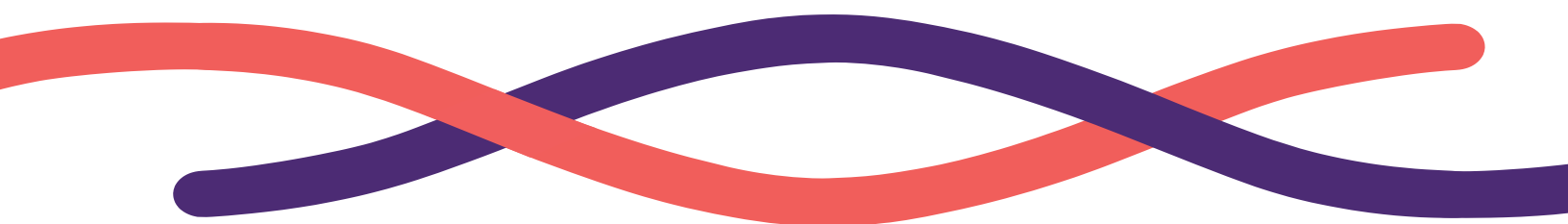




MAILLER | APPUYER | PROMOUVOIR



TechniTextile
Québec 
Créneau d'excellence
Matériaux textiles techniques

Stratégie
MAP





TABLE DES MATIÈRES

1	Message du président et du directeur général	4	10	Stratégies	20
2	TechniTextile Québec	5	11	Résultats visés	23
	Historique	5		Bilan du MÉI	23
	Périmètre et système productif	7		Tableau de bord	24
	Taille des entreprises	8	12	La structure organisationnelle	25
	Exportations du Créneau	8		Chantiers de travail	26
3	Environnement concurrentiel de TechniTextile Québec	9		Structure des chantiers	28
	Cinq forces de porter	9		Équipe	28
	Analyse FFOM de TechniTextile Québec	12		Gouvernance	29
4	Enjeux de TechniTextile Québec	14	ANNEXES		30
5	Environnement concurrentiel de l'Organisme	15		1. Liste des organisations	31
	Analyse FFOM de l'Organisme	15		2. Carte stratégique	33
6	Enjeux de l'Organisme	17		3. Méthodologie et références	35
7	Mission	18			
8	Vision	18			
9	Orientations stratégiques	19			

1

MESSAGE DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Nicolas Juillard
Président



Dany Charest
Directeur général

Le maillage et la collaboration de l'industrie textile sont au cœur du Plan stratégique 2022-2027 de TechniTextile Québec, le Créneau d'excellence des Matériaux textiles techniques.

Fidèles à notre mission de concertation, nous ferons appel à tous les acteurs du secteur pour

MIEUX MAILLER, MIEUX APPUYER ET MIEUX PROMOUVOIR (MAP)

les manufacturiers québécois de matériaux et produits textiles techniques. Des enjeux qui ont mené au choix de quatre orientations stratégiques qui guideront nos projets et activités au cours des cinq prochaines années.

Nul doute que le Créneau TechniTextile Québec sera au cœur de la relance économique et que sa croissance passera par le travail collaboratif. Les orientations et les objectifs du plan stratégique ont donc été élaborés dans une perspective d'optimisation et de mobilisation.

Nous sommes sûrs qu'au terme de ce plan stratégique, les acteurs du Créneau Technitextile Québec auront trouvé support et collaboration auprès de partenaires ambitieux et compétents.

En conclusion, une stratégie MAP qui nous permettra de gagner collectivement la course à l'innovation. Une route où l'ensemble du Créneau est déjà fortement engagé.

HISTORIQUE

TechniTextile Québec d'excellence Matériaux textiles techniques a été créé en 2017 dans le cadre d'un projet pilote du ministère de l'Économie de la science et de l'innovation (MÉSI). En regroupant les trois créneaux textiles du Québec-fondés à partir de 2008, soit : Matériaux Textiles Techniques de Chaudière-Appalaches, Matériaux Souples et Avancés de Montérégie et Textiles Techniques du Centre-du-Québec, le MÉSI et les industriels du Créneaux souhaitaient en augmenter la masse critique d'entreprises afin de favoriser les synergies et le nombre de projets structurants.

En 2019, le Créneau d'excellence Matériaux textiles techniques développe une nouvelle image de marque et devient TechniTextile Québec. Ce changement s'intègre alors dans un projet porteur demandé par l'ensemble des industriels et visant à mettre en évidence la valeur économique du Créneau d'excellence auprès des gouvernements, des donneurs d'ouvrages et du grand public.

PÉRIMÈTRE ET SYSTÈME PRODUCTIF

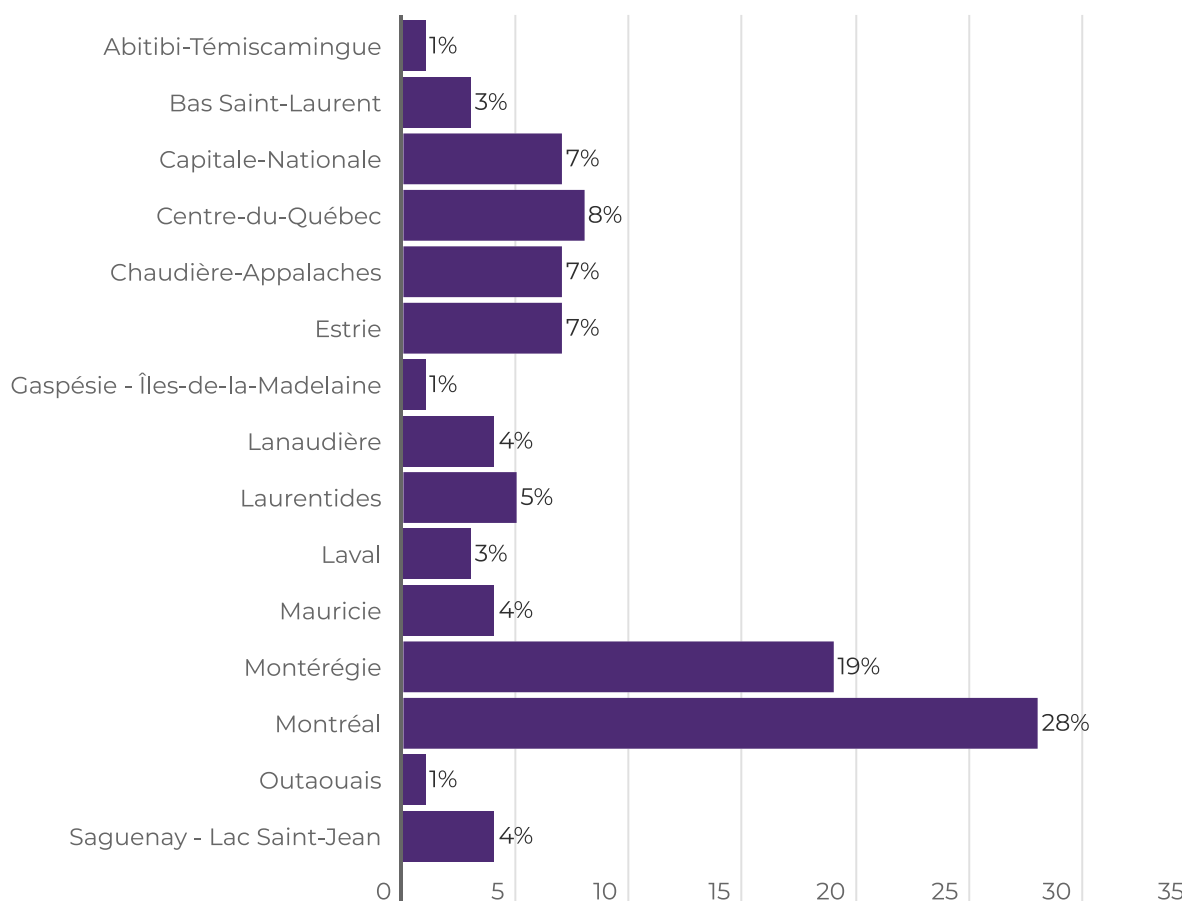
En 2021, TechniTextile Québec mobilise près de 150 manufacturiers scindés en deux groupes distincts :

