cultures d'équipe.

## Une campagne à la fois grand public et B2B

La stratégie de diffusion prévoit des placements grand public, mais les employeurs en construction sont aussi visés. Une dualité essentielle, car pour espérer plus de femmes, on doit disposer l'industrie à les accueillir.

Sur ce point, le message positionne la mixité comme levier de performance, d'innovation, de créativité, mais aussi — et surtout — de climat de travail plus sain et plus sécuritaire.



**« Je rêve d'un projet dont l'approche unique et adaptée vient soutenir l'intégration des femmes de métier depuis longtemps, et je suis confiante que le programme F.I.C. servira de point de départ vers des phases ultérieures », affirme Stéphanie Lévesque, entrepreneure générale, formatrice d'expérience et responsable du programme.**

Le programme F.I.C., financé en partie par le gouvernement du Canada par le biais de la Stratégie canadienne de formation en apprentissage, est donc plus qu'une campagne, c'est un mouvement structurant qui vise à :

- accompagner les femmes dans leur intégration en chantier, notamment durant les premières années d'exercice, qui sont les plus critiques;
- outiller les entreprises dans la mise en place de pratiques inclusives concrètes;
- sensibiliser les équipes à la collaboration et au respect mutuel;
- former les gestionnaires à reconnaître et valoriser la diversité.

Une approche systémique, qui se distingue des programmes axés uniquement sur le recrutement.

« Faire place, c'est faire avancer », soutient Crystelle Cormier, directrice générale (et ex cheffe de la direction de l'AQMAT). Elle explique : « Ce que la campagne met de l'avant, ce n'est pas seulement la capacité des femmes à exercer des métiers historiquement masculins — cela, elles le démontrent déjà. C'est l'idée que l'industrie a tout à gagner à leur donner l'espace de contribuer pleinement. »



Le programme s'appuie sur la certification ESSI (environnement sain, sécuritaire et inclusif), délivrée aux employeurs qui soutiennent activement leur parcours d'intégration.

Visionnez la publicité

Visionnez la publicité

Visionnez la publicité

## Contenu exclusif aux membres

**Contenu exclusif  
aux membres**

# Contenu exclusif aux membres

## Contenu exclusif aux membres

# Cotisations fournisseurs : des tarifs **JUSTES** à la mesure de chacun



À partir de 2026, les fournisseurs membres de l'AQMAT vont profiter d'une grille de cotisation équitable, calculée selon le nombre d'employés actifs sur le marché québécois de la quincaillerie.  
Une méthode mieux adaptée à la réalité de chacun de soutenir l'association.

Anay Hernandez  
Contrôleuse, comptabilité et gestion  
438 821-1404 • [ahernandez@aqmat.org](mailto:ahernandez@aqmat.org)





## DYNASTY<sup>MD</sup>

Bardeaux Performance | avec **ArmourZone<sup>MD</sup>**

# 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<sup>MD</sup>. De plus, ils présentent des couleurs vives et une résistance à chocs de classe 3<sup>1</sup> pour un bardeau qui se démarque des autres.



Ce qui distingue les bardeaux Dynasty.



IKO ARMOURZONE<sup>MD</sup>



UNE RÉSISTANCE À L'IMPACT DE CLASSE 3<sup>1</sup>



DES MÉLANGES DE COULEURS UNIQUES



RÉSISTANCE AUX VENTS FORTS

<sup>1</sup>Ce 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'assигnation temporaire : un levier stratégique pour vos opérations

L'assигnation temporaire permet à un employeur de proposer à un travailleur blessé des tâches compatibles avec ses capacités, pendant sa convalescence. Ce n'est pas un retour au poste habituel, mais une adaptation temporaire, validée par un professionnel de la santé. L'objectif : favoriser une réintégration progressive, sécuritaire et constructive.

Dans un contexte de rareté de main-d'œuvre, chaque compétence compte. L'assигnation temporaire permet de :

- conserver l'expertise de vos employés, même partiellement disponibles;
- réduire les coûts d'imputation à votre dossier CNESST;

- maintenir un lien actif avec le travailleur, réduisant les risques de désengagement ou de départ;
- optimiser vos ressources, en affectant temporairement le travailleur à des tâches utiles (formation, inventaire, soutien administratif, etc.).

## En usine : transformer une contrainte en opportunité

**Contexte** : Sophie, opératrice de machine dans une usine de fabrication de portes, subit une entorse au genou. Elle ne peut rester debout plus de 30 minutes d'affilée.

### Assигnation temporaire proposée :

- Contrôle qualité visuel des pièces en fin de ligne, assise.
- Saisie des données de production dans le logiciel interne.
- Participation à l'amélioration continue : analyse des arrêts de production et propositions d'optimisation.

### Avantages :

- Sophie contribue à la performance de l'usine autrement.
- Son regard d'opératrice enrichit les démarches d'amélioration.
- L'entreprise évite une absence prolongée et montre sa capacité d'adaptation.

## En quincaillerie : préserver l'expertise sans risquer la santé

**Contexte** : Benoit, commis à la réception des marchandises, se blesse à l'épaule en soulevant une boîte trop lourde. Son médecin lui interdit tout soulèvement de charge pendant 6 semaines.

### Assигnation temporaire proposée :

- Accueil des clients au comptoir de service.
- Mise à jour des fiches produits dans le système informatique.
- Réorganisation des rayons légers (ex. : peinture, petits outils).
- Participation à la formation des nouveaux employés sur les procédures de réception.

### Avantages :

- Benoit reste actif et valorisé.
- Son savoir sur les produits et la logistique est transmis.
- L'équipe conserve un repère expérimenté pendant une période de fort achalandage.



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

# evox

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!  
[GROUPEEOX.COM](http://GROUPEEOX.COM)

CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE  
GENEVIÈVE GAGNON – PRÉSIDENTE  
[GGAGNON@GROUPEEOX.COM](mailto:GGAGNON@GROUPEEOX.COM)



TRISTANT L. LANGELIER – DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES  
[TLANGELIER@GROUPEEOX.COM](mailto:TLANGELIER@GROUPEEOX.COM)  
438.336.2908



Dossier vol à l'étalage

**Contenu exclusif  
aux membres**



Dossier vol à l'étalage

# Contenu exclusif aux membres



Dossier vol à l'étalage

## Contenu exclusif aux membres



Dossier vol à l'étalage

# Contenu exclusif aux membres



Dossier vol à l'étalage

## Contenu exclusif aux membres

# UNE SOLUTION DE REVÊTEMENT COMPLÈTE. RESSEMBLE À DU VRAI BOIS. FONCTIONNE ENCORE MIEUX. ET MAINTENANT AVEC DES ACCESSOIRES ASSORTIS.

Le revêtement en composite ALIGN<sup>MD</sup> 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**



