



**La vente au détail des
matériaux de construction
au Québec, l'état des lieux**

**Conférence
Association forestière
Abitibi-Témiscamingue**

16 février 2006

**Présenté par:
Donald O'Hara
Président-directeur général**

ADMACQ



**ASSOCIATION DES DÉTAILLANTS
DE MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION
DU QUÉBEC**

*L'incontournable partenaire
de votre industrie*



Sommaire

- ❖ **Un rapide retour sur 2003**
- ❖ **2004, l'année des records**
- ❖ **2005, une année de transition**
- ❖ **Ce qui nous attend en 2006**
- ❖ **Les facteurs d'influence**
- ❖ **Conclusion**



Sources d'information

- ❖ Les québécois et la rénovation
- ❖ Indice Rénovex-ADMACQ
- ❖ Données de la SCHL
- ❖ Observations sur le terrain



Un rapide retour sur 2003

- **RONA devient une compagnie publique**
- **Unimat voit le jour (Coop)**
- **S-H. acquiert la bannière Ace pour le Canada**
- **Sico acquiert Peinture PARA**
- **BMR inaugure ses nouveaux entrepôts**



Un rapide retour sur 2003

(suite)

- **La Coop Fédérée agrandit son centre de distribution**
- **BMR annonce une entente stratégique avec TimBr Mart et Award et fonde QMH (Matréco)**
- **RONA acquiert Réno-Dépôt**



2004, l'année des records

- **233 431 mises en chantier
(58 448 au Québec)**
- **460 703 ventes de logements existants
(69 617 au Québec)**
- **Prix moyen des logements existants
226 283\$ (170 647\$ au Québec)**



Et des surprises

- **S-H. rationalise ses bannières**
- **Rythme élevé du développement des bannières (RONA, BMR, S-H., C-Marquis, MàBP, H. Hardware)**
- **Lancement de l'indice Rénovex ADMACQ (septembre)**
- **CanWel acquiert S-H. (décembre)**



2005, une année de transition

- **Diminution des mises en chantier**
- **Taux d'intérêt en légère hausse**
- **Prix des logements en hausse**
- **Conditions toujours favorables**



2005, une année de transition

(suite)

- **La consolidation se poursuit au Canada (TOTEM et autres)**
- **Les indépendants en mode développement (Canac M., M.à B P, M. Laurentiens, Coupal, Marcil, P. Morin, Potvin & Bouchard, etc.)**



2005, une année de transition

(suite)

- **Produits forestiers Direct est fondée (PFD)**
- **L'entrepôt de quincaillerie BMR est détruit par le feu**
- **Rien ne va plus chez Matréco (TimBr Mart s'associe à HomeCare de l'ouest et Award (est) cesse d'exister)**



2005, une année de transition

(suite)

- **Lowe's annonce sa venue au Canada**
- **CanWel s'associe à TruServ**
- **BMR ouvre 2 nouveaux entrepôts et fait une percée dans les provinces Atlantiques (11)**

Ce qui nous attend en 2006

✓ Mises en chantier

<u>2005</u>	<u>2006</u>	
50 000	43 000	-14%

✓ Revente

<u>2005</u>	<u>2006</u>	
70 500	67 000	-5%



Ce qui nous attend en 2006

(suite)

✓ Prix moyen

2005

185 000 \$

2006

194 000 \$



Ce qui nous attend en 2006

(suite)

- ✓ **Les concurrents de l'extérieur**
- ✓ **La discipline**
- ✓ **Les changements inattendus (consolidation: Coupal)**



Les facteurs d'influence

L'âge du parc immobilier

- ✓ 98% de logements ont plus de 10 ans
- ✓ 72% plus de 20 ans

La clientèle

- ✓ Les baby boomers représentent 33% de la population



Les facteurs d'influence

(suite)

Les Québécois sont bricoleurs

- ✓ **79% des ménages disent bricoler ou rénover**
- ✓ **23% rénov. ext.**
- ✓ **31% rénov. Int.**
- ✓ **42% décoration intérieure**
- ✓ **15% rénoveront s. de bain**
- ✓ **11% rénoveront leur cuisine**



Les facteurs d'influence

(suite)

Les dépenses

- ✓ Les Québécois dépensent en moyenne 3610\$ / année en rénovation (4650\$ en DIY)
- ✓ 33% dépenseront moins
- ✓ 39% dépenseront autant
- ✓ 22% dépenseront plus




Les facteurs d'influence

(suite)

Moins de détaillants, plus d'espace de vente

- ✓ 1990: 1000 centres de rénovation + les quincailleries, 10M pi.ca.
- ✓ 2000: 738 centres, 9M pi. ca.
- ✓ 2004: 683 centres, 10,5M pi. ca.,
235 quinc., 1,1M pi. ca.



Les facteurs d'influence

(suite)

Grandes surfaces

1999

18%

2005

25%

2010

30%

42 milliards\$



Conclusion

Le taux de croissance observé pour la période de 2000 à 2005 est de 6,1%.

Et il est estimé à 5% de 2006 à 2010.

Conclusion

(suite)

- Être en mesure de mieux répondre aux attentes des clients (conseils)
- Se démarquer avec des produits et des services avant-gardistes
- Être à l'affût des opportunités

Merci



16 février 2006