

# TIAC



**TIMES**

www.tiactimes.com • Winter / Hiver 2020



**Construction Outlook 2020**

**Perspectives de la construction au Canada pour 2020**

**Innovating for the Future**

**Innover pour l'avenir**

**People Linking Companies**

**Les liens humains entre les entreprises**

**Homegrown Support**

**Le soutien de chez nous !**

**Yukon Adventures All Around**

**Aventures au coeur du Yukon**

**NOW  
AVAILABLE**

# The No-Dust Alternative to Aerogel Blanket

**Your  
CUI  
Solution**



**VARIOUS THICKNESSES  
AVAILABLE,  
UP TO 60 INCH WIDTH**



**HYDROPHOBIC  
UP TO 600F CONTINUOUS**



**SUITABLE UP TO 1200F  
(600F to 1200F WITH  
PROPER VENTILATION)**



# SUPER MAT

Proud Members of

**TIAC**  **ACIT**

**Thermal Insulation Association of Canada**  
*The Voice of The Mechanical Insulation Industry*

**Association Canadienne de l'Isolation Thermique**  
*La voix de l'industrie de l'isolation mécanique*



[WWW.LEWCOSUPERMAT.COM](http://WWW.LEWCOSUPERMAT.COM)

[WWW.LEWCOSPECIALTYPRODUCTS.COM](http://WWW.LEWCOSPECIALTYPRODUCTS.COM)

PHONE 225.924.3221 • (800)221.6414 • FAX 225.927.2918

BATON ROUGE, LA

**PUBLISHER / EDITOR**

Jessica Kirby  
jessica.kirby@pointonemedia.com  
250.816.3671

**CONTRIBUTING WRITERS**

Steve Clayman  
Ron Coleman  
Andrew Delmonico  
Shaun Ekert  
Ted Lewis  
Meredith Low  
StrataTech Education  
Jordan Whitehouse

**ADVERTISING SALES / CREATIVES**

Lara Perraton • 877.755.2762 ext 1407  
lperraton@pointonemedia.com

COVER IMAGE:  
Photo by Jessica Kirby

**PUBLISHED QUARTERLY BY:**

Point One Media Inc. on behalf of the  
Thermal Insulation Association of Canada  
1485 Laperriere Avenue Ottawa, ON K1Z 7S8  
T: 613.724.4834 / F: 613.729.6206

Contact: The Willow Group  
info@thewillowgroup.com • www.tiac.ca

While information contained in this publication has been compiled from sources deemed to be reliable, the publisher may not be held liable for omissions or errors.

Contents ©2020 by Point One Media Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or duplicated without prior written permission from the publisher.

Printed in Canada • Postage paid at Simcoe, ON.

Return postage guaranteed. Canada Post Canadian Publications Mail Sales Product Agreement #40719512.

Return undeliverable Canadian addresses to:  
Circulation Department  
TIAC Times  
PO Box 11 Stn A Nanaimo, BC V9R 5K4  
email: circulations@pointonemedia.com

TIAC reserves the right to refuse any ad copy that contains anything that may be adverse to the interest of TIAC, including advertisements that are supportive of products, groups, or companies that are not supportive of the general objectives of TIAC.

*L'ACIT se réserve le droit de refuser toute annonce publicitaire dont le contenu serait contraire à ses intérêts, notamment toute annonce faisant la promotion de produits, de groupes ou de compagnies qui ne favorisent pas les objectifs généraux de l'ACIT.*

Statements of fact and opinion are the responsibility of the authors alone and do not necessarily reflect the official views of TIAC. Also, the appearance of advertisements and new product or service information does not constitute an endorsement of products or services featured.

*Les déclarations et les opinions énoncées sont la responsabilité des seuls auteurs et ne reflètent pas forcément le point de vue officiel de l'ACIT. La présence d'annonces et de renseignements sur de nouveaux produits et services ne signifie pas que la revue endosse les produits et services en question.*



36

39

Winter 2020 / Hiver 2020

## 16 Construction Outlook 2020 Perspectives de la construction au Canada pour 2020

## 22 TIAC Outlook 2020 Perspectives de l'ACIT pour 2020

## 26 Innovating for the Future Innover pour l'avenir

## 33 People Linking Companies Les liens humains entre les entreprises

## 36 Homegrown Support Le soutien de chez nous !

## 39 Yukon Adventures All Around Aventures au coeur du Yukon

### Extras / Les extras

- 4 President's Message / Le mot du président
- 10 Insulation Insights / Tout savoir sur l'isolation
- 14 Industry News / Nouvelles
- 41 Contractors 101 / Entrepreneurs 101
- 42 TIAC Distributors / Distributeurs de l'ACIT
- 46 It's the Law / C'est la loi
- 48 Strategic Planning / Planification stratégique
- 50 Advertiser Index / Index des annonceurs



**Thermal Insulation Association of Canada**  
The Voice of The Mechanical Insulation Industry

**Association Canadienne de l'Isolation Thermique**  
La voix de l'industrie de l'isolation mécanique

## Any Publicity is Good Publicity

For the better part of half a century, we have been trying to promote and encourage mechanical insulation systems. We want to get them in front of engineers, owners, architects, and specifiers to show how important they are to the integrity and longevity of their assets. This has been our mission and vision for the past 50 years, and it is the very premise upon which our industry rests.

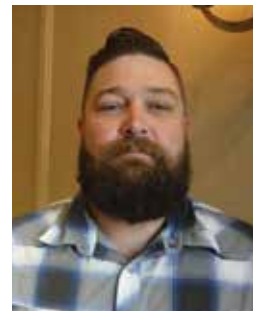
Enter the dreaded arch nemesis: corrosion under insulation or CUI. Its mere whisper strikes fear into the hearts of contractors far and wide because it stands for that which we strive to avoid: rework, higher costs, and lower reputations. CUI carries stigma as the shame of the mechanical insulation industry, but maybe, just maybe, it is an opportunity. What if, as a globally recognized term and affliction, it works to get people paying attention to mechanical insulation? What if, instead of focusing on the negative, we look to the important attention it brings to our industry?

Just recall, until Al Gore came around on the bus, people may have been passively thinking about the environment but they sure weren't taking to the streets about it. Gore brought the bad but realistic news, and if at that time you were a person already cognizant of environmentalism you kept on keeping on and you didn't see his campaign as carrying negative connotations—you saw it as a platform for greater awareness, clarity, and education. If you were in the dark about environmentalism, Gore's headlines made it impossible to ignore.

There is nothing stopping us from leveraging talk about corrosion under insulation as a platform to discuss solutions and expand the knowledge base of our end users. We can still use this term as an opportunity. It has garnered traction as an important issue that can cause problems in nearly any application, and this is the perfect place from which to launch a discussion about why mechanical insulation, applied to code and with expert craftsmanship, is essential.

Any publicity is good publicity. Any headline is a good headline—because at least it means people are talking and consider the issue important. We have tried for 50 years to grab headlines with verified science supporting the safety, energy efficiency, personnel protection, and environmental benefits of mechanical insulation—but headlines are hard to get. They are not, however, hard to spin for the good if we know what we are talking about and believe in the cause.

While we are on the topic, the term corrosion under insulation is a bit of a loaded term. It is relatively new, but it has taken



By / par Shaun Ekert

## Toute publicité est bonne à prendre

Depuis près d'un demi-siècle, nous essayons de faire connaître et valoir les systèmes d'isolation mécanique. Nous voulons démontrer aux ingénieurs, aux propriétaires, aux architectes et aux rédacteurs de devis l'importance des produits isolants pour l'intégrité et la longévité de leurs biens. Cela constitue notre mission et notre vision depuis cinquante ans et le principe même sur lequel notre industrie s'appuie.

Entre en jeu l'ennemie jurée la plus redoutée : la corrosion sous l'isolation ou CSI. La seule pensée de la CSI fait frémir de peur tous les entrepreneurs parce qu'elle représente ce que nous voulons éviter le plus possible : des travaux à refaire, des coûts supplémentaires, des réputations ternies. La CSI est considérée comme la honte de l'industrie de l'isolation mécanique, certes, mais offrirait-elle aussi une opportunité ? En effet, il faut se poser la question. Pourquoi ce fléau mondialement connu ne permettrait-il pas du même coup d'éveiller l'intérêt des gens en faveur de l'isolation mécanique ? Et si, au lieu de nous concentrer sur le côté négatif des choses, nous envisagions l'attention considérable que la CSI attire sur notre industrie ?

Souvenons-nous qu'avant la tournée d'Al Gore en autobus, les gens pouvaient avoir réfléchi passivement à l'environnement, mais ils ne manifestaient certainement pas dans les rues à ce sujet. Al Gore nous a communiqué sa vision pessimiste mais réaliste des choses. Si, à ce moment-là, vous étiez déjà une personne sensibilisée aux questions d'écologie, vous avez continué sur votre lancée et n'avez pas considéré sa campagne comme porteuse de connotations négatives — il y a fort à parier que vous avez vu sa campagne plutôt comme un tremplin vers des progrès en matière de sensibilisation, de lucidité et d'éducation. Si vous étiez dans le noir concernant l'écologie, les manchettes générées par Al Gore l'ont rendu impossible à balayer sous le tapis.

Rien ne nous empêche donc d'utiliser les conversations sur la corrosion sous l'isolation comme tremplin pour discuter de solutions et enrichir le bagage de connaissances de nos utilisateurs finaux. Nous pouvons traiter la mention de ce terme comme une opportunité. La CSI suscite de l'intérêt parce qu'on comprend mieux maintenant qu'elle peut causer

# Polyguard®

Innovation based. Employee owned. Expect more.

## Providing Moisture Control Solutions for over 60 Years

*Long known for its weatherproof cladding and vapor barriers, Polyguard's Mechanical Division now offers superior insulation systems (including corrosion protection for CUI) targeting below ambient and chilled water applications.*



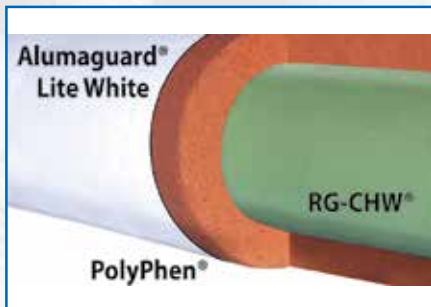
**Alumaguard**



**RG-2400**



**Styrofoam XPS**



**PolyPhen**



**Insulrap/ZeroPerm**

- Weatherproof Jacketing • CUI protection
- Vapor Barriers • Insulation

**214-515-5000**

**Mechanical Division**

For a complete list of products, visit [www.Polyguard.com/mechanical](http://www.Polyguard.com/mechanical)

hold as something that specifically labels insulation rather than the surface hosting the corrosion. This almost makes it sound like insulation is the problem—if you walk by an uninsulated, corroded pipe you don't refer to the “corrosion under the environment” or “corrosion under air.” It is simply “corrosion” and this is where we need to shift our thinking—to the actual problem and, most importantly, the solution.

Come to the TIAC Conference in Whitehorse, Yukon, August 12-15, 2020. This is the place to educate yourself, confer with fellow contractors, and share your ideas so when it comes your turn to get on the bus, spin the headline, and make the best of bad publicity, you'll be ready. Contact the TIAC office or watch these pages for registration information. ▀

des problèmes dans presque toutes les applications. C'est le point de départ idéal pour expliquer pourquoi il est essentiel que l'isolation mécanique soit appliquée conformément au code par un artisan compétent.

Toute publicité est bonne à prendre. Toute manchette est la bienvenue — parce que cela veut au moins dire que les gens discutent et estiment la question importante. Nous essayons depuis 50 ans de faire la manchette avec des données scientifiques vérifiées qui corroborent la sûreté de l'isolation mécanique, son efficacité énergétique, et ses avantages pour la protection du personnel et l'environnement — mais les manchettes sont difficiles à obtenir. Cependant, une fois qu'on fait la manchette, il est facile d'expliquer que la cause est la bonne; mais encore faut-il y croire et savoir de quoi on parle.

À propos, l'expression corrosion sous l'isolation est trompeuse. Elle est relativement nouvelle et s'est imposée par la bande sous la forme d'une étiquette qui mentionne expressément l'isolation plutôt que la surface atteinte de corrosion... comme si c'était l'isolation qui était le problème. Or, devant un tuyau non isolé corrodé, on ne parle pas de « corrosion sous l'environnement » ou de « corrosion sous l'air ». On parle simplement de « corrosion » et c'est dans cet esprit qu'il faut réorienter nos réflexions — c'est-à-dire vers le vrai problème et, surtout, vers la bonne solution.

Venez au congrès de l'ACIT à Whitehorse (Yukon), du 12 au 15 août 2020. C'est l'endroit où aller pour acquérir des connaissances, conférer avec des collègues entrepreneurs et exposer vos idées, afin d'être prêt lorsque votre tour viendra de monter à bord de l'autobus, d'expliquer la manchette et de tirer le meilleur parti possible d'une publicité même défavorable. Contactez le bureau de l'ACIT ou soyez à l'affût des renseignements sur l'inscription qui paraîtront ici. ▀

Vous travaillez à un projet intéressant ou vous avez une idée d'article à proposer ? Il suffit pour cela de communiquer avec notre rédactrice en chef, Jessica Kirby, au 250.816.3671 ou de lui envoyer un courriel à l'adresse jkirby@pointonemedia.com

**The Ultimate Protection**

**DUCT & PIPE SEALING SYSTEM**

FlexClad is the multi-layered, flexible jacketing system that protects critical duct and piping against the toughest environments. This self-sealing and easy to install product not only protects, but outperforms all other competitive systems on the market today. Backed by a 10-year warranty, FlexClad is the ideal solution at any extreme.

**UV Stable, Weather Resistant and Waterproof.**

**FLEX CLAD™**  
DUCT & PIPE WATERPROOFING MEMBRANE

Visit [www.flexclad.com](http://www.flexclad.com) for **FREE FlexClad™ Samples**

**55 YEARS**  
1961-2016

**mfm BUILDING PRODUCTS CORP.**  
[www.flexclad.com](http://www.flexclad.com)

**800-882-7663**



# LIGHT & DURABLE

## APPLICATION-DRIVEN INNOVATION



### ***XSPECT™ ISOfoam APF***

**XSPECT ISOfoam APF is a durable, lightweight board designed to simplify fabrication and installation while maximizing versatility.**

- Closed-cell polyisocyanurate foam board with 2-sided foil facer
- Used to make lightweight, tightly sealed systems that are moisture resistant
- Delivers exceptional R-value per inch
- Variety of hot and cold and mechanical and OEM applications

TIAC's mission is to represent and promote the membership as the national voice of the thermal insulation industry in Canada. The TIAC membership works to advance the thermal insulation industry through the development of national industry standards, information, and education.

## Our Objectives

1. To continue to promote and advance the TIAC Best Practices Guide to the industry.
2. To further the interests of the members of the Corporation.
3. To educate members of the Corporation, permitting the highest possible development of professional skills with respect to insulation in all aspects and through this professional development to continue to merit the confidence of architects, engineers, owners, and/or their agents.
4. To obtain, disseminate, and exchange full and accurate information among the members regarding all matters pertinent to the advancement of the insulation industry and the improvement of conditions within the industry.
5. To promote the conservation of energy through the effective use of insulation.
6. To co-ordinate industry endeavours and represent the membership as the national voice of the insulation industry.

La mission de l'ACIT consiste à représenter et à promouvoir ses membres sur un front uni, une voix nationale de l'industrie de l'isolation thermique au Canada. Les membres de l'ACIT oeuvrent afin d'améliorer l'industrie de l'isolation thermique par le biais du développement de normes, de l'information et de l'éducation de l'industrie au niveau national.

## Nos buts

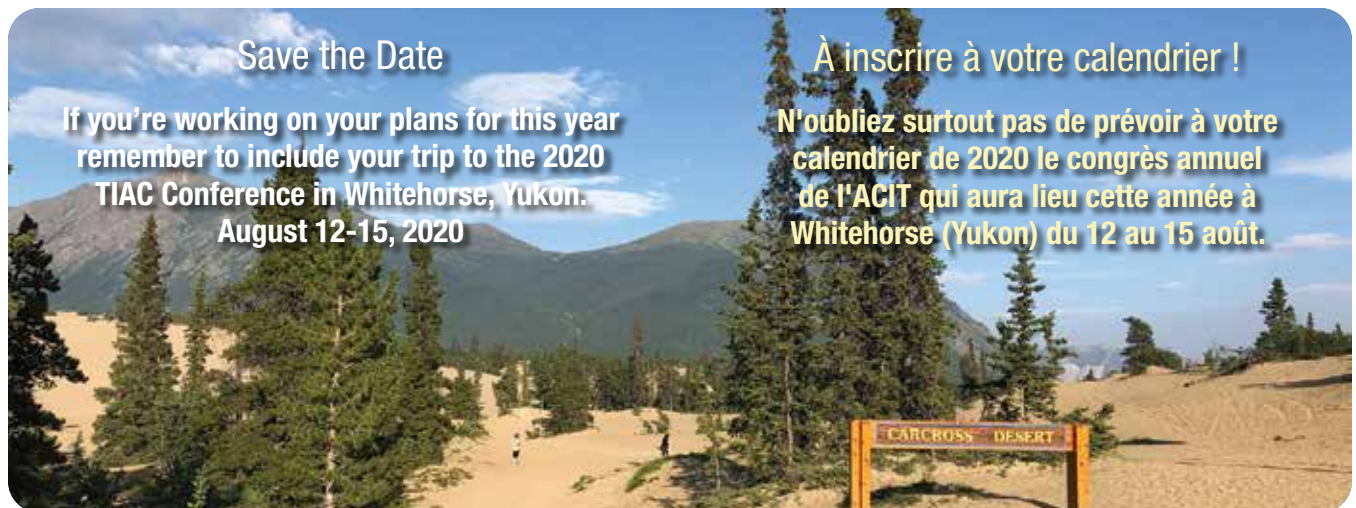
1. Poursuivre la promotion et l'avancement du guide des meilleures pratiques d'isolation dans notre industrie.
2. Assurer la progression et favoriser les intérêts des membres.
3. Éduquer les membres, en permettant le plus haut degré de développement des compétences professionnelles en ce qui a trait à l'isolation sous toutes ses formes, et par l'entremise de ce développement professionnel afin de continuer à s'attirer la confiance des architectes, des ingénieurs, des propriétaires et de leurs agents.
4. Obtenir, disséminer et échanger de l'information complète et exacte parmi les membres en ce qui concerne toute matière pertinente à l'avancement de l'industrie de l'isolation et à l'amélioration des conditions au sein de l'industrie.
5. Promouvoir la conservation de l'énergie par le biais d'un usage efficace de l'isolation.
6. Coordonner les projets ou activités de l'industrie et représenter les membres sur un front uni, c'est-à-dire la voix nationale de l'industrie de l'isolation.

## Save the Date

If you're working on your plans for this year remember to include your trip to the 2020 TIAC Conference in Whitehorse, Yukon.  
August 12-15, 2020

## À inscrire à votre calendrier !

N'oubliez surtout pas de prévoir à votre calendrier de 2020 le congrès annuel de l'ACIT qui aura lieu cette année à Whitehorse (Yukon) du 12 au 15 août.







