



RAPPORT DE RECHERCHE 2016

ÉLECTRO·FÉDÉRATION

C A N A D A

VISION 20/20 :

Perspectives d'avenir pour les entrepreneurs en électricité du Canada



Préparé en partenariat avec :



KERRWIL
your market resource

1. Synthèse	3
2. Avant-propos par l'Association canadienne des entrepreneurs en électricité (ACEE)	4
3. Introduction : Quelle est votre vision 20/20?	4
4. Contexte et méthodologie	5
4.1 L'échantillonnage	5
5. Résultats détaillés et tendances	7
5.1 Les relations avec la clientèle	7
5.2 Le champ d'activité des entrepreneurs en électricité	9
5.3 Les progrès technologiques	10
5.4 La formation et le perfectionnement personnel	12
5.5 Les données démographiques et la dotation en personnel.....	13
5.6 Les répercussions sur la rentabilité des entreprises	14
5.7 Les prochaines étapes	15
6. Observations et considérations pour la chaîne de distribution de l'industrie électrique	16
6.1 La valeur des partenariats	16
6.2 Les pratiques de gestion et le soutien	17
6.3 Les prochaines étapes	19
7. Conclusion	20
8. Annexes	21
8.1 Annexe A : Groupes de discussion – Sociétés participantes	21
8.2 Annexe B : Résumé des conclusions tirées des groupes de discussion	21
8.3 Annexe C : Questions du sondage.....	22

MEMBRES DU COMITÉ DES ÉTUDES DE MARCHÉ DE L'EFC POUR L'ANNÉE 2016

PRÉSIDENT DU COMITÉ : Rob Nadler, Stanpro Lighting Systems Inc.
Cara Backman, Franklin Empire Inc.
Sean Bernard, Franklin Empire Inc.
Leslie Clarke, Paul Wolf Lighting & Electric Supply
Rob Farrell, Eaton
John Kerr, Kerrwil Publications Ltd.
Dave Klarer, National Cable Specialists

Brad Donovan, Graybar Canada
Jonathan Perlis, Stanpro Lighting Systems Inc.
Rick Pozniak, Westburne Electric Canada
Adam Silverman, Aimlite
Barbara Tracey, Leviton Manufacturing Ltd.
Dorothy Tully-Petersen, INCEPT Strategies

Pour de plus amples détails, veuillez contacter Swati Patel à spatel@electrofed.com.



ÉLECTRO-FÉDÉRATION
CANADA

1. SYNTHÈSE

Au cours de cette décennie, la plupart des secteurs industriels subiront plus de transformations que jamais auparavant. L'industrie électrique n'est pas à l'abri de cette réalité. De nombreux changements coïncident avec l'émergence de nouvelles technologies, l'évolution démographique vers une population plus âgée, les conditions économiques et les besoins changeants des clients. Tous les acteurs au sein de l'industrie électrique seront appelés à adapter leurs stratégies à ces nouvelles réalités.

Le dernier rapport de recherche de l'Électro-Fédération Canada analyse les grands défis que vivent nos entrepreneurs en électricité en raison de ces nouvelles tendances. Ce groupe représente le plus important segment au sein de notre clientèle. Ce rapport de recherche permet notamment de mieux comprendre les forces et les faiblesses qui caractérisent les entrepreneurs en électricité au Canada ainsi que les opportunités et les menaces auxquelles ils sont confrontés en raison de l'émergence de divers facteurs.

Les intérêts et les points de vue des entrepreneurs en électricité ont été recueillis au moyen de deux groupes de discussion et d'un sondage en ligne auprès d'un échantillon d'entrepreneurs en électricité au Canada.

Les principales conclusions tirées de cette recherche ont permis de définir le cadre général du présent rapport. Ces constatations sont les suivantes :

1. L'adoption de tendances préachat par les utilisateurs finals représente une nouvelle préoccupation pour les entrepreneurs. En effet, une proportion croissante d'entrepreneurs en électricité sont maintenant relégués à un rôle de fournisseurs de main-d'œuvre. Cette situation affaiblit ainsi la valeur générale de leur offre, résulte en une perte de contrôle sur les projets et en une réduction de leurs marges bénéficiaires. Par ailleurs, les questions de sécurité, garantie et responsabilité préoccupent de plus en plus les entrepreneurs. Cette tendance a aussi entraîné un sentiment de méfiance au sein de la chaîne de distribution,

ressenti principalement par les entrepreneurs envers les fabricants et les distributeurs qui vendent directement aux utilisateurs.

2. L'émergence de nouveaux produits et de nouvelles technologies crée de nouveaux besoins dans le marché et cette situation oblige les entrepreneurs en électricité à réévaluer leurs modèles d'affaires afin de s'adapter à ces nouvelles réalités. Plusieurs entrepreneurs doivent opter pour l'une des deux stratégies suivantes : *la diversification* pour offrir une gamme plus élargie de services ou *la spécialisation* dans le but d'offrir un créneau d'expertise.
3. Les entrepreneurs en électricité font face à une abondance de nouveaux produits, de nouvelles technologies et de nouveaux services technologiques. Ils comptent de plus en plus sur l'appui des fabricants et des distributeurs pour leur fournir en ligne des programmes de formation et de mises à jour sur les nouvelles tendances. Ces services éducatifs permettront aux entrepreneurs d'offrir un service sécuritaire et fiable ainsi qu'une expertise pertinente dans le but de combler les nouveaux besoins de leur clientèle.

Éléments de réflexion

Les conclusions contenues dans ce rapport auront une incidence majeure sur les entrepreneurs en électricité au cours des prochaines années. Le succès de ces entrepreneurs en électricité dépendra largement de l'appui qu'ils recevront de la part des fabricants et des distributeurs. Les entrepreneurs en électricité devront mettre en œuvre des moyens afin de contribuer à nouveau à la création de valeur ajoutée au sein de la chaîne de distribution. En fait, tous les acteurs de cette chaîne de distribution devront faire cause commune pour réparer ce qui est perçu comme l'apparition de partenariats fragmentés. Ensemble, nous devons examiner de près cette situation, trouver des façons de solidifier ces partenariats et recentrer nos efforts sur les forces de chacun des segments de la chaîne de distribution. Cette collaboration renforcée entre fabricants et distributeurs doit aussi inclure les utilisateurs finals afin de s'assurer qu'ils comprennent nos objectifs et intérêts communs.



2. AVANT-PROPOS

par l'Association canadienne des entrepreneurs en électricité (ACEE)

Aujourd'hui, il devient de plus en plus difficile pour les entrepreneurs en électricité de gagner de l'argent. Se tenir au courant des perpétuelles mises à jour des réglementations et des exigences en matière de santé et de sécurité peut représenter une tâche colossale, mais il faut y ajouter la pression exercée par les clients sur les coûts, la rapidité et l'efficacité dans l'exécution des travaux, tout en prévoyant et en s'adaptant aux changements dans les commandes. Nous devons à l'occasion travailler avec des cahiers de charge incomplets. Avec des marges bénéficiaires extrêmement faibles, il est difficile de s'imaginer pourquoi quelqu'un voudrait devenir entrepreneur en électricité. Et, sans oublier que vous ne serez que payé trois ou quatre mois après la fin des travaux!

Par ailleurs, de plus en plus, les utilisateurs finaux fournissent eux-mêmes les matériaux pour tenter de réduire les coûts, mais ils se trompent. En effet, très souvent, ils ne comprennent pas vraiment le choix des matériaux fait par l'entrepreneur ou l'impact sur le devis de l'entrepreneur.

Si nous approfondissons le débat, les entrepreneurs syndiqués n'ont pratiquement aucun contrôle sur leur main-d'œuvre ou sur

le coût de cette dernière. Le syndicat contrôle l'embauche des travailleurs et la formation des nouveaux apprentis tout comme le taux horaire dans les appels d'offres. Par opposition, les entrepreneurs non syndiqués exercent un meilleur contrôle sur leur modèle d'affaires car ils peuvent embaucher et licencier des employés à leur gré et ils ne sont pas contraints à respecter un taux horaire dans leurs soumissions.

L'Électro-Fédération Canada semble comprendre les enjeux auxquels sont confrontés quotidiennement nos entrepreneurs et a exprimé son intention de réaliser une véritable étude sur l'avenir de ce secteur. L'objectif est d'aider nos entrepreneurs à mieux maîtriser l'environnement économique en perpétuel changement dans lequel ils évoluent et à relever les défis auxquels ils doivent faire face régulièrement.

Jeff Koller, Directeur exécutif
Electrical Contractors Association of Ontario



3. INTRODUCTION : QUELLE EST VOTRE VISION 20/20?

L'industrie électrique canadienne se retrouve à la croisée des chemins. L'émergence de nouvelles technologies, les changements démographiques, l'instabilité économique et l'évolution des besoins de la clientèle ont fait naître de nouveaux défis et opportunités au sein de l'industrie.

Les innovations technologiques réalisées dans les domaines des produits et des services ont créé de nouvelles attentes de la part des clients et ont suscité le besoin pour une formation accrue. La génération du millénaire, qui constitue maintenant *la main-d'œuvre la plus importante au Canada*¹, conteste les codes traditionnels du monde du travail et les pratiques organisationnelles. Le ralentissement économique force les entreprises canadiennes à revoir leur modèle d'affaires. Tous ces facteurs se manifestent simultanément et remettent en question le mode de fonctionnement actuel des entreprises.

Pour faire face à ces changements, les sociétés doivent prévoir et explorer plusieurs facteurs importants. À quoi ressemblera leur modèle d'affaires d'ici 2020? Qui seront leurs principaux clients? Comment ajusteront-elles leurs stratégies pour satisfaire les nouveaux besoins de leurs employés et de leurs clients? Aujourd'hui, cette réflexion sur l'avenir s'avère cruciale pour les entreprises. En fait, vous devez en premier lieu élaborer la vision future de votre entreprise pour ensuite

vous devez en premier lieu élaborer la vision future de votre entreprise pour ensuite construire la voie pour y parvenir.



construire la voie pour y parvenir.

Ce tout récent rapport de l'Électro-Fédération Canada fait état de l'évolution de l'industrie électrique au Canada et analyse l'impact de ces changements sur les relations avec les entrepreneurs en électricité.

Cette étude porte essentiellement sur les entrepreneurs en électricité qui constituent un segment important de l'EFC. Les entrepreneurs en électricité représentent 40 % de la clientèle des distributeurs de gamme complète de produits électriques et leur chiffre d'affaires totalise environ 2,9 milliards de dollars². Au Canada, on dénombre plus de 24 000 entrepreneurs en électricité dont 11 106 sont de petites entreprises indépendantes³. Ces données confirment la taille du marché canadien des entrepreneurs en électricité et illustrent également la nécessité pour les membres fabricants et distributeurs de l'EFC de forger un partenariat solide avec cette clientèle stratégique. Ainsi, au cours de cette décennie marquée par des changements transformationnels, cette collaboration assurera la croissance et la résilience de toute la chaîne de distribution.

¹ GRAHAM, Scott F. "Millennials Are Now the Biggest Generation in the Canadian Workforce", Canadian Business, <http://www.canadianbusiness.com/innovation/the-millennial-majority-workforce/>, consulté le 27 mars 2016.

² ÉLECTRO-FÉDÉRATION CANADA, "Pathfinder : Benchmark Study & Industry Profile", septembre 2016, p. 28.

³ GOUVERNEMENT DU CANADA, *Entrepreneurs en travaux d'électricité et en installation de câblage* (SCIAN 23821): Définition, <https://www.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/establishments.html?code=23821&lang=eng#est2>, consulté le 4 avril 2016.

Contexte et Méthodologie

L'objectif de ce rapport de recherche est de porter à l'attention des membres fabricants et distributeurs de l'Électro-Fédération Canada (EFC) les enjeux que vivent dans cette période de changements profonds les entrepreneurs en électricité qui constituent le groupe le plus important de leur clientèle. Par ailleurs, ce rapport illustre comment les fabricants et les distributeurs peuvent contribuer au succès de leurs plus importants clients et au développement de l'industrie en général.

Afin d'avoir une vue d'ensemble sur le marché des entrepreneurs en électricité, l'EFC a collaboré avec plusieurs organismes :

- **l'Association canadienne des entrepreneurs électriciens (ACEE)**, une association à l'échelle nationale représentant les groupes provinciaux et territoriaux d'entrepreneurs en électricité;
- **Kerrwil Publications**, un important éditeur de données électroniques pour l'industrie électrique canadienne;
- plusieurs organismes provinciaux dont la **Ligue de l'électricité de l'Ontario**.

Par ailleurs, l'EFC s'est assuré le soutien d'un Comité des études de marché composé de représentants des sociétés membres. *Se référer à la page 2 pour une liste des membres du comité.*

Environics, leader en recherche commerciale, avait aussi été sélectionné pour coordonner les efforts des groupes de discussion.

Grâce à cette collaboration, l'EFC a organisé deux groupes de discussion, l'un avec des entrepreneurs syndiqués et l'autre avec des entrepreneurs non syndiqués. L'EFC a aussi effectué un sondage en ligne auprès des entrepreneurs en électricité au Canada. Les conclusions tirées de ces deux groupes de discussion et du sondage à l'échelle nationale constituent la base de ce rapport.

4.1 L'ÉCHANTILLONNAGE

Groupes de discussion

L'objectif de chacun des groupes de discussion était de recueillir des données qualitatives à partir de questions élaborées par le Comité des études de marché de l'EFC. Cette analyse qualitative a permis de connaître l'opinion des entrepreneurs en électricité faisant partie de chacun des groupes de discussion.

