



NORD-AMÉRICAINS

CONQUÉRIR LES MARCHÉS

PLAN DE DÉVELOPPEMENT
DU SECTEUR DE LA QUINCAILLERIE
ET DES PRODUITS DE RÉNOVATION



**MOT DE LA MINISTRE DE L'ÉCONOMIE,
DE LA SCIENCE ET DE L'INNOVATION
ET MINISTRE RESPONSABLE
DE LA STRATÉGIE NUMÉRIQUE**

Nos entreprises, dont nos PME, sont les moteurs de notre économie. De nombreuses entreprises à succès ont grandi au Québec dans le secteur de la quincaillerie et des produits de rénovation.

Ce secteur est en mutation. Dans ce contexte, notre gouvernement est très fier de lancer le Plan de développement du secteur de la quincaillerie et des produits de rénovation : conquérir les marchés nord-américains, afin d'appuyer les entreprises québécoises désirant tirer avantage des opportunités multiples qui sont présentes dans ce domaine.

Ce plan prévoit de nombreuses actions pour aider les fournisseurs qui effectuent du design, de la recherche et du développement ou qui fabriquent leurs produits au Québec à croître et à conquérir les marchés nord-américains. Ces actions s'ajoutent aux importantes mesures mises en place par notre gouvernement pour bâtir un environnement d'affaires favorable à l'innovation et à l'investissement, afin que nos entreprises créent de la richesse et des emplois de qualité ici, au Québec.

La ministre de l'Économie,
de la Science et de l'Innovation
et ministre responsable
de la Stratégie numérique,

Dominique Anglade

PLAN DE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR DE LA QUINCAILLERIE ET DES PRODUITS DE RÉNOVATION : CONQUÉRIR LES MARCHÉS NORD-AMÉRICAINS

Le secteur et ses défis

Les ventes au détail des produits de quincaillerie, de rénovation et de jardinage ainsi que des matériaux de construction au Québec sont estimées à plus de 8 milliards de dollars par année. Parmi celles-ci, des ventes d'environ 6 milliards de dollars sont réalisées par les quincailleries et les centres de rénovationⁱ.

Au Québec, les détaillants de produits de quincaillerie, de rénovation et de jardinage ainsi que de matériaux de construction regroupent 1696 établissements, dont quelque 800 font partie de grandes chaînes. Le reste est composé de commerces indépendants de matériaux de construction, de produits d'aménagement, de rénovation résidentielle ou d'outils. Dans l'ensemble, ce secteur représente 7 % des établissements commerciaux au Québec et compte 28 900 employés, ce qui représente 9,7 % des emplois du commerce de détail au Québecⁱⁱ.

Les détaillants de produits de jardinage et plusieurs grandes chaînes généralistes dont Walmart, Costco et Loblaws offrent aussi des produits de quincaillerie, de rénovation et de jardinage ainsi que des matériaux de construction au Québec. Notamment, plus de 40 % des ventes de Canadian Tire au Québec correspondent à des produits de quincaillerie.

Les détaillants cherchent constamment à accroître les profits qu'ils tirent de chaque produit vendu et du volume des ventes. À cet égard, l'élément fondamental pour vendre aux chaînes de détail, tant américaines que canadiennes, est de faire preuve d'une excellente compréhension de leurs attentes :

- Les détaillants se voient de plus en plus comme des espaces au sein desquels le fournisseur commercialise lui-même ses produits.
- Ils s'attendent à ce que les fournisseurs déploient des efforts considérables en marketing pour mousser les ventes de leurs produits et attirer des clients.
- Ils veulent que l'approvisionnement des produits auprès du fournisseur soit très facile, selon le principe de la livraison juste-à-temps.

Certains fournisseurs québécois se démarquent à l'échelle nord-américaine, mais un grand nombre de petits fournisseurs font une production pour le marché local et n'ont pas la capacité de répondre aux exigences des grands réseaux de distribution. Le Québec accuse un retard dans la maîtrise des nouvelles technologies, l'automatisation des usines et la prise de commande en ligne, entre autres, ce qui mine sa compétitivité. Pour vendre aux grandes chaînes canadiennes et nord-américaines, les fournisseurs québécois devront investir dans les nouvelles technologies, l'automatisation des usines, la logistique, le développement de produits et la commercialisation.



LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Le Plan de développement du secteur de la quincaillerie et des produits de rénovation vise à outiller les fournisseurs qui effectuent du design, de la recherche et du développement ou qui fabriquent leurs produits au Québec, pour qu'ils croissent et surmontent les nombreux défis qui y sont présents.

