

QC Quality Assurance Certificate Program Launched

Lancement au Québec du Programme d'assurance qualité

Also in this issue:

Également dans ce numéro :

Magic and Lethal: Asbestos Memorial

**Magic and Lethal : un mémorial des
victimes de l'amiante**

Contractor Profile : Sprint Installations

**Profils d'entrepreneur : Sprint
Installations**

Member Profile: Katie McFadden

Profil d'un membre : Katie McFadden



A Global Leader in Distribution and Specialty Fabrication

Mechanical And Building Insulation Systems

Pipe, Duct, Tank & Equipment Insulation
Industry Leading CUI Mitigation Systems
Building Thermal, Acoustic and Fire Protection Products
Patented SafeLite®, ULC Certified Ceiling Fixture Covers



Serving Industrial, Commercial, Marine, & OEM

From first contact to project completion, you'll benefit from our extensive product offering, superior service, and value.

Burnaby

3220 Lake City Way
604-430-3044

Calgary

6703 30th Street, SE
403-720-6255

Edmonton

12416 184 Street, Bldg C
780-452-4966

Call SPI for all your insulation needs!
Learn more at www.spi-co.com

PUBLISHER / EDITOR

Jessica Kirby
jessica.kirby@pointonemedia.com
250.816.3671

CONTRIBUTING WRITERS

Natalie Bruckner
Ron Coleman
Joey Fabing
Matthew Potomak
Liam Robertson
Darren Sloane

ADVERTISING SALES / CREATIVES

Lara Perraton • 877.755.2762 ext 1407
lperraton@pointonemedia.com

COVER IMAGE:

Photo courtesy of @Can Stock / kadmy



Summer / Été 2022

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 ©2022 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 Coquitlam, BC.

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.

12 Quebec's Quality Assurance Program Launched Lancement au Québec du Programme d'assurance qualité

20 Magic and Lethal: Asbestos Memorial Magic and Lethal : un mémorial des victimes de l'amiante

24 Contractor Profile: Sprint Installations Ltd. Profil d'entrepreneur : Sprint Installations

26 Member Profile: Katie McFadden Profil d'un membre : Katie McFadden

Extras / Les extras

- 4 President's Message / Le mot du président
- 10 Technical Insights / Conseils techniques
- 30 TIAC Distributors / Distributeurs de l'ACIT
- 32 Contractors 101 / Entrepreneurs 101
- 34 Safety / Sécurité
- 36 It's the Law / C'est la loi
- 39 Advertiser Index / Index des annonceurs

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 now offers superior insulation systems (including protection from CUI) targeting below ambient and chilled water applications and a complete line of pipe supports and tools from Buckaroos.



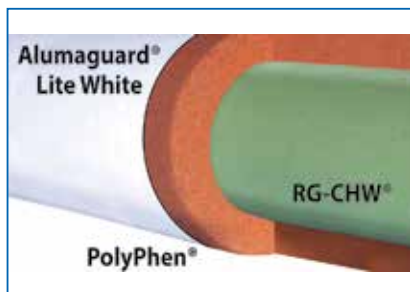
Alumaguard



RG-2400



Styrofoam XPS



PolyPhen



Insulrap/ZeroPerm



Pipe Supports

- Weatherproof Jacketing • CUI protection
- Vapor Barriers • Insulation • Pipe Supports

The DuPont logo is a registered trademark and STYROFOAM is a trademark of The DuPont Chemical Company ("DuPont") or an affiliated company of DuPont

Polyguard
Innovation based. Employee owned. Expect more.

214-515-5000

www.polyguard.com/mechanical



BUCKAROOS
Innovation based. Employee owned. Expect more.
A Polyguard Company

800-969-3113

www.buckaroos.com

Buckaroos is now a Polyguard Company

We are pleased to announce that the *North American Commercial and Industrial Insulation Standards* (NACIIS) manual is being translated. This is very exciting for all of us at TIAC. We are hoping to have this completed by the end of 2022 and distributed to our French speaking partners as soon as possible afterwards.

As I mentioned in my last report, TIAC's Innovators were working with a team from TIAA to update the Denis Formula. Well, TIAA took the bull by the horns and its members have recreated the Denis Formula to be a Standard Method of Measurement. The goal behind this new method of measurement is to help contractors justify the reasoning behind our change notices. Thank you to TIAA for taking on this task, as it was long overdue.

TIAC is on the hunt for the right person. Is it you? We are looking for a Technical Initiative and Strategic Relationship Coordinator. If you know someone who you might think has what it takes, please let us know. Turn to page 28 for a full job description.

As we roll through this summer and take time to relax and rejuvenate ourselves for the upcoming winter, remember to always enjoy what you have and who you get to enjoy that with. Life can change very quickly. I wish you all the very best during this summer season, and I hope to see you all in August in Ottawa. ■

Nous avons le grand plaisir d'annoncer que le guide *North American Commercial and Industrial Insulation Standards* (NACIIS) est en cours de traduction. Nouvelle épatante pour nous tous à l'ACIT ! Nous espérons que la version française sera terminée pour la fin de l'année 2022 et qu'elle pourra être distribuée peu après à nos partenaires francophones.

Comme je l'ai indiqué la dernière fois, les Innovateurs de l'ACIT travaillaient avec une équipe de la TIAA à l'actualisation de la formule Denis. Eh bien, la TIAA a décidé de prendre le taureau par les cornes et ses membres ont remanié la formule Denis pour en faire une méthode de mesure normalisée. L'idée de cette nouvelle méthode de mesure, c'est d'aider les entrepreneurs à expliquer les motifs des avis de changement. Merci à la TIAA pour cette tâche qui attendait depuis longtemps.

L'ACIT est à la recherche de la personne idéale. Êtes-vous cette personne ? Nous cherchons un coordonnateur ou une coordonnatrice qui se chargera des initiatives techniques et des relations stratégiques. Si vous connaissez quelqu'un qui pourrait convenir, veuillez communiquer avec nous. Vous trouverez la description de poste complète à la page 28.

Avec l'été, prenons tout de même le temps de nous détendre et de faire le plein de santé en prévision de l'hiver. Rappelons-nous aussi d'apprécier ce que nous avons et surtout les personnes de notre entourage. La vie peut changer très rapidement du tout au tout. Bon été à tous et à toutes, et au plaisir de vous revoir en grand nombre à Ottawa en août ! ■



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

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

ISO 9001:2008

crossroadsci.com



The reference since 1982
La référence depuis 1982



**Complete line of
insulation products**
**THERMAL AND
ACOUSTICAL**

**3 locations
to serve
you better**

Gamme complète de produits isolants
THERMIQUES ET ACOUSTIQUES

3 succursales pour mieux vous servir



OTTAWA **QUÉBEC** **MONTREAL**

514-354-5250 • 1-800-361-4251

WWW.DISPRO.COM

email | courriel : iso@dispro.com



EXTREMELY EASY. EXTREMELY FAST.

**SSL II® WITH ASJ MAX FIBERGLAS® PIPE INSULATION.
TAILORED TO FIT. TAILORED TO PERFORM.™**

Today's extreme business climate means less time to do more. Your projects don't wait, and you can't afford to either. SSL II® with ASJ Max FIBERGLAS® Pipe Insulation is designed to seal, protect and insulate—faster and easier than ever before. Our SSL II® closure system provides a superior seal. ASJ Max protects against water and mold growth.¹ The insulation is tailored to fit and tailored to perform for any application with FlexCore Technology for copper pipes and RigidCore Technology for iron pipes. For extreme timelines, use pipe insulation that is extremely fast and easy to install.

To learn more, visit [OwensCorning.com/fiberglas-pipe](https://www.owenscorning.com/fiberglas-pipe)

1. ASJ Max Jacket does not support mold growth when tested in accordance with ASTM C1338.
© 2022 Owens Corning. All Rights Reserved. © 1964–2022 Metro-Goldwyn-Mayer Studios, Inc. All Rights Reserved.



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

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.

If you would like more information about the association or would like to review a complete list of members, please visit www.tiac.ca.

Si vous désirez davantage de renseignements sur l'association ou souhaitez accéder à la liste complète des membres, veuillez visiter le site www.tiac.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.

2021 – 2022

President – Joey Fabing
 1st Vice-President – Robert Bertram
 2nd Vice-President – Mathieu Hamel
 Treasurer – Chris Ishkanian
 Past-President – Shaun Ekert
 Secretary – David Reburn
 Chairman Manufacturers – Robert Bertram
 Alternate Manufacturers – Jason Meikle
 Chairman Distributors – Louis Basque
 Alternate Distributors – Bob de Boer
 Chairman Contractors – Mark Trevors
 Alternate Contractors – Robert Gray
 Director of British Columbia – Brad Haysom
 Director of Alberta – Mark Trevors
 Director of Saskatchewan – Vacant
 Director of Manitoba – Robert Gray
 Director of Ontario – Darren Sloan
 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

Conference Chair – Steve Huculiak
 Conference 2022 Chair – Tim Pullyblank
 Conference 2023 Chair – Chris Ishkanian
 TIAC Innovators Chair – Luis Garcia

Provincial Association Representatives

Association d'Isolation du Québec – Lyne Laperrière
 B.C. Insulation Contractors Association – Bradley Budden
 Master Insulators Association of Ontario – Charlie Stuckey
 Manitoba Insulation Contractors Association – Robert Gray
 Saskatchewan Insulation Contractors Association – Shaun Ekert
 Thermal Insulation Association of Alberta – Jenny Kerr

2021 – 2022

Président – Joey Fabing
 Premier vice-président – Robert Bertram
 Deuxième vice-président – Mathieu Hamel
 Trésorier – Chris Ishkanian
 Président sortant – Shaun Ekert
 Secrétaire – David Reburn
 Président de fabricants – Robert Bertram
 Suppléant de la section des fabricants – Jason Meikle
 Président de distributeurs – Louis Basque
 Suppléant de la section des distributeurs – Bob de Boer
 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 – Vacant
 Directeur du Manitoba – Robert Gray
 Directeur de l'Ontario – Darren Sloan
 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

Président des congrès – Steve Huculiak
 Président du congrès 2022 – Tim Pullyblank
 Président du congrès 2023 – Chris Ishkanian
 Président des innovateurs de l'ACIT – Luis Garcia

Représentants des associations provinciales

Association d'Isolation du Québec – Lyne Laperrière
 B.C. Insulation Contractors Association – Bradley Budden
 Master Insulators Association of Ontario – Charlie Stuckey
 Manitoba Insulation Contractors Association – Robert Gray
 Saskatchewan Insulation Contractors Association – Shaun Ekert
 Thermal Insulation Association of Alberta – Jenny Kerr

TIAC Honorary Members / Membres honoraires de l'ACIT

Denis Beaudin
 Don W. Bell
 Maurice Bleau
 Alison Bowick-MacLeod
 Bud Cameron
 Lee Cole
 Ian Dewar

Joe Fabing
 George Faulkner
 Jim Ferguson
 Lloyd Fleet
 Jim Flower
 Albert Fryer
 John Jackson

Robert Lacoste
 Allan MacDonald
 George Pachon
 Cam Phibbs
 Anthony Pjaczkowski
 Harvey Webb
 Bill Wilson

Untapped Potential – The Power of Social Media

By / Darren Sloane

Would you be surprised if I told you I have generated and converted leads through social media?

It's true, believe it or not. And I'm not just talking about Facebook and LinkedIn—most of this humble marketing success has occurred using Instagram. The common denominator is the fact that these platforms have matured into effective, efficient tools, especially for businesses selling straight to consumers (B2C). The potential doesn't end with B2C products and services though; it's becoming pertinent for business to business marketing, as well.

Social media has been dubbed Web 2.0 in many tech circles, so let's take a step back and see how we got here.

It all started in the 90s and early 2000s with the proliferation of Web 1.0. This was the beginning of the web as we know it, where the tools of the time allowed for the creation of websites that contained readable, essentially static, information. It was a breadth of knowledge at our fingers tips, and it was only a dial up connection away. Do you remember that beautiful symphony of beeps and tones on the other side of the phone line when someone was connecting to the internet?

Fast forward a few years and we saw the internet evolve. In the late 2000s, we saw a shift in functionality. The underlying momentum of the web morphed from displaying information to sharing and communicating. Strictly readable sites published by centralized authorities were replaced with user generated content. We saw things like user reviews, e-commerce, and the emergence of social media websites. The web had become interactive. This was and is the defining legacy of Web 2.0.

Now, in the last few years, we are seeing the development and growth of Web 3.0—a new, de-centralized paradigm revolving around technology like cryptocurrency and blockchain. However, that is a discussion for another day. I want to stay focused on Web 2.0, primarily social media and how I think we can use it to our advantage, not only for our businesses, but for our industry, as well.

So, what's happening right now?

According to Hootsuite Digital, 71.6 per cent of global internet users aged 16–64 use social media to research brands.

It's simple: using social media to research products and services is something we've all done.

What's the best Italian restaurant to go to this Saturday night?

What do people think about the local dentist in my area?

Is this basement renovation contractor reputable?

Le potentiel non encore exploité des réseaux sociaux

par / Darren Sloane

Si je vous disais que j'ai obtenu de nouveaux clients grâce aux réseaux sociaux, en seriez-vous étonné ?

Croyez-le ou non, c'est pourtant vrai. Et je n'ai pas que Facebook et LinkedIn en tête — mon humble succès en marketing, je le dois, pour la plus grande partie, à Instagram. Le dénominateur commun, c'est que ces plateformes ont évolué pour devenir des outils efficaces et rentables pour le commerce électronique de détail plus particulièrement. Et ce potentiel ne s'arrête pas aux seuls produits et services proposés directement aux consommateurs ; il concerne aussi le marketing inter-entreprises.

Les réseaux sociaux sont désignés sous le terme de Web 2.0 dans bien des cercles technologiques. Voyons voir ce qu'il en est de leur évolution.