TABLEAU 1 : GROUPE D'ÂGE

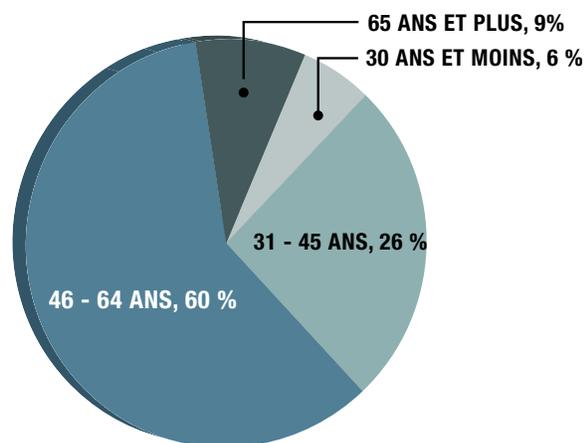
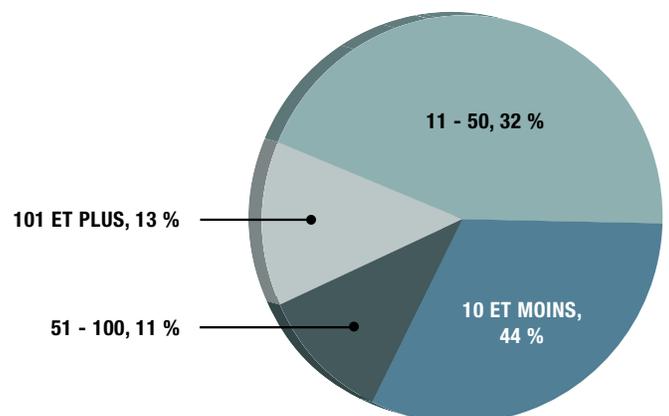


TABLEAU 2 :
NOMBRE D'EMPLOYÉS



CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE (SUITE)



Le premier groupe de discussion a tenu sa réunion en janvier 2016 sous la forme d'une téléconférence, d'une durée de deux heures, avec huit entrepreneurs en électricité de l'ACEE. Environics en était le modérateur et s'assurait de l'interprétation ainsi que de l'analyse des débats. Les participants à ce groupe de discussion étaient tous des cadres supérieurs auprès d'entrepreneurs syndiqués de partout au Canada. *Se référer à l'Annexe A pour une liste des sociétés participantes.*



ONTARIO ELECTRICAL LEAGUE

Le deuxième groupe de discussion a aussi eu lieu en janvier 2016 et a réuni le comité d'entrepreneurs de la Ligue de l'électricité de l'Ontario pendant une heure. Les seize participants étaient

tous des entrepreneurs de haut niveau de l'Ontario et la plupart d'entre eux étaient non syndiqués. *Se référer à l'Annexe A pour une liste des sociétés participantes.*

Sondage en ligne

Afin de mieux cerner les enjeux, une recherche quantitative a aussi été effectuée par le biais d'un sondage, à l'échelle nationale, auprès des entrepreneurs en électricité. Le sondage était disponible en ligne et dans les deux langues, en anglais et en français. Le sondage s'est déroulé pendant tout le mois de février 2016. Kerrwil, l'ACEE et plusieurs ligues régionales de l'industrie de l'électricité (la Ligue de l'Électricité de l'Ontario, la Ligue de l'Électricité de l'Alberta, l'Association électrique du Manitoba et l'Association électrique de la Colombie-Britannique) ont distribué le sondage aux participants en utilisant leurs bases de données respectives. Un total de 343 réponses au sondage ont été recueillies avec un taux de confiance de 95 % et une marge d'erreur de plus ou moins 5,25 % (nonobstant la partialité). *Se référer à l'Annexe C pour les questions du sondage.*

Profil des répondants au sondage

Ce sondage a permis d'établir le profil des répondants qui formaient un groupe diversifié dont les différences se situaient au niveau de la provenance géographique, des groupes d'âge et des secteurs d'activités. La majorité des répondants avaient entre 46 et 64 ans. 88 % d'entre eux étaient propriétaires de petites et moyennes entreprises (20 millions de dollars ou moins), avec 50 employés et moins, ou y occupaient des postes de direction.

En ce qui concerne la segmentation du marché, près de la moitié de tous les répondants ont affirmé que leurs activités étaient concentrées dans le secteur commercial, un sur quatre dans le secteur résidentiel et le dernier quart dans le secteur industriel.

La plupart des répondants étaient des entrepreneurs en électricité non syndiqués (67 %), ce qui est représentatif de l'ensemble de ce secteur d'activité au Canada.

TABLEAU 3 : TAILLE DE L'ENTREPRISE

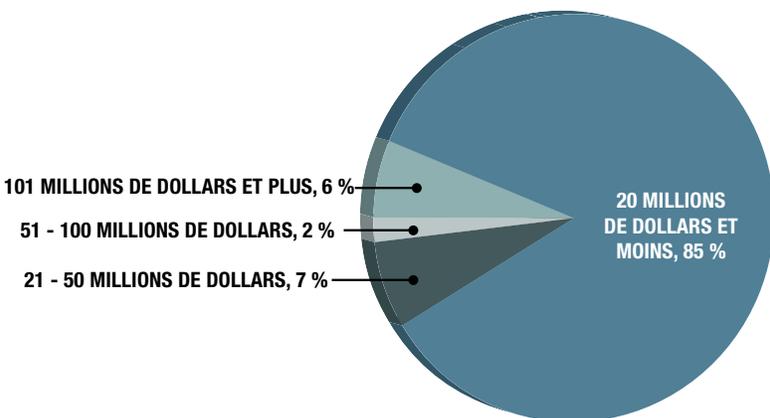


TABLEAU 4 : ENTREPRISE SYNDIQUÉE OU NON

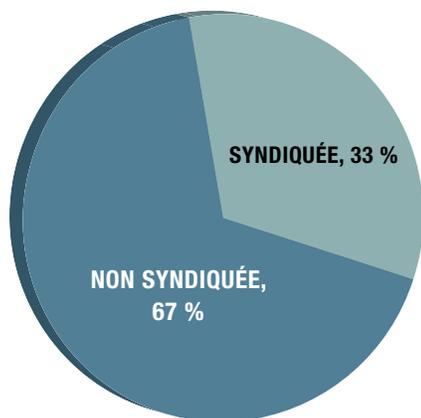


TABLEAU 5 : DANS QUELLE(S) RÉGION(S) VOTRE ENTREPRISE EXERCE-T-ELLE SES ACTIVITÉS?

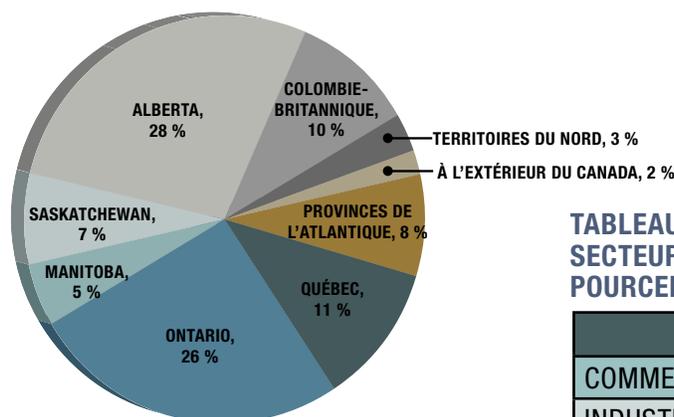


TABLEAU 6 : QUEL EST VOTRE SECTEUR D'ACTIVITÉ EN POURCENTAGE?

COMMERCIAL	43%
INDUSTRIEL	25%
RÉSIDENTIEL	24%
AUTRE	8%
TOTAL	100%

5.

Résultats détaillés et tendances



Au fil du temps, tout segment dans n'importe quelle industrie subit des changements qui nécessitent une réévaluation des forces et des valeurs essentielles. Dans l'industrie électrique canadienne, les entrepreneurs vivent de nombreux changements qui mettent en péril leurs compétences de base. Plusieurs de ces changements ne sont pas nouveaux. Par exemple, les exigences de la part des clients et des fournisseurs ont toujours représenté des défis majeurs pour les entrepreneurs. Mais, aujourd'hui, la complexité des nouvelles technologies, les compétences requises et les tendances en matière d'emploi constituent de nouveaux défis pour la chaîne de distribution.

Cette section du rapport souligne quelques-unes des tendances croissantes observées dans la chaîne de distribution de l'industrie électrique. Ces renseignements ont été recueillis auprès des entrepreneurs lors des groupes de discussion et par le biais du sondage. Ces tendances sont divisées en six catégories principales :

- Les relations avec la clientèle
- Le champ d'activité
- Les progrès technologiques
- La formation et le perfectionnement personnel
- Les données démographiques et la dotation en personnel
- Les répercussions sur la rentabilité des entreprises

Les tendances exposées ci-dessus représentent des opportunités pour les fabricants et les distributeurs. Ces derniers devraient en tenir compte lors de l'élaboration de leur plan stratégique.

5.1 LES RELATIONS AVEC LA CLIENTÈLE

Les tendances préachat

Les entrepreneurs en électricité font partie intégrante de la chaîne de distribution. Ce sont des acteurs importants, que ce soit pour s'approvisionner en matériaux, effectuer des installations ou exécuter des travaux d'entretien. Cependant, la tendance grandissante qu'ont les utilisateurs finals de préacheter leurs matériaux a un impact sur le rôle traditionnel du « fournir-acheter-installer » tenu par les entrepreneurs.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS ET TENDANCES (SUITE)

Les utilisateurs finals achètent de plus en plus leurs propres matériaux et le rôle des entrepreneurs se limite à accomplir les travaux. Telle était la principale préoccupation des participants

Cependant, la tendance grandissante qu'ont les utilisateurs finals de préacheter leurs matériaux a un impact sur le rôle traditionnel du « fournir-acheter-installer » tenu par les entrepreneurs.

au sein des deux groupes de discussion. Dans tous les cas, les entrepreneurs ont exprimé leurs inquiétudes quant aux risques importants encourus en matière de sécurité et à la perte de contrôle sur leurs projets associés à l'achat des matériaux par les utilisateurs finals, soit directement auprès des fournisseurs ou en ligne. Les participants aux groupes de discussion ont indiqué que cette tendance va affaiblir toute la chaîne de distribution, compromettre la sécurité et la rentabilité des entreprises et créer des tensions parmi les entrepreneurs.

Les entrepreneurs ne sont pas intéressés à assumer le rôle de « courtiers en main-d'œuvre » qui ne fait pas appel à leurs compétences de base. En fait, au cours d'un groupe de discussion, les entrepreneurs ont mentionné que près d'un tiers de leurs projets ne sont maintenant que des contrats de main-d'œuvre et plusieurs refusent ces projets.

« On ne connaît pas vraiment la provenance des matériaux achetés par l'utilisateur final. N'ayant aucun contrôle sur ces achats, nous sommes confrontés à des problèmes au niveau de la livraison, de l'installation et d'échéances serrées sur les projets », précise l'un des participants à un groupe de discussion.

Un autre participant ajoute : « Il en découle des questions de responsabilité et de garantie. En cas de mauvais fonctionnement d'un produit qui a été acheté à l'avance par un utilisateur final, qui en assumera la responsabilité? »

Transfert de risque

Au cours d'un projet, les entrepreneurs peuvent être appelés à installer des matériaux qui ne leur sont pas familiers et cette situation présente des risques. Lorsque les entrepreneurs sont responsables de l'achat des produits, ils en assument le risque. Cependant, dans le cas où les utilisateurs finals achètent eux-mêmes les matériaux directement des fournisseurs, les entrepreneurs font face à plusieurs risques. D'une part, les entrepreneurs doivent installer des matériaux qui ne sont pas homologués au Canada et cette situation devient de plus en plus courante avec les achats effectués en ligne et provenant de l'étranger. D'autre part, ils peuvent être appelés à installer

des produits qu'ils ne connaissent pas, c'est-à-dire des produits qui ne font pas partie normalement des devis techniques. Par ailleurs, les entrepreneurs sont exposés aux contraintes de temps. Les utilisateurs finals exigent de plus en plus que les travaux soient réalisés dans des délais serrés. Cependant, les entrepreneurs n'ont aucun contrôle sur la livraison des pièces achetées par l'utilisateur final et ils ne peuvent s'assurer que toutes les pièces ont été commandées. Par exemple, les panneaux solaires sont livrés sur le chantier mais les supports de fixation n'ont pas été commandés.

Garantie et responsabilité

Les facteurs de risque sont encore plus importants en matière d'entretien et de garantie. Lorsque les produits sont achetés par l'utilisateur final et le système ne fonctionne pas en raison d'un produit défectueux, à qui incombe la responsabilité? L'acheteur? L'entrepreneur? Le fournisseur? De nombreux utilisateurs finals imposent aux entrepreneurs l'obligation de respecter les garanties, de réparer ou de remplacer les produits défectueux.

Au cours d'un groupe de discussion, les entrepreneurs ont mentionné que près d'un tiers de leurs projets ne sont maintenant que des contrats de main-d'œuvre.

Sécurité

Les produits achetés ne sont pas toujours homologués par un organisme de normalisation canadien. Parfois, les produits ne respectent pas du tout les normes de sécurité. Il en est ainsi pour les produits achetés en ligne ou provenant de l'étranger. Cette absence d'homologation est particulièrement critique car la sécurité des consommateurs et la crédibilité des entrepreneurs en électricité sont affectées.