Ce plan poursuit également l'objectif de permettre à ces fournisseurs québécois de profiter pleinement des nombreuses opportunités de développement du secteur de la quincaillerie et des produits de la rénovation. Ce secteur d'activité, qui est fort important dans l'économie québécoise, offre des possibilités de croissance tant dans le marché local que dans celui des grandes chaînes à l'échelle canadienne et nord-américaine.

Le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation appuiera ces fournisseurs québécois, afin qu'ils puissent croître et maintenir leur position concurrentielle en vue de devenir des leaders dans leur domaine. L'appui se traduira par des actions à très court terme, mais aussi à plus long terme, qui soutiendront la consolidation de l'industrie et la conquête de nouveaux marchés.

DES ACTIVITÉS DE CONCERTATION ET DE MOBILISATION

Forum du secteur de la quincaillerie et des produits de rénovation

Pour mobiliser les acteurs de ce secteur, deux actions seront déployées au cours de la prochaine année. Un forum sera organisé avec la collaboration de donneurs d'ordres et de fournisseurs pour mobiliser les acteurs du secteur, définir les besoins et saisir les opportunités de développement à l'échelle tant québécoise que canadienne et nord-américaine. Ce forum permettra notamment d'élaborer une formation sur les meilleures pratiques d'affaires (MPA) intitulée « Comment faire affaire avec une chaîne de quincaillerie au détail ».

Salon d'achat de la quincaillerie et des produits de rénovation

Découlant des travaux du Forum, un salon d'achat regroupant des détaillants québécois, canadiens et nord-américains sera organisé afin de favoriser des maillages avec les fournisseurs québécois.

Ce salon permettra aux fournisseurs de rencontrer des acheteurs stratégiques. Des ateliers et séminaires sur les MPA, les dynamiques et tendances des marchés et les critères de sélection des grands détaillants, ainsi que le témoignage d'entreprises à succès, y seront également présentés.

PRÉPARER LES ENTREPRISES AU DÉFI DE LA CROISSANCE

Le Ministère est prêt à accompagner les fournisseurs québécois qui aspirent à relever le défi de la croissance et de l'accès à de nouveaux marchés. Cet accompagnement sera modulé en fonction du degré de maîtrise des bonnes pratiques pour faire affaire avec les chaînes de détail dans le secteur de la quincaillerie et des produits de la rénovation. Il sera également adapté à la réalité des différents fournisseurs qui effectuent le design, la recherche et le développement ou qui fabriquent leurs produits au Québec, de l'entreprise qui approvisionne le marché québécois à l'entreprise exportatrice.

Le Ministère proposera à ces fournisseurs une offre de services progressive, visant à les sensibiliser aux opportunités de développement, à les



accompagner dans leur croissance et à appuyer financièrement la réalisation de leur projet. Parmi les activités proposées, notons des événements de sensibilisation afin d'améliorer le positionnement des fournisseurs auprès des chaînes de quincaillerie au détail, ainsi que des formations sur les MPA à l'intention d'entreprises qui commencent une relation avec les chaînes de détail ou qui désirent améliorer leurs façons de faire.

Le Ministère offrira également à ces fournisseurs l'Accompagnement-conseil stratégique^{MC} (ACS). Effectué par un conseiller en développement économique, l'ACS a pour objectif d'analyser les forces et faiblesses d'une entreprise (prédiagnostic) afin d'établir un plan d'intervention en collaboration avec un réseau de partenaires du Ministère ainsi qu'avec des partenaires externes. Par ailleurs, les entreprises en croissance pourront soumettre leur candidature pour participer à la stratégie **performe**, qui vise notamment à mettre en place une équipe pour accélérer la réalisation de leurs projets d'innovation ou d'exportation.

Accompagner les entreprises qui veulent prendre le virage de l'économie numérique

Les fournisseurs québécois doivent être prêts à saisir les occasions d'affaires et à tirer profit des avantages de l'économie numérique. C'est dans cette perspective que le gouvernement du Québec a lancé, en mai 2016, le Plan d'action en économie numérique.

La transformation numérique des entreprises implique des changements dans chacune des activités de leur chaîne de valeur, que ce soit la recherche et développement, la gestion des ressources humaines, les achats, la fabrication, le marketing ou les services à la clientèle. Elle exige que les entreprises s'approprient des outils et des techniques comme les progiciels de gestion intégrée afin, notamment, d'optimiser la gestion des données, la production et les relations avec leurs clients.

