



# Informe-Toit

Volume 1, Numéro 5

15 décembre 2004

## NOUVEAUX PRODUITS AUTO-ADÉSIFS, À VENIR EN 2005

Au printemps de 2005, EMCO matériaux de construction, Cie lancera sa nouvelle gamme de membranes pelables pour les toits en pente douce. Trois produits seront offerts : M-Cap, M-Base et Pro-Base.

Selon le système que vous choisirez de poser, les garanties iront de 10 à 20 ans.

Dans notre numéro de mars 2005, nous aurons un article de fond sur le lancement de ces produits. Entre temps, nous joignons une brochure qui donne un aperçu de la nouvelle gamme de produits.



### Dans ce numéro:

BP centenaire	1
Comment les consommateurs choisissent un couvreur.	2
Le toit du mois	2
Changements à la gamme de produits BP en 2005	3
Le relèvement des patentes des bardeaux d'asphalte en hiver	4
La tribune des lecteurs	4
Nouvelles de l'industrie	4

## BP centenaire

Dans tout juste quelques semaines, EMCO matériaux de construction, Cie va commencer à célébrer son centenaire dans le commerce des matériaux de couverture.

Quoique la société ait été fondée à l'origine sous le nom de Building Products Limited en 1925, par la fusion de deux fabricants réputés, Bird and Son et Ruberoid Company, les opérations d'EMCO en matériaux de toiture franchiront, en effet, le seuil du centenaire en 2005. Fondée en 1795, Bird and Son a des racines canadiennes qui remontent à 1905, lorsqu'elle a construit une usine de couverture à Hamilton (Ontario) et une papeterie à Pont-Rouge (Québec). La Ruberoid est entrée en activité sous le nom de Standard Paint Company. En 1905, elle a ouvert une usine de couverture à LaSalle (Québec), et en 1918, a acheté une fabrique de papier-feutre à Portneuf (Québec). L'usine BP de LaSalle est maintenant l'une des plus grosses usines de couverture d'Amérique du Nord. La compagnie a étendu à l'ouest ses capacités de fabrication de matériaux de couverture et de papier, avec la construction d'une usine de couverture à Edmonton en 1951, puis d'une papeterie trois ans plus tard.

En 1964, la compagnie a été acquise par la Pétrolière Impériale, qui en a fait une société privée. Dans les deux décennies qui suivirent, elle s'est diversifiée dans deux nouvelles catégories de produits et a élargi sa portée géographique, lançant la marque de bardeaux ESGARD aux États-Unis. En 1969, dix ans après avoir créé le premier parement de vinyle, la compagnie a commencé à produire commercialement les parements de vinyle, dominant le marché pendant les décennies à venir. Elle fabriquait et distribuait aussi une gamme de matériaux isolants, par ses nombreux établissements de distribution au Canada. En 1987, la compagnie a été acquise par Emco Limitée, le plus gros distributeur canadien de matériaux de plomberie et autres matériaux de



construction pour les marchés résidentiels, commerciaux, industriels et municipaux. Elle s'est alors resserrée sur ses affaires de base – les matériaux de couverture – et sur sa gamme diversifiée de produits à base de fibre de bois dont elle est l'un des plus importants fabricants sur le continent. Son penchant pour l'innovation se manifeste sous de nombreuses formes, que ce soit l'utilisation révolutionnaire de la couleur en couverture ou le lancement des panneaux insonorisants brevetés Enermax, maintenant chef de file de leur catégorie. La compagnie a été également reconnue pour son marketing novateur, notamment les systèmes de mise en valeur qui ont remporté des trophées, et les initiatives d'affaires électroniques d'avant-garde. Son site Toits-de-reve.com est largement perçu comme le premier site internet pour les consommateurs à la recherche de renseignements sur les matériaux de couverture.