**Thermal Insulation Association of Canada**  
*The Voice of The Mechanical Insulation Industry*

**Association Canadienne de l'Isolation Thermique**  
*La voix de l'industrie de l'isolation mécanique*

## 2019 – 2020

President – Shaun Ekert  
 1st Vice-President – Joey Fabing  
 2nd Vice-President – Robert Bertram  
 Treasurer – Chris Ishkanian  
 Past-President – Vacant  
 Secretary – David Reburn  
 Chairman Manufacturers – Robert Bertram  
 Alternate Manufacturers – Randy St. Jacques  
 Chairman Distributors – Vacant  
 Alternate Distributors – Louis Basque  
 Chairman Contractors – Mark Trevors  
 Alternate Contractors – Robert Gray  
 Director of British Columbia – Brad Haysom  
 Director of Alberta – Mark Trevors  
 Director of Saskatchewan – Shaun Ekert  
 Director of Manitoba – Robert Gray  
 Director of Ontario – Joey Fabing  
 Director of Quebec – Mathieu Hamel  
 Director of the Atlantic Region – Malcolm Robertson  
 Director at Large – Walter Keating

## Advisors to the Board of Directors

Rémi Demers  
 Norm Depatie

## Committees

TIAC Times – Robert Bertram  
 Marketing – Robert Bertram  
 Conference Chair – Wheeler Boys  
 Insulation Awareness Committee Chair – Robert Bertram  
 Conference 2020 Chair – Andre Pachon  
 TIAC Innovators Chair – Wayne Siffledeen

## Provincial Association Representatives

Association d'Isolation du Québec – Lyne Laperriere  
 B.C. Insulation Contractors Association – Brian Hofler  
 Master Insulators Association of Ontario – Charlie Stuckey  
 Manitoba Insulation Contractors Association – Jon Reimann  
 Saskatchewan Insulation Contractors Association – Shaun Ekert  
 Thermal Insulation Association of Alberta – Jenny Kerr

**If you would like more information about the association or would like to review a complete list of members, please visit [www.tiac.ca](http://www.tiac.ca).**

## 2019 – 2020

Président – Shaun Ekert  
 Premier vice-président – Joey Fabing  
 Deuxième vice-président – Robert Bertram  
 Trésorier – Chris Ishkanian  
 Président sortant – Vacant  
 Secrétaire – David Reburn  
 Président de fabricants – Robert Bertram  
 Suppléant de la section des fabricants – Randy St. Jacques  
 Président de distributeurs – Vacant  
 Suppléant de la section des distributeurs – Louis Basque  
 Président d'entrepreneurs – Mark Trevors  
 Suppléant de la section d'entrepreneurs – Robert Gray  
 Directeur de la Colombie-Britannique – Brad Haysom  
 Directeur de l'Alberta – Mark Trevors  
 Directeur de la Saskatchewan – Shaun Ekert  
 Directeur du Manitoba – Robert Gray  
 Directeur de l'Ontario – Joey Fabing  
 Directeur du Québec – Mathieu Hamel  
 Directeur de la région de l'Atlantique – Malcolm Robertson  
 Directeur par mandat spécial – Walter Keating

## Conseillers du conseil d'administration

Rémi Demers  
 Norm Depatie

## Comités

TIAC Times – Robert Bertram  
 Marketing – Robert Bertram  
 Président des congrès – Wheeler Boys  
 Président du comité de sensibilisation à l'isolation – Robert Bertram  
 Président du congrès 2020 – Andre Pachon  
 Président des innovateurs de l'ACIT – Wayne Siffledeen

## Représentants des associations provinciales

Association d'Isolation du Québec – Lyne Laperriere  
 B.C. Insulation Contractors Association – Brian Hofler  
 Master Insulators Association of Ontario – Charlie Stuckey  
 Manitoba Insulation Contractors Association – Jon Reimann  
 Saskatchewan Insulation Contractors Association – Shaun Ekert  
 Thermal Insulation Association of Alberta – Jenny Kerr

**Si vous désirez davantage de renseignements sur l'association ou accéder à la liste complète des membres, s.v.p. visiter le site [www.tiac.ca](http://www.tiac.ca).**

## Who's Going to Eat your Lunch Today?

It's competitive out there. Very competitive. There doesn't seem to be any reprieve. The pressure is constant. It doesn't matter what sector you participate in. For manufacturers, it's a relentless drive for greater production efficiencies and cost reductions everywhere else. The overriding approach by management is that it's demeaning for plant workers to spend an entire shift, all week, all month, all year, manually lifting bags of residential insulation off of a conveyor belt. Mind-numbing. The answer? Replace workers with machines. Machines don't get sick, want more money, or take breaks.

A number of years ago, an insulation manufacturer decided sales reps could be replaced with an 800 number. That didn't last very long. Today, almost everything is online. Who calls on mechanical engineers any more? Which reps are now responsible for huge territories? Do more with less.

I visited a drywall plant about 25 years ago. The only people on the floor were the occasional maintenance workers. Six technicians on shift and in a booth oversaw the entire plant. Everything, but everything, was automated. This was in place over two decades ago. Today, the level of automation is even greater.

Is there still someone who hasn't bought an item from Amazon? Hit that magic button and an incredible series of unseen events takes place. These events continue until the item is finally delivered at its destination. Automation plays a significant role in this process. In fact, the efficiencies are so prevalent, often the workers in the distribution centres can't maintain the pace. The answer? More automation. Fewer workers.

For distributors, staying competitive is critical, but where do efficiencies come from? Longer warehouse hours? Relationships? Pricing support from suppliers? Faster, better, smarter product delivery initiatives? Break out into new markets? How is all that ultimately sustainable?

Contractors are at the mercy of almost everyone up the food chain. How can a contractor be efficient when a delivery is late or the wrong material is shipped? What about being fully prepared to begin work in an area of a project, only to be told with no advance warning, the start point has moved? How is our industry supposed to address the shortage of skilled installers?

Former United States President Barack Obama was in Toronto January 23, 2020. He came to give a talk to a sold-out house. The topic was "Future Skills". During the course of his presentation, he emphasized that if today your work consists of repetitive work, then your value to the company will become obsolete. You will be replaced by automation, by a machine. It sounds scary, but it is going on all the time and in every office and industry. The banks are a perfect example of this trend.



By / par Steve Clayman

## Qui va vous ôter le pain de la bouche aujourd'hui ?

La concurrence est rude sur le marché. Très rude. Et il ne semble jamais y avoir de répit. La pression est constante. Peu importe le secteur dont on fait partie. Il y a une quête incessante de gains de productivité chez les fabricants et de réductions de coûts partout ailleurs. Les directeurs et cadres de gestion croient dur comme fer qu'il est dégradant pour des ouvriers d'usine de passer tout leur temps, jour après jour, semaine après semaine, mois après mois, à retirer manuellement d'un tapis roulant des sacs d'isolant pour bâtiments résidentiels. C'est abrutissant. La solution pour eux ? Remplacer les travailleurs par des machines. Les machines ne tombent pas malades, ne veulent pas d'augmentation salariale et ne font pas la pause.

Voilà quelques années, un fabricant d'isolant a décidé de remplacer ses représentants commerciaux par un numéro sans frais. Cela n'a pas duré très longtemps. De nos jours, presque tout est en ligne. Qui encore appelle des ingénieurs en mécanique ? Quels représentants sont maintenant chargés d'énormes territoires ? Faites plus avec moins.

Il y a environ 25 ans, j'ai visité une fabrique de cloisons sèches. Les seuls ouvriers dans l'atelier étaient de rares préposés à l'entretien. Six techniciens travaillant par quarts dans une cabine supervisaient l'usine au complet. Tout, mais absolument tout, était automatisé. C'était déjà le cas voilà plus de deux décennies. Depuis, l'automatisation s'est intensifiée.

Y a-t-il des gens qui n'ont encore rien acheté chez Amazon ? Le fait de cliquer sur ce bouton magique déclenche une incroyable série d'actions invisibles qui se déroulent jusqu'à ce qu'à ce que l'article acheté soit enfin parvenu à destination. L'automatisation joue un rôle important dans ce processus. En fait, les gains d'efficacité sont si considérables qu'il arrive souvent aux travailleurs des centres de distribution

**Vous désirez mettre vos projets ou chantiers en valeur ? Veuillez communiquer avec Jessica à l'adresse [jkirby@pointonemedia.com](mailto:jkirby@pointonemedia.com) pour faire paraître votre article dans *TIAC Times*.**

A thermal image of a pipe system, showing heat signatures in yellow and orange against a dark purple background. A white crosshair is centered on the pipe. The text is overlaid on two orange rectangular backgrounds.

what you don't see  
is costing you

**MECHANICAL INSULATION  
SAVES ENERGY, SAVES THE ENVIRONMENT  
AND SAVES MONEY.**



**energy  
conservation  
specialists**

learn how mechanical insulation can help you  
save at **[energyconservationspecialists.org](http://energyconservationspecialists.org)**



Developers and contractors look for efficiencies because efficiencies reduce costs and speed up the completion of a project. If you compare products and procedures from a few years ago, the changes are evident. Europe is decades ahead in building technology, particularly when it comes to pre-fabrication of components. Going back to the drywall plant I visited, I saw a drywall installation where the vertical edges of the sheets were very precisely tapered to meet a matching panel. The requirement for tape was eliminated. Prefabricated walls with studs, drywall, and electrical and plumbing connections were used. Bathrooms were prefabricated to the point where they only had to be put in place, connected to water and electrical lines, and were operational. Hollow core structural concrete slabs were installed. Conduit was run through some cores and other cores served as ducting. They weren't using sheet metal ducts for most air delivery requirements. Where does all of this fit in with mechanical insulation?

Incorporating a higher degree of prefabrication is what the construction industry is looking for. Several products have been around for a long time—insulated ducting and pre-insulated piping. The reasons these concepts haven't gone mainstream remain as challenges for those industries. A few of the challenges facing these industries are code restrictions, lack of experienced installers, and tradition. Are these manufacturers working to overcome acceptance issues? Consider this:

The AHR Expo ([www.ahrexpo.com](http://www.ahrexpo.com)), promoted as “The World's Largest HVACR Marketplace,” took place in Orlando February 3-5, 2020 and showcased thousands of products from dozens of countries. Attendance was north of 45,000. There were at least four manufacturers of pre-insulating piping and a few displaying insulated duct. The AHR Expo trade show is mind-boggling expensive. Why would these companies make the investment unless their respective owners saw a potential return?

It pays not to ignore trends, the thought processes people have about “What's next?”, and where other industries have ended up. Learn what industries exist today that didn't exist five and ten years ago, and then project forward. Where is the industry you're part of today going to be five and ten years hence?

I can't predict what the future brings. Certainly, there will always be a requirement for skillsets whereby someone actually has to physically do something. Who would have ever thought that a robot would have a greater degree of dexterity and accuracy than an experienced neurosurgeon? Who is up for brain surgery by a robot? Are you kidding me? This relentless push for greater and greater efficiencies incorporating artificial intelligence moves forward.

This article poses numerous questions, which for the time being remain unanswered. Make no mistake, there are people thinking and acting on “next steps”. The mechanical insulation industry has remained quite static for about 100 years. Is it due for changes that are measured or radical? Just asking. ■

d'être incapables de soutenir le rythme. La solution ? Plus d'automatisation. Moins de travailleurs.

Pour les distributeurs, il est essentiel de demeurer concurrentiel; mais d'où viendront alors les gains d'efficacité ? D'une prolongation des heures d'ouverture des entrepôts ? De l'établissement d'alliances ? D'un prix de faveur de la part des fournisseurs ? D'initiatives pour livrer les produits plus rapidement, efficacement et intelligemment ? De l'accession à de nouveaux marchés ? Au bout du compte, comment tout cela peut-il durer ?

Les entrepreneurs sont à la merci de presque tous les maillons supérieurs de la chaîne d'approvisionnement. Comment un entrepreneur peut-il être efficace lorsqu'une livraison est en retard ou qu'il a reçu les mauvais matériaux ? Que dire des fois où l'on s'apprête à entreprendre des travaux pour se faire soudainement dire que la date de démarrage du projet a été reportée ? Comment notre industrie est-elle censée remédier à la pénurie d'installateurs qualifiés ?

L'ancien président des États-Unis Barack Obama était à Toronto le 23 janvier 2020. Il est venu faire un exposé sur les compétences de l'avenir devant une salle comble. Durant son exposé, il a mis l'accent sur le fait que, si vous faites actuellement un travail répétitif, vous risquez de ne plus être utile pour votre entreprise. Vous serez remplacés par une machine, par un processus automatisé. Cela semble effrayant, mais cela se produit tout le temps, dans tous les bureaux et toutes les industries. Le secteur bancaire illustre parfaitement cette tendance.

Les promoteurs et les entrepreneurs recherchent des gains d'efficacité parce que ceux-ci permettent de réduire les coûts et d'accélérer l'exécution de leurs projets. Par comparaison avec des produits et des procédés d'il y a quelques années, les changements sont évidents. L'Europe a des dizaines d'années d'avance en techniques du bâtiment, notamment en préfabrication de composantes. Pour en revenir à la fabrique de cloisons sèches que j'ai visitée, j'ai vu une installation où les bords verticaux des feuilles de cloison sèche sont biseautés de manière à s'assembler parfaitement bien avec des panneaux

**BID FASTER AND WIN MORE**

**FAST WRAP**  
Insulation Estimating Software

- Insulation-specific catalog pricing
- On-screen takeoff for digital plans
- Specifications that can be tailored to each job
- Labor rates that can be adjusted for each job
- Job-specific Material pricing

**FASTEST, INC.**  
800-828-7108 | [fastest-inc.com/tiac](http://fastest-inc.com/tiac)

correspondants, ce qui élimine le besoin de ruban à jointoyer. On utilise des murs préfabriqués munis de montants, de feuilles de cloison sèche et de raccords électriques et de plomberie. Les salles de bains sont préfabriquées au point de n'avoir qu'à être mises en place et connectées à des canalisations d'eau et d'électricité pour être utilisables. On installe des dalles de béton structurales à noyau creux et certains de ces noyaux creux abritent des conduits, tandis que d'autres servent de canalisations. On n'utilise pas de gaines en tôle pour la plupart des besoins en distribution d'air. Quelle place l'isolation mécanique occupe-t-elle dans tout cela ?

Un plus grand recours à la préfabrication est ce que l'industrie de la construction recherche. Plusieurs produits préfabriqués existent déjà depuis longtemps — les conduits isolés et les tuyaux pré-isolés. Les raisons pour lesquelles ces concepts ne se sont pas généralisés demeurent des défis pour ces industries : restrictions des codes, manque d'installateurs expérimentés et traditions, notamment. Ces fabricants travaillent-ils à surmonter les problèmes d'acceptation ? Considérez ce qui suit :

L'expo AHR ([www.ahrexpo.com](http://www.ahrexpo.com)), annoncée comme le plus grand Salon CVC/R au monde, a présenté des milliers de produits provenant de douzaines de pays à Orlando, du 3 au 5 février 2020. Elle a accueilli plus de 45 000 visiteurs. Au moins quatre fabricants de tuyauterie pré-isolée y ont participé et quelques-uns ont montré des conduits isolés. Les

frais de participation au salon AHR Expo sont ahurissants. Pourquoi ces entreprises feraient-elle cet investissement si les propriétaires ne croyaient pas que cela pourrait leur rapporter ?

On gagne à connaître les tendances et les processus de réflexion des gens concernant les étapes à venir, et à savoir où d'autres industries ont abouti. Apprenez quelles industries existent seulement depuis cinq à dix ans, puis projetez-vous dans l'avenir. Où l'industrie à laquelle vous appartenez aujourd'hui sera-t-elle rendue d'ici cinq à dix ans ?

Je ne peux pas prédire l'avenir. On aura toujours certainement besoin de quelqu'un qui doit faire quelque chose physiquement. Qui aurait pensé qu'un robot aurait un plus grand degré de dextérité et de précision qu'un neurochirurgien expérimenté ? Qui est prêt pour une chirurgie au cerveau par un robot ? Vous plaisantez ? Cette poussée incessante vers la réalisation de gains d'efficacité de plus en plus grands à l'aide de l'intelligence artificielle se poursuit.

Le présent article pose de nombreuses questions qui, pour le moment, restent sans réponse. Ne vous leurrez pas. Il y a des gens qui songent aux « prochaines étapes » et agissent en conséquence. L'industrie de l'isolation mécanique n'a pas beaucoup évolué depuis une centaine d'années. Des changements s'imposent. Seront-ils modérés ou radicaux ? Je pose simplement la question. ■



CROSSROADS C&I

DISTRIBUTORS / FABRICATORS

The Insulation Specialists™







THE LARGEST DISTRIBUTOR  
AND FABRICATOR OF  
COMMERCIAL AND  
INDUSTRIAL INSULATION  
PRODUCTS IN CANADA

CONTACT YOUR NEAREST CROSSROADS C&I BRANCH

<p><b>Edmonton, AB</b> 800.252.7986</p> <p><b>Calgary, AB</b> 800.399.3116</p> <p><b>Coquitlam, BC</b> 800.663.6595</p>	<p><b>Toronto, ON</b> 800.268.0622</p> <p><b>Hamilton, ON</b> 877.271.0011</p> <p><b>Kitchener, ON</b> 800.265.2377</p>	<p><b>London, ON</b> 800.531.5545</p> <p><b>Sarnia, ON</b> 800.756.6052</p> <p><b>Ottawa, ON</b> 800.263.3774</p>	<p><b>Montreal, PQ</b> 800.361.2000</p> <p><b>Quebec City, PQ</b> 800.668.8787</p> <p><b>Dartmouth, NS</b> 877.820.2550</p>
---	---	---	---

ISO 9001:2008

crossroadsci.com



Montreal • Québec City • Ottawa



Fabricator – Distributor  
At your service since 1982

Distributeur – Fabricant  
À votre service depuis 1982

Complete line of insulation products -  
Thermal and Acoustical

Gamme complète de produits isolants -  
Thermiques et acoustiques

514-354-5250 • 1-800-361-4251  
[www.dispro.com](http://www.dispro.com) • email: [info@dispro.com](mailto:info@dispro.com)

### New Faces in TIAC's 2019-2020 Board of Directors

The TIAC Board of Directors said goodbye (or, see you soon) to some of its long-time members at the 2019 AGM and Conference in Montreal, Quebec, and it welcomes some new faces. The newest members might be new to the board, but they are certainly not new to the industry or to volunteer work that benefits the mechanical insulation industry in Canada.

Rémi Demers has stepped down from his position as Director of Quebec and has agreed to stay on as an advisor to the board. He will continue to be invited to meetings and will be able to contribute ideas to board decisions as a non-voting member. Mattieu Hamel, Director of Quebec, is a business owner and ex-president of Insulation Association of Quebec (IAQ).

Brad Haysom of Tight 5 Insulation Ltd. has taken Andre Pachon's place as Director of British Columbia. Brad has been a contractor for 25 years and has held various positions on the BCICA board, including president, for at least ten years. Randy St. Jaques, Manufacturers Alternate, and Louis Basque, Nu-West, Alternate Distributors, also bring experience, business acumen, and volunteerism to the board of directors in these positions new to them.

These individuals new to the board and the long-standing members who have contributed their time and energy for several years continue to bring ideas, action, and innovation to your board of directors. Watch these pages and plan to attend the 2020 Conference in Whitehorse, Yukon to learn more about their achievements and the direction TIAC will take in years to come. ■

### 2020's Top BIM trends

*Building information modelling (BIM) experienced an influx of users and adopters in 2019 with interpretations and discussions around it evolving since the year prior*

The construction industry has come together and is collaborating around BIM to solve some of the key issues and challenges it faces. BIM used to be something only the most innovative of companies employed—now it is the norm. This trend provides optimism for the BIM space in 2020 and beyond.

Introduction of specific BIM standards has been a catalyst for the technology's rapid advancement. Some of these include the Industry Foundation Class (IFC), an industry-specific data model schema; and BIM Collaboration Format (BCF), or model-based, software-independent communication protocols.

The way forward for construction is establishing standards but also identifying what to standardize. Simplification of the process involves defining industry terminology associated with BIM, such as the common data environment (CDE), digital twins, and openBIM.

The construction industry is establishing standards to improve clarity and certainty when selecting, using, and communicating about BIM. The standards are focused on capturing, sharing,

### De nouveaux visages au conseil d'administration 2019-2020 de l'ACIT

Le conseil d'administration de l'ACIT a dit au revoir (ou à bientôt) à quelques-uns de ses membres de longue date à l'AGA et au congrès de 2019 à Montréal (Québec). Il souhaite maintenant la bienvenue à de nouveaux membres. Les plus récentes recrues sont peut-être des nouveaux venus au conseil d'administration, mais elles ne sont certainement pas des novices dans notre secteur ni en ce qui concerne le bénévolat en faveur de l'industrie de l'isolation mécanique au Canada.

Rémi Demers a quitté son poste de directeur du Québec et accepté de rester au conseil d'administration à titre de conseiller. Il continuera d'être invité à des réunions et pourra, comme membre sans droit de vote, soumettre des idées pour aider le conseil à prendre des décisions. Mathieu Hamel, le directeur du Québec, est un chef d'entreprise et ancien président de l'Association de l'isolation du Québec (AIQ).

Brad Haysom, de la firme Tight 5 Insulation Ltd., a pris la place d'Andre Pachon comme directeur de la Colombie-Britannique. Brad est entrepreneur depuis 25 ans et occupe, depuis au moins dix ans, divers postes au conseil d'administration de la BCICA, notamment celui de président. Randy St. Jacques, le remplaçant pour le secteur des fabricants, et Louis Basque (Nu-West), le remplaçant pour celui des distributeurs, font, eux aussi, bénéficier le conseil d'administration de leur expérience, de leur sens des affaires et de leur esprit de bénévolat dans l'exercice de ces fonctions, nouvelles pour eux.

Ces nouveaux venus au conseil et les membres de longue date qui y consacrent du temps et de l'énergie depuis plusieurs années continuent de proposer des idées, des démarches et des innovations à votre conseil d'administration. Pour en savoir plus long sur leurs réalisations et l'orientation que l'ACIT prendra au cours des prochaines années, prévoyez d'assister au congrès de 2020 à Whitehorse (Yukon). Surveillez l'information à ce sujet qui paraîtra dans nos pages. ■

### Principales tendances de la BIM en 2020

*En 2019, la modélisation des données du bâtiment (appelée plus communément BIM, soit building information modelling), dont les interprétations et les discussions évoluent depuis un an, a connu un afflux d'utilisateurs et d'adeptes.*

L'industrie de la construction s'est concertée et collabore maintenant autour de la BIM pour régler quelques-uns des principaux enjeux et défis auxquels elle fait face. Auparavant, la BIM était quelque chose que seules les entreprises les plus novatrices employaient — maintenant, c'est la norme. Cette tendance s'avère prometteuse pour l'espace BIM en 2020 et au-delà.

L'avènement de normes BIM précises a été un catalyseur qui a permis à la technologie de faire des progrès rapides. Parmi celles-ci, mentionnons le format IFC (*Industry Foundation*

and accessing data—key tenets of success in an industry becoming much more reliant on technology. The standards also consider how to future proof data and access to it.