Par ailleurs, l'aspect sécurité des produits électriques contrefaits doit être pris en considération. Dans une étude effectuée par l'Electrical Safety Foundation International (ESFI), la majorité des participants, composés principalement de fabricants, de distributeurs, d'entrepreneurs et d'inspecteurs, ont exprimé leur vive inquiétude à l'égard des produits électriques contrefaits. Un tiers des répondants au sondage de l'ESFI ont indiqué avoir trouvé un produit électrique contrefait, mais, ce qui est encore plus inquiétant, ces mêmes répondants ont constaté, en moyenne, la présence de cinq produits contrefaits sur une période de douze mois⁴.

Cette tendance des utilisateurs finals à acheter eux-mêmes leurs propres produits inquiète de plus en plus les entrepreneurs. Leurs préoccupations se situent au niveau sécurité et responsabilité.

5.2 LE CHAMP D'ACTIVITÉ DES ENTREPRENEURS EN ÉLECTRICITÉ

Cette section évalue l'impact des changements au niveau du marché et des pressions exercées par les clients sur les entrepreneurs. Ces derniers se voient obligés de réévaluer leurs pratiques actuelles et de chercher un nouveau modèle d'affaires.

Dans le sondage, les entrepreneurs devaient classer les quatre principaux facteurs qui auraient le plus d'incidence sur leur entreprise au cours des cinq prochaines années. Les choix proposés comprenaient : « nouveaux produits », « nouvelles techniques d'achat », « évolution des besoins de la clientèle » et « enjeux pour le personnel de votre entreprise ». Près de 40 % des répondants au sondage pensent que l'évolution des besoins de la clientèle aura le plus de répercussions sur leur entreprise à l'avenir. Cette constatation semble avoir un lien avec les préoccupations exprimées par les entrepreneurs dans la section précédente découlant de la tendance des utilisateurs finals à acheter eux-mêmes leurs produits. Dans le cas des nouveaux produits et des enjeux pour le personnel, l'impact de ces éléments est imminent. L'analyse ci-après de tous ces facteurs démontrent l'obligation pour les entrepreneurs en électricité d'évoluer afin de rester concurrentiels.

Les stratégies de diversification et de spécialisation

Les entrepreneurs en électricité sont tous très conscients que l'évolution du marché aura des répercussions sur leur entreprise. En raison des progrès technologiques, des changements démographiques et de l'évolution des besoins de leur clientèle, un nombre croissant d'entrepreneurs ressentent le besoin de devoir adapter leur modèle d'entreprise à la réalité de l'heure. Durant les deux groupes de discussion, les participants ont partagé deux stratégies que beaucoup comptent mettre en oeuvre au cours des prochaines années afin de faire face à ces mutations. La première stratégie est la diversification pour offrir une gamme plus élargie de services et la deuxième est la spécialisation dans le but d'offrir à leurs clients l'expertise nécessaire pour combler leurs besoins particuliers. Ces deux stratégies sont complètement opposées.

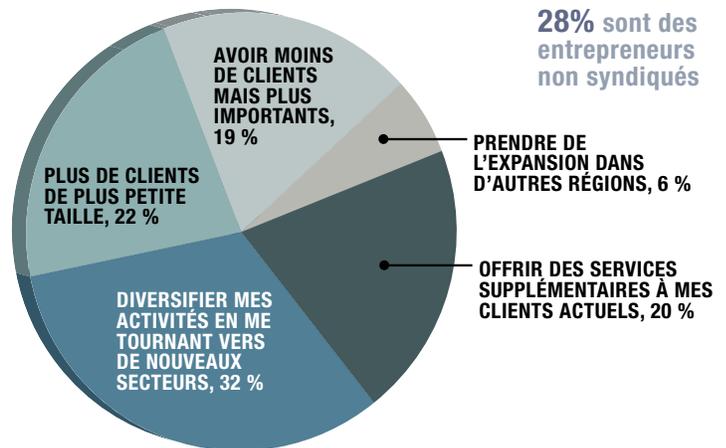
D'après les résultats du sondage, près d'un tiers des répondants (32 %) ont affirmé vouloir se diversifier au cours des cinq prochaines années dans le but d'élargir leur champ d'activités. En approfondissant la question, les résultats révèlent que les entrepreneurs syndiqués attachent plus de valeur à la diversification que les entrepreneurs non syndiqués. Ce sentiment a été partagé lors de discussions avec ces derniers. Par ailleurs, l'un des participants a ajouté que « dans un marché déprimé, la diversification pourrait s'avérer bénéfique pour acquérir de nouveaux clients. »

La plupart des entrepreneurs s'attendent à couvrir les mêmes territoires. D'un point de vue géographique, la diversification géographique semble être le choix le moins populaire. Seulement 6 % de tous les répondants ont affirmé vouloir agrandir leur territoire dans d'autres régions⁵.

La diversification et la spécialisation sont deux bonnes stratégies et elles offrent des avantages différents. La diversification, ou l'expansion, peut aider à se prémunir contre les fluctuations économiques tout en permettant d'agrandir son bassin de main-d'œuvre afin de permettre à différents corps de métiers d'accomplir

TABLEAU 7 : PERSPECTIVES D'AVENIR SUR UNE PÉRIODE DE CINQ ANS

Q Laquelle des affirmations suivantes représentera LE MIEUX votre entreprise dans cinq ans?



de ce nombre
38% sont des entrepreneurs syndiqués
28% sont des entrepreneurs non syndiqués

une tâche spécifique plutôt que de cantonner les rôles dans un cadre rigide. Par contraste, les entreprises spécialisées sont en mesure de rationaliser la gamme des services offerts, ce qui se traduit par une meilleure efficacité et par une expertise reconnue pour un produit ou dans un domaine de services donné. Les entrepreneurs, peu importe la taille de leur entreprise et syndiqués ou non, devront évaluer leurs forces et décider de la meilleure stratégie pour leurs fournisseurs, leurs clients et l'avenir de leur entreprise.

L'affichage des prix

Les entrepreneurs sont aussi confrontés au phénomène croissant de l'Internet qui remet en cause la nature même de leurs activités. L'affichage des prix des produits sur l'Internet inquiète les entrepreneurs. Ce n'est un secret pour personne que l'Internet a bouleversé les processus classiques d'achat. Alors que le commerce électronique offre de nombreux avantages et devient plus populaire parmi les clients des entrepreneurs en électricité⁶, l'affichage des prix en ligne préoccupe de plus en plus ces entrepreneurs. Les utilisateurs finals sont plus que jamais informés des prix des produits et plusieurs effectuent leurs propres comparaisons de prix en ligne avant de consulter un entrepreneur. Les entrepreneurs font face à une réduction de leurs marges bénéficiaires et leur expertise n'est pas reconnue.

Le processus d'appel d'offres

En général, les entrepreneurs sont d'avis que le processus d'appel d'offres prend moins de temps et devient plus fragmenté car les clients s'attendent à des délais de livraison plus courts. De nombreux entrepreneurs affirment ne plus pouvoir contrôler le processus d'appel d'offres. Cette perte de contrôle et la réduction de leurs marges bénéficiaires affectent leur compétitivité durant le processus d'appel d'offres.

La dynamique entre la perte de contrats qui sont alors attribués au plus bas soumissionnaire et l'importance des relations continue d'être compromise et prendra encore plus d'ampleur en raison de l'affichage des prix en ligne et de l'arrivée de nouveaux acteurs dans

⁵ La plupart des répondants au sondage provenaient principalement de l'Ontario (38 %) et de l'Alberta (40 %). Les répondants devaient préciser la région ou les régions où ils exerçaient leurs activités. L'option de choisir plus d'une région était aussi disponible.

⁶ Dans une étude sur le commerce électronique effectuée par l'EFC, près de trois sur quatre participants ont affirmé avoir acheté des produits électriques en ligne, et la moitié d'entre eux plus de 10 % de tous leurs achats annuels de produits électriques. Source : ÉLECTRO-FÉDÉRATION CANADA, "Click and Order: Examining Online Research & Purchasing Trends of Canadian Electrical Customers", mai 2014, p. 9.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS ET TENDANCES (SUITE)

l'industrie. Il s'avère essentiel de redonner une place importante aux relations et aux partenariats et cet élément sera approfondi plus tard dans ce rapport.

Les devis descriptifs

Au cours des dernières années, les devis descriptifs sont devenus un sujet épineux pour de nombreux entrepreneurs en électricité qui constatent de ne pas être impliqués dans la préparation des devis descriptifs. Ils estiment que le contrôle des projets leur échappe. Les participants aux groupes de discussion ont exprimé leurs inquiétudes envers cette tendance croissante qui a des répercussions non seulement sur le processus d'appel d'offres, mais aussi sur la qualité de leur travail. Ils ont ainsi affirmé : « Les propriétaires consacrent moins de temps aux plans. D'une part, nous recevons des plans qui ne sont pas complètement achevés, et, d'autre part, nous devons compléter les travaux dans des délais plus courts. »

Parfois, les entrepreneurs en construction doivent aussi effectuer des achats sur une base ponctuelle afin de satisfaire les contraintes de temps. L'un des participants à un groupe de discussion a ainsi précisé : « En définitive, notre responsabilité est de nous assurer que tout le nécessaire pour la réalisation du projet soit sur le chantier. S'il manque un connecteur, nous sommes responsables de le trouver. »

Alors que les entrepreneurs sont relégués à l'arrière-plan durant la préparation des devis descriptifs, plusieurs sont obligés de suivre une formation intensive afin de pouvoir installer des produits qui ne leur sont pas familiers. Cette situation peut avoir des conséquences sur les délais d'installation et le risque d'erreurs est plus grand.

Alors que la pression sur les prix augmente, les entrepreneurs et les utilisateurs finals qui préparent les devis descriptifs décident de choisir des produits de substitution pour réduire les coûts. L'un des participants aux groupes de discussion a ainsi expliqué : « En ce moment, en raison de la situation économique, de plus en plus d'utilisateurs recherchent et acceptent des produits de remplacement qui soient conformes aux exigences techniques. »

Cette tendance vers l'utilisation de produits de substitution nous oblige à nous interroger sur la loyauté des clients envers une marque et un fournisseur donnés. Le sondage a révélé que la fidélisation est le facteur qui a le moindre impact sur les décisions d'achat des entrepreneurs. Cette situation pourrait s'expliquer par l'utilisation croissante de produits de substitution afin de réduire les coûts des projets et par un lien plus faible entre les acteurs de la chaîne de distribution. Ce sujet sera approfondi plus loin dans le présent rapport.

5.3 LES PROGRÈS TECHNOLOGIQUES

Les entrepreneurs en électricité reconnaissent le besoin d'évoluer en fonction des nouveaux produits et services technologiques afin de rester concurrentiels. Toute nouvelle technologie requiert des investissements afin de former le personnel en place et embaucher des employés qualifiés.

Les nouvelles technologies

En raison de la convergence des technologies et de l'interconnectivité croissante des produits et des services, l'industrie électrique connaît actuellement une croissance rapide qui implique maintenant d'autres intervenants (par exemple, CVC, Datacom). Ce changement s'exerce à une vitesse jamais vue auparavant. La chaîne de distribution électrique

au complet, comprenant les utilisateurs finals, les entrepreneurs, les distributeurs et les fabricants, doit suivre le rythme de cette évolution.

Interrogés sur l'impact que pourront avoir les diverses tendances technologiques sur la croissance de leur entreprise, les entrepreneurs en électricité mentionnent que les technologies suivantes auront le plus d'impact :

87 % des répondants au sondage affirment que les nouvelles technologies d'éclairage (DELO, DEL, Li-Fi) auront un impact positif sur la croissance de leur entreprise au cours des prochaines années. Cependant, les entrepreneurs devraient comprendre qu'en offrant plus de services en technologies d'éclairage, les achats directs pourraient augmenter. En effet, les produits d'éclairage sont des produits de consommation de base et, souvent, les projets d'éclairage se soldent par une augmentation des achats directs.

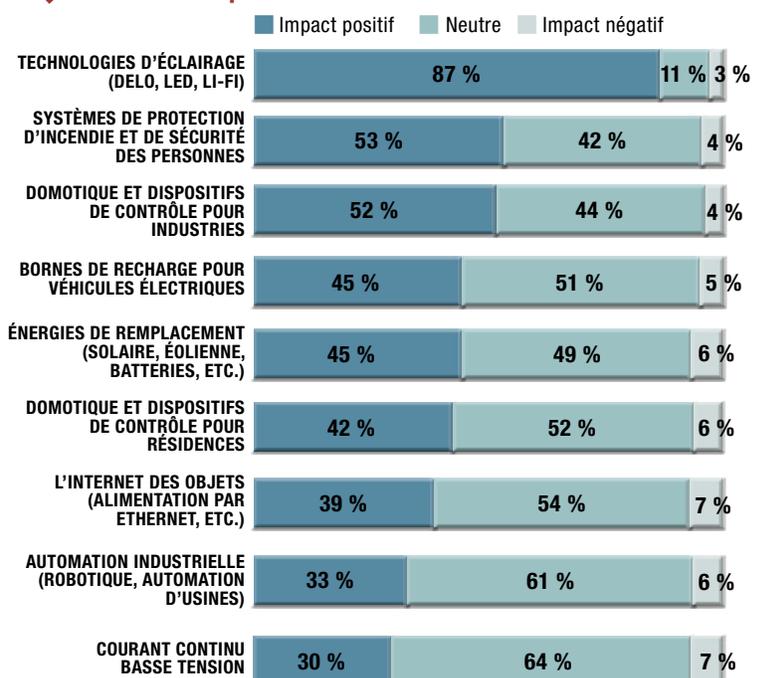
Les autres technologies qui devraient avoir une incidence positive comprennent les systèmes de protection d'incendie et de sécurité des personnes (53 %) ainsi que la domotique et les dispositifs de contrôle pour industries (52 %).