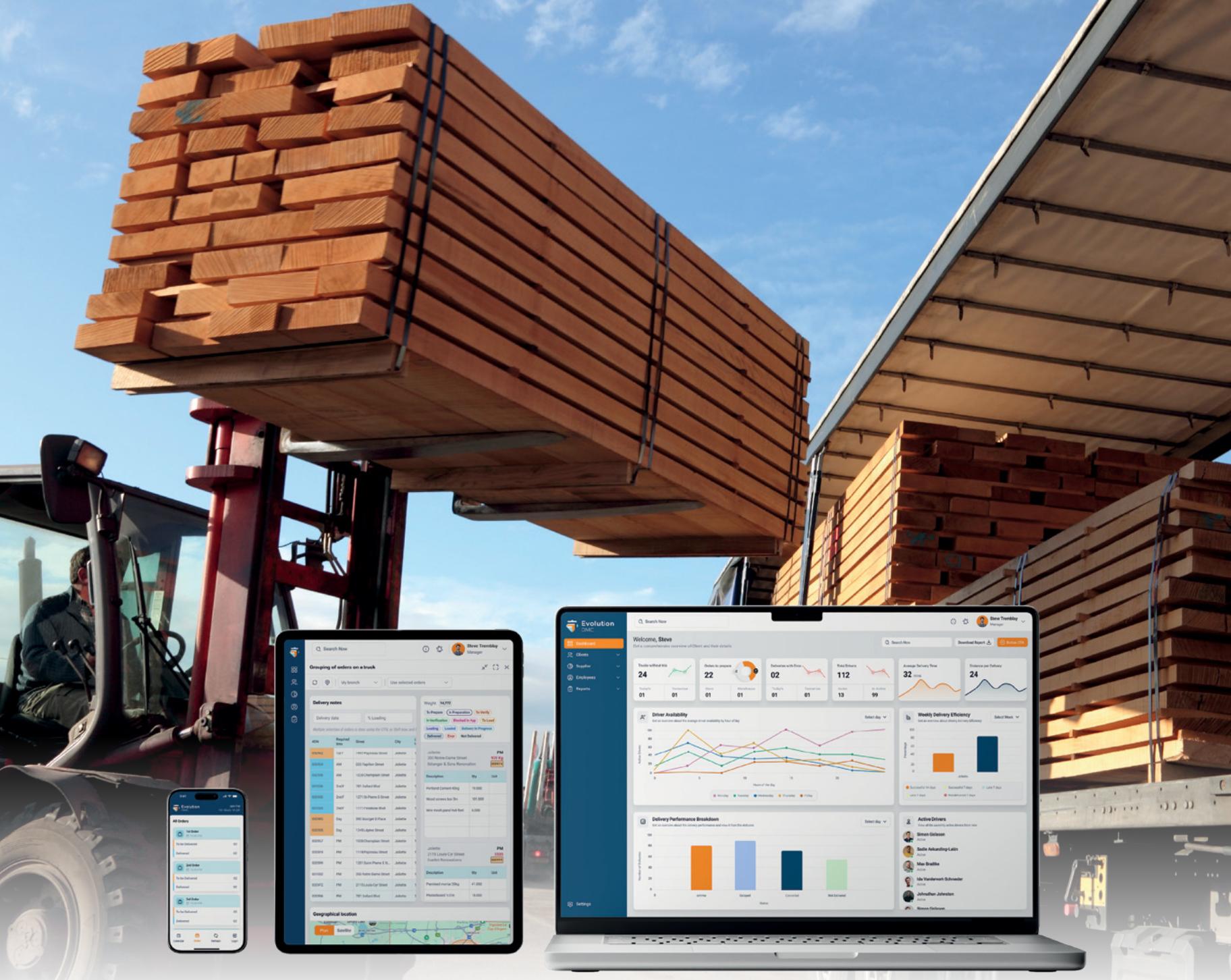
 **GENTEK**<sup>®</sup>  
PRODUITS DE BÂTIMENT GENTEK CIE

1001 Corporate Drive | Burlington, ON L7L 5V5  
[gentek.ca](http://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](http://gentek.ca/align)



# 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](http://www.evolutiondmc.com)

# **Contenu exclusif aux membres**



Dossier Achats QC

## **Contenu exclusif aux membres**



Dossier Achats QC

## Contenu exclusif aux membres



Dossier Achats QC

## **Contenu exclusif aux membres**

UNE GAMME COMPLÈTE D'ISOLANTS RIGIDES

# DES ISOLANTS CONÇUS AVEC INGÉNIOSITÉ ICI



## TOUS LES ISOLANTS, UN SEUL ENDROIT

Groupe Isolofoam 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.



Résidentiel • Commercial • Industriel • Institutionnel

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

Découvrez notre gamme complète sur [isolofoam.com](http://isolofoam.com)

PARTICIPANT



# ISOLOFOAM



Plateforme électronique strictement dédiée aux articles de quincaillerie et matériaux fabriqués, du moins assemblés, ici, au Québec.

## Contenu exclusif aux membres

**DES PRODUITS D'ICI  
POUR LES PROFESSIONNELS D'ICI**



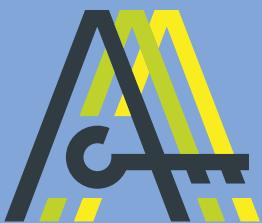
**qatalogue.ca**

**Contenu exclusif  
aux membres**



Plateforme électronique strictement dédiée aux articles de quincaillerie et matériaux fabriqués, du moins assemblés, ici, au Québec.

## Contenu exclusif aux membres



# AVENORD

# VOTRE SERVICE DE DISTRIBUTION *fierement d'ici*

100 000 PI<sup>2</sup> D'ENTREPOSAGE

GRAND INVENTAIRE EN STOCK

RAPIDITÉ D'EXÉCUTION

PRIX COMPÉTITIFS ET AU VOLUME

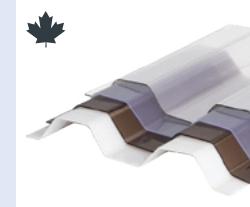
Catalogue



UNE ENTREPRISE FAMILIALE  
QUÉBÉCOISE DE PRODUITS  
DE QUALITÉ



Revêtement PVC  
embouveté



Polycarbonate  
ondulé



Slatwall PVC



Polycarbonate  
multiparois



PVC ondulé



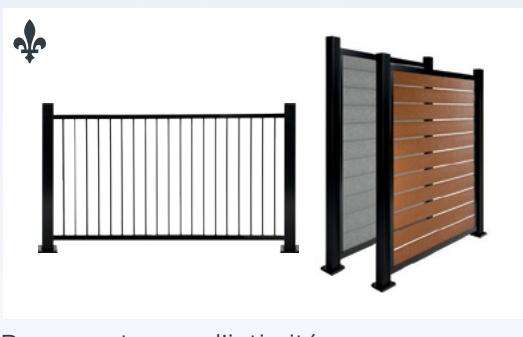
Plywood laminé  
et HDPE



Planche à patio  
étanche



Madrier HDPE



Rampes et murs d'intimité en vrac



NEXkor trusscore

PLASTX

kléco

LEXAN™  
TOUGH,  
VIRTUALLY  
UNBREAKABLE

varlo



Visite d'usine

**Contenu exclusif  
aux membres**

## **Contenu exclusif aux membres**



**Contenu exclusif  
aux membres**

# **Contenu exclusif aux membres**



Mélanie Guindon, directrice du personnel et de la culture :  
« Parmi nos 75 employés, certains cumulent plus  
de 45 années de services chez nous. »

# **Contenu exclusif aux membres**

# 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<sup>MD</sup>



Tuyau ondulé en PEHD à simple paroi



Raccords

**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](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](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>



# Leçon à tirer après le décès d'un préposé aux clients

La Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST) a rendu publiques dernièrement les conclusions de son enquête sur l'accident ayant coûté la vie à un préposé aux clients de la succursale Loblaws à Boucherville, le 13 mars dernier.

**L**e jour de l'accident, un préposé aux clients devait assister le conducteur d'une machine de manutention de batteries afin de remplacer les batteries déchargées des chariots élévateurs durant le quart de jour. Lors d'un changement de batterie d'un chariot élévateur stationné, le conducteur reculait avec la machine de manutention. Toutefois, en exécutant cette manœuvre, le garde-corps de la machine de manutention est entré en contact avec les câbles de connexion de la batterie. La collision a fait sortir partiellement la batterie du châssis du chariot élévateur et fait déplacer les câbles de connexion sur le côté de la batterie, ce qui a bloqué le passage de la machine de manutention.

Le préposé aux clients, en tant qu'assistant, a alors décidé de lui venir en aide. Il s'est placé entre l'une des colonnes de la machine de manutention et le châssis du chariot élévateur stationné pour manipuler la batterie et ses câbles de connexion. À un moment, en reculant la machine, sa tête a été écrasée entre une colonne de la machine et le châssis du chariot élévateur stationné.

La méthode de travail utilisée pour remplacer les batteries des chariots élévateurs à l'aide de la machine de manutention de batteries a exposé l'assistant à des dangers d'écrasement et de coincement lors du déplacement de celle-ci.