Tout a commencé dans les années 90 et au début des années 2000 avec le Web 1.0. La Toile telle qu'on la connaît maintenant commençait alors à s'implanter et les outils de l'époque suffisaient pour créer des contenus essentiellement statiques, à lire seulement. C'est toute une gamme de connaissances dont nous disposions désormais à portée de la main, par ligne commutée. Vous rappelez-vous la merveilleuse symphonie des bips et des tonalités qu'on entendait à l'autre bout du fil quand on se branchait à internet ?

Quelques années plus tard, l'internet avait déjà évolué et, à la fin de la première décennie des années 2000, les fonctions avaient changé. De l'affichage d'information, on était passé au partage et à la communication d'information. Les sites de lecture seulement publiés par des instances centralisées étaient remplacés par des contenus produits par les utilisateurs. Et on a assisté à l'avènement des cotes de satisfaction des utilisateurs, du commerce électronique et des sites de réseaux sociaux. La Toile était devenue interactive. Voilà ce qui a défini et qui définit toujours le Web 2.0.

Or, depuis quelques années, nous assistons au développement et à l'expansion du Web 3.0 — paradigme nouveau et décentralisé qui s'appuie sur des technologies comme la cryptomonnaie et les chaînes de blocs. Mais reportons cette conversation à plus tard et tenons-nous-en pour l'instant au Web 2.0, aux réseaux et aux médias sociaux principalement, et à la façon d'en tirer parti, non seulement au profit des entreprises, mais aussi de celui de l'ensemble de notre secteur.

Quel est donc, en l'occurrence, l'état de la situation ?

D'après Hootsuite Digital, 71,6 pour cent des internautes sur la planète, âgés entre 16 et 64 ans, emploient les réseaux et médias sociaux pour faire des recherches sur les marques.

En effet, employer les réseaux sociaux pour des recherches

That statistic isn't going to be silo'd to consumer products or residential services. It's happening in ICI construction, too.

Let's take a look at another statistic.

Social media users by generation (PEW Research Centre, 2021)

Adults, 65 and above – 45%
 Adults, 50-64 – 73%
 Adults, 30-49 – 81%
 Adults, 18-29 – 84%

It's a clear trend. Younger people have adopted and use social media at a higher rate than older generations. Decision makers are going to vet prospective contractors using the tools at their disposal. Based on current trends, one of these tools is social media, and it is only going to be a bigger factor as younger generations, adept with these mediums and platforms, grow into decision making roles. Websites, and now social media, are often providing the first impression for proposed clients. The pandemic only accelerated this trend. Is social media now the marketing and business development be all and end all? No, but we can no longer ignore the opportunity it presents.

For the most part, we have all accepted the fact that a website is crucial for representing a reputable company, yet very few within our industry have taken the next step. Social media allows us to connect and communicate in much more effective ways. We can connect directly with our target audiences (engineers, mechanical contractors, legislators, prospective employees, etc). We can share knowledge, highlight company experience and workmanship. We can build rapport, foster trust, and motivate and attract quality talent for our organizations. It's another avenue for attention, and it doesn't even have to cost anything. We also can't deny the potential impact on industry awareness, not only for the benefits we provide but for the career opportunities, as well. Current and looming labour shortages should be more than enough motivation for you to hit the 'Post' button. The next generation of insulator mechanics, projects managers, owners, and operators are using these platforms—we just need to tell our story. Not sure how to do it? It's a simple Google search away. There is a bounty of resources at your disposal for social media strategies, tips, and tricks.

Look, I'm no marketing expert, but the small successes I've experienced recently on little to no investment accentuate the underlying trends. It's time to take a peek and dip your toes into the world of social media, if you haven't already. Facebook, Instagram, LinkedIn, and dare I say Tik Tok are four huge avenues for attention. The mechanical insulation industry is represented on these platforms by a relatively small group, particularly on Tik Tok and Instagram. Social media is word of mouth on steroids. If we feel like we are the forgotten trade, we need to be held accountable because in this day and age there is no excuse. The audiences are there—they just need our content. We bring a lot of value to the world with our services, and it's time to tell our story. ■

sur des produits et services, c'est quelque chose que nous faisons tous.

Quel est le meilleur restaurant italien où aller samedi soir ?

Que pensent les patients du dentiste du coin ?

Est-ce que l'entrepreneur que j'envisage d'engager pour la rénovation de mon sous-sol a bonne réputation ?

Ce genre de statistique ne se limite pas aux seuls produits de consommation ou de services résidentiels. Ces données s'appliquent aussi à la construction industrielle, commerciale et institutionnelle.

Examinons d'autres statistiques.

Utilisateurs de réseaux et médias sociaux par groupe d'âge (PEW Research Centre, 2021)

Adultes, 65 ans et plus – 45 %
 Adultes, 50-64 ans – 73 %
 Adultes, 30-49 ans – 81 %
 Adultes, 18-29 ans – 84 %

La tendance est claire. Les jeunes ont adopté et emploient les réseaux sociaux dans une proportion plus importante que leurs aînés. Les décisionnaires de l'avenir approuveront d'éventuels entrepreneurs sur la foi des outils dont ils disposeront. À en croire les tendances actuelles, l'un de ces outils, ce sont les réseaux sociaux, et ce facteur pèsera plus encore à mesure que les générations montantes, habituées de ces médias et de ces plateformes, assumeront des postes de commande. Les sites web, et maintenant les réseaux sociaux, créent souvent la première impression chez le client potentiel. La crise sanitaire n'a fait qu'accroître cette tendance. Les réseaux sociaux sont-ils maintenant le seul moyen de commercialiser ses produits ou de développer son entreprise ? Non, mais nous ne pouvons plus passer à côté de l'occasion qu'ils nous offrent.

Nous avons tous, pour la plupart du moins, accepté le fait que toute entreprise digne de ce nom doit posséder son site web ; mais très peu d'entreprises du secteur ont fait plus. Les réseaux sociaux sont le moyen d'établir des rapports et d'échanger plus efficacement. Nous pouvons communiquer directement avec nos publics cibles : ingénieurs, entrepreneurs en mécanique, législateurs, employés potentiels, etc. Nous pouvons diffuser des connaissances et mettre en valeur l'expérience et la qualité d'exécution du travail de notre entreprise. Nous pouvons créer des liens, favoriser la confiance du client, et intéresser et recruter des travailleurs de qualité dans nos entités. C'est une autre façon d'attirer l'attention, et ce sans que cela ne coûte quoi que ce soit. Nous ne pouvons pas faire fi non plus de l'éventuel impact que les médias sociaux ont sur la visibilité du secteur, non seulement à l'égard des avantages que nous procurons, mais aussi en tant que domaine d'activité professionnelle. Les pénuries de main-d'oeuvre

suite à la page 38

Quebec's Quality Assurance Program Launched

The Association d'isolation du Québec (AIQ) is preparing to launch its Quality Assurance Certificate (QAC) program this fall before handing it over to TIAC for national distribution

Lancement au Québec du Programme d'assurance qualité

L'Association d'isolation du Québec (AIQ) prépare le lancement pour cet automne de son Programme d'assurance qualité (PAQ) avant de le confier à l'ACIT pour être diffusé partout au pays

By / par Jessica Kirby

When the BCICA announced its quality assurance control program to the TIAC board of directors nearly a decade ago, members of the AIQ were immediately interested. "There has been a decline in quality on projects in Quebec over the last ten years," says AIQ member and Advisor to the TIAC Board, Remi Demers. "This kind of program is exactly what we have been looking for to help with that."

The AIQ's program, called Programme Assurance Qualité (PAQ)/Quality Assurance Certificate (QAC), is modelled after the BCICA's program, which launched in 2014 and has served as an important case study that has informed the AIQ's process.

Under the AIQ's QAC program, contractors—who must be AIQ members—will price the QAC in their bids subject to an amount designated by the QAC chart and not exceeding 3% of the bid amount. If the contractor is successful, he or she sends a copy of the contract to the AIQ office. The AIQ will assign a quality controller (QC) to the project, and this certified individual will make site visits, monitor quality of the job, and report to the engineer on the final work and any issues that arise.

"The controller will be a second set of eyes for the engineer, but he or she doesn't replace the engineer's responsibilities," says Demers. "Insulation is only 1% of the job, but it can cause up to 10% of the problems if it isn't a quality job. The controller will be on site to guide the contractor and report to the engineer."

Lorsque la BCICA a annoncé le lancement de son programme d'assurance de la qualité au Conseil d'administration de l'ACIT voilà près de dix ans, les membres de l'AIQ s'y sont immédiatement intéressés. « La qualité des chantiers au Québec avait diminué au cours de la décennie précédente, fait remarquer Rémi Demers, membre de l'AIQ et conseiller spécial auprès du Conseil d'administration de l'ACIT. Ce genre de programme était exactement ce dont nous avions besoin pour remédier à la situation. »

Le programme de l'AIQ, appelé Programme d'assurance qualité (PAQ) / Certificat d'assurance qualité (CAQ), s'inspire du programme de la BCICA qui a vu le jour en 2014 et qui a largement servi de modèle au processus de l'AIQ.

Selon ce que prévoit le PAQ / CAQ de l'AIQ, les entrepreneurs — qui doivent être membres de l'AIQ — incluent dans leurs soumissions le PAQ / CAQ, dont le prix est établi dans le barème du PAQ / CAQ et ne dépasse pas 3 % du montant de la soumission. Si l'entrepreneur remporte la soumission, il fait parvenir un exemplaire du contrat au bureau de l'AIQ. L'AIQ désigne alors un contrôleur de la qualité pour le chantier. Le contrôleur de la qualité, détenteur du certificat d'attestation pour ce faire, effectuera des visites sur place, vérifiera la qualité des travaux et présentera à l'ingénieur son rapport sur les travaux complétés et sur les problèmes éventuels.

« Le contrôleur, c'est la deuxième paire d'yeux de l'ingénieur,

The process begins with a meeting between the contractor, engineer, owner, and controller to establish the project requirements, such as ensuring adequate space is left for appropriate insulation thicknesses.

“Space can be a big problem,” Demers says. “If the project requires two inches of insulation but there is only 1.5 inches of space between pipes, the insulation can’t be applied properly.”

When the insulation scope begins, the controller tells the owner how many site visits will occur over the life of the project. If the controller identifies a problem with the insulation scope on the first visit, he or she will send a fact-based report about the issue to the engineer and mechanical contractor. The engineer will issue a directive on correcting the issue.

“If the controller returns a second time and the problem is still occurring, he or she will have to return a third time at the insulation contractor’s expense,” says Demers. “This is all to make sure the contractor remains committed to the quality the program demands.”

Contractors will also receive eight hours of online instruction about insulation quality, the QAC program, what to expect from the quality controller, and how the process works from start to finish.

“We want contractors to be aware of the problems that exist on some jobsites, and we want to prepare them for being inspected,” Demers says. “Every company should have one person—a superintendent or a foreman—take the course so they are prepared and know what quality control is all about.”

The quality controller training program was developed by the QAC steering committee in consultation with Denis Beaudin, TIAC’s former technical consultant. Beaudin prepared a 475-page booklet on insulation quality assurance, which the committee handed over to Ahuntsic College, which will deliver the training and whose faculty pared the original document down to around 300 pages.

The course will comprise 50 hours of online instruction and a four- to six-hour in-person test where participants will be presented with an on-site scenario they will have to review and prepare a report on. The first 20 spaces in the quality controller training program will be open for registration this fall.

“This is a program for the controllers, but also a good course for people who want to learn more about insulation,” Demers says. “We expect those 20 spaces will be filled with controllers in training and other people with a vested interest in understanding insulation systems, such as members of engineering firms and people working in distribution.”

Over the next three months, the AIQ and a marketing consultant will promote the program to engineering firms with the prime objective of having specifiers name the QAC in their master specifications.

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

mais il n’en assume pas les responsabilités, précise M. Demers. L’isolation représente seulement 1 % des travaux, mais peut entraîner jusqu’à 10 % des problèmes si le travail n’a pas été exécuté dans les règles de l’art. Le contrôleur sera sur place pour guider l’entrepreneur et présentera son rapport à l’ingénieur, ce qui évitera justement ce genre de complications. »

Le processus commence par une réunion de l’entrepreneur, de l’ingénieur, du propriétaire et du contrôleur, l’objectif étant d’établir les paramètres du projet, notamment pour veiller à ce qu’un dégagement suffisant soit prévu pour les épaisseurs d’isolant.

« Le dégagement peut poser un gros problème, fait remarquer M. Demers. Si le projet exige deux pouces d’isolant, mais que le dégagement entre les tuyaux n’est que d’un pouce et demi, il est alors impossible d’installer l’isolation correctement. »

Lorsque le travail d’isolation commence, le contrôleur communique au propriétaire le nombre de visites prévues pendant la durée du chantier. Si le contrôleur détecte un problème à la première visite, il fait parvenir à l’ingénieur et à l’entrepreneur en mécanique un rapport circonstancié à ce sujet. L’ingénieur envoie alors une directive sur la façon de corriger la situation.

The program's infrastructure was developed by the BCICA, but the AIQ's intention was to create a program that can be accessed at the national level by each province. It will be developed in French, and provincial associations who wish to adopt the program can adjust the parameters to suit their jurisdictions and will be responsible for any translation costs incurred.