As the proliferation of BIM continues, the importance of being open, neutral, and willing to collaborate will be the foundation of standardization and BIM's adoption. ▀

### TIAC Conference 2020 – Whitehorse, Yukon: Save the Date

TIAC's board of directors and conference planning committee is hard at work developing an outstanding technical program for the 58th annual conference August 12-15 in Whitehorse, Yukon. Guests will stay at the Coast High Country Inn and enjoy four days of technical sessions, speakers, meet and greet events, and the always-memorable president's ball. A lively social program for guests of attendees, an open evening to explore the beautiful city of Whitehorse, and the much-anticipated golf day at Mountain View Golf Club round out a spectacular event. Save the date and watch these pages for updates and to register. See you under the midnight sun! ▀

### 2020's Top BIM trends

*Building information modelling (BIM) experienced an influx of users and adopters in 2019 with interpretations and discussions around it evolving since the year prior*

The construction industry has come together and is collaborating around BIM to solve some of the key issues and challenges it faces. BIM used to be something only the most innovative of companies employed—now it is the norm. This trend provides optimism for the BIM space in 2020 and beyond.

Introduction of specific BIM standards has been a catalyst for the technology's rapid advancement. Some of these include the Industry Foundation Class (IFC), an industry-specific data model schema; and BIM Collaboration Format (BCF), or model-based, software-independent communication protocols.

The way forward for construction is establishing standards but also identifying what to standardize. Simplification of the process involves defining industry terminology associated with BIM, such as the common data environment (CDE), digital twins, and openBIM.

The construction industry is establishing standards to improve clarity and certainty when selecting, using, and communicating about BIM. The standards are focused on capturing, sharing, and accessing data—key tenets of success in an industry becoming much more reliant on technology. The standards also consider how to future proof data and access to it.

As the proliferation of BIM continues, the importance of being open, neutral, and willing to collaborate will be the foundation of standardization and BIM's adoption. ▀

*Class*), schéma de modèle de données propre au secteur, ainsi que le format BCF (*BIM Collaboration Format*), format de fichier neutre, fondé sur un modèle, qui permet de communiquer des informations de coordination sur l'évolution des chantiers.

La voie à suivre en construction consiste à établir des normes, mais également à déterminer quoi normaliser. La simplification du processus suppose une définition de la terminologie industrielle associée à la BIM, notamment l'environnement commun de données (ou CDE pour *common data environment*), les jumeaux numériques et l'openBIM.

L'industrie de la construction est en train d'établir des normes afin d'améliorer la clarté et la certitude décisionnelles lors de la sélection et de l'utilisation de la BIM et des communications concernant celle-ci. Les normes sont axées sur la saisie, le partage et l'accessibilité des données — principes clés de succès dans une industrie qui dépend de plus en plus des technologies. On considère également comment pérenniser les données et leur accessibilité.

L'ouverture, la neutralité et la volonté de collaborer seront nécessaires à la normalisation et à l'adoption de la BIM, tandis qu'elle continuera de se propager. ▀

### Congrès de l'ACIT de 2020 – Whitehorse (Yukon) : À inscrire à son calendrier

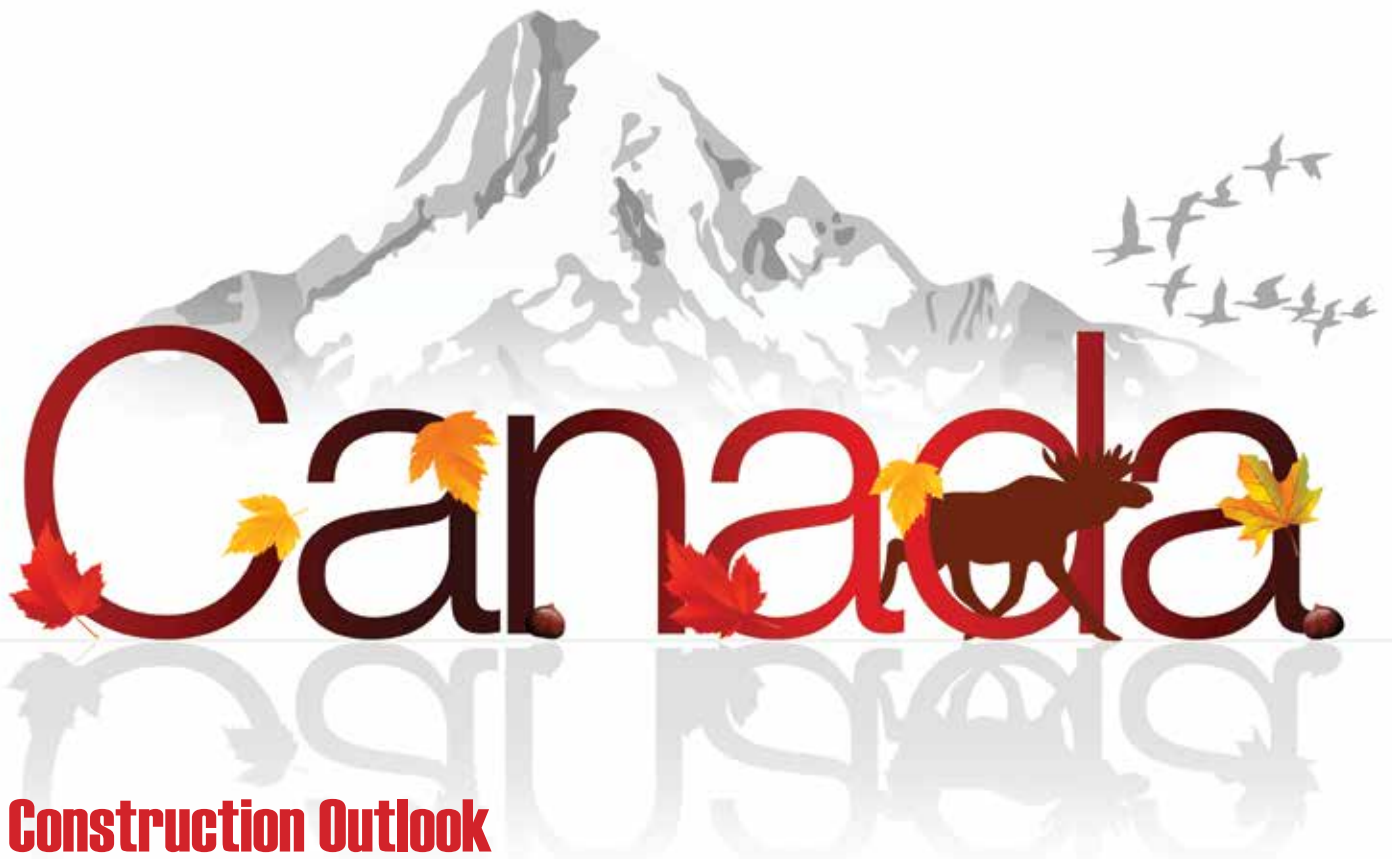
Le conseil d'administration de l'ACIT et le comité de planification s'affairent à élaborer un programme technique exceptionnel pour le 58e congrès annuel qui aura lieu du 12 au 15 août à Whitehorse (Yukon). Les congressistes séjourneront au Coast High Country Inn et profiteront de quatre journées d'activités telles que des séances techniques, des exposés, des réunions sociales et le bal du président, toujours mémorable. Un programme social dynamique destiné aux invités des participants, une soirée libre pour explorer la belle ville de Whitehorse et la journée de golf très attendue au club de golf Mountain View compléteront une manifestation spectaculaire. Inscrivez ces dates à votre calendrier et restez à l'affût des dernières nouvelles et des renseignements concernant l'inscription qui seront publiés ici. Au plaisir de vous voir sous le soleil de minuit ! ▀

### Principales tendances de la BIM en 2020

En 2019, la modélisation des données du bâtiment (appelée plus communément BIM, soit *building information modelling*), dont les interprétations et les discussions évoluent depuis un an, a connu un afflux d'utilisateurs et d'adeptes.

L'industrie de la construction s'est concertée et collabore maintenant autour de la BIM pour régler quelques-uns des principaux enjeux et défis auxquels elle fait face. Auparavant, la BIM était quelque chose que seules les entreprises les plus novatrices employaient — maintenant, c'est la norme. Cette tendance s'avère prometteuse pour l'espace BIM en 2020 et au-delà.

*suite à la page 50*



## Construction Outlook

# Perspectives de la construction au Canada pour

# 2020

By / par Jordan Whitehouse

The two biggest stories in Canadian construction this year should be how the energy investment projects pan out in the west and how the industry continues to try to deal with labour shortages across the country, say industry experts.

The \$40 billion LNG project in Kitimat, BC, tops the list of those energy projects, but there is also the twinning of the Trans Mountain pipeline and the Line 3 pipeline replacement project, which is nearing completion, among others. "There is a potential for delays on some of those projects, however, so I'll be watching carefully if they keep with the timeline we're expecting or if they will get delayed a little bit," says Robyn Gibbard, a senior economist at the Conference Board of Canada.

Canadian Construction Association President Mary Van Buren is keeping her eye on the energy sector, too, along with how quickly all of the \$180 billion of federal infrastructure

Cette année, les deux affaires les plus importantes dans le domaine de la construction au Canada devraient être la tournure des événements pour les projets d'investissement énergétiques dans l'Ouest et les mesures que l'industrie de la construction continue de prendre pour tenter de remédier à la pénurie de main d'œuvre d'un bout à l'autre du pays, au dire de spécialistes du secteur.

Le projet de GNL de 40 milliards de dollars à Kitimat (Colombie-Britannique) figure en tête de liste de ces projets énergétiques, mais il y a aussi, entre autres choses, le doublage de l'oléoduc Trans Mountain et le projet de remplacement de la canalisation 3, qui est presque achevé. « Cependant, comme certains de ces projets pourraient subir des retards, je vais suivre attentivement leur déroulement pour voir s'ils respecteront l'échéancier prévu ou seront légèrement retardés », signale Robyn Gibbard, économiste principal au Conference Board du Canada.



money will be doled out. “We have seen some progress in committed dollars versus last year—so now each province or territory has at least 5% committed—but the flow of funding is still slow,” says Van Buren. As of writing, only about 5% of the 2018 dollars have been committed in Ontario, while in Alberta and BC, about 75% and 60% of those dollars have been earmarked, respectively.

Regionally, Gibbard believes the energy sector in Alberta will pick up this year, but commercial construction is going to be quite weak there. “And that’s just because right now they have vacancy rates of 27% in downtown Calgary and 18% in Edmonton. So even if things are turning around there, it’s going to be a long time before all of that space is used up.”

Toronto has a downtown commercial vacancy rate of close to 3%, while Vancouver’s is near 4%, so there should be strong commercial construction numbers in those cities this year, says Gibbard.

The weakest construction sector in 2020 will likely be residential, says Gibbard, and that’s largely because of the mortgage stress test rules and the Bank of Canada’s interest rate, which is tied for the highest in the G7. Governments in Toronto and Vancouver are also enacting policies to deflate housing markets, which will mean less construction there in particular. One bright spot is Montreal, which should continue to see strong residential construction numbers.

In general, though, Van Buren believes that the construction industry will continue to be “on fire” across the country, particularly in Ontario, BC, and PEI, and that will continue to put pressure on labour needs. “The positive is that it’s now reached almost national consensus that there is a workforce challenge,” she says, “and immigration is moving up on the agenda in terms of how we attract people.” Still, she adds, there isn’t an easy immigration solution, especially when you consider that many new Canadians have not worked in the trades.

New recruitment programs are showing some success, however, including BC’s Builders Code initiative and PEI’s Island Builder campaign. This March, the Canadian

**NDT Seals, Inc.**  
 Zac Sebren  
 Director  
 PO Box 52878 Houston, TX 77052-2878 USA  
 tel 713.222.7584 fax 713.222.9404  
 zac@ndtseals.com

UT LOCATION  
 DO NOT PAINT

**INSULATION • METAL • ACCESSORIES**

**AMITY INSULATION GROUP INC.**

**DISTRIBUTORS • FABRICATORS**

Amity Insulation delivers high performance industrial materials, certified to ASTM quality standards, and supplied via personalized, prompt, and dedicated service

**AMITY INSULATION GROUP INC.**

14715 - 122 Avenue, Edmonton, Alberta, Canada, T5L 2W4  
 Phone: (780) 454-8558 Fax: (780) 452-2747  
 www.amityinsulation.com  
 Email: sales@amityinsulation.com

La présidente de l’Association canadienne de la construction, Mary Van Buren, va elle aussi surveiller le secteur énergétique, ainsi que la rapidité avec laquelle la totalité des 180 milliards de fonds fédéraux destinés aux infrastructures sera distribuée. « Nous avons vu un peu de progrès dans l’affectation des sommes par rapport à l’an dernier — au moins 5 % des fonds sont maintenant affectés dans chaque province ou territoire — mais le financement arrive encore trop lentement », fait observer Mme Van Buren. Au moment d’écrire ces lignes, seulement à peu près 5 % des fonds de 2018 prévus pour l’Ontario ont bien été affectés dans cette province, tandis que c’est environ 75 % et 60 % qui l’ont été en Alberta et en Colombie-Britannique respectivement.

Le secteur de l’énergie connaîtra une reprise cette année en Alberta, mais celui de la construction commerciale y sera assez faible, estime M. Gibbard. « Et c’est uniquement parce qu’actuellement le taux d’inoccupation est de 27 % au centre-ville de Calgary et de 18 % à Edmonton. Donc, même si les choses s’y améliorent, cela prendra un bon moment avant que tout cet espace soit utilisé. »

Comme le taux d’inoccupation commerciale au centre-ville de Toronto est d’à peine 3 % et que celui de Vancouver frôle les 4 %, ces villes devraient afficher un bilan très favorable en

*A growing number of industry watchers believe that technology will have to be a bigger driver of solutions to the workforce problem than it has been.*

*D'après un nombre croissant d'observateurs de l'industrie, la technologie devra jouer un rôle plus important qu'auparavant dans la résolution du problème de main-d'œuvre.*

Construction Association will introduce its own, called Talent Fits Here. "It will position the industry as a very vibrant and diverse career opportunity, whether you're a woman, whether you're a trades person, whether you're a lawyer," says Van Buren.

But a growing number of industry watchers believe that technology will have to be a bigger driver of solutions to the workforce problem than it has been. Right now, about 12 people are employed for every \$1 million in construction output, while for all goods producing industries, that figure is close to seven people. "That seems worrying if you're talking about a retiring workforce, but the flipside is that because the industry relies so much on labour, it has more room to automate than most industries," says Gibbard. "There will come a point when labour becomes even more scarce that it will make sense to invest in equipment that replaces people. It's tough to say when that will happen, but if things keep going the way they are, we should expect to see that more and more."

matière de construction commerciale cette année, indique M. Gibbard.

C'est probablement le secteur résidentiel qui sera le plus faible en 2020, affirme M. Gibbard, et ce, largement à cause des règles relatives à la simulation de crise pour les prêts hypothécaires et du taux d'intérêt de la Banque du Canada, qui se trouve à égalité avec le plus élevé au sein du Groupe des Sept. De plus, les administrations de Toronto et de Vancouver mettent actuellement en œuvre des plans d'action pour dégonfler les marchés immobiliers, ce qui se soldera par un degré d'activité moindre dans ces municipalités en particulier. Une heureuse exception : Montréal, qui devrait continuer d'afficher des chiffres élevés en matière de construction résidentielle.

En général, Mme Van Buren croit que l'industrie de la construction demeurera, somme toute, extrêmement florissante partout au pays, en particulier en Ontario, en Colombie-Britannique et à l'Île-du-Prince-Édouard, et que cela continuera d'exacerber les besoins en main-d'œuvre.

# The NEW Revolutionary

## Fast and Easy Way to Seal Butt Seams on Elastomeric Insulation



### Cel-Link II™ with SSPT

\*PATENT PENDING

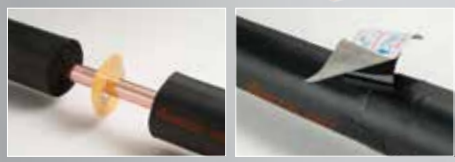
- \$ Eliminate job failure and repair to cut and keep project costs competitive**
- No fumes** – no operational interruptions in odor-sensitive environments
  - Food processing areas
  - Flammable areas
- Perfect for low VOC installations** – lower costs, fast and easy
- Install faster in any environment** – even in cold weather

*More jobs won, more jobs done, more jobs billed.*



**Get your FREE SAMPLE of Cel-Link II™**

Just visit [www.aeroflexusa.com/cel-link2](http://www.aeroflexusa.com/cel-link2) TODAY!



Aeroflex USA Cel-Link II™ works when and where standard contact adhesives can't.



**Done once. Done fast. Done right.**

**Contact Aeroflex today: 1-866-237-6235 (1-866-AEROCEL) | [www.aeroflexusa.com](http://www.aeroflexusa.com)**

On the regulatory and policy side, one of the biggest pieces of recent news was that federal prompt payment legislation received royal assent in 2019. A number of provinces have passed or in the process of developing similar legislation, including Nova Scotia, New Brunswick, Manitoba, Saskatchewan, Alberta, and British Columbia.

Another legal development that could have wide implications was the Supreme Court of Canada's December decision to uphold the use of reprisal clauses in tender documents. The case involved the City of Burnaby using a reprisal clause against J. Cote & Son Excavating. That clause essentially stated that the city would not accept tenders from any party that had sued the city within the previous two years. "This is taking away your legal rights to sue, and so this is of deep concern to the industry," say Van Buren. "Right now, we're gathering internally to look at how we are going to raise this issue and advocate with our members to change the legislation."

The deepest concerns of the industry in the year ahead, however, continue to be workforce shortages and the energy investment projects. The latter will be what Robyn Gibbard keeps his eye on in particular in 2020. "It's definitely the biggest story in our forecasting, and I think it will have the largest impact for this year and the years after." ■

« Le bon côté, c'est qu'il y a maintenant un consensus presque national, à savoir qu'il existe un problème de main-d'œuvre, affirme-t-elle, et l'immigration s'impose de plus en plus comme moyen d'attirer des travailleurs. L'immigration n'est tout de même pas une solution miracle », ajoute-t-elle, surtout quand on considère que beaucoup de nouveaux Canadiens n'ont pas exercé de métier spécialisé.

Toutefois, de nouveaux programmes de recrutement, notamment l'initiative Builders Code de la Colombie-Britannique et la campagne Island Builder de l'Île-du-Prince-Édouard, montrent des signes de réussite. En mars 2020, l'Association canadienne de la construction lancera son propre programme intitulé Le talent a sa place ici. « Il positionnera l'industrie comme une source de carrières très dynamiques et diversifiées, qu'on soit un femme, une personne de métier ou un avocat », mentionne Mme Van Buren.

Cependant, d'après un nombre croissant d'observateurs de l'industrie, la technologie devra jouer un rôle plus important qu'auparavant dans la résolution du problème de main-d'œuvre. Actuellement, le secteur de la construction emploie environ douze personnes pour chaque tranche d'un million de dollars réalisés, tandis que le nombre est légèrement inférieur à sept personnes pour toutes les industries productrices de biens. « Cela paraît inquiétant si l'on parle des départs à la retraite, mais le revers de la médaille, c'est qu'en raison de

# Le moyen NOUVEAU, révolutionnaire

rapide et facile de sceller les joints circonférentiels  
des produits d'isolation à base d'élastomère



**Cel-Link II<sup>®</sup> avec SSPT**

- 💰 **Pas de frais liés aux défauts et aux réparations** – vous avez l'avantage concurrentiel !
  - 🚫 **Pas d'émanations** – pas d'interruptions de service dans les milieux sensibles aux odeurs
    - 📍 dans les installations de transformation des aliments
    - 🔥 là où il y a des risques d'inflammabilité
  - 🏠 **Faible teneur en COV** – réduction des coûts, rapidité et facilité d'installation
  - ⚡ **S'installe plus rapidement en tout temps, même par temps froid !**
- + de contrats obtenus, + de contrats exécutés, + de contrats facturés



Procurez-vous  
UN ÉCHANTILLON GRATUIT  
de **Cel-Link II**

Consultez notre site  
[www.aeroflexusa.com/cel-link2](http://www.aeroflexusa.com/cel-link2)  
**DÈS AUJOURD'HUI !**



Cel-Link II<sup>®</sup> d'Aeroflex USA réussit là où les adhésifs de contact ordinaires échouent.



**Précis, rapide et bien fait !**

Communiquez sans tarder avec Aeroflex au 1-866-237-6235 (1-866-AEROCEL) ou consultez notre site web : [www.aeroflexusa.com](http://www.aeroflexusa.com).

sa forte utilisation de main-d'œuvre, le secteur a une plus grande marge de manœuvre pour s'automatiser que la plupart des industries, explique M. Gibbard. À un moment donné, la main-d'œuvre va devenir si rare qu'il sera sensé d'investir dans de l'équipement pour remplacer des travailleurs. Il est difficile de prévoir quand cela se produira, mais nous devrions nous y attendre de plus en plus, si la tendance se maintient. »

Sur le plan réglementaire et politique, une des plus grandes nouvelles récentes a été la sanction royale du projet de loi fédéral sur le paiement rapide en 2019. Plusieurs provinces ont adopté ou commencé à élaborer des dispositions législatives similaires, y compris la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-

Brunswick, le Manitoba, la Saskatchewan, l'Alberta et la Colombie-Britannique.