2002 a été un point tournant pour EMCO matériaux de construction. Des alliances stratégiques, des coentreprises de fabrication et autres formes de partenariats avec certains des intervenants principaux de l'industrie, parmi lesquels Johns Manville, ont permis à la compagnie d'agrandir considérablement sa capacité, de lancer de nouvelles technologies et de nouveaux produits, et de s'introduire dans de nouveaux marchés. En 2003, Emco Limitée a été acquise par Blackfriars Corp. de Chicago (Illinois).

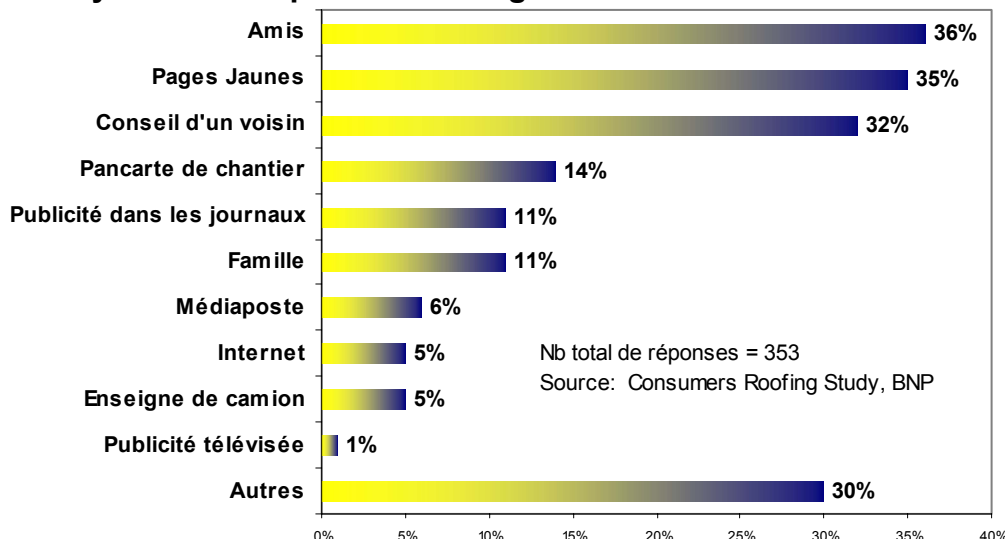


Historique des logotypes de la compagnie, du plus ancien au plus actuel

## On recherche...

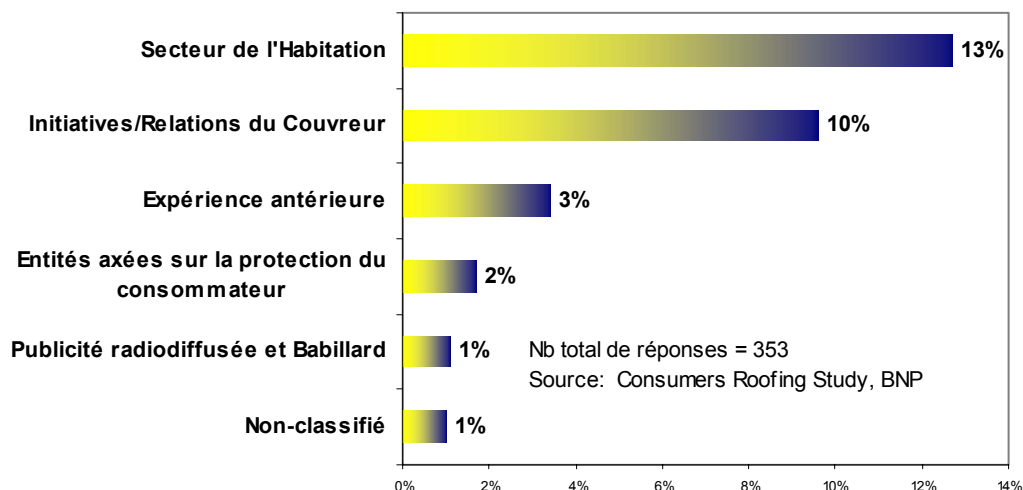
Selon une étude récente effectuée par la Business News Publishing Company, les consommateurs à la recherche d'un couvreur se renseignent par différents moyens.

