



L'AVANTAGE DES PROPRIÉTAIRES Home

Entre nous, c'est du solide.

Indépendants et fiers de l'être depuis 1964

À sa création, Home Hardware célébrait la force de l'union des propriétaires indépendants Home, une association qui leur permettait d'améliorer leurs commerces et de mieux servir les collectivités.

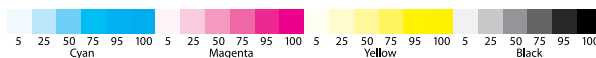
Quarante-sept ans plus tard, le même esprit règne. De nos jours, tous les propriétaires Home tirent profit d'une force et d'un soutien partagés, mais aussi d'une marque renommée, tout en demeurant fièrement indépendants. C'est pour cette raison que plus de 115 magasins indépendants de quincaillerie, de bois, de matériaux de construction et de meubles se sont joints à la famille Home Hardware depuis 2008.

De récents sondages ont révélé une augmentation considérable des ventes et des commandes spéciales chez les nouveaux propriétaires de Home depuis qu'ils font partie de la bannière Home Hardware. Les raisons sont simples : un pouvoir d'achat supérieur, un réseau complet de distribution et de livraison, une campagne publicitaire à l'échelle nationale très reconnue et beaucoup, beaucoup plus.

Tous les propriétaires Home profitent des avantages de la marque, sans pour autant perdre le contrôle de leur entreprise. Dans cette coopérative de marchands-propriétaires, les membres participent et partagent à titre égal. Ils ne relèvent que d'eux-mêmes, pas à des actionnaires externes.

Home Hardware offre aussi aux propriétaires tous les outils dont ils ont besoin pour croître et améliorer leur entreprise, y compris des services d'aménagement et de rénovation du service de design « Pour un magasin Home plus attrayant ».

Avec la puissance d'une marque de renommée nationale, la force d'un réseau complet de livraison et de distribution, et le soutien des programmes et services Home Hardware, la marque ne cessera de prendre de l'importance. Poursuivez votre lecture pour voir comment votre entreprise peut prospérer en se joignant à l'équipe de Home et en profitant de tous les avantages de Home Hardware.





Home Hardware est sans contredit le résultat de la volonté de Walter Hachborn d'assurer la survie du détaillant indépendant et de concrétiser sa vision d'aider les Canadiens à développer des entreprises durables et rentables. Nous demeurerons toujours fidèles à notre modèle coopératif unique qui permet aux marchands de poursuivre trois objectifs essentiels simultanément, à savoir : demeurer indépendants, offrir de meilleurs prix que la concurrence et profiter de marges bénéficiaires intéressantes. Voilà l'assise sur laquelle Home Hardware a été fondée il y a plus de 45 ans et qui demeure la pierre angulaire de notre compagnie encore aujourd'hui.

Paul Straus
Président et
président-directeur général,
Home Hardware
Stores Limited



Pour la livraison et la distribution, on n'est jamais aussi bien que chez Home

Home Hardware offre un service de livraison inégal grâce à la logistique de son réseau complet de distribution. Les propriétaires Home partout au pays peuvent compter sur la fiabilité des taux de traitement de commande et du niveau de service élevé (95 % + en moyenne).

C'est grâce à ses quatre centres de distribution à la fine pointe de la technologie situés à St. Jacobs et Elmira, en Ontario, à Debart, en Nouvelle-Écosse, et à Wetaskiwin, en Alberta, que Home parvient à traiter et expédier les commandes dans les meilleurs délais de l'industrie.

Afin d'assurer une livraison aussi rapide que possible, Home compte sur la flotte de véhicules de livraison la plus reconnue du Canada, composée de 125 tracteurs et 400 remorques. La flotte de livraison Home est rapide et entièrement certifiée par la CSA. Elle est également l'une des plus sécuritaires sur la route.

Les propriétaires Home offrent aussi à leurs clients des produits qu'on ne retrouve normalement pas en magasin par l'entremise du service de commandes spéciales de

Home. Tous les produits Home Hardware peuvent faire l'objet d'une commande spéciale et être livrés à n'importe quel magasin Home. Ainsi, tous les clients peuvent s'assurer d'obtenir ce dont ils ont besoin.