Un autre développement juridique susceptible d'avoir de vastes répercussions est la décision rendue en décembre par la Cour suprême du Canada, qui confirme le recours à des clauses de représailles dans les documents d'appel d'offres. Cette affaire concernait la ville de Burnaby qui avait utilisé une clause de représailles contre la firme J. Cote & Son Excavating. Selon cette clause, la ville n'accepterait de soumissions d'aucune partie ayant intenté une poursuite contre elle au cours des deux années précédentes. « Cela nous prive de nos droits de poursuite et nous préoccupe donc énormément, déclare Mme Van Buren. Actuellement, nous tenons des réunions pour déterminer comment nous allons soulever cette question et faire campagne avec nos membres pour faire changer la loi. »

Les préoccupations les plus graves de l'industrie pour l'année à venir continuent cependant d'être les pénuries de main-d'œuvre et les projets d'investissement énergétiques. Ce sont ces derniers que Robyn Gibbard surveillera, particulièrement en 2020. « C'est certainement ce que nous prévoyons de plus important et qui aura, à mon avis, le plus d'impact cette année et au cours des années à venir. »



**BROCKWHITE**  
CONSTRUCTION MATERIALS  
A CONSTRUCTION SUPPLY GROUP COMPANY

Brock White supplies the leading brands in the business.

























Locations across Western Canada. Order online 24/7 on [BrockWhite.ca](http://BrockWhite.ca)



Vous travaillez à un projet intéressant ou vous avez une idée d'article à proposer ? Il suffit pour cela de communiquer avec notre rédactrice en chef, Jessica Kirby, au 250.816.3671 ou de lui envoyer un courriel à l'adresse [jkirby@pointonemedia.com](mailto:jkirby@pointonemedia.com)

# INDOORS OR OUTDOORS

## WE'VE GOT YOU COVERED



Johns Manville has a complete line of jacketing solutions to help protect your insulated pipe systems. From our new stainless steel and aluminum metal jacketing to our long-standing white and colored PVC jacketing, we have protective jacketing solutions for almost any application.

- 20 mil and 30 mil gauges of PVC for varied applications
- 14 different colors of PVC including UV-resistant white
- Stainless steel & aluminum jacketing in a variety of alloys can be used for hot or cold industrial, refrigeration, and commercial applications
- Wide variety of metal jacketing solutions, including sound-barrier jacketing, to suit the rigorous and varied demands of industrial, refrigeration, and commercial applications



# TIAC Outlook 2020 Perspectives de l'ACIT pour 2020

By / par Jordan Whitehouse

As with the Canadian construction industry as a whole, the mechanical insulation sector is expected to continue its boom, particularly in Quebec, Ontario, and British Columbia, says Steve Clayman, TIAC's director of energy initiatives. Manitoba will also be quite active, he says, while in Alberta and Saskatchewan the economic downturn there will likely continue to impact the sector through 2020.

As for what types of projects are seeing big increases in the country's three most populated provinces, it continues to be condo construction and office buildings, with infrastructure close behind, says Clayman. "The growth there is really unprecedented."

Which makes the need for more skilled workers entering the trade even more pressing. Labour shortages are still a huge concern across the country, but Clayman's industry contacts tell him there have been significant increases in women entering the trade over the past year. More are needed, however, and that's only going to happen when women truly feel safe and welcome. "Obviously the bulk of people entering are young men, and that has set up a dynamic where women do get harassed," says Clayman. "That's a huge impediment, and it still needs to be dealt with."

New immigrants are another population that TIAC has historically tried to target to fill labour shortages, but Clayman

Comme pour l'ensemble de l'industrie canadienne de la construction, le secteur de l'isolation mécanique devrait poursuivre son essor, en particulier au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique, affirme Steve Clayman, directeur des initiatives d'économie d'énergie à l'ACIT. Le degré d'activité sera assez élevé au Manitoba également, tandis que le ralentissement économique qui sévit en Alberta et en Saskatchewan continuera probablement d'avoir un impact sur le secteur durant toute l'année 2020.

Les domaines où le volume de projets a beaucoup augmenté dans les trois provinces les plus peuplées au pays demeurent la construction de condominiums et d'immeubles de bureaux, suivie de près par la construction d'infrastructures, précise M. Clayman. « La croissance y est réellement sans précédent. »

Cela rend encore plus pressant le besoin d'un plus grand nombre de travailleurs qualifiés dans les métiers spécialisés. Les pénuries de main-d'œuvre restent un grave sujet de préoccupation partout au pays, mais les contacts de M. Clayman dans l'industrie l'informent que le nombre de femmes recrutées dans les métiers spécialisés a sensiblement augmenté au cours de l'an dernier. Cependant, il en faut davantage, mais il faudra d'abord que les femmes se sentent réellement bienvenues et en sécurité. « Évidemment, les personnes attirées par les métiers spécialisés sont, pour la majorité, de jeunes hommes, ce qui crée une dynamique

says the association has been met with such little success that they aren't spending any more time on it. Governments are trying to make inroads on this front, he adds, but more needs to be done.

On the regulatory side, Clayman says there have been—and will continue to be—significant changes. It started with TIAC's involvement in the National Energy Code for Buildings 2015, which, in part, led to making the thickness of insulation consistent throughout a system. Some contractors have objected to this, saying, for example, that there isn't enough space between pipes to make it consistent. "But the beauty of the legislated building code is that it levels the playing field," says Clayman. "And my retort to these contractors is unless you plan to cheat, you and your competitors have to bid this way."

On the provincial level, regulators of several provincial energy codes are in the process of harmonizing their energy requirements with federal codes. In BC and Ontario, for instance, the objective is to take the best of both codes and form a new one.

That's a good thing for the mechanical insulation industry, says Clayman, but it's in the execution where things could go astray. And that's why the idea of mechanical insulation inspection is gaining traction, he adds. In BC, there is already an inspection process in place, while in Quebec, the Quebec Insulation Association is pushing to establish one. In Ontario, TIAC recently submitted a request to include inspections as a requirement of the Ontario Building Code.

Clayman also says benchmarking is gaining a lot of interest. In Ontario, for instance, major buildings are required to submit their energy savings results annually, and now that they have tackled big things like lighting and envelope, they're now looking at smaller changes, which brings mechanical insulation into play. "So it's all about what can you do to complete the circle, and it's good to see mechanical insulation part of the conversation." ■

**DISTRIBUTORS OF  
COMMERCIAL / INDUSTRIAL  
INSULATIONS**

**WALLACE**

**CONSTRUCTION SPECIALTIES LTD.**  
[www.wallace.sk.ca](http://www.wallace.sk.ca)

825 MacKay St. Regina, SK S4N 2S3 Toll-free: (800) 596-8666	1940 Ontario Ave. Saskatoon, SK S7K 1T6 Toll-free: (800) 667-3730
---	---

propice au harcèlement des femmes, indique M. Clayman. C'est un obstacle énorme qu'il reste encore à éliminer. »

Les nouveaux immigrants constituent une autre population que l'ACIT a toujours essayé de cibler pour remédier aux pénuries de travailleurs, mais ses efforts ont remporté si peu de succès qu'elle n'y consacre plus de temps, souligne M. Clayman. Les gouvernements tentent de faire une percée sur ce front, mais il reste beaucoup à faire, ajoute-t-il.

Sur le plan réglementaire, M. Clayman signale que d'importants changements sont survenus — et continueront de se produire. Cela a commencé par la contribution de l'ACIT au Code national de l'énergie pour les bâtiments 2015, qui a mené en partie à l'uniformisation de l'épaisseur de l'isolation à installer dans l'ensemble d'un système. Certains entrepreneurs se sont objectés à ce changement, affirmant, par exemple, qu'il n'y a pas suffisamment d'espace entre les tuyaux pour que l'épaisseur de l'isolation soit uniforme. « Toutefois, la beauté d'un code du bâtiment prescrit par la loi, c'est qu'il met tout le monde sur un pied d'égalité, fait observer M. Clayman. Et ma réplique à ces entrepreneurs est la suivante : à moins que vous n'ayez l'intention de tricher, vous et vos concurrents devez soumissionner de cette façon. »

À l'échelle provinciale, les organismes de réglementation de plusieurs codes de l'énergie provinciaux sont en train d'harmoniser leurs exigences en matière d'énergie avec les codes fédéraux. En Colombie-Britannique et en Ontario, par exemple, on a pour objectif de prendre ce que les deux codes ont de mieux pour en créer un nouveau.

C'est bon pour l'industrie de l'isolation mécanique, déclare M. Clayman, mais c'est en phase d'exécution que les choses peuvent se gêner. Et c'est pourquoi l'idée de faire inspecter l'isolation mécanique gagne du terrain, ajoute-t-il. En Colombie-Britannique, un mécanisme d'inspection est déjà en place, tandis qu'au Québec, l'Association d'isolation du Québec fait pression pour en établir un. En Ontario, l'ACIT a demandé récemment que des inspections fassent partie des exigences du Code du bâtiment de l'Ontario.

M. Clayman indique également que le processus d'analyse comparative énergétique suscite beaucoup d'intérêt. En Ontario, par exemple, les propriétaires de grands bâtiments doivent rendre compte une fois par an de leur rendement énergétique et maintenant qu'ils se sont attaqués aux éléments majeurs, tels que l'éclairage et l'enveloppe, ils envisagent de plus petits changements, ce qui fait intervenir l'isolation mécanique. « Tout tourne donc autour de ce qu'on peut faire pour boucler la boucle et il est bon de voir que l'isolation mécanique fait partie des sujets discutés. » ■

OUR PRODUCTS ARE DESIGNED TO DELIVER:



**Safer. Smarter. Faster.**

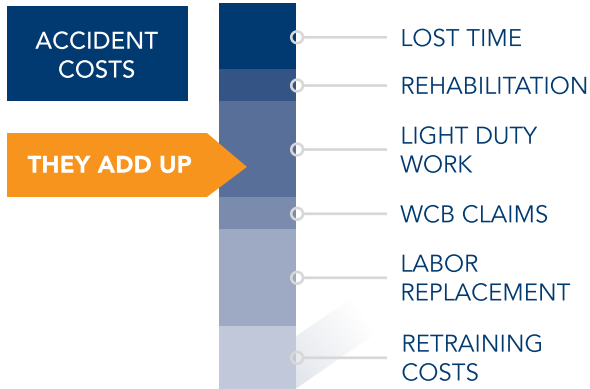
CANADA 1.800.299.0819 | USA 1.888.877.7685 | [WWW.IDEALPRODUCTS.CA](http://WWW.IDEALPRODUCTS.CA)



Advanced innovation plus a dedicated team with industry-leading courage helps power our solutions that help you complete your projects **SAFELY** and **PROFITABLY** while **PROTECTING** clients' assets.

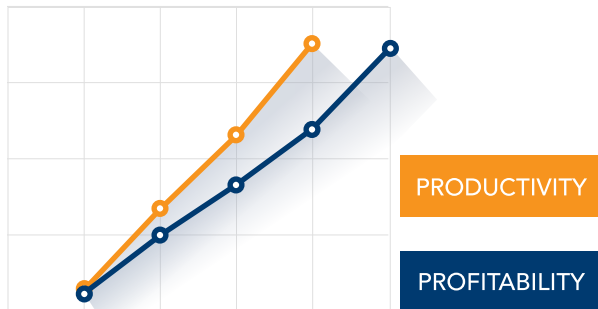
## SAFETY

Safety Concerns: What's the Impact?



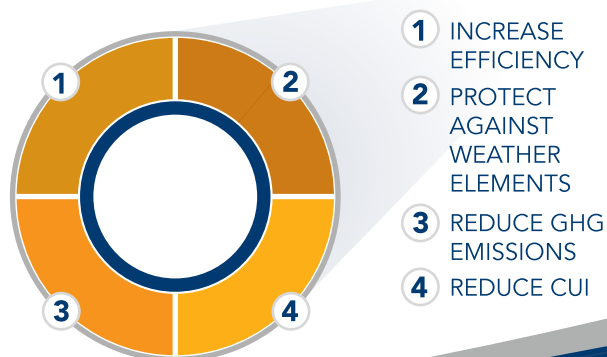
## PROFITABILITY

Productivity: The Main Element to Affect Your Profit



## PROTECTION

Our Products Protect Your Most Valuable Assets



## KEY PRODUCTS

### THERMALJACS 547®



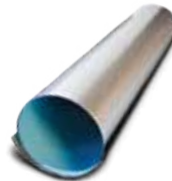
- **SAFETY:** Clean handling properties, reducing exposure to skin and respiratory irritation.
- **PROFITABILITY:** Superior Thermal Conductivity. Save on Freight and Lead times. Fast installation.
- **PROTECTION:** Low moisture sorption. Superior Thermal Conductivity. Does not promote mold growth. Environmentally Friendly.

### WEATHERJACS®



- **SAFETY:** All Edges are Factory Deburred. Reduces costly cuts.
- **PROFITABILITY:** Faster to Install. No field fabrication required.
- **PROTECTION:** Superior Protection against Water Ingress. 75% less inches of lap means 75% less susceptible for Moisture Penetration.

### SAFETYJACS®



- **SAFETY:** Superior Protection from Hand Cuts. Standard 1/2" hem on Leading Edge. Factory Deburred on all other Edges.
- **PROFITABILITY:** Faster to Install. Prevents "fishmouthing". The new Standard in Cut & Roll at no extra cost.
- **PROTECTION:** Superior Protection against Water Ingress. Better seal at the longitudinal lap. 1/2" hem prevents hydro-static wicking of moisture into insulation.



IDEAL PRODUCTS



# Innovating for the Future Innoverpour l'avenir

By / par Jessica Kirby

*TIAC's Innovators Group is hard at work revising and acquiring new technical documents to elevate the association and move the industry forward*

TIAC's Innovators Group has a simple mandate—engaging young and new members to develop innovations that will help the association evolve and move the industry forward. In some ways that means implementing known solutions, such as technology and standards updates, and in other cases it means developing and implementing brand new solutions.

Luis Garcia, business development manager, insulation systems Eastern Canada, Johns Manville, says innovation, like many other subjective topics, finds its beauty in the eye of the beholder.

“Logic tells us that to innovate is to create something new, to disrupt,” he says. “However, some of the best innovations I have been a part of in my career have come from turning something already existing into a better business approach, a more effective go-to-market strategy, a faster solution, or a more efficient product.

“Whether working from an old or existing initiative or creating a new one, the art of innovation has no boundaries or pre-determined rules and that makes it very exciting,” he adds. “This is the reason why I joined the Innovators group at TIAC.”

Having a voice in the industry, particularly in the realm

*Le Groupe des innovateurs de l'ACIT s'affaire à réviser des documents techniques et à en acquérir de nouveaux afin de mettre l'association en valeur et de faire progresser l'industrie.*

Le mandat du Groupe des innovateurs de l'ACIT est simple — faire participer les jeunes membres et les nouvelles recrues à la conception d'innovations qui aideront l'association à évoluer et l'industrie à avancer. Cela veut dire, dans certains cas, appliquer des solutions connues, notamment les mises à jour de techniques et de normes, et dans d'autres cas, élaborer et mettre en œuvre de toute nouvelles solutions.

Selon Luis Garcia, directeur du développement des affaires du marché des systèmes d'isolation pour l'est du Canada chez Johns Manville, la beauté d'une innovation, comme beaucoup d'autres éléments subjectifs, est une question de perspective.

« La logique veut qu'innover consiste à créer quelque chose de neuf, à perturber, affirme-t-il. Cependant, certaines des meilleures innovations auxquelles j'ai contribué durant ma carrière ont découlé de la transformation d'une chose existante en une meilleure approche entrepreneuriale, en une stratégie de mise en marché plus efficace, en une solution plus rapide ou en un produit plus performant. »

« Qu'on se fonde sur une initiative ancienne ou existante, ou qu'on en crée une nouvelle, l'art d'innover n'a pas de frontières ni de règles préétablies, et c'est ce qui le rend très intéressant, ajoute-t-il. C'est la raison pour laquelle je me suis joint au groupe des innovateurs à l'ACIT. »

of technical documents like the Denis Formula and Best Practices Guide, was what brought Wayne Siffledeen, chair of the TIAC Innovators and project manager at Stuart Olson, to the table. During the contractors' breakout session at the 2017 conference in Toronto, he raised the question of whether there were any plans to update the Denis Formula. It was a top of mind topic for the association but there was no initiative in place.

"That is what kind of sparked my involvement," Siffledeen says. "Shaun asked if I would help spearhead that initiative, and that is where the innovators's group originated."

The most important impetus was having a voice and being active in bridging some of the gaps that exist in the industry. "For example, the Denis Formula is referenced and used in contractual agreements, but it is open to interpretation," Siffledeen says. "The updates are looking to better clarify its terms and remove the ambiguity."

Chris Yatscoff, senior vice-president with Reflex Manufacturing, Ltd., joined the Innovators for one simple reason: to help make the industry better. He also sees updating the technical documents as an important priority and brings a wealth of knowledge to that process.

"I am involved in the development and amendment of technical standards within certain ASTM task groups and have assisted numerous end users with their corporate standards regarding insulation blankets. The intent was to bring some of that experience to TIAC," he says.

The updating process has not been without its challenges. Understanding the history and foundations of both documents has proven difficult with little information available. "We needed to establish how those documents were developed, where they come from, and whether any work has been done on them since their inception," Siffledeen says. "The answers are still not clearly defined, which meant we had to start these initiatives from ground zero."

Little is written on the origins of the Denis Formula. It was created in Calgary and applies mainly to large industrial projects and those in the natural resources sector. TIAC has used and referenced it and has tailored it to be more applicable to its projects.

"It may only be used by ten percent of our membership, but it is a driver for larger projects early in the engineering stages for establishing fixed unit rate prices," Siffledeen says. "The Denis Formula says once you establish costs you can factor in the complexities of the system as you install them. It alleviates the risk for contractors to get measure-ups accounted for."

Over the Innovators' inaugural year, the group has worked on reviewing the documents to assess their capacity for updating and keeping current on a long-term bases. "The Best Practices Guide is dated and difficult to keep up-to-date in its

Avoir voix au chapitre dans l'industrie, en particulier dans le domaine des documents techniques tels que la formule Denis et le Guide des meilleures pratiques, est ce qui a attiré Wayne Siffledeen, président du Groupe des innovateurs de l'ACIT et gestionnaire de projet chez Stuart Olson. Durant la séance simultanée pour les entrepreneurs au congrès de 2017 à Toronto, il a demandé si une mise à jour de la formule Denis était prévue. C'était en tête des préoccupations de l'association, mais aucune initiative n'avait encore été prise à ce sujet.

« C'est en quelque sorte ce qui a suscité ma participation, signale M. Siffledeen. Shaun m'a demandé si j'aiderais à lancer cette initiative et c'est à ce moment-là que le groupe des innovateurs a pris racine. »

La plus grande motivation, c'est l'idée d'avoir son mot à dire et de travailler à combler certaines des lacunes qui existent dans l'industrie. « Par exemple, la formule Denis est mentionnée et utilisée dans des ententes contractuelles, mais elle est sujette à interprétation, précise M. Siffledeen. Les mises à jour visent à en préciser les termes et à éliminer les ambiguïtés. »

Chris Yatscoff, vice-président principal chez Reflex Manufacturing, Ltd., s'est joint aux innovateurs dans un seul but : aider à améliorer l'industrie. Il considère, lui aussi, la mise à jour des documents techniques comme une grande priorité et il a de vastes connaissances à mettre à contribution pour ce processus.

« Je participe à l'élaboration et à la modification de normes techniques au sein de certains groupes de travail de l'ASTM et j'ai aidé de nombreux utilisateurs finaux concernant leurs normes d'entreprise pour les matelas isolants. L'intention était de faire profiter l'ACIT d'un peu de cette expérience », indique-t-il.

Le processus de mise à jour ne s'est pas toujours déroulé sans heurts. Il s'est avéré difficile de comprendre l'historique et les fondements des deux documents, vu le peu d'information disponible. « Il nous a fallu déterminer comment ces documents avaient été élaborés, d'où ils venaient et s'ils avaient été modifiés de quelque façon depuis leur création, fait observer M. Siffledeen. Comme les réponses à ces questions ne sont toujours pas cernées clairement, nous avons dû entamer ces initiatives à partir de zéro. »

Il existe peu d'information écrite sur les origines de la formule Denis. Elle a été créée à Calgary et s'applique surtout à de grands projets industriels et à ceux du secteur des ressources naturelles. L'ACIT s'en est servi et l'a citée en référence, et l'a adaptée afin qu'elle convienne mieux à ses projets.

« Peut-être sont-ce seulement dix pour cent de nos membres qui l'utilisent, mais la formule permet quand même d'établir des prix unitaires fixes pour de gros projets aux premiers stades de la conception technique, signale M. Siffledeen. Selon la formule Denis, une fois les coûts établis, on peut intégrer les éléments complexes du système à mesure qu'on les installe.

**“We really need to be proactive and on top of technology and innovation to secure the future of this trade and industry.”**

**« Or, nous avons réellement besoin d'être proactifs et à la fine pointe de la technologie et de l'innovation pour assurer l'avenir de ce marché et de cette industrie. »**

current form,” Siffledeen says. “We have decided instead to move towards adopting the Midwest Insulation Contractors Association (MICA) manual that would eliminate the Best Practices Guide. We will retain the Denis Formula.”

