

Soumission pré-budgétaire 2021-2022



Décembre 2020

Présentation de l'Association des fabricants de meubles du Québec

L'AFMQ a le mandat de contribuer activement au développement de l'industrie québécoise du meuble, en plus d'en assurer la promotion et la mise en valeur au Canada, aux États-Unis et ailleurs dans le monde. Depuis 1942, cette organisation sans but lucratif regroupe les fabricants de meubles résidentiels, de bureaux et institutionnels, les fabricants de composantes de meubles et les fournisseurs de produits et services de cette industrie.

L'Association regroupe 140 membres, dont plus d'une centaine de manufacturiers de meubles et de composantes, qui représentent la majorité de la production québécoise de meubles de bureau, résidentiels et institutionnels.

L'Association des fabricants de meubles du Québec a pour mission d'unir, de soutenir et de propulser l'industrie afin de faire rayonner le meuble du Québec ici et partout au monde.

État de situation de l'industrie du meuble au Québec

L'industrie québécoise du meuble est un pan important de l'économie québécoise. En effet, selon les plus récentes données provenant du Ministère de l'Économie et de l'Innovation, soit celles pour l'année 2017, l'industrie de la fabrication de meuble au Québec comptait plus de 22 000 employés, et ce, tout en générant des chiffres d'affaires se situant au-delà des 3,9 milliards de dollars. En termes d'importance dans l'industrie manufacturière au Québec, le meuble arrive au septième rang et est présent dans toutes les régions.

La bonne tenue économique de notre industrie est, à notre sens, une fierté indéniable. Les retombées financières de l'industrie de la fabrication de meubles, combinée à celle de l'industrie des armoires de cuisine, totalisaient 30 592 emplois, 1,9 G\$ en valeur ajoutée, des revenus fiscaux de plus de 153 M\$ et des revenus parafiscaux supérieurs à 253 M\$. Les retombées économiques de notre industrie pour le PIB québécois sont substantielles.

Par rapport à l'industrie américaine, les entreprises québécoises œuvrant dans le secteur de la fabrication de meubles ont une plus grande flexibilité et la capacité d'ajustement nécessaire face aux défis touchant le secteur manufacturier. Cet état de fait s'explique principalement par la taille plus modeste des entreprises membres de l'AFMQ.

Le marché américain représente 96 % de toutes nos exportations hors Canada (selon les données datant de 2016). Mentionnons que, au sein de l'industrie canadienne du meuble, le Québec est la seule région à présenter une balance commerciale positive de 101 M\$. Cette dernière est un avantage comparatif important pour l'industrie du meuble et pour l'économie du Québec. En effet, devant une concurrence de plus en plus prononcée des pays asiatiques, il est essentiel pour notre industrie de se démarquer sur le marché américain et de continuer à être un contributeur net à l'économie du Québec.

Tout comme l'ensemble du secteur manufacturier québécois, l'industrie du meuble fait face à des défis et ses entrepreneurs doivent réfléchir à leur modèle d'entreprise. La proximité avec le marché américain peut certes représenter un avantage significatif pour l'industrie manufacturière québécoise et les entreprises de fabrication de meubles, mais cette situation pousse nos manufacturiers à faire preuve de souplesse face à l'économie américaine.

La période de crise que nous traversons entraîne son lot d'incertitudes pour notre industrie comme pour bien d'autres. Afin d'assurer la pérennité de l'industrie manufacturière québécoise, de l'aider à faire face aux aléas du marché international et d'offrir une visibilité importante à l'industrie de la fabrication de meubles, l'AFMQ soumet aujourd'hui diverses propositions concrètes et efficaces en vue du prochain exercice budgétaire du gouvernement du Québec.

Sommaire des recommandations pré-budgétaires de l'AFMQ

Contribuer à la diversification des marchés pour le meuble québécois, p.6

Recommandation # 1 :

L'AFMQ demande au gouvernement du Québec de mobiliser le Ministère des Relations internationales et de la Francophonie et Investissement Québec pour que ceux-ci informent et accompagnent davantage les entreprises québécoises qui souhaitent exporter. Tout soutien financier à l'exportation sera aussi applaudi par l'Association.

Recommandation # 2 :

L'AFMQ demande donc au gouvernement du Québec qu'il utilise ses délégations et bureaux à l'extérieur pour mettre en valeur le meuble québécois dans ses locaux.

Recommandations # 3 :

L'AFMQ demande donc au gouvernement du Québec de relancer le PEX meuble, de lui donner un caractère permanent, de ne pas imposer la contrainte limitant l'aide financière à la participation à certains salons, et de majorer les taux de remboursement actuels pour tenir compte de l'augmentation des coûts réels encourus par les participants aux missions.

Recommandations # 4 :

L'AFMQ recommande plus précisément du soutien financier pour le développement d'une stratégie de mise en marché adaptée à diverses provinces.

Moderniser les industries manufacturières, p.8

Recommandations # 5 :

L'AFMQ demande que le Ministère de l'Économie et de l'Innovation soit mandaté pour accompagner financièrement les entreprises membres des cohortes de l'AFMQ et l'AFDICQ dans la mise en œuvre de leur virage numérique, à raison de 25 000 \$ maximum par entreprise, soit une aide financière totale de 500 000 \$ annuellement pour un programme d'accompagnement de deux ans pour 20 entreprises provenant de ces deux industries.

Recommandation # 6 :

L'AFMQ recommande au gouvernement de créer un programme permanent dont les objectifs seraient essentiellement les mêmes que ceux du PACME. L'AFMQ suggère de conserver la flexibilité du programme en termes de type de formation, mais encourage le gouvernement à mettre l'accent sur les formations qui ont pour objectif d'augmenter la productivité des entreprises grâce à l'automatisation, la robotisation et le virage numérique.

Soutenir l'achat local dans le secteur du meuble, p.11

Recommandation # 7 :

Considérant l'importance que le gouvernement accorde à l'achat local dans sa stratégie de relance économique, l'AFMQ l'encourage à investir dans sa nouvelle campagne qui contribuera

à faire connaître les meubles fabriqués chez nous. L'Association compte investir 80 000 \$ pour cette campagne et souhaiterait que le gouvernement fournisse un apport financier équivalent.

Recommandation # 8 :

L'AFMQ demande au gouvernement du Québec de créer ou d'adapter des programmes destinés aux fabricants et aux détaillants afin de créer des contenus virtuels spécialement destinés au marketing et à la vente en ligne, tant en B2C qu'en B2B.