"We learned a lot from Chris Ishkanian and the BCICA," Demers says, "including that we may need to be patient as the program catches on. We know of four smaller engineering firms that want to write the QAC into their master specifications, and we know larger firms will eventually want to take this on, but for now they will have questions. Changing a master spec

« Si, à la deuxième visite, le contrôleur constate que le problème n'est toujours pas réglé, il devra par la suite faire une troisième visite, et cette fois-ci aux frais de l'entrepreneur en isolation, précise M. Demers. On veut ainsi s'assurer que l'entrepreneur continue de respecter les exigences du programme en matière de qualité. »

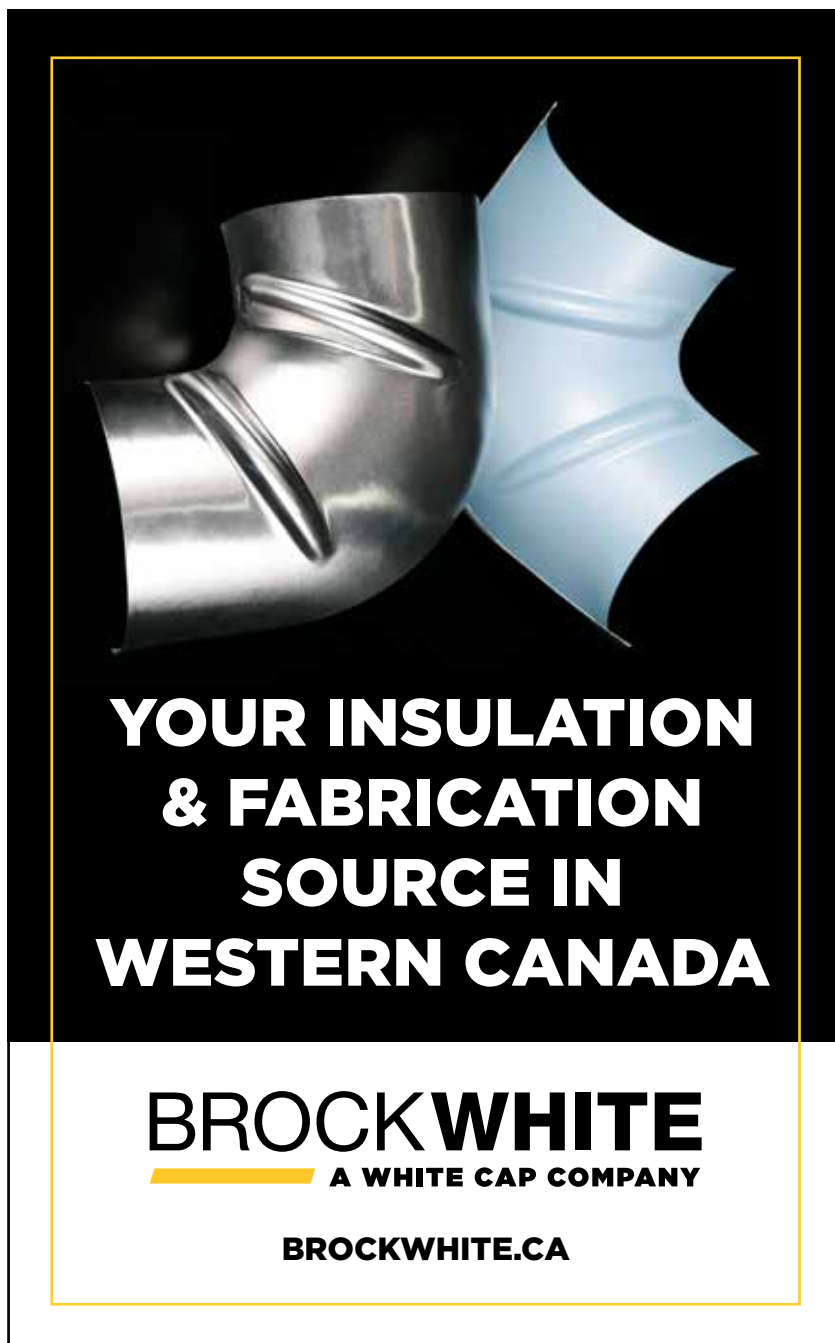
Les entrepreneurs suivront aussi une formation en ligne d'une durée de huit heures sur la qualité des travaux d'isolation, sur le CAQ, sur ce qu'il faut attendre du contrôleur de la qualité et sur le processus de A à Z.

« Nous voulons que les entrepreneurs soient conscients des problèmes qui surgissent sur les chantiers, et nous voulons les préparer aux visites, affirme M. Demers. Toute entreprise devrait faire suivre cette formation à une personne — superviseur ou contremaître — de manière à se préparer et à savoir en quoi consiste le contrôle de la qualité. »

Le programme de formation du contrôleur de la qualité a été élaboré par le comité directeur du CAQ en collaboration avec Denis Beaudin, ancien conseiller technique auprès de l'ACIT. M. Beaudin a préparé un manuel de 475 pages sur l'assurance de la qualité des travaux d'isolation, que le comité directeur a confié au Collège Ahuntsic chargé de la formation et que le corps professoral de l'établissement d'enseignement a ramené à 300 pages.

La formation comprendra 50 heures de formation en ligne et un examen en personne, d'une durée de quatre à six heures, qui consistera à évaluer une maquette imitant une situation réelle et à préparer un rapport en conséquence. Cet automne, pour la première fois, vingt places seront offertes au programme de formation en contrôle de la qualité.

« Il s'agit d'un programme destiné aux futurs contrôleurs, mais c'est aussi certainement une bonne formation pour quiconque souhaite en apprendre davantage sur l'isolation, indique M. Demers. Nous nous attendons à ce que des aspirants contrôleurs occupent ces vingt places, ainsi que des personnes directement intéressées à comprendre les systèmes d'isolation, comme les membres de cabinets d'ingénieurs et les personnes dans la distribution. »



**YOUR INSULATION
& FABRICATION
SOURCE IN
WESTERN CANADA**

BROCKWHITE
A WHITE CAP COMPANY

BROCKWHITE.CA

INTRODUCING MICRO-LOK[®] HP E³ COMPRESSION PACK[®]



From **THIS** →



↓
To **THIS**



Expanding our E³ Footprint

Designed to better protect the product inside, Micro-Lok[®] HP E³ Compression Pack[®] pipe sections bounce back into their cylindrical form, while retaining their original insulation strength.

- ECONOMICAL**
Less damage during transport means less waste.
- EFFICIENT**
Shipped and stored in efficient cube-shaped units.
- ENVIRONMENTALLY FRIENDLY**
Packaging is 100% recyclable.



can take months of work and committee consultation, so we are looking at working with the companies that have shown interest so far as soon as the program launches and working with more firms as they work through their processes.”

Demers expects that engineers who write the program into their specs will follow the AIQ’s process on implementing and enforcing the program, while some contractors may object at first.

“There are some contractors who may fight it, but to be an AIQ member, they have to sign an ethics statement,” he says. “This is part of upholding that commitment to the AIQ’s mandate.”

The next steps begin with Ahuntsic College promoting the program over the summer. From August to October, three AIQ ambassadors—Steve Huculiak, Mathieu Hamel, and Jean-Francois Tessier—will promote the program to engineering firms. During the same period, AIQ and Ahuntsic College will prepare the mock-ups of insulation failures at the college’s mechanical room for the final on-site exam. The first 50-hour course will be delivered October 19 to November 16, and the first practical, on-site exam will be delivered November 23. The AIQ hopes to deliver its first QAC jobs in January 2023.

“Every member of TIAC will benefit from this,” Demers says. “We are very excited to share this with TIAC and see how it develops at the national level.”

Au cours des trois prochains mois, l’AIQ et un expert-conseil en marketing s’occuperont de la promotion du programme auprès des firmes d’ingénierie afin que — et c’est là le principal objectif — les rédacteurs de devis citent le CAQ dans leurs devis-cadres.

L’infrastructure du programme a été mise au point par la BCICA, mais l’AIQ avait l’intention d’élaborer un programme qui puisse être accessible, partout au Canada, à toutes les provinces. Le programme sera rédigé en français. Les associations provinciales qui souhaitent utiliser le programme pourront l’adapter en fonction des exigences locales et assumeront les coûts de traduction.

« Nous avons beaucoup appris de Chris Ishkanian et de la BCICA, souligne M. Demers, et notamment qu’il faudra nous armer de patience pour la mise en route. Nous savons que quatre petites firmes d’ingénieurs souhaitent citer le CAQ dans leurs devis-cadres sans délai, et que de plus gros cabinets finiront par emboîter le pas. Mais plus immédiatement, ils auront des questions. Modifier un devis-cadre peut exiger des mois de travail et de consultations en comité. Nous envisageons de travailler, dès le lancement du programme, avec les firmes qui ont déjà manifesté leur intérêt ; d’autres s’ajouteront à mesure qu’elles auront examiné leurs procédés. »

M. Demers s’attend à ce que les ingénieurs qui citeront le programme dans leurs devis-cadres suivent le processus de

Ease of installation, start to finish

InsulPure™ Duct Wrap goes on faster and easier for more efficiency during installation — and long after. Available in Eastern Canada. [Learn more at **certainteed.com/insulpuredw**](https://www.certainteed.com/insulpuredw)



CertainTeed
SAINT-GOBAIN



Thank you for **42 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.

Demers says a program like this has the potential to change more than just the quality of installations.

“Over the years, we have seen companies do things the easy way or the ‘way things have always been done’ because they want to cut corners,” Demers says. “This has to change. Jobs used to go to the lowest bidder but now, if you don’t have the money to do the job properly, you won’t get the work. The quality will be there, and contractors will be proud of the job they do.”

“It is a change and it may be a challenge, but it will make the industry better for everyone in the long run.”

Learn more about the AIQ at | isolation-aiq.ca ■

l’AIQ sur la mise en oeuvre et l’application du programme ; il se peut par contre que des entrepreneurs s’y objectent au départ.

« Il est possible que certains entrepreneurs s’y opposent, mais pour être membre de l’AIQ, on est tenu de signer une déclaration en matière d’éthique, précise-t-il. Cela fait partie de l’engagement pris en faveur du mandat de l’AIQ. »

L’étape suivante consistera pour le Collège Ahuntsic à promouvoir le programme pendant l’été. D’août à octobre, trois ambassadeurs de l’AIQ — Steve Huculiak, Mathieu Hamel et Jean-François Tessier — expliqueront le programme aux firmes d’ingénierie. Pendant cette même période, l’AIQ et le Collège Ahuntsic prépareront des maquettes de produits

isolants qui ont été incorrectement installés dans la salle des machines en prévision de l’examen final en personne. La première formation de 50 heures sera dispensée du 19 octobre au 16 novembre, et le premier examen pratique en personne aura lieu le 23 novembre. L’AIQ espère réaliser les premiers chantiers en vertu du CAQ dès janvier 2023.

« Tous les membres de l’ACIT en profiteront, fait remarquer M. Demers. Nous sommes emballés à l’idée de partager le programme avec l’ACIT et avons hâte de voir comment il se déploiera à l’échelle nationale. »

Selon M. Demers, un programme de ce genre, conçu pour améliorer la qualité des installations, peut faire plus encore.

« Au fil du temps, on a vu des entreprises y aller mollo ou faire les choses comme elles avaient toujours été faites, histoire de couper les coins ronds, affirme M. Demers. Il faut que ça change. Les contrats étaient habituellement adjugés au plus bas soumissionnaire mais, maintenant, si vous n’avez pas l’argent pour faire le travail correctement, vous ne remporterez pas le contrat. La qualité sera ainsi assurée et les entrepreneurs seront fiers du travail qu’ils auront accompli. »

« C’est un changement qui posera probablement un certain défi. Mais le secteur en sortira en meilleure posture à long terme. »

Pour de plus amples renseignements sur l’AIQ, veuillez consulter la page | isolation-aiq.ca ■

The Ultimate Protection

DUCT & PIPE SEALING SYSTEM

FlexClad™ is a self-adhering, sheet-type waterproofing membrane that protects critical HVAC duct and piping against Canada’s harshest environments. The product is easy to install, conforms to odd shapes, and self-seals around penetrations for complete waterproofing protection. Backed by a 10-year warranty, FlexClad offers the Ultimate Protection!

UV Stable, Weather Resistant and Waterproof.

FLEX CLAD™
DUCT & PIPE WATERPROOFING MEMBRANE

Watch our video on YouTube for installation instructions.

Aluminum
White
Almond

60 YEARS
ANNIVERSARY
1962-2022

mfm BUILDING PRODUCTS CORP.
www.flexclad.com

800-882-7663




now
MADE IN 
CANADA

Hold onto your toques Canada! WeatherJacs® are now manufactured in Canada so you don't have to wait to protect your pipes.



Safer. Smarter. Faster.

CANADA 1.800.299.0819 | USA 1.888.877.7685 | IDEALPRODUCTS.CA |    

Magic and Lethal: Asbestos Memorial

North America's first public memorial for people exposed to asbestos will be unveiled September 22, 2022, on Vancouver's waterfront path near the Convention Centre.

Magic and Lethal : un mémorial des victimes de l'amiante

Le premier monument public érigé en Amérique du Nord à la mémoire des personnes exposées à l'amiante sera inauguré le 22 septembre 2022 sur le sentier du secteur riverain de Vancouver, près du Centre des congrès.



Dr. / Dr Stephen Lam



Dr. / Dr Renelle Myers

Asbestos exposure is responsible for 40 per cent of work-related deaths in North America. And the epidemic is not over. That is the main message BC Labour Heritage Centre and members of the construction industry want people to understand when they see “Magic and Lethal,” North America's first memorial to people affected by asbestos exposure.

Its home on the north-west corner of the Vancouver Convention Centre, next to the public waterfront, will make “Magic and Lethal” visible to more than a million people who pass by the location every year, walking, cycling, and as international passengers from the nearby docks. That is more than a million opportunities to spark thought and awareness about asbestos poisoning and the lives lost to exposure-related illnesses.

“Viewers can look across Burrard Inlet to the docks where asbestos was loaded onto ships for decades for export around the world,” says Joey Hartman, chair of the BC Labour Heritage Centre board.

The BC Labour Heritage Centre Society was founded in 2004 to preserve, document, and present the rich history of working people in British Columbia. The organization, which has planned and organized the memorial, engages in partnerships and projects that help define and express the role that work and workers have played in the evolution of social policy and its impact on the present and future shaping of the province.

Asbestos Exposure

Asbestos-containing materials release fibres into the air, and when breathed in, these fibres can damage lungs. Workers in mining, construction, power plants and shipyards, as well as industrial insulators, carpenters, plumbers, demolition and

L'exposition à l'amiante est responsable de 40 p. 100 des décès liés au travail en Amérique du Nord. Et ce fléau sévit encore. C'est là le principal message que le BC Labour Heritage Centre et les membres de l'industrie de la construction veulent que les gens comprennent lorsqu'ils verront *Magic and Lethal* [magique et mortel], le premier mémorial nord-américain dédié aux personnes touchées par l'exposition à l'amiante.