1 Les manufacturiers de textiles. Soit les fibres, fils, étoffes et leur finition. Bref, tout ce qui est livré en bobines et rouleaux et qui s'intègre dans la chaîne de production de produits finis ou de sous-systèmes.

2 Les manufacturiers de produits finis tels que les uniformes et équipements de protection, filtres, courroies et ceintures, tapis et carpettes, appareils médicaux, etc. Bref, tout ce qui est prêt à l'usage et qui ne nécessite que quelques ajustements avant son utilisation finale.

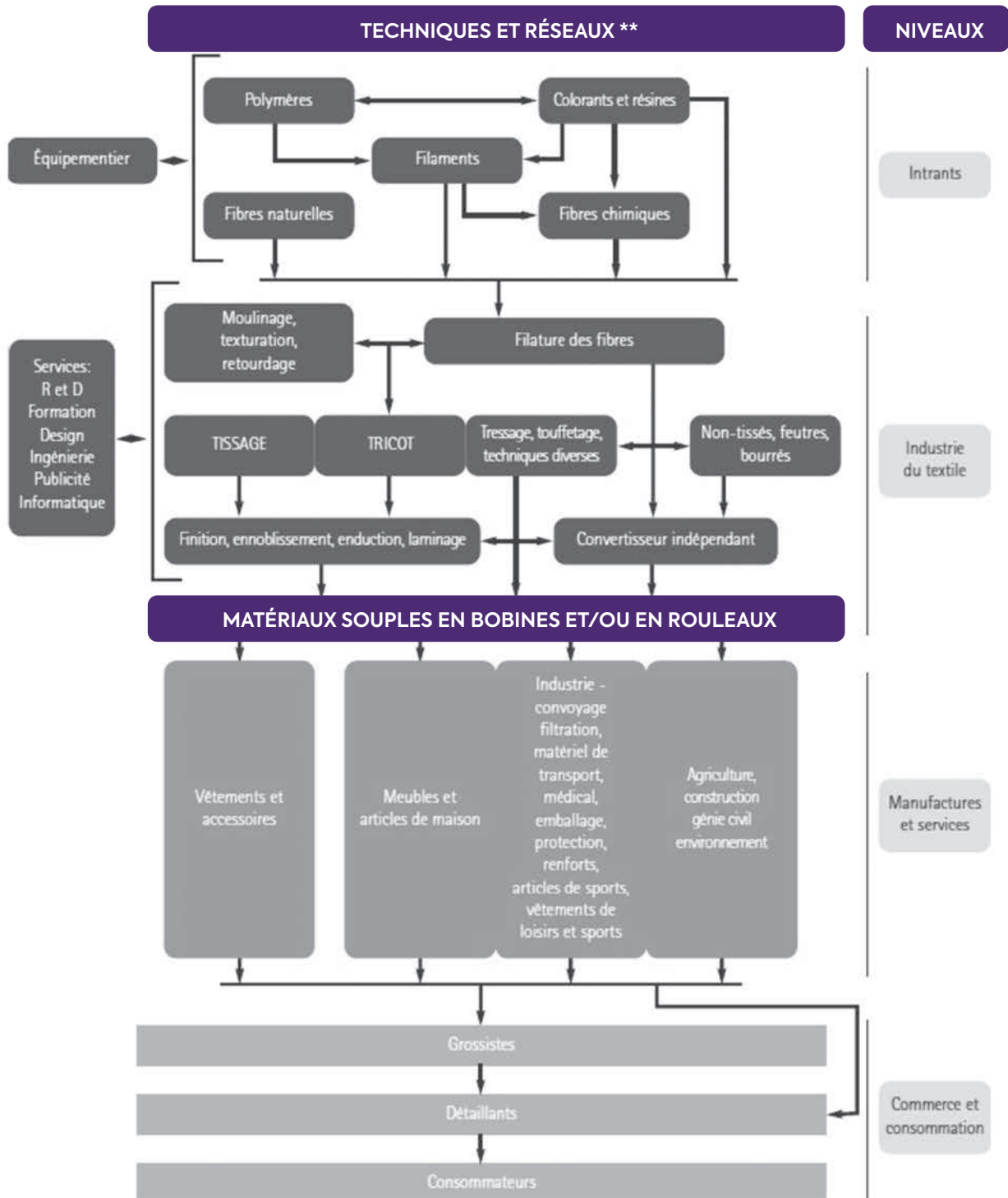
TTQC est un créneau interrégional qui regroupe à la base les régions de Chaudière-Appalaches, du Centre-du-Québec et de la Montérégie. Cependant, comme TTQC est l'unique créneau d'excellence du secteur textile québécois et qu'il n'y existe aucune association sectorielle, TechniTextile Québec travaille largement avec les entreprises situées dans les autres régions géographiques du Québec.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE



Source : Diagnostic sectoriel 2020 du CSMO Textile

LE SYSTÈME PRODUCTIF

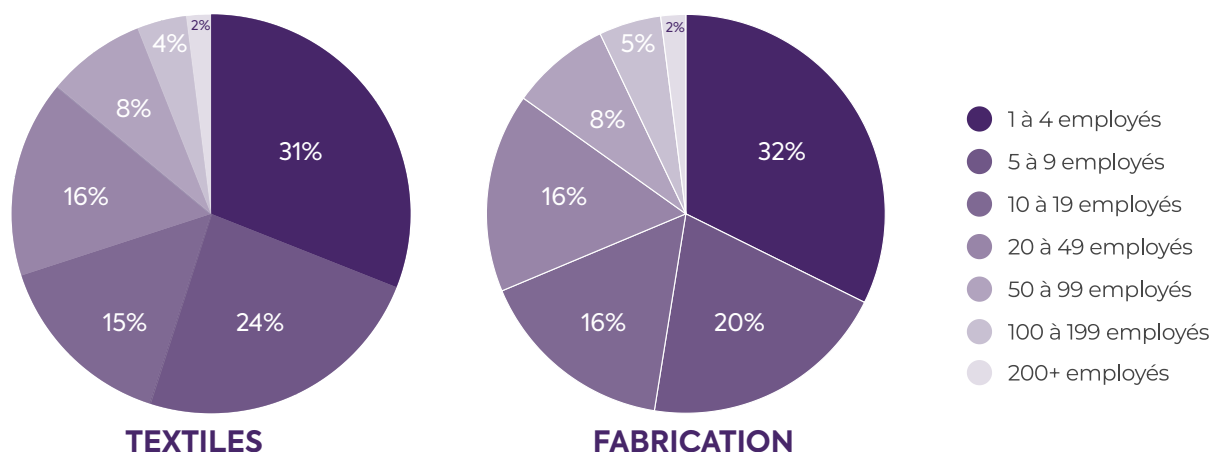


Source : CARTE ROUTIÈRE TECHNOLOGIQUE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DES TEXTILES. L'innovation en partenariat

TAILLE DES ENTREPRISES

À l'instar des autres créneaux d'excellence, TTQC est constitué à forte majorité de petites et moyennes entreprises.