Les propriétaires Home peuvent se fier à Home pour un traitement fiable de la distribution et de la livraison des produits. Ainsi, ils peuvent concentrer leurs efforts sur l'aide aux clients plutôt que de passer leur temps à commander des produits et à organiser les expéditions. Pour un service, une logistique et une distribution toujours fiables, vous pouvez compter sur Home Hardware.



Donnez à votre entreprise le pouvoir d'une marque

La croissance et le succès continu de Home Hardware reposent entre autres sur la renommée et la puissance de la marque. Et tous les propriétaires Home y participent.

La reconnaissance de la marque Home Hardware est supérieure à 99,6 % : c'est donc l'une des marques les plus connues et les plus fortes du Canada. De plus, près de 90 % des répondants à un sondage mené dernièrement ont pu se souvenir de la publicité de Home



Hardware (ils n'étaient que 67 % en 2008).

Notons au passage que le slogan de Home Hardware « Entre nous, c'est du solide » s'est classé parmi des slogans correctement identifiés dans la catégorie de la rénovation; il était identifié plus souvent que les slogans de nos concurrents.

Tous les propriétaires Home sont responsables de cette réussite, et pas seulement parce qu'on les retrouve dans nos publicités à la télévision, sur Internet et dans les médias imprimés. L'indépendance dont profitent tous les propriétaires Home fait partie intégrante de la force de la marque Home Hardware, comme l'indique notre slogan « Entre nous, c'est du solide ».

Cette impressionnante reconnaissance de la marque commence avec la circulaire Home Hardware, l'une des plus lues et des plus reconnues sur le marché. Et pas seulement dans la catégorie de l'amélioration domiciliaire. Selon les résultats de sondages récents, quatre-vingt-neuf pour cent des consommateurs canadiens lisent nos circulaires. Elles sont également appuyées par nos très populaires catalogues annuels pour chaque bannière Home Hardware. La marque bénéficie de soutien en magasin grâce à des troupes de bannières et des affiches pour tous les soldes, toutes les promotions et tous les événements.

Home présente également des porte-paroles reconnus à l'échelle nationale comme le spécialiste en jardinage Mark Cullen et l'experte culinaire Anna Olson en tant que membres de l'équipe de spécialistes de Home Hardware. Ces deux personnalités font partie de la campagne publicitaire télévisuelle qui se tient tout au long de l'année et qui au fil des ans obtient d'excellents résultats en ce qui a trait à la reconnaissance, à la mémorabilité et à l'efficacité.

Pour ce qui est des médias en ligne, la présence de Home s'est faite plus forte que jamais grâce à notre nouveau site Web

« Grâce à Home Hardware, nous pouvons profiter d'excellentes publicités comme les grandes sociétés, tout en gardant un budget de marchand indépendant. Nos circulaires sont désormais efficaces et nos clients les adorent. »

– André Germain, Centre de Rénovation Germain Inc., Donnacona, QC

homehardware.ca. Grâce à ses photos de produits agrandies et plus claires, à ses recherches de produits apparentés, à ses conseils pratiques et autres, le site Web homehardware.ca n'a jamais été aussi convivial et simple et facile à utiliser. Les clients sont à même d'effectuer des recherches parmi plus de 60 000 articles en ligne, de trouver le magasin Home le plus près de chez eux et de s'abonner aux communications en ligne de Home, dans lesquelles ils pourront trouver des rabais exclusifs, voir les dernières circulaires Home, connaître les soldes et bien plus encore.

Home offre encore davantage de valeur à ses propriétaires grâce à son association avec le très populaire programme de fidélisation des clients Aeroplan^{MD}. Les clients peuvent accumuler des milles Aéroplan chez Home, mais aussi les échanger pour des cartes-cadeaux Home qui les feront revenir encore et encore.

Ce type de reconnaissance de marque et de marketing est plutôt difficile à exécuter par soi-même. Avec l'aide de Home, par contre, vous pourrez faire connaître votre entreprise sans vous casser la tête.



