



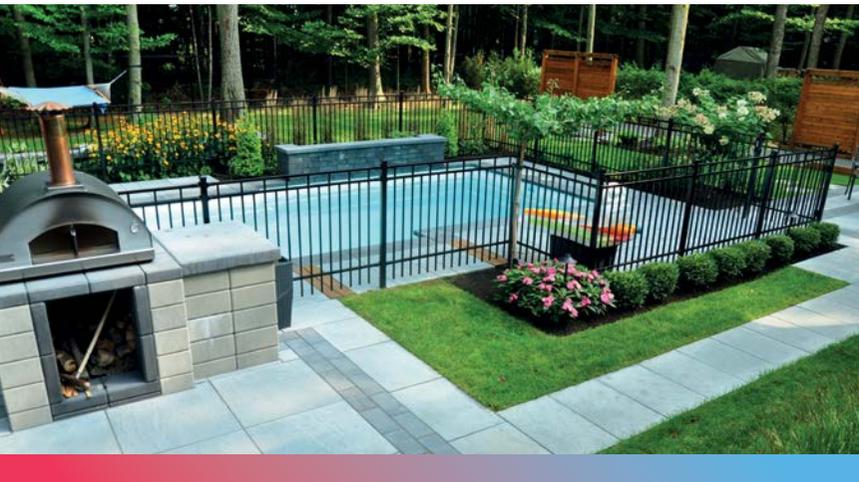
Dossier Terrasses



Quand la cour arrière prend les devants... du portefeuille

Le voyage perd de l'attrait pour certains citoyens, parfois par souci écologique ou financier, mais le plus souvent, c'est par crainte des foules. Un appel à la quiétude s'entend. C'est là où intervient la cour arrière; bien pensée, parfaitement équipée, cet espace peut répondre à un ensemble d'aspirations et de besoins et s'inscrire définitivement dans l'air du temps. En témoignent ici des aménagistes, des distributeurs et des commerçants. Une tendance qui peut se traduire en opportunités pour les centres de rénovation et leurs fournisseurs.

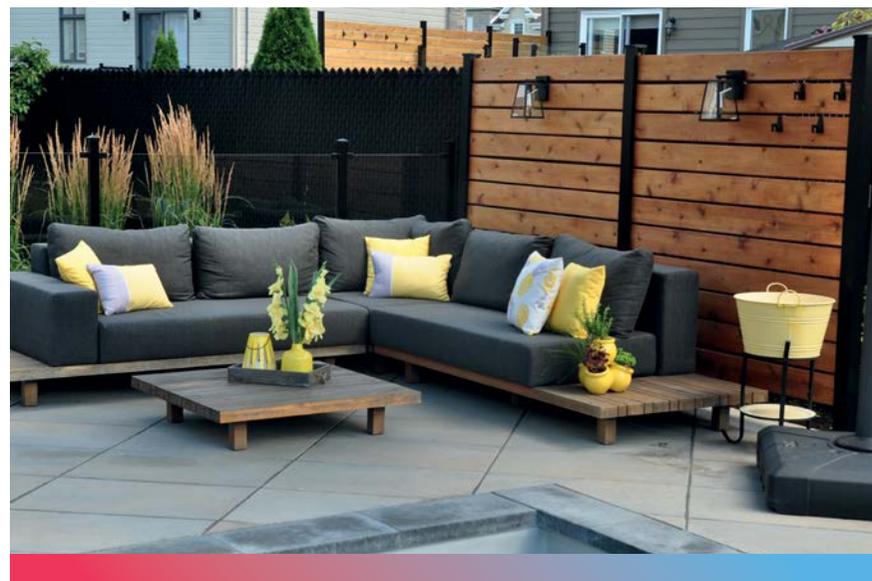
« Le pied carré étant très dispendieux, surtout dans les milieux urbains, la cour arrière devient une prolongation de notre intérieur et ça vaut la peine d'aménager l'ensemble de notre espace : cour arrière, balcon et même toiture », affirme Sylvie Bédard, conférencière et animatrice du portail DécoPatio.