Les autres domaines dignes de mention sont associés aux bornes de recharge pour véhicules électriques et aux énergies de remplacement. Avec un taux de réponse de 45 %, ces deux technologies pourraient connaître une croissance soutenue au cours des cinq prochaines années.

L'efficacité énergétique et les énergies renouvelables ont été longuement discutées au cours d'une réunion avec un groupe de discussion. L'un des participants a ainsi précisé : « Actuellement, les trois quarts de nos projets utilisent les nouvelles technologies, et, par conséquent, les répercussions sur mon entreprise sont énormes. La plupart de nos projets touchent l'efficacité énergétique et, par conséquent, nous devons concevoir et bâtir des systèmes économiseurs d'énergie. Nous utilisons donc les nouvelles

TABLEAU 8 : LES IMPACTS DES NOUVELLES TECHNOLOGIES AU COURS DES CINQ PROCHAINES ANNÉES

Q Quel impact les domaines suivants auront-ils sur votre entreprise?



technologies ainsi que des appareils mécaniques et électriques. Il y a à peine cinq ans, c'était l'inverse. En effet, les nouvelles technologies ne comptaient que pour 25 % de notre chiffre d'affaires alors que les projets de routine représentaient 75 %.

Courant continu à basse tension

Dans ce débat, il faut aussi tenir compte de l'importance de l'alimentation en courant continu à basse tension qui a été très populaire l'année dernière. Alors qu'un peu moins de 30 % des répondants considèrent que cette technologie aura probablement une incidence positive, 64 % d'entre eux restent neutres sur le sujet. Les fabricants devraient donc saisir cette opportunité pour mieux informer les entrepreneurs de la tendance croissante pour des circuits d'alimentation en courant continu. En effet, le rôle des fournisseurs de services d'installations électriques à basse tension commence à s'estomper alors que les spécialistes des technologies de l'information et autres domaines non reliés à l'électricité commencent à prendre plus de place dans cet espace économique. « Les nouvelles technologies en matière de produits, par exemple les contrôles d'éclairage sans fil, forcent le personnel en place à se réinventer et à apprendre à s'adapter aux évolutions technologiques, mentionne l'un des participants à un groupe de discussion. Si nous ne le faisons pas, d'autres travailleurs qualifiés le feront à notre place. »

Plusieurs entrepreneurs ont déjà entrepris la mise en place de groupes TI et de travailleurs spécialisés au sein de leurs entreprises pour faire face à l'évolution rapide des technologies. « Dans cinq ans, le besoin de faire appel à un électricien n'existera peut-être plus. Leur rôle devra évoluer pour s'adapter à d'autres types de technologies et d'installations », précise l'un des participants à un groupe de discussion.

« L'alimentation par Ethernet aura une incidence majeure sur nos entreprises. Nos activités dans le secteur de la construction industrielle, commerciale et institutionnelle pourraient être réduites de 25 % à 30 %. Non seulement ce secteur utilise maintenant les produits d'éclairage alimentés par câble Ethernet, mais il dispose de dispositifs à débit d'air variable, de ventilateurs et d'autres produits divers utilisant les câbles d'un réseau Ethernet. Au fur et à mesure que cette technologie progressera, les projets seront réalisés par une main d'œuvre moins qualifiée, réduisant considérablement nos activités traditionnelles. Les syndicats doivent s'adapter qu'ils le veulent ou non. Avant tout, ils doivent reconnaître que le problème existe et trouver des solutions en créant une classification différente au sein du secteur syndiqué. Je ne m'attends pas au même phénomène dans le secteur manufacturier », affirme l'un des participants syndiqués à un groupe de discussion.

Qu'en est-il vraiment ?

Les entrepreneurs devraient tenir compte de ces différentes technologies lorsqu'ils élaborent leur stratégie de diversification ou de spécialisation. La diversification leur permettrait d'offrir une gamme de services technologiques alors que dans le cas d'une stratégie de spécialisation, les entrepreneurs se concentreraient sur un ou deux domaines spécialisés.

Curieusement, très peu de répondants pensent qu'aucune de ces nouvelles technologies n'aura une incidence négative sur leurs activités. Cette réponse démontre que les entrepreneurs sont prêts à élargir la gamme de leurs activités traditionnelles en y ajoutant de nouveaux services et à continuer les efforts de formation pour développer l'expertise requise dans le but de pouvoir offrir ces nouveaux services aux utilisateurs finals.

Les services technologiques

Les progrès technologiques créent davantage de solutions innovatrices. Il est donc important que les fabricants proposent une gamme plus variée de services afin de répondre aux besoins croissants des entrepreneurs. Les entrepreneurs en électricité ont été interrogés sur l'importance de plusieurs services offerts par les fournisseurs au cours des prochaines années et les services technologiques étaient classés en tête.

Le tableau ci-dessous illustre les principaux services que les répondants au sondage considèrent les plus critiques pour leurs entreprises au cours des prochaines années.

Parmi les services fournis par les fournisseurs, 80 % des répondants jugent que « l'accès en ligne aux spécifications techniques des produits » est très important ou extrêmement important. Cette réponse démontre que les entrepreneurs sont de plus en plus intéressés à effectuer des recherches de produits en ligne et, dans ce but, ils demandent aux fournisseurs de mettre en place une plateforme de recherche. Les autres types de services classés prioritaires sont : « les options de livraison flexibles » et « l'accès à un réseau d'experts », élément qui s'avère de plus en plus critique en raison de la complexité des nouveaux produits et technologies.

Au cours des groupes de discussion, les entrepreneurs ont exprimé leurs inquiétudes en raison de l'écart de plus en plus important entre les services offerts aux entrepreneurs au Canada par rapport aux États-Unis. Plusieurs pensent que le marché canadien accuse un retard par rapport au marché américain. Quelques participants ont cité l'exemple de distributeurs américains qui fournissent aux entrepreneurs en électricité un accès direct à leur plateforme achats et stocks leur

TABLEAU 9 : L'IMPORTANCE DES SERVICES PROPOSÉS PAR LES FOURNISSEURS AU COURS DES CINQ PROCHAINES ANNÉES

Q Au cours des cinq prochaines années, quelle importance accorderez-vous aux services ci-dessous proposés par vos fournisseurs?

PARMI LES SERVICES SUIVANTS, % DE CEUX CLASSÉS TRÈS IMPORTANTS OU EXTRÊMEMENT IMPORTANTS :



RÉSULTATS DÉTAILLÉS ET TENDANCES (SUITE)

permettant ainsi de vérifier la disponibilité des produits, les délais de livraison et plusieurs autres options. Grâce à cet accès direct, les entrepreneurs n'ont plus besoin de communiquer avec les distributeurs dont le rôle est de fournir les renseignements sur les produits obtenus des fabricants.

Par ailleurs, les participants au sondage sont préoccupés par la bureaucratie et les rivalités sans importance entre les fabricants et les distributeurs canadiens. Cette situation ne permet pas aux entrepreneurs d'avoir un accès en ligne aux niveaux de stock des distributeurs. Seulement un petit groupe de distributeurs canadiens offrent cet accès en direct qui s'avère critique pour les entrepreneurs en raison des délais de livraison de plus en plus serrés.

Ce sondage et les groupes de discussion ont permis d'identifier un point commun. Les entrepreneurs ont un besoin de plus en plus pressant d'avoir un accès en ligne à une vaste gamme de services en direct dont les spécifications techniques des produits, les niveaux de stock des produits, les délais de livraison et le soutien technique.

5.4 LA FORMATION ET LE PERFECTIONNEMENT PERSONNEL

Cette section du rapport traite des besoins en formation et perfectionnement personnel. Ces exigences s'avèrent de plus en plus cruciales en raison des nouvelles technologies et des nouveaux services technologiques.

« Toutes ces nouvelles technologies nous obligent à investir dans la formation de notre personnel », précise l'un des participants à un groupe de discussion. « Que nous le voulions ou non, les technologies continueront d'évoluer. Nous devons donc former nos employés afin de renforcer leurs compétences et leur savoir-faire technique. »

Le tableau 10 illustre bien l'importance que les entrepreneurs accordent à la formation du personnel. En effet, comme décrit précédemment dans le tableau 8, 86 % des répondants affirment vouloir former leurs employés afin d'être en mesure de saisir ces nouvelles opportunités. En raison de l'arrivée de nouveaux produits et technologies dans l'industrie électrique, la majorité des répondants (86 %) ont exprimé leur intention de former le personnel en place au lieu d'embaucher de nouveaux employés possédant des compétences et une expérience pertinentes. Seulement 23 % ont indiqué vouloir confier ces nouveaux services à des partenaires externes.

TABLEAU 10 : COMMENT LES ENTREPRENEURS METTRONT-ILS EN ŒUVRE CES NOUVELLES INITIATIVES?



La dotation en personnel

L'embauche de nouveaux employés qualifiés est le deuxième choix formulé par 41 % des répondants. En raison de la vague imminente de départs à la retraite et de l'arrivée massive de nouvelles technologies, la formation du personnel en place ne sera pas suffisante. Les entrepreneurs devront embaucher des travailleurs qualifiés afin de pouvoir répondre à l'évolution des besoins. À ce propos, nous observons des signes prometteurs. En effet, de nouvelles mesures ont déjà été mises en place par des organismes associés à l'industrie électrique afin de préparer la prochaine génération d'électriciens dès l'irruption de ces nouvelles technologies. Par exemple, le National Electrical Trade Council (NETCO) a lancé un programme de formation axé sur l'apprentissage mixte, permettant aux apprentis de maîtriser ces technologies de pointe en matière d'éclairage, d'automatisation et d'autres secteurs en plein essor.

Par ailleurs, ces résultats démontrent que les entrepreneurs sont moins enclins à sous-traiter des services aux fournisseurs. Seulement 15 % pensent faire des acquisitions pour mettre en œuvre les nouveaux produits et technologies. En approfondissant la question, les données montrent que les entrepreneurs syndiqués semblent plus disposés à faire des acquisitions (21 %) par rapport à leurs confrères non syndiqués (11 %).

Soutien accordé par les fournisseurs

Les entrepreneurs ont aussi manifesté le besoin de pouvoir compter sur le soutien des fournisseurs en matière de formation et de programmes de certification. Ce soutien permettra aux entrepreneurs de pouvoir effectuer des installations au lieu d'être mis à l'écart et tenus responsables de la qualité des travaux.

L'un des participants à un groupe de discussion affirme : « Les fabricants peuvent intensifier leurs programmes de formation à notre égard afin de nous permettre de maîtriser et mettre en œuvre ces nouvelles technologies. À long terme, les fabricants en retireront aussi des bénéfices. En effet, lorsque les utilisateurs exigent l'installation de nouvelles technologies, ils veulent s'assurer qu'ils peuvent engager des entrepreneurs qualifiés. »

À la question sur les méthodes préférées pour obtenir des mises à jour sur les nouveaux produits et les nouvelles technologies, les trois premiers choix des entrepreneurs étaient les sites Web, les entretiens en personne et les communications par courriel (comprenant aussi les blogues et les fichiers balados).

TABLEAU 11 : MÉTHODES PRÉFÉRÉES POUR OBTENIR L'INFORMATION

Q Veuillez indiquer vos sources d'information préférées en matière de produits, de technologies et de réglementations? (Veuillez choisir les 3 PRINCIPALES méthodes)



5.5 LES DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES ET LA DOTATION EN PERSONNEL

Cette section du rapport traite de l'incidence des changements démographiques sur notre industrie. Il est généralement reconnu que la technologie et l'accès en ligne permettent aux utilisateurs finals d'être mieux informés que jamais auparavant. Cette tendance s'affirmera encore davantage avec la prochaine génération d'utilisateurs qui est née à l'ère du numérique et qui exige un accès en ligne 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Ce niveau élevé de connaissances s'applique également aux autres acteurs de la chaîne logistique. En effet, les entrepreneurs, les distributeurs et les fabricants embauchent aussi du personnel plus jeune qui utilise la technologie, comme jamais auparavant, pour accéder à l'information.

Composition démographique

Actuellement, plusieurs entrepreneurs ont deux groupes d'employés et de clients à gérer : la génération du Millénaire et le groupe traditionnel. Les répondants au sondage constatent que le nombre de milléniaux augmente de plus en plus. Plus de la moitié des répondants pensent qu'à l'avenir le segment des milléniaux aura une incidence significative sur la gestion de la relation client. Par conséquent, les relations futures devront inclure des pratiques

TABLEAU 12 : LES IMPACTS DÉMOGRAPHIQUES SUR LES RELATIONS CLIENTS

Q Au cours des cinq prochaines années, lequel des changements démographiques suivants affectera le plus les relations avec votre clientèle? (1 = la plus forte incidence, 4 = la moindre incidence)

	CLASSÉS 1 ^{ER} ET 2 ^E
CLIENTS TRADITIONNELS INCAPABLES DE S'ADAPTER AUX CHANGEMENTS	59 %
CLIENTS DE LA GÉNÉRATION DU MILLENAIRE (MOINS DE 35 ANS)	57 %
LANGUES/DIVERSITÉ CULTURELLE	27 %
PARTICIPATION DES FEMMES AU MARCHÉ DU TRAVAIL	23 %

et des mesures qui tiennent compte des besoins et des exigences de cette clientèle plus jeune (technologie mobile, services numériques, médias sociaux et autres stratégies marketing).

Bien que les pratiques commerciales devront évoluer pour satisfaire les besoins de la prochaine génération d'utilisateurs, il incombe tout de même aux entrepreneurs de s'assurer que les besoins des clients traditionnels soient aussi satisfaits en disposant de suffisamment de ressources et de pratiques. Il n'est donc pas surprenant que la majorité des répondants mentionnent que « les défis associés aux clients traditionnels qui ne s'adaptent pas aux changements » et « les milléniaux » sont les deux facteurs ayant les impacts les plus importants sur les relations avec leur clientèle. Au cours des cinq prochaines années, cette différence entre les deux types de clients continuera de s'accroître.