Une nouvelle bannière pour une entreprise en croissance

« Quand nous nous sommes joints à l'équipe de Home Hardware en 2000, nous savions que nous allions faire partie d'une bannière importante. Par contre, nous ne savions pas à quel point ses programmes et services allaient nous aider. Notre ancien magasin n'avait pas la stabilité de Home, ni ses programmes complets de bois d'œuvre, de matériaux de construction et de quincaillerie. Depuis que nous avons fait équipe, nous sommes vraiment comblés. Et pas pour une seule raison : c'est vraiment le tout, du marketing aux rabais sur le bois d'œuvre et les matériaux de construction, en passant par le service et le soutien incroyables qu'offre le bureau de Debert.

Quand nous sommes arrivés sur le marché, notre magasin faisait 75 000 pi². Au cours des 10 dernières années, nous avons procédé à deux grandes expansions d'un total de 13 000 pi², ainsi qu'un entrepôt supplémentaire de bois d'œuvre et de matériaux de construction

de 12 000 pi². Nos ventes et nos profits ont augmenté, et nous sommes vraiment ravis des services que Home nous a offerts en cours de route.

Nous offrons désormais plus de produits à plus de gens, y compris des exclusivités Home exceptionnelles comme la peinture Beauti-Tone. Nous sommes si contents de la gamme Beauti-Tone que nous avons abandonné notre deuxième collection de peintures moins de deux ans après nous être joints à Home. Avec ses imposants programmes et services, ainsi qu'un bureau local de bois d'œuvre et de

matériaux de construction qui comprend bien notre région, notre association avec Home Hardware s'est avérée bien plus fructueuse que nous le pensions. »

Andy Allen
Centre de Rénovation Home Highland
Antigonish (Nouvelle-Écosse)

Atteindre de nouveaux sommets avec le bois

« Le bois et les matériaux de construction ont toujours joué un grand rôle dans ma vie. Quand j'avais à peine 15 ans, j'ai commencé à travailler à temps partiel à Saveway Lumber, l'une des anciennes divisions de Beaver Lumber. De ce point de départ, j'ai gravi les échelons, passant de marchandiseur à assistant régional pour le centre de l'Ontario.

En 1983, on m'a offert le poste de directeur du magasin Beaver Lumber de Kingston. Quatre ans plus tard, mon épouse (qui travaillait aussi auparavant à Saveway et Beaver) et moi-même avons décidé de franchiser le magasin.

Quand Home Hardware a fait l'acquisition de Beaver Lumber, en 2001, c'était vraiment un grand moment. La conversion allait nous permettre d'obtenir un choix de produits encore plus vaste et, par conséquent, d'atteindre une clientèle encore plus importante que celle de Beaver. Elle allait également nous permettre d'être vraiment indépendants, tout en bénéficiant du soutien d'une société des plus respectées dans l'industrie.

Quelques mois plus tard, nous avons fermé le magasin de Kingston et acheté le Centre de Rénovation Home Hardware Gananoque, un magasin de 8 000 pi² dont les ventes atteignaient les 4 millions de dollars. Après y avoir passé plusieurs années, nous avons déménagé un tout petit peu plus loin.

Le nouveau Centre de Rénovation Home Hardware Gananoque comprend un magasin Home Furniture et une cour de matériaux avec service à l'auto. Notre nouveau magasin offre une surface de vente intérieure de 84 000 pi² : un vrai rêve. Je suis vraiment reconnaissant à ma famille et à Home Hardware, c'est grâce à eux que nous avons pu devenir propriétaire de Home. »

Ken O'Connor
Centre de Rénovation Home Hardware
et magasin Home Furniture Gananoque
(Ontario)

Une croissance novatrice

« Notre famille exploite deux Centres de Rénovation depuis plusieurs années. Nous nous sommes joints à la bannière Home entre autres parce qu'elle est exploitée et

gérée par des propriétaires Home, pour des propriétaires Home. Nos magasins avaient à cette époque des surfaces de vente de 4,000 pi² pour St-Charles et 5,000 pi² pour Ste-Claire.

Avec Home, nous avons l'indépendance de travailler pour notre propre compte, mais nous bénéficions également de programmes et de mesures incitatives qui nous ont permis d'agrandir nos magasins et de faire mousser nos ventes, notamment avec les exclusivités Home, l'exceptionnel soutien publicitaire à la télévision, le système de distribution aussi courtois qu'efficace et les salons du printemps et de l'automne, où nous pouvons recevoir de nouveaux rabais sur les produits.