Situé à l'angle nord-ouest du sentier riverain du Centre des congrès de Vancouver, à côté du secteur riverain public, *Magic and Lethal* sera visible pour le million de gens, et plus, qui passent chaque année près de cet endroit, à pied ou à bicyclette, et notamment les visiteurs étrangers qui vont et viennent sur les quais avoisinants. Cela représente plus d'un million d'occasions de susciter la réflexion et une prise de conscience concernant la contamination par l'amiante et les pertes de vie causées par les maladies associées à l'amiante.

« Les gens pourront voir, de l'autre côté de la baie Burrard, les quais où l'on a chargé l'amiante dans des bateaux, pendant des dizaines d'années, pour l'exporter aux quatre coins du monde », signale Joey Hartman, présidente du conseil d'administration du BC Labour Heritage Centre.

La BC Labour Heritage Centre Society a été fondée en 2004 en vue de sauvegarder, de consigner et de présenter la riche histoire des travailleurs de la Colombie-Britannique. Cet organisme, qui a planifié et organisé l'érection du monument, participe à des partenariats et à des projets qui aident à définir et à faire connaître le rôle joué par le travail et les travailleurs dans l'évolution de la politique sociale, et son impact sur l'orientation actuelle et future de la province.

renovation contractors, and firefighters are the most at risk for asbestos exposure, but so are teachers, office and hospital workers, and those who inhabit older homes. There is no safe level of exposure, and some have been impacted by a single known exposure.

Asbestos has been banned in Canada since 2018, but the material exists in many buildings and products used daily. Canada has strict standards in place for asbestos removal and disposal, but illegal dumping and unsafe removal is still an issue that affects parks and undeveloped lands.

“Since there can be a delay of 10 to 20 years between exposure and diagnosis, asbestosis, mesothelioma, and other asbestos-related diseases are predicted to result in about 600 new fatalities per year across Canada for years to come,” Hartman says.

Creating Awareness

The Asbestos Related Research, Education & Advocacy Fund (areafund.ca) is one of the donors to the memorial project. This fund was created in 2010 by Tracy Ford and her mother after Tracy’s father Dave died from mesothelioma. He acquired the disease from a long career working at a pulp and paper mill.

“I think the new memorial will be something that will make people stop and look, and actually want to go over and find out what it’s about,” Ford says. “Thank you to Joey for telling me about this important memorial that honours those we’ve lost and warns the rest of us to be mindful of this ever-present risk.”

A Powerful Contemporary Metaphor

Vancouver artist Doug Taylor created “Wind Wheel Mobile”—a metal sculpture central to the memorial—as a powerful metaphor for asbestos and the way it has affected countless lives. “Wind Wheel Mobile” is a dynamic, kinetic structure, driven only by the wind. Rich in symbolism, it could become one of Vancouver’s most important images.

“The wheel is a potent metaphor,” says Taylor. “In many cultures, the wheel is a symbol of life, death, and renewal.”

Asbestos fibres and molecules bear a close resemblance to the spokes and wheels, while the sculpture has a visual relationship to the lungs and bronchial airways of the human body. The mobile’s vane, representing human lungs, steers it into the wind. The memorial, both beautiful and curious, will be in constant motion, and subtle lighting at night will enhance its movement and character.

The installation will also include the text of the poem “Magic and Lethal” by renowned playwright John Gray. This verbiage evokes the ominous history of asbestos from its early days

L’exposition à l’amiante

Les matériaux contenant de l’amiante rejettent dans l’air des fibres qui peuvent endommager les poumons. Les travailleurs des mines, de la construction, des centrales de production d’énergie et des chantiers maritimes, les calorifugeurs industriels, les charpentiers et menuisiers, les plombiers, les entrepreneurs en démolition et en rénovation et les pompiers sont les groupes les plus susceptibles d’être exposés à l’amiante ; mais les enseignants, les employés de bureau, le personnel hospitalier et les gens qui habitent dans des domiciles plus anciens peuvent l’être aussi. Et il n’y a pas de degré d’exposition qui soit inoffensif et certains ont été affectés par une seule occurrence connue.

L’amiante est interdite au Canada depuis 2018, mais ce matériau est toujours présent dans beaucoup d’immeubles et de produits d’usage quotidien. Le Canada a des normes strictes pour l’enlèvement et l’élimination de l’amiante, mais la décharge illégale et l’enlèvement non sécuritaire de l’amiante demeurent un problème dans des parcs et des terrains non bâtis.

« Puisqu’il peut s’écouler de 10 à 20 ans entre l’exposition et le diagnostic, on estime que l’amiantose, le mésothéliome et d’autres maladies liées à l’amiante causeront environ 600 nouveaux décès par an au Canada, et ce pendant encore des années », fait observer M^{me} Hartman.

Un moyen de sensibilisation

L’Asbestos Related Research, Education & Advocacy Fund (areafund.ca) est l’un des donateurs du projet de mémorial. Ce fonds a été créé par Tracy Ford et sa mère en 2010, après le décès du père de Tracy, Dave, causé par le mésothéliome. Il a contracté cette maladie par suite de sa longue carrière dans une usine de pâtes et papiers.

« Je pense que le nouveau mémorial attirera le regard des gens et leur donnera envie d’aller voir de quoi il s’agit, affirme M^{me} Ford. Merci à Joey de m’avoir parlé de cet important monument qui honore ceux que nous avons perdus et met ceux qui restent en garde contre ce risque toujours présent. »

Une métaphore contemporaine très évocatrice

L’artiste Doug Taylor, de Vancouver, a créé *Wind Wheel Mobile* — une installation métallique au centre du mémorial — qui est une métaphore évocatrice de la manière dont l’amiante a touché d’innombrables vies. *Wind Wheel Mobile* est une œuvre d’art cinétique animée uniquement par le vent. Riche en symbolisme, elle pourrait devenir une des images les plus emblématiques de Vancouver.

« La roue est une métaphore très évocatrice, indique M. Taylor. Dans de nombreuses cultures, elle symbolise la vie, la mort et le renouveau. »

when it was heralded as “the magic mineral” to the discovery of its devastating impact on human health.

The memorial’s position at the foot of “Line of Work”—an installation of art and educational plaques placed to recognize workers killed and injured on the job—is fitting.

“We expect it to become one of Vancouver’s most iconic pieces of public art,” Hartman says.

An unveiling ceremony will take place Thursday, September 22, at 10 a.m. at the waterfront location, followed by an indoor reception. Visit labourheritagecentre.ca/asbestos to register to attend.

The BC Labour Heritage Centre invites donations toward the Asbestos Memorial project. Visit labourheritagecentre.ca/asbestos to be part of honouring the thousands who have died and informing millions more of the danger asbestos continues to present.

Learn more about asbestos related dangers and how to prevent contamination at worksafebc.com/en/health-safety/hazards-exposures/asbestos

Les fibres et les molécules d’amiante ressemblent beaucoup aux rayons et aux roues, tandis que la sculpture a un rapport visuel avec les poumons et les bronches du corps humain. La pale du mobile, qui représente les poumons humains, l’oriente contre le vent. Le mémorial, à la fois beau et bizarre, bougera constamment et un éclairage subtil la nuit en rehaussera les mouvements et les particularités.

L’installation renfermera aussi le texte du poème *Magic and Lethal* du célèbre dramaturge John Gray. Ce poème évoque la triste histoire de l’amiante, depuis ses premiers jours, lorsqu’il était acclamé comme « le minéral magique », jusqu’à la découverte de son impact dévastateur sur la santé humaine.

L’emplacement du mémorial, au pied de *Line of Work* — murale artistique constituée de plaques éducatives qui rappellent les travailleurs tués ou blessés au travail — a été bien choisi.

« Nous nous attendons à ce qu’il devienne l’une des œuvres d’art public les plus emblématiques de Vancouver », déclare M^{me} Hartman.

Une cérémonie d’inauguration aura lieu le jeudi 22 septembre, à 10 h, à l’emplacement du mémorial au bord de l’eau, et elle sera suivie d’une réception à l’intérieur. Pour y assister, visitez le site labourheritagecentre.ca/asbestos afin de vous inscrire.

Le BC Labour Heritage Centre invite les gens à faire des dons pour le projet de mémorial sur l’amiante. Visitez le site labourheritagecentre.ca/asbestos, si vous souhaitez, vous aussi, rendre hommage aux milliers qui sont morts et contribuer à informer des millions d’autres du danger que l’amiante continue de présenter.

Apprenez-en plus long sur les dangers liés à l’amiante et la manière de prévenir la contamination à la page worksafebc.com/en/health-safety/hazards-exposures/asbestos.

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)

LEWCO SUPER MAT

Proud Members of

TIAC **ACIT**

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

WWW.LEWCOSUPERMAT.COM WWW.LEWCOSPECIALTYPRODUCTS.COM

PHONE 225.924.3221 · (800)221.6414 · FAX 225.927.2918
BATON ROUGE, LA

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



BCICA Golf 2022 a Great Success

As early as 1971, insulators were concerned about growing evidence of the serious health risks posed by asbestos. Members of the Heat and Frost Insulators and Asbestos Workers led a wildcat strike over its presence at the Pacific Centre construction site in downtown Vancouver.

Today, the BCICA holds an annual golf tournament, spearheaded by C&G Insulation owners Andre and Judy Pachon, that raises funds for BC's mesothelioma screening and research program—one of only two in the country. Doctors Stephen Lam and Renelle Meyers, working out of BC Cancer Foundation, have screened more than 100 people since the screening program's inception.

“People exposed to asbestos have a higher chance of developing lung cancer,” says Dr. Lam. “That is why detecting mesothelioma and lung cancer early is very important.”

This year's golf tournament raised \$35,000 for the program, bringing the total funds raised to \$500,000 since 2007.

One hundred fifty-eight individuals came out on one of the few days in May when the weather held and enjoyed great golf, a delicious dinner, and several prizes, including a \$1,600 50/50 pot.

“Everything was excellent,” says Andre Pachon. “It is important to us to do our part in raising awareness around mesothelioma because so many of us in our industry have been affected. If it wasn't for the great work of Dr. Lam, there would be even more tragedy. So, we truly thank him and his team for their dedication to this cause.”

BC Cancer also operates a provincial lung screening program for high-risk smokers—the only one in Canada—as smoking significantly increases the risk of lung cancer with asbestos exposure, while asbestos exposure alone increases the chance of getting mesothelioma.

“The funding from the BCICA contributes to supporting our research staff to do the risk assessment questionnaire, collect blood samples for future study, and to pay for the screening CT scans for exposed people in the lung screening program,” Dr. Lam says. “Every contribution has helped us to develop the infrastructure to get to where we are in the provincial screening program.”

Le tournoi de golf 2022 de la BCICA : un franc succès

Dès 1971, les calorifugeurs constataient des signes de plus en plus inquiétants comme quoi l'amiante posait de graves risques pour la santé, au point où des membres de l'Association internationale des poseurs d'isolant et des travailleurs de l'amiante menaient une grève sauvage à cause de sa présence au chantier de construction du Pacific Centre, au centre-ville de Vancouver.

La BCICA tient un tournoi de golf annuel, lancé par les propriétaires de C and G Insulation, Andre et Judy Pachon, afin de recueillir des fonds pour le programme de dépistage et de recherche sur le mésothéliome de la Colombie-Britannique — l'un des deux seuls qui existent au pays. Dans le cadre des travaux de la BC Cancer Foundation, les docteurs Stephen Lam et Renelle Meyers ont fait passer des tests de dépistage à plus de 100 personnes depuis le début du programme. « Les personnes exposées à l'amiante ont un risque accru de cancer du poumon, explique le Dr Lam. C'est pour cela qu'il est très important de faire un dépistage précoce du mésothéliome et du cancer du poumon. »

Le tournoi de golf de cette année a permis de récolter 35 000 \$ pour ce programme, ce qui porte à 500 000 \$ la somme totale réunie depuis 2007.

L'une des rares journées en mai où le temps était clément, 158 personnes sont venues jouer une excellente partie de golf, partager un délicieux repas et remporter des prix, notamment une somme de 1 600 \$ à un tirage moitié-moitié.

« Tout a été parfait, signale Andre Pachon. Il est important pour nous de faire notre part pour sensibiliser les gens à la question du mésothéliome, parce que cela touche un si grand nombre d'entre nous dans le secteur. Si ce n'était du magnifique travail du Dr Lam, la situation serait encore plus tragique. Nous remercions donc sincèrement le Dr Lam et son équipe pour leur dévouement à cette cause. »

La BC Cancer Foundation gère aussi un programme provincial de dépistage du cancer du poumon — le seul au Canada — pour les fumeurs à haut risque, car l'usage du tabac associé à l'exposition à l'amiante accroît considérablement les risques de cancer du poumon, tandis que la seule exposition à l'amiante augmente les risques de mésothéliome.

« Le financement fourni par la BCICA aide à rémunérer notre personnel de recherche qui administre le questionnaire d'évaluation des risques et prélève des échantillons de sang pour une future étude, ainsi qu'à payer pour la tomodensitométrie de dépistage des personnes exposées qui participent au programme de dépistage du cancer du poumon, indique le Dr Lam. Toutes les contributions nous ont aidés à créer l'infrastructure nécessaire pour en arriver où nous en sommes avec le programme de dépistage provincial. »

Contractor Profile / Profil d'entrepreneur

Sprint Installations Ltd.



By / par Natalie Bruckner

If you happen to be in downtown Vancouver, you will no doubt notice the new LEED Platinum targeted office building at 400 West Georgia, developed by Westbank.

Architecturally, the building is striking. Designed by Merrick Architecture, its cube design is inspired by a Japanese Noguchi lamp and consists of a circular concrete core with structural steel beams and steel decking, effectively forming a cogwheel of boxes.

But it's not just the exterior of the building where this project showcases out-of-the-box thinking. Head inside and the building features innovative systems, information management, and information technology to not only lessen its footprint but also to support the growing tech industry in Vancouver. It is here that you will find Jesse Magee, president of Sprint Installations Ltd., and his team working on the ductwork insulation.