À quelques exceptions près (ex. Logistik Unicorp), les grandes entreprises de 200 employés et plus sont principalement des manufacturiers de textiles (ex. duvaltex, groupe Monterey, Texel) en amont de la filière alors que les moyennes et petites entreprises fabriquent des produits finis (ex. Humask, Vêtements SP, RJAM, etc.).



Source : Diagnostic sectoriel 2020 du CSMO Textile

EXPORTATIONS DU CRÉNEAU

Nous estimons que 80% de la production locale de textiles et de produits finis est destinée à l'exportation vers les États-Unis, le reste du Canada, l'Europe et l'Amérique latine. Ceci s'explique par les contraintes réglementaires liées aux marchés publics locaux et la faible étendue du marché québécois.

Malgré tout, la balance commerciale demeure négative puisque les manufacturiers textiles importent la majorité de leurs intrants tels que la fibre, le fil et certaines étoffes moins nobles auprès des pays à faibles coûts. Également, une grande partie des produits finis à base de textiles achetés par le marché québécois public et privé n'est pas fabriquée ici et est importée elle aussi, souvent auprès des pays à faibles coûts.

Ces achats à l'étranger s'expliquent par le fait que les entreprises du Créneau sont incapables de concurrencer les pays à faible coût de production pour les produits de commodités, achetés en grande quantité et dont le prix est l'unique critère de décision d'achat.

En d'autres mots, nous importons ce que nous consommons et exportons ce que nous produisons.

3

ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL DE TECHNITEXTILE QUÉBEC



Pour les besoins et la clarté de cet exercice de planification stratégique, nous considérerons deux entités différentes, mais interdépendantes :

1 Le Créneau d'excellence TechniTextile Québec (ci-après, TTQC ou le Créneau) qui regroupe les entreprises et les organismes de soutien selon la définition du périmètre.

2 L'Organisme qui gère le plan stratégique ainsi que l'ensemble des ressources requises à son exécution, incluant les conventions de financement en volet 1 et 2 du PADS géré par le MÉI.

Pour réaliser une analyse exhaustive de l'intensité concurrentielle de TechniTextile Québec, nous utiliserons deux modèles complémentaires que sont les cinq forces de Porter et l'analyse FFOM (forces, faiblesses, opportunités et menaces).

CINQ FORCES DE PORTER

POUVOIR DE NÉGOCIATION DES CLIENTS

GRAND

Les plus grands donneurs d'ouvrages (clients) locaux sont les gouvernements, et ce, pour l'ensemble des marchés. Or, pour s'assurer de respecter les règles de commerces internationaux, les contrats sont octroyés au plus bas soumissionnaire conforme par le biais des mécanismes des marchés publics.

Les donneurs d'ouvrage / d'ordres privés ou intégrateurs de très grandes tailles sont peu nombreux. Par conséquent, TTQC ne bénéficie pas des orientations stratégiques en matière d'innovation que peuvent donner ceux-ci par le biais de leur chaîne d'approvisionnement.

De façon générale dans la filière, la taille des fournisseurs est supérieure à celle de leurs clients.

Pour les produits de commodité, les clients s'approvisionnent dans les pays à faibles

coûts de production en raison que seul le prix d'acquisition est considéré par les utilisateurs finaux/marchés.

Pour se démarquer et rentabiliser des coûts d'exploitation plus élevés que les pays à faibles coûts, la majeure partie des entreprises de TTQC se spécialisent dans des niches à fortes valeurs ajoutées.

Malgré tout, l'offre de fournisseurs étrangers pour les produits à valeur ajoutée est de plus en plus forte et aucune barrière à l'entrée ne protège les marchés du Créneau.

On peut anticiper une guerre commerciale avec la chine. Ce qui réduira les sources d'approvisionnement pour certains manufacturiers de produits finis, mais créera en échange des potentiels de ventes pour les marchés de proximité.

POUVOIR DE NÉGOCIATION DES FOURNISSEURS

GRAND

Les fournisseurs de fibres textiles synthétique et artificielle sont quasi absents au Québec.

Il y a une faible émergence d'une filière et de fournisseurs de fibres naturelles au Québec.

Le marché de la fibre textile est occupé par quelques fournisseurs mondiaux.
Ex. : Dupont et Teijin.

Ces fournisseurs possèdent des marques de commerce très fortes, souvent spécifiées dans les devis des clients.

De façon générale dans la filière, les fournisseurs sont beaucoup plus gros que leurs clients.

La filière des fibres recyclées (défibrage) s'implante doucement au Québec et pourrait alléger la pression des fournisseurs.

Cependant, celle-ci se concentre sur les fibres de méta aramide et para aramide pour des raisons de rentabilité et de concurrence par rapport au prix de la fibre vierge.

Avec la pandémie, les matières premières sont de plus en plus difficiles à obtenir, les livraisons incertaines et le prix ne cessent d'augmenter.

TTQC souffre de plus en plus de l'absence de certaines matières premières fabriquées localement telles que les fibres, fils et étoffes à faible valeur ajoutée, mais également de certains produits finis à forte valeur ajoutée.

MENACE DES PRODUITS DE SUBSTITUTION

MODÉRÉE

Outre les fourrures, cuirs et films synthétiques, il est difficile de remplacer un produit textile par une autre technologie ou produits.

La filière des fibres cellulosiques est une avenue qui émerge doucement. Par définition ces fibres sont exclues du textile. Toutefois, celles-ci sont relativement près de la fibre textile et pourraient dans un avenir très proche, remplacer certaines fibres synthétiques en raison de son caractère biodégradable.

Pour certains ouvrages, par exemple le génie civil, les ingénieurs/prescripteurs pourraient intégrer davantage de produits textiles tels que les membranes géotextiles pour améliorer la durabilité des ouvrages. Cependant, pour des raisons de coûts d'acquisition, 15% des devis intègrent des membranes géotextiles.

En raison des règles du plus bas soumissionnaire conforme, les produits textiles rencontrant de justesse les standards de qualités exigés par les devis représentent une grande menace. De plus, le contrôle qualité de ces matériaux est effectué par des laboratoires aux pratiques douteuses. Ce qui permet l'introduction de produits non conformes qui sont malgré tout acceptés par les donneurs d'ouvrage locaux.

Certains intrants défendus d'utilisation au Canada, mais utilisés ailleurs dans le monde, sont malgré tout acceptés au Québec en raison de l'absence d'audit et de contrôle qualité adéquat chez les fournisseurs à l'étranger.

MENACE DES NOUVEAUX ENTRANTS

MODÉRÉE

Il y a peu, voire aucune, start-up qui émergent du secteur textile. Les investissements en capitaux étant probablement trop importants et du même coup, représenter aussi la principale raison.