« Avec la pandémie, les gens ont investi dans leurs cours en se disant que si ça recommence dans trois, quatre ou même six ans, on sera prêt », souligne Yves Charest, aménagiste chez Paysagiste Andryves, en affaires dans la région de Laval.

« Les gens dépensent plus qu'avant; ils effectuent leurs recherches, voient de belles choses et tentent de reproduire dans leur cour ce qu'ils ont vu sur internet. Pour plusieurs, la cour remplace le chalet et ils y vivent presque à l'année. »

Mélanie Grandmaison, gestionnaire de produits chez Gillfor, fait la même analyse. « On est agréablement surpris! Même si les gens peuvent maintenant voyager, plusieurs investissent dans des projets d'envergure. Fini le temps où on se satisfaisait d'un petit balcon avec accès à la piscine. Maintenant, la cour ou la terrasse devient un allongement de la maison vers l'extérieur et les aménagements incluent piscine, pavé uni, cuisine extérieure et gazebo. »



En fait, deux tendances bien précises animent les Québécois aujourd'hui, observe Sylvie Bédard; le contact avec la nature et le besoin de confort.

Le besoin de nature se traduit par des aménagements qui favorisent les écosystèmes et la création de milieux de vie pour une flore en difficulté.

« Les nouvelles générations sont très écologiques; elles veulent réduire les îlots de chaleur, refusent le toilettage des espaces verts et préfèrent, par exemple, les aménagements de fleurs sauvages pour attirer les abeilles et les papillons monarques. Les jeunes revalorisent les matériaux; ils sont beaucoup plus imaginatifs parce qu'ils ont moins d'argent. »

La deuxième tendance est le besoin d'être bien chez soi : les étés sont courts, la météo de plus en plus incertaine ou extrême et l'inflation gruge les revenus et limite les sorties. « La cour arrière c'est l'oasis des Québécois. On y tient de plus en plus à notre cour en tant que source de plaisir et de détente. »



Pour profiter de sa terrasse ou de sa cour douze mois par année

Sans parler de tendance et encore moins faire du sarcasme avec le réchauffement planétaire, un nombre croissant de gens aiment l'idée de profiter de leur maison à l'extérieur, même l'hiver. Dans les articles suivants, des produits et des aménagements qui favorisent la vie dans sa cour en toute saison : du chauffage extérieur jusqu'à l'éclairage en passant par le choix de matériaux et les nouvelles exigences pour les propriétaires de piscine.

Éclairage, intimité, verdure

En affaires depuis 34 ans, Paysagiste Andryves a réalisé plus de 2000 projets dont 45 ont reçu des prix.

« Avant, les clients faisaient construire un balcon 10 par 10 au même niveau que la porte patio, se rappelle Yves Charest, aménagiste. Aujourd'hui, ce qui est nouveau, c'est la façon dont les gens aménagent leur espace extérieur ; une section cuisine, une section salon, un petit coin pour causerie, un petit coin chaise longue près de la piscine avec parasol. »



Les aménagements extérieurs, en ces temps de changements climatiques, se déploient en harmonie avec la nature.

« Les gens veulent du gazon, des plantes, des arbres et des arbustes dans leur cour ; ils sont plus conscients de l'environnement. La verdure, ça dégage de l'oxygène ; il y a une demande pour des aménagements plus verts. On veut de la couleur aussi : des arbustes qui fleurissent en jaune, en rouge. »



Plus de 80 % des projets d'aménagement réalisés par l'entreprise sont pour des cours arrière ; et 75 % de ces projets impliquent des piscines hors terre ou creusées.

« Nos aménagements sont en général pour trois saisons et plusieurs incluent des foyers au propane pour l'extérieur, explique M. Charest. Ceux qui ont installé un spa près de la sortie l'utilisent l'hiver aussi ; mais les spas, on n'en voit plus beaucoup. C'est une mode qui passe au profit des piscines hors terre ou creusées. »

Pour les quincailleries, Yves Charest souligne les opportunités suivantes : des matériaux synthétiques pour les balcons et les clôtures ainsi que des produits de chauffage pour l'extérieur, moyen à haut de gamme.