Recommandation # 9 :

L'AFMQ demande donc au gouvernement du Québec de considérer des modes d'octroi alternatifs à celui du plus bas soumissionnaire conforme pour encourager l'achat de meubles québécois dans les secteurs publics, parapublics et municipaux, notamment en accordant une importance de premier plan à l'empreinte carbone des produits achetés, dont les émissions de gaz à effet de serre qui surviennent lors de leur transport.

Contribuer au renforcement de la chaîne d'approvisionnement, p.14

Recommandation # 10 :

Afin d'aller plus loin, l'AFMQ recommande au gouvernement de mettre en place un programme spécifique visant à aider les associations sectorielles à financer des études sur l'amélioration des pratiques en matière d'approvisionnement.

Recommandation # 11 :

L'AFMQ demande également un accompagnement dans la création de groupements d'achats dans le secteur du meuble afin d'améliorer le pouvoir d'achat et de négociations des fabricants avec les fournisseurs.

Appuyer le développement de la main-d'œuvre, p. 16

Recommandation # 12 :

L'AFMQ recommande la mise en place d'un projet-pilote en vue de la création d'un programme d'immigration permanente pour certains métiers du meuble qui ont déjà été identifiés par le CSMO comme problématiques (journalier, rembourreur, couturière, etc.).

Recommandation # 13 :

L'AFMQ recommande également la création d'une mission gouvernementale de recrutement à l'étranger spécifique au secteur du meuble.

1. Contribuer à la diversification des marchés pour le meuble québécois

Les États-Unis représentent le principal partenaire économique du Québec et notre industrie ne fait pas exception. En 2016, plus de 96 % des meubles et produits connexes fabriqués au Québec et qui étaient destinés à l'exportation ont été vendus chez notre voisin du sud. Il s'agit de retombées directes de 1,1 G \$. La proximité avec le marché américain fait en sorte que ce pays est un partenaire de choix pour faire des affaires, mais la situation politique américaine est teintée d'incertitudes.

Devant le risque de nouvelles tensions possibles avec les États-Unis, l'AFMQ juge pertinent et nécessaire de renforcer les liens commerciaux avec les autres provinces du Canada, mais aussi avec des partenaires européens et asiatiques. Nous croyons que la diversification des marchés permettra aux différentes entreprises manufacturières québécoises de mieux tirer leur épingle du jeu, face aux aléas du marché américain.

Des tentatives ont déjà été faites par le passé, afin de consolider la position de l'industrie sur les autres continents, mais différentes contraintes, notamment financières ou de barrières non commerciales, ont nui à ces efforts. Toutefois, la pandémie que nous vivons actuellement a changé la donne à plusieurs égards et l'AFMQ croit qu'avec un coup de pouce du gouvernement, le meuble québécois pourrait réaliser de belles percées sur le marché canadien, mais également ailleurs dans le monde.

En encourageant le commerce international

Le Québec a la chance de compter sur une importante représentation à l'extérieur grâce à ses 31 bureaux et délégations, répartis dans 18 pays. Que ce soit aux États-Unis, en Europe, en Asie ou dans le reste du Canada, aucune autre province ne peut se targuer de pouvoir compter sur un tel réseau.

À cet égard, l'AFMQ salue certaines actions du gouvernement depuis son arrivée, notamment la création d'Investissement Québec International et la réorganisation des délégations du Québec à l'étranger afin qu'elles jouent un rôle plus économique. Toutefois, encore aujourd'hui, l'AFMQ croit que le Québec n'arrive pas à maximiser l'utilisation de tous les outils dont il dispose pour aider ses entreprises à croître et exporter davantage. Les entreprises québécoises n'ont, par exemple, peu ou pas connaissance des possibilités et services offerts par les délégations.

Recommandation #1

L'AFMQ demande donc au gouvernement du Québec de mobiliser le Ministère des Relations internationales et de la Francophonie et Investissement Québec pour que ceux-ci informent et accompagnent davantage les entreprises québécoises qui souhaitent exporter. Tout soutien financier à l'exportation sera aussi applaudi par l'Association.

Le gouvernement pourrait également mettre à profit le réseau des délégations et bureaux représentant le gouvernement à l'international pour mettre en valeur son industrie du meuble. Il n'y a pas de raison pour que l'ameublement de ces espaces représentant le Québec soit fabriqué en Asie ou ailleurs (incluant le territoire hôte).

Recommandation #2 :

L'AFMQ demande donc au gouvernement du Québec qu'il utilise ses délégations et bureaux à l'extérieur pour mettre en valeur le meuble québécois dans ses locaux.

En pérennisant et en bonifiant le PEX Meuble

Le projet-pilote d'aide financière à l'industrie du meuble – forfait d'exposition à des foires commerciales versées dans le cadre du Programme Exportation (PEX), a existé entre 2017 et 2019 et a connu un grand succès auprès des membres de l'AFMQ.

Aux yeux de l'Association, il est essentiel de recréer ce programme spécifique au meuble, de le rendre pluriannuel et de le bonifier afin de permettre un rayonnement du meuble québécois lors de foires internationales. Ces propositions, qui ne représentent aucun risque pour le gouvernement, permettraient aux manufacturiers du meuble québécois de mieux planifier leurs participations à des foires qui, pour la plupart, nécessitent la signature d'un bail pluriannuel. Il permettrait également à des fabricants moins imposants de participer à certaines foires, chose que certains ne peuvent pas faire sans soutien.

Par ailleurs, nous croyons que le gouvernement devrait sérieusement considérer le retrait de certaines exigences et contraintes figurant dans la première mouture du programme. Par exemple, nous sommes d'avis que l'entrepreneur est le mieux placé pour choisir la foire qui lui semble la plus intéressante. Bien que le marché nord-américain soit de loin le premier pour le meuble du Québec en termes d'importance, d'autres marchés sont aussi considérés par des fabricants québécois. Ce désir de diversification devrait être encouragé par le gouvernement du Québec dans la nouvelle mouture du Programme Exportation Meuble, notamment pour aider nos membres à réduire leur dépendance au marché américain. Cela est d'autant plus important alors que nous pouvons raisonnablement prévoir que ce marché deviendra encore plus difficile d'accès dans les prochaines années en raison de la montée fulgurante du protectionnisme américain.