Surprisingly, perhaps, when asked about the complexities of this project, Magee responds: "This one actually isn't challenging for us. It's usually the small projects that present the greatest challenges."

Looking at Sprint Installations' portfolio of projects, it makes sense why Magee takes projects of this size and complexity in stride. Over the years, the company has built a broad range of expertise to tackle any project that comes its way—among them are the Cascades Casino in Delta and The Post at 349 West Georgia, which is cited as Canada's largest heritage revitalization projects ever undertaken. On the latter, Sprint

Il se trouve au centre-ville de Vancouver, au 400 West Georgia plus précisément, un nouvel immeuble de bureaux, réalisé par Westbank, qui vise une certification LEED platine.

Cet immeuble est, sur le plan architectural, particulièrement frappant. Le cabinet Merrick Architecture s'est inspiré, pour cette tour en forme de cubes, d'un modèle de lampe japonaise Noguchi. L'immeuble consiste en un noyau circulaire en béton avec poutres porteuses en acier et platelage en tôle, qui forme une roue dont les dents sont des boîtes.

Cependant, ce n'est pas seulement l'extérieur de l'immeuble qui sort des sentiers battus. L'intérieur comporte des innovations en matière de systèmes, de gestion de l'information et de technologie de l'information destinées non seulement à diminuer l'empreinte de l'édifice, mais aussi à soutenir le secteur technologique croissant de Vancouver. C'est là que Jesse Magee, président de Sprint Installations Ltd., et son équipe travaillent à l'isolation des conduits.

Aussi surprenant que cela puisse paraître, lorsqu'on évoque avec lui la complexité de ce projet, Jesse Magee répond : « Celui-là n'est pas vraiment compliqué pour nous. Ce sont ordinairement les petits projets qui posent les plus grands défis. »

Le portefeuille des projets exécutés par Sprint Installations explique pourquoi Jesse ne se laisse pas démonter par les travaux de cette taille et de cette complexité. En effet,

Installations was tasked with the mechanical insulation of the entire base-building on the lower levels.

Like most family-run businesses that have weathered the storms of recessions, recruitment challenges, evolution of the tech world, and the covid pandemic, Sprint Installations has come out the other side even stronger. “I know my dad is proud of what we have achieved in a relatively short space of time,” explains Magee.

Sprint Installations first opened its doors back in 1994 in Langley, BC, with Pat Magee at the helm. The business eventually made a transition to Surrey, where it continues today. Pat’s son Jesse Magee became involved in the business at a young age, “I was probably about 12! Younger than I should have been,” laughs Magee. But it wasn’t so much the mechanical insulation side that initially piqued his interest, but rather the business element.

“I graduated from high school in Edmonton in 2006 and moved to BC to go to business school at Simon Fraser University,” explains Magee. “My plan was to get a business degree and then take the company over when my dad wanted to retire. After graduating, I helped out in the office for a year, learning the ropes, while my brother, Riley, trained to be a journeyman.”

Having a wealth of experience both in the field and through his business degree, Magee was able to implement systems and strategies that would create a smooth running machine, with all the cogs turning in the right direction.

Innovations and tech have been integral to the recent success of the business. “My dad used to do all the takeoffs by hand using blueprints and an estimator tool, which of course was tedious and time consuming,” he says. “Now we use On-Screen Takeoff where all you need is a PDF and you can easily click and drag to do a takeoff. It was a big step forward. I can probably price three times as much as my dad was able to.”

While recruitment is consistently cited as the number one challenge in the industry, Magee says these days they have cleaned up their processes and have great success in finding skilled people. “We made the mistake in earlier years of sourcing through free sites like Craigslist, but people wouldn’t turn up for their first day. We’ve had great success through Indeed, and now we are able to read into resumes to find like-minded individuals. If someone’s longest stint of employment is three months, that’s obviously a red flag.”

Since Magee took over the business, it has grown from two to ten people, with another two set to join later this summer. And it’s the people in the industry that make Magee proud to be in the sector—that and the fact that it’s “a green industry focused on reducing energy cost and providing greater efficiency.”

continued on page 38

l’entreprise a acquis au fil des ans une vaste gamme de compétences qui lui permettent de s’attaquer à toute tâche qui lui est confiée — parmi les projets réalisés, mentionnons le Cascades Casino à Delta et The Post au 349 West Georgia, reconnu comme le plus grand projet de revitalisation patrimoniale jamais entrepris au Canada. Pour ce dernier, Sprint Installations a été chargé de l’isolation mécanique de tout l’immeuble de base aux étages inférieurs.

Comme la plupart des entreprises familiales qui ont survécu aux récessions, aux difficultés de recrutement, à l’évolution du secteur technologique et à la crise de COVID, la firme Sprint Installations s’en est sortie encore plus forte. « Je sais que mon père est fier de ce que nous avons accompli en relativement peu de temps », explique Jesse.

Sprint Installations a ouvert ses portes en 1994 à Langley (Colombie-Britannique) sous la gouverne de Pat Magee. Cette entreprise est éventuellement déménagée à Surrey, où elle se trouve encore aujourd’hui. Jesse, le fils de Pat, a commencé à s’y intéresser à un jeune âge. « J’avais probablement environ 12 ans ! Plus jeune que je ne l’aurais dû », dit Jesse en riant. Cependant, ce n’est pas tant le côté isolation mécanique que la composante affaires qui a d’abord suscité son intérêt.

« J’ai obtenu mon diplôme d’études secondaires à Edmonton en 2006 et suis déménagé en Colombie-Britannique pour aller à l’école des hautes études commerciales de l’université Simon-Fraser, précise Jesse. Mon intention était d’obtenir un diplôme en administration des affaires, puis de prendre la compagnie en charge quand mon père voudrait prendre sa retraite. Après avoir obtenu mon diplôme, j’ai donné un coup de main au bureau pendant un an et appris les ficelles de l’entreprise, tandis que mon frère, Riley, faisait son apprentissage de compagnon. »

Fort de sa vaste expérience sur le terrain et grâce à son diplôme de commerce, Jesse Magee a pu mettre en œuvre des systèmes et des stratégies qui ont amélioré la machine de sorte que tous les rouages tournent dans le même sens.

Les innovations et la technologie ont été essentielles au récent succès de l’entreprise. « Mon père avait l’habitude de faire tous les avant-métrés à la main à l’aide de plans et d’un outil d’estimation, ce qui était évidemment fastidieux et long, dit-il. Maintenant, nous utilisons le logiciel On-Screen Takeoff, qui nécessite seulement un PDF et permet de cliquer-glisser aisément pour exécuter un avant-métré. C’est un véritable progrès. Je peux probablement préparer des estimations de prix trois fois plus rapidement que mon père à l’époque. »

Bien que le recrutement soit constamment mentionné comme le principal défi du secteur, Jesse indique que son entreprise a raffiné ses façons de procéder et réussit maintenant à trouver

suite à la page 38

Katie McFadden

Member Profile

Katie McFadden, Demand Generation Manager and Application Specialist, Armacell Canada



© Can Stock Photo / AlminStaudt

Profil d'un membre

Katie McFadden, directrice de la croissance de la demande et spécialiste des applications, Armacell Canada

By / par Natalie Bruckner

The mechanical insulation industry is the world's best kept secret in energy efficiency. "Insulation materials are among the few industrially manufactured products that actually save more energy in the course of their lives than is required for their manufacture," says Ontario-born Katie McFadden, Demand Generation Manager and Application Specialist at Armacell Canada. "It's something we should be really proud of and shout about more."

Statistics back this up, citing that over a 20-year lifespan, mechanical insulation systems save between 140 and 500 times the energy that it takes for manufacturers to produce them. In fact, Armacell found when doing a Life Cycle Assessment (LCA) that 140 times more energy is saved through the ArmaFlex products than is needed for their production, transport, and disposal. That's quite an achievement.

This is one of many reasons McFadden fell in love with the industry and last year joined the TIAC Board of Directors as the Alternate Manufacturers Representative. "It was such an honour to be asked," McFadden says. "I met some folks at the TIAC conference in Niagara and had some great conversations. I was so impressed with how much effort goes into organizing these events and how well attended they are. When Joey Fabing [TIAC president] approached me to join, I

Le secteur de l'isolation des systèmes mécaniques est le secret le mieux gardé du monde de l'efficacité énergétique. « Les matériaux isolants figurent parmi les quelques produits de transformation industrielle à procurer plus d'économies d'énergie pendant leur vie utile que ce qu'il en a coûté pour les fabriquer, affirme Katie McFadden, ontarienne d'origine et directrice de la croissance de la demande et spécialiste des applications chez Armacell Canada. Voilà quelque chose dont être vraiment fier et qu'il faudrait mieux faire connaître. »

Les chiffres le confirment : sur une vie utile de vingt ans, les systèmes d'isolation mécanique font réaliser des économies d'énergie équivalant à entre 140 et 500 fois ce qu'il en a coûté pour les fabriquer. En effet, Armacel, société pour laquelle M^{me} McFadden travaille, a constaté en exécutant une analyse du cycle de vie des produits ArmaFlex qu'ils procuraient des économies d'énergie 140 fois supérieures à ce qu'ils en avaient coûté pour leur production, leur transport et leur élimination. Quand même extraordinaire !

C'est là une des raisons qui expliquent pourquoi M^{me} McFadden a eu le coup de foudre pour le secteur et qu'elle s'est jointe au Conseil d'administration de l'ACIT à titre de représentante suppléante des fabricants. « C'est un véritable honneur d'avoir été sollicitée pour cette fonction, affirme M^{me} McFadden. J'ai

“Installation companies, distributors, and manufacturers are actively involved in associations like TIAC for the betterment of the industry. It’s a real people industry.”

« Les entreprises d’installation, les distributeurs et les fabricants sont très actifs au sein d’associations comme l’ACIT et travaillent à fond à la bonification de l’industrie.

Dans ce domaine, on trouve des gens vrais ! »

was more than happy to jump on board and get familiar with how it works. I hope to bring a unique perspective, as I’m not originally from the industry, and I can offer insight into things that worked well in other industries. Being a woman also perhaps bring a slightly different perspective, too.”

How McFadden ended up in the industry is fascinating. Neither of her parents were in the trade, but she found an interest very early on after working part-time at Beaver Lumber [Hardware Store Company].

“That was my first job,” she explains. “I found building materials so fascinating, but the trades wasn’t really an option presented at school. I went to school thinking I would become a teacher.” McFadden then went on to complete her Bachelor of Science in Psychology at Trent University. A skill that would later come in extremely useful.

“I left university and ended up in sales, like my father, in the food industry, before joining a roofing manufacturer. I met some great people there. It amazes me how often those people end up on a path that opens your eyes to something new. One of those people I met went on to work in the mechanical insulation industry and approached me with an opportunity. The role was to offer full solutions to the market by providing building owners with comprehensive systems and contractors with better warranties. It really piqued my interest.”

And so in the summer of 2021, McFadden joined Armacell and had the mammoth task of being the Demand Generation Manager and Application Specialist for all of Canada . . . and she hasn’t looked back since.

“I am fortunate to have very dynamic work days. They can involve anything from working with engineers on specifications, to project tracking and assisting with technical inquiries, or travelling our beautiful country to provide best practice hands-on training for contractors who install elastomeric insulation.

I get to see what they do and meet great people, all who are keen to take the time to learn something new,” she says.

rencontré des gens épatants au congrès de l’ACIT à Niagara et j’ai eu des conversations formidables. J’ai été vraiment impressionnée de voir les efforts investis pour l’organisation d’événements de ce genre et de constater à quel point ils sont populaires. Quand Joey Fabing, le président, m’a demandé de me joindre au Conseil d’administration, j’étais plus qu’heureuse d’accepter et de commencer à me familiariser avec son fonctionnement. J’espère contribuer à ses travaux à ma façon puisque je ne proviens pas du secteur en tant que tel, et partager des idées employées dans d’autres secteurs. Et le fait d’être une femme signifie sans doute aussi que mon point de vue pourrait être légèrement différent, n’est-ce pas ? »

Le parcours de M^{me} McFadden est des plus intéressants. Ses parents n’ont jamais travaillé dans le secteur, mais elle a développé très jeune un intérêt particulier pour les métiers alors qu’elle travaillait à temps partiel chez Beaver Lumber [Castor bricoleur au Québec], une chaîne de quincailleries.

« C’était mon premier emploi, explique-t-elle. Les matériaux de construction me passionnaient, mais on ne nous parlait pas vraiment des métiers à l’école. J’ai toujours pensé que j’allais devenir enseignante. » M^{me} McFadden, en fin de compte, a obtenu un baccalauréat en psychologie de l’université Trent. Ses études allaient lui servir grandement plus tard.

« J’ai quitté l’université et me suis retrouvée dans les ventes, comme mon père, dans le domaine de l’agro-alimentaire avant de passer chez un fabricant de matériaux de toitures. J’y ai rencontré des gens exceptionnels. Il arrive souvent, en effet, qu’on bifurque vers de nouveaux domaines d’activité. Une des personnes que j’avais ainsi rencontrées a commencé à travailler dans le secteur de l’isolation des systèmes mécaniques et m’a ensuite offert du travail. Mon rôle consistait à offrir des solutions clés en main au marché, c’est-à-dire à fournir aux propriétaires des systèmes complets et des entrepreneurs munis de meilleures garanties. Son offre avait vraiment piqué ma curiosité. »

Puis, à l’été de 2021, M^{me} McFadden a commencé à travailler pour Armacell, et a assumé les fonctions colossales de directrice de la croissance de la demande et de spécialiste des applications pour l’ensemble du Canada . . . et n’a jamais regretté sa décision.

« J’ai la chance d’avoir des journées très variées : travailler à des devis avec des ingénieurs, faire le suivi de chantiers et aider à répondre aux questions techniques, ou me déplacer partout au pays pour dispenser une formation pratique aux entrepreneurs qui installent de l’isolant élastomère. Je vois ce qu’ils font et rencontre ainsi des gens merveilleux qui sont motivés et qui veulent prendre le temps d’apprendre quelque chose de nouveau », raconte-t-elle.