SUITE DU DOSSIER TERRASSES DE LA PAGE 63 >

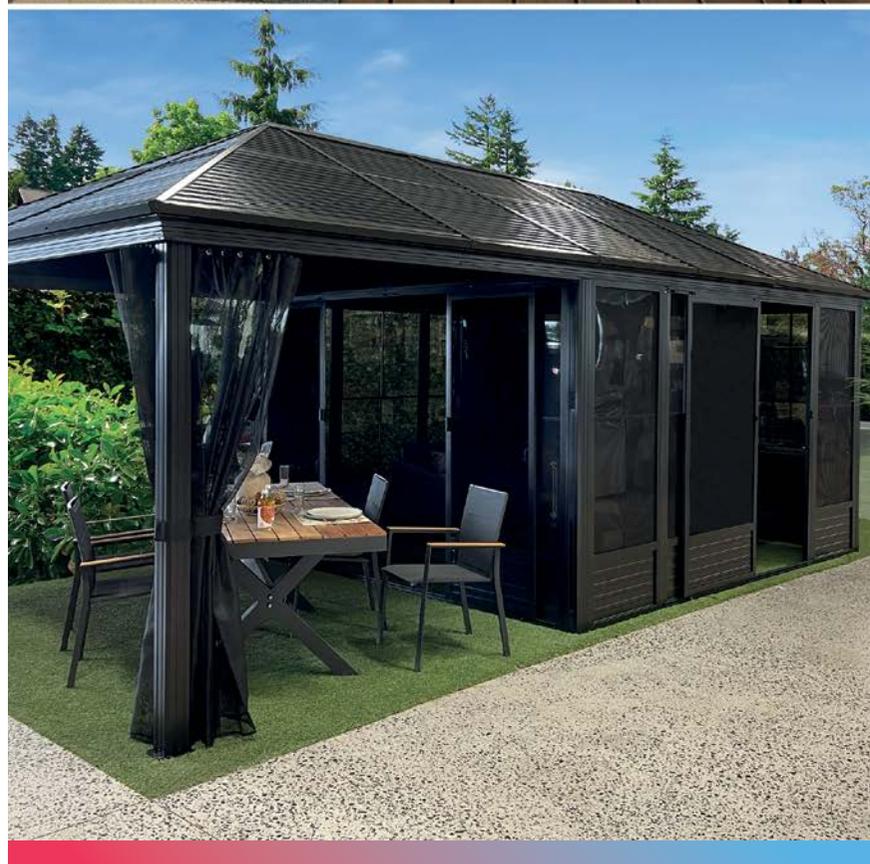
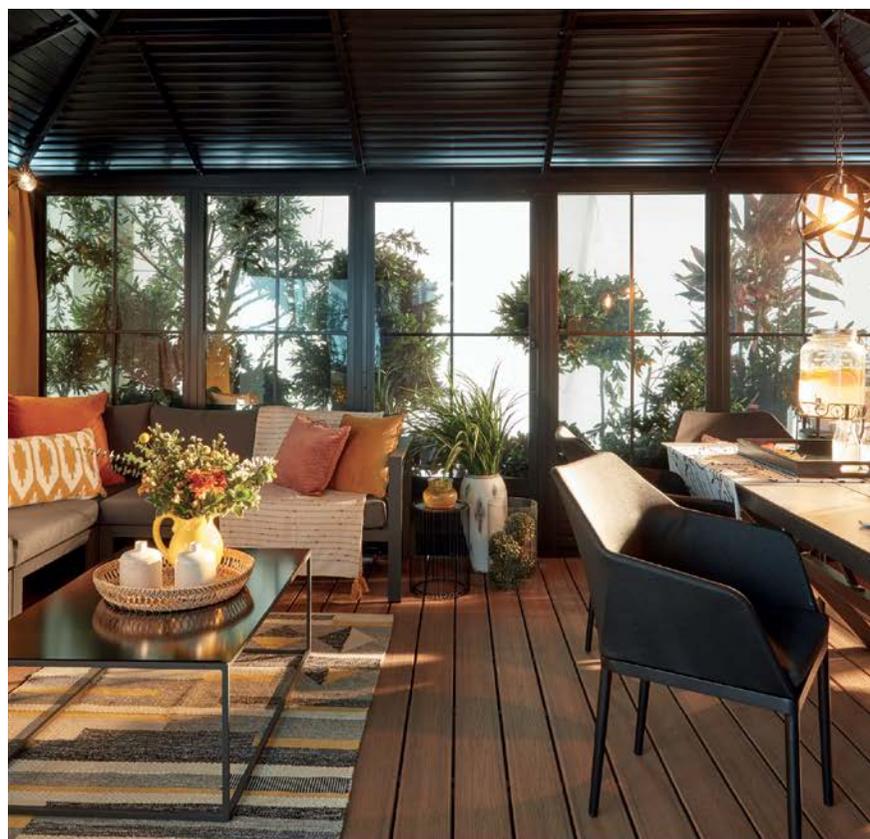
Une tendance pavillons se profile

