

AGA 2008
Notes Jean-Marc Perron
Président du conseil

Bonsoir mesdames et messieurs,

Ce ne sera pas évident de résumer en cinq minutes toute une année aussi remplie. Mais c'est nécessaire que je le fasse. Certaines actions méritent de ne pas rester inconnues ou mourir dans l'oubli. Ceci est donc le rapport officiel que je dresse au nom des membres du conseil et au nom de la confiance que vous nous aviez faite en nous élisant.

Commençons par le début, ça sera plus facile à suivre.

Le premier choc est survenu tout de suite après le Jour de l'an, quand Normand Levac, Carl Strulovitch et moi, tous trois ayant été présidents du conseil, avons reçus les finalistes pour le concours de président-directeur général. Dans ses mots, Richard Darveau nous a dit : « Mettons les choses au clair, ce n'est pas MON association, ce n'est pas MON conseil d'administration, c'est le vôtre! »

Il a tenu parole depuis un an : Mon Dieu qu'on a travaillé fort!

Il est entré en poste le 21 janvier et dès le 30 du mois, il proposait une réunion d'urgence pour revoir la gouvernance de l'association. Tout ce qu'il a proposé depuis est allé dans le sens d'enlever des pouvoirs à sa fonction et de nous responsabiliser comme administrateurs.

Ai-je besoin de vous parler de l'importance d'une bonne gouvernance alors que, ces jours-ci, on entend parler des dépenses folles de la FTQ Construction ou de l'absence d'approbation par les administrateurs de la Caisse de dépôt et de placement sur des décisions majeures? Heureusement, rien de grave comme cela nous est arrivé, mais ça aurait pu, parce qu'on n'était pas équipé pour se protéger.

Le ton était donc donné. Cette troisième année à la présidence m'a permis de voir une équipe d'administrateurs très différente, tous très réveillés, nerveux comme des joueurs de hockey à la veille des éliminatoires, plus conscients que jamais de leur responsabilité.

Il s'en est suivi un train de décisions et de comportements qu'on peut résumer sous les mots transparence, consultation, éthique. Autrement dit, avant de se lancer dans de nouveaux projets, il fallait revoir notre organisation sur le plan de la démocratie. Une notion fondamentale, peut-être pas dans nos commerces ni dans nos usines, mais pour une association comme la nôtre, qui appartient à ses membres, c'est toute la différence.

Je pense que son attitude a inspiré le secrétaire et le trésorier en particulier qui ont régulièrement veillé à ce que l'intérêt général des membres soit le seul qu'on défende au conseil. La vérificatrice, arrivée d'urgence en cours d'année, témoignera, je pense, tout à l'heure, de notre progression sur le plan administratif. Une gestion plus minutieuse nous a permis de dégager un surplus qui nous permet enfin de se lancer sur de plus gros dossiers que la gestion du quotidien.

Je ne vais pas réciter devant vous toutes les résolutions votées puisque, justement par souci de transparence, elles vous ont été remises dans vos pochettes.

Permettez donc que je m'en tienne à rappeler quelques hauts faits.

Le 26 février, on a décidé de réaliser une planification stratégique de cinq ans. Ce n'est pas une décision à la légère. Depuis les vingt dernières années, notre association n'a pas été associée à aucun projet d'envergure. Elle a géré les activités sociales, c'est tout, sauf quelques lettres écrites à des ministres de temps en temps, sans vraiment de stratégie derrière. Cette décision a été suivie d'une grande consultation des membres au cours de l'été 2008. Pas moins de 154 marchands et fournisseurs, ce qui est remarquable, ont répondu au sondage. Parmi les résultats, j'ai été impressionné de constater que jeunes et vieux voulaient tous que l'association redevienne ce pourquoi elle avait été créée en 1940, à savoir : un genre de syndicat patronal, un peu comme les agriculteurs peuvent compter sur l'UPA. Comme nos collègues de l'ACQ ou de l'APCHQ peuvent compter sur une structure pour les défendre et les promouvoir.

Les mois suivants ont permis à la permanence et aux administrateurs de calculer et de lancer beaucoup d'idées. C'est finalement à la Réception du 21 janvier de cette année et dans le dernier Quart de Rond de mars que les membres ont appris vers où on se propose de les amener.

Mais les consultations ne sont pas finies. Les négociations non plus. Plusieurs partenariats seront annoncés dans les semaines à venir. C'est donc dire que l'an prochain, vous jugerez votre conseil d'administration non plus sur ses paroles et ses principes, mais sur les vraies premières réalisations du plan stratégique 2009-2013.