TIAC ACIT

TIAC IS HIRING

TIAC is seeking an experienced, dynamic individual to execute the technical programs, policies, and initiatives set by the Executive/Board of Directors and play a leadership role in managing outreach operations, including expanding TIAC's presence and enhancing TIAC's branding and value to the mechanical insulation industry.

- **Job Position:** Technical Initiative and Strategic Relationship Coordinator (contract for services)
- **Posting:** Service Contract – Thermal Insulation Association of Canada (TIAC)
- **Position Title:** Technical Initiative and Strategic Relationship Coordinator (contract for services)
- **Position Location:** Flexible – work from a home office, with frequent travel anticipated
- **Reports To:** President/Chair of the TIAC Board of Directors
- **Contract Term:** Up to a two-year period, at an average of 40 hours per week, to be re-evaluated at six-month intervals
- **Application Deadline:** September 1, 2022

Visit www.tiac.ca for the full position description and application requirements.

OFFRE D'EMPLOI

L'ACIT est à la recherche d'une personne expérimentée et dynamique pour exécuter les programmes, les politiques et les initiatives mis en place par la direction ou le conseil d'administration et pour jouer un rôle de leadership dans la gestion d'activités de sensibilisation, y compris le renforcement de la présence de l'ACIT et la mise en valeur de l'image de marque de l'ACIT, entre autres auprès de l'industrie de l'isolation mécanique.

- **Titre du poste :** Coordonnateur(trice) des initiatives techniques et des relations stratégiques (contrat de service)
- **Affichage :** Contrat de service – Association canadienne de l'isolation thermique (ACIT)
- **Emplacement du poste :** Souple – à partir d'un bureau à domicile, avec des déplacements fréquents prévus
- **Supérieur hiérarchique :** Président/président du conseil d'administration de l'ACIT
- **Durée du contrat :** Période maximale de deux ans, 40 heures par semaine en moyenne, à réévaluer à intervalles de six mois
- **Date limite de dépôt des candidatures :** Le 1^{er} septembre 2022

Consultez la page www.tiac.ca pour la description complète du poste et les exigences de candidature.

It is here that her degree has come in very useful—it has given her the ability to read people and understand why people make certain choices. “Every day I am so thankful I took that degree! I honestly believe that successful industries hire for personality, because you can train people to become skilled, but you can’t change who people are at the core. Psychology is a big part of any business,” McFadden says.

When asked if there were any surprises when McFadden first stepped into the industry, she responds: “I was surprised with the camaraderie and desire to improve. Installation companies, distributors, and manufacturers are actively involved in associations like TIAC for the betterment of the industry. It’s a real people industry.”

As for challenges, McFadden says she only sees opportunities. “I think the biggest opportunity is to start seeing our industry evolve to be more inclusive. Women make up almost half the workforce in Canada yet make up single digit representation in trades. I think as every industry faces labour shortages, we need to promote the trades in general . . . and what a great industry we work in. It’s a great place to make a career.”

Looking ahead, McFadden is excited to see the progression of the sustainability efforts made by the industry and looks forward to the opportunity to meet even more unique and talented individuals. “I’ve been so overwhelmed with everyone I’ve met. It’s such a great industry with great organizations working for the greater good. Insulation has fewer barriers to entry and creates great lifelong trade skills—we need to get the word out there even more!”



MECHANICAL INSULATION SERVICES

Insulation and Fire Stop Specialists

Office: 604-874-9615 #108 - 4238 Lozells Avenue
 Fax: 604-874-9611 Burnaby, BC V5A 0C4
 Email: RFQ@tight5.net www.tight5.net



Shop Online Today!
WWW.NDTSEALS.COM

NDT Inspection Plugs 

NDT Inspection Point Labels

BETTER DESIGN
+
BETTER MATERIALS
=
LONGER LIFE



30 YEARS IN BUSINESS!
(713) 222-PLUG

Huge Inventory of Sizes and Types Available Fast Shipping Worldwide Friendly, Knowledgeable Customer Service

Et c'est ici que ses études universitaires se sont avérées très utiles – en effet, elle a acquis la capacité de comprendre ses interlocuteurs et de saisir pourquoi ils font certains choix et pas d'autres. « Chaque jour, je me compte chanceuse d'avoir choisi ce domaine d'études ! Je crois sincèrement que les entreprises qui réussissent embauchent les gens pour leur personnalité ; car on peut toujours former les employés et leur faire acquérir les aptitudes exigées par le travail, mais on ne peut pas changer la nature profonde de qui ce que soit. La psychologie occupe une place importante dans toute entreprise », conclut M^{me} McFadden.

À la question de savoir si elle s'était étonnée de certains aspects du secteur quand elle a commencé, M^{me} McFadden répond : « J'ai été frappée par l'esprit de camaraderie qui y règne et par le souci d'améliorer le secteur. Les entreprises d'installation, les distributeurs et les fabricants sont très actifs au sein d'associations comme l'ACIT et travaillent à fond à la bonification de l'industrie. Dans ce domaine, on trouve des gens vrais ! »

Quant aux défis, M^{me} McFadden dit n'y voir que des potentialités et des occasions nouvelles. « D'après moi, la plus belle occasion, c'est de voir le secteur évoluer dans le sens de l'inclusivité. Les femmes comptent pour presque la moitié de la main-d'oeuvre au Canada, mais pour moins de dix pour cent dans les métiers. Étant donné les pénuries de main-d'oeuvre dans tous les secteurs, il me semble qu'il faut promouvoir les métiers en général. . . Notre secteur est incomparable et c'est un domaine professionnel idéal. »

Pour la suite, M^{me} McFadden est emballée à l'idée de voir le fruit des efforts déployés par le secteur en faveur de la durabilité et se réjouit à l'idée de continuer de rencontrer des personnes exceptionnelles et talentueuses. « Je suis éblouie par toutes celles que j'ai rencontrées. Le secteur est extraordinaire et ses associations font un travail remarquable pour le bien commun. Les obstacles pour débiter en calorifugeage sont moins nombreux et le domaine est l'occasion d'acquérir des compétences professionnelles qui dureront toute une vie ; il faut l'annoncer sur tous les toits et plus que jamais ! » ■

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



Get it right.

There's no substitute for **QUALITY**, and quality can only be assured when mechanical insulation is installed as specified. The **Quality Assurance Certificate** or **QAC**, available only through BCICA contractors, ensures that your project is covered by the very best materials, installed by Red Seal certified journeypersons, and inspected by true third-party independent inspectors. Specify all your mechanical insulation projects with the only certification that assures **QUALITY** – the **BCICA QAC**.



Bradley Budden
Executive Director
604.984.6455
office@bcica.org
www.bcica.org

Featured Distributors - Distributeurs vedettes



BRITISH COLUMBIA

- All Therm Services Inc - British Columbia**
 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

- SPI Canada Distribution Inc.**
 Burnaby, BC..... (604) 430-3044

ALBERTA

All Therm Services Inc - Alberta

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

SPI Canada Distribution Inc.

Calgary, AB (403) 720-6255
 Edmonton, AB (780) 452-4966

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

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

All Therm Services Inc - Ontario

Mississauga, ON (416) 675-1710

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

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

All Therm Services Inc - Nova Scotia

Dartmouth, NS (902) 468-5232

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



TIAC   **ACIT**

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 book your listing 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 vedettes 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 pour vous faire inscrire sur la liste.

Exit Ready

Take a look at your business's customer base and employees as they are two major selling points that will interest potential buyers.

Most businesses are not ready to be sold. As a result, many sales occur below their potential value. According to a poll conducted by KPMG in 2020, 38% of Canadian business owners surveyed wish they could retire, transition, or sell their business, but they are not prepared. Now, with the effects from covid-19 lingering, I am sure that number has increased. Statistics on the number of listed businesses that do sell range from a high of 40% down to 20%. Businesses with annual sales under \$1 million are the hardest to sell. The majority of these sell to employees who often have little money to invest or are wound down. You will usually get the best dollar, with the lowest risk, by selling to a third party.

The two key questions that business owners should ask themselves are: How do I become one of the “lucky” 20 to 40%, and how do I get the best price? It's not “luck” that will get you the best result. It is ensuring that you have done everything possible to make your business attractive. Focus on the following elements so that you are one of the “lucky” ones. If buyers don't see great value in acquiring your business, then they will pass.

Consistent Profitability

Getting a professional valuation of your business is relatively straightforward. There are many professionals who can do that for you. The valuation doesn't necessarily reflect the sale price. In my experience reviewing plumbing and HVAC businesses, I find the sellers are looking for five to seven times earnings before interest, tax, depreciation, and amortization (EBITDA), but the buyers only want to pay three to four times EBITDA. This is usually the sticking point.

Consistent profitability is a major plus. EBITDA of at least 10% of sales is very important. Check to see if your segment of the industry is in a period of growth, stagnation, or slowdown mode. How do your benchmarks compare to your competitors'?

I completed 23 annual financial surveys of HVAC contractors for Heating, Refrigeration and Air Conditioning Institute of Canada (HRAI). Consistently, I found that 25% of businesses make between 10% and 22% pre-tax profit, 25% make between 5% and 10%, 25% make zero to 5%, and 25% lose money.

Many buyers are looking for up to five-year vendor takeback for 25% of the purchase price. That means the seller carries a portion of the sale price for a period of time, so if the sale price is \$1 million, the VTB might be 25% or \$250,000. Buyers that are heavily financed need this. Therefore, think about what kind of financing you are prepared to offer and what security and interest rate you expect.



By / par Ron Coleman

Prêt à vendre ?

Clientèle et effectif, deux des facteurs qui intéressent au premier chef l'acheteur potentiel de toute entreprise

La plupart des entreprises ne sont pas prêtes à être vendues et, quand elles se vendent alors qu'elles n'y sont pas préparées, elles le sont en-deçà de leur valeur potentielle. D'après un sondage mené par KPMG en 2020, 38 pour cent des propriétaires d'entreprises au Canada ont répondu souhaiter prendre leur retraite, passer à autre chose ou vendre leur entreprise, mais n'avaient pas effectué les préparatifs nécessaires pour la vendre. Avec les conséquences de la covid-19 qui se font toujours sentir, je pense que le nombre des entreprises à vendre qui ne sont pas prêtes à être vendues a augmenté. D'après certaines statistiques, la proportion des entreprises sur le marché qui se vendent effectivement oscille entre 20 et 40 pour cent. Les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à un million de dollars sont les plus difficiles à vendre. Dans ces cas, les entreprises sont, en majorité, vendues à des employés qui n'ont pas beaucoup d'argent à investir, ou bien elles ferment carrément leurs portes. C'est en vendant à une tierce partie que le risque est le plus faible et le prix obtenu le plus élevé.

Les deux grandes questions que le propriétaire doit se poser sont celles-ci : comment puis-je faire partie des 20 à 40 pour cent de chanceux qui réussissent à vendre, et comment en tirer le meilleur prix possible ? En fait, ce n'est pas la chance qui vous obtiendra les meilleurs résultats. Ce sont plutôt vos efforts à rendre votre entreprise attrayante qui feront la différence. Attachez-vous aux éléments suivants pour faire partie des chanceux. Tout acheteur doit pouvoir discerner la valeur qu'il y a à acquérir votre entreprise ; sinon, il passera son chemin.

Constance dans la rentabilité

Il est relativement simple de faire évaluer son entreprise par des professionnels ; ils sont nombreux à exercer ce genre d'activité. L'évaluation ne reflète pas forcément le prix de vente. D'après mon expérience de l'examen d'entreprises de plomberie et de CVCA, ce que les vendeurs veulent, c'est l'équivalent de cinq à sept fois le bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements (BAIIA), mais les acheteurs ne veulent payer que trois ou quatre fois le BAIIA, et c'est là où le bât blesse le plus souvent.

Offentimes, HVAC and plumbing contractors in small towns tell me that they can't put their prices up because everyone knows what everyone else charges. In urban areas, they tell me the reason they can't put their prices up is too much competition. Base your charge-out rates on value, not price.

Like-Buys-Like

Many potential buyers are attracted to synergies. This could be reducing overhead costs, greater efficiency in work, or cross selling. For example, a plumbing contractor buying an HVAC business, or vice versa, often makes a great deal of sense. Many customers, especially those run by property managers, like to have one supplier providing as many services as possible.

Unless you are in a rural area, sticking within eight kilometres of your customer base should be sufficient for you to get more business than you can possibly handle. Wasting time in traffic is neither productive nor profitable. Higher density concentration with your customers is often a real plus, especially when cities like the Greater Toronto Area and Metro Vancouver are total gridlocks.

Also, keep in mind whether or not the work you do is attractive to the current market. In a previous article, I talked about the upcoming difficulty in getting technicians, and I pointed out that some trades are going to have greater difficulties in recruitment than others. Do tradespeople want to work in your part of the industry? Is your business recession-proof? Even with COVID, customers need service and retrofits. Take an additional look at your business and determine if it is desirable. Are there synergies with other businesses? Is it established and low risk?

Intertwined Assets

Some companies can be run easily by a professional management team; however, these are usually larger businesses. These tend to be the easiest to sell. Smaller to mid-size contracting businesses tend to need an owner with excellent technical knowledge. Automation has become a major factor in developing efficiencies and reducing costs. Established systems that help the business run smoothly and effectively are essential. Have you maximized automation?

Companies that have good employees with a low turnover rate have a greater chance of being sold. Your two main assets are your customer base and your employees—they are intertwined. Also, watch for long-term employees that could require severance as that will lower your value.

Fire Yourself

Lastly, I want to reiterate this as I have in the past—Fire Yourself! Make sure the business can run without your ongoing presence. The more the business relies on your everyday presence, the lower the value. More and more, I am seeing potential buyers wanting the owner/manager to stay in place. In smaller to mid-size contractors, they are a key portion of the goodwill. Most owner/managers want out

continued on page 38

La constance dans la rentabilité est un atout indéniable. Un BAIIA équivalant à au moins dix pour cent du chiffre d'affaires constitue un facteur très important. Vérifiez si votre secteur est en période de croissance, de stagnation ou de ralentissement. Comment vous en tirez-vous par rapport à vos concurrents ?