Recommandations # 3 :

L'AFMQ demande donc au gouvernement du Québec de relancer le PEX meuble, de lui donner un caractère permanent, de ne pas imposer la contrainte limitant l'aide financière à la participation à certains salons, et de majorer les taux de remboursement actuels pour tenir compte de l'augmentation des coûts réels encourus par les participants aux missions.

En encourageant le commerce interprovincial

Concernant le commerce interprovincial, différentes données démontrent que le Québec accuse actuellement un retard à ce chapitre face à l'Ontario. En effet, en 2016, les exportations québécoises sur le marché canadien représentaient 17,8 % du PIB, alors que les importations représentaient 16,7 % du PIB québécois. Cette balance positive de 1,1 % était toutefois devancée par celle de l'Ontario qui se chiffrait à + 4,3 %.

Les membres de l'AFMQ souhaitent accentuer le commerce interprovincial. Ainsi, toute démarche du gouvernement du Québec visant ce même objectif sera applaudie.

Recommandations # 4 :

L'AFMQ recommande plus précisément du soutien financier pour le développement d'une stratégie de mise en marché adaptée à diverses provinces.

2. Moderniser les industries manufacturières

Tout comme bien d'autres secteurs économiques, les entreprises manufacturières québécoises doivent prendre un virage technologique majeur, et ce, rapidement si elles souhaitent demeurer compétitives. La transition vers l'usine 4.0 qui implique l'informatisation et l'automatisation des procédés industriels est un passage obligé et notre industrie accuse malheureusement un important retard dans ce domaine.

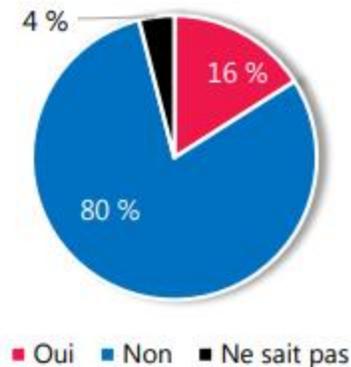
Le CEFRIO [constate](#) dans son étude sur la maturité numérique que la majorité des entreprises utilisent les trois catégories d'outils numériques de base 4.0, mais ceux-ci ne sont pas toujours les plus porteurs sur le plan de l'interconnexion des systèmes pouvant générer de la valeur (productivité, rentabilité, innovation, etc.). Bref, leur étendue est bien relative. Presque toutes les entreprises participantes exploitent les avantages des plateformes numériques commerciales, mais très peu les sites transactionnels, tant à l'interne qu'à l'externe.

L'usage global des logiciels et progiciels est aussi fortement répandu, mais il se concentre dans la conception et la gestion intégrée des ressources de l'entreprise (ERP). Il reste du rattrapage à faire sur le plan du CRM, de la traçabilité de la logistique et des ressources humaines.

Près de 6 entreprises sur 10 ont adopté les applications numériques relatives aux communications et au travail collaboratif, mais elles ont trait surtout aux solutions infonuagiques. Environ le quart des organisations exploitent un extranet et un intranet, encore moins la cyberconférence et la vidéoconférence. C'est une lacune qui aurait intérêt à être corrigée pour favoriser le télétravail, l'apprentissage en ligne, le partage des idées, la cohésion d'équipe et le réseautage des affaires numériques.

L'utilisation actuelle de la nouvelle génération des technologies 4.0 dans l'industrie est limitée. On parle de 16 % des manufacturiers interrogés, selon l'enquête. Même si les entreprises n'en sont qu'au début de la période de transformation, les résultats montrent cependant qu'elles prévoient accélérer le pas. Notre enquête fait ressortir qu'il y a des variations importantes d'adhésion technologique selon la taille des organisations. Celles qui possèdent un plan ou une stratégie numérique ont recours au coffre à outils 4.0 dans une proportion de 48 %, contre 11 % chez les autres qui n'en disposent pas. Et pour l'instant, les entreprises priorisent l'automatisation des activités liées à la production, très peu l'automatisation des activités liées à la vente et au marketing de leurs produits. Bien qu'ils soient globalement plutôt timides en ce moment par rapport aux nouveaux outils 4.0, un bon nombre de manufacturiers ont l'intention d'en intégrer davantage au cours des deux prochaines années. C'est particulièrement le cas dans l'automatisation avancée ainsi que dans l'implantation de plateformes numériques de gestion des systèmes de production et de robotique.

Figure 9 – Utilisation de nouveaux outils numériques dits 4.0
(% des entreprises utilisatrices)



Question : Votre entreprise utilise-t-elle déjà certains des nouveaux outils numériques dits 4.0 ?
Base : Total des répondants n= 294

En finançant des cohortes d'entreprises en matière d'usine 4.0

Bien que l'AFMQ reconnaisse la nécessité et le bien-fondé du Programme Audit industrie 4.0 financé par le Ministère de l'Économie et de l'Innovation, le principal défi pour nos membres demeure la mise en œuvre de la transition vers l'industrie 4.0. Effectivement, c'est lorsque vient le moment d'appliquer le plan numérique personnalisé adapté à l'entreprise réalisé dans le cadre du Programme Audit industrie 4.0 que nos membres ont le plus besoin de l'aide financière du gouvernement.

La mise en œuvre du plan personnalisé comporte effectivement de nombreux défis. Parmi ceux-ci, mentionnons spécifiquement le fait que les procédés de connexion et d'intégration ne sont pas standardisés, que ce soit pour des cas machine-à-machine, application-à-application et entreprise-à-entreprise. Les membres se retrouvent alors avec des plateformes de pointe, mais qui ne peuvent pas communiquer entre elles. Les entreprises doivent également se doter de standards de communication et de gestion des données qui assurent une traçabilité complète (ce qui n'est évidemment pas encore le cas à grande échelle). De plus, l'usine 4.0 soulève de tout nouveaux défis en matière de cybersécurité. Enfin, la question de la formation de la main-d'œuvre, que nous aborderons plus en détail ci-après, figure parmi les premiers freins à l'autonomisation et l'informatisation.

Recommandations #5 :

L'AFMQ demande donc que le Ministère de l'Économie et de l'Innovation soit mandaté pour accompagner financièrement les entreprises membres des cohortes de l'AFMQ et l'AFDICQ dans la mise en œuvre de leur virage numérique, à raison de 25 000 \$ maximum par entreprise, soit une aide financière totale de 500 000 \$ annuellement pour un programme d'accompagnement de deux ans pour 20 entreprises provenant de ces deux industries.