The group has contacted MICA, submitted an RFP, and awaits a reply. “Bringing a new technical document to TIAC is very exciting,” Siffledeen says. “While we are waiting for that we are brainstorming the group for new ideas to gauge their input and direction.”

Siffledeen has more than 20 years in the industry during which time he has been focused on the insulation trade. “It is the ideas and experiences of our group and the ability to leverage the vast network of people we talk to regularly about these issues, including customers, suppliers, co-workers, and tradespersons, that will make our projects successful,” he says.

Another challenge in the industry in general is that it is constantly evolving, but the typical industry response is reactionary. “We really need to be proactive and on top of technology and innovation to secure the future of this trade and industry,” Siffledeen says. “Also, as a group we are all volunteers with limited availability and resources. We have to set goals that are achievable and not just be content working on something that takes several years. We need to be able to present and speak to our progress.”

Efrain Gutierrez attended TIAC's annual meeting and conference in Toronto in 2017 and participated in National Insulation Association's training program to obtain the Insulation Energy Appraisal Certificate.

“It was then when I realized the complexity of this industry,” he says. “Working in the industry, we face new challenges, and I can see there is always more work and research to be done. Knowing that a group was put together to address some of the needs of our industry, I found myself really interested in joining in order to learn and try to share my experiences.”

Gutierrez has a background in computer science engineering and feels confident he can bring new and creative ideas to the group. “I also have more than five years of work experience

Cela atténue le risque pour les entrepreneurs sur le plan de la comptabilisation des quantités d'isolant. »

Durant sa première année, le Groupe des innovateurs a examiné les documents en question pour déterminer dans quelle mesure ils peuvent être actualisés et tenus à jour à long terme. « Le Guide des meilleures pratiques est démodé et difficile à tenir à jour sous sa forme actuelle, affirme M. Siffledeen. Nous avons décidé plutôt de nous diriger vers l'adoption du manuel de la Midwest Insulation Contractors Association (MICA), qui remplacerait le Guide des meilleures pratiques. Nous allons conserver la formule Denis. »

Le Groupe a contacté la MICA, a présenté une demande de proposition et attend une réponse. « Introduire un nouveau document technique à l'ACIT est emballant, mentionne M. Siffledeen. En attendant, nous faisons du remue-méninges avec le groupe pour générer de nouvelles idées afin de déterminer sa contribution et son orientation. »

M. Siffledeen travaille dans le secteur depuis plus de 20 ans au cours desquels il s'est concentré sur le travail du calorifugeage. « Ce qui assurera la réussite de nos projets, ce sont les idées et les expériences de notre groupe, ainsi que notre capacité d'exploiter le vaste réseau de gens à qui nous parlons régulièrement au sujet de ces questions : clients, fournisseurs, collègues et personnes de métier », indique-t-il.

L'autre défi, c'est que l'industrie en général est en constante évolution et qu'elle ne fait que réagir. « Or, nous avons réellement besoin d'être proactifs et à la fine pointe de la technologie et de l'innovation pour assurer l'avenir de ce marché et de cette industrie, fait remarquer M. Siffledeen. De plus, comme groupe, nous sommes tous des bénévoles aux disponibilités et aux ressources limitées. Nous devons nous fixer des objectifs réalisables et ne pas simplement nous contenter de travailler à quelque chose qui prend plusieurs années. Nous devons pouvoir présenter des progrès et en parler. »

Efrain Gutierrez a assisté à l'assemblée générale annuelle et au congrès de l'ACIT à Toronto en 2017 et pris part au programme de formation de la National Insulation Association afin d'obtenir le certificat en évaluation énergétique de l'isolation.

« C'est à ce moment-là que je me suis rendu compte de la complexité de cette industrie, dit-il. Nous qui travaillons dans ce secteur faisons face à de nouveaux défis et je vois qu'il y a toujours plus de travail et de recherche à réaliser. Sachant qu'un groupe avait été formé pour répondre à certains besoins de notre domaine, j'étais vraiment intéressé à en faire partie afin d'acquérir des connaissances et de parler de mes expériences. »

M. Gutierrez a des antécédents en génie informatique et il est confiant de pouvoir donner des idées nouvelles et originales au groupe. « J'ai aussi plus de cinq ans d'expérience de travail dans l'industrie de l'isolation et, bien sûr, un certificat en évaluation énergétique de l'isolation. »



# Thank you for 40 years of partnership.

Since 1980, Proto Corporation has been working hard to earn the trust of our customers, manufacture the highest quality products and deliver the industry's best service. Thank you for your continued support.

in the insulation industry and, of course, an Insulation Energy Appraisal certificate.”

Corrosion under insulation and thermal acoustic insulation are both opportunities and challenges in the mechanical insulation industry—and Gutierrez hopes the committee can work on progressive approaches to both in the group’s work. He also says involvement with the Innovators is a two-way street.

“It has been an excellent learning experience working with everyone in the Innovators Group and being able connect with individuals who have been working in this industry for many years,” he says.

Quality and compliance with standards offer some challenges and opportunities in mechanical insulation, particularly with how they relate to removable insulation blankets, says Yatscoff

“Many companies are willing to use materials that are of inferior quality, not in compliance with the insulation blanket standards established by engineers and end users, or fabricated using ineffective geometrical designs in order to secure new work,” he says. “These issues result in greater heat loss, piping and equipment freeze-ups, and systems not performing as they should.”

On account of these challenges, some end users have reduced the use of insulation blankets in both new construction and maintenance, thus shrinking members’ overall market potential, and calling for clarity to help regain this important market share.

“The opportunity for insulation blanket fabricators and insulation contractors is to gain a better understanding of and to ensure engineering and end user specifications are followed,” Yatscoff says. “Then, we can provide higher quality materials with a better fit and finish use that as a springboard for further acceptance of insulation blankets on projects and in maintenance.”

This is yet another example of how innovation is particularly important in the mechanical insulation industry—it brings together a tremendous amount of invaluable experience and expertise and combines it with new ideas and creative ways of keeping our industry in line with the times.



**C&G Insulation 2003 Ltd.**  
**MECHANICAL INSULATION**

**Andre Pachon, President**

**Ph: (250) 769-3303**                      1555 Stevens Rd.  
**Fax: (250) 769-7644**                      Kelowna, BC  
**Email: candginsulation@shawbiz.ca**                      V1Z 1G3

*Celebrating 58 Years in Business*

La corrosion sous l’isolation et l’isolation thermique et acoustique présentent à la fois des possibilités et des défis dans l’industrie de l’isolation mécanique — et M. Gutierrez espère que le comité pourra aborder ces deux questions de manières novatrices dans le cadre de ses travaux. Il ajoute que la collaboration avec le Groupe des innovateurs marche dans les deux sens.

« C’est une excellente expérience d’apprentissage que de travailler avec tous les membres du Groupe des innovateurs et de pouvoir communiquer avec des personnes qui travaillent dans le secteur depuis de nombreuses années », déclare-t-il.

En isolation mécanique, la qualité et la conformité aux normes posent des problèmes et offrent des occasions, notamment en ce qui concerne les matelas isolants amovibles, d’après M. Yatscoff.

« Afin d’obtenir plus de travail, beaucoup d’entreprises utilisent volontiers des matériaux de qualité inférieure ou non conformes aux normes établies par les ingénieurs et utilisateurs finaux pour les matelas isolants, ou produisent des formes géométriques inadéquates, mentionne-t-il. Il en résulte une perte thermique accrue, une tuyauterie et de l’équipement qui gèlent et des systèmes qui ne fonctionnent pas comme ils le devraient. »

À cause de ces problèmes, des utilisateurs finaux ont diminué leur utilisation de matelas isolants dans les nouvelles constructions et les travaux d’entretien, ce qui réduit le potentiel commercial global de nos membres et exige pas mal d’explications quand on tente de reprendre cette importante part du marché.

« L’occasion qui s’offre aux fabricants de matelas isolants et aux entrepreneurs en isolation, c’est de mieux comprendre les spécifications techniques des utilisateurs finaux et de faire en sorte qu’elles soient respectées, explique M. Yatscoff. Nous pourrons alors fournir des matériaux de plus grande qualité et des produits qui s’ajustent mieux, qui présentent une meilleure finition, et nous servir de cela comme tremplin pour favoriser l’acceptation des matelas isolants pour les projets et l’entretien. »

C’est un autre exemple de l’importance particulière du processus d’innovation dans l’industrie de l’isolation mécanique — il rassemble une somme considérable d’expérience et de d’expertise précieuses, qu’il combine avec des idées neuves et des moyens créatifs de faire évoluer notre industrie avec le temps.

« Le principal bénéfice et notre objectif à titre de représentants de ce comité d’innovation, c’est la proposition d’initiatives propres à aider directement l’industrie, signale M. Garcia. Du même coup, nous souhaitons attirer des talents et des leaders de tout niveau — propriétaires, gestionnaires de projet, ingénieurs, estimateurs et calorifugeurs — qui appuieront l’industrie de l’isolation maintenant et pour l’avenir. »

“The biggest benefit, and our goal as representatives of this innovation committee, is to put forward initiatives that directly help the industry,” Garcia says. “In the process, we’d aim to attract talent and leaders at all levels— owners, project managers, engineers, estimators, and insulators—who will support the insulation industry now and in the future.”

Garcia says the industry’s most important opportunity is to bring the end user community closer and get them more involved in mechanical insulation. “This community consists of engineers, specifiers, and any other business that has an impact on the value chain of construction,” he says. “If the end user consistently validates mechanical insulation and sees value in what it brings to their projects, this will have a positive trickledown effect on trades, contractors, distributors, and manufacturers.”

His goal is to bring a different perspective to some of the committee’s initiatives, leveraging his experience in different industries, such as building materials and construction, and at the same time be cognizant of and sensitive to the nuances and uniqueness of the mechanical insulation industry.

“As an innovation team, we complement each other's skills and have a common goal to act in the best interest of the industry,” Garcia says. “I would like to think that my skill set, knowledge, and experience in similar industries, along with those of my peers on this team, provide for an ideal platform to innovate.”

Au dire de M. Garcia, la démarche la plus prometteuse pour l’industrie consiste à se rapprocher des utilisateurs finaux et à les faire s’intéresser de plus près à l’isolation mécanique. « Il s’agit en l’occurrence d’ingénieurs, de rédacteurs de devis et de tout autre groupe qui a un impact sur la chaîne de valeur de la construction, affirme-t-il. Si l’utilisateur final confirme systématiquement le mérite de l’isolation mécanique et voit son utilité pour ses projets, cela aura des retombées positives sur les gens de métier, les entrepreneurs, les distributeurs et les fabricants. »

M. Garcia entend ainsi fournir un point de vue nouveau sur quelques-unes des initiatives du comité et mettre à profit son expérience à titres divers dans une foule de créneaux, dont la construction et les matériaux à bâtir, et ce tout en étant conscient et soucieux des nuances et de la singularité de l’industrie de l’isolation mécanique.

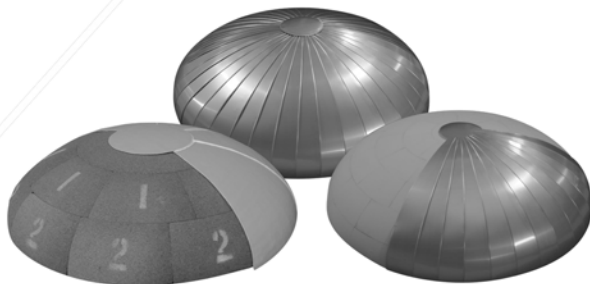
« En tant qu’équipe d’innovateurs, nous marions nos compétences et avons pour objectif commun d’agir dans le meilleur intérêt de l’industrie, indique M. Garcia. J’aimerais croire que mes compétences, mes connaissances et mon expérience dans des industries similaires, combinées avec celles de mes pairs dans cette équipe, créent une plateforme idéale pour innover. »

James Lowe, de la firme Ideal Products, se tourne vers l’avenir et croit impératif de contrer le vieillissement rapide de la main-d’œuvre. D’après lui, il s’agit là du plus grand



1-800-486-9865

## PREFORMED HEADS



**PRECISION ENGINEERED/FABRICATED VESSEL HEAD INSULATION WITH MATCHING JACKET/CLADDING SYSTEM**

208 Republic Street  
Norwalk, Ohio 44857  
Phone: (800) 486-9865  
or (419) 668-2072  
[www.ExtolOhio.com](http://www.ExtolOhio.com)

**Extol of Ohio Inc.**  
Leader in Fabricated Insulations Systems

**SHAPING THE  
INDUSTRIAL  
INSULATION MARKET  
FOR OVER 30 YEARS**



## HEAD TYPES

ASME F&D · Conical · Elliptical  
Hemispherical · Spherical

## MATERIALS

Cellular Glass · Expanded Perlite  
Extruded Polystyrene · Phenolic  
Polyisocyanurate



James Lowe, Ideal Products, looks to the future and sees offsetting a rapidly aging workforce as the construction industry's biggest challenge and something all TIAC members will have to account for moving forward. Current population demographics show that the ideal work force age is 9% and 7% in Canada and the United States, respectively.

“Having the opportunity to help forge and cultivate the future of our industry in any way is a privilege,” he says. “I have typically been one who likes to challenge the status quo, and I feel that facing these challenges is going to take some of just that.”

In the next 10 years, Canada will see more than 1/5 of the construction labour force retire from the jobsite, taking with it priceless knowledge and experience. “All of that wisdom and experience will go along with that if we ignore it,” Lowe says. “Therefore I see one of the biggest opportunities of this committee is to address just that—the future.”

He hopes to build on experience garnered from involvement in other industry groups and committees and from working with a company that values innovation to help contribute to solving some of the major challenges underfoot.

“I feel the most important opportunities and challenges the industry holds are our rapidly changing dynamics of technology and labour force,” Lowe says. “The way we learn, grow, and communicate is very different than how we did just yesterday, thus we will have to adapt accordingly.”

The group is looking at new training programs and speaker sessions for upcoming conferences and reaching out to other associations to create engagement with the membership. There is also discussion about a Corrosion Under Insulation Task Force, which will address increased awareness, discussion, and solutions to this problem.

As part of its on-going commitment and development, the Innovators welcome feedback and in many instances look for expertise and involvement from the membership on the initiatives it is exploring.

“We would like for everyone involved to become ambassadors of our industry, both in Canada and beyond,” Garcia says.

“What has been exciting and encouraging is receiving interest from other members who want to be involved with the Innovators Group,” Siffledeen says. “We need to bring new people in and out. People want to know what we are doing and have a voice.” ■

défi de l'industrie de la construction et d'un phénomène dont les membres de l'ACIT doivent tenir compte dorénavant. Selon les données démographiques actuelles, le pourcentage de travailleurs composant le groupe d'âge idéal est de 9 % et de 7 % de la main-d'oeuvre au Canada et aux États-Unis respectivement.

« Pouvoir aider à façonner et à assurer l'avenir de notre industrie d'une façon quelconque est un privilège, dit-il. Ordinairement, je suis quelqu'un qui aime bousculer l'ordre établi et je pense que cela va être nécessaire pour relever ces défis. »

Au cours des dix prochaines années, le Canada verra plus du cinquième des effectifs en construction quitter pour de bon les chantiers, emportant avec eux un savoir et une expérience sans prix. « Toute cette sagesse et cette expérience disparaîtront avec ces travailleurs si nous ne faisons pas attention, déclare M. Lowe. Par conséquent, j'estime que l'une des choses les plus importantes que ce comité puisse faire est de se pencher précisément sur l'avenir. »

Pour aider à résoudre quelques-uns des principaux problèmes existants, il espère tirer parti de l'expérience acquise comme membre d'autres comités et groupes de l'industrie et comme employé d'une compagnie qui valorise l'innovation.

« Je crois que les possibilités et les difficultés les plus importantes pour notre industrie résident dans la dynamique rapidement fluctuante de la technologie et de la main-d'œuvre, affirme M. Lowe. Notre manière d'apprendre, de croître et de communiquer diffère beaucoup de ce qu'elle était pas plus tard qu'hier, et nous devons donc nous adapter en conséquence. »

Le groupe envisage de nouveaux programmes de formation et exposés de conférenciers pour les prochains congrès, et une prise de contact avec d'autres associations pour créer des liens avec nos membres. Il est aussi question d'un groupe de travail sur la corrosion sous l'isolation pour accroître la sensibilisation à ce problème, en discuter et trouver des solutions.

Dans le contexte de son engagement et de son développement continuel, le Groupe des innovateurs accueille favorablement les commentaires et, dans beaucoup de cas, le savoir-faire et la participation des membres pour les initiatives qu'il examine.

« Nous aimerions que toutes les personnes concernées deviennent des ambassadeurs de notre industrie au Canada et à l'étranger », déclare M. Garcia.

« Ce qui est stimulant et encourageant, ce sont les manifestations d'intérêt d'autres membres qui veulent contribuer au Groupe des innovateurs, signale M. Siffledeen. Nous avons besoin de sang neuf. Les gens veulent savoir ce que nous faisons et avoir voix au chapitre. » ■





© Can-Stock Photo / iStockphoto

## Les liens humains entre les entreprises

*Dans un monde de plus en plus branché, ce sont les gens qui doivent se démarquer pour assurer la prospérité de leur entreprise.*

## People Linking Companies

*In a growing, connected world it is people who need to stand out to make their companies more successful.*

By / par Jessica Kirby

LinkedIn continues to stand out as the most recognizable, most known social media platform for business. News, media, video, and connection-building content posted to LinkedIn meets a targeted audience—people interested in business and in learning more about their own industries and others that relate.

As of 2017, LinkedIn had more than 500 million users, and more than half of those are active on a monthly basis. Of those 40% log in weekly. Here is where it gets interesting: 61 million LinkedIn users are senior level influencers and 40 million are in decision-making positions. That said, 87 million millennials are using LinkedIn and they are the innovators of today and the decision-makers of tomorrow. These numbers means two things: social media is not just for the young and frivolous and if you aren't using it, you are missing out.

But the purpose and functionality of LinkedIn has changed. It started as headhunter site where jobseekers would post resumes to find work when they were unemployed or to keep an eye on the market when they were employed, in case something better came up. It was a place for online networking,

LinkedIn continue de ressortir comme la plateforme de média social à vocation professionnelle la plus reconnaissable et la plus connue. Ce qui est affiché dans LinkedIn — nouvelles, médias, vidéos et contenu visant la création de liens — rejoint un public cible : les personnes intéressées par le domaine des affaires et désireuses d'en savoir plus long sur leur propre secteur et sur d'autres qui y sont apparentés.

Dès 2017, LinkedIn comptait plus de 500 millions d'utilisateurs et plus de la moitié d'entre eux sont actifs tous les mois. De ce nombre, 40 % s'y connectent toutes les semaines. C'est ici que le phénomène devient intéressant : 61 millions d'utilisateurs de LinkedIn sont des influenceurs de haut niveau et 40 millions occupent des postes décisionnels. En outre, 87 millions de milléniaux utilisent LinkedIn ; ce sont les innovateurs d'aujourd'hui et les décideurs de demain. Ces chiffres signifient deux choses : les médias sociaux ne sont pas seulement pour les jeunes et les gens frivoles, et si l'on ne s'en sert pas, on est perdant.

Cela dit, il faut savoir que le but et la fonctionnalité de LinkedIn ont changé. En effet, LinkedIn a fait ses débuts comme site de chasseurs de têtes, où les chercheurs d'emploi affichaient leur CV pour trouver du travail s'ils étaient chômeurs, ou pour surveiller le marché s'ils avaient déjà un emploi, au cas où une meilleure occasion se présenterait. C'était un lieu de réseautage en ligne, de partage d'articles et d'échange de fichiers sur des supports divers, où l'entreprise et l'image de marque étaient prioritaires. On se fondait sur l'allure d'une entreprise dans LinkedIn pour conclure ou résilier une entente.

Ce n'est plus le cas. Maintenant, bien que l'accent demeure sur les affaires et le réseautage, on examine les personnes membres de LinkedIn plutôt que les marques. On ne considère pas les antécédents d'une entreprise, mais plutôt les intérêts, la créativité et l'expérience de tel ou tel employé. Les recruteurs cherchent un type précis de personne à l'aide de termes de

article sharing, and media exchange where the company and corporate brand were the focus. Deals were made and broken by how great a company looked on LinkedIn.

Not anymore. Although still a business and networking focus, people are now looking at the people of LinkedIn, rather than at the brand. They aren't looking at a company's track record, but at a specific employee's interests, inspiration, and experience. Recruiters are looking for a specific type of person, searching those terms, and choosing the company because of its affiliation with the person. Times they are 'a changin'.

And, it makes sense. Every North American marketing trend indicates a return to boutique, customized products and services with a personal element. In a world of information overload it becomes impossible to sort through the flashy logos and "industry-leading" mottos. Every company claims to be the best and represent the most advanced in what they do. Every company has a unique offering, a team of global leaders, and a decades of expertise to offer. But if everyone is the best, how does one choose?

By choosing the people they want, says Shaun Ekert, TIAC president, who attended a workshop on LinkedIn's evolving focus. "The change in how the information is presented changes the way we think," he says. "People want to do business with Bob Smith and see he works for ABC Insulation, so they hire ABC for the opportunity to work with Bob. They become connected to a company because of the company's connection to its people."