Depuis 51 ans, Trévi est connue pour ses piscines fabriquées au Québec. Le directeur du marketing, Alain Gravel, observe trois tendances pour l'aménagement des cours arrière : le coin piscine, le coin spa et le coin « outdoring » (un mot qui est désormais une marque de commerce exclusive à Trévi) qui désigne les pavillons aménagés et dédiés à différentes activités.

« Dans la catégorie des piscines hors terre, on vend beaucoup de piscines ovales. Les gens veulent prendre soin de leur santé et les piscines ovales leur permettent de nager, de faire des longueurs. Pour ce qui est des piscines creusées, les formes rectangulaires ont la cote, encore une fois pour nager et s'entraîner. Et les spas de nage sont à la mode. »



Un spa de nage mesure de 17 à 19 mètres de long et permet de nager à contre-courant grâce à un jet, un genre de soufflerie d'eau pour permettre la nage sur place. Il peut être utilisé autant l'hiver que l'été ; il est muni d'un couvercle.



Pour ce qui des opportunités pour les quincaillers, Alain Gravel souligne la popularité des mobiliers extérieurs et les gazebos ou pavillons extérieurs.

« Les gens investissent beaucoup dans l'aménagement et la décoration de ces pavillons qui deviennent littéralement une pièce de plus à l'extérieur ; donc des mobiliers de salon, des tapis, des cadres, des lustres et tout le confort requis pour inviter des amis, regarder la télévision ou jouer à des jeux vidéo. »

SUITE DU DOSSIER TERRASSES EN PAGE 66 >



SUITE DU DOSSIER TERRASSES DE LA PAGE 64 >



Obligation de sécuriser les piscines

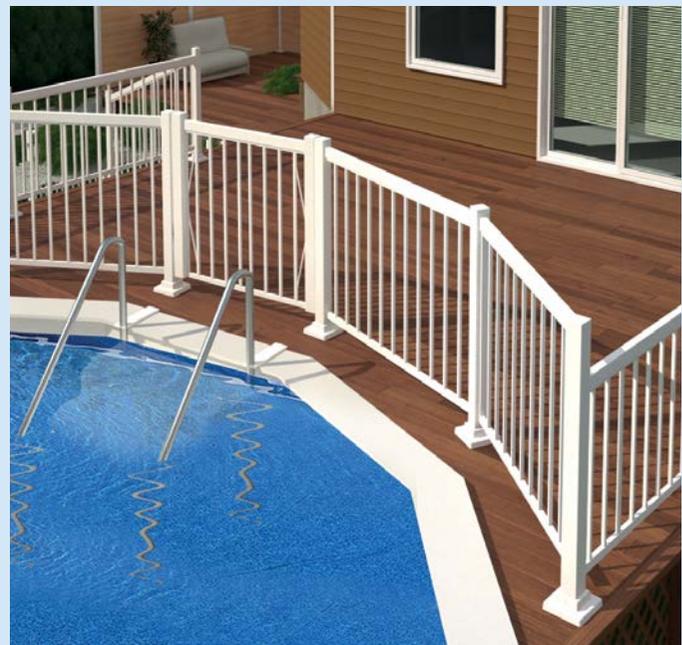
Le Groupe manufacturier Impérial se spécialise, entre autres, dans les rampes, les colonnes et les clôtures pour les terrasses et les cours. Ces produits d'aluminium rencontrent le Code national du bâtiment, permettant ainsi de satisfaire aux règlements en vigueur.