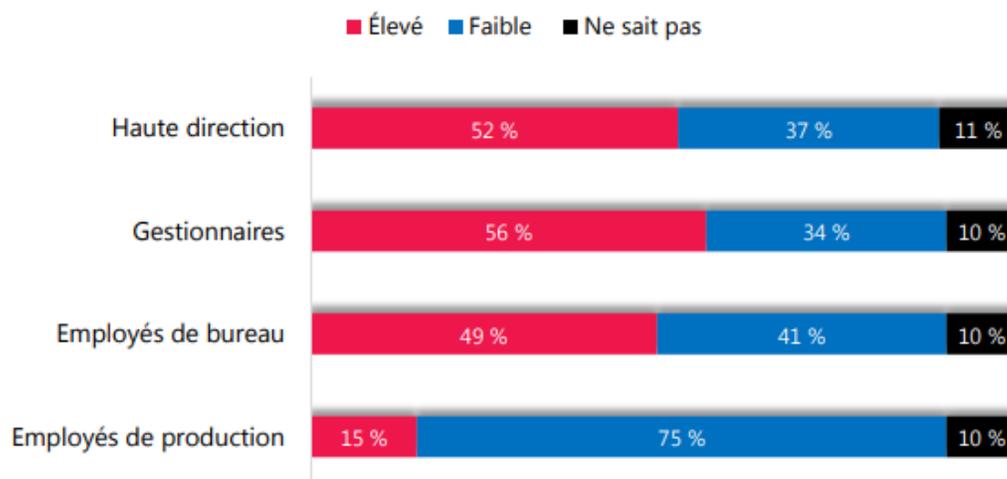
En soutenant la formation et la transformation en entreprise

Tel que mentionné précédemment, le passage à l'usine 4.0 pose également des enjeux de main-d'œuvre importants. Nos membres en régions font non seulement face à une quasi-absence de services-conseils neutres dans le domaine, mais également à la difficulté de recruter main-d'œuvre qualifiée en mesure d'œuvrer dans une usine automatiser et informatiser.

Cela est sans compter la formation additionnelle que l'entreprise doit nécessairement offrir à ses employés afin qu'ils développent une approche 360° de la fabrication plutôt que de se concentrer sur des tâches spécifiques comme on le voit dans la fabrication traditionnelle. Le succès du programme PACME (volet entreprise et promoteur collectif) démontre clairement que les entreprises manufacturières de meubles ont un besoin criant en formation.

Selon le rapport conjoint du CSMO et du CEFRIO,¹, une majorité d'entreprises consultées estiment que le niveau des compétences numériques de leurs employés de production est faible, contrairement aux employés de bureau ou aux dirigeants et gestionnaires qui ont des bases plus solides.

Figure 17 – Évaluation du niveau des compétences numériques de la majorité des employés



Le tiers des répondants disent que les compétences numériques seraient une priorité à combler chez les employés de production. C'est plus criant pour les métiers davantage manuels que pour ceux plus techniques, en raison de la proximité naturelle de ces dernières avec les nouvelles technologies 4.0.

Les entreprises participantes ont fait part de leurs préférences à l'égard des moyens de formation et de leurs attentes envers les mesures de soutien pour pouvoir les aider à adapter la main-d'œuvre de l'industrie à la réalité numérique 4.0. Les entreprises privilégient l'acquisition des compétences en milieu de travail, surtout la formation sur mesure, le compagnonnage, le

¹ Source : https://www.solutionsrh.net/pdf/CSMO_Rapport_final_revise_V2_2020-05-20.pdf

transfert des connaissances en classe dans l'usine, le complément vidéo. De façon générale, les travailleurs d'usine sont plus à l'aise avec le « coaching » et la simulation à la tâche.

L'adoption graduelle des outils numériques de communication et des technologies 4.0 de nouvelle génération, combinée à la crise de la Covid-19, pourrait favoriser encore plus la formation en ligne et les formules d'apprentissage hybrides, comme celles couvertes par le PACME.

Recommandation #6 :

L'AFMQ recommande au gouvernement de créer un programme permanent dont les objectifs seraient essentiellement les mêmes que ceux du PACME. L'AFMQ suggère de conserver la flexibilité du programme en termes de type de formation, mais encourage le gouvernement à mettre l'accent sur les formations qui ont pour objectif d'augmenter la productivité des entreprises grâce à l'automatisation, la robotisation et le virage numérique.

3. Soutenir l'achat local dans le secteur du meuble

En cofinçant une campagne de promotion Meuble du Québec

En 2016, un sondage Léger effectué au compte de l'AFMQ auprès de 1000 participants et portant sur le meuble québécois a permis de tirer trois conclusions :

- 98 % des répondants disent avoir une image positive des meubles québécois;
- 78 % des répondants ont jugé probable ou très probable de faire l'acquisition de meubles québécois dans les 12 mois suivants le sondage;
- Seulement 14 % ont répondu qu'il était facile de trouver les meubles québécois dans les magasins.

Cette dernière donnée laisse sous-entendre que, pour 86 % des répondants, il est difficile d'identifier les meubles québécois chez les détaillants et démontre en tout point que le potentiel du marché québécois est bien présent, mais que du travail demeure à faire en matière de rayonnement.

Grâce à l'aide du gouvernement du Québec qui a offert du financement par l'intermédiaire de la Stratégie numérique, l'Association a pu mettre en ligne, en 2018, le site www.meubleduquebec.com. Cette initiative, servant de référence aux consommateurs, permet de mettre en lumière les différents fournisseurs de meubles québécois.

Le lancement de la signature et du site Meuble du Québec avait pour objectifs d'assurer un impact maximal et de favoriser un meilleur maillage entre les consommateurs, les manufacturiers et les détaillants.

Afin d'assurer la pérennité et le succès à long terme de cette initiative, l'AFMQ a déployé à l'automne 2020 une campagne de communication visant la mise en valeur du meuble québécois. Cette campagne, menée en partenariat avec Radio-Canada et URBANIA ainsi que le

Cabinet de relations publiques NATIONAL, a connu un succès retentissant et les résultats ont dépassé tous les indicateurs de performance de nos partenaires.