Besoins en personnel et pratiques organisationnelles

Alors que les entrepreneurs utilisent de nouveaux moyens pour interagir avec leurs clients, il est normal de croire que la gestion du personnel devra aussi subir des changements. Les participants aux groupes de discussion accordent beaucoup d'importance à l'embauche et à la rétention d'employés qualifiés qui comprendront les besoins de la prochaine génération. Mais, certains obstacles existent.

L'un des participants à un groupe de discussion mentionne : « Notre accès à la main-d'œuvre est essentiellement régie par le bureau de placement syndical. Nous pouvons recruter quelques apprentis par le biais de parrainages, mais la majorité de nos apprentis et toute notre main-d'œuvre est engagée par le bureau d'embauchage syndical. Par conséquent, nous n'avons pas nécessairement le plein contrôle sur nos effectifs de travail ni n'avons un plein contrôle sur les personnes que le syndicat fait entrer au syndicat. »

Quant aux entrepreneurs non syndiqués, ce sont des entités indépendantes et, par conséquent, ils peuvent trouver leurs employés eux-mêmes et mettre en place leurs propres pratiques d'embauche. Cette disparité entre entrepreneurs syndiqués et non syndiqués pourrait s'intensifier.

De plus, les participants aux deux groupes de discussion ont noté quelques disparités régionales au niveau de l'embauche de travailleurs plus jeunes.

L'un des participants déclare : « Le gouvernement de la Colombie-Britannique met vraiment l'accent sur les métiers techniques et professionnels ainsi que sur la formation. Nous embauchons des jeunes travailleurs qui sont intéressés au métier d'électricien. Mais, dans cinq ans, je devrai remplacer plusieurs employés compétents qui prendront leur retraite. Je n'en suis pas encore là, mais je dois planifier cette relève. »

Un autre participant mentionne : « Je pense que l'Alberta vit actuellement une anomalie. Il y a un an, nous manquions de travailleurs et nous recrutions des employés de partout au Canada qui venaient en Alberta pour travailler. Aujourd'hui, en raison de mauvaises conditions économiques, ces mêmes personnes quittent l'Alberta et regagnent leur province. Il sera probablement difficile d'attirer à nouveau ces personnes, et tout dépendra du prix du pétrole. Il sera intéressant de suivre l'évolution de cette situation au cours des cinq prochaines années. »

Les résultats du sondage sont moins prometteurs. Alors que 41 % des répondants reconnaissent le besoin de recruter du personnel qualifié (se référer au tableau 10), un pourcentage alarmant de participants (68 %) n'envisagent pas de faire des changements dans leurs pratiques de recrutement au cours des prochaines années!

Alors que ces résultats démontrent quelque peu le désir des entrepreneurs de former le personnel en place (comme le démontre le tableau 10), leur manque de volonté d'adapter les politiques d'embauche pourrait avoir pour conséquence de ne pas être en mesure de satisfaire les besoins des clients. Il en résulterait des pertes de communication entre les utilisateurs finals et les entrepreneurs.

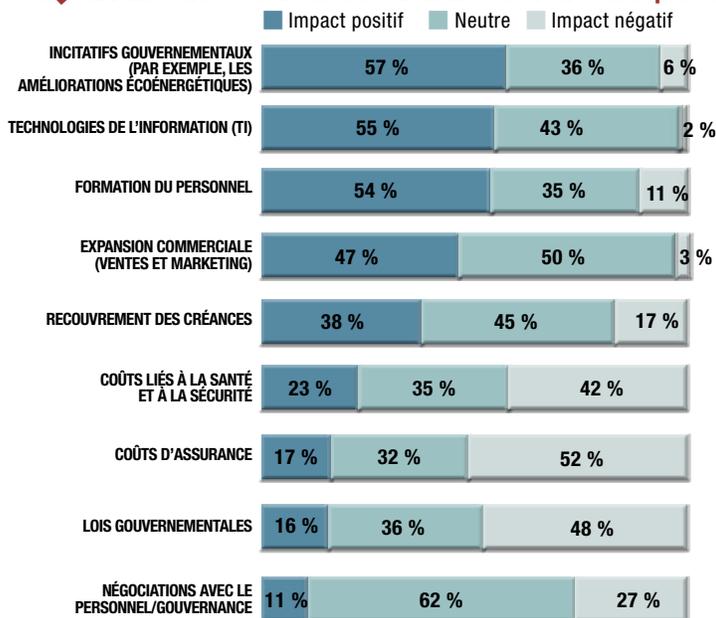
RÉSULTATS DÉTAILLÉS ET TENDANCES (SUITE)

5.6 LES RÉPERCUSSIONS SUR LA RENTABILITÉ DES ENTREPRISES

Les entrepreneurs pensent que la rentabilité de leurs entreprises sera affectée par plusieurs facteurs au cours des cinq prochaines années. Les trois principaux éléments qui devraient avoir un impact positif sont : les incitatifs gouvernementaux (57 %), les technologies de l'information (55 %) et la formation du personnel (54 %). À l'opposé, les facteurs qui devraient avoir un impact négatif sur la rentabilité des entreprises des entrepreneurs sont : les coûts d'assurance (52 %), les lois gouvernementales (48 %) et les coûts associés à la santé et à la sécurité (42 %).

TABLEAU 13 : L'IMPACT DES ENJEUX OPÉRATIONNELS SUR LA RENTABILITÉ DES ENTREPRISES

Q Au cours des cinq prochaines années, les facteurs suivants affecteront-ils la rentabilité de votre entreprise?



La réglementation

Les entrepreneurs accordent de l'importance au code électrique et à la réglementation sur la sécurité, mais ils font face à de nombreux défis. Comme le démontre le tableau 13, près de la moitié de tous les répondants pensent que les lois gouvernementales auront un impact négatif sur la rentabilité de leurs entreprises au cours des cinq prochaines années.

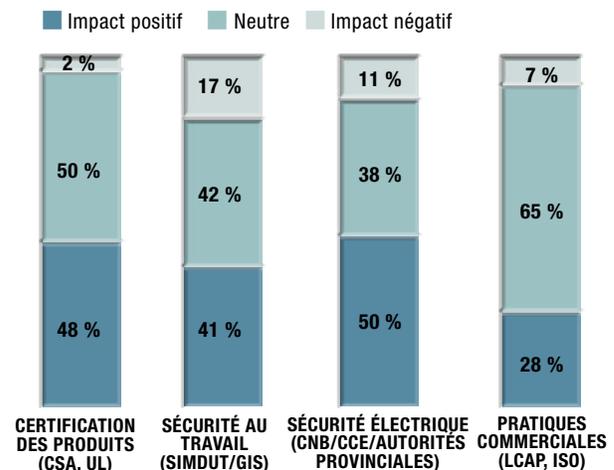
Au cours des deux groupes de discussion, les entrepreneurs se sont dits préoccupés par deux lois : la loi sur le paiement rapide et le projet de loi 112.

Loi sur le paiement rapide

Ce n'est pas une nouvelle source d'inquiétudes, mais, au fil du temps, cette problématique prend de plus en plus d'ampleur. De nombreux utilisateurs finals ne paient pas leurs factures couvrant les produits et les travaux d'installation dans les délais prescrits. Les entrepreneurs généraux reçoivent leurs paiements, mais, souvent, les sous-traitants seront payés en retard. Les entrepreneurs en électricité souffrent de ne pas être réglés à temps. Près de la moitié des répondants citent le recouvrement des comptes clients comme source d'inquiétudes.

TABLEAU 14 : LES RÉPERCUSSIONS DE LA RÉGLEMENTATION SUR LES ENTREPRISES

Q Au cours des cinq prochaines années, pensez-vous que les réglementations suivantes auront un impact sur votre entreprise?



La rentabilité des entreprises dépend grandement de la rapidité à laquelle les créances clients sont acquittées. Souvent, l'impact de ces retards sur la trésorerie des entreprises empêche les entrepreneurs à recruter une main d'œuvre plus qualifiée, à investir dans de nouveaux équipements et dans les nouvelles technologies. Les entrepreneurs sont aujourd'hui confrontés à un nouveau contexte concurrentiel et ces retards de paiements représentent un véritable obstacle. Le concept de ce projet de loi est simple : le paiement dans un délai de 30 jours après l'achèvement des travaux de construction.

Le Canada fait actuellement figure d'exception. En effet, de nombreux pays ont adopté une loi sur les paiements rapides des entrepreneurs. Le Canada est l'un des rares gouvernements à avoir un système de garanties et de retenues afin de recouvrer légalement les paiements dus dans l'industrie de la construction.⁷

Le projet de loi 112, proposé par le gouvernement de l'Ontario, retirerait certaines dispositions de la Loi sur la Commission de l'énergie de l'Ontario qui limite les services publics locaux à concurrencer directement les entrepreneurs en électricité détenteurs de permis dans des marchés non réglementés, comme celui du marché de l'éclairage des rues. Ce projet de loi autoriserait aussi les entrepreneurs en électricité, non détenteurs de permis, d'effectuer des installations de bornes de recharge pour les véhicules électriques.

De telles réglementations ont une incidence majeure sur les entrepreneurs. Plusieurs s'inquiètent de la perte de contrôle sur des projets sur lesquels ils avaient auparavant une pleine maîtrise. « Si nous ne maintenons pas notre part de marché dans l'installation de ces nouvelles technologies, nous courons le risque de tout perdre à jamais », précise l'un des participants au groupe de discussion.

Cet enjeu concerne toutes les provinces. Un autre participant à l'un des groupes de discussion affirme : « L'installation de panneaux photovoltaïques et de bornes de recharge pour les véhicules électriques n'est pas toujours faite par un entrepreneur en électricité. Ce sont des technologues ou autres. Nous avons dû faire face à de nombreux défis en Colombie-Britannique en accordant aux technologues des licences en électricité restreintes et en leur permettant d'exécuter certains

⁷ <http://www.ontariopromptpayment.com>

travaux. Nous devons nous accrocher à ces travaux, car si nous les laissons partir, ils ne seront plus jamais disponibles. »

L'importance de la sécurité

Les entrepreneurs continuent de collaborer avec des organismes comme l'Association canadienne des entrepreneurs électriciens (ACEE) et autres groupes provinciaux associés afin d'exercer des pressions en faveur d'une législation équitable. Même si les entrepreneurs craignent de perdre tout contrôle sur l'installation des nouvelles technologies, la sécurité reste à leurs yeux une priorité. Aujourd'hui, la sécurité est peut-être encore plus importante qu'avant. Les entrepreneurs s'appuient de plus en plus sur les organismes de certification et de réglementation pour faire appliquer les normes de sécurité. Au cours des réunions des groupes de discussion, plusieurs participants ont exprimé le besoin d'une inspection accrue pour les entreprises qui ne se conforment pas aux règlements en matière de sécurité. Ces entrepreneurs s'en tirent à bon compte alors que ceux qui suivent la réglementation doivent absorber des coûts supplémentaires pour se conformer aux règlements en matière de formation, d'équipement ou de pratiques.

À la question sur les règlements qui auront le plus de répercussions sur leur entreprise, la sécurité électrique était classée au premier rang, suivie de près par l'homologation des produits.

Un tel constat n'est pas étonnant. En effet, les entrepreneurs en électricité munis d'une licence reconnaissent que l'homologation et la sécurité sont deux aspects qui les différencient des contrevenants ou des travailleurs non munis d'un permis.

La conjoncture économique

La situation économique au Canada a un impact majeur sur les entrepreneurs, tout comme d'ailleurs sur la plupart des autres segments de notre industrie et sur d'autres secteurs d'activité en général. Les entreprises canadiennes sont aux prises avec la faiblesse du dollar canadien et la chute dramatique du prix du pétrole. Le sondage révèle que 66 % des répondants pensent que la rentabilité de leur entreprise sera grandement affectée par la conjoncture économique. Près de la moitié des répondants ont affirmé que la volatilité des prix des matières premières aura une incidence négative sur la mise en œuvre de nouveaux projets. En cette période de difficultés économiques, les utilisateurs finals considèrent la gestion de leur entreprise comme un objectif prioritaire et, par conséquent, les nouveaux projets de construction sont relégués au deuxième rang.