Depuis que nous faisons partie de l'équipe Home, nous avons entrepris six projets

d'expansion. Nous avons déménagé notre magasin à Saint-Charles en 2001, puis, en 2007, nous l'avons agrandi jusqu'à 10 000 pi², avec un entrepôt de 25 000 pi². Nous avons également terminé la troisième expansion du magasin de Sainte-Claire qui possède maintenant plus de 35,000 pi² de surface de vente et d'entrepôt.

Quand nous nous sommes joints à Home Hardware en 1997, nous étions plus ou moins les premiers à le faire dans notre région. Effectivement, on ne retrouvait pas beaucoup de propriétaires Home au Québec à l'époque. Nous sommes fiers de dire que, depuis que nous avons intégré l'équipe, plusieurs autres marchands nous ont consultés avant de se joindre à Home. Et maintenant ce sont tous de fiers et prospères propriétaires de Home. »

Roger, Pierre, Solange et Lucie Laflamme
Georges Laflamme Inc.
Saint-Charles et Sainte-Claire (Québec)

Grandir avec la marque

« Dans ma vie, j'ai eu l'occasion de travailler avec plusieurs bannières de quincaillerie. Toutefois, aucune ne m'a offert la puissance de marque

et le soutien que j'ai reçus de Home depuis que je me suis joint à elle en 1999. Depuis, j'ai continué d'exploiter des magasins Home de plus en plus grands. Chaque fois que je suis passé à un magasin de taille et de portée supérieures, Home m'a aidé à faire croître mes affaires. Le programme de publicité de Home Hardware m'a été d'une grande aide. Il fait connaître la marque Home à l'échelle nationale et permet en même temps d'informer notre collectivité. Les marques exclusives de Home nous donnent un excellent avantage concurrentiel, car ce sont des produits uniques qu'on ne trouve

que chez Home. La peinture Beauti Tone en est un excellent exemple : elle est rendue si connue que les clients la demandent par son nom. La campagne télévisée complète également l'excellent programme de circulaires Home Hardware.

Tout le soutien que Home nous offre me permet de me concentrer sur les affaires de mon magasin. Je peux livrer concurrence jour après jour, sans perdre mes profits et toujours en obtenant une ristourne en fin d'année. Aucun autre programme n'a été en mesure de m'offrir autant de ristournes. C'est grâce à eux que je peux investir de nouveau dans mes affaires et, avec l'aide de Home, il n'y a plus de limite à la croissance de l'entreprise. »

Parry Evans
Evans Brothers Home Hardware Building Centre
Swift Current (Saskatchewan)



Bâtir un meilleur Centre de Rénovation avec Home

Home, c'est bien plus que les quincailleries Home Hardware. Effectivement, il existe plus de 500 Centres de Rénovation Home Hardware au pays, alors qu'on n'en retrouvait que 484 en 2009. Pourquoi? Parce que les propriétaires des Centres de Rénovation Home peuvent profiter du gigantesque pouvoir d'achat de Home, un pouvoir même supérieur aux ventes de certains de nos concurrents.

Tout repose sur quatre bureaux d'achat régionaux. Chacun d'eux est situé près de marchés de bois d'œuvre et de matériaux de construction, des marchés des plus imprévisibles, afin d'aider les propriétaires des Centres de Rénovation Home à obtenir le meilleur prix possible.

Les propriétaires des Centres de Rénovation Home peuvent également profiter d'une vaste gamme de programmes et de services à leur intention ou à celle des clients, qu'il s'agisse de clients de tous les jours ou d'entrepreneurs en construction ou en rénovation domiciliaire. Les propriétaires des Centres de Rénovation Home peuvent effectivement offrir les services d'installation Home, les Solutions architecturales Home, le programme de modèles de maisons et chalets Beaver et des programmes de fidélité comme Le Club Élite, un programme de récompenses. Parmi les autres programmes, notons le « Service à toute épreuve », qui commandite diverses foires commerciales populaires et qui récompense les meilleurs clients entrepreneurs de Home.