La persistance étant essentielle en marketing pour modifier durablement les comportements des consommateurs, l'AFMQ souhaite réaliser une nouvelle campagne au printemps 2021, période à laquelle nous anticipons un essoufflement de la demande.

Recommandation #7 :

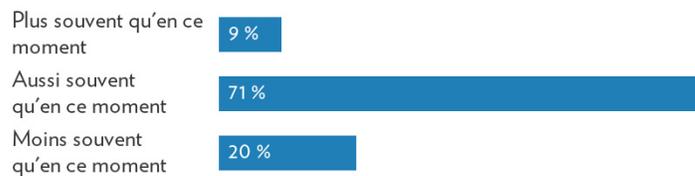
Considérant l'importance que le gouvernement accorde à l'achat local dans sa stratégie de relance économique, l'AFMQ l'encourage à investir dans sa nouvelle campagne qui contribuera à faire connaître les meubles fabriqués chez nous. L'Association compte investir 80 000 \$ pour cette campagne et souhaiterait que le gouvernement fournisse un apport financier équivalent.

Comme lors de la dernière campagne, l'AFMQ misera sur un partenariat télé pour le volet médias traditionnels. Cependant, faire la promotion des produits du meuble de façon traditionnelle ne suffit plus. Le consommateur effectue dorénavant sa recherche et son achat sur des plateformes en ligne.

En soutenant la création de contenu numérique et le passage au commerce en ligne

Selon un sondage CROP réalisé à la demande de la Presse² dont les résultats ont été publiés le 13 octobre dernier, un grand nombre de Québécois ont goûté plus souvent au commerce en ligne pendant la pandémie et ils ont l'intention de maintenir le rythme : lorsque la pandémie sera terminée, par exemple lorsqu'un vaccin aura été développé, 71 % des répondants prévoient faire des achats en ligne aussi souvent qu'en ce moment et 9 %, encore plus souvent.

Intention de continuer à magasiner en ligne après la pandémie



Source : Sondage CROP-La Presse



Le sondage révèle aussi que 47 % des Québécois dépensent davantage en ligne depuis le début de la pandémie, contre seulement 8 % qui dépensent moins. Outre le secteur des voyages et des

² Source <https://www.lapresse.ca/affaires/2020-10-13/commerce-en-ligne/les-quebecois-y-ont-pris-gout.php>

vacances qui, sans surprise, a chuté, toutes les autres catégories ont connu des hausses de ventes en ligne.

Les répondants se sont montrés généralement satisfaits de leur expérience magasinage en ligne. Cependant, en ce qui concerne les meubles et électroménagers, seulement 34 % ont qualifié leur expérience de très agréable. C'est la catégorie qui obtient le plus faible pourcentage. Soit, plusieurs consommateurs souhaitent encore tester et toucher le sofa, le fauteuil ou le matelas avant de l'acheter, car il est plus laborieux de le retourner qu'un vêtement. Cependant, l'AFMQ est convaincue que l'important retard des fabricants en ce qui concerne les sites transactionnels et le contenu destiné à la vente en ligne (tant B2B que B2C) contribue largement à cet état de fait.

Le constat du Cefrio est clair dans son étude publiée en 2020 concernant la maturité numérique de l'industrie du meuble³ : **il y a du retard dans l'industrie quant à l'intégration des outils numériques**. Les investissements nécessaires pour rattraper ce retard se chiffreront en millions à l'échelle de l'industrie. En effet, seulement 3 % des entreprises peuvent être qualifiées de mature au regard des solutions numériques qu'elles utilisent pour les activités de marketing, seulement 7 % disposent d'un site web transactionnel B2B ou B2C leur appartenant, et 24 % des entreprises seulement utilisent un site web transactionnel pour vendre leurs meubles (détaillants, designers, etc.).

Le retard est encore plus important chez les fabricants de plus petites tailles. Par exemple, le CEFRIO a observé que le niveau de maturité des entreprises de petite taille concernant les outils de promotion est particulièrement alarmant. Il est évalué à 5 % pour les entreprises de 10 à 49 employés et 0 % pour les entreprises de moins de 10 employés.

Pourtant, selon les données du CEFRIO, 58 % des Québécois ont fait au moins un achat en ligne au cours de 2017. Plus encore, les publics cibles de détaillants de meubles sont particulièrement actifs en matière d'achat en ligne : 76 % des 18 à 34 ans ont fait au moins un achat en ligne en 2017, tout comme 66 % des 35 à 54 ans.

Si on exclut l'étape de l'achat pour se limiter à celle de la recherche, c'est la très grande majorité des Québécois qui effectue des recherches en ligne avant de procéder à l'achat en magasin. Cette façon de faire de la recherche en ligne s'appelle également le *webrooming*.

L'AFMQ se réjouit de l'annonce faite dans la mise à jour économique du 12 novembre de l'injection de 100 millions de dollars sur deux ans pour encourager les entreprises à se tourner vers le mode numérique et leur offrir des services-conseils, permettre à plus d'entreprises d'élaborer un plan numérique et un plan de mise en œuvre de projets numériques ainsi qu'aider financièrement les entreprises dans la réalisation de leurs projets numériques. Nous espérons que les préoccupations de l'industrie du meuble seront tenues en compte dans les réflexions du gouvernement et attendons impatiemment les détails de cette initiative.

Recommandation #8 :

³ Source : https://www.solutionsrh.net/pdf/CSMO_Rapport_final_revise_V2_2020-05-20.pdf

L'AFMQ demande au gouvernement du Québec de créer ou d'adapter des programmes destinés aux fabricants et aux détaillants afin de créer des contenus virtuels spécialement destinés au marketing et à la vente en ligne, tant en B2C qu'en B2B.

Par exemple :

- Des photos et des vidéos de qualité professionnelle
- Des rendus 3D tenant compte des possibilités de personnalisation, argument de vente très important en ce qui concerne les meubles québécois.
- La bonification et la création de sites Web
- L'adoption de plateformes transactionnelles numériques

En faisant des marchés publics un vecteur de croissance et d'exemplarité

Bien que le gouvernement du Québec, le secteur parapublic ainsi que les municipalités soient des clients significatifs pour l'industrie du meuble québécoise, il demeure que le critère actuel du plus bas soumissionnaire dans les appels d'offres publics empêche le gouvernement de supporter pleinement l'économie locale. Alors que le gouvernement encourage l'approvisionnement local dans sa stratégie de relance économique, nous croyons que l'exercice budgétaire en cours est l'occasion idéale pour le gouvernement d'être conséquent et de revoir les critères pour l'attribution des contrats publics.