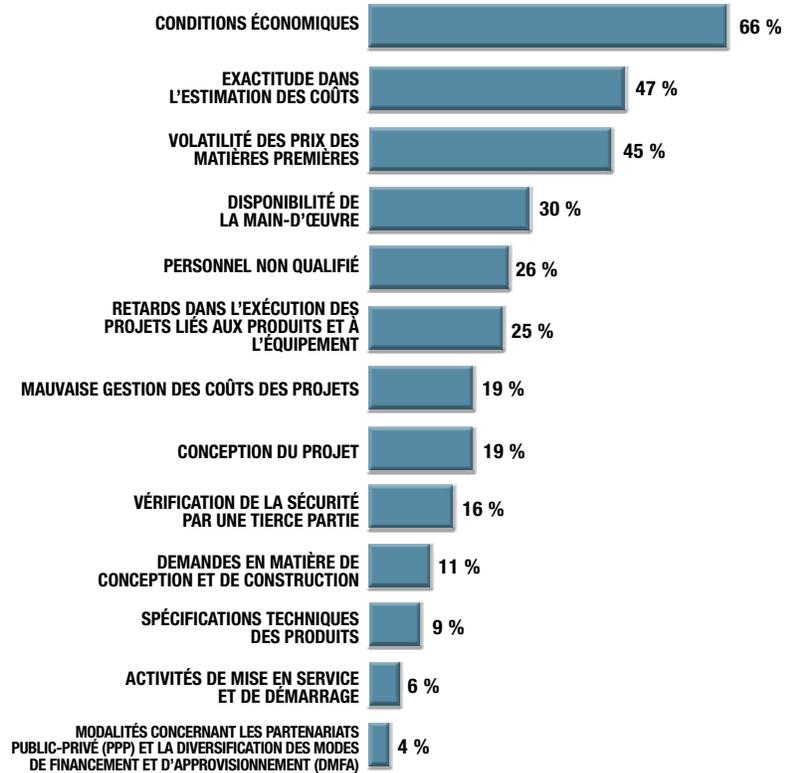
L'un des participants à un groupe de discussion mentionne : « Nous vivons une période éprouvante si le ralentissement économique se poursuit. Quel en sera l'impact sur les investissements étrangers dans nos secteurs d'activité? »

Cependant, en dépit de mauvaises conditions économiques, quelques entrepreneurs demeurent vraiment optimistes. L'un des participants à l'un des groupes de discussion indique : « Le ralentissement économique n'a pas encore eu vraiment de répercussions sur notre entreprise car nous avons été beaucoup plus prudents dans le choix de nos clients et nos activités sont davantage axées sur le secteur de la construction industrielle, commerciale et institutionnelle. Cependant, je pense que les prix se resserrent et, par conséquent, notre chiffre d'affaires et nos marges bénéficiaires devraient diminuer. »

Un autre participant précise : « Cela dépend vraiment du secteur économique où vous exercez vos activités. Il est vrai que le prix du

TABEAU 15 : FACTEURS INFLUENÇANT LA RENTABILITÉ DES PROJETS

Q Au cours des cinq prochaines années, lesquels des facteurs suivants affecteront-ils le plus la rentabilité de vos projets (veuillez en choisir 3 seulement)



pétrole a eu une incidence sur nos entreprises. Mais, dans notre cas, nous travaillons sur de nombreux projets d'infrastructures dans la région du Grand Toronto, et, par conséquent, nous n'avons pas vraiment ressenti le ralentissement économique comme d'autres entreprises qui sont davantage tributaires des secteurs du pétrole, du gaz et de la fabrication. Je pense que nous allons être confrontés à une concurrence plus vive de la part d'entreprises qui ne sont pas traditionnellement des acteurs dans ce marché, mais qui s'y intéressent maintenant pour des raisons économiques. »

5.7 LES PROCHAINES ÉTAPES

Cette section du rapport a illustré les principaux défis et opportunités relevés par les entrepreneurs en électricité canadiens dans une industrie en pleine évolution. Les conditions économiques et les progrès technologiques en matière de produits et de services semblent être à l'origine du changement dans le comportement des consommateurs, dans la formation et le perfectionnement, dans les besoins des clients et des employés et expliquer l'importance accordée à la réglementation.

Les conclusions présentées mettent en lumière un certain nombre d'opportunités que les fabricants et les distributeurs électriques pourraient prendre en considération dans leurs relations de travail avec les entrepreneurs en électricité. La prochaine section de ce rapport aborde des sujets importants, par exemple les partenariats, les programmes de formation et les pratiques d'entreprise que les fabricants et les distributeurs pourraient mettre en œuvre pour mieux s'adapter aux nouvelles réalités d'affaires.

6.

Observations et considérations

pour la chaîne de distribution de l'industrie électrique

6.1 LA VALEUR DES PARTENARIATS

L'un des participants à un groupe de discussion explique : « Aujourd'hui, la valeur accordée aux relations n'est plus la même...Plusieurs d'entre nous ont fondé et développé nos propres entreprises au fil des ans. Nous sommes fiers de la qualité de notre travail et des relations bâties avec nos clients. Mais, entretenir ces relations devient de plus en plus difficile.» – Cette citation reflète le sentiment partagé aujourd'hui par de nombreux entrepreneurs en électricité.

Mais, comment peut-on expliquer ce changement dans la dynamique interpersonnelle? Plusieurs pensent que la tarification

en est la principale cause. Aujourd'hui, les clients accordent moins d'importance à l'entreprise qui leur fournira les produits et les services car, d'une part, ils font face à des pressions croissantes au niveau des coûts et, d'autre part, ils peuvent comparer sur l'Internet les prix en vigueur. En raison de cette situation, les entrepreneurs n'ont plus le contrôle sur leurs projets et il s'ensuit une diminution de leurs marges bénéficiaires.

Mais la tarification n'est pas la seule raison.

Par ailleurs, plusieurs croient qu'en général les acteurs au sein de la chaîne de distribution accordent moins d'importance aux relations.

Au cours des groupes de discussion, les entrepreneurs se sont dits de plus en plus inquiets de la détérioration des



relations entre les acteurs de la chaîne de distribution, et, plus particulièrement, entre les utilisateurs finals et les fournisseurs. Les entrepreneurs considèrent que les relations entre les clients et les fournisseurs passent au second plan. La confiance et le partenariat que les entrepreneurs ont bâti avec les fournisseurs sont en train de s'effondrer.

Cependant, les entrepreneurs doivent aussi reconnaître leur part de responsabilité. En effet, puisque de plus en plus d'entrepreneurs passent outre aux spécifications techniques des produits et ont moins de capacité à recommander des produits et à inciter les utilisateurs à en acheter, les fabricants et les distributeurs rechercheront des moyens alternatifs pour commercialiser leurs produits.

Les entrepreneurs doivent aussi se rendre compte que les tendances préachat ont également une incidence sur la plupart des industries et que la dynamique des relations entre acheteurs et vendeurs est en train d'évoluer.

Il est intéressant de noter que les participants aux groupes de discussion ont une opinion différente. Ils pensent que, dans les industries ayant une structure semblable à celle du secteur électrique, les relations entre tous les acteurs de la chaîne de distribution sont fortes.

TABLEAU 16 : LES FACTEURS INFLUENÇANT LES DÉCISIONS D'ACHAT DES ENTREPRENEURS

Q : Au cours des cinq prochaines années, quelle importance accorderez-vous aux facteurs suivants dans vos décisions d'achat? (Veuillez classer par ordre d'importance : 1 = le plus important, 6 = le moins important)

	CLASSÉS 1 ^{ER} ET 2 ^E
FIABILITÉ ET GARANTIE DES PRODUITS	57 %
DISPONIBILITÉ DES PRODUITS	44 %
EXIGENCES DU CLIENT	35 %
LOYAUTÉ AU FOURNISSEUR	19 %
RESPONSABILITÉ SOCIALE	16 %
LOYAUTÉ À LA MARQUE	12 %

L'un des participants à un groupe de discussion affirme : « Le problème se situe au niveau du secteur de l'équipement électrique. Si nous analysons le secteur mécanique, l'entrepreneur y est plus respecté. Les fournisseurs de matériel électrique ne respectent pas l'entrepreneur et ils vendent leurs produits directement aux clients. Ce problème ne se pose pas dans le secteur mécanique. »

Il existe d'autres forces dynamiques en jeu et elles peuvent se résumer ainsi :

Les perceptions des utilisateurs finals

Comme il a été mentionné précédemment, plus que jamais auparavant, les utilisateurs finals cernent de mieux en mieux les besoins et les coûts associés à leurs projets. Les utilisateurs ont un accès plus facile aux matériaux recherchés en raison de la

disponibilité des produits en ligne et des choix pour une livraison directe.

Les fournisseurs devront évaluer les bénéfices et les risques associés à cette méthode d'achat sans intermédiaire et décider des meilleurs moyens pour soutenir l'industrie. Comme les produits pourraient provenir de fournisseurs inconnus, une grande priorité devrait être accordée à la sécurité et à la responsabilité.

Les entrepreneurs doivent aussi reconnaître leur part de responsabilité.

Les facteurs déterminant les décisions d'achat

Les trois éléments qui influencent le plus les décisions d'achat des entrepreneurs au moment de l'achat sont : la fiabilité et la garantie des produits (57 %), la disponibilité des produits (44 %) et les exigences des clients (35 %).

Par ailleurs, la fidélité à la marque a un rôle à jouer dans les relations. Comme le démontre les résultats du sondage, ce facteur se classe au tout dernier rang et n'obtient que 12 %. Cette situation ne devrait pas changer au cours des cinq prochaines années. Les répondants au sondage ont indiqué qu'ils accordent peu d'importance à la fidélité au fournisseur et à la marque à moins que des produits bien précis ne soient requis.

À la question sur l'importance de la marque au moment de l'évaluation d'un projet, les participants aux groupes de discussion se sont exprimés ainsi :

« La marque est un facteur déterminant si le produit en question a été spécifié par un consultant et nous n'avons pas d'autre choix. Nous devons utiliser ce produit. Sinon, nous sommes libres d'utiliser le produit que nous voulons pourvu qu'il soit conforme aux spécifications. »

« En général, la marque n'est pas un facteur déterminant, et, plus particulièrement, dans le cas des produits de base. Mais, quand il s'agit de l'achat de gros appareils, la loyauté à la marque est importante. Il va de soi qu'acheter de l'équipement à bon prix est rentable, mais si vous éprouvez des problèmes d'installation, de garantie ou si l'appareil est défectueux au cours des deux années suivant l'achat, à long terme, votre décision s'avèrera coûteuse. Par conséquent, au moment de l'achat d'appareils plus gros, la fidélité à la marque a son importance. »

« La part de matériel électrique qui a été spécifiée par le client est en diminution. Aujourd'hui, en raison des conditions économiques actuelles, de plus en plus de clients sont prêts à accepter des produits secondaires. »

Cette impartialité envers la marque pourrait s'expliquer par les pressions exercées par les utilisateurs finals au niveau du prix et des délais de livraison ou pourrait indiquer des relations moins solides entre tous les acteurs au sein de la chaîne de distribution.

Malgré tous les changements qui affectent ces relations, nous devons nous efforcer de solidifier les liens entre tous les acteurs impliqués et regagner la confiance perdue. Ensemble, nous pouvons bâtir une chaîne de distribution plus résiliente et promouvoir l'intégrité, la sécurité et la fiabilité de cet important secteur.

OBSERVATIONS ET CONSIDÉRATIONS (SUITE)

6.2 LES PRATIQUES DE GESTION ET LE SOUTIEN

La section 5 de ce rapport traite des principaux enjeux qui touchent les entrepreneurs en électricité. Les fabricants et les distributeurs électriques ont un rôle à jouer et doivent offrir leur soutien aux entrepreneurs afin d'atténuer l'impact de certains de ces défis. Face à tous ces changements que vit notre secteur, les fabricants et les distributeurs devraient prendre en considération les opportunités suivantes.

Les services technologiques valorisés

Encore aujourd'hui, les entrepreneurs comptent de plus en plus sur les fournisseurs pour leur offrir des services en ligne, par exemple les spécifications de produits, l'accès direct aux inventaires et à un réseau d'experts. Comme l'illustre le tableau 9 à la page 15, ces services ont été classés prioritaires par les répondants au sondage. Ce classement démontre l'importance que les entrepreneurs accordent à ces services. Afin de solidifier leur partenariat avec les entrepreneurs, les fournisseurs devraient envisager l'amélioration de leurs services en ligne (spécifications techniques détaillées, inventaires des produits) et de leurs services professionnels (formation, soutien à la clientèle et technique, accès à un réseau d'experts). De telles améliorations pourraient permettre de rétablir ces partenariats.

Programmes de formation

Ces programmes permettent aux entrepreneurs en électricité de se familiariser avec les nouveaux produits et les nouvelles tendances technologiques. Ils peuvent ainsi approfondir leurs connaissances et élargir leur champ de compétences. Par ailleurs, une formation pertinente permet aux entrepreneurs d'effectuer des installations de nouveaux produits ou de nouvelles technologies de façon sécuritaire et efficace. Ces programmes de formation prendront encore plus d'importance en raison de l'émergence rapide des nouvelles technologies dans le marché de l'électricité et de l'utilisation de technologies hybrides (par exemple, les contrôles d'éclairage sans fil ou l'éclairage par câble Ethernet). Comme l'illustre le tableau 10 à la page 12, 86 % des répondants au sondage avaient indiqué vouloir former le personnel en place (au lieu d'engager de nouveaux employés plus qualifiés).

Les fabricants et les distributeurs devraient évaluer leurs programmes de formation actuels afin de s'assurer que les informations sur les nouveaux produits et les nouvelles technologies soient actualisées et pertinentes. Les méthodes de formation qui intéressent le plus les entrepreneurs sont les suivantes :

- Près de 70 % préfèrent se familiariser avec les nouveaux produits et les nouvelles technologies sur les sites Web. Les méthodes de formation comprennent les balados, les blogues, les brochures numériques et tout autre outil en ligne avec accès libre pour les entrepreneurs.
- 50 % des répondants préfèrent les communications par courriel. Les bulletins électroniques pour des mises à jour régulières rentrent dans cette catégorie.
- Les entretiens en personne avec les représentants commerciaux

sont aussi privilégiés. Il est évident que notre industrie doit solidifier ses partenariats. Près de 80 % des répondants aiment recevoir ces mises à jour de vive voix.

Tous ces facteurs pointent vers la même conclusion. Les fabricants et les distributeurs doivent offrir plus de soutien en matière de formation afin de favoriser les partenariats entre tous les acteurs du marché et faciliter l'installation et le fonctionnement des produits. Ces programmes éducatifs permettront de créer un réseau d'entrepreneurs-experts qui sauront manipuler efficacement les nouveaux produits.

Soutien sur les chantiers

Les entrepreneurs font face à des délais de livraison plus serrés et ils sont donc confrontés à des pressions de plus en plus fortes. Plusieurs ont exprimé le souhait d'avoir du soutien technique directement sur les chantiers afin d'exécuter les travaux plus efficacement.