Le secteur textile québécois connaît une décroissance de ses entreprises, alors que les manufacturiers de produits finis sont en croissance. TTQC connaît donc une migration de sa masse d'entreprises vers la fabrication de produits finis.

La chine et d'autres pays à faibles coûts de production sont de plus en plus présents sur les marchés à forte valeur ajoutée occupés par les entreprises du Créneau.

Les nouveaux entrants proviennent donc surtout de distributeurs locaux qui s'approvisionnent auprès de fournisseurs étrangers étant donné qu'ils doivent se conformer à la règle du plus bas soumissionnaire conforme

LES POUVOIRS PUBLICS

GRANDE

Les plus grands clients locaux pour l'ensemble des marchés sont les gouvernements. Or ceux-ci s'appuient sur les règles des marchés publics pour octroyer des contrats au plus bas soumissionnaire conforme. Cette pression se répercute tout au long de la filière.

Les accords de commerces internationaux établis pour le libre-échange favorisent les pays à faibles coûts de production étant donné qu'il existe peu de protection à l'entrée pour ces fournisseurs.

Pour se démarquer et rentabiliser des coûts d'exploitation plus élevés que les pays à faibles coûts, les entreprises de TTQC se spécialisent dans des niches à fortes valeurs ajoutées.

L'absence de reconnaissance de certains métiers à bas salaires par les gouvernements nuit au recrutement international du Créneau et amplifie la pénurie de main-d'œuvre.

L'interprétation et l'application des politiques de crédits d'impôt à la RS&DE défavorisent le secteur textile.

Absence de soutien pour les modèles d'affaires éco innovants. Ce qui rend difficile de rentabiliser les nouveaux modèles d'affaires obligés de concurrencer contre le faible prix de fibre vierge.

Depuis l'ouverture des marchés et la fin des accords multifibres en 2008, la concurrence mondiale ne cesse de s'intensifier en raison de l'absence de protection des pouvoirs publics.

TTQC, tout comme le secteur textile québécois ne bénéficie d'aucun organisme visant à défendre ses intérêts et promouvoir son expertise (lobbying) auprès du gouvernement québécois. Par contre, le secteur textile canadien peut compter sur le support du Canadian Textile Industry Association (CTIA) pour défendre ses intérêts auprès du gouvernement fédéral, mais pas au provincial.

LA CONCURRENCE INTRA CRÉNEAU

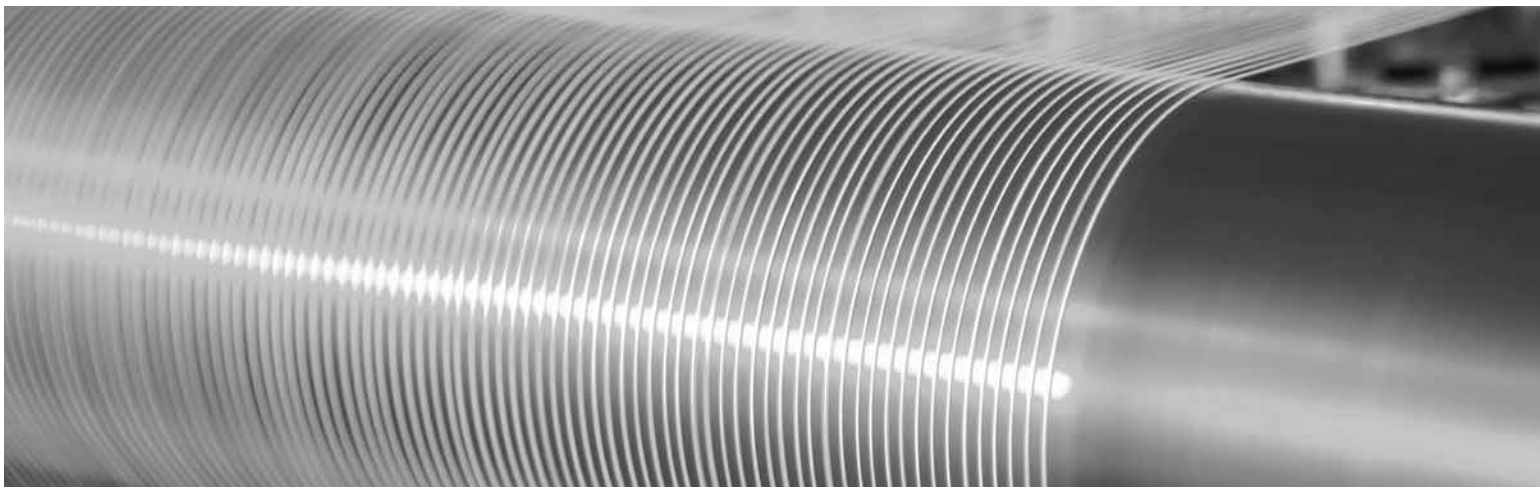
FAIBLE

Les 150 entreprises du Créneau œuvrent sur les marchés techniques suivants :

- Sport et loisirs;
- Sécurité et défense;
- Bâtiment et ameublement;
- Transport;
- Génie civil et environnement;
- Médical;
- Industriel.

Malgré un large éventail de marchés d'affaires, il y a peu de concurrence à l'intérieur d'un même marché et ses sous-segments. Cette réalité s'explique par le petit nombre absolu d'entreprises au sein de l'industrie textile québécoise.

L'absence de concurrence pour certains produits, favorise l'importation de produits étrangers, comme par exemple, la sécurité et la défense.



ANALYSE FFOM DE TECHNITEXTILE QUÉBEC

FORCES

- Plusieurs grands leaders de classe mondiale.
- Quelques entreprises textiles intégrées verticalement du fil à la finition.
- Multitude de PME pour la fabrication de produits finis.
- Multitude d'expertises sur tous les marchés techniques.
- Capacité de production de moyenne à élevée pour l'industrie textile.
- Proximité géographique avec les États-Unis et le Mexique.
- Compétences à l'exportation.
- Souplesse et rapidité de production.
- Créativité et innovation technologique.
- Connaissance des marchés publics.
- Le Québec détient 42% de la fabrication canadienne des textiles.
- Présence de toutes les étapes et technologies de fabrication textile.
- Créneau structuré par la présence d'organismes de soutien.
- Capacité à répondre à plusieurs normes strictes de qualité.

FORCES

FAIBLESSES

- Approvisionnement local en fibres de toutes sortes.
- Équipements et procédés vieillissants.
- Production à valeur ajoutée (PVA, gaspillages).
- Peu d'experts sectoriels en automatisation et en organisation du travail.
- Marketing traditionnel et numérique.
- Transversalité du Créneau.
- Peu de donneurs d'ordres/intégrateurs ayant une influence sur les orientations du secteur.
- Absence de vision sectorielle concertée.
- Image du secteur et marque employeur.
- Absence d'écoles techniques.
- Gestion et transfert des connaissances.
- Main-d'œuvre vieillissante.
- Temps disponible pour la réalisation de projets en entreprise (dualité opération Vs projet).
- Méconnaissance des programmes de soutien et de financement.
- Valeur économique du secteur perçue par les gouvernements.
- Liens avec les autres créneaux industriels.
- Agriculture et transformation de fibres naturelles.
- Recyclage post-industriel et post consommation.