«En vertu du Code du bâtiment, tout balcon de plus de deux pieds de hauteur doit être équipé d'une rampe et pour sécuriser les piscines, une rampe de 48 pouces de hauteur est requise, rappelle Steve Lavoie, directeur des ventes. Pratiquement toutes les maisons qui ont un patio ou une cour arrière ont besoin d'une rampe pour rendre l'environnement sécuritaire.»



De plus, le gouvernement du Québec impose l'obligation de sécuriser les piscines, d'ici septembre 2025.

«Toute piscine creusée doit être sécurisée par une clôture de 48 pouces avec une barrière sur penture qui ferme automatiquement; et toutes les piscines hors terre située au milieu du terrain avec un patio indépendant de la maison doivent être sécurisées de la même façon.»



Message aux quincaillers : «Assurez-vous d'avoir en magasin des rampes, des barrières et des poteaux de 48 pouces pour bien servir votre clientèle parce que pour les trois prochaines années, ces produits seront demandés. À mon avis, près de 80% des cours arrière vont avoir besoin de ces rampes.»



Les terrasses en composite ont la cote

«La mode aujourd'hui, ce sont les balcons et les terrasses en composite ou en PVC; les clients préfèrent cela au bois», affirme Yves Charest, aménagiste.

Mélanie Grandmaison, gestionnaire de produits chez Gillfor Distribution confirme la tendance. Elle est responsable, entre autres, de la gamme de produits de platelage TimberTech/Azek, ces planches de terrasse en composite et en PVC. De plus en plus, explique-t-elle, les consommateurs délaisent les terrasses en bois au profit d'un produit qui ne nécessite pratiquement aucun entretien.

«Sur le coup c'est un investissement important, mais les avantages de ce produit sont énormes. Une terrasse en bois devra être entretenue au fil des années, tandis qu'une fois installée une terrasse en composite ne nécessite qu'un petit coup de machine à pression une fois par année», explique-t-elle. Certaines marques n'ont besoin d'aucun nettoyage puissant, la pluie et un coup de balai suffisent.

Les planches en composite ou en PVC représentent une opportunité pour les centres de rénovation, estime Mélanie Grandmaison «De plus en plus, les marchands gardent en stock des paquets complets afin de répondre à la demande alors qu'avant ces produits faisaient plutôt l'objet de commandes spéciales.»

Auvents, pergolas, rideaux

Pour profiter de ses aménagements extérieurs le plus longtemps possible, la première option est de poser un toit au-dessus du balcon ou de la terrasse. Ensuite, suggère le Groupe Bellon, on ajoute des rideaux sur les côtés pour se protéger du vent, du soleil, des moustiques ou simplement pour se cacher du voisin. Pour se protéger de la neige en hiver, des rideaux d'hiver sont recommandés.