Le tableau ci-après démontre qu'une vaste majorité de répondants croient que des dispositifs numériques disponibles sur place amélioreraient leur productivité. Les distributeurs devraient envisager l'introduction de tels dispositifs ou applications permettant aux entrepreneurs d'accéder en ligne aux mises à jour des produits, aux spécifications techniques détaillées, aux données d'inventaire en temps réel, à la disponibilité des produits, aux délais de livraison et à tout autre information requise sur un chantier.

Les entrepreneurs font face à des délais de livraison plus serrés et ils sont donc confrontés à des pressions de plus en plus fortes. Plusieurs ont exprimé le souhait d'avoir du soutien technique directement sur les chantiers afin d'exécuter les travaux plus efficacement.

Cette question concernant l'accès aux informations sur les produits directement sur les chantiers a été abordée lors d'une réunion du Comité d'études de marché de l'EFC. Les membres de ce Comité ont mentionné que plusieurs entrepreneurs ont maintenant à leur emploi des coursiers pour passer et retirer des commandes directement dans les succursales des distributeurs. Cette initiative empêche les distributeurs de pouvoir offrir en succursale plus de produits aux entrepreneurs. En conséquence, les présentoirs ne sont plus aussi efficaces qu'auparavant. Les distributeurs devraient donc envisager de consacrer une portion de leur budget marketing vers des outils qui leur permettraient de promouvoir leurs nouveaux produits auprès des décideurs. Ces derniers passent de plus en plus de temps sur les chantiers et, par conséquent, ils font moins de visites dans les succursales.

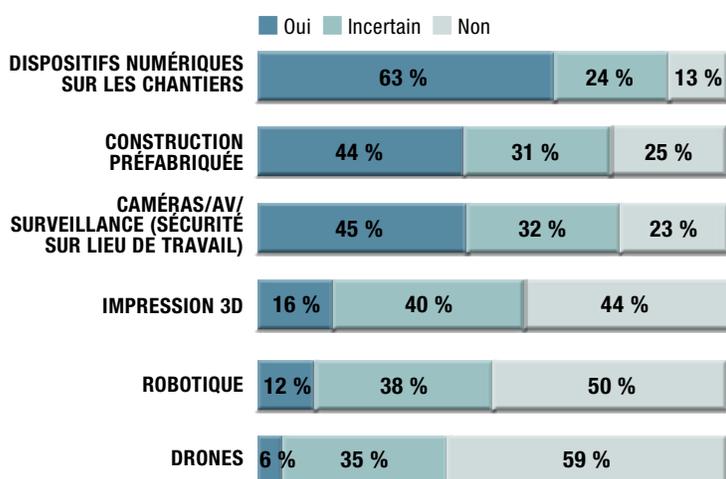
Les répondants au sondage ont aussi exprimé leur intérêt envers la construction préfabriquée. Plus de 44 % d'entre eux ont indiqué que ce serait avantageux d'avoir des produits déjà préfabriqués

avant qu'ils ne soient livrés sur les chantiers. Les fabricants et les distributeurs devraient envisager d'offrir des produits prêts à assembler ou pré-assemblés afin d'aider les entrepreneurs à réduire leur temps d'installation. Ce type de solutions permettrait aux entrepreneurs d'offrir plus de valeur ajoutée aux utilisateurs finals. En fin de compte, si les utilisateurs étaient au courant du temps que peut faire gagner la construction préfabriquée offerte par les entrepreneurs, fort probablement, ils n'achèteraient plus eux-mêmes les matériaux à l'avance.

Les répondants au sondage ont aussi exprimé leur intérêt pour des outils technologiques disponibles sur le chantier afin d'améliorer la productivité. Les fabricants et les distributeurs pourraient vouloir mettre à la disposition des entrepreneurs sur le chantier des caméras, des appareils audio-visuels et de contrôle.

TABLEAU 17 : PROGRÈS TECHNOLOGIQUES ET RENTABILITÉ DES ENTREPRISES

Q Au cours des cinq prochaines années, prévoyez-vous que l'un des progrès technologiques suivants améliorera la productivité de votre entreprise?



Réduction des délais de paiement

Comme nous l'avons mentionné précédemment, les participants aux groupes de discussion se sont montrés inquiets face aux retards de paiement de la part des utilisateurs. En effet, en raison de l'impact financier de plus en plus important sur leurs entreprises, les entrepreneurs demandent aux fournisseurs d'appuyer leur cause pour accélérer les paiements. L'un des participants à l'un des groupes de discussion précise : « Nous aimerions que les fabricants et les fournisseurs nous soutiennent davantage dans cette cause. En fait, ce sont probablement eux qui en bénéficieraient le plus. »

Un autre participant ajoute : « Je pense que ce problème mérite d'être discuté et il faut comprendre que cet élément est une pratique de gestion courante. Les fournisseurs ne nous disent pas vraiment combien ces retards de paiement leur coûtent chaque année. Cependant, il en résulte un effet boule de neige et nous avons besoin d'augmenter les prix pour compenser nos pertes. »

Le respect des délais de paiement et une plus grande stabilité des flux de trésorerie permettront aux entrepreneurs de régler leurs fournisseurs plus rapidement et d'investir dans leurs entreprises pour

Une vaste majorité de répondants croient que des dispositifs numériques disponibles sur place amélioreront leur productivité.

embaucher de nouveaux employés, acquérir de nouveaux produits et de nouvelles technologies. L'objectif est de s'adapter à l'évolution de la demande.

Les marchés émergents

Alors que les entrepreneurs envisagent d'élargir la gamme de leurs services afin de satisfaire les besoins des utilisateurs finals, les distributeurs et les fabricants pourraient aussi choisir l'option de se diversifier afin d'offrir une variété de produits qui ne sont pas associés au secteur électrique. Par exemple, le tableau 8 à la page 10 illustre les secteurs qui, selon les entrepreneurs, devraient subir une croissance au cours des cinq prochaines années. Dans notre industrie, la tendance est stable pour les technologies d'éclairage, l'automatisation et les contrôles pour les secteurs commercial, industriel et résidentiel. Par ailleurs, des segments à plus forte croissance comprennent les systèmes de protection incendie et de sécurité des personnes, les bornes de recharge pour véhicules électriques, et le courant continu à basse tension, pour n'en nommer que quelques-uns.

6.3 LES PROCHAINES ÉTAPES

Alors que les membres de notre industrie analysent certaines constatations pour définir les orientations futures de leurs entreprises, ce rapport suscite encore quelques interrogations en matière de tendances :

- Lorsque l'utilisateur final achète lui-même le matériel, auprès de qui se fournit-il ? Les fabricants vendent-ils de plus en plus directement aux utilisateurs ou s'agit-il d'une nouvelle tendance de consommation ?
- Est-ce que cette tendance préachat prévaut-elle dans d'autres industries ? Quelles mesures mettent en place les autres industries pour la contrer ?
- Quelle loi doit adopter le Canada pour accélérer les paiements ? Quels sont les pays qui ont des pratiques de paiement rapide et quelles leçons peut-on en tirer ? Quel rôle peuvent jouer les fabricants pour régler cette importante question ?

En raison des transformations que subit notre industrie, de telles questions continueront d'influencer les relations que nous entretenons avec nos clients. Les fabricants et les distributeurs doivent analyser la proposition de valeur que les entrepreneurs offrent et les avantages qui en découlent sur leurs entreprises et sur l'industrie en général. Les cinq prochaines années, qui seront riches en transformations, seront déterminantes pour vous différencier et devenir un partenaire stratégique au sein de notre industrie.

7.

Conclusion

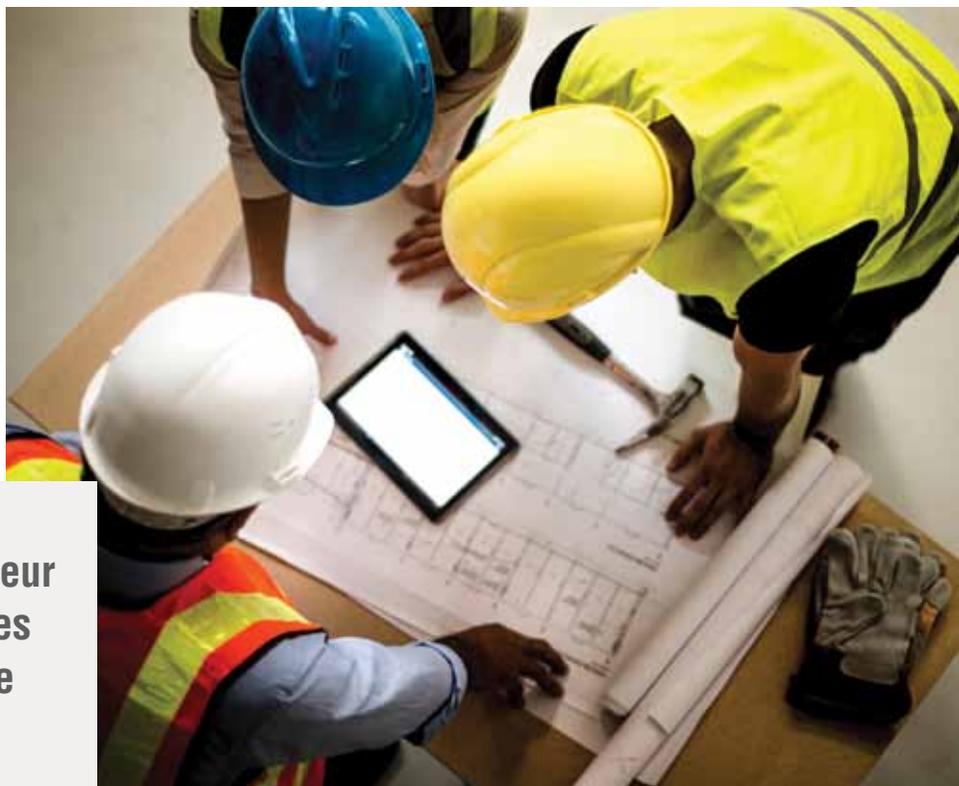
Tout changement, quel qu'il soit, est toujours intimidant. Le rythme de ces transformations au sein de l'industrie électrique canadienne continue de s'accélérer et les entrepreneurs en électricité, notre plus important client, sont particulièrement touchés. Plusieurs sont confrontés à des défis. Ils ont le sentiment de ne plus contrôler leurs projets, ils subissent une réduction de leurs marges bénéficiaires et leurs relations avec les autres acteurs de l'industrie sont tendues. Les entrepreneurs sont aussi préoccupés par les questions de sécurité, de garantie et de responsabilité découlant des tendances préachat de la part des utilisateurs. Les entrepreneurs devront

D'une part, les entrepreneurs en électricité doivent admettre que leur rôle consiste à favoriser de bonnes relations entre tous les acteurs de la chaîne de distribution et à consolider ces liens.

ajuster leurs pratiques de gestion en conséquence et explorer de nouvelles avenues afin de s'assurer de la pertinence de leurs services et demeurer un partenaire stratégique au sein de la chaîne d'approvisionnement.

Au cours des prochaines années, les entrepreneurs en électricité devront prendre en considération les tendances préachat, les questions de garantie et de responsabilité, les nouveaux produits et les nouvelles technologies, les besoins en formation et les changements démographiques touchant à la fois les clients et les employés. Certains décideront de se diversifier alors que d'autres préféreront se spécialiser dans une niche bien précise. Par ailleurs, les entrepreneurs seront confrontés à une multitude de nouvelles technologies (par exemple, le courant continu à basse tension) et leur impact sur les travaux d'installation. Dans un tel environnement, les entrepreneurs devront décider *s'ils s'adaptent ou non à l'évolution technologique*.

Par ailleurs, ce rapport présente des constats que les fabricants et les distributeurs peuvent analyser afin d'ajuster leurs modèles d'affaires. D'une part, les entrepreneurs en électricité



doivent admettre que leur rôle consiste à favoriser de bonnes relations entre tous les acteurs de la chaîne de distribution et à consolider ces liens. D'autre part, les fabricants et les distributeurs sont invités à conclure des partenariats de service afin d'aider les entrepreneurs à s'adapter aux nouvelles réalités et attentes des utilisateurs finals.

D'un point de vue macroéconomique, les répercussions de ces nouvelles tendances sur l'industrie de l'électricité en général doivent être analysées. Nous pouvons appuyer notre industrie en apprenant à connaître les autres acteurs du marché et les services qu'ils offrent, par exemple les distributeurs d'appareils électroniques spécialisés, les fournisseurs de systèmes de protection incendie et de sécurité ainsi que les prestataires de services informatiques. Par ailleurs, nous devons aussi déterminer la quantité de produits électriques vendus par l'intermédiaire de plusieurs intervenants (entrepreneurs, détaillants, en ligne et sans intermédiaire).

Une meilleure compréhension de la situation nous permettra de faire évoluer l'industrie de l'électricité et l'adapter aux nouvelles réalités et exigences des clients. Nous nous assurerons ainsi de rester sur la voie du changement.

8.