This means a fundamental shift in how businesses and their people need to present themselves using LinkedIn. Where Bob Smith used to have his photo and job title listed—Bob Smith, Project Manager—he now needs to get personal to be innovative. Bob Smith, Innovating the Customer Service Experience provides a glimpse into Bob's job description and personality while providing some key search terms.

"If someone enters 'insulation + innovating' as search terms, it will lead them to Bob Smith," Ekert says. "It is important to create a personal mission or brand that connects the best people to the company—that way once the seeker reaches out to Bob Smith, he knows something about him. They are past the cold-calling stage."

Finding the correct balance of personal information on the business page means those seeking can get some insight, explore that person's personality and interests, and bypass the two or three meetings it takes to create that connection.

According to sales management company Salesforce, LinkedIn is more than a place to go when you are looking for a new job. It encourages people to sell themselves to

recherche et choisissent une entreprise en fonction de son affiliation avec cette personne. Oui, les temps changent.

Et c'est logique. Toutes les tendances marketing en Amérique du Nord laissent entrevoir un retour à des produits et services sur mesure et de qualité qui comportent une note personnelle. Dans un monde saturé d'informations, il devient impossible de faire un tri parmi les logos tape-à-l'œil et les slogans présentant les entreprises comme des leaders de l'industrie. Chaque compagnie prétend être la meilleure et la plus avancée dans son domaine. Chacune a quelque chose d'unique, une équipe de dirigeants de calibre mondial et des dizaines d'années de savoir-faire à offrir. Mais si tout le monde est également meilleur, comment faire un choix ?

On choisit les personnes qu'on veut, indique le président de l'ACIT, Shaun Ekert, qui a participé à un atelier sur les priorités évolutives de LinkedIn. « Le changement dans la manière de présenter l'information modifie notre façon de penser, affirme-t-il. On veut faire des affaires avec Jos Bleau qui travaille chez Isolation ABC ; on embauche donc la firme ABC afin de pouvoir travailler avec Jos. On établit des liens avec une entreprise à cause des liens de celle-ci avec ses employés. »

C'est dire que les entreprises et leurs employés ont besoin de modifier fondamentalement leur manière de se présenter dans LinkedIn. Là où Jos Bleau avait l'habitude d'avoir sa photo et son titre de poste —Jos Bleau, gestionnaire de projet— il doit maintenant fournir des détails personnels pour se démarquer. « *Jos Bleau, innovateur en matière d'expérience client* » offre un aperçu de la description d'emploi et de la personnalité de Jos tout en fournissant des termes de recherche clés.

« Si l'on entre les termes de recherche « innovateur » et « isolation », on aboutira à Jos Bleau, indique M. Ekert. Il est important de créer une mission ou une marque personnelle qui relie les meilleurs employés à leur compagnie — ainsi, lorsque le chercheur communique avec Jos Bleau, il sait déjà quelque chose à son sujet. Ils ont dépassé le stade de la sollicitation à froid. »

Une quantité de détails personnels bien dosés dans la page de l'entreprise permet aux chercheurs de se faire une idée d'une personne, d'explorer sa personnalité et ses intérêts, et de sauter les deux ou trois réunions que cela prendrait pour créer ce lien.

Selon la compagnie de gestion des ventes Salesforce, LinkedIn est plus qu'un lieu où aller lorsqu'on cherche un nouvel emploi. Il incite les gens à se vendre à des clients plutôt qu'à vendre leurs compétences et leur expérience à un employeur.

« Renoncez aux énoncés traditionnels (« *J'ai fait croître de 200 % le chiffre d'affaires de notre compagnie* ») et

customers rather than selling qualifications and experiences to an employer.

“Forgo the traditional (‘I increased our company’s revenue by 200 per cent’) and instead communicate what you’ve done,” says the company’s blog. “That may be something like this: ‘I helped hundreds of businesses by introducing them to our enterprise sales automation software.’ You want to focus on selling your current business, products, and services, so pay the most attention to your current job experience and summary sections. This will show potential customers your devotion to helping people like them throughout your career.”

Remember, too, that LinkedIn is a two-way street. Companies need the right employees, so telling them what employees bring to the table helps weed through the connections that aren’t quite a good fit.

According to Salesforce, because most interactions on LinkedIn will lead back to a person’s professional profile, it’s important to sell one’s self, experience, and expertise, starting with the profile’s headline.

“Ideally, your headline should also include a concise description of your ideal customer and what you have to offer. If you’re in sales, for example, lead with your official title or a generalized statement on your role, i.e. “seeking companies looking for sales, marketing, customer service, BI & data quality integration, and implementation.”

Despite its efficacy, only 40% of small to mid-sized businesses use LinkedIn. However, this is the market that can most benefit from finding long-term, dedicated employees. Keap Business Blog says small businesses need to show potential clients that there is indeed a person behind the curtain and give them reasons to consider the company an expert in the field.

“Create an inspiring headline, upload a professional photo, and demonstrate your company’s ethos with a powerful and well-worded biography,” is says. “Add any SlideShare presentations, videos, published content, and infographics that can showcase your work experience. It’s also a good idea to incorporate the keywords related to your business on both your company page and personal profile.”

Most importantly, if marketing people to create better connections to companies is going to work, it requires trust on the employer’s behalf.

“Employers need to give their employees the space and creativity to build their personal brands for the betterment of the company,” Ekert says. “That builds loyalty and good people are less likely to leave companies where they feel appreciated.” ■

indiquez plutôt ce que vous avez fait, dit-on dans le blogue de Salesforce. Cela peut être quelque chose comme : « *J’ai aidé des centaines d’entreprises en leur faisant connaître notre logiciel d’automatisation des ventes.* » Parce que vous devez d’abord vendre votre entreprise, vos produits et vos services actuels, accordez le plus d’attention à la section sur votre expérience de travail récente et à l’aperçu à votre sujet. Cela montre aux clients éventuels votre détermination à aider les gens comme eux durant toute votre carrière. »

Souvenez-vous aussi que LinkedIn est une voie à deux sens. Parce que les entreprises ont besoin d’embaucher les bonnes personnes, leur indiquer ce que des employés ont à offrir aide à éliminer les connexions qui ne conviennent pas tout à fait.

D’après Salesforce, la plupart des interactions dans LinkedIn mènent au profil professionnel d’une personne ; il est donc important de se vendre et de vendre son expérience et son savoir-faire dès l’introduction du profil.

« Idéalement, votre introduction devrait aussi renfermer une brève description de votre client rêvé et de ce que vous avez à offrir. Si vous travaillez dans la vente, par exemple, commencez avec votre titre officiel ou un énoncé général de votre rôle, par exemple, « *à la recherche de compagnies qui ont besoin d’un spécialiste des ventes, du marketing, du service à la clientèle, et de l’intégration et de la mise en œuvre qualitatives du décisionnel et des données.* »

Seulement 40 % des petites et moyennes entreprises utilisent LinkedIn en dépit de son efficacité. Pourtant, c’est à ce marché que trouver une main-d’œuvre dévouée et durable peut profiter le plus. Selon le Keap Business Blog, une petite entreprise doit montrer aux clients en puissance qu’il y a bien une personne derrière l’annonce et leur donner des raisons de la considérer comme une spécialiste du domaine.

« Créez une introduction qui inspire, téléchargez une photo professionnelle et exposez la philosophie de votre entreprise à l’aide d’une biographie structurée et bien formulée, y mentionne-t-on. Ajoutez toute présentation SlideShare, vidéo, œuvre publiée et infographie susceptible de mettre en évidence votre expérience professionnelle. Incorporer les mots clés liés à vos activités dans la page de votre compagnie et votre profil personnel est aussi une bonne idée. »

Avant tout, pour que le marketing des personnes réussisse à créer de meilleurs liens avec les entreprises, les employeurs doivent faire confiance à leurs employés.

« Les employeurs doivent laisser leurs employés utiliser leur créativité pour bâtir leur marque personnelle pour le mieux-être de la compagnie, affirme M. Ekert. Cela suscite de la loyauté et les bons employés sont moins susceptibles de quitter une entreprise où ils se sentent appréciés. » ■



By / par StrataTech Education

## Homegrown Support

*High school students and parents report high interest in skilled trade education and career opportunities but reveal more information is needed to inform their decision*

When it comes to making post-graduation decisions, the most common reason high school students do not consider attending a trade school is not knowing about the options available, according to a recent survey commissioned by StrataTech Education Group, a student-first company that offers schools with technical career education programs. StrataTech conducted the survey to explore the attitudes and beliefs about trade schools and skilled trade careers among young Americans and their parents.

“For decades, students and parents have believed a four-year degree is necessary to succeed in life, but we believe differently,” said Mary Kelly, president and CEO of StrataTech Education Group. “When it comes to secondary education, there isn’t a one-size-fits-all approach for all graduates. We’re optimistic this research shows perceptions are shifting and there are opportunities to strengthen pathways to skilled trade opportunities.”

## Le soutien de chez nous !

*Des élèves du secondaire et des parents disent s’intéresser vivement aux possibilités de formation et de carrière dans les métiers spécialisés, mais ont besoin d’en savoir plus long pour prendre une décision.*

L’ignorance des options existantes est la raison la plus courante pour laquelle des élèves n’envisagent pas de fréquenter une école de métiers après leurs études secondaires, selon un récent sondage commandé par le StrataTech Education Group, entreprise axée avant tout sur les besoins des élèves, qui gère des écoles offrant des programmes de formation technique. StrataTech a effectué ce sondage pour examiner les attitudes et les opinions de jeunes Américains et de leurs

The survey included 2,000 respondents, half of which are current high school students and half of which are parents to current high schoolers. Major takeaways included:

### Today's students and parents are interested in trade school education, but more information is needed.

Parents and students most commonly reported their high schools promote four-year universities (73%) and two-year college programs (45%) as post-secondary education options. While 70% indicated their high school currently offers classes that align to the trades, only 32% reported their high school promotes trade school education as a potential path following graduation. While slightly over half of the students (51%) shared they have considered attending a trade school, several cited several barriers to making that decision, including:

- Not knowing about the options available (33%)
- Expense (31%)
- Lack of confidence in their ability to perform a skilled trade (26%)
- Pressure from the community to attend a four-year university (23%)

### Today's parents would support their child's decision to pursue a skilled trades career

The survey also revealed optimistic opinions among parents, indicating that they view trade schools as a credible career path for their child and one they would support their child pursuing through post-secondary education.

- More than 9 in 10 (93%) said they would support their child's choice to pursue a career in skilled trades
- 62% said they would emotionally support their child's choice
- 57% indicated they would offer major financial support to fund a majority of the education with 47% reporting they would offer limited financial support, such as letting their child continue living at home while pursuing a skilled trades certification

### Today's students turn to personal research followed by parents/family members to help inform their pathway

The survey also aimed to uncover student opinions about the sources they believe are most important to informing their decisions about their next steps following high school graduation. Personal research ranked as the highest (28%) followed by parents/family members (23%) as the most important sources. For personal research, students largely reported turning to online sources (59%) and social media (43%).

parents concernant les écoles de métiers et les carrières dans les métiers spécialisés.

« Depuis des dizaines d'années, les élèves et leurs parents croient qu'il faut être diplômé d'un programme d'études de quatre ans pour réussir dans la vie, mais nous pensons autrement, déclare Mary Kelly, présidente et directrice générale du StrataTech Education Group. Quand il s'agit d'études post-secondaires, il n'existe pas de formule universelle pour tous les diplômés. Nous avons bon espoir de pouvoir démontrer par les résultats de cette recherche que les perceptions sont en train de changer et qu'il est possible de favoriser le cheminement vers des débouchés dans les métiers spécialisés. »

Ce sondage a été mené auprès de 2 000 enquêtés, dont la moitié sont des élèves du secondaire et l'autre moitié, des parents d'élèves. Les principaux points à retenir sont les suivants :

### Les élèves et les parents d'aujourd'hui s'intéressent à la formation dans une école de métiers, mais ont besoin de plus d'information à ce sujet.

Au nombre des options en matière d'éducation postsecondaire dont les écoles secondaires font la promotion, celles que les parents et les élèves citent le plus souvent sont les programmes universitaires de quatre ans (73 %) et les programmes collégiaux de deux ans (45 %). Alors que 70 % indiquent que leur école secondaire offre actuellement des cours orientés vers des métiers spécialisés, seulement 32 % signalent que leur école fait la promotion de l'apprentissage d'un métier spécialisé comme voie possible à suivre après les études secondaires. Tandis qu'un peu plus de la moitié des étudiants (51 %) disent avoir envisagé de fréquenter une école de métiers, plusieurs mentionnent divers obstacles à la prise d'une telle décision, notamment :

- l'ignorance des options existantes (33 %)
- le coût (31 %)
- le manque de confiance dans leur aptitude à exercer un métier spécialisé (26 %)
- les pressions exercées par leur entourage afin qu'ils suivent un programme universitaire de quatre ans (23 %)

### Les parents d'aujourd'hui appuieraient la décision de leur enfant s'il optait pour une carrière dans les métiers spécialisés

Le sondage a aussi révélé des opinions optimistes, à savoir que des parents considèrent la fréquentation d'une école de métiers comme un plan de carrière fiable et qu'ils appuieraient leur enfant s'il décidait de suivre ce cheminement comme formation postsecondaire.

### Trade schools and for-profit schools are viewed just as credible as traditional college

The majority of parents and students largely agreed a four-year bachelor's degree is required to secure a good job (70%) and offers a good return on investment (75%). Similarly, most respondents also shared for profit (82% parents/73% students) and trade or vocational schools (82% parents/73% students) are just as credible as traditional college.

### Quality of life ranks as the most important variable for selecting a career

When asked to select attributes that are important to them in a career, most respondents selected stability (69%) and quality of life (69%). Although when asked about what is most important, quality of life outperformed stability (26% vs. 20%).




For more information about StrataTech Education Group, please visit [www.stratatech.com](http://www.stratatech.com).

*Methodology: The survey was fielded using the Qualtrics Insight Platform with the panel sourced from Lucid. Respondents included 1,000 high school students and 1,000 parents to high school student across the United States. This article was reprinted with permission from StrataTech Education Group*

# FATTAL

A Family Tradition Since 1830

**THERMOCANVAS • INSULTAPE • PVC**



**BUY DIRECT FROM US!**

**Tel: 1-800-361-9571 • Fax: 514-932-4088**  
**Email: [info@fattal.ca](mailto:info@fattal.ca)**

- Plus de neuf parents sur dix (93 %) déclarent qu'ils appuieraient le choix de leur enfant s'il optait pour une carrière dans les métiers spécialisés.
- Soixante-deux pour cent affirment qu'ils apporteraient un soutien affectif à leur enfant s'il choisissait un tel parcours.
- Cinquante-sept pour cent indiquent qu'ils fourniraient une aide monétaire importante permettant de financer la majeure partie d'une telle formation, tandis que quarante-sept pour cent signalent qu'ils offriraient un soutien financier limité pouvant consister, par exemple, à laisser leur enfant continuer à vivre chez eux durant les études menant à un certificat d'apprentissage dans un métier spécialisé.

### Pour s'aider à choisir la voie à suivre, les élèves d'aujourd'hui se tournent en majorité vers la recherche personnelle ou, à un moindre degré, vers leurs parents ou d'autres membres de leur famille

Le sondage visait également à découvrir quelles sources d'information les élèves estiment les plus importantes pour le choix des démarches à faire après leurs études secondaires. La recherche personnelle se classe au premier rang (28 %), suivie de l'apport des parents ou d'autres membres de la famille (23 %). Pour la recherche personnelle, une grande partie des étudiants déclarent utiliser des sources en ligne (59 %) et les médias sociaux (43 %).

### Les écoles de métiers et les écoles à but lucratif sont considérées comme aussi fiables que les collèges traditionnels

Les parents et les élèves sont en majorité d'avis qu'un baccalauréat de quatre ans est nécessaire à l'obtention d'un bon emploi (70 %) et offre un bon retour sur l'investissement (75 %). La plupart des enquêtés déclarent aussi que les écoles à but lucratif (82 % des parents, 73 % des élèves) et les écoles techniques et de métiers (82 % des parents, 73 % des élèves) sont tout aussi fiables que les collèges traditionnels.

### La qualité de vie est la variable la plus importante dans le choix d'une carrière

Invités à sélectionner les attributs d'une carrière qui importent pour eux, la plupart des enquêtés ont choisi la stabilité (69%) et la qualité de vie (69%). Toutefois, lorsqu'on leur a demandé ce qui était le plus important, la qualité de vie l'a emporté sur la stabilité (26 % contre 20 %).

Pour en savoir plus long sur le StrataTech Education Group, veuillez consulter le site [www.stratatech.com](http://www.stratatech.com).

*Méthodologie : Le sondage a été mené à l'aide de la Qualtrics Insight Platform auprès du groupe fourni par Lucid. Le groupe des enquêtés comptait 1 000 élèves du secondaire et 1 000 parents d'élèves du secondaire d'un peu partout aux États-Unis. Le présent article a été réimprimé avec la permission du StrataTech Education Group.*

# YUKON

## Adventures All Around

# Aventures au coeur du Yukon

**August 12-15, 2020 • 12 au 15 août 2020**

By / par Jessica Kirby

Forget everything you think you know about Whitehorse, Yukon, unless what you know includes more adventures, natural wonder, and history that you can shake an *aurora borealis* poster at. No longer simply a destination for natural resource workers and people lost on their way to Alaska, Yukon has experienced a dramatic upswing in tourism over the past five years and is by far a must-see for anyone who loves Canadian travel.

The name Yukon comes from the local Aboriginal language and means “big river” after the River Yukon. As well as being known for being the scene of the Klondike gold fever in the 19th century, the area is also known in the country for its historical, cultural, and ecological wealth. Whitehorse is, of course, the territory’s capital. It was named after the flowing white rapids on the River Yukon, which resembled the flowing manes of charging white horses.

Besides a great line-up of speakers and sessions at the 58th Annual TIAC Conference, there will be plenty to do and see for those who make the trek north. By far the most important draw to Whitehorse is the people. The warmth and hospitality of Yukoners is known far and wide, and it isn’t hard to drum up directions, recommendations, and possibly a life’s story or two from members of this welcoming and down-to-earth community.

Whitehorse is an adventurer’s dream. Explore the 8.5 million year old Miles Canyon or any one of several accessible hikes. Kick off the loafers and tie up some shoes with grip to take on one of these adventures, but don’t worry—distances range from 2 to 28 km and beyond so there is definitely something for everyone.

Oubliez tout ce que vous croyez savoir au sujet de Whitehorse (Yukon)... à moins que vous n’ayez déjà fait l’expérience de plus d’aventures, de merveilles de la nature et de pages d’histoire que vous n’en sauriez imaginer sous les arabesques d’aurores boréales. Le Yukon, n’étant pas qu’une simple destination pour les travailleurs du secteur des ressources naturelles ni le détour inopiné des touristes cherchant à retrouver leur chemin vers l’Alaska, connaît depuis cinq ans un essor remarquable de son tourisme et est devenu un incontournable pour quiconque voyage au Canada.

Le nom de Yukon tire son origine d’une langue autochtone locale et signifie grand fleuve, rappelant la présence du fleuve Yukon. Siège de la ruée vers l’or du Klondike au XIXe siècle, la région est reconnue pour ses richesses historiques, culturelles et écologiques. Whitehorse est, bien sûr, la capitale du territoire. La ville doit son nom aux rapides blancs du fleuve Yukon qui rappellent la crinière de chevaux blancs au galop.

En plus de toute une brochette de conférenciers et d’un programme bien rempli pour le 58e congrès annuel de l’ACIT, nous proposons beaucoup à faire et à voir à ceux qui veulent faire le voyage vers le Nord. Mais ce qui attire le plus à Whitehorse, ce sont ses habitants. La chaleur et le sens de l’hospitalité des Yukonnais sont bien connus, et il n’est pas difficile d’obtenir des instructions pour la route, des recommandations de sites touristiques, et même de se faire raconter un récit de vie ou deux par des habitants de cette région accueillante et prosaïque.

Whitehorse, c’est le rêve de l’aventurier devenu réalité. Venez explorer le Miles Canyon, vieux de 8,5 millions d’années, ou bien les nombreux sentiers de randonnée. Troquez les chaussures modes pour des souliers à crampons et lancez-vous sur l’une de ces pistes sans crainte aucune — il y en a



© Can Stock Photo / PLEns

If you've never heard of the Northern Lights (and you are absolutely certain you were born on this planet) you are in for the most beautiful surprise. Although harder to see in the summer months, the Northern Lights or *aurora borealis* are enough of a reason alone to travel the Canada's north at least once in your life—and it may as well be now.

Takhini Hot Springs is another place you won't want to miss on your journey to Whitehorse. It has been in operation for 100 years and is a relaxed, earthy place to enjoy 42 degrees C water and an abundance of rich minerals. There are no kids allowed after 5:30 pm so visitors can avoid the dreaded cannonball but note it closes at 10 pm in the summer months.

If it's culture you seek, the Kwanlin Dün Cultural Centre celebrates the heritage and contemporary life of the Kwanlin Dün First Nation, and the MacBride Copperbelt Mining Museum and Yukon Transportation Museum are sure to quell any intellectual curiosities you may be experiencing while exploring this incredible part of Canada's history.