J'ai exécuté 23 examens de rapports financiers annuels pour le compte de l'Institut canadien du chauffage, de la climatisation et de la réfrigération (ICCCR). Invariablement, je constate que 25 % des entreprises réalisent entre 10 % et 22 % de marge bénéficiaire avant impôts, 25 % entre 5 % et 10 %, 25 % entre zéro et 5 %, et 25 % perdent de l'argent.

De nombreux acheteurs espèrent un financement par le vendeur étalé sur cinq ans pour 25 pour cent du prix d'achat. Ceci signifie que le vendeur assume une partie du prix de vente pendant une période donnée. Donc, si le prix de vente est fixé à un million de dollars, le financement par le vendeur pourrait être établi à 25 % ou 250 000 \$. Les acheteurs qui sont très endettés ont besoin de ce type de formule de financement. Par conséquent, il conviendrait de penser au type de financement que vous êtes prêt à offrir et à la garantie et au taux d'intérêt que vous attendez.

Souvent, les entrepreneurs en CVCA et en plomberie dans les petites villes me disent qu'ils ne peuvent pas augmenter leurs prix parce que tout le monde sait ce que tous les autres demandent. Dans les secteurs urbains, ils me disent ne pas pouvoir augmenter leurs prix parce que la concurrence est trop forte. Établissez vos taux sur la valeur de ce que vous offrez et non le prix.

Fusions et acquisitions par affinités (like-buys-like)

Les synergies attirent les acheteurs potentiels et constituent un moyen de réduire les frais indirects, d'améliorer les efficacités au travail ou de susciter la vente réciproque. Par exemple, qu'un entrepreneur en plomberie achète une entreprise de CVCA, ou l'inverse, est plein de bon sens. Bien des entreprises, surtout celles qui sont dirigées par des gestionnaires immobiliers, aiment disposer d'un fournisseur qui leur procure autant de services que possible.

À moins de se trouver en région rurale, on peut s'en tenir à un rayon de huit kilomètres du secteur où se trouve la clientèle pour obtenir autant de travail qu'on peut en faire. Perdre du temps dans la circulation n'est ni productif, ni rentable. Une densité supérieure de clients est un réel avantage, surtout dans des villes comme les grandes régions de Toronto et de Vancouver où les bouchons sont choses courantes.

En outre, demandez-vous si le travail que vous faites intéresse ou non le marché actuel. Dans un article précédent, j'ai mentionné la difficulté d'obtenir les services de techniciens, et j'ai indiqué que certains corps de métier auront encore plus de mal à recruter des travailleurs. Les ouvriers spécialisés s'intéressent-ils à votre secteur de l'industrie ? Votre

suite à la page 39

Seven Tips for Cybersecure Holidays

Cybersecurity experts provide travellers with ways to secure their data while being away from home

Summer is underway and people are taking advantage of nice weather and post-covid relaxation with local and international holidays. Whether holidaymakers have chosen the beach, the countryside, the mountains, or a busy city, one thing is certain: no one is immune to having their devices stolen or even hacked while they are away from home. Cybersecurity experts at NordVPN provide travellers with seven tips for a cybersecure holiday.

1. Back up your data

If “My whole life is on my phone” is a phrase you can relate to, remember to make sure you have your phone’s contents backed up before you leave home. After all, no one is safe from losing their phone or having it stolen. This also applies to the SD cards in your cameras.



2. Safe payment methods


Instead of using your main bank card while travelling abroad, consider a separate, prepaid debit card that can be topped up as you need it from any account in your name. That way, if your card details are stolen, you can cancel the pre-paid card, still have access to your regular funds, and you eliminate the risk of losing everything in your accounts.

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

Sept conseils pour des vacances en toute cybersécurité

Conseils d'experts destinés aux voyageurs pour sécuriser leurs données électroniques

L'été bat son plein et nous pouvons enfin profiter du beau temps, et d'un répit après la covid, en vacances au pays ou à l'étranger. Que ce soit à la plage, à la campagne, à la montagne ou dans une ville trépidante, une chose est certaine : personne n'est à l'abri du vol d'appareils électroniques ou même d'opérations de piratage pendant un voyage. Les experts en cybersécurité de NordVPN proposent aux vacanciers sept conseils pour sécuriser leurs données électroniques.

1. Sauvegardez vos données

Si vous êtes de ceux qui affirment que toute leur vie se trouve dans leur téléphone, assurez-vous d'en sauvegarder le contenu avant de quitter la maison. Après tout, perdre son téléphone ou se le faire voler peut arriver à n'importe qui. Ce conseil vaut aussi pour les cartes SD des caméras.

2. Employez des méthodes de paiement sûres

Plutôt que d'employer votre carte bancaire habituelle pendant vos déplacements à l'étranger, utilisez plutôt une carte de débit prépayée à laquelle vous pouvez ajouter ce qu'il manque le cas échéant à partir de l'un quelconque des comptes à votre nom. Si les données associées à votre carte sont volées, vous pouvez alors annuler la carte pré-payée et avoir quand même accès à vos fonds habituels ; et vous éliminez ainsi les risques de perdre tout ce qui se trouve dans vos comptes.

3. Emportez un chargeur portatif

N'oubliez surtout pas votre chargeur portatif ou un câble de charge. En effet, les bornes de charge sont un terrain propice pour les cybercriminels. Les câbles Lightning-USB peuvent être modifiés et contenir un programme malveillant qui ouvre l'accès à vos données personnelles, et ce à votre insu.

4. Évitez les réseaux Wi-Fi publics

Il est toujours préférable d'employer, en déplacement, ses données mobiles car celles-ci sont chiffrées. Cela dit, si vous n'avez pas le choix et devez utiliser un réseau Wi-Fi public, n'oubliez pas d'employer un VPN. Cet outil vous protégera des cybercriminels, qui peuvent récupérer des données personnelles par les réseaux publics.

5. N'affichez pas de photos en temps réel

Une photo de vos billets d'avion fera sans doute l'envie de vos abonnés dans les médias sociaux, mais vous vous exposez en l'affichant. En effet, pour les cybercriminels, c'est un moyen idéal de récupérer vos données personnelles et de s'en servir à diverses fins malveillantes. En plus, afficher des photos de voyage pendant ses vacances, c'est s'attirer des ennuis puisqu'on annonce par là son absence de la maison. Que vous n'ayez que quelques abonnés ou que vous en ayez des milliers, la prudence s'impose en toutes circonstances.

3. Take a portable charger with you

Don't go out without your portable charger or a charging cable, because charging stations can be a playground for cybercriminals. USB/lightning cable can be modified to contain malicious hardware that accesses your private details without you even knowing.

4. Avoid public Wi-Fi

It is always a good idea to use mobile data while travelling because it is encrypted. However, if you have no choice and need to use public WiFi, don't forget to use a VPN. This tool will protect you from cybercriminals, who can retrieve your personal data through a public network.

5. Do not post your photos in real time

Posting a picture of your plane tickets might make your social media followers jealous, but more important than that, doing so puts you at risk. It's a perfect way for cybercriminals to find out your personal data and use it for various malicious purposes. It's also worth remembering that posting your holiday photos while you're still away can be dangerous and because it lets people know you are away from home. Whether your account is followed by hundreds or just a few, stay vigilant in all circumstances.

6. Keep your documents secure

Many people make a photo or a copy of their ID or passport in case they lose their documents and this is important; however, this is also another reason to keep your phone and connection secure. Unencrypted ID or passport scans and photos stored on a phone can be accessed in a hack or during a malicious attack, so be sure to keep your connections safe and consider carrying paper copies.

7. Use unique passwords

Create new passwords before you go abroad. If you have used the same password for all your accounts and one of them gets hacked, it puts the others at risk. Don't hesitate to use a password manager, such as NordPass. It will help you create passwords that are sophisticated enough to make life difficult for hackers.

"No one is safe from hackers, who are becoming increasingly creative in stealing and selling your data," says Daniel Markuson, a cybersecurity expert at NordVPN. "It is worth remembering that a data leak can also happen to the service providers you use (hotels or transportation companies, for example). So don't hesitate to ask how they store your data or what kind of encryption and other cybersecurity tools they use before handing over your data."

For more information visit nordvpn.com. ▀

6. Sécurisez vos documents

Beaucoup prennent une photo ou font une copie de leur carte d'identité ou de leur passeport au cas où ils perdraient leurs documents ; c'est important, en effet. Et c'est là aussi une autre bonne raison de sécuriser votre téléphone et votre connexion. Les fichiers scannés et photos non chiffrés de cartes d'identité ou de passeports résidant dans un téléphone sont vulnérables en cas de piratage ou d'attaque malveillante. Assurez-vous donc de sécuriser vos connexions et envisagez d'emporter des copies papier de ces documents.

7. Employez des mots de passe uniques

Créez de nouveaux mots de passe avant de partir pour l'étranger. Si vous employez le même mot de passe pour tous vos comptes et que l'un d'entre eux est piraté, les autres deviennent vulnérables. N'hésitez pas à vous servir d'un gestionnaire de mots de passe comme NordPass. Vous pourrez ainsi créer des mots de passe qui sont suffisamment élaborés pour faire obstacle aux pirates.

« Personne n'est à l'abri des pirates qui sont de plus en plus inventifs pour voler et vendre vos données, affirme Daniel Markuson, expert en cybersécurité chez NordVPN. Il faut se rappeler qu'une fuite de données peut se produire chez les fournisseurs de service dont vous servez, par exemple des hôtels ou des transporteurs. N'hésitez pas à leur demander comment ils stockent vos données, ou quel type de chiffrage ou d'outils de cybersécurité ils emploient, avant de leur communiquer vos données. »

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter la page nordvpn.com. ▀



Are you reading a borrowed copy of *TIAC Times*?

Sign up for your own free subscription at www.tiactimes.com.

Walk On: The Inadvertent Effect of a Mutual Termination

It is not uncommon to encounter a dispute in a cost-plus project over the escalating cost of work. When a dispute arises, how a contractor handles the termination of the construction contract (be it written or verbal) can be vital in determining what types of damages can be successfully claimed.

In the recent case of *Highridge Homes Ltd. v. de Boer*, 2021 BCSC 1112, the court examined the formation, performance, and termination of a contract for the construction of a new home and, specifically, the effect a mutual termination had on a contractor's claim for their loss of profit.

The Facts

In this case, two homeowners (together, the "Owners") retained Highridge Homes Ltd. ("Highridge") to build a custom home at the Predator Ridge Golf Course development in Vernon, British Columbia. The parties utilized a written cost-plus construction contract, varied slightly from Highridge's standard form contract (the "Agreement").

Shortly after entering into the Agreement, Highridge commenced work and began invoicing the Owners. However, a dispute quickly arose over the initial excavation, which cost the Owners more than expected.

A meeting was held to discuss costs and invoicing. To quote Mr. Justice Wilson, "[w]ords were exchanged, voices were raised, tempers flared, doors were slammed, and the relationship ended."

However brief and heated that meeting was, it culminated in discussions around an "exit strategy" to the contractual relationship. This was confirmed by a subsequent email and letter from the Owner's lawyer.

Highridge later commenced an action against the Owners seeking amounts in its unpaid invoices, plus damages for lost profit (i.e., management fees it would have made over the remaining duration of the Agreement), which Highridge says it would have earned but for the Owner's wrongful termination of the Agreement.

The Owners counterclaimed against Highridge, claiming that Highridge terminated the Agreement and, as a result, the Owners are entitled to additional expenses they had to pay their replacement contractor to complete the home.

The Decision

The court held that the parties agreed to a mutual termination. While Highridge was entitled to claim some of its costs in its



By /par Matthew T. Potomak and/et Liam Robertson, Kuhn LLP

Gérer la suite : conséquences imprévues d'une résiliation convenue d'un commun accord

Il n'est pas rare qu'un différend surgisse au sujet de l'augmentation des frais dans le contexte d'un contrat de construction à prix coûtant majoré. La façon de résilier un contrat de construction (écrit ou oral) peut avoir un effet déterminant sur la possibilité d'obtenir ou non des dommages-intérêts.

Dans l'affaire récente *Highridge Homes Ltd. c. de Boer*, 2021 BCSC 1112, le tribunal a examiné la constitution, l'exécution et la résiliation d'un contrat pour la construction d'une nouvelle habitation et s'est penché, plus précisément, sur les conséquences de la résiliation convenue d'un commun accord sur les réclamations de l'entrepreneur relativement à son manque à gagner.

Les faits

Dans cette cause, les deux propriétaires ont retenu les services de Highridge Homes Ltd. pour la construction d'une maison sur mesure dans le lotissement du terrain de golf Predator Ridge à Vernon, en Colombie-Britannique. Les parties avaient choisi la formule de contrat écrit à prix coûtant majoré, légère variation du contrat-type de Highridge.

Peu après la signature du contrat, Highridge commençait les travaux et présentait ses premières factures aux propriétaires. Cependant, un différend a surgi rapidement sur les travaux d'excavation qui coûtaient plus cher que prévu.

Une réunion a eu lieu pour discuter des coûts et de la facturation. Pour citer le juge Wilson, « les parties se sont disputées, le ton a monté, la colère a éclaté, des portes ont claqué et c'en était fait de la relation entre les parties ».

Si la réunion a été brève et houleuse, elle a néanmoins donné lieu à des discussions sur une *stratégie de sortie* du contrat, ce qui a d'ailleurs été confirmé ultérieurement par un courriel et une lettre de l'avocat des propriétaires.

Puis, Highridge a intenté des poursuites contre les propriétaires pour obtenir les sommes impayées plus des dommages-intérêts pour le manque à gagner (c'est-à-dire les frais de gestion qui auraient dû être versés pendant le reste de la durée du contrat) subi par Highridge en raison de la résiliation injustifiée du contrat en question.

Are you reading a borrowed copy of
TIAC Times? Sign up for your own free
subscription at www.tiactimes.com.

unpaid invoices, Highridge was not able to claim for lost profit as it agreed to terminate the relationship. Similarly, the Owners were not able to claim for additional expenses pertaining to their replacement contractor as they, too, agreed to terminate the relationship with Highridge.