Revenons sur le bilan de l'année 2008.

À la mi-avril, vous avez commencé à recevoir une infolettre à chaque semaine par Internet. L'Xpress est venue combler un besoin de communication que huit numéros seulement de Quart de Rond ne pouvait pas solutionner. Tout doit être connu tellement plus vite de nos jours.

Richard me faisait par d'un calcul qui m'a impressionné : en 2007, on a diffusé 410 articles alors qu'en 2008, on en a publié 1350 environ.

Mais ce que je trouve plus important encore, c'est qu'on est passé de l'information à la communication. Les nouvelles technologies nous ont permis de prendre le pouls de nos membres régulièrement sur plusieurs sujets. En plus des réactions au blogue du PDG, il y a eu 18 sondages. C'est ce genre de nouveau dialogue avec les membres qui me dit qu'on est sur le bon chemin...

Les 7-8-9 mai ont été intenses. C'était les assises annuelles du CRBSC. On a reçu nos collègues des autres provinces dans le Vieux-Québec. Vous savez que l'AQMAT fait partie d'un groupe de cinq associations (ABSDA, BSIA, LBMAO et WRLA). Ensemble, depuis la fin des années 60, on a créé le Canadian Retail Building Supply Council. Cette tribune nous permet de défendre vos intérêts à l'échelle fédérale.

Le 15 juin, juste histoire de s'amuser une minute. Qui se souvient de notre tournoi de golf? Qu'est-il arrivé de spécial ? (Demander à quelqu'un d'en parler). Le ciel nous lançait des balles de golf! Mais le destin a été bon pour nous puisque cette édition du tournoi a été la plus lucrative de toute l'histoire de l'association! Alors bravo à Lisette, l'organisatrice!

Le 9 septembre, on s'est penché sur l'ensemble de nos services du genre économies de carburant, assurances, etc. Le sondage avait révélé que les membres les utilisaient peu. Il fallait décider d'arrêter de les offrir ou de les améliorer pour les rendre plus avantageux. On a commencé par un des gros morceaux : la mutuelle de prévention. Ça faisait environ dix ans que plus ou moins cent membres sur 800 étaient dans notre mutuelle, mais sans trop de conviction. Un grand appel d'offres a été lancé au bout duquel la firme AON Conseil a été sélectionnée.

Dans les semaines suivantes, un après l'autre, chaque programme a été diagnostiqué, évalué, éliminé ou amélioré. On se présente aujourd'hui devant vous avec des avantages beaucoup plus forts qu'avant et que je vous demande d'essayer.

Le 12 novembre, on adhère officiellement à la Coalition québécoise du bois et dans les jours suivants, notre PDG était nommé sur son conseil d'administration. De grands projets s'en viennent en 2010 pour que les marchands jouent un rôle actif dans la vente des produits du bois auprès des consommateurs et des entrepreneurs.

Un an plus tard, depuis le premier choc que j'évoquais au début de mon exposé, où en sommes-nous?

On est de retour avec des débats économiques et politiques grâce à un congrès qui va grandir à chaque année.

On commence à être connu et reconnu des organismes et ministères qui ont une influence sur notre business.

On peut maintenant rencontrer les médias parce qu'on a de meilleurs outils de communication et, on peut le dire, une permanence plus forte, des administrateurs avec des rôles mieux définis et un porte-parole solide. À ce sujet, je pense que le moment est correct pour vous dévoiler qu'un contrat de cinq ans a été signé avec Richard Darveau.

J'aimerais aussi profiter de l'occasion pour remercier Claude Dupuis de Produits forestiers Surewood et Jack Crombie de Hudson Hardware & Supply pour leur dévouement au cours de la dernière année.

Les gros défis?

S'entendre tout le monde sur un concept de salon qui place notre industrie et nos professions sous les projecteurs une fois par année. Il faut que les clients sachent que la quincaillerie et les matériaux de construction, c'est pas chez WalMart qu'ils vont trouver ça, encore moins chez Jean Coutu, c'est chez nos membres.

Avant, notre slogan était je pense exagéré. C'était « L'incontournable partenaire de votre industrie ». Maintenant que l'ADMACQ est devenu l'AQMAT, on veut avoir, tout simplement, ni plus ni moins, UN SÉRIEUX IMPACT!

Merci de votre confiance.

Jean-Marc Perron