Finally, this writing would not be complete without mention of the Yukon's fabulous mountain biking scene. An up-and-coming destination for this sport alone, Whitehorse offers trails for every ability and style of riding for all levels of cross-country riding at Grey Mountain, Yukon River Trail, and Mount McIntyre. There are 700 km of trails around Whitehorse and just 29,000 people, so don't expect a crowd, but be safe and prepare for everything.

This is just a touch of what is available in beautiful Whitehorse, Yukon. If you still aren't convinced it is worth the trip, and friendly people, abundant wildlife, and the best conference you will attend all year aren't enough to lure you, do some research of your own and find out what is calling to you from the Great North. It might just be the chance of a lifetime to see this amazing part of Canada. ■

pour tous les niveaux et capacités, de 2 à 28 km, et plus encore si vous le souhaitez.

Si vous n'avez jamais entendu parler des aurores boréales, le ciel du Yukon vous réserve une magnifique surprise. Bien qu'elles soient plus difficiles à percevoir en été, les aurores boréales suffisent à elles seules à justifier un voyage dans le Grand Nord canadien au moins une fois dans sa vie — et c'est peut-être cette occasion justement qui vous est maintenant offerte.

Les sources hydrothermales de Takhini sont aussi un incontournable de la région de Whitehorse. On fréquente ces sources depuis une centaine d'années et on y retrouve des eaux à 42 oC riches en éléments minéraux. Les enfants y sont interdits après 17 h 30, chose importante à savoir si on veut éviter le bruit du coup de canon. L'accès aux eaux est interdit après 22 h l'été.

Si c'est la chose culturelle qui vous intéresse, le Kwanlin Dün Cultural Centre met en valeur le patrimoine et la vie contemporaine de la première nation Kwanlin Dün. Le MacBride Copperbelt Mining Museum et le Yukon Transportation Museum satisferont tous les curieux par les expositions qu'ils proposent sur ce chapitre incroyable de l'histoire du Canada.

Enfin, il nous faut aussi mentionner les possibilités fabuleuses qu'offre le vélo de montagne au Yukon. Destination de l'avenir pour ce sport, Whitehorse propose des pistes pour tous les styles et toutes les habiletés en grand terrain : qu'il s'agisse de Grey Mountain, de la Yukon River Trail ou de Mount McIntyre. On compte 700 km de pistes autour de Whitehorse, et ce pour une population qui atteint tout juste 29 000 habitants. Donc, il n'y a pas foule. Restez prudent néanmoins et préparez-vous pour toute éventualité.

Voilà donc un portrait très rapide de la belle ville de Whitehorse au Yukon. Si vous n'êtes toujours pas convaincu de l'utilité de ce voyage, si des compagnons aimables, une faune abondante et un congrès de premier ordre ne suffisent pas à vous attirer ici, faites quelques recherches et voyez comment le Grand Nord vous interpelle. Ne manquez pas cette occasion unique de visiter une région parmi les plus spectaculaires au Canada. ■





## WORK IN PROGRESS

Often, we get so caught up in our day to day operations we forget that the reason we are in business is to make money. Some keys to making money are managing cash flow effectively and knowing exactly how profitable each project is as it progresses.

With service work and time and materials work we know how many hours we have paid out and how many we have paid for. This makes it relatively straightforward to calculate our profits. It is more difficult with small retrofit jobs but as they usually get completed within a month or so we can also monitor its profitability with little difficulty. Service work and time and materials jobs have good cash flow, and often we can get deposits on retrofit jobs. In fact, we should always endeavour to do so.

The real difficulty occurs when we are running larger jobs. Large retrofit jobs and new construction often run for many months and it is very rare that the accounting records show the real profit of a job in progress. The month-end reports are generally way off.

Contractors like to bill as aggressively as possible in order to maximize their cash flow. While this is great for cash flow it tends to overstate the monthly profitability quite significantly. This means we are never sure how much profit we are making on the project until it is completed, we are likely showing too much profit at year-end and paying income tax on profits we haven't yet earned, and worse still, we may be paying out bonuses on profits based on "fake news".

Many commercial mechanical contractors work on a 12% gross profit. I recently reviewed the statements of a mechanical contractor who has done over \$30 million in sales over the past four years and averaged a gross profit of 10%. Believe me when I say that is not unusual. Consider that this contractor has holdback of 10%, which means he can't even cover his direct job costs without over billing and has no recovery of overhead, either. He does not get into a positive cash flow on the job until he collects his holdback. His only solution to managing cash flow is to attempt to over bill. This

*continued on page 44*



MECHANICAL INSULATION SERVICES

### Insulation and Fire Stop Specialists

Office: 604-874-9615  
Fax: 604-874-9611  
Email: RFQ@tight5.net

#108 - 4238 Lozells Avenue  
Burnaby, BC V5A 0C4  
[www.tight5.net](http://www.tight5.net)



By / par Ron Coleman

## TRAVAUX EN COURS

Souvent, nous sommes pris dans le feu de l'action au point d'en oublier que la raison d'être de notre entreprise est de réaliser des bénéfices. Pour atteindre cet objectif, il est important de bien gérer les flux de trésorerie et de savoir exactement jusqu'à quel point chaque projet est rentable à mesure qu'il se déroule.

Dans le cas de travaux d'entretien et de maintenance ainsi que de travaux temps et matériaux, nous connaissons le nombre d'heures payées et le tarif horaire, de sorte qu'il est relativement simple de calculer le bénéfice. C'est moins facile avec des petits travaux de rénovation, mais comme ceux-ci durent généralement moins d'un mois, nous pouvons suivre leur rentabilité sans trop de difficulté. Les flux de trésorerie sont habituellement favorables dans le cas des travaux d'entretien et de maintenance ainsi que des travaux temps et matériaux, et nous pouvons souvent obtenir des acomptes pour des rénovations. De fait, nous devrions toujours nous efforcer d'obtenir de tels acomptes.

Les véritables difficultés surviennent dans le cas de travaux plus importants. Les rénovations majeures et la construction d'immeubles neufs durent souvent de nombreux mois, et il est très rare que les registres comptables montrent la rentabilité réelle des travaux en cours. Les rapports de fin de mois sont généralement loin du compte.

Les entrepreneurs aiment facturer les montants les plus élevés possible, afin d'augmenter au maximum leurs flux de trésorerie. Même si cela est très bon pour les flux de trésorerie, cela tend à beaucoup exagérer les profits mensuels. Par conséquent, nous ne sommes jamais certains du bénéfice réalisé sur un projet jusqu'à ce que celui-ci soit terminé ; les bénéfices affichés en fin d'exercice sont probablement exagérés, de sorte que nous payons l'impôt sur des bénéfices non encore réalisés et que, pis encore, nous risquons de verser des primes liées aux bénéfices fondées sur de fausses données.

De nombreux entrepreneurs en installations mécaniques du secteur commercial posent une marge bénéficiaire brute de 12 %. J'ai récemment examiné les états financiers d'un entrepreneur en installations mécaniques qui avait réalisé

*suite à la page 44*

# TIAC TIMES

## Distributor Directory



### BRITISH COLUMBIA

#### All Therm Services Inc

Burnaby, BC..... (604) 559-4331  
 (844) 559-4331

#### Brock White Canada

Burnaby, BC..... (604) 299-8551  
 (800) 665-6200  
 Coquitlam, BC..... (604) 777-9974

Kelowna, BC ..... (866) 400-5885  
 (250) 765-9000  
 (800) 765-9117  
 Langley, BC..... (604) 888-3457  
 (877) 846-7506  
 Prince George, BC..... (250) 564-1288  
 (877) 846-7505  
 Victoria, BC..... (250) 384-8032  
 (877) 846-7503

#### Crossroads C&I Distributors

Coquitlam, BC (800) 663-6595

#### Nu-West Construction Products

Richmond, BC..... (604) 288-7382  
 (866) 655-5329

#### Tempo Tec Inc.

Chilliwack, BC (800) 565-3907

**ALBERTA**

**All Therm Services Inc**

Edmonton, AB ..... (780) 732-0731  
 (855) 732.0731  
 Calgary, AB ..... (403) 266.7066

**Amity Insulation Group Inc.**

Edmonton, AB ..... (780) 454-8558

**Brock White Canada**

Calgary, AB ..... (403) 287-5889  
 (877) 287-5889  
 Edmonton, AB ..... (780) 447-1774  
 (800) 724-1774  
 Lloydminster, AB ..... (780) 875-6860  
 (877) 775-6860

**Crossroads C&I Distributors**

Edmonton, AB ..... (800) 252-7986  
 Calgary, AB ..... (800) 399-3116

**Nu-West Construction Products**

Calgary, AB ..... (403) 201-1218  
 (877) 209-1218  
 Edmonton, AB ..... (780) 448-7222  
 (877) 448-7222

**Tempo Tec Inc.**

Calgary, AB ..... (403) 216-3300  
 (800) 565-3907  
 Edmonton, AB ..... (800) 565-3907

**SASKATCHEWAN**

**Brock White Canada**

Regina, SK ..... (306) 721-9333  
 (800) 578-3357  
 Saskatoon, SK ..... (306) 931-9255  
 (800) 934-4536

**Crossroads C&I Distributors**

Regina, SK ..... (800) 252-7986

**Nu-West Construction Products**

Saskatoon, SK (General Enquiries) .... (306) 978-9694  
 (866) 469-6964  
 Regina, SK ..... (306) 721-5574  
 (800) 668-6643  
 Saskatoon, SK ..... (306) 242-4224  
 (800) 667-3766

**Wallace Construction Specialties Ltd.**

Regina, SK ..... (306) 569-2334  
 (800) 596-8666  
 Saskatoon, SK ..... (306) 653-2020  
 (800) 667-3730

**MANITOBA**

**Alsip's Building Products & Services**

Winnipeg, MB ..... (204) 667-3330

**Brock White Canada**

Winnipeg, MB (Corporate) ..... (204) 694-3600  
 (888) 786-6426

**Crossroads C&I Distributors**

Manitoba Representative ..... (800) 252-7986

**Nu-West Construction Products**

Winnipeg, MB ..... (204) 977-3522  
 (866) 977-3522

**ONTARIO**

**Brock White Canada**

Thunder Bay ..... (807) 623-5556  
 (800) 465-6920

**Crossroads C&I Distributors**

Hamilton ..... (877) 271-0011  
 Kitchener ..... (800) 265-2377  
 Ottawa ..... (800) 263-3774  
 London ..... (800) 531-5545  
 Sarnia ..... (800) 756-6052  
 Toronto ..... (800) 268-0622

**Dispro Inc.**

Ottawa ..... (800) 361-4251

**Impro**

Mississauga, ON ..... (905) 602-4300  
 (800) 95-IMPRO  
 Ottawa, ON ..... (800) 361-0489

**QUEBEC**

**Crossroads C&I Distributors**

Montreal ..... (800) 361-2000  
 Quebec City ..... (800) 668-8787

**Dispro Inc.**

Montréal, QC ..... (514) 354-5250  
 Québec City, QC ..... (800) 361-4251

**Nadeau**

Montreal, QC ..... (514) 493-1800  
 (800) 361-0489  
 Québec City, QC ..... (418) 872-0000  
 (800) 463-5037

**NEW BRUNSWICK**

**Scotia Insulations**

Saint John, NB ..... (506) 632-7798

**NOVA SCOTIA**

**Crossroads C&I Distributors**

Dartmouth, NS ..... (902) 468-2550

**Scotia Insulations**

Dartmouth, NS ..... (902) 468-8333

**NEWFOUNDLAND & LABRADOR**

**Scotia Insulations**

Mount Pearl, NL ..... (709) 747-6688



**Thermal Insulation Association of Canada** **Association Canadienne de l'Isolation Thermique**  
*The Voice of The Mechanical Insulation Industry* *La voix de l'industrie de l'isolation mécanique*

**BECOME A MEMBER OF TIAC TODAY**

Interested in becoming a member? Contact the TIAC office for more information at 1485 Laperriere Avenue, Ottawa, ON K1Z 7S8  
 tel: 613.724.4834 • fax: 613.729.6206

If you're already a member and would like to appear in the TIAC Distributor Directory please contact Lara Perraton, *TIAC Times* tel: 1.877.755.2762  
 email: lperraton@pointonemedia.com.

**Joignez-vous à l'ACIT dès aujourd'hui**

Pour devenir membre, il suffit de communiquer avec le bureau de l'ACIT qui vous fournira tous les renseignements nécessaires. Le bureau est situé à l'adresse suivante : 1485, av. Laperrière, Ottawa (Ontario) K1Z 7S8 – téléphone : 613.724.4834, télécopieur : 613.729.6206.

Si vous êtes déjà membre et souhaitez figurer au répertoire des distributeurs de l'ACIT, veuillez communiquer avec Lara Perraton, *TIAC Times*, au numéro 877.755.2762 ou lui faire parvenir un courriel à l'adresse lperraton@pointonemedia.com.

gets tougher as the job progresses. Once you get to about 75% complete it is easy for the client to evaluate the progress and suddenly your cash flow gets cut off.

In order to ensure that you understand when you are likely to have cash flow problems you need to get a real handle on your work-in-progress.

Companies that have bonded jobs are obliged to make these calculations monthly. How accurately they do them is hard to know.

The objective is to determine whether the job is overbilled in relation to the progress and to the costs incurred.

There are four ways of calculating the under/over billing.

1. Use actual cost in your ledger compared to the amount billed
2. Use amount billed
3. Use percent complete
4. Use a work-in-progress adjustment based on cost incurred

**Use actual cost in your ledger compared to the amount billed**

As this is the amount of expenditure you have actually incurred and what you have invoiced it reflects what your ledger is showing which is unlikely to be realistic.

#### Use amount billed

Using the amount billed and adjusting your cost to reflect your expected gross profit on each job tends to overstate the percent complete and is thus likely to hide potential errors in profitability.

#### Use percent complete

Using the percent complete and adjusting our ledger can provide accurate data. This relies on the site people providing realistic input. If a job is not going too well maybe they will be overly optimistic and hide the truth. Also, getting this information on all jobs in a timely manner can be time consuming.

#### Use a work-in-progress adjustment based on cost incurred

This is my preferred method of tracking work-in-progress. See Table 1.

Twenty-five percent of trade contractors make exceptional profits. They don't get those results by leaving things to chance. Measure, Monitor, Manage. These are three very important keys to success. If you would like to be one of those top 25% then start by implementing a good work-in-progress system and measure, monitor and manage these results every month.

In Table 1, we have highlighted two items to be investigated. Column 9 tells us we are overbilled and columns 10 and

au cours des quatre dernières années un chiffre d'affaires de 30 millions de dollars avec une marge bénéficiaire brute de 10 %. Croyez-moi lorsque je vous dis que cela n'est pas rare. Considérant que cet entrepreneur a des retenues de garantie de 10 %, il ne peut même pas couvrir ses coûts directs sans surfacturer et il ne peut non plus couvrir ses frais généraux. Ce n'est que lorsqu'il touche la retenue de garantie qu'il tire un flux de trésorerie positif d'un contrat. Pour gérer ses flux de trésorerie, il n'a d'autre choix que de tenter de surfacturer, ce qui devient de plus en plus difficile à mesure que les travaux progressent. Lorsqu'un travail est complété à environ 75 %, il est facile pour le client d'évaluer son état d'avancement, et soudainement l'entrepreneur voit ses flux de trésorerie se tarir.

Pour savoir à quel moment vous risquez fort d'avoir des problèmes de flux de trésorerie, vous devez avoir un véritable aperçu des travaux en cours.

Les entreprises qui exécutent des travaux assortis de cautions sont obligées de faire ces calculs tous les mois, mais il est difficile de savoir jusqu'à quel point ces calculs sont exacts.

L'objectif visé est de déterminer si un travail fait l'objet d'une surfacturation par rapport à son état d'avancement et aux coûts encourus.

Il y a quatre manières de calculer la sousfacturation ou la surfacturation.

1. Comparer les coûts réels consignés au grand livre et les montants facturés.
2. Utiliser les montants facturés.
3. Utiliser le pourcentage de réalisation des travaux.
4. Utiliser un ajustement des travaux en cours fondé sur les coûts encourus.

#### Comparer les coûts réels consignés au grand livre et les montants facturés

Les coûts réels consignés au grand livre et les montants facturés sont peu susceptibles d'être réalistes.

#### Utiliser les montants facturés

En utilisant les montants facturés et en ajustant vos coûts pour qu'ils reflètent le bénéfice brut prévu pour chaque contrat, on risque de surestimer le pourcentage de réalisation des travaux et de masquer des erreurs possibles dans le calcul de rentabilité.

#### Utiliser le pourcentage de réalisation des travaux

En utilisant le pourcentage de réalisation des travaux et en ajustant le grand livre en conséquence, on peut obtenir des données exactes. Il faut pour cela que les gens qui travaillent sur le chantier donnent des intrants fiables. Si un chantier ne va pas trop bien, ces gens risquent d'être trop optimistes et de cacher la vérité. De plus, cela peut prendre beaucoup de temps

Table 1: Figures in red are inputted and figures in black are calculations

1	2	3	4	5	6	7	8	9	GL	PM
Job Title	Current Contract Value	Estimated Costs	Estimated gross profit	Estimated markup	billed to date	Costs to date	Expected billing to date	(Under) / Over Billing	% Complete	% Complete
	\$	\$	\$	%	\$	\$	\$	\$	%	%
	200,000	125,000	75,000	60%	90,000	50,000	80,000	10,000	40%	50%
	200,000	160,000	40,000	25%	180,000	120,000	150,000	30,000	75%	
	300,000	235,000	65,000	28%	260,000	170,000	217,021	42,979	72.3%	
TOTAL	700,000	520,000	180,000	35%	530,000	340,000	457,692	72,308	65.4%	

Tableau 1 : Les données en rouge sont saisies, et celles en noir sont calculées

1	2	3	4	5	6	7	8	9	GL	GP
Titre du contrat	Valeur actuelle du contrat	Coûts estimatifs	Bénéfice brut estimatif	Marge estimative	Montant facturé à ce jour	Coûts à ce jour	Montant qui aurait dû être facturé à ce jour	Sous-facturation ou sur-facturation	État d'avancement	État d'avancement
	\$	\$	\$	%	\$	\$	\$	\$	%	%
	200 000	125 000	75 000	60,0	90 000	50 000	80 000	10 000	40,0	50,0
	200 000	160 000	40 000	25,0	180 000	120 000	150 000	30 000	75,0	
	300 000	235 000	65 000	28,0	260 000	170 000	217 021	42 979	72,3	
TOTAL	700 000	520 000	180 000	35,0	530 000	340 000	457 692	72 308	65,4	

Abréviations : GL = Grand livre; GP = Gestionnaire de projet

Column	Description	Calculation	Source
1	Job title		Input
2	Contract value, including approved charges		Estimator/PM
3	Contract value, including approved charges		Estimator/PM
4	Estimated gross profit	Column 2-3	
5	Estimated mark-up	Column 4/3	
6	Billed to Date		General Ledger
7	Cost to Date		General Ledger
8	Expected billing based on cost to date	Cost + (cost x Col 5)	
9	(Under)/over billing	Column 6-8	
10	% complete	Column 8 as 5 of colmn 2*	
11	#complete		Project Manager's Estimate

\*100 divided by estimated cost multiplied by cost to date (100/Col2\*Col 7)

11 show a discrepancy in job progress between where our accounting and our project manager believe our results are. We have now measured our results and monitored them, and this gives us the tools to manage them. Go on, make your business profitable.

PS: While this content will help you manage your profitability do review the new legislation on Prompt Payment to ensure you manage your cash flow. A leak of cash flow will bankrupt you a lot faster than a lack of profits. ■

Colonne	Description	Calcul	Source
1	Titre du contrat		Saisie de données
2	Valeur du contrat, y compris les modifications approuvées		Évaluateur ou GP
3	Coûts du contrat, y compris les modifications approuvées		Évaluateur ou GP
4	Bénéfice brut estimatif	Colonne 2 – Colonne 3	
5	Marge estimative	Colonne 4 / Colonne 3	
6	Montant facturé à ce jour		Grand livre
7	Montant facturé à ce jour		Grand livre
8	Montant qui aurait dû être facturé à ce jour	Colonne 7 × [1 + (Colonne 4 / Colonne 3)]	
9	Sousfacturation ou surfacturation	Colonne 6 – Colonne 8	
10	État d'avancement (en pourcentage)	Colonne 8, en pourcentage de la colonne 2*	
11	État d'avancement (en pourcentage)		Estimation du GP

\*Aussi égal aux coûts encourus à ce jour sur les coûts du contrat, le tout multiplié par 100

d'obtenir au moment voulu ces renseignements pour tous les travaux en cours.

Utiliser un ajustement des travaux en cours fondé sur les coûts encourus

C'est ma méthode favorite de suivi des travaux en cours. Voir tableau 1. Les données en rouge sont saisies, et celles en noir sont calculées.

suite a la page 50

## What's in a (Good) Name: Contractors' Remedies for Defamation by Customers

Many contractors have been in the position where, for one reason or another, relations with an owner (or other contractor) deteriorate and a legal dispute arises. Occasionally, a contractor may have the unpleasant surprise of finding out that another party has posted reviews online or in the media that could damage its reputation.

In the recent case of *Level One Construction Ltd. v Burnham*, 2019 BCCA 407, the BC Court of Appeal considered a situation involving a contractor's claim against a homeowner for defamation.