Dans le cas du passage à l'industrie 4.0, les entreprises sont appelées à acquérir ou à développer et utiliser des logiciels d'analyse pour optimiser leur production, leur chaîne logistique et leur gestion du transport, étant donné que l'ensemble de leurs systèmes sont interconnectés et que leurs données sont centralisées. Ce passage est incontournable pour assurer la compétitivité des entreprises manufacturières, notamment les fournisseurs du secteur de la quincaillerie et des produits de rénovation. Bref, les entreprises qui intègrent et s'approprient les technologies numériques et les données sont celles qui sont et seront en mesure de saisir les occasions d'affaires associées à la révolution numérique à l'échelle mondiale, voire d'assurer leur propre pérennité.

De fait, les technologies numériques et les données constituent les principaux leviers de différenciation, de compétitivité et de croissance des entreprises. Et tous les secteurs industriels sont concernés.

Pour mener à bien des projets de transformation numérique, dont des projets d'adoption du commerce électronique, le Plan d'action en économie numérique met en place quatre nouvelles mesures, qui ont ces objectifs :

- Instaurer une culture du numérique auprès des entreprises.
- Leur offrir des services d'accompagnement spécialisés.
- Intensifier la synchronisation entre fournisseurs, donneurs d'ordres et grands réseaux de distribution.
- Favoriser les investissements.



Un montant de 71 millions de dollars sur cinq ans est prévu pour le financement des mesures relevant de cet axe d'intervention du Plan d'action en économie numérique. Les fournisseurs québécois pourront être admissibles à ces mesures en lien avec le virage numérique.

Dans le même ordre d'idées, l'Association québécoise de la quincaillerie et des matériaux de construction (AQMAT) et le Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO) ont récemment conclu une entente afin d'accompagner les fournisseurs québécois dans le virage vers l'industrie 4.0. Cette entente facilitera l'accès des fournisseurs membres de l'AQMAT au programme PME 2.0, géré par le CEFRIO. Les fournisseurs participants auront accès à des ateliers de sensibilisation sur l'industrie 4.0 et à des diagnostics numériques, afin de développer un plan stratégique numérique.

Par ailleurs, certains grands détaillants pourraient être appelés à jouer un rôle de locomotive auprès de leurs fournisseurs. Une mesure d'aide pour ce type de projet est actuellement en développement dans le cadre du Plan d'action en économie numérique, et pourrait être utilisée par des entreprises du secteur.

Appuyer les entreprises québécoises dans leur croissance interne et externe

Pour conquérir de nouveaux marchés, les entreprises québécoises devront croître à l'interne en innovant, en se consolidant avec d'autres entreprises québécoises ou bien en multipliant des acquisitions dans le reste du Canada ou à l'étranger. Le Ministère et Investissement Québec (IQ) appuieront les entreprises dans cette phase de croissance.

Le Ministère et IQ disposent d'un vaste coffre d'outils pour répondre aux besoins multiples de ces entreprises. Que la croissance passe par l'exportation, l'innovation ou les acquisitions, les conseillers du Ministère et d'IQ pourront déterminer quelles mesures d'appui correspondent davantage aux besoins de chaque entreprise.

Soutenir les entreprises dans le développement de nouveaux marchés

L'accès aux vastes marchés canadiens et nord-américains est un vecteur de croissance pour les fournisseurs québécois. L'accès aux grands réseaux de distribution du secteur tant au Canada qu'aux États-Unis générera des retombées pour les entreprises d'ici. Pour favoriser cet accès, Export Québec organisera, au cours des années 2016-2017 et 2017-2018, un certain nombre d'activités visant à assurer la croissance des affaires des entreprises qui fournissent des produits et services aux grands détaillants canadiens et nord-américains.

Ainsi, un certain nombre de missions hors Québec seront organisées en collaboration avec les délégations du Québec aux États-Unis et le Bureau du Québec à Toronto, pour rencontrer des acheteurs des grands détaillants du secteur de la quincaillerie et des produits de la rénovation.

Des rencontres sont prévues dans la programmation annuelle d'Export Québec avec des acheteurs de Home Depot Canada et Canadian Tire à Toronto, ainsi qu'avec des acheteurs de BrockWhite et Menards dans le Midwest américain.

i Claudine HÉBERT, « Une industrie qui bouge en grand », Les Affaires, 22 juin 2013, p. 3; CONSEIL QUÉBÉCOIS DU COMMERCE DE DÉTAIL, Bilan 2014 et perspectives 2015, p. 23.

ii DÉTAIL QUÉBEC, Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail au Québec 2016-2019, données concernant la catégorie « Matériaux et fournitures de construction ».