### Moyens utilisés pour se renseigner sur des couvreurs



Étant donné l'importance de la catégorie « Autres », il devient intéressant de classer et de regrouper les remarques textuelles des répondants.

### "Autres" moyens utilisés pour se renseigner sur des couvreurs



La catégorie *Secteur de l'habitation* regroupe divers intervenants tels que les agents d'assurance, les courtiers en immobilier, les inspecteurs en bâtiments, les distributeurs et détaillants de matériaux de construction, les entrepreneurs et les constructeurs. La catégorie *Initiatives / relations du couvreur* comprend le porte-à-porte, les salons de l'habitation, les affichettes de porte et le réseau personnel du couvreur.

## Le toit du mois



### Église Saint-Marc Zagreb (Croatie)

Le toit que nous mettons en valeur ce mois-ci est celui de l'église Saint-Marc à Zagreb. L'église remonte au XIIIe siècle, mais elle doit son aspect actuel à des rénovations effectuées au XIXe siècle.

La couverture est en tuiles de couleur formant les armoiries du Royaume de Croatie-Dalmatie-Slavonie.

Pendant des siècles, la place Saint-Marc où est située l'église a été le centre de la vie politique, commerciale et culturelle de la ville de Zagreb et de toute la Croatie. On y tenait un marché tous les jours. La place servait aussi de lieu de rassemblement et de lieu de flagellation publique.



## Changements à la gamme de produits BP en 2005

Plusieurs changements à la gamme de bardeaux BP sont prévus pour la saison de couverture de 2005. Ces changements tiennent compte de l'évolution constante des tendances dans les styles et les coloris. Dans le haut de la gamme, l'offre de bardeaux stratifiés bon-mieux-meilleur est maintenant en place, et sera lancée avec le modèle Everest, garanti 35 ans, dans tout le pays. Les bardeaux Weather-Tite résistant aux vents de tempête sont aussi d'intéressantes additions.

Le bardeau style ardoise Europa, voit monter sa garantie, ce qui le place fermement dans la catégorie haut-de-gamme. La baisse de popularité de certains styles et coloris, et l'élimination des bardeaux de format impérial (le format de 12 po x 36 po utilisé surtout aux États-Unis) nous ont amenés à resserrer la gamme de bardeaux. Les changements sont indiqués dans les tableaux ci-dessous.

### CHANGEMENTS À LA GAMME DE PRODUITS EN 2005 - EST

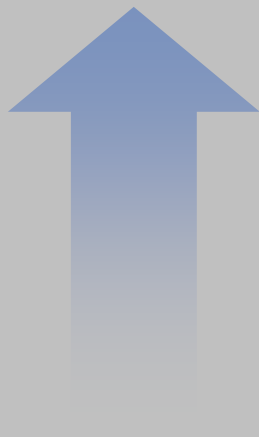
Weather-Tite	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nouvelle</b> technologie dans les bardeaux à 3 pattes</li> </ul>
Mosaïque	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produit abandonné</li> </ul>
Europa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La garantie passe de 25 à 30 ans</li> </ul>
Roofmaster	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bleu cristal abandonné</li> <li>• Vert glacé abandonné</li> </ul>
Tite-Lok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vert glacé abandonné</li> </ul>
Citadelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brun foncé abandonné</li> <li>• Argile abandonné</li> </ul>