### The Facts

In this case, the plaintiff was a contractor (the "Contractor") and the defendant was an owner (the "Owner") who had hired the Contractor to carry out renovations at her home. After a series of discussions about the scope of work for the renovation, the Contractor provided an estimate of \$18,908.51 to the Owner, and both parties signed a contract based on that estimate. The Owner provided a \$5,000 deposit per the contract.

A few weeks later, one of the Contractor's employees provided a review of the work to the Owner. The employee's review included a scope of work that had mistakenly been expanded from that of the original contract. As a result of this misunderstanding, the employee gave the Owner an updated price forecast that was almost \$20,000 higher than the estimate. The Owner then demanded a full refund of her deposit, to which the Contractor agreed on the condition that the Owner would sign a non-disclosure agreement ("NDA") and accept certain administrative and work-related deductions. The Owner demanded the full amount, and commenced a small claims action when the Contractor would not agree.

A couple months later, the Owner left a negative review of the Contractor on the website Yelp, and sent emails to various news outlets, including the Canadian Broadcasting Corporation ("CBC"). In these communications, the Contractor alleged the Owner's comments suggested, among other things, that the Contractor "scammed" her by providing an artificially low estimate and then increasing the price. The CBC eventually sent a reporter to interview the Owner. During the interview, the Owner made numerous accusations against the Contractor, including that the Contractor's estimate had doubled for the same amount of work. The CBC then ran several stories, including a TV news story and an online article, conveying the Owner's position. The Contractor then commenced a defamation claim against the Owner.

### The Decision

At trial, the BC Supreme Court held the Owner's statements



By / par Andrew D. Delmonico and Ted Lewis

## Question de réputation : savoir contrer les propos diffamatoires

Il n'est pas rare que les relations entre un entrepreneur et un propriétaire (ou un autre entrepreneur) se détériorent au point où l'affaire aboutit devant les tribunaux. Et il se peut que l'entrepreneur ait la mauvaise surprise de découvrir en ligne ou dans les médias des critiques qui peuvent porter atteinte à sa réputation.

Dans l'affaire récente *Level One Construction Ltd. c. Burnham*, 2019 BCCA 407, la Cour d'appel de Colombie-Britannique s'est penchée sur le cas d'un entrepreneur qui a poursuivi une propriétaire pour propos diffamatoires.

### Les faits

Dans cette affaire, le plaignant est un entrepreneur et l'intimée la propriétaire qui a retenu les services de l'entrepreneur en question pour des travaux de rénovation de sa résidence. Après des discussions sur l'étendue des travaux à exécuter pour cette rénovation, l'entrepreneur a présenté un devis de 18 908,51 \$ à la propriétaire et les deux parties ont signé un contrat sur la foi de ce devis. La propriétaire a fourni un dépôt de 5 000 \$ comme le prévoyait le contrat.

Quelques semaines plus tard, un des employés de l'entrepreneur présentait une révision des travaux à la propriétaire. Ce document de révision contenait une description de l'étendue des travaux qui avait été augmentée par erreur par rapport au contrat original. Par suite de ce malentendu, l'employé a présenté à la propriétaire une nouvelle estimation des coûts, laquelle dépassait de presque 20 000 \$ la première estimation. La propriétaire a alors demandé le remboursement complet de son dépôt, ce à quoi l'entrepreneur a consenti, mais à la condition qu'elle signe une entente de non-divulgaration et qu'elle accepte des déductions administratives et des retenues liées aux travaux. La propriétaire, exigeant le montant intégral du dépôt, a intenté des poursuites aux petites créances quand l'entrepreneur lui a refusé sa demande.

Quelques mois plus tard, la propriétaire affichait une critique négative au sujet de l'entrepreneur dans le site Yelp, et envoyait des courriels à divers médias, dont la CBC, chaîne anglaise de Radio-Canada. De l'avis de l'entrepreneur, les commentaires de la propriétaire laissaient entendre, entre autres choses, que

were not defamatory, if her words were given “the least harsh interpretation.” The trial judge also found that the Owner was entitled to rely on a defence of fair comment, which protects statements of opinion on matters considered to be in the public interest. This decision was overturned on appeal.

In its reasons, the Court of Appeal found the lower court was wrong in finding that the “least harsh interpretation” should be given to the Owner’s allegedly defamatory comments. In British Columbia, a statement is considered defamatory if it would tend to lower the reputation of the person to whom it refers in the eyes of a reasonable person. In considering this, the Court clarified that neither the worst possible meaning nor the least harsh interpretation should be given to the comments in question.

The Court of Appeal also found that the Owner should not be able to rely on a defence of fair comment with respect to her claim that the Contractor had quoted her twice the price for the same work. In order to be protected on the basis that a statement is fair comment, the facts upon which the comment is based must be correct. In this case, the Owner knew about the change in the scope of work that had resulted in the Contractor’s higher price, and left this important information out when giving her interview and review. Because her comments actually contradicted the facts, they were not protected as fair comment.

### Lessons Learned

1. If an owner or other contracting party makes untrue statements that you think could damage your business or reputation, you may have recourse to claim against that person in defamation. Contractors should pay attention to the reviews they receive online to ensure customers are accurately representing their interactions with the contractor.
2. Similarly, contractors, subcontractors, and suppliers should think carefully before posting negative reviews themselves. Although it may be permissible to share your opinion of another business online, statements that distort or misrepresent the facts of your interaction with that business may result in liability for defamation. ■

*This article was written by Andrew D.R. Delmonico, Partner, and Ted R. Lewis, articled student, who practise in construction law with the law firm of Kuhn LLP. This article is only intended as a guide and cannot cover every situation. It is important to get legal advice for specific situations. If you have any questions or comments about this case or other construction law matters, please contact us at 604.864.8877 (Abbotsford) or 604.684.8668 (Vancouver).*

**Time to show off your awesome work. Email [jkirby@pointonemedia.com](mailto:jkirby@pointonemedia.com) to pitch your project story, and have it featured in *TIAC Times*.**

l’entrepreneur l’avait arnaquée en lui présentant un devis artificiellement bas, et en en augmentant le prix par la suite. La CBC a envoyé un journaliste interviewer la propriétaire. Pendant l’entrevue, la propriétaire a lancé diverses accusations contre l’entrepreneur, et a notamment déclaré que ce dernier avait doublé le montant pour les mêmes travaux. La CBC a ensuite diffusé plusieurs reportages, dont un à la télévision et l’autre par écrit, qui reprenaient la position de la propriétaire. L’entrepreneur a ensuite intenté des poursuites en diffamation contre la propriétaire.

### Le jugement

En première instance, la Cour supérieure de la Colombie-Britannique a jugé que les propos de la propriétaire n’étaient pas diffamatoires si ses paroles étaient entendues dans leur sens le moins dur. Le juge de première instance a aussi affirmé que la propriétaire pouvait invoquer la défense de commentaire loyal, qui couvre les opinions sur des questions considérées d’intérêt public. Or, ce jugement a été cassé en appel.

En effet, dans ses conclusions, la Cour d’appel a affirmé que le tribunal de première instance avait erré en jugeant que l’interprétation la moins dure devait être accordée aux propos supposés diffamatoires de la propriétaire. En Colombie-Britannique, une affirmation est considérée diffamatoire si, de l’avis d’une personne raisonnable, elle porte atteinte à la réputation de quelqu’un. C’est ainsi que le tribunal a précisé que ni l’interprétation la plus dure, ni l’interprétation la moins dure n’aurait dû intervenir en ce qui concerne les commentaires en question.

La Cour d’appel a aussi précisé que la propriétaire ne pouvait pas faire appel à la défense de commentaire loyal pour ce qui est de l’affirmation selon laquelle l’entrepreneur aurait présenté un devis deux fois plus élevé pour les mêmes travaux. Pour être loyal, le commentaire doit s’appuyer sur des faits véridiques. Dans ce cas, la propriétaire savait que le changement dans l’étendue des travaux avait donné lieu à une augmentation des prix. Or, elle avait laissé tomber cet élément d’information dans son entrevue et ses critiques. Comme ses commentaires se trouvaient contredits par les faits, la propriétaire ne pouvait pas invoquer la défense du commentaire loyal.

### Leçons à tirer

1. Toute personne, propriétaire ou partie à un contrat, qui fait des déclarations fausses pouvant porter atteinte à votre réputation ou à votre entreprise, s’expose à des poursuites en diffamation. Les entrepreneurs devraient donc surveiller les critiques en ligne pour s’assurer que les clients relatent fidèlement leurs interactions.

*suite à la page 50*

## Strategic Thinking Needs to be Fed

How can we expect the leadership of our organizations to engage in strategic thinking if they don't have the relevant information that would feed it?

When I start working with a strategy client, I will ask for five years of data for financials, membership, and so on, and a lot of clients struggle to find that for me. They have it, but it's buried in their systems. They may use data a great deal, but they are often focused on the current and immediate past, and if I produce a five-year graph, it's sometimes the first time that's happened.

Similarly, when I've sat on a board, I've been provided with financials, but typically only seeing this year (year-to-date or actual), and last year. Maybe during a planning process, we'd look back a few more years to get program and financial data over time.

If my practice and experience is anything to go by, it's just not as common a habit as it should be for leadership – boards, management teams – to look at quantitative data over a longer period than a year or two.

### Why is that a problem?

Short-term data encourages short-term thinking. If you have a board that tends to go in the weeds, or a management team that has trouble thinking beyond the current budget year, maybe this is part of the issue.



**Vous désirez mettre vos projets ou chantiers en valeur ? Veuillez communiquer avec Jessica à l'adresse [jkirby@pointonemedia.com](mailto:jkirby@pointonemedia.com) pour faire paraître votre article dans *TIAC Times*.**



By / par Meredith Low

## Savoir alimenter la réflexion stratégique

Comment s'attendre du leadership de nos organismes qu'il s'adonne à la réflexion stratégique s'il ne dispose pas de l'information nécessaire pour le faire ?

Au client qui s'adresse à moi pour obtenir des services en planification stratégique, je demande cinq ans de données financières, de données sur les membres et d'autres renseignements du même genre ; et beaucoup de clients ont du mal à me fournir ces informations. Bien sûr qu'ils disposent des renseignements en question, sauf que lesdits renseignements se trouvent enfouis dans leurs systèmes. Et s'ils font très souvent appel à une foule de données, celles-ci concernent seulement l'année en cours ou une période récente. Quand je produis un tableau portant sur les cinq dernières années, c'est parfois la première fois qu'ils en voient un.

De même, il m'est arrivé, à titre d'administratrice de conseil, de recevoir des données financières, mais qui portent habituellement seulement sur l'année en cours (ou année à ce jour) et l'année précédente. Il m'est aussi arrivé, pendant une phase de planification, d'avoir eu à remonter quelques années de plus dans le passé pour obtenir de l'information sur l'évolution des programmes et de la situation financière au fil du temps.

Mon expérience semble bien indiquer que les leaders de nos organismes – conseils d'administration et équipes de gestion – n'ont pas l'habitude d'examiner leurs données quantitatives sur une période supérieure à un an ou deux.

### Pourquoi s'agit-il là d'un problème ?

Des données à court terme suscitent une réflexion à courte vue. Si le conseil d'administration de votre organisme a tendance à s'empêtrer facilement dans les détails ou si l'équipe de gestion a du mal à voir au-delà de l'année budgétaire en cours, peut-être faut-il voir là la manifestation du problème décrit plus haut.

La gouvernance est une responsabilité à long terme. À moins que votre organisme ne soit au bord de la faillite, les principes de gouvernance vous imposent une réflexion qui se projette



**Short-term data encourages short-term thinking ...  
Stewardship is a long-term responsibility.**

*Des données à court terme suscitent une réflexion à courte vue ... La gouvernance est une responsabilité à long terme.*

Stewardship is a long-term responsibility. Unless your organization is teetering on the brink of bankruptcy, stewardship requires thinking beyond the current year. It requires building for the future, maybe farther out than the tenure of anyone on the board right now. Boards have a duty of foresight, and this doesn't mean just next month.

Staff want to be seen as strategic thinkers. In some organizations, staff are seen as more purely administrative, with the board taking on all the strategic thinking. If this is the case, and you want to change that, one way is to provide strategic-level data. Staff are the ones who can connect the week-over-week data to the long-term trends most efficiently, but only if you actually look at the data that way yourself, and then share your findings with the board.

There's a risk of overreacting to temporary impacts. What is going on this year? Is it a blip or a trend?

You know that, partly by applying your judgement and partly by knowing the trends—internal and external. Without knowing the longer-term trends, there is not a shared understanding of what the current numbers mean.

**The need to feed**

Now, I worked for a long time at the headquarters of a major bank. Nobody appreciates data like banking executives, I can tell you. And, especially for a smaller organization, there is a risk of spending too much time on data reporting and not enough time on thinking about the implications of the data we already see. (And not enough time doing.) So there are indeed risks of overreporting. (This is why the right metrics are crucial.)

But how can we expect strategic thinking if we don't provide information on a strategic level?

If you'd like to discuss how we can help you use your data to make good strategic decisions, please get in touch. ■

au-delà de l'année en cours. La gouvernance suppose qu'on construise pour l'avenir, pour parfois bien au-delà du mandat des administrateurs en place. Les conseils d'administration assument un devoir de prévoyance, et pas simplement pour le mois qui vient.

- Le personnel veut pouvoir exercer sa réflexion stratégique. Dans certains organismes, le personnel est vu simplement comme un corps administratif, et c'est le seul conseil d'administration qui se charge de la réflexion stratégique. Si c'est le cas chez vous et que vous souhaitez changer les choses, un moyen d'y parvenir consiste à obtenir des données de nature stratégique. Or, c'est le personnel qui est le mieux à même de faire le lien entre les données hebdomadaires et les tendances à long terme. Cela dit, il faut que vous preniez connaissance de ces données et en fassiez part au conseil d'administration.
- Réagir trop fortement à des problèmes qui pourraient s'avérer temporaires demeure un risque. En effet, il faut voir ce qu'il s'est passé cette année : s'agit-il d'une difficulté passagère ou d'une tendance lourde ?

C'est bien sûr une question de jugement, en partie du moins, et aussi une question de connaissance des tendances — tant internes qu'externes. Si l'on ne connaît pas les tendances à plus long terme, il est malaisé de comprendre ce que les chiffres pour la période en cours signifient vraiment.

**Savoir alimenter sa réflexion... oui, mais !**

J'ai travaillé de nombreuses années au siège social d'une grande banque. Personne n'apprécie autant les données que les dirigeants d'institutions bancaires – ça, je peux vous l'assurer. Or, dans un organisme plus petit, on risque aussi de passer trop de temps à la production de rapports, et pas assez à la réflexion que devraient susciter les données que l'on a déjà. (Et pas assez de temps non plus à l'action.) Trop de rapports sur trop de données, c'est pécher par excès de zèle. C'est pourquoi il faut se limiter aux seules données vraiment utiles.

Donc, comment procéder à une réflexion stratégique si l'on ne dispose pas d'information de nature stratégique ?

Si vous souhaitez discuter de la façon dont employer vos données pour prendre de bonnes décisions sur le plan stratégique, n'hésitez surtout pas à communiquer avec nous. ■

**CONTRACTORS 101**

*suite de la page 13*

Vingt-cinq pour cent des entrepreneurs spécialisés dégagent des bénéfices exceptionnels. De tels résultats ne sont pas dus au hasard. Mesurer, suivre, gérer : voilà trois clés très importantes du succès. Si vous voulez faire partie de ces 25 %, commencez par mettre en place un bon système de suivi des travaux en cours, puis mesurez, suivez et gérez ces résultats tous les mois.

Dans le premier contrat du tableau ci-dessus, il y a deux points à examiner : la colonne 9 montre qu'il y a eu surfacturation; les colonnes 10 et 11 indiquent un écart entre la comptabilité et l'opinion du gestionnaire de projet quant à l'état d'avancement des travaux. Nous avons mesuré nos résultats et nous en avons fait le suivi, ce qui nous donne les outils nécessaires pour les gérer. Allez-y, et assurez la rentabilité de votre entreprise.

P.S. – Même si ce qui précède vous aidera à gérer votre rentabilité, n'oubliez pas d'examiner la nouvelle Loi sur le paiement rapide des travaux de construction afin de bien gérer vos flux de trésorerie. Vous risquez bien davantage la faillite en raison de flux de trésorerie déficients que par manque de bénéfices.\* ■

**INDUSTRY NEWS**

*continued from page 15*

L'avènement de normes BIM précises a été un catalyseur qui a permis à la technologie de faire des progrès rapides. Parmi celles-ci, mentionnons le format IFC (Industry Foundation Class), schéma de modèle de données propre au secteur, ainsi que le format BCF (BIM Collaboration Format), format de fichier neutre, fondé sur un modèle, qui permet de communiquer des informations de coordination sur l'évolution des chantiers.

La voie à suivre en construction consiste à établir des normes, mais également à déterminer quoi normaliser. La

simplification du processus suppose une définition de la terminologie industrielle associée à la BIM, notamment l'environnement commun de données (ou CDE pour common data environment), les jumeaux numériques et l'openBIM.

L'industrie de la construction est en train d'établir des normes afin d'améliorer la clarté et la certitude décisionnelles lors de la sélection et de l'utilisation de la BIM et des communications concernant celle-ci. Les normes sont axées sur la saisie, le partage et l'accessibilité des données — principes clés de succès dans une industrie qui dépend de plus en plus des technologies. On considère également comment pérenniser les données et leur accessibilité.

L'ouverture, la neutralité et la volonté de collaborer seront nécessaires à la normalisation et à l'adoption de la BIM, tandis qu'elle continuera de se propager. ■

**C'EST LA LOI**

*continued from page 47*

2. De même, les entrepreneurs, sous-traitants et fournisseurs doivent eux-mêmes s'abstenir d'afficher des critiques négatives. Même s'il est permis de partager son opinion en ligne au sujet d'une autre entreprise, les déclarations qui faussent ou déforment les faits sur vos interactions avec cette entreprise peuvent déboucher sur une poursuite en diffamation. ■

*Le présent article a été rédigé par Andrew D. Delmonico et Ted R. Lewis, avocats qui travaillent dans le domaine du droit de la construction au cabinet Kuhn LLP. L'information qu'il contient constitue simplement un guide et ne s'applique pas forcément à tous. Il est essentiel que vous consultiez un avocat qui examinera votre cas particulier. Pour toute question ou observation sur le cas présenté ici ou sur toute autre cause juridique liée à la construction, n'hésitez pas à communiquer avec nous au 604.864.8877 (Abbotsford) ou au 604.684.8668 (Vancouver).*

*Le lecteur québécois comprendra que la présente traduction française a été établie dans le contexte du régime de la common law et qu'il doit consulter un juriste pour procéder aux adaptations exigées le cas échéant par le droit civil québécois.*

Advertiser / Index des annonceurs	Advertiser / Compagnie	Page	Phone	Web
	Aeroflex USA Inc.	18-19	866.237.6235	www.aeroflexusa.com
	All Therm Services Inc.	OBC	604.559.4331	www.alltherm.ca
	Amity Insulation Group Inc.	17	780.454.8558	e: sales@amityinsulation.com
	BC Insulators, Local 118	11	604.877.0909	energyconservationsspecialists.org
	Brock White Canada	20	403.287.5889	www.brockwhite.ca
	C&G Insulation Ltd.	30	250.769.3303	e: candginsulation@shawbiz.ca
	Crossroads C&I Distributors Inc.	13	604.421.1221	www.crossroadsci.com
	Dispro Inc.	13	800.361.4251	www.dispro.com
	Extol of Ohio Inc.	31	800.486.9865	www.extolohio.com
	FastEST Inc.	12	800.828.7108	www.fastest-inc.com/tiac
	Fattal	38	800.361.9571	e: info@fattal.com
	Ideal Products of Canada Ltd.	24-25	800.299.0819	www.idealproducts.ca
	Johns Manville	7,21	800.654.3103	www.jm.com
	Lewco Super Mat	IFC	800.221.6414	www.lewcosupermat.com
	MFM Building Products Corp.	6	800.882.7663	www.flexclad.com
	NDT Seals	17	800.261.6261	www.ndtseals.com
	Polyguard Products Inc.	5	214.515.5000	www.polyguard.com/mechanical
	Proto Corporation	29	800.875.7768	www.protocorporation.com
	Tight 5 Contracting Ltd.	41	604.874.9615	www.tight5.net
	Wallace Construction Specialties Ltd.	23	800.596.8666	www.wallace.sk.ca
	TIAC Distributors / Manufacturers	42-43 / OBC		

it's simple.

1. know where your audience is.
2. be where your audience is.

**TIAC**



enough said.

**For details and to reserve your space today contact Lara Perraton  
at 877.755.2762 • lperraton@pointonemedia.com**



# ALL THERM SERVICES INC

LEADERSHIP THROUGH ENERGY CONSERVATION

Burnaby

Calgary

Edmonton

Mississauga

Dartmouth



Suppliers of Mechanical Insulation - HVAC/R - Firestop - Marine - Specialty Products

Burnaby 604.559.4331

Calgary 403.266.7066

Edmonton 780.732.0731

Mississauga 416.675.1710

Dartmouth 902.468.5232

Unique Brands Great Inventories Next Level Service Incredible Value

[www.alltherm.ca](http://www.alltherm.ca)

[info@alltherm.ca](mailto:info@alltherm.ca)



@all\_therm



@all\_therm