FAIBLESSES

OPPORTUNITÉS

- Certains marchés de niche en croissance : renfort, isolation, protection, composite et éco friendly.
- Offre de financement à l'innovation et achat d'équipements.
- Offre de nouveaux équipements plus flexibles.
- Commerce en ligne.
- Difficultés d'approvisionnements étrangers de certains manufacturiers de produits finis pourraient devenir des opportunités de fabrication locale.
- Stratégie d'achat local QC en développement.
- Bureaux du Québec à l'étranger en mode développement d'affaires/exportation.
- Début d'aversion de la population pour les produits à usage unique.
- Filière de fibres cellulosiques et asclépiade en développement.
- Capacité de recyclage des fibres d'aramide.
- Formation technique pour les acheteurs et spécificateurs de produits.
- Augmentation du prix des matières premières pourrait favoriser le recyclage des fibres.

MENACES

- Rareté de main-d'œuvre spécialisée et non spécialisée.
- Perte de personnel au profit des autres secteurs industriels en mode séduction.
- Protectionnisme à l'entrée de certains pays.
- Importation de produits de faible qualité.
- Augmentation du prix des matières premières.
- Fiabilité, prix en croissance et disponibilité des approvisionnements de matière première.
- Offre spécialisée grandissante des pays à faible coût de production.
- Règles d'adjudication des marchés publics Qc.
- Peu de connaissances et de considération économique du secteur par les gouvernements et le grand public.
- Faible niveau de connaissance textile des donneurs d'ordres et spécificateurs.
- Force et pénétration des marques de commerce des fournisseurs de fibres et étoffes techniques.
- Bas prix des fibres vierges décime les efforts de recyclage.
- L'absence de contrôle qualité adéquat permet l'entrée au pays de produits dont les intrants sont interdits d'utilisation au Canada.
- Les règles en matière d'approvisionnement responsable étant absentes au Québec, les pays à faibles coûts de production peuvent inonder les marchés publics de produits à bas prix.

4 ENJEUX DE TECHNITEXTILE QUÉBEC



À la lecture des Forces de Porter et de l'analyse FFOM, nous pouvons conclure que TTQC est confronté aux enjeux (ce qui risque d'être perdu ou non réalisé) suivants :

- 1 Rétention et attraction de la main-d'œuvre spécialisée et non spécialisée;
- 2 Transfert des compétences et formation de main-d'œuvre provenant d'autres secteurs;
- 3 Virage technologique des entreprises;
- 4 Maillage avec les marchés de renfort;
- 5 Exportations dans les marchés géographiques de proximité;
- 6 Lancement de politiques industrielles et réglementations dans l'intérêt du Créneau;
- 7 Développement de modèles d'affaires éco innovants.

5

ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL DE L'ORGANISME

L'environnement concurrentiel de l'Organisme étant beaucoup moins complexe, seule l'analyse FFOM sera utilisée pour le comprendre.

ANALYSE FFOM DE L'ORGANISME

FORCES

- Ressource dédiée aux communications.
- Modèle d'affaires et outils pour l'autofinancement.
- Offre de service définie.
- Présence numérique en croissance.
- Rayonnement et création de contenu.
- Renommée appuyée sur des projets à succès.
- Positionnement clair et respecté par les organismes du secteur.
- Collaboration des organismes du secteur.
- Rôle de levier de collaboration compris par les organismes du secteur.
- Collaborateurs privés fiables et compétents en matière de relations publiques et marketing.
- CA composé d'industriels influents.
- Large périmètre d'entreprises en croissance.
- Capacité de mobilisation.
- Appuie des leaders du secteur.
- Compréhension fine de la gestion des opérations manufacturières.
- Réserve financière pour 4 mois d'opération.
- Relation forte et très efficace avec la direction territoriale.
- Pro activité pour le développement d'affaires.
- Marge de manœuvre pour les opérations.
- PADS permet la réalisation de projets tactiques.
- Reconnu comme partenaire structuré et fiable qui livre ses engagements.
- Politique utilisateur-payeur, pas de membership pour l'adhésion au réseau.

FORCES

FAIBLESSES

- Communications de l'offre de services et des bons coups auprès des entreprises du périmètre.
- Positionnement ambigu pour les manufacturiers de produits finis.
- Relations gouvernementales et influences peu établies auprès des ministères.
- Capacité interne limitée pour la réalisation de projets.
- Autofinancement limite encore l'embauche d'une 3e ressource.
- Liens avec d'autres secteurs industriels.
- Liens avec les associations spécialisées : REAL, MQQ.
- Liens avec les organismes de développement international : BQÉ, consulat, IQ intl.
- Occasions d'affaires peu pertinentes via le canal «Nous joindre».
- Positionnement de Weave dans le reste du Canada.
- Retombées de Weave à démontrer aux industriels.
- Suivis systématiques de relations clients.
- Peu de données et connaissances économiques sectorielles (autres que celle du CSMO pour la GRH).
- Développement d'affaires anglophone.
- Reconnaissance par les médias comme intervenant économique.
- Concentration forte de projets pour le secteur de la protection et du vêtement (équilibre du portefeuille de projets).
- Faible présence auprès des entreprises de produits finis.

FAIBLESSES



OPPORTUNITÉS

- Être le porteur d'une stratégie industrielle.
- Relations gouvernementales pour la mise en valeur économique du secteur.
- Image de marque et promotion de l'Organisme.
- Devenir un guichet d'informations pour TechniTextile Québec – programmes, tendances, etc.
- Porte-parole du secteur en matière d'économie grâce à la publication d'études, baromètres, benchmarks dédiés au textile.
- Formule «Meet the Buyers» textile.
- Positionnement du Créneau dans l'écosystème des fibres cellulosiques et autres industries de renfort.
- Veille des tendances de marchés pour le textile.
- Promotion de Weave-technical à l'international comme outil de soutien au développement de collaborations.

OPPORTUNITÉS

MENACES

- Crainte des industriels de partager des informations sensibles entre eux (CA, chantiers et projets).
- Équilibre entre projets inclusifs et exclusifs.
- Juste implication de l'Organisme dans les activités et projets des partenaires.
- Perte d'intérêt des industriels pour les rencontres présentielle post COVID-19.
- Ressources humaines et monétaires disponibles pour la réalisation de projets de créneau.
- Attentes du Créneau envers l'Organisme en matière de lobbying.
- Équilibre entre lobbying et mise en valeur économique.
- Reddition de compte de plus en plus lourde.

MENACES

6 ENJEUX DE L'ORGANISME



À la lecture de l'analyse FFOM, nous pouvons conclure que l'Organisme est confronté aux enjeux (ce qui risque d'être perdu ou non réalisé) suivants :

- 1 Croissance des sources de revenus hors PADS;
- 2 Gestion de la trésorerie;
- 3 Adhésion des manufacturiers de produits finis industriels;
- 4 Développement et exécution de projets structurants;
- 5 Reconnaissance auprès des acteurs économiques;
- 6 Maillage avec les autres créneaux industriels et associations spécialisées;
- 7 Équilibre entre relations gouvernementales et mise en valeur économiques du secteur.



7 MISSION

Le Créneau d'excellence TechniTextile Québec agit comme vecteur de collaboration pour les entreprises et organismes du secteur des matériaux et produits textiles techniques afin de favoriser l'innovation, l'élargissement des opportunités, la commercialisation et leur compétitivité.