### CHANGEMENTS À LA GAMME DE PRODUITS EN 2005 - OUEST

Everest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouveau bardeau stratifié, remplace Harmony 40</li> </ul>
Harmony 40	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produit abandonné, remplacé par Everest</li> </ul>
Harmony 30	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gris 2 tons remplacé par Gris brume</li> </ul>
Mosaïque	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produit abandonné</li> </ul>
Weather-Tite	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nouvelle</b> technologie dans les bardeaux à 3 pattes</li> </ul>
Europa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La garantie passe de 25 à 30 ans</li> </ul>
Roofmaster Classique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produit abandonné</li> </ul>
Tite-Lok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bleu cristal abandonné</li> <li>• Vert glacé abandonné</li> </ul>
Dakota	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nouveau coloris</b> : bleu</li> <li>• <b>Nouveau coloris</b> : rouge magenta</li> <li>• <b>Nouveau coloris</b> : granite</li> <li>• <b>Nouveau coloris</b> : gris antique</li> </ul>
Tite-On	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produit abandonné</li> </ul>

## PROCHAINS NUMÉROS

L'aération des combles  
Matrix UL  
M-Cap, M-Base, Pro-Base  
Lancement de produits



## INFORME-TOIT

### Rédacteur

Eric Belley

### Collaborateurs

Manon Cantin  
Richard Ducharme  
Louis Georgakakis  
Guy Moras

### Pour nous écrire :

9500, rue St-Patrick  
LaSalle (Québec)  
H8R 1R9  
Téléphone : (514) 364-7575  
Télécopie : (514) 364-2617  
ebelley@emcobp.com

**TOITS-DE-REVE.COM**

**EMCO**

MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION CIE

## Relèvement des pattes des bardeaux d'asphalte en hiver

Association des fabricants canadiens de bardeaux d'asphalte

Le relèvement des pattes des bardeaux en hiver est un phénomène qui affecte les bardeaux de couverture à base d'asphalte, et qui se manifeste par un léger retroussement du bord avant par temps froid, bord qui retombe à plat lorsque le temps se réchauffe.

Le phénomène apparaît surtout durant les conditions hivernales humides et froides, lorsque du givre se forme à la face supérieure des bardeaux. Cette partie des bardeaux se contracte sous l'effet du froid. En même temps, le dessous des bardeaux, en contact avec le support de couverture, est



exposé à une certaine chaleur passive venant des combles. Le dessous est donc légèrement plus chaud que le dessus, et le bardeau lève ou se retrousse légèrement.

Cette manifestation est plus ou moins accusée selon l'âge des bardeaux, l'aération des combles, le type de bardeaux, la pente du toit,

l'humidité, le climat, etc. Le phénomène existe depuis toujours, et peut rarement être éliminé complètement. Même si le relèvement des pattes est visible par temps froid, la durabilité des bardeaux et leur aptitude à faire ruisseler l'eau n'en sont pas affectées.

## Nouvelles de l'industrie

Au cours de l'année écoulée, le coût de l'énergie, des vieux papiers recyclés, de l'asphalte, du transport et de la main-d'œuvre a augmenté à une vitesse inquiétante. Il y a donc eu une pression considérable pour augmenter les prix de tous les matériaux de couverture.

Récemment, les prix de l'asphalte en fûts et en sacs ont monté jusqu'à 40 %

dans certaines régions du pays. L'industrie verra le prix du feutre perforé de 15 lb monter de 10 % et le prix de l'isolant de couverture en fibre de bois grimper de 8 % le 1er janvier 2005.

Il est important pour tous les couvreurs certifiés BP, lorsqu'ils feront leurs propositions pour l'année prochaine, de tenir compte de la probabilité d'autres hausses de prix sur tous nos

produits ou certains d'entre eux.



## Tribune des lecteurs : exprimez-vous

Appréciez-vous la nouvelle présentation du bulletin Informe-Toit ? Êtes-vous satisfait de la gamme de produits BP ? Avez-vous des questions techniques auxquelles vous aimeriez avoir une réponse ? Des suggestions d'amélioration de notre programme de couvreur

certifié ? Faites-vous entendre !

Dans les numéros à venir, nous publierons certaines de vos questions et remarques dans la Tribune des lecteurs.

Nous vous invitons à nous écrire sur n'importe quel sujet qui vous préoccupe. Vos re-

marques et vos questions nous aideront à nous améliorer, et pourront être utiles à d'autres couvreurs certifiés de tout le Canada.