À la suite de l'accident, la CNESST a interdit les travaux de remplacement des batteries à l'aide de la machine de manutention de batteries. L'employeur a décidé de confier les travaux à un seul travailleur, soit le conducteur de la machine de manutention, puisque le conducteur ne peut pas activer les commandes pour déplacer la machine lorsqu'il est à l'extérieur du poste de commandes pour réaliser les travaux au sol.

## Comment éviter un tel accident ?

Pour prévenir les accidents avec les équipements mobiles comme une machine de manutention de batteries, des solutions existent, notamment :

- identifier et analyser les risques liés à la zone d'opérations d'une machine en déplacement, notamment des zones de collisions, d'écrasement et de coincement;
- établir et faire respecter des distances sécuritaires à maintenir entre les piétons et un équipement mobile;
- former et informer les travailleurs et les travailleuses sur les méthodes de travail pour effectuer la tâche de remplacement de batteries avec un équipement mobile.



# Des murs réinventés



FINITION ISOLATION GYPSE

**INFINAE**



Faible émission de carbone.  
Haute circularité. Sans compromis.

**Lanaé**

Sustainable  
Insulation<sup>MC</sup>

Une solution plus brillante  
pour un avenir meilleur.

## Produits de finition durables

Certifiés GREENGUARD Gold pour  
leurs faibles émissions de COV.



Balayez le code QR  
pour en savoir plus

SAINT-GOBAIN



Dossier conformité



## Contenu exclusif aux membres



Dossier conformité

## Contenu exclusif aux membres



Dossier conformité

## Contenu exclusif aux membres



Dossier conformité

## Contenu exclusif aux membres



Dossier conformité

## Contenu exclusif aux membres



Dossier conformité

## Contenu exclusif aux membres



Dossier conformité

## Contenu exclusif aux membres



Prestance du bois exotique.  
caractère personnalisé.

[www.royalbuildingsolutions.com](http://www.royalbuildingsolutions.com)

# L'apparence que vous aimez La performance que vous souhaitez

Wolmanized® Extérieur® Bois Tanatone® utilisé depuis des dizaines d'années dans la protection des ennemis naturels du bois – termites et pourriture causée par les champignons.

- Applications hors sol, contact avec sol et dans l'eau
- Agrafes - En accord avec le code de construction ainsi que les recommandations des manufacturiers
- Le bois traité a une empreinte carbone significativement plus petite que les autres matériaux de construction



Home Innovation  
NGBS GREEN CERTIFIED™

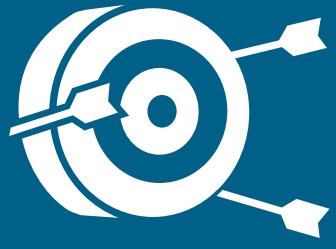


FIND US ON  
[ecospecifier.com](http://ecospecifier.com)  
2019-20  
trust brands



arxada

[WolmanizedWood.com](http://WolmanizedWood.com)



Dossier Garantie  
de disponibilité

**Contenu exclusif  
aux membres**



Dossier garantie  
de disponibilité

## Contenu exclusif aux membres



Dossier garantie  
de disponibilité

## Contenu exclusif aux membres



Dossier garantie  
de disponibilité

## Contenu exclusif aux membres

12<sup>e</sup> édition

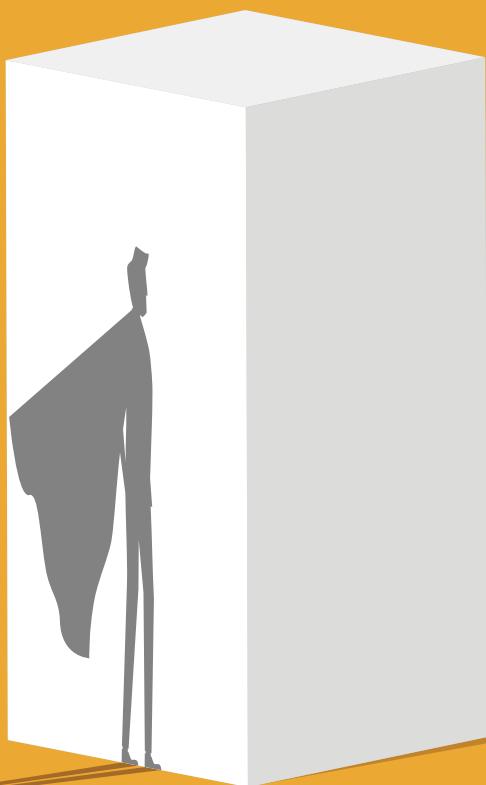
# AQMAT



CONGRÈS  
des Décideurs

Centre d'Événements et de Congrès Interactifs  
(CECi) • Trois-Rivières

15-16 AVRIL 2026



# RECONSTRUISSONS notre confiance

L'univers de la quincaillerie semble moins l'fun,  
plus imprévisible et moins rentable.

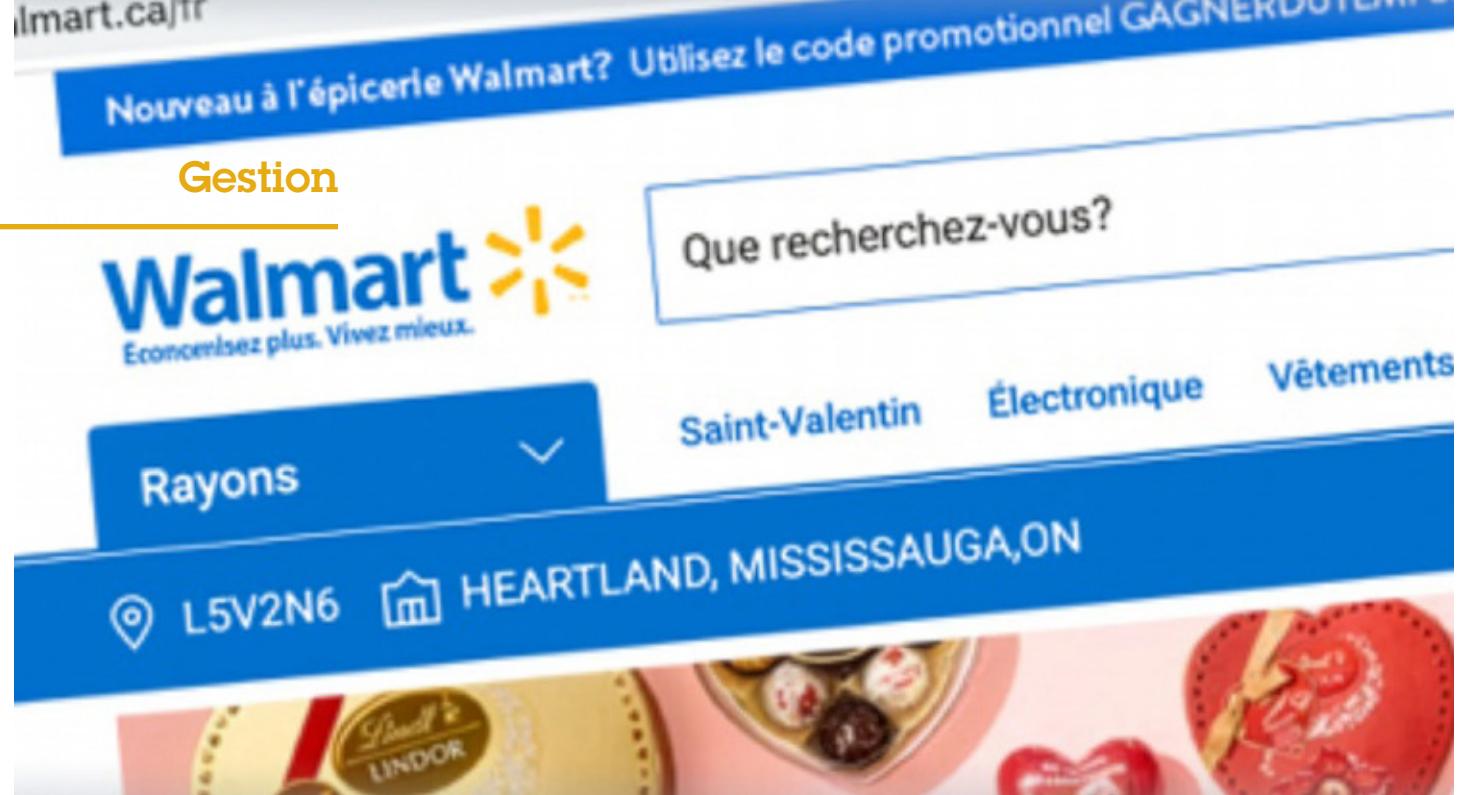
Ce rendez-vous vise à nous donner des moyens  
concrets d'avancer avec un pas plus assuré,  
de renouer avec la prospérité...  
et de retrouver un sourire optimiste!