In assessing Highridge's claim for lost profit and the Owner's claim for additional expenses, the court had to canvass both Highridge's allegation and the Owner's allegation that the other breached the Agreement. In doing so, the court examined in detail the evidence on the meeting, particularly with reference to discussions around an "exit strategy".

Because the parties agreed to end the Agreement, Highridge was neither required nor permitted to undertake any further work on behalf of the Owners. For their part, the Owners were free to complete their home as they saw fit.

Highridge was not able to claim for loss of profit arising from the remainder of the work because it was a party to the decision to bring the arrangement to an end. Similarly, the Owners were not able to pass on the extra expenses they incurred as a result of having to hire a new builder.

Lessons Learned

- A contractor's conduct in handling the termination of a contractual relationship can be critical in its ability to claim for damages, such as loss of profit.
- It is helpful to have a detailed construction contract on how costs of the work will be monitored and, in the event a dispute arises, how the parties might terminate the relationship.
- When a dispute arises, it is prudent to contact a lawyer as early as possible to help understand your legal rights and obligations, assist in navigating communications, and help protect your access to potential legal remedies. ■

This article was written by Matthew Potomak, lawyer, and Liam Robertson, articulated 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)

**DISTRIBUTORS OF
COMMERCIAL / INDUSTRIAL
INSULATIONS**

WALLACE

CONSTRUCTION SPECIALTIES LTD.
www.wallace.sk.ca

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

Les propriétaires ont alors déposé une demande reconventionnelle contre Highridge, soutenant que c'était Highridge qui avait résilié le contrat et que, par conséquent, ils avaient droit au remboursement de dépenses supplémentaires liées au fait de devoir trouver et payer un nouvel entrepreneur pour terminer la maison.

Le jugement

Selon le tribunal, les parties avaient convenu de résilier le contrat d'un commun accord. Si Highridge avait droit au paiement de certains des frais engagés et non encore réglés, l'entrepreneur ne pouvait pas réclamer de manque à gagner puisqu'il avait accepté de mettre fin au contrat. De même, les propriétaires ne pouvaient pas exiger le règlement de frais supplémentaires liés au remplacement de l'entrepreneur puisque, eux aussi, avaient convenu de résilier le contrat avec Highridge.

Dans son examen de la demande de dommages-intérêts pour manque à gagner de la part de l'entrepreneur et de la requête en remboursement de frais supplémentaires de la part des propriétaires, le tribunal a dû revoir les déclarations de Highridge et celles des propriétaires selon lesquelles c'était l'autre partie qui avait rompu le contrat. Le tribunal donc passé au peigne fin le détail de la preuve liée à la réunion et, plus particulièrement, toutes les interventions relatives à une *stratégie de sortie*.

Comme les parties avaient convenu de résilier le contrat, Highridge n'était pas tenu d'exécuter d'autres travaux pour les propriétaires, pas plus qu'il n'avait la permission de le faire. Les propriétaires, quant à eux, étaient libres de faire terminer la construction de leur maison comme ils l'entendaient.

Highridge n'a pas pu obtenir le manque à gagner pour le reste des travaux parce qu'il était partie à la décision sur la résiliation du contrat. De même, les propriétaires n'ont pas pu se faire rembourser les dépenses supplémentaires liées au fait d'avoir à embaucher un autre entrepreneur.

Leçons à tirer

- La façon dont l'entrepreneur se manifeste dans le contexte d'une résiliation de contrat peut avoir des conséquences déterminantes sur la possibilité d'obtenir ou non des dommages-intérêts au titre du manque à gagner.
- Il y a lieu d'établir un contrat de construction détaillé sur la façon de surveiller les coûts et de résilier le contrat dans l'éventualité d'un différend.
- Si un différend surgit, il est plus prudent de communiquer sans délai avec un avocat qui vous aidera à comprendre vos droits et vos obligations, à gérer vos communications et à protéger votre accès à de futurs recours juridiques. ■

Le présent article a été rédigé par Matthew Potomak, avocat, et Liam Robertson, stagiaire, 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

suite à la page 39

LE POTENTIEL NON ENCORE EXPLOITÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX

suite de la page 11

actuelles et éventuelles devraient bien suffire à vous inciter à publier des articles ou des billets dans les médias sociaux. La génération montante de mécaniciens calorifugeurs, de gestionnaires de projets, de propriétaires et d'exploitants emploie ces plateformes — nous devons simplement nous faire connaître auprès d'elle. Vous ne savez pas trop comment vous y prendre ? Faites une petite recherche dans Google. On y trouve toute une foule de ressources sur les stratégies, conseils et astuces liés aux réseaux sociaux.

Certes, je ne suis pas spécialiste du marketing, mais les petits succès que j'ai remportés récemment sans avoir investi quoi que ce soit, ou si peu, illustrent bien ces tendances. Il est grand temps d'examiner le monde des réseaux sociaux et d'en tenter l'expérience, si ce n'est pas déjà fait. Facebook, Instagram, LinkedIn et aussi Tik Tok sont les quatre grandes plateformes à envisager. Le secteur de l'isolation mécanique y est représenté par un groupe relativement petit, plus particulièrement dans Tik Tok et Instagram. Les réseaux sociaux, c'est du bouche à oreille à la puissance dix. Si nous estimons être oubliés comme corps de métier, c'est à nous qu'il incombe maintenant de nous faire connaître car, à une époque comme la nôtre, il n'y a plus d'excuse qui tienne. Les publics existent — et ils ont simplement besoin de notre contenu. Nous offrons énormément à ce monde par nos services, et il est grand temps de nous faire remarquer. ■

SPRINT INSTALLATIONS

continued from page 25

When asked about the biggest lesson he has learned from his time in the industry, Magee responds: "Not to lead with emotions in business. When I was younger, I would get a little upset if something happened and would react too quickly. For example, we were promised one job and it was taken away from us at the very last minute. I called the person and expressed my disappointment. I burned that bridge for a few years! Thankfully, we work with them again now. It taught me the value of taking a step back if something isn't sitting right so you can cool down, because no matter how hard you try, your tone and energy will always come across on the phone or in an email. It's amazing what a night's sleep will do to level you off."

As for the future, Magee and his team have a huge backlog of work, which is indicative of the quality of their work and reputation. "I'm just really excited to expand the business, meet some new people, and see what the industry holds for us," he says. ■

SPRINT INSTALLATIONS

suite de la page 25

des personnes qualifiées. « Par le passé, nous avons commis l'erreur de recruter des gens dans des sites gratuits tels que Craigslist, qui ne se présentaient pas pour leur premier jour

de travail. Nous avons d'excellents résultats avec Indeed et nous pouvons maintenant lire des CV pour trouver des gens dont les vues s'accordent avec les nôtres. Si la plus longue période d'emploi d'une personne est de trois mois, c'est, de toute évidence, un signal d'alarme. »

Depuis que l'entreprise est sous le contrôle de Jesse Magee, elle est passée de deux à dix personnes et deux autres sont censées s'y joindre plus tard cet été. Jesse est fier d'être actif dans le secteur à cause des gens qui y travaillent — et aussi parce que c'est « une industrie verte axée sur la réduction du coût énergétique et l'accroissement de l'efficacité ».

Quand on l'interroge sur la leçon la plus importante qu'il a tirée de son temps dans le secteur, Jesse répond : « Ne pas diriger avec ses émotions en affaires. Lorsque j'étais plus jeune, j'étais contrarié s'il arrivait quelque chose et je réagissais trop vite. Par exemple, une fois, on nous avait promis un travail et on nous l'a retiré à la dernière minute. J'ai appelé la personne en question et lui ai exprimé ma déception. J'ai coupé ce pont pour quelques années ! Heureusement, nous avons recommencé à travailler ensemble. Cela m'a enseigné l'importance de prendre du recul, si quelque chose nous déplaît, afin de nous calmer, parce que, malgré tous nos efforts, notre ton et notre énergie passeront toujours au téléphone ou dans un courriel. Ce qu'une nuit de sommeil peut faire pour nous apaiser est étonnant. »

Concernant l'avenir, Jesse et son équipe ont un énorme carnet de commandes, ce qui est révélateur de la qualité de leur travail et de leur réputation. « Je suis tout simplement emballé à l'idée de développer l'entreprise, de faire de nouvelles connaissances et de voir ce que l'industrie nous réserve », conclut Jesse. ■

CONTRACTORS 101

continued from page 33

within a reasonable time of selling the business. This can be a tough balance to negotiate.

The above are simple strategies, but they are not easy to implement. You need to create a mindset for both yourself and your employees to tailor these strategies to your business and to implement them one at a time. Don't overwhelm yourself or your team.

If you would like to email me some questions, I will review them and publish them in a future article without identifying the source of the question. You may be surprised to find out how many of your peers have the same questions. Have a safe and successful 2022. ■

Ron Coleman is a Vancouver-based management consultant, author, and educator specializing in the construction industry. He can be reached by email at ronald@ronaldcoleman.ca

ENTREPRENEURS 101

suite de la page 33

entreprise est-elle à l'abri de la récession ? Même en période de covid, les clients ont besoin de service et de remises à niveau. Examinez de nouveau votre entreprise et demandez-vous si elle présente quelque attrait. Existe-t-il des synergies avec d'autres entreprises ? Votre entreprise est-elle bien établie et représente-t-elle un faible risque ?

Atouts intimement liés

Certaines entreprises sont dirigées par une équipe de gestionnaires professionnels ; il s'agit habituellement de grandes sociétés. Et celles-ci sont normalement les plus faciles à vendre. Par ailleurs, les petites et moyennes entreprises ont besoin d'un propriétaire qui possède d'excellentes connaissances techniques. L'automatisation est devenue un facteur d'importance pour améliorer les efficacités et réduire les coûts. Il est essentiel de disposer de systèmes établis qui aident l'entreprise à bien fonctionner, de façon efficace. Avez-vous tiré le plein parti de l'automatisation ?

Les entreprises dont le roulement du personnel est faible se vendent mieux. Vos deux principaux atouts sont votre clientèle et vos employés — et les deux sont intimement liés. En outre, vérifiez ce qu'il en est des employés de longue date qui pourraient être admissibles à des indemnités de départ susceptibles de réduire la valeur de l'entreprise.

Licenciez-vous vous-même !

Enfin, je vous répète ce que j'ai déjà dit par le passé — licenciez-vous ! Veillez à ce que l'entreprise puisse fonctionner en votre absence. Plus l'entreprise dépend de votre présence

quotidienne, plus sa valeur diminue. Je vois de plus en plus d'acheteurs potentiels qui souhaitent que les propriétaires ou les directeurs restent en place. Les petits entrepreneurs et ceux d'envergure moyenne comptent grandement pour la valeur ajoutée. Les propriétaires ou gestionnaires, pour la plupart, souhaitent quitter leur poste dans un délai raisonnable après la vente de l'entreprise. Ceci peut ne pas être facile à négocier.

Ces stratégies sont simples, mais elles ne sont pas faciles à mettre en oeuvre. Vous-même et vos employés devez adapter ces stratégies à votre entreprise et les appliquer une à la fois. Ne vous en mettez pas trop sur les épaules, ni à vous, ni à votre équipe.

Si vous souhaitez m'envoyer des questions par courriel, je les examinerai et les publierai dans un article ultérieur sans en identifier la source. Vous seriez surpris de constater combien de vos pairs se posent les mêmes questions. Je vous souhaite une année 2022 couronnée de succès, en toute sécurité. ■

Ron Coleman est expert-conseil, auteur et éducateur établi à Vancouver, et spécialisé dans le domaine de la construction. Vous pouvez communiquer avec lui par courriel à l'adresse ronald@ronaldcoleman.ca.

C'EST LA LOI

suite de la page 37

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 vous 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 / Index des annonceurs

Advertiser / Compagnie	Page	Phone	Web
All Therm Services Inc.	OBC	604.559.4331	www.alltherm.ca
Amity Insulation Group Inc.	13	780.454.8558	e: sales@amityinsulation.com
BCICA	29	604.984.6455	www.bcica.org
Brock White Canada	14	403.287.5889	www.brockwhite.ca
C&G Insulation Ltd.	4	250.769.3303	e: candginsulation@shawbiz.ca
CertainTeed	16	800.233.8990	www.certainteed.com/insulpuredw
Crossroads C&I Distributors Inc.	6	604.421.1221	www.crossroadsci.com
Dispro Inc.	6	800.361.4251	www.dispro.com
Fattal	34	800.361.9571	e: info@fattal.ca
Ideal Products of Canada Ltd.	19	800.299.0819	www.idealproducts.ca
Johns Manville	15	800.654.3103	www.jm.com/industrial
Lewco Super Mat	22	800.221.6414	www.lewcosupermat.com
MFM	18	800.882.7663	www.flexclad.com
NDT Seals	28	800.261.6261	www.ndtseals.com
Owens Corning	7	800.GET.PINK	www.owenscorning.com/fiberglas-pipe
Polyguard Products Inc.	5	214.515.5000	www.polyguard.com/mechanical
Proto Corporation	17	800.875.7768	www.protocorporation.com
Specialty Products & Insulation	IFC	780.452.4966	www.spi-co.com
Tight 5 Contracting Ltd.	28	604.874.9615	www.tight5.net
Wallace Construction Specialties Ltd.	37	800.596.8666	www.wallace.sk.ca
Featured Distributors / Manufacturers	30-31 / OBC		



CROSSROADS C&I
 DISTRIBUTORS / FABRICATORS
 The Insulation Specialists™



IDEAL PRODUCTS



IMPRO
NU-WEST
 Construction Products

NADEAU
SCOTIA
 INSULATIONS



SPECIALTY PRODUCTS
& INSULATION



ALL THERM SERVICES INC

LEADERSHIP THROUGH ENERGY CONSERVATION

Digital Tools For Every Insulator

The Insulators Field Guide



1-844-559-4331

Burnaby Calgary Edmonton
Mississauga Dartmouth



Download on the
 App Store

alltherm.ca



@insulators_field_guide