DES PRODUITS DE QUALITÉ
POUR DES AMÉNAGEMENTS DURABLES

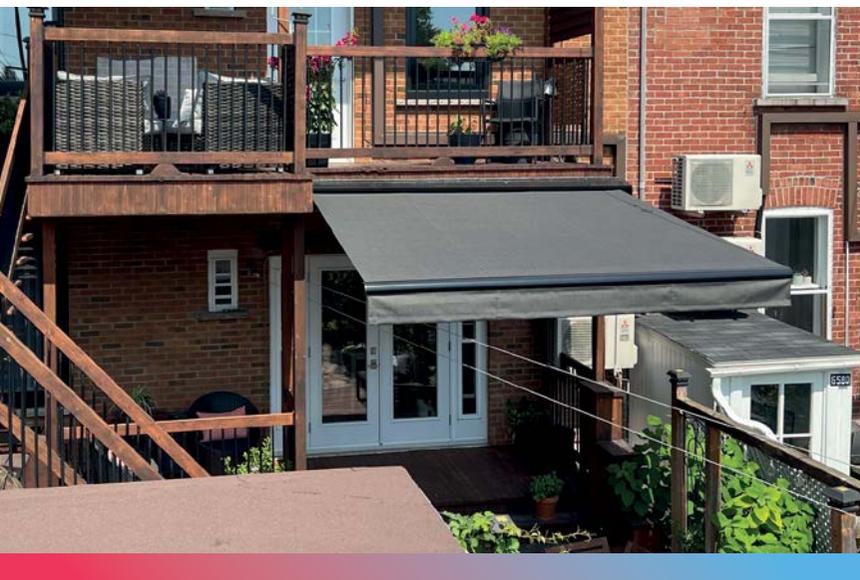
EN SAVOIR PLUS

BUILDING TRUST
CONSTRUIRE LA CONFIANCE



SUITE DU DOSSIER TERRASSES DE LA PAGE 67 >

« En guise de toit pour les balcons, nous offrons des auvents, une structure avec toile qui rend l'endroit confortable pendant trois saisons. Pour les quatre saisons, la structure doit être solidifiée et entourée d'une toile d'hiver. L'autre option est une pergola en bois ou en aluminium, fixe ou rétractable, autoportante ou rattachée à la maison, avec lames orientables. »



Finalement, le Groupe Bellon offre les chauffe-terrasses électriques. « Le chauffe-terrasse a beaucoup évolué à travers le temps; notre produit est électrique et il consomme peu d'énergie. »

Un peu de chaleur avec ça ?

Étirer les saisons pour profiter de sa cour ou de sa terrasse aménagée le plus longtemps possible exige un système de chauffage. Le marché offre une série d'options : des plus abordables disponibles dans les magasins de grande surface aux différents produits haut de gamme.



La compagnie Option Multi Confort propose des chauffe-terrasses électriques qui produisent un chauffage radiant; des produits hauts de gamme fabriqués aux États-Unis et disponibles pour plusieurs types de courant.

« Nos appareils sont installés au mur ou au plafond, ou même encastrés dans le plafond, explique Benoit Gemme, président d'Option Multi Confort. Ils n'émettent aucune émanation de gaz à effet de serre, aucune senteur néfaste et plus de 90% de l'énergie est convertie en chaleur. On allume l'appareil et deux minutes plus tard, il fait chaud sous un éclairage orangé doux. »

Ces appareils doivent être installés par des électriciens. Les plus gros vendeurs sont les appareils de 3 000 watts et 4 000 watts et les prix varient de 600 à 1 200 \$.



Meubles minimalistes pour petits espaces

La construction en hauteur est de plus en plus encouragée par les villes. Une tendance qui annonce des changements de comportements commerciaux et qui pourraient se traduire par des opportunités pour les quincaillers, comme l'explique Jean-Marc Fournier, ancien ministre et actuel PDG de l'Institut du développement urbain.

« On peut imaginer que les rénovations intérieures des propriétaires ou locataires des unités d'habitation se maintiendront. On peut aussi croire que la diminution des espaces individuels extérieurs comme l'accès à une cour arrière pourrait influencer les types de produits mis en vente dans les quincailleries. »

Signe des temps donc, le Groupe Bellon, spécialiste des auvents, des pergolas, des gazebo et des rideaux extérieurs, a aussi une division de meubles de jardin pour petits balcons et petits espaces tels qu'on retrouve dans les tours à condos ou en milieu urbain.