Cela dit, l'AFMQ est très consciente que le gouvernement n'a pas entièrement les coudées franches dans ce domaine puisqu'il doit notamment respecter certaines limites afin d'honorer les accords commerciaux internationaux dont il est signataire. Toutefois, nous vous soumettons que des modes d'octroi alternatifs à celui du plus bas soumissionnaire sont possibles.

Voici quelques pistes :

- Le gouvernement pourrait imposer un système de pondération et d'évaluation des offres tenant compte, en plus du prix soumis, des délais de réalisation ou de livraison des articles commandés.
- On pourrait envisager d'inclure une clause d'expérience du soumissionnaire.
- Le gouvernement pourrait également imaginer une clause portant sur les émissions de GES engendré par la fabrication et le transport des articles.

Recommandation #9 :

L'AFMQ demande donc au gouvernement du Québec de considérer des modes d'octroi alternatifs à celui du plus bas soumissionnaire conforme pour encourager l'achat de meubles québécois dans les secteurs publics, parapublics et municipaux, notamment en accordant une importance de premier plan à l'empreinte carbone des produits achetés, dont les émissions de gaz à effet de serre qui surviennent lors de leur transport.

4. Contribuer au renforcement de la chaîne d'approvisionnement

Depuis plusieurs années, les membres de l'AFMQ sont sur la corde raide. Trop souvent, la chaîne d'approvisionnement est brisée en raison des difficultés à accéder à des matières premières

uniquement produites à l'étranger. La pandémie que nous traversons n'a fait que démontrer l'urgence de trouver des solutions. L'AFMQ souhaite donc développer une vision stratégique à travers toute l'industrie afin d'améliorer le pouvoir d'achat et de négociation avec les fournisseurs.

Avec la mondialisation des marchés et la concurrence accrue au niveau international, les entreprises ont de plus en plus tendance à se concentrer sur les domaines de compétences où elles excellent et, par conséquent, à confier à des tiers les activités qu'elles maîtrisent moins bien ou pour lesquelles des pays émergents jouissent d'avantages concurrentiels significatifs du point de vue des coûts.

Cette délocalisation a progressivement nui à la sécurité de la chaîne d'approvisionnement du meuble québécois. Effectivement, la production de matières premières ou de pièces spécifiques se fait maintenant uniquement à l'étranger et est concentrée en Asie, ce qui réduit considérablement les options des fabricants d'ici en cas de bris d'approvisionnement.

En termes de problèmes concrets entraînés par le bris dans la chaîne d'approvisionnement ici et ailleurs, chez Dutailleur, le manque de mousse de rembourrage a entraîné plusieurs délais de production. Au total, près de 15 jours de production ont été perdus si on cumule le nombre d'heures total (ce ne sont pas 15 jours consécutifs). Le manque de métal a entraîné la fermeture ligne d'assemblage un total de 10 jours. Un cumulatif de 3 jours ont été perdus en raison du manque de carton et un autre 3 jours en raison du manque de vernis et de peinture.

Évidemment, le secteur du meuble de bureau a été durement touché par la pandémie. Au groupe Lacasse, pour pallier certains problèmes d'approvisionnement, un inventaire de produits fabriqués à l'étranger a pu être écoulé. Des commandes en cours ont pu être livrées dans les délais prescrits pendant la fermeture et Lacasse continue d'écouler des inventaires. Cependant, leurs fournisseurs asiatiques les informent que les délais seront plus longs car leur chaîne d'approvisionnement est très perturbée par la hausse très importante des ventes de meubles sur les sites comme Amazon. Ils prévoient que les premiers mois de 2021 seront difficiles.

Chez Canadel, durant la fermeture du printemps, l'entreprise a dû récupérer plus d'une vingtaine de conteneurs qui étaient sur l'eau. Ceci a entraîné de sérieux problèmes d'espace, sans compter une importante sortie d'argent importante pour une marchandise qui ne serait pas utile avant plusieurs mois. Au Québec, le délai d'approvisionnement moyen a toujours été d'environ 5 semaines. Actuellement, le délai moyen est aux alentours de 10 semaines.

Quant aux produits provenant d'Asie, toute l'année 2020 a été pénible quant au transport par conteneur : fermeture de la Chine à la fin janvier, réouverture de la Chine, mais les conteneurs doivent être mis en quarantaine lors de leur arrivée en sol canadien, grève/lock out au port de Vancouver, blocage de plusieurs voies ferroviaires par des groupes autochtones, grève au port de Montréal, la liste est longue. Tout dernièrement, l'entreprise a subi la pénurie de conteneurs en Asie et la pénurie de bateaux aux ports intermédiaires, par exemple au Portugal. En conséquence, les délais sont passés de 5-6 semaines à 9-10 semaines. À la mi-décembre, l'entreprise a dû déboursier plus du double de la normale pour sortir des containers du Vietnam (entre 7000 \$ et 8000 \$ américains plutôt que 3500 \$ américains par conteneur).

Cette hausse des délais de l'Asie a également une répercussion sur les produits que l'entreprise achète d'un fournisseur local, mais dont la production est effectuée ailleurs dans le monde (tissus, cuir, quincaillerie).

Tout cela a un impact direct sur leurs délais de livraison à leurs clients. Les clients de Canadel sont habitués à un délai de 4 à 6 semaines. Actuellement, ce délai est plutôt de 8 à 10 semaines. Plusieurs fois l'entreprise a été forcée de demander aux clients de sélectionner un autre produit qui est disponible, ce qui n'arrive presque jamais en temps normal.

Par ailleurs, L'Association tient à mentionner qu'elle est heureuse de voir que le gouvernement ait reconnu la problématique dans sa mise à jour économique du 12 novembre dernier.

Recommandation #10 :

Afin d'aller plus loin, l'AFMQ recommande au gouvernement de mettre en place un programme spécifique visant à aider les associations sectorielles à financer des études sur l'amélioration des pratiques en matière d'approvisionnement.

Recommandation #11 :

L'AFMQ demande également un accompagnement dans la création de groupements d'achats dans le secteur du meuble afin d'améliorer le pouvoir d'achat et de négociations des fabricants avec les fournisseurs.