Ce ne sont là que quelques uns des avantages dont peuvent profiter les propriétaires des Centres de Rénovation Home en faisant partie de la famille Home Hardware. Que vous souhaitiez agrandir votre centre de rénovation ou simplement mieux faire face à la concurrence, Home a tout ce dont vous avez besoin pour améliorer votre entreprise.



« Quand je me suis joint à la bannière Home Hardware, je savais que je me lançais dans un grand programme de quincaillerie. Ce qui m'a surpris, par contre, c'était l'importance accordée au bois d'œuvre et aux matériaux de construction. Au début, j'étais inquiet à l'idée d'entrer dans une bannière sans entrepôt de bois d'œuvre et de matériaux de construction, mais après avoir profité des avantages d'une excellente présence à l'échelle nationale (et, surtout, l'importante présence du programme de bois d'œuvre et de matériaux de construction de Home Hardware), je ne regrette pas du tout ma décision. L'équipe régionale s'assure toujours de nous fournir les meilleurs offres au bon moment avec tous nos rabais. »

-Conrad LeBlanc, Tediche Home Hardware Building Centre, Cap-Pelé, N.-B.

Mettez de la couleur dans votre avenir avec Beauti-Tone

La peinture Beauti-Tone fait partie intégrante de la marque Home Hardware. Elle n'est pas seulement la marque de peinture à la croissance la plus forte au Canada, elle est également la marque de détail canadienne qui arrive au premier rang.

Avec la peinture Beauti-Tone, les propriétaires de Home sont en bonne position pour tirer profit du très populaire marché de la décoration domiciliaire. Effectivement, Beauti-Tone est constamment classée comme l'une des meilleures peintures qu'on peut acheter selon des tests menés par un laboratoire indépendant certifié ISO.

La marque pave également la voie en offrant des technologies de pointe innovatrices, comme le fini résistant aux éraflures et aux moisissures, et la peinture et apprêt en un seul produit de la série Designer. À vrai dire, Beauti-Tone a un rendement si supérieur à celui des concurrents que plus de 90 % des propriétaires Home stockent exclusivement de la peinture de cette marque. De plus, puisqu'ils sont en fin de compte les propriétaires de Beauti-Tone, tous les profits de la marque leur reviennent sous forme de ristourne établie en fonction des pourcentages de vente.

La peinture Beauti-Tone est produite et emballée par Home Hardware à Burford, en Ontario, dans l'une des installations les plus technologiquement perfectionnées d'Amérique du Nord. L'usine de Burford fait toutefois bien plus que de la peinture. Elle produit également des nettoyeurs pour la maison, des teintures, des finis transparents, du calfeutrage, des scellants et de l'engrais liquide pour la pelouse... tous créés exclusivement pour Home Hardware.

En plus des excellents produits que Home offre à ses propriétaires, la marque leur fournit des programmes et des services afin de les aider à optimiser leurs recettes et leurs ventes. Parmi les nombreuses initiatives, notons les suivantes :

- Séminaires de formation annuels, merchandising en magasin et programmes d'achat direct efficaces sur le plan des coûts
- Programme complet pour peinture commerciale visant à aider les propriétaires Home à accéder au marché professionnel de 650 millions de dollars
- Événements réussis d'appréciation de la clientèle

• Formation sur vidéo et cours par correspondance sur divers sujets, de la vente aux entrepreneurs à la consultation en décoration

Tous ces programmes sont appuyés par la présence importante qu'occupe Beauti-Tone dans tous les médias, y compris les publicités nationales et régionales sur médias imprimés, à la radio, à la télévision et sur Internet. En termes d'achats de médias, Beauti-Tone dépense 1 million de dollars de plus que son concurrent le plus important.

Pour ce qui est des outils virtuels, la marque est également à l'avant-garde grâce à ses nombreux outils et initiatives en ligne visant à aider les clients à trouver la bonne peinture pour leurs maisons, y compris le Décorateur Home, le Chercheur de couleur et le Centre de projets Beauti-Tone.