« La demande est assez importante, affirme le vice-président, Pierre Trudeau. Nos sofas sectionnels, nos tables repliables et nos chaises faciles à déplacer sont parfaits pour les petits balcons : leur structure est moins imposante. Alors que les grandes surfaces offrent des meubles de jardin imposants, nos produits sont minimalistes, mais confortables. »



« La culture du grill »

Au Canada, 9 personnes sur 10 possèderaient un BBQ. Et, malgré cela, le marché est encore en croissance : les Québécois investissent dans un deuxième, voire un troisième barbecue — un pour la pizza, l'autre comme fumoir — et se font installer des cuisines extérieures.

« La tendance est aussi au BBQ polyvalent qui va permettre de faire griller un steak et de faire fumer une épaule de porc. » raconte Maxime Lavoie président de BBQ Québec.

Par ailleurs, les hommes sont très attirés par les cuisines extérieures et dépensent des milliers de dollars pour des cuisines complètes dans leur cour ou sur leur terrasse, souligne M. Lavoie.

« Les gens cherchent le confort autant que la facilité de cuisson, ainsi que l'atmosphère qui se crée autour du BBQ au moment de la cuisson. Nos différentes options pour l'installation de cuisines extérieures varient de 5 000 \$ à 80 000 \$. »

Les cuisines extérieures sont utilisées à l'année. « C'est fait pour ça ! Les statistiques démontrent qu'au Québec, 60 à 70 % des gens utilisent leur BBQ à longueur d'année. »

Voici la liste des produits considérés comme « bons vendeurs » chez BBQ Québec.

- Barbecue avec fumoir intégré (au gaz, au charbon de bois, aux granules ou électrique)
- Bruleurs latéraux et planchas ; une plaque en acier comme on en retrouve dans les restaurants
- Comptoirs en granit ou en Dekton
- Celliers et pompes à bière, réfrigérateurs et bacs à glace
- Tiroirs, poubelles, robinets, planches à découper, robots mélangeur

« Avant la pandémie, on travaillait fort pour pousser nos ventes, aujourd'hui les gens cognent à notre porte et ils nous appellent pour prendre rendez-vous. » Finalement, M. Lavoie rappelle qu'une cuisine extérieure représente une plus-value non négligeable lors de la vente d'une maison.

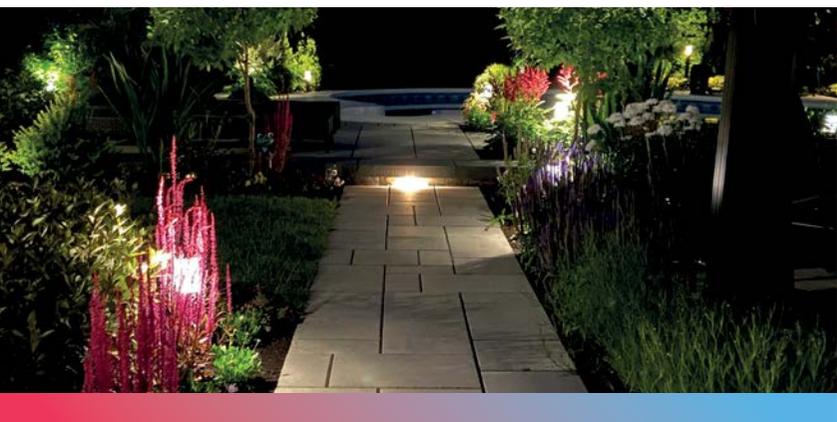


Les années COVID, record en aménagement extérieur

Des paysagistes, des entrepreneurs spécialisés en balcons et terrasses, des fournisseurs offrent des produits pour l'extérieur ont fait des affaires d'or en 2020, 2021, même en 2022. Mais comment se présentent les mois et les années à venir ?