5. Appuyer le développement de la main-d'œuvre

Malgré la pandémie et le taux de chômage élevé, les membres de l'AFMQ vivent encore une dangereuse situation de pénurie de main-d'œuvre, et les données disponibles n'indiquent en rien que cette situation ira en s'améliorant.

Le CSMO a fait plusieurs constats sur la situation lors d'une enquête⁴ menée en octobre en collaboration avec L'AFMQ, l'AVFQ et l'AFDICQ. Des 80 entreprises sondées, Du nombre, 81 % d'entre elles recherchent des travailleurs pour occuper des métiers semi-spécialisés et spécialisés d'usine (ex. : peintre-finiisseur, ébéniste, couturier de meubles, rembourreur, opérateur de machines industrielles, assembleur de portes et fenêtres, etc.).

Beaucoup de postes vacants affichés par les manufacturiers interrogés sont reliés à l'approvisionnement-logistique (38 %), au service à la clientèle (32 %), à la vente (26,2 %), à l'ingénierie (22 %) et à la maintenance (18 %). Dans une moindre mesure, il y a aussi des besoins du côté de la modélisation des schémas de production (16 %), du design des produits (15 %), de l'analyse avancée des données (10 %), des TI (7,5 %) et des communications-marketing (6,25 %).

Les récentes annonces du gouvernement en termes de requalification de la main-d'œuvre sont accueillies positivement par l'AFMQ et ses membres. Toutefois, les chômeurs pandémiques n'arriveront pas seuls à combler le manque de main-d'œuvre dans le secteur. Nos membres ont

⁴ [Bulletin Info Main-d'œuvre Automne 2020 \(solutionsrh.net\)](#)

énormément de difficulté à attirer et à retenir les travailleurs dans leurs régions respectives, et ce, même en augmentant les avantages sociaux et la rémunération.

Les difficultés de recrutement sont en partie attribuables à la générosité des initiatives gouvernementales de soutien du revenu auprès des travailleurs qui ont perdu leur travail en raison du coronavirus, selon la plupart des répondants.

Les autres raisons sont récurrentes. Les jeunes n'ont pas tous le secteur manufacturier en tête quand vient le temps de se trouver un emploi sur le marché du travail, ajoutent les entreprises sondées.

Le peu d'appétit en général à faire carrière dans les professions plus manuelles de l'industrie ne facilite pas les choses non plus. Le manque de disponibilité de la main-d'œuvre immigrante est cité comme un autre obstacle à l'embauche.

En soutenant le recrutement et l'intégration de travailleurs étrangers

Le recrutement de travailleurs étrangers est complexe et fastidieux. Il existe un vaste écart entre Montréal et les régions. Les commentaires des membres venant de Montréal sont que les travailleurs issus de l'immigration sont surqualifiés pour les emplois disponibles et les membres des régions mentionnent la difficulté d'attirer ces travailleurs hors de la région métropolitaine. Selon la FCCQ, 80 % des personnes immigrantes au Québec résident dans la région de Montréal et 55 % des emplois disponibles dans la province se retrouvent à l'extérieur de la Métropole.⁵

L'intégration des travailleurs issus de l'immigration dans les régions demande une coordination qui est complexe et va au-delà de l'expertise présente en entreprise.

L'AFMQ salue l'initiative du Ministère du Travail et de l'Emploi d'avoir annoncé en 2019 une somme de 55 millions \$ consacrée à différentes initiatives de recrutement et d'intégration en emploi des personnes immigrantes d'ici 2021⁶, et espère que ce type de mesures seront favorisées dans l'avenir.

L'AFMQ demande au gouvernement d'avoir une vision à long terme afin d'assurer une pérennité à notre industrie et d'assurer le maintien de notre expertise particulière de fabrication de meubles.

Une mesure comme la subvention salariale de 50 à 70 % du salaire brut accordée à un employeur qui embauche une personne immigrante pendant une période pouvant aller jusqu'à 52 semaines serait extrêmement bénéfique, spécialement si elle faisait partie d'un programme dédié à l'industrie du meuble. Nous encourageons également des subventions pour le soutien au déménagement des travailleurs immigrants recrutés et le remboursement de dépenses liées au recrutement à l'étranger comme des frais de transport et d'hébergement.

Recommandation #12 :

⁵ Source : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1641475/programme-un-emploi-en-sol-quebecois-penurie-travailleurs-etrangers>

⁶ <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/2019-08-26/recrutement-et-integration-de-travailleurs-immigrants-quebec-octroie-55-millions>

L'AFMQ recommande la mise en place d'un projet-pilote en vue de la création d'un programme d'immigration permanente pour certains métiers du meuble qui ont déjà été identifiés par le CSMO comme problématiques (journalier, rembourreur, couturière, etc.). Ce programme devrait s'étendre à du soutien à l'intégration communautaire, de l'aide au logement ainsi qu'à du soutien à l'immigration des familles des travailleurs, notamment grâce à un apport possible d'Immigration, Francisation et Intégration Québec, actif dans toutes les régions de la province.

Recommandation #13 :

L'AFMQ recommande également la création d'une mission gouvernementale de recrutement à l'étranger spécifique au secteur du meuble.

En participant à la promotion des programmes d'études des métiers du meuble

De façon générale, nous croyons que la formation professionnelle devrait faire l'objet de plus d'attention de la part du gouvernement du Québec. En tant que société, nous devons trouver les moyens de valoriser davantage les professions techniques qui sont essentielles à la vitalité du secteur industriel et plus largement à l'économie de nos régions.

Le manque de main-d'œuvre qualifiée est particulièrement criant dans l'industrie du meuble et la moyenne d'âge des travailleurs du secteur laisse à penser que la situation deviendra insoutenable d'ici dix ans si aucune mesure n'est prise. Étant donné le côté artisanal ou très spécialisé de plusieurs métiers, le risque de perte d'expertise et de savoir-faire est bien réel.

Le secteur du meuble a connu des moments difficiles en 2007-2008 et malheureusement, cette perception que le secteur est en décroissance persiste et le rend peu attractif pour les jeunes et les travailleurs. Cette perception combinée à une méconnaissance du secteur dans la population en général nuit à l'industrie. Il y a urgence de mieux valoriser la formation des métiers du meuble. Les programmes de formation professionnelle ont un faible taux d'inscription et peinent à fournir à la demande, alors que le taux de placement des étudiants est de 100 %. L'arrimage entre les écoles de formation professionnelle, les populations étudiantes particulièrement en région et l'industrie du meuble est essentiel.