8 VISION

Que le Créneau d'excellence TechniTextile Québec soit reconnu comme un pôle d'expertise au Québec et hors Québec, qu'il contribue à la création de retombées économiques par l'attraction des talents et des investissements grâce au rayonnement de la fabrication locale de matériaux et produits textiles techniques innovants et durables.

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Pour la période de 2022 à 2027, TTQC orientera son développement sur quatre axes stratégiques visant à mieux mailler, mieux appuyer et mieux promouvoir l'expertise québécoise de fabrication de matériaux et produits textiles techniques.

1 PROMOUVOIR TECHNITEXTILE QUÉBEC EN TANT QUE PÔLE DE CLASSE MONDIALE

Encore aujourd'hui, le secteur québécois des textiles techniques regroupe plus de 400 entreprises et 10 000 employés. Or, bon nombre de ministères, donneurs d'ordres et personnes du grand public ignorent les retombées économiques générées par cette industrie pourtant stratégique.

Il va sans dire qu'il est primordial pour le Créneau de promouvoir son image de marque et son importance industrielle auprès de toutes les parties prenantes au Québec et hors Québec.

2 MAILLER TECHNITEXTILE QUÉBEC AUX MARCHÉS DE RENFORT TEXTILE ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET APPUYER LES PROJETS PORTEURS

Il est largement démontré que l'intégration entre matériaux textiles et produits industriels vient renforcer leurs performances. Pourtant, les liens intercréneaux avec les secteurs stratégiques demeurent faibles. Ce qui limite le développement de produits à forte valeur ajoutée.

De plus, le développement durable du secteur textile représente une préoccupation de première pour tous les industriels. Toutefois, une foule de barrières nuisent au développement stratégique de cette filière.

Pour favoriser cette intégration, le Créneau devra bâtir des ponts avec tous les acteurs industriels pouvant bénéficier de l'expertise textile technique québécoise en matière de matériaux de renfort et développement durable.

3 APPUYER LA PRODUCTIVITÉ ET LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES AFIN DE PALLIER LA RARETÉ DE MAIN- D'ŒUVRE

Pour poursuivre sa croissance, les industriels devront générer davantage de richesses tout en misant sur des ressources humaines de plus en plus rares.

Par conséquent, le Créneau devra retenir la main-d'œuvre compétente, attirer et former ces talents, maximiser la production à valeur ajoutée et poursuivre son virage technologique.

10 STRATÉGIES

1 PROMOUVOIR TECHNITEXTILE QUÉBEC EN TANT QUE PÔLE DE CLASSE MONDIALE

STRATÉGIES	CONTRIBUTION ATTENDUE AUX KPI ¹	CONTRIBUTION ATTENDUE AUX AXES DU MÉI
<p>1.1 Mettre en valeur les retombées économiques du Créneau auprès du gouvernement du Québec et du grand public.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interventions dans les médias • Revenus privés de services • Nombre de participants • Satisfaction client • Études et mémoires • Nombre de projets 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Veille, étude • Développement de marchés
<p>1.2 Supporter les initiatives de ventes et de marketing numérique par le biais du programme Bien d'ici^{MC} et de la vitrine Weave-Technical.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Revenus privés de services • Nombre de participants • Effet de levier • Interventions dans les médias • Satisfaction client 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Veille, étude • Développement de marchés • Meilleures pratiques d'affaires
<p>1.3 Promouvoir TechniTextile Québec et Weave Technical à l'international, en particulier sur les territoires géographiques du reste du Canada, États-Unis et Mexique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Interventions dans les médias • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Développement de marchés • Activité d'animation
<p>1.4 Contribuer à la réalisation d'études économiques sur le secteur des textiles techniques et diffuser les résultats auprès des parties prenantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Interventions dans les médias • Effet de levier 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Veille, étude • Développement de marchés • Formation
<p>1.5 Déployer une stratégie d'adhésion auprès des entreprises du secteur, en particulier celles avec qui nous n'avons aucun lien.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de participants • Revenus privés de services • Effets de levier • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Activité d'animation
<p>1.6 Évaluer la pertinence d'obtenir un statut de Pôle d'excellence pour TechniTextile Québec auprès du MÉI.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Satisfaction client 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Développement de marchés

¹ Les indicateurs clés de performance (KPI) n'ont pas de cible, car elles sont confondues avec les objectifs définis au tableau de bord stratégique

2 MAILLER TECHNITEXTILE QUÉBEC À DES MARCHÉS DE RENFORT TEXTILE ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET APPUYER LES PROJETS PORTEURS

STRATÉGIES	CONTRIBUTION ATTENDUE AUX KPI ¹	CONTRIBUTION ATTENDUE AUX AXES DU MÉI
<p>2.1 Établir des alliances avec les créneaux, associations sectorielles, CCTT et centres de recherches pour mailler les entreprises et développer des projets structurants.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Veille, étude • Développement de marchés • Recherche et innovation • Activité d'animation
<p>2.2 Collaborer à l'émergence des filières des fibres biosourcées, biodégradables et recyclées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Satisfaction générale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Veille, étude • Développement de marchés • Recherche et innovation
<p>2.3 Évaluer, accompagner et appuyer le dépôt de projets collaboratifs de développement / amélioration de produits ou procédés et de développement durable auprès de programmes appropriés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Développement de marchés • Recherche et innovation
<p>2.4 Contribuer à la formation des acheteurs et spécificateurs de produits de textiles techniques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Effet de levier • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Développement de marchés • Recherche et innovation • Formation
<p>2.5 Faciliter la participation aux foires et salons axés sur les :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matériaux textiles et avancés; • Matériaux et procédés de transformation éco responsables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Veille, étude • Développement de marchés • Recherche et innovation • Formation • Activité d'animation

¹ Les indicateurs clés de performance (KPI) n'ont pas de cible, car elles sont confondues avec les objectifs définis au tableau de bord stratégique

3 APPUYER LA PRODUCTIVITÉ ET LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES AFIN DE PALLIER LA RARETÉ DE MAIN-D'OEUVRE

STRATÉGIES	CONTRIBUTION ATTENDUE AUX KPI ¹	CONTRIBUTION ATTENDUE AUX AXES DU MÉI
<p>3.1 Faciliter la participation aux foires et salons internationaux axés sur des sujets pertinents avec les enjeux du Créneau.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Veille, étude • Meilleures pratiques d'affaires • Recherche et innovation • Formation • Activité d'animation
<p>3.2 Faire connaître les programmes de soutien à la productivité, innovation, exportation et développement durable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Meilleures pratiques d'affaires • Développement des connaissances • Activité d'animation
<p>3.3 Établir des alliances avec des CCTT et associations spécialisées afin de développer des projets structurants pour le secteur du textile technique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Meilleures pratiques d'affaires • Recherche et innovation • Formation
<p>3.4 Appuyer la transformation des processus d'affaires, procédés et méthodes de fabrication.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Satisfaction générale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Veille, étude • Meilleures pratiques d'affaires • Recherche et innovation • Activité d'animation
<p>3.5 Développer des collaborations avec des firmes de services afin de diffuser des connaissances à l'égard des meilleures pratiques d'affaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Meilleures pratiques d'affaires • Formation • Activité d'animation
<p>3.6 Faciliter le recrutement à l'international et dans les bassins de proximités géographiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projets • Nombre de participants • Effet de levier • Satisfaction générale 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion, mobilisation, visibilité • Meilleures pratiques d'affaires

¹ Les indicateurs clés de performance (KPI) n'ont pas de cible, car elles sont confondues avec les objectifs définis au tableau de bord stratégique

**BILAN
DU MÉI**

Au terme du plan stratégique, il est prévu que le Créneau TechniTextile Québec soit évalué par le MÉI. Il va de soi que la contribution attendue du plan stratégique est également alignée sur les résultats visés du programme ACCORD.