## Au menu :

Prédicibilité • Intelligence artificielle • Repreneuriat • Code de bonnes pratiques  
Promesses électorales • Et sans oublier l'AGA et les élections du CA

Détails ici





# Walmart : dépasser les barrières linguistiques grâce à l'IA

Dans un monde de plus en plus connecté mais diversifié sur le plan linguistique, offrir une expérience d'achat fluide aux «non-anglophones» représente un défi majeur. Walmart, le géant de la distribution, a choisi de relever ce défi avec sa «Walmart Translation Platform» (WTP), une technologie hybride mariant intelligence artificielle et savoir-faire humain pour interpréter le contexte, la culture et l'intention des utilisateurs.

L'initiative remonte à 2022, période à laquelle Walmart a commencé par intégrer une fonction de traduction espagnole dans sa recherche sur le site web. L'objectif était simple : «naturaliser la recherche pour les utilisateurs non anglophones» et rendre le processus plus naturel, pertinent et précis.

Progressivement, l'entreprise a étendu cette plateforme à d'autres langues, en affinant constamment la précision contextuelle.

## Comprendre les nuances linguistiques et culturelles

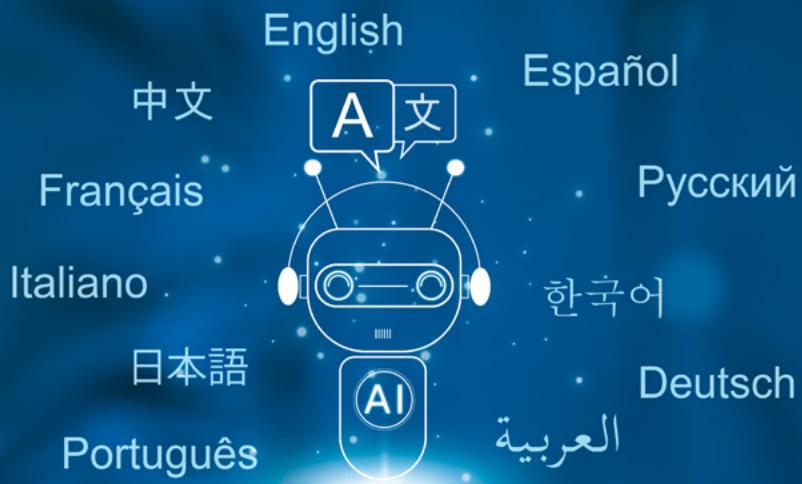
L'un des grands défis est la variation dialectale : un client peut saisir un terme en espagnol, mais selon son pays d'origine — Colombie, Mexique, Chili ou Porto Rico — le mot utilisé peut être totalement différent. Par exemple, «camiseta» est utilisé dans de nombreux pays hispanophones pour signifier «maillot / t-shirt», mais au Mexique on dira souvent «playera», et au Chili «polera». Walmart indique que sa plateforme comprend ces nuances et mappe les différentes variations vers une même entrée pour que l'utilisateur trouve ce qu'il cherche, quel que soit son lexique local.

De plus, l'algorithme ne se limite pas à une traduction littérale : il est capable de détecter le contexte implicite. Par exemple, lorsqu'un utilisateur recherche «yogourt liberté», il ne souhaite pas du «yogourt liberté» littéral, mais bien un produit de la marque Liberté. La plateforme déclenche un agent IA pour signaler les cas ambiguës, qui sont ensuite soumis à des linguistes afin de corriger ou retraduire l'intention.

## Une symbiose entre machines et experts

Le cœur du système repose sur une collaboration entre l'IA — à l'échelle, rapide, capable de traiter des volumes gigantesques — et les experts linguistiques et en localisation. Les linguistes interviennent lorsque la machine identifie des risques d'erreur ou des cas subtils. Ils retravaillent les traductions puis collaborent avec les équipes de science des données pour «apprendre» au modèle à éviter des erreurs similaires à l'avenir. Ainsi, l'IA «pense» de plus en plus comme un traducteur humain, au-delà d'une simple correspondance mot à mot.

Par ailleurs, la plateforme ne se contente pas des benchmarks standards de traduction : elle est enrichie par les données propres à l'e-commerce de Walmart. Un système générique pourrait confondre «ropa vieja» avec «vieux vêtements», alors qu'il s'agit d'un célèbre plat cubain. Ou traduire «kitchen island» par «lot» en français, ce qui serait déconnecté du contexte. Walmart mesure son succès au-delà de la simple exactitude linguistique : c'est la capacité des clients à trouver ce qu'ils cherchent qui prime.



## Gains d'efficacité, expansion et perspectives

Selon Walmart, la version actuelle de la WTP fonctionne à environ 1 % du coût de son ancien système de traduction, générant des économies supérieures à 20 millions de dollars par an.

L'entreprise ambitionne notamment d'étendre la plateforme pour couvrir les images, l'audio et la vidéo, afin de proposer une expérience encore plus immersive.

Parallèlement, dans le volet interne, Walmart développe aussi un outil de traduction en temps réel à destination de ses collaborateurs. Déployé aux États-Unis, il comprend 44 langues pour faciliter les échanges entre employés ou avec les clients, en texte ou en voix. Ce système est enrichi de terminologie propre à Walmart (par exemple la reconnaissance de sa marque « Great Value » dans les dialogues).

## Enjeux et leçons pour l'industrie

La démarche de Walmart illustre une tendance forte : l'IA, bien qu'ultra puissante, atteint ses limites si elle n'est pas guidée par une sensibilité humaine. Dans les secteurs de la vente en ligne et du commerce international, la traduction ne peut être traitée comme un simple code à exécuter : elle doit intégrer des dimensions culturelles, contextuelles et de marque.

L'exemple de Walmart montre que le véritable défi n'est pas seulement technique, mais organisationnel — coordonner ingénieurs, linguistes, informaticiens et responsables produits pour concevoir un système adaptable, évolutif et orienté utilisateur.

La plateforme de traduction de Walmart incarne une vision ambitieuse : faire tomber les barrières linguistiques, rendre l'expérience d'achat plus inclusive, et prouver que l'innovation technologique, quand elle est pensée avec empathie linguistique et culturelle, peut créer une valeur concrète dans un monde diversifié.



**DUCHESNE**

**CONTACTEZ VOTRE REPRÉSENTANT**  
**DUCHESNE.CA**



BIEN FAIT ICI  
WELL MADE HERE





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



# Le budget fédéral 2025 et notre programme d'accréditation

Le premier budget du gouvernement Carney, présenté par le ministre des Finances François-Philippe Champagne, mise clairement sur une relance par l'investissement, malgré un déficit en hausse. Pour bien comprendre sa portée, il faut se concentrer sur les secteurs qui touchent directement la vie de nos entreprises : le logement, les PME locales, le commerce de détail et la fabrication canadienne. Dans ces domaines, le budget 2025 trace une orientation : intervenir pour renforcer la capacité du pays à produire, à loger et à soutenir ses communautés économiques.

## Habitation : accélérer la construction, mais surtout repenser le logement social

L'accès à un logement abordable reste l'une des préoccupations les plus pressantes au pays. La crise n'est plus seulement une question de prix, mais de disponibilité : trop peu de logements, trop lentement construits, dans des milieux urbains qui étouffent.