Annexes

8.1 ANNEXE A :

Groupe de discussion – Sociétés participantes

Groupe de discussion auprès de l'Association canadienne des entrepreneurs électriciens (ACEE) tenu le 18 janvier 2016

SOCIÉTÉ	RÉGION
ALLTRADE INDUSTRIAL CONTRACTORS	ONTARIO
AMPERE LIMITED	ONTARIO
BLACK AND MCDONALD	ONTARIO
CHEMCO ELECTRICAL	ALBERTA
FUSION ÉNERGIE	QUÉBEC
GUILD ELECTRIC	ONTARIO
MOTT ELECTRIC	COLOMBIE-BRITANNIQUE
ROCKINGHAM ELECTRIC	NOUVELLE-ÉCOSSE

Groupe de discussion auprès de la Ligue de l'électricité de l'Ontario tenu le 22 janvier 2016

3E POWER SERVICES
ACKISON ELECTRIC
ANEW ELECTRICAL
BERGERON ELECTRIC
EPG ELECTRICAL
FOUR-O-ONE ELECTRIC
JPR ELECTRICAL SERVICES
LANGSTAFF & SLOAN
OOSTERHOF ELECTRIC
POWERQUEST ELECTRIC
PRECISION ELECTRIC
ROSEMONT ELECTRIC
STURDY POWER LINES
TOWNSEND ELECTRIC LTD.
Z-TECH ELECTRICAL

8.2 ANNEXE B :

Résumé des conclusions tirées des groupes de discussion

Par Environics Research

- Les exigences et les pratiques des clients changent les façons de faire des entrepreneurs en électricité qui sont confrontés à de nouveaux enjeux, notamment une perte de contrôle sur leurs projets;
- Les changements démographiques ont peu d'impact et ils touchent davantage les ressources humaines que les clients;
- La dotation en personnel et la main-d'œuvre, qui ont des répercussions sur les entreprises, sont des éléments importants pour les entrepreneurs syndiqués par rapport aux entrepreneurs non syndiqués;
- Les changements économiques ont des incidences sur la rentabilité des entreprises des entrepreneurs en électricité. En effet, ces derniers font face à une concurrence de plus en plus forte en raison d'un nombre moins élevé de projets, à une diminution des marges bénéficiaires, aux fluctuations du taux de change et du prix des matières premières et à d'autres considérations économiques;
- Les pratiques de gestion et les enjeux touchent surtout les domaines suivants : les prix en raison des pressions exercées au moment des appels d'offres, les modalités de paiement, les pratiques préachat, la fiabilité des livraisons, les délais de livraison et les nouvelles exigences en matière d'expertise;
- La fiabilité des fournisseurs et les relations avec ces derniers, la disponibilité des produits et les coûts sont des facteurs importants qui influencent les décisions d'achat;
- Les produits et les technologies continuent d'évoluer, mais leur utilisation dépend des entrepreneurs en électricité et du secteur. Ces derniers se voient obligés d'offrir de la formation et de rester à la fine pointe de la technologie. Les nouvelles technologies touchent les secteurs de l'éclairage, du courant continu à basse tension et des énergies de remplacement;
- Les entrepreneurs en électricité s'attendent à recevoir des services technologiques de la part des fournisseurs touchant les programmes de formation et d'éducation afin de parfaire leurs compétences. Les fournisseurs sont appelés à jouer un rôle essentiel dans la mise en œuvre de ces initiatives;
- Les perspectives d'avenir au cours des cinq prochaines années sont axées sur le besoin de se pencher sur les véritables enjeux, de prendre des décisions stratégiques et de se différencier dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

À noter : les conclusions et les commentaires tirés du groupe de discussion avec la Ligue de l'électricité de l'Ontario correspondent au résumé ci-dessus.

8.3 ANNEXE C :

Questions du sondage

(sondage en ligne, disponible en français et en anglais)

SECTION A: PROFIL

1. Veuillez préciser votre groupe d'âge :

- 30 ans et moins
- 31-45 ans
- 46-64 ans
- 65 ans et plus

2. Taille de votre entreprise :

- 20 millions de dollars et moins
- 21 - 50 millions de dollars
- 51 - 100 millions de dollars
- 101 millions de dollars et plus

3. Nombre d'employé(e)s (à l'échelle nationale) :

- 10 employé(e)s et moins
- 11 - 50 employé(e)s
- 51 - 100 employé(e)s
- 101 employé(e)s et plus

4. Au cours des cinq prochaines années, quel est le pourcentage de vos employé(e)s qui prévoient prendre leur retraite? _____ %

5. Dans quelle(s) région(s) votre entreprise exerce-t-elle ses activités?

- Provinces de l'Atlantique
- Québec
- Ontario
- Manitoba
- Saskatchewan
- Alberta
- Colombie-Britannique
- Territoires du Nord
- À l'extérieur du Canada

6. A) Quel pourcentage de votre chiffre d'affaires consacrez-vous aux secteurs suivants? (Le total doit correspondre à 100%)

Résidentiel : _____ %
Commercial : _____ %
Industriel : _____ %
Autre : _____ veuillez préciser _____ %

B) Dans cinq ans, quel pourcentage de votre chiffre d'affaires consacrez-vous aux secteurs suivants? (Le total doit correspondre à 100 %)

Residential: _____ %
Commercial: _____ %
Industrial: _____ %
Other: _____ please specify _____ %

SECTION B : OPPORTUNITÉS ET ENJEUX

7. Laquelle des affirmations suivantes représentera le mieux votre entreprise dans cinq ans? (Un seul choix)

- J'aurai moins de clients mais ils seront plus importants
- J'aurai plus de clients de plus petite taille
- Je diversifierai mes activités en me tournant vers de nouveaux secteurs
- J'offrirai des services supplémentaires à mes clients actuels
- Je prendrai de l'expansion dans d'autres régions

8. Au cours des cinq prochaines années, lequel des domaines suivants aura le plus d'impact sur votre entreprise? (1 = le plus d'impact, 4 = le moins d'impact)

- Nouveaux produits
- Nouvelles technologies (commerce électronique)
- Évolution des besoins de la clientèle
- Enjeux pour le personnel de votre entreprise

9. Quel impact les domaines suivants auront-ils sur votre entreprise? Impact positif Neutre Impact négatif

- Énergies de remplacement (solaire, éolienne, batteries, etc.)
- L'Internet des objets (Alimentation par Ethernet, etc.)
- Courant continu à basse tension
- Domotique et dispositifs de contrôle pour résidences
- Domotique et dispositifs de contrôle pour industries
- Technologies d'éclairage (DELO, DEL, Li-Fi)
- Automation industrielle (robotique, automation d'usines)
- Systèmes de protection incendie et de sécurité des personnes
- Bornes de recharge pour véhicules électriques
- Autres – veuillez préciser : _____

10. Selon vos réponses à la question 9, comment votre entreprise mettra-t-elle en oeuvre ces nouvelles initiatives?

- Embaucher de nouveaux travailleurs qualifiés
- Sous-traiter de nouveaux services
- Offrir une formation aux employés actuels
- Acquisitions
- Autres – veuillez préciser : _____

11. Au cours des cinq prochaines années, quelle importance accorderez-vous aux services ci-dessous proposés par vos fournisseurs? Pas important - Important (1-5)

- Options d'achat en ligne
- Accès en ligne aux stocks de produits
- Accès en ligne aux spécifications techniques des produits
- Options de livraison flexibles
- Accès à un réseau d'experts

- Soutien en ligne
- Service de soutien 24/7
- Disponibilité du crédit
- Service de soutien sur le terrain
- Préfabrication ou personnalisation de produits
- Autres – veuillez préciser : _____

12. Au cours des cinq prochaines années, quelle importance accorderez-vous aux facteurs suivants dans vos décisions d'achat?

- Veuillez classer par ordre d'importance
- Fidélité à la marque
- Fidélité au fournisseur
- Exigences du client
- Disponibilité du produit
- Responsabilité sociale
- Fiabilité du produit/garantie

13. Au cours des cinq prochaines années, pensez-vous que les réglementations suivantes auront un impact sur votre entreprise? Impact positif, Neutre, Impact négatif

- Certification des produits (CSA, UL)
- Sécurité au travail (SIMDUT/GIS)
- Sécurité électrique (CNB/CCE/autorités provinciales)
- Pratiques commerciales (LCAP, ISO)

14. Veuillez indiquer vos sources de référence préférées en matière de produits, de technologies et de réglementations (veuillez choisir les trois principales sources)

- Sites Web
- Formation en classe
- Bulletins d'information
- Médias sociaux
- Services en personne (représentant)
- Autres – veuillez préciser : _____
- Courriels
- Webinaires
- Expositions

15. A. Au cours des cinq prochaines années, lequel des changements démographiques suivants affectera le plus les relations avec votre clientèle? (Veuillez classer par ordre d'importance)

- Langues/Diversité culturelle
- Clients de la génération du millénaire (moins de 35 ans)
- Clients traditionnels incapables de s'adapter aux changements
- Participation des femmes au marché du travail
- Autres – veuillez préciser : _____

B. En fonction des réponses à la question 15, prévoyez-vous de changer vos méthodes de recrutement? Oui Non

16. Au cours des cinq prochaines années, les facteurs suivants affecteront-ils la rentabilité de votre entreprise? Négatif, Neutre, Positif

- Lois gouvernementales
- Incitatifs gouvernementaux (par exemple les améliorations écoénergétiques)

- Expansion commerciale (ventes et marketing)
- Technologies de l'information (TI)
- Recouvrement des créances
- Formation du personnel
- Coûts liés à la santé et à la sécurité au travail
- Coûts d'assurance
- Négociations avec le personnel/gouvernance
- Autres – veuillez préciser : _____

17. Au cours des cinq prochaines années, lesquels des facteurs suivants affecteront-ils le plus la rentabilité de vos projets (Veuillez en choisir 3 seulement)

- Volatilité des prix des matières premières
- Conditions économiques (devise, etc.)
- Spécifications techniques des produits
- Activités de mise en service et de démarrage
- Exactitude dans l'estimation des coûts
- Mauvaise gestion des coûts des projets
- Personnel non qualifié
- Disponibilité de la main-d'œuvre
- Retards dans l'exécution des projets liés aux produits et à l'équipement
- Demandes en matière de conception et de construction
- Modalités concernant les Partenariats public-privé (PPP) et la diversification des modes de financement et d'approvisionnement (DMFA)
- Autres – veuillez préciser : _____

18. Au cours des cinq prochaines années, prévoyez-vous que l'un des progrès technologiques suivants améliorera la productivité de votre entreprise?

- | | | | |
|--|------------------------------|------------------------------------|------------------------------|
| Dispositifs numériques sur les lieux de travail | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Incertain | <input type="checkbox"/> Non |
| Robotique | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Incertain | <input type="checkbox"/> Non |
| Construction préfabriquée | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Incertain | <input type="checkbox"/> Non |
| Drones | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Incertain | <input type="checkbox"/> Non |
| Impression 3D | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Incertain | <input type="checkbox"/> Non |
| Caméras/AV/surveillance (sécurité sur lieu de travail) | <input type="checkbox"/> Oui | <input type="checkbox"/> Incertain | <input type="checkbox"/> Non |
| Autres – veuillez préciser : _____ | | | |

19. Au cours des cinq prochaines années, quelle sera votre préoccupation principale pour votre entreprise?

(Facultatif) – veuillez inscrire vos coordonnées

Prénom et nom : _____

Nom de l'entreprise : _____

Adresse courriel : _____

Téléphone : _____

Pouvons-nous communiquer avec vous pour des renseignements supplémentaires et pour plus de précisions sur vos réponses? Vos informations nous seront fort utiles pour notre recherche. Oui Non



ÉLECTRO·FÉDÉRATION

C A N A D A

L'Électro-Fédération Canada (ÉFC) est une association industrielle à but non lucratif représentant plus de 250 sociétés membres oeuvrant dans la fabrication, la distribution et le service après-vente de produits électriques et électroniques au Canada. Les membres de l'ÉFC contribuent à plus de 10 milliards de dollars à l'économie canadienne et emploient environ 40 000 travailleurs répartis dans plus de 1 200 établissements partout au Canada. Les membres de l'ÉFC fabriquent, distribuent, commercialisent et vendent une vaste gamme de produits électriques comprenant du matériel de distribution, des contrôles industriels, des produits d'éclairage, des moteurs et des générateurs, des transformateurs, des fils et des câbles, des fournitures de câblage et des systèmes de chauffage électrique.

Ces catégories sont regroupées en sections produits au sein de l'ÉFC et ses membres peuvent donc bénéficier de ce noyau puissant pour traiter des enjeux auxquels ils sont confrontés et pour saisir de nouvelles opportunités. Par ailleurs, l'ÉFC continue de mettre l'accent sur la sécurité électrique, la durabilité, la sensibilisation, les codes et les normes. Elle agit aussi comme catalyseur en matière de réseautage, d'éducation et de recherche. Pour de plus amples renseignements, nous vous invitons à consulter le site Web de l'ÉFC à www.electrofed.com.



Cette association est une fédération de groupes d'entrepreneurs en électricité provinciaux et territoriaux qui représente les entrepreneurs en électricité au niveau national. L'ACEE représente les intérêts de plus de 8 000 entrepreneurs en électricité au Canada qui génèrent plus de 5 milliards de dollars en chiffres d'affaires et qui emploient directement 70 000 personnes.

Plus de détails sont disponibles sur le site Web www.ceca.org.



Fondée en 1954, Kerrwil Publications Limited est la plus ancienne maison d'édition indépendante au Canada. Kerrwil s'implique activement auprès de nombreuses associations industrielles dont la « Canadian Business Press » (maintenant la « Canadian Business Media Association »), « Magazines Canada », « BPA Worldwide » et le « Canadian Circulations Audit Board ». Kerrwil est l'éditeur d'importantes publications dont « Electrical Industry », « Le Monde de l'électricité », « Electrical Wholesaler », « Lighting Design and Specification » et beaucoup d'autres. De plus amples détails sont disponibles sur le site Web www.kerrwil.com

Electro-Federation Canada Inc., 300 - 180 Attwell Drive, Toronto, ON M9W 6A9

☎ 905-602-8877

☎ 416-679-9234

🌐 www.electrofed.com

✉ info@electrofed.com