Par conséquent, outre les enjeux du Créneau TechniTextile Québec, les quatre orientations stratégiques et les 18 stratégies qui en découlent maximiseront le nombre d'actions et activités encouragées par le programme ACCORD du MÉI.

AXES DU MÉI TOUCHÉS PAR LE PLAN STRATÉGIQUE DE TTQC	NOMBRE DE STRATÉGIES
Promotion, mobilisation, visibilité	15
Développement de marchés	10
Recherche et innovation	8
Activités d'animation.	8
Veille, études	8
Meilleures pratiques d'affaires	7
Formations	6

Fort de ces réalisations, nous croyons que la croissance du nombre de participants et le taux de satisfaction générale seront des indicateurs démontrant largement la pertinence du Créneau pour les entreprises.

En effet, il est difficile, voire impossible de démontrer une corrélation directe entre les activités du Créneau et la croissance des entreprises. Par conséquent, nous laisserons celles-ci exprimer leur satisfaction par le biais de sondages et de témoignages démontrant la pertinence du Créneau pour leur croissance.

Finalement, les tactiques étant encore inconnues, car elles seront déterminées lors de l'élaboration du plan d'action annuel et de façon ponctuelle, le nombre d'actions et activités pour chaque axe variera au fil des mois.

TABLEAU DE BORD

Pour faciliter la gouvernance et conserver une vue macro des réalisations, un tableau de bord stratégique sera suivi par le conseil d'administration du Créneau. Celui-ci intègre 10 indicateurs clés de performance colligés à partir de la base de données de l'Organisme et visant à démontrer la progression des neuf cibles réparties sur les trois axes d'évaluation du MÉI que sont la pertinence, l'efficacité et les effets du Créneau.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCES (KPI) ET CIBLES STRATÉGIQUES 2027

1 D'ici 2027, rejoindre des organisations (entreprises et organismes) du secteur des textiles techniques et des créneaux complémentaires par l'intermédiaire des projets, activités et services du Créneau. Soit :

- Un total de **175** organisations différentes;
- Un noyau de **60** organisations différentes participant annuellement à 2 projets / activités et plus.

2 En 2027, obtenir un effet de levier de l'aide financière du MÉI :

- Supérieur à **2.0** sans le financement de volet 1;
- Supérieur à **1.0** avec le financement de volet 1.

3 Générer annuellement **40k** en revenus privés de services.

4 Réaliser **80%** des projets et activités en partenariats avec des organismes sectoriels et spécialisés.

5 D'ici 2027, avoir un portefeuille de **20** projets (terminés ou en cours) structurants composé de :

- **5** projets inter créneaux ou inter sectoriels;
- **10** projets de développement ou amélioration de produits et procédés.

6 Réaliser annuellement **3** événements de maillage.

7 Réaliser annuellement, **20** interventions dans les médias pour promouvoir les succès des entreprises ou les projets du Créneau.

8 D'ici 2027, contribuer à la réalisation et la diffusion de **3** études économiques sectorielles.

9 D'ici 2027, avoir réalisé des actions touchant **80%** du plan stratégique.

10 Maintenir un taux de **80%** de satisfaction générale.

Projet vs activité vs service :

- Projet = Action unique dont la durée de réalisation est supérieure à deux jours (ex. projet PADS).
- Activité = Action unique ou récurrente dont la durée de réalisation est d'une journée maximum (ex. visite d'entreprise, conférence).
- Service = Action récurrente dont le but principal est de générer des revenus autonomes (ex. relations médias, Weave-Technical).

Par définition, un projet structurant doit :

- Avoir un effet d'entraînement pour la réalisation d'autres actions;
- Permettre un progrès qualitatif important dans le développement des activités du créneau et de ses entreprises;
- Avoir un effet mobilisateur auprès d'intervenants autres que le promoteur du projet;
- Assurer un rayonnement du créneau, au Québec et à l'échelle internationale;
- Renforcer le caractère d'excellence du créneau et son expertise dans son secteur économique.

LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

CHANTIERS DE TRAVAIL

Au cœur du plan stratégique se trouvent les chantiers de travail dont le but est de définir les projets tactiques qui soutiendront la stratégie.

Durant les deux années précédentes, l'Organisme a géré deux chantiers de travail. Soit : Protection individuelle ainsi que Bâtiment et ameublement.

Ces rencontres se sont avérées fort utiles pour mobiliser les industriels autour de préoccupations communes reliées à la commercialisation sur ces marchés. Les retombées positives de cette structure se sont surtout fait sentir sur la connaissance des besoins de ventes et marketing exclusivement associés à ces marchés.

Dans le cadre de la présente planification stratégique, les enjeux autour desquelles les chantiers seront articulés sont les suivants :

1 Promotion du Créneau;

2 Marchés de renfort et développement durable;

3 Productivité et compétences.

Les chantiers no.1 et 3 seront ouverts aux entreprises de tous les marchés. En revanche, le chantier no. 2 – Marchés de renfort et développement durable prioriseront les marchés de protection individuelle ainsi que Bâtiment et ameublement afin de conserver un focus stratégique sur nos projets. Néanmoins, lorsqu'applicables et pertinents, les autres marchés du textile pourront s'ajouter aux rencontres, projets et activités.

Les rencontres sous-jacentes à chacun des chantiers pourront être de nature générale afin de collecter auprès des différentes organisations un maximum d'information sur le sujet. Ces informations serviront de données d'entrées au processus créatif de l'Organisme visant à générer des projets structurants.

Ces rencontres pourront aussi s'articuler autour de problématique très précise nécessitant un projet. Le comité de chantier alors formé pourra définir et exécuter le projet : par exemple, le processus de traitement simplifié des travailleurs étrangers temporaires (PTET) ou encore, l'approche de formation pour les acheteurs de produits textiles. Ces deux comités différents pourraient être formés d'organisations compétentes et intéressées par ces enjeux, mais être tous deux sous-jacents au même chantier de travail.



RESPONSABLE :
Yulie Jodoin

PROMOTION DU CRÉNEAU

BUT :

Définir des projets afin de promouvoir le Créneau et son importance économique auprès de toutes les parties prenantes du Québec et hors Québec.

PORTÉE DU CHANTIER :

Tous les marchés du textile.

ENJEUX ASSOCIÉS :

1. Rétention et attraction d'une main-d'œuvre spécialisée et non spécialisée;
2. Maillage avec les marchés de renfort;
3. Exportations dans les marchés géographiques de proximité;
4. Lancement de politiques industrielles et réglementations dans l'intérêt du Créneau.

INDICATEURS DE PERFORMANCE :

1. Nombre de projets;
2. Nombre de participants;
3. Effet de levier;
4. Interventions dans les médias;
5. Nombre d'études économiques et mémoire.