Le budget fédéral 2025 répond à cette réalité par un investissement massif en infrastructures, notamment par la création d'un fonds national de 51 milliards sur 10 ans. Une partie de cette enveloppe ne vise pas directement la construction résidentielle, mais elle permet de financer les réseaux, les transports, la densification et les équipements collectifs qui rendent les nouveaux logements possibles.

Autrement dit : on investit dans ce qui entoure le logement, afin de réduire les obstacles municipaux (transport, eau, égouts, écoles, etc.) qui freinent la construction.

Mais qu'en est-il du logement social ?

Le budget Carney reconnaît le besoin d'augmenter l'offre, mais ne propose pas de programme massif spécifique pour le logement social à but non lucratif, qui constitue pourtant l'un des leviers les plus efficaces pour redonner de l'abordabilité réelle à long terme.

## Le secteur manufacturier : la « superdéduction » comme déclencheur d'investissement

L'autre annonce majeure du budget est la nouvelle superdéduction fiscale destinée au secteur manufacturier. Les entreprises qui construisent ou modernisent des bâtiments destinés à la production pourront amortir immédiatement et entièrement leur investissement.

Ce n'est pas une mesure symbolique : c'est un outil puissant, qui peut changer le moment où une PME décide d'agrandir son usine, de robotiser, de relocaliser une chaîne de fabrication ou de racheter son équipement vieillissant.

Pourquoi est-ce stratégique maintenant ?

Parce que le Canada souffre d'un déficit chronique de productivité : les entreprises fabriquent, mais pas toujours avec les technologies les plus efficaces. Moderniser, c'est :

- produire plus avec moins d'énergie;
- réduire la dépendance aux importations;
- raccourcir les chaînes d'approvisionnement;
- offrir des produits locaux à des prix plus compétitifs.

Ce dernier point touche directement l'achat local et le commerce de détail : plus les fabricants régionaux sont performants, plus les détaillants pourront offrir du local à un prix accessible, ce qui favorise la fidélité des consommateurs.

Cette mesure bénéficie particulièrement aux entreprises intermédiaires et familiales, qui constituent la majorité du secteur manufacturier québécois et canadien.

## PME et commerce de détail : adaptation et résilience

Le commerce de détail traverse une période délicate : coûts d'exploitation en hausse, concurrence du commerce électronique, pénurie de main-d'œuvre, loyers commerciaux élevés. Le budget fédéral ne propose pas de programme central dédié à ce secteur, mais plusieurs mesures auront des effets indirects significatifs.

Moins de travailleurs temporaires : des enjeux pour les PME.

La réduction annoncée des admissions de résidents temporaires à partir de 2026 vise à mieux planifier l'intégration des nouveaux arrivants.

Cependant, pour les commerces et PME qui dépendaient de ces travailleurs, cela risque de resserrer davantage le marché du travail.

Ce changement accentue :

- l'urgence d'améliorer l'attractivité des emplois (conditions, horaires, formation);
- la nécessité d'investir dans l'automatisation et les outils numériques;
- l'importance de fidéliser les employés existants.

Mais il y a un point positif majeur : les corridors commerciaux.

Le Fonds des corridors commerciaux (5 milliards sur 7 ans) vise à améliorer le transport des marchandises vers les marchés.

Pour les détaillants et distributeurs, cela signifie :

- moins de ruptures de stock;
- des délais plus courts;
- des coûts logistiques potentiellement réduits.

Dans un contexte où chaque semaine d'approvisionnement peut faire la différence sur les ventes saisonnières ou sur l'image d'un produit local, ce n'est pas anodin.

## Achat local : enfin une conjoncture favorable

L'un des effets les plus intéressants du budget est peut-être l'alignement stratégique qu'il crée, volontairement ou non, autour de l'économie locale.

Trois dynamiques convergent :	
Élément	Impact sur l'achat local
Superdéduction manufacturière	Plus de production locale, plus d'options canadiennes pour les détaillants.
Fonds d'infrastructure	Développement de milieux de vie où les commerces locaux deviennent des pôles d'attraction.
Diversification des corridors commerciaux	Meilleure circulation des produits régionaux vers les marchés urbains.

Pour les organisations qui promeuvent l'achat local et la fabrication certifiée canadienne, comme *Bien fait ici*, c'est le moment idéal pour intensifier la sensibilisation des consommateurs et des détaillants.

Il ne s'agit plus seulement de convaincre par principe, mais de démontrer :

- des retombées économiques concrètes;
- une compétitivité améliorée;
- un impact direct sur la résilience des communautés.

## Résumé : un budget qui prépare le terrain, mais qui exige des acteurs locaux qu'ils se mobilisent

Ce budget crée des leviers structurants :

- des outils financiers pour développer des milieux de vie denses et complets;
- des incitatifs puissants pour moderniser la production locale;
- des ajustements logistiques pour soutenir les chaînes d'approvisionnement.

Ce qui reste à faire relève désormais de l'action collective :

- aux municipalités de déposer des projets d'habitation sociale structurés, de saisir le financement;
- aux PME manufacturières d'investir tant que l'incitatif fiscal est favorable;
- aux centres de rénovation d'intégrer davantage de fournisseurs locaux;
- à « Bien fait ici » d'intensifier l'éducation, la promotion et l'accréditation.



# Quand la croissance bute sur l'enjeu crucial de la main-d'œuvre immigrante

Partout au Canada, les entreprises manufacturières poursuivent des projets de modernisation et d'expansion pour demeurer compétitives. Toutefois, la réussite de ces investissements repose sur un facteur souvent sous-estimé : la stabilité de la main-d'œuvre. Dans plusieurs secteurs, et particulièrement dans celui des produits du bâtiment, l'accès à des travailleurs qualifiés demeure un enjeu majeur. L'exemple récent de Lepage Millwork, à Rivière-du-Loup, illustre bien cette réalité.



L'entreprise, fondée en 1947, investit actuellement 25 M\$ dans l agrandissement et la modernisation de son usine. Le gouvernement du Québec contribue à ce projet à hauteur de 14 M\$, reconnaissant l'importance stratégique de cette entreprise dans l'industrie du bois d'ingénierie et sa contribution au dynamisme régional.

Cependant, pour que ces investissements se traduisent en gains de productivité et en croissance, l'entreprise doit pouvoir stabiliser sa main-d'œuvre, particulièrement ses travailleurs étrangers temporaires (TET), dont plusieurs occupent des postes clés à la production.

## Un besoin de continuité plutôt que de rotation

Lepage Millwork emploie aujourd'hui 520 personnes à Rivière-du-Loup, dont 115 travailleurs étrangers. Ces employés ont reçu des formations spécialisées, développé un savoir-faire adapté aux exigences artisanales de l'entreprise et se sont intégrés à la communauté régionale.

«La technologie n'a de sens que si elle permet à nos gens d'exprimer leur savoir-faire», rappelle le copropriétaire et directeur général, François-Xavier Bonneville. L'entreprise mise sur la transmission interne, l'apprentissage en atelier et les processus qualité continus.

Or, les nouvelles orientations fédérales resserrant l'accès et le renouvellement des permis de travail risquent de fragiliser cette stabilité. Selon M. Bonneville : «Si on ne leur donne pas la possibilité de rester, on freine les investissements, on perd notre savoir-faire et on affaiblit nos opérations. L'aide dont nous avons besoin est de conserver nos employés.»

L'enjeu ne porte donc pas uniquement sur l'attraction de main-d'œuvre, mais sur la rétention de travailleurs déjà intégrés.

## Une situation comparable ailleurs au pays : le cas d'All Weather Windows (Alberta)

À Edmonton, l'entreprise All Weather Windows, un important fabricant canadien de portes et fenêtres, fait face au même défi. L'entreprise dessert des détaillants en quincaillerie, des centres

de rénovation et des entrepreneurs en construction résidentielle dans tout l'Ouest canadien.