L'année 2023 annonce un retour à la normale dans le marché, affirme Alain Gravel, directeur du marketing chez Trévi. «Les années 2020 et 2021 ont été des années extraordinaires; il y a eu un surplus d'achats. Mais aujourd'hui on revient un peu à la normale et il faut travailler plus fort: donner plus de services, ajuster nos prix, être plus agressif sur les promotions et offrir différents modes de paiement.»

L'entreprise Paysagiste Andryves confirme ce retour à la normale. En termes monétaires, nos projets de cours arrière varient de 30 000 à 200 000\$. Les coûts ont monté facilement de 40% au cours des trois dernières années, souligne Yves Charest, aménagiste. Ceux qui en ont les moyens investissent dans leur cour. Mais on sent un retour à la normale; les gens commencent à voyager et il y a moins de rénovation résidentielle.»



Mélanie Grandmaison, gestionnaire de produits chez Glllfor, révèle que ses ventes ont triplé au cours des cinq dernières années. «C'est une catégorie de produits qui est toujours à la hausse.»

Pour la filiale Kool-Ray du Groupe manufacturier Impérial, spécialisée en rampes, colonnes et clôtures en aluminium, les affaires sont bonnes: d'une part à cause de l'engouement pour les terrasses et les cours, d'autre part en raison du règlement du gouvernement du Québec qui oblige les propriétaires d'une piscine à la sécuriser avec une clôture d'ici 2025.

«Dans la catégorie des rampes d'aluminium, nous avons connu une hausse de 40% dans nos ventes avec la pandémie, explique Steeve Lavoie. Depuis ce temps-là, ça se maintient et on peut penser que la situation va se poursuivre jusqu'en 2025.»

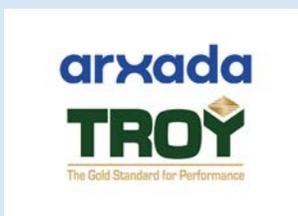
Pierre Trudeau du Groupe Bellon, spécialiste des auvents, des pergolas, des gazebos et des rideaux extérieurs confirment une augmentation marquée de la demande.

«Depuis la pandémie jusqu'en fin d'année dernière, ça a été la folie furieuse. On constate près de 50% d'augmentation de la demande. Il y a toujours deux marchés: le marché de la Chine et le marché du luxe et du sur mesure. Le marché de la Chine est standardisé et il y aura toujours de la demande pour ces produits. Mais les produits sur mesure s'adaptent mieux aux besoins des clients.»

Finalement, dans le monde du BBQ, la demande ne dérougit pas.

«Depuis 10 ans, explique Maxime Lavoie de BBQ Québec, chaque année, on observe une croissance de notre chiffre d'affaires. En ce moment, on en train de signer les cuisines pour le printemps prochain. Nous pensons que pendant les cinq ou dix prochaines années, les gens vont investir dans une cuisine extérieure. On travaille fort pour améliorer l'accessibilité de nos produits.»

Arch Wood Protection quitte l'empire pharmaceutique Lonza pour Arxada



Arch Wood Protection, l'un des noms les plus fiables dans la technologie de protection du bois n'est plus sous Lonza, mais avec Arxada – un autre des changements de dénomination sociale qui sont survenus en un siècle de formulation.

De manière pratique, des marques telles que Wolmanized Wood, Tanalith, Vacsol, Permatek, Taratek, Antiblu et Tanacoat resteront inchangées sous Arxada.

Fusionnée avec Troy Corporation, Arxada niche dans la préservation de l'état humide ainsi que le développement et la fabrication de conservateurs et d'additifs pour diverses industries, en particulier les revêtements architecturaux.

Le nouveau nom de la société a été dérivé du nom latin arx, signifiant une forteresse, un château ou une citadelle et représente figurativement la défense ou la protection.

Quant à la façon de prononcer le nouveau nom, c'est sans doute ARKS-ada, mais il y a risque d'y perdre son latin!