L'AMFQ croit également qu'un accompagnement de type coop (alternance travail-étude) permettrait une intégration plus facile des étudiants à notre réalité et augmenterait par le fait même l'attractivité auprès de la clientèle cible.

Selon le CSMO⁷, dépendamment de la région, le recrutement d'employés à travers des stages d'études peut aller jusqu'à 63 %, mais dans plusieurs régions ce pourcentage demeure trop bas.

⁷ https://www.solutionsrh.net/pdf/diagnostic_sectoriel_2018.pdf

Sources de recrutement selon les régions administratives					
Montérégie (n = 22)		Chaudière-Appalaches (n =19)		Lanaudière (n =14)	
Site emplois public	91 %	Site emplois public	95 %	Site emplois public	78 %
Références par des employés	73 %	Réseaux sociaux	79 %	Réseaux sociaux	67 %
Sites emplois privés	68 %	Sites emplois privés	74 %	Références par des employés	56 %
Réseaux sociaux	59 %	Références par des employés	68 %	Sites emplois privés	50 %
Journaux	50 %	Banque de C.V. entreprise	58 %	Site de l'entreprise	39 %
Agences de placement	45 %	Salons d'emplois	47 %	Stages d'études	39 %
Site de l'entreprise	45 %	Site de l'entreprise	47 %	Agences de placement	39 %
Stages d'études	41 %	Journaux	37 %	Banque de C.V. entreprise	28 %
Banque de C.V. entreprise	32 %	Agences de placement	37 %	Salons d'emplois	22 %
Salons d'emplois	32 %	Stages d'études	26 %	Journaux	17 %
		Recrutement étranger	11 %		
Estrie (n = 10)		Capitale-Nationale (n =10)		Montréal (n =9)	
Références par des employés	90 %	Réseaux sociaux	90 %	Références par des employés	89 %
Sites emplois privés	90 %	Site emplois public	80 %	Site emplois public	89 %
Site emplois public	90 %	Références par des employés	70 %	Agences de placement	67 %
Réseaux sociaux	70 %	Sites emplois privés	50 %	Banque de C.V. entreprise	67 %
Site de l'entreprise	70 %	Banque de C.V. entreprise	40 %	Sites emplois privés	56 %
Banque de C.V. entreprise	50 %	Stages d'études	40 %	Réseaux sociaux	33 %
Agences placement	50 %	Site de l'entreprise	30 %	Site de l'entreprise	33 %
Stages d'études	50 %	Journaux	10 %	Stages d'études	33 %
Salons d'emplois	40 %	Salons d'emplois	10 %	Journaux	22 %
Journaux	10 %	Agences de placement	10 %	Salons d'emplois	11 %
Centre-du-Québec (n = 9)		Laurentides (n =8)		Mauricie (n =8)	
Site emplois public	100 %	Site emplois public	100 %	Site emplois public	100 %
Références par des employés	78 %	Références par des employés	75 %	Banque de C.V. entreprise	75 %
Sites emplois privés	78 %	Sites emplois privés	75 %	Références par des employés	75 %
Réseaux sociaux	67 %	Réseaux sociaux	63 %	Agences de placement	63 %
Agences de placement	56 %	Salons d'emplois	50 %	Stages d'études	63 %
Banque de C.V. entreprise	56 %	Site de l'entreprise	50 %	Réseaux sociaux	50 %
Salons d'emplois	56 %	Journaux	38 %	Salons d'emplois	50 %
Site de l'entreprise	56 %	Stages d'études	38 %	Sites emplois privés	38 %
Journaux	33 %	Banque de C.V. entreprise	25 %	Site de l'entreprise	38 %
Stages d'études	33 %	Agences de placement	25 %	Journaux	25 %
Recrutement étranger	11 %			Recrutement étranger	13 %

L'AFMQ tient à souligner l'importance de la mesure annoncée lors de la mise à jour économique du 12 novembre 2020, soit les 459 M\$ pour favoriser la réintégration des Québécois sur le marché du travail, à travers deux axes principaux :

- Soutenir la formation et la requalification de la main-d'œuvre dans des secteurs stratégiques
- Favoriser la diplomation à la formation professionnelle et au collégial

Recommandation #14 :

L'AFMQ souhaite le développement de nouveaux programmes de formation de type alternance travail-études directement liés aux catégories d'emploi en demande, ainsi qu'une aide financière afin de faire la promotion et la valorisation des métiers du meuble auprès de la clientèle cible, notamment à travers une campagne et une tournée visant les élèves du secondaire.

Conclusion

Les défis auxquels l'industrie de la fabrication de meubles et l'ensemble des manufacturiers font face sont importants, et cette réalité demeurera en contexte post-pandémique. Alors que la

tendance est de plus en plus orientée vers une robotisation et une numérisation des usines (usines 4.0), la concurrence sur le marché international est de plus en plus présente. La pression des États-Unis et de l'Asie pousse nos entreprises manufacturières à faire preuve d'ingéniosité pour tirer leur épingle du jeu.

Les entreprises de fabrication de meubles sont présentes sur l'ensemble du territoire québécois. Les meubles produits chez nous sont synonymes de fiabilité, de durabilité, de design et de bon rapport qualité-prix. Le secteur manufacturier est à la croisée des chemins et il est impératif de mettre de l'avant des mesures qui permettront de lui assurer une pérennité.

Les demandes contenues dans ce document sont représentatives de la voie à emprunter pour y parvenir. Elles sont raisonnables et permettront de maintenir notre industrie parmi les plus profitables de l'économie québécoise. Ne perdons pas de vue que la fabrication du meuble québécois, quel qu'il soit, totalise plus de 22 000 emplois directs et a une valeur ajoutée de plus de 2 G \$.

Il est primordial pour le gouvernement de soutenir cette industrie et de l'aider dans ses démarches de mise à jour technologique et d'exportations. Qui plus est, l'engagement gouvernemental de favoriser le commerce extérieur par le MRIF est positif pour notre industrie. Une aide à notre industrie continuerait de permettre à des dizaines de milliers de Québécois d'avoir de bons emplois, dans un secteur névralgique de l'économie, dans toutes les régions du Québec et, surtout, de faire rayonner les meubles de chez nous et notre génie manufacturier bien au-delà de nos frontières.