RESPONSABLE :
Dany Charest

MARCHÉS DE RENFORT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

BUT :

Définir des projets structurants afin de développer des ponts avec différentes industries pouvant bénéficier d'un renfort technologique mutuel.

PORTÉE DU CHANTIER :

1. Protection individuelle;
 2. Bâtiment et ameublement;
 3. Autres marchés, si pertinents.
-

ENJEUX ASSOCIÉS :

1. Maillage avec les marchés de renfort;
 2. Exportations dans les marchés géographiques de proximité;
 3. Développement de modèles d'affaires éco innovants.
-

INDICATEURS DE PERFORMANCE :

1. Nombre de projets;
2. Nombre de participants;
3. Nombre de partenariats;
4. Effet de levier.

PRODUCTIVITÉ ET COMPÉTENCES

BUT :

Définir des projets afin de contribuer à la rétention de la main-d'œuvre, l'attraction des talents, la production à valeur ajoutée et au virage technologique des entreprises.

PORTÉE DU CHANTIER :

Tous les marchés du textile.

ENJEUX ASSOCIÉS :

1. Rétention et attraction d'une main-d'œuvre spécialisée et non spécialisée;
 2. Protection, transfert et développement des compétences;
 3. Virage technologique des entreprises.
-

INDICATEURS DE PERFORMANCE :

1. Nombre de projets;
2. Nombre de participants;
3. Nombre de partenariats;
4. Effet de levier.



STRUCTURE DES CHANTIERS

Aucune structure ni calendrier fixe n'est établi pour la tenue des chantiers. Leur fréquence sera déterminée par la capacité de l'Organisme à livrer les projets qui ont été convenus avec les groupes de travail. La structure sera aussi déterminée avec les entreprises participantes. Ces mesures ont pour objectif de minimiser l'empreinte sur les industriels tout en maximisant l'information qu'elles donnent au Créneau et les résultats.

ÉQUIPE

Pour assurer son déploiement, ce plan stratégique nécessitera l'embauche d'un minimum de trois ressources à temps plein, dont le directeur général et la responsable du rayonnement des entreprises déjà en place.

Une troisième ressource sera embauchée au cours de la première année de réalisation du plan stratégique lorsque sa description de tâche aura été précisée. Brièvement, cette ressource de soutien aura pour but d'augmenter la capacité de développement d'affaires et réalisation de projets structurants de l'Organisme. De plus, le salaire de cette ressource sera couvert par la convention de financement en volet 1 du PADS, telle que définie actuellement.

Ainsi, la responsable au rayonnement des entreprises aura aussi la responsabilité de gérer le chantier Promotion de l'industrie et la majorité des projets qui en découleront. L'Organisme pourra aussi compter sur l'accompagnement d'un partenaire externe, l'agence Primacom, pour la gestion et l'animation du chantier Promotion de l'industrie.

Quant aux chantiers Marchés de renfort ainsi que Productivité et compétences, le directeur général en assurera la gestion.

Idéalement, une quatrième ressource pourrait s'ajouter à l'équipe pour la supporter. Cet ajout sera déterminé par la possibilité d'ajouter un financement additionnel provenant du programme PADS du MÉI ou de DEC, par exemple, le programme Écosystème d'innovation régionale ou tout autre programme susceptible de cadrer avec la stratégie. Des démarches seront conduites à cet effet dès le début de 2022.

GOUVERNANCE

Pour assurer une saine gouvernance du Créneau, l'Organisme s'est doté de règles de fonctionnement. Celles-ci ont été adoptées à l'unanimité lors de l'assemblée générale annuelle du 5 décembre 2019.

Ce document indique aussi clairement la composition et les règles de fonctionnement du conseil d'administration.

En contrepartie, le nombre de réunions annuelles est laissé à la discrétion des administrateurs qui le détermine en fonction des écarts constatés et du plan de contrôle, lorsque nécessaire.

Toutefois, un calendrier de base est établi et s'échelonne comme suit :

- 1 CA présentiel en avril de chaque année dont le but principal est d'établir le plan d'action et le budget annuel. Les indicateurs stratégiques seront aussi scrutés.
- 2 CA en vidéo-conférence en septembre afin de suivre les indicateurs stratégiques et approuver les projets qui pourraient s'être ajoutés au plan d'action.
- 3 CA en vidéo-conférence en décembre afin de suivre les indicateurs stratégiques et approuver les projets qui pourraient s'être ajoutés au plan d'action.





● ANNEXES



1 LISTE DES ORGANISATIONS

L'industrie du textile et du vêtement compte sur cinq organismes qui sont directement engagés dans le développement de la filière et de ses entreprises. Depuis 2017, ces organismes sont de proches collaborateurs de TechniTextile Québec.

Par son mandat de concertation qui lui est octroyé par le MÈI, 90% des projets structurants et activités de TTQC sont organisés en collaboration avec ces organisations depuis 2017.

ORGANISME	MISSION
TechniTextile Québec	Le Créneau d'excellence TechniTextile Québec agit comme vecteur de collaboration pour les entreprises et organismes du secteur des matériaux et produits textiles techniques afin de favoriser l'innovation, l'élargissement des opportunités, la commercialisation et la compétitivité de ses membres.
Grappe mmode	mmode est une organisation à but non lucratif qui a pour mission de rassembler et de fédérer les acteurs de l'industrie de la mode québécoise, dont les quatre grands piliers sont les créateurs, les manufacturiers, les grossistes-distributeurs et les détaillants. La Grappe mmode a aussi pour mandat de créer des synergies d'affaires et d'innovation, et de contribuer à améliorer la compétitivité et la croissance de cet écosystème.
Groupe CTT	Le Groupe CTT soutient la croissance des entreprises de l'industrie du textile et des géosynthétiques par le biais de services techniques, de recherche et développement et d'expertises en matière d'innovation et d'amélioration de produits. Le Groupe CTT contribue également à l'essor global de l'industrie en appuyant les initiatives liées au renouvellement de la main-d'œuvre. Le Groupe CTT est donc un moteur d'innovation incontournable au cœur d'une industrie en constante évolution.
Vestechpro	Depuis près de 10 ans, la mission de Vestechpro est d'accompagner les acteurs de l'habillement dans leurs projets techniques et innovants, qu'il s'agisse de développer un produit, un procédé ou un processus. En tant que Centre de recherche et d'innovation en habillement, ses domaines d'intervention sont très diversifiés : santé, vêtement technique, adapté ou intelligent, et mode numérique.
CSMO Textile	La mission du CSMO Textile est de contribuer au développement de son industrie en mettant en place des actions concrètes visant à répondre aux besoins du secteur en matière de formation, de gestion des ressources humaines, de promotion des métiers et d'information sur le marché du travail.

ORGANISMES

TABLEAU ILLUSTRANT LES DIFFÉRENCES ET LES LIMITES D'ACTION DE CHAQUE ORGANISME

	TechniTextile Québec	Grappe mmode	Groupe CTT	Vestechpro	CSMO Textile
Mandat de concertation du milieu	XX	XX			
Maillage entre entreprises et organismes	XX	XX	X	X	XX
Maillage inter sectoriel	XX		X	X	
Animation du milieu	XX	XX		X	
Mandat de formation			X	X	XX
Promotion des métiers	X	XX			XX
Promotion de l'industrie	XX	XX	X	X	