Beauti-Tone profite également d'excellents partenariats avec plusieurs des spécialistes les plus reconnus en matière de couleur du Canada, y compris le magazine Style at Home et le styliste réputé Simon Chang, des partenariats qui ont permis à Home d'offrir des collections de couleurs exclusives. Pour les enfants, la marque s'est récemment associée avec Sesame Street pour une autre collection de couleur exclusive mettant en vedette certains des personnages préférés des enfants.

Cette année, avec Capsure, Beauti-Tone atteint de nouveaux sommets en agencement des couleurs. Cet outil perfectionné permet aux marchands Home de procéder à l'agencement des couleurs dans la maison du client ou sur le site de travail de l'entrepreneur. Fort d'une technologie de pointe, il permettra de trouver la couleur parfaite plus facilement que jamais!

Enfin, Beauti-Tone est à la tête de l'industrie pour ce qui est des initiatives écoresponsables : elle a établi les normes avec sa peinture et ses colorants sans COV bien avant ses concurrents. Pour améliorer la qualité de l'air dans les foyers canadiens, Beauti-Tone s'est associée avec l'Association pulmonaire du Canada, à qui elle remet une partie de toutes ses recettes. Elle est également le premier fabricant de peinture canadien à être passé aux pots de plastique et offre des peintures et des produits de nettoyage écologiques avec sa gamme Natura.

Ainsi, avec une telle marque de peinture pour les appuyer, les propriétaires de Home peuvent fièrement offrir à leurs clients d'excellentes peintures et d'excellents produits, tout en obtenant des marges de profit des plus intéressantes et en bénéficiant d'un marketing impressionnant qu'aucune autre marque de peinture ne peut égaler. Joignez-vous à Home et Beauti-Tone et vous pourrez vous aussi devenir l'un des experts en peinture du Canada.



De l'aide pour l'amélioration et le succès de tous les propriétaires de Home

Chez Home Hardware, le succès des propriétaires de Home, c'est aussi le nôtre. Par conséquent, nous sommes toujours à la recherche de nouvelles manières de les aider à améliorer leur commerce. Que ce soit en proposant de nouveaux programmes et de nouvelles initiatives de formation, en offrant de nouvelles gammes de produits captivantes ou en commanditant des manifestations sportives ou des œuvres de bienfaisance, notre objectif consiste à toujours faire progresser la marque Home Hardware et, du coup, tous les magasins Home.

En tant que membres d'une coopérative, les propriétaires de Home sont vraiment ceux qui font de Home Hardware une marque à part. Les commentaires qu'ils

nous soumettent jouent un rôle crucial dans nos efforts. Sans communication constante avec eux, il nous serait impossible d'offrir aux Canadiens et aux Canadiennes une qualité et une valeur inégalées dans tous les secteurs de l'amélioration domiciliaire.

Joignez-vous à Home Hardware et favorisez la croissance de votre entreprise grâce aux produits, programmes et services dont vous avez besoin pour desservir votre collectivité et améliorer vos résultats nets. Du soutien marketing à la renommée de la marque, en passant par un service complet pour la logistique et la distribution, on n'est vraiment jamais aussi bien que chez Home.



Terry Davis
Vice-président directeur et chef de l'exploitation
Home Hardware Stores Limited

Nous sommes continuellement à l'affût d'occasions de croissance et d'expansion de la marque Home. L'innovation est un facteur-clé dans la planification de notre avenir et nous sommes constamment à la recherche de nouvelles façons d'aborder les défis et en quête de solutions originales qui nous aideront à mieux faire. Nous entendons mettre en place, dès aujourd'hui, les fondations de notre succès futur et nous savons que pour ce faire, nous devons posséder les programmes, les services et le personnel nécessaires. Les investissements que nous faisons et les améliorations que nous apportons à nos magasins aident beaucoup à renforcer la marque Home, à accroître nos ventes et, enfin, à faire grandir notre organisation.

Quincaillerie
 **Home**
hardware

Centre de Rénovation
 **Home**
hardware



Arnie Small
Home Building
Centre - Paris,
Paris (Ontario)

Dunc Wilson, National,
519.498.1302

Georgette Carriere, Ontario,
519.501.5988

Luc Martin, Québec,
819.357.0203

Andrew Parkhill, Ouest du Canada,
604.751.3853

Kevin MacDonald,
Provinces Atlantiques,
902.368.1620