Face à la rareté de la main-d'œuvre dans le secteur de la construction et des produits du bâtiment, All Weather Windows a eu recours à des travailleurs étrangers temporaires pour soutenir ses opérations manufacturières. Ces employés ont reçu une formation spécialisée en assemblage, en finition et en contrôle qualité — des compétences qui s'acquièrent sur plusieurs mois.

Cependant, l'entreprise signale que les délais de traitement des demandes fédérales et l'absence de passerelles claires vers la résidence permanente rendent difficile la planification de la production et des investissements. Dans certains cas, des employés formés et intégrés doivent quitter le pays faute de renouvellement à temps, ce qui entraîne des pertes de productivité immédiates et nécessite la reprise complète du processus de formation.

Pour le secteur, l'enjeu est donc similaire à celui observé au Québec : des travailleurs qualifiés sont présents, mais leur permanence est incertaine.

## Même problématique chez Jeld-Wen

JELD-WEN, un important fabricant de portes et fenêtres présent au Canada, exploite une grande usine de production à Winnipeg, au Manitoba, où la rareté de main-d'œuvre dans le secteur manufacturier et la construction résidentielle est particulièrement marquée. Pour maintenir sa capacité de production et répondre à la demande des distributeurs en quincaillerie et centres de rénovation, l'entreprise a fait appel au Programme des travailleurs étrangers temporaires (TET).

Ces employés, souvent originaires d'Asie ou d'Amérique latine, occupent des postes liés à l'assemblage, à l'opération de machines de découpe et de finition, ainsi qu'au contrôle de la qualité des produits destinés aux marchés canadien et américain. Cependant, les délais de renouvellement de permis et l'absence de voie simplifiée vers la résidence permanente créent des incertitudes opérationnelles récurrentes. Lorsque des travailleurs formés quittent le pays faute de prolongation, l'entreprise doit recommencer la formation, ce qui entraîne des pertes d'efficacité et ralentit la production.

Ce cas met en lumière le même besoin que celui observé ailleurs : pas seulement attirer, mais retenir la main-d'œuvre déjà intégrée dans l'industrie des matériaux de construction.

## Un enjeu structurel pour l'industrie manufacturière canadienne

Manufacturiers & Exportateurs du Québec (MEQ) rappelait récemment que plus de 11 000 postes demeurent vacants dans l'industrie au Québec, malgré des efforts importants en automatisation, formation locale et amélioration des conditions de travail.

Cette situation est observée dans toutes les provinces où le secteur manufacturier des matériaux de construction occupe un rôle essentiel dans la chaîne d'approvisionnement de la rénovation résidentielle et de la construction neuve.

Comme l'explique Julie White, présidente-directrice générale de MEQ :

«Les manufacturiers ont besoin de prévisibilité et de cohérence. Si on limite à la fois l'immigration temporaire et permanente, on coupe nos chaînes de production à la source.»

## Vers une reconnaissance du rôle des travailleurs déjà en place

Plusieurs acteurs économiques proposent d'adapter les politiques pour favoriser la transition des TET vers la résidence permanente lorsque ceux-ci occupent des postes en demande, ont acquis des compétences techniques spécifiques et participent déjà à la vie économique et sociale locale.

Richard Darveau, président-directeur général du programme Bien fait ici, souligne que cet ajustement serait cohérent avec les besoins réels du terrain :

«Dans notre secteur, la question n'est pas tant l'arrivée de nouveaux travailleurs que la stabilisation de ceux qui contribuent déjà. Ces personnes ont développé des compétences précieuses. Il est logique qu'on leur permette de s'enraciner durablement là où elles travaillent et vivent.»

## Alignment nécessaire entre politiques et besoins des entreprises

La modernisation industrielle ne peut porter ses fruits sans une main-d'œuvre stable.

Les entreprises ne demandent pas une hausse rapide des niveaux d'immigration, mais une voie claire, prévisible et accessible permettant aux travailleurs déjà intégrés de poursuivre leur parcours au Canada.

L'enjeu se situe désormais dans la capacité du système fédéral à adapter ses mécanismes de résidence permanente aux besoins des régions et des secteurs stratégiques, afin que les investissements annoncés puissent réellement se concrétiser en croissance et en prospérité.

Solutions de peintures et revêtements sur mesure depuis 1960



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

[ucppaint.com](http://ucppaint.com)

# Santé mentale en entreprise : nouvelles obligations, nouvelles pratiques



Le secteur de la quincaillerie et de la fabrication de matériaux fait face à une réalité bien connue : rythme soutenu, main-d'œuvre difficile à recruter et à retenir, hausse des demandes des clients, pression sur les marges. Dans un tel contexte, la santé mentale n'est plus un sujet périphérique — elle devient centrale à la performance organisationnelle. La Loi 27, qui modifie notamment la Loi sur la santé et la sécurité du travail (LSST), vient renforcer cette responsabilité en intégrant explicitement les risques psychosociaux.

**L**a loi définit désormais les risques psychosociaux comme des éléments liés à l'organisation du travail susceptibles de nuire à l'intégrité psychologique. Pour le commerce de détail quincaillier ou l'usine à cadence rapide, cela se traduit souvent par : surcharge, horaires imprévisibles, conflits interpersonnels, manque de reconnaissance ou sentiment d'isolement. Les employeurs ont maintenant l'obligation d'identifier ces situations au même titre qu'une machine défectueuse. Cela implique une démarche structurée : observation des postes, analyse du climat de travail, discussion ouverte avec le personnel.

La détresse psychologique ne se manifeste pas toujours par un arrêt de travail. Elle peut prendre la forme d'irritabilité, de difficultés à se concentrer, d'augmentation des erreurs, d'absentéisme ponctuel, ou au contraire d'un présentisme silencieux où l'employé «est là, mais n'y est plus». Les gestionnaires, contremaîtres et superviseurs doivent être formés à reconnaître ces signaux faibles. Ils sont souvent les premiers témoins du changement.

## Mettre en place une politique interne claire

La Loi 27 n'impose pas de solution prédéterminée. Chaque entreprise peut choisir l'outil adapté à sa réalité. Cependant, certaines bonnes pratiques s'appliquent :

- Rédiger une politique de prévention des risques psychosociaux.
- Clarifier les rôles : à qui parler si un problème survient ?
- Définir les attentes et les limites du respect, notamment en lien avec la clientèle.

Une politique bien diffusée crée un climat où la discussion n'est ni honteuse, ni dangereuse.

Offrir des séances de yoga ou un programme d'aide aux employés est utile, mais insuffisant si l'organisation génère elle-même la détresse. La priorité est de réduire les irritants structurels : planification trop serrée, manque de formation, absence de procédures claires, surcharge administrative.

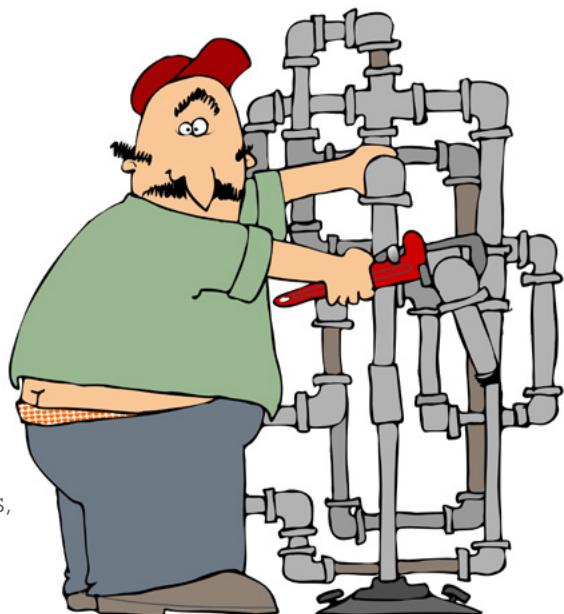
Souvent, un ajustement mineur — réviser les horaires, clarifier les priorités, redistribuer certaines responsabilités — améliore à lui seul le climat de travail.

Un employé stable, engagé et respecté adopte une attitude positive envers la clientèle, réduit les erreurs et soutient ses collègues. La prévention, au-delà d'être une obligation légale, devient un levier de performance.

En somme, la Loi 27 ne vient pas alourdir la gestion : elle réaffirme que l'humain est au cœur de l'entreprise. Dans un marché où l'expertise se fait rare et précieuse, préserver la santé mentale des équipes, c'est protéger sa capacité même d'opérer et de croître.

# Formations de vente-conseil en plomberie et en électricité, plus une nouvelle offre exclusive

En 2026, le Collège AQMAT annonce deux nouvelles formations et une offre de reconnaissance adaptée à la réalité de toutes les quincailleries, peu importe leur taille ou leur nombre d'employés.



**N**os trois certifications en vente-conseil — Pesticides, Matériaux et Peinture — demeurent les piliers de notre offre. Reconnues pour leur rigueur, leur pertinence terrain et leur format adapté aux réalités du commerce de détail, elles continueront d'être offertes en plusieurs cohortes, virtuelles ou présentielle, tout au long de l'année.

Ces perfectionnements permettent aux employés de mieux répondre aux besoins des clients, de respecter les normes en vigueur et de renforcer la crédibilité de leur établissement. Dans le cas des Pesticides, leur réussite est obligatoire pour vendre ces produits aux consommateurs.

## Deux nouveautés issues du terrain... et entérinées par notre CA

À la suite d'un sondage auprès de nos membres et d'une validation par le conseil d'administration, deux nouvelles certifications feront leur entrée en 2026 : vente-conseil en plomberie et en électricité.

Restez à l'affût pour connaître les dates et modalités.

Ces formations ne visent pas à former des plombiers ou des électriciens, mais à outiller les conseillers pour répondre aux questions spécifiques des consommateurs en magasin, tout en connaissant les limites légales et sécuritaires.

Savoir dire « non, ceci doit être fait par un professionnel » est aussi important que de bien orienter vers les bons produits. Les risques liés à une mauvaise recommandation sont trop grands, et nos membres le savent.

Nos cours seront à jour afin que les conseillers sachent exactement quels actes sont réservés aux plombiers ou électriciens et lesquels le public peut accomplir sans risques ni problèmes avec son assureur.

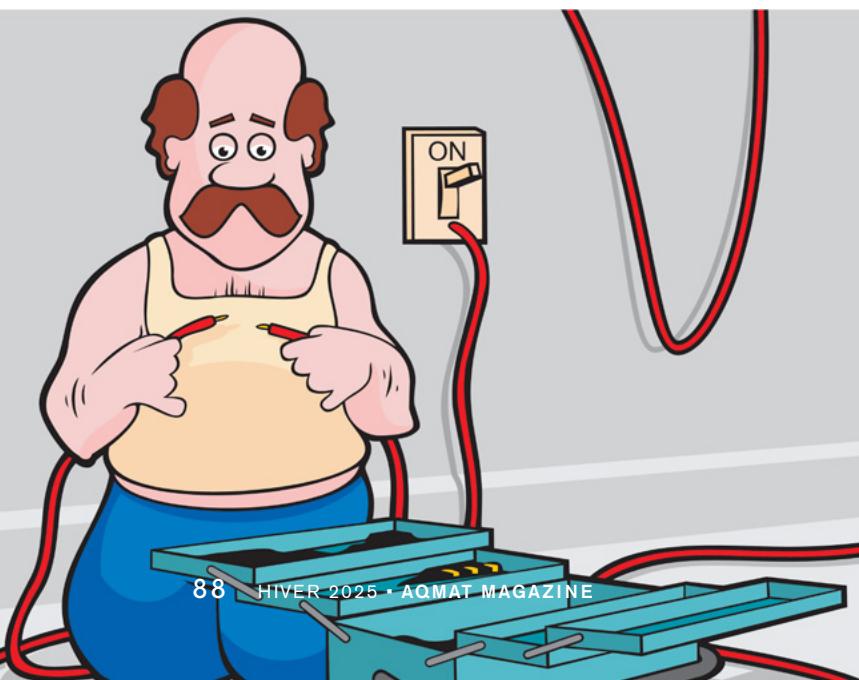
Ces deux certifications s'inscrivent dans notre Plan stratégique 2025-2027, qui stipule notamment ceci : un des neuf enjeux est que les ressources sont insuffisantes pour satisfaire des clients et des employés plus exigeants. L'un des moyens prescrits dans l'axe former est d'offrir de nouvelles formations pour diversifier les compétences, notamment en plomberie et en électricité.

## Lancement de l'offre PEV+ : une reconnaissance concrète

Parce que toutes les quincailleries n'ont pas la capacité de former un groupe de 10 participants en une seule cohorte, le Collège AQMAT lance le PEV+ : Programme Échelon Volume+. Ce programme reconnaît l'effort de formation cumulé sur l'année.

Inscriptions par année	Escompte
De 5 à 9 inscriptions	5 %
De 10 à 15 inscriptions	10 %
16 inscriptions et plus	15 %

La personne responsable des inscriptions recevra une mise à jour à la fin de l'année pour l'aviser du seuil atteint (5, 10 ou 16), et ce, peu importe la répartition des cohortes ou des certifications.



# DE MEILLEURS employés pour PARFAIRE vos ventes



Former vos employés au Collège AQMAT, c'est investir directement dans vos résultats : des ventes moyennes plus élevées, davantage de ventes à plein prix, moins de roulement de personnel et une satisfaction client qui monte en flèche.

**Serge Vézina**  
Conseiller principal, services aux marchands  
514 220-2283 • [svezina@aqmat.org](mailto:svezina@aqmat.org)



## Nominations

# Six membres montent en grade



**Andres Castro** est nommé président directeur général pour le Canada et supervisera toutes les fonctions canadiennes de l'entreprise. Arrivé en 2024 comme directeur de l'exploitation, il succède à Dave Hammond, qui prendra sa retraite en fin d'année. Il a déjà piloté des projets stratégiques, dont l'optimisation de l'usine montréalaise et la migration vers SAP.



**Bruno Chapados** deviendra président de Doman matériaux de construction à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2026. Actuel directeur pour l'Est du Canada, il amorce une transition avec Marc Séguin. Reconnaissant envers ses collègues, il souligne leur rôle clé dans le succès de l'entreprise et accepte ce nouveau défi avec fierté.



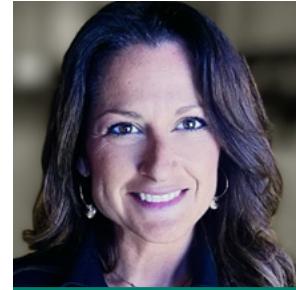
**Phil Temple** est promu vice-président, Solutions PGI. Fort de plus de 30 ans d'expérience, dont 18 chez TIMBER MART, il dirigera les initiatives visant à renforcer l'adoption du progiciel de gestion intégré par les membres. Sa connaissance du terrain et son leadership en font un pilier stratégique pour soutenir leur croissance.



**Devin Brady** est nommé vice-président, Ventes – comptes nationaux. Reconnu pour son sens stratégique et son approche collaborative, il pilotera la croissance des marques TandoStone et Beach House Shake. « Son expérience et son bilan auprès des installateurs nationaux et régionaux seront des atouts précieux », souligne Ralph Bruno, président-directeur général de Derby Building Products.

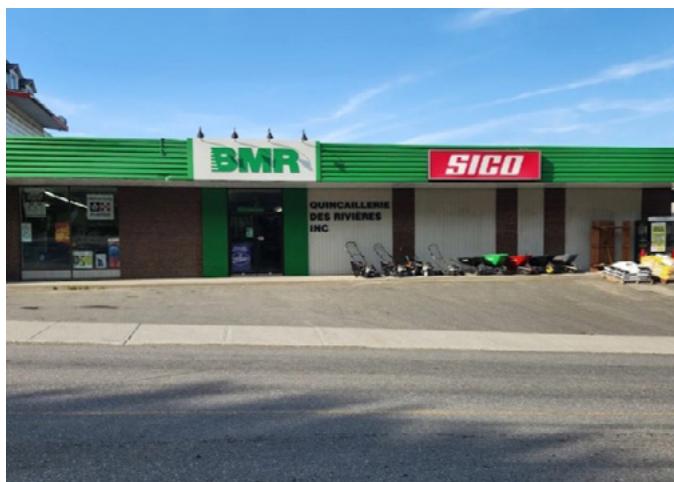


**Mélanie Belley** est nommée directrice du développement des affaires pour l'ouest du Québec. Forte de 25 ans d'expérience dans le secteur de la quincaillerie, elle succède à Robert Legault qui se retire progressivement d'ici le 31 décembre. Elle accompagnera les membres existants et développera le réseau Castle dans la région, avec passion, écoute et un sens affirmé du coaching.



Routière au long cours, **Cinthia Savoie** annonce son passage chez le manufacturier de portes et fenêtres Jeld-Wen en qualité de gestionnaire de territoire. Elle apporte entre autres son expérience de 12 ans chez Sears et presque cinq ans chez Beacon Roofing et BP matériaux de construction.

# Un marchand, une firme de services et deux fabricants deviennent membres



La Quincaillerie des Rivières de Waterville sous bannière BMR est située au cœur du village. Elle offre une gamme complète de produits de rénovation et de quincaillerie pour particuliers et entrepreneurs. Son propriétaire, Gabriel Dionne, a acquis le magasin il y a un an, succédant à la famille St-James qui l'a dirigé pendant plus de 40 ans.



Experts en sécurité et technologie avancée, l'entreprise de Terrebonne offre des solutions sur mesure en prévention des pertes, notamment par la vidéosurveillance par caméra, des systèmes d'alarme, de contrôle d'accès et d'intercoms ainsi que du câblage structuré.

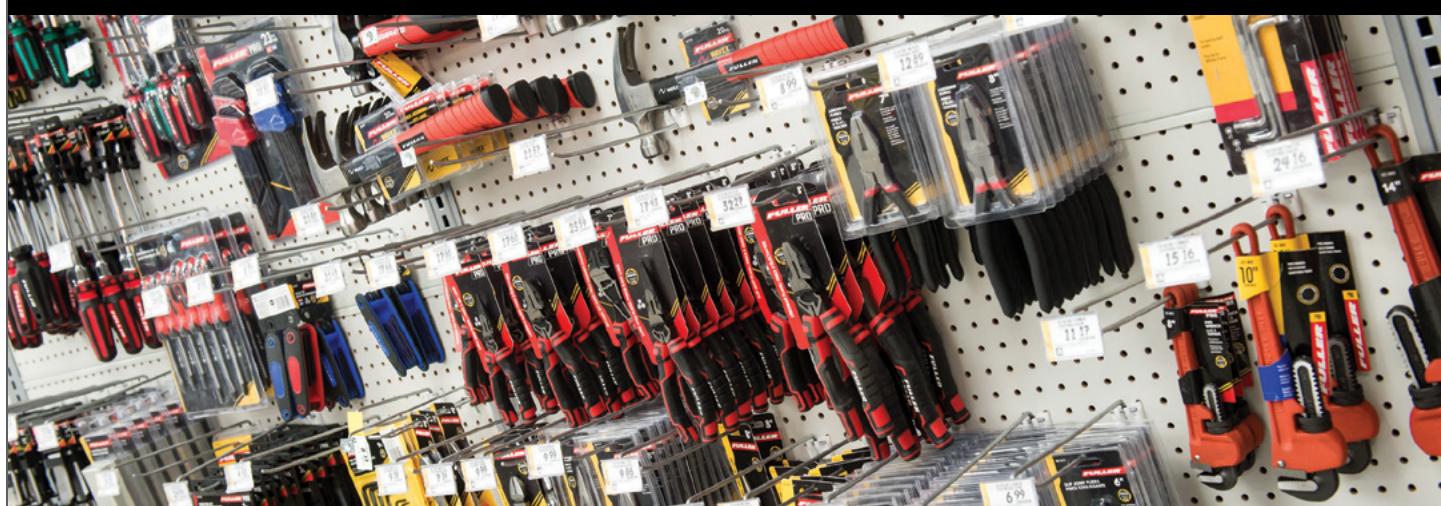


Avec plus de 45 ans d'expérience derrière elle, une nouvelle entreprise est née : Pin Excellence. Issue de l'acquisition d'Entreprises CGD et soutenue par un partenariat avec Kebois, elle entend offrir un approvisionnement stable et un service de qualité, fidèle à sa mission de mettre en valeur le pin blanc.



Depuis 1978, l'entreprise fondée à Surrey en C.-B. par la famille Houle offre des membranes pour les patios et les terrasses de toit qui sont fabriquées en Ontario et distribuées à partir d'un entrepôt à Beauceville.

## Des **solutions** d'étagages commerciaux **faites sur mesure**.



Partenaire des quincailliers québécois depuis plus de 45 ans.

[www.etalex.ca](http://www.etalex.ca) | 1 800 351-3125



*Bonne et heureuse  
année à tous !*

*En 2026, continuons  
à bâtir ensemble des  
partenariats solides et  
qui durent longtemps !*

*Meilleurs vœux  
de succès et  
de prospérité !*



2026

 **Techniseal®**  
ÇA DURE LONGTEMPS



Suivez-nous sur les médias sociaux !





**fiberon®**

**La beauté durable,  
même sous la neige**



**Joyeuses Fêtes de la part de  
toute l'équipe Fiberon !**



**Céline Séguin**

Directrice de Territoire - Québec  
Région d'Ottawa et Atlantique Canada  
514-627-2242  
[celine.seguin@fbin.com](mailto:celine.seguin@fbin.com)

Distribué par

**GOODFELLOW**



Division de Fortune Brands Innovations, Inc



Toute l'équipe de Groupe RBH vous souhaite une année remplie de succès, de santé et d'opportunités.

Que 2026 soit une année de croissance, d'innovation et de collaboration pour tous nos partenaires.

Merci de faire partie de notre réussite et au plaisir de bâtir ensemble un avenir toujours plus performant et durable.

Maxime Bédard  
Président

2026





**RDTs**  
MERCHANDISING • SALES  
VENTES • MARCHANDISAGE

Bonne année

2026

NOUS RÈMERCIIONS NOS CLIENTS  
ET VOUS SOUHAITONS UNE EXCELLENTE  
ANNÉE 2026 !

[WWW.RDTS.CA](http://WWW.RDTS.CA)

**À l'occasion de l'année qui débute, nous tenons à remercier tous les membres de l'AQMAT qui ont choisi de faire confiance aux Assurances Federated.**

**Nous sommes heureux d'être partenaire de votre association et souhaitons encore de nombreuses années de collaboration !**

*Nous vous souhaitons de démarrer 2026 avec une belle assurance !*



La sécurité de  
votre entreprise  
en tête

# **SOUHAITS DU TEMPS DES FÊTES**

**EN CE MERVEILLEUX TEMPS  
DE RÉJOUISSANCES, NOUS TENONS À  
VOUS REMERCIER POUR VOTRE SOUTIEN  
EN 2025 ET À VOUS OFFRIR NOS  
MEILLEURS VŒUX DE SANTÉ ET  
DE SUCCÈS POUR LA NOUVELLE ANNÉE.**

**RESTONS UNIS EN 2026.**



**Dural**

## Contenu exclusif aux membres

# Être un marchand propriétaire

# RONA



## Guy Allard et Danielle Brousseau

Marchands propriétaires, RONA Maurice Goupil  
depuis 1975

RONA incarne l'aspect local, bien ancré dans nos valeurs. Notre sentiment d'appartenance à la marque est très fort, depuis très longtemps; ça allait donc de soi qu'on s'affilie à RONA. Pour nous, c'est la meilleure quincaillerie au monde ! Pas étonnant qu'on ait tous le cœur bleu !



Découvrez  
les avantages  
RONA



✉ devenirRONA@rona.ca

RONA, fière partenaire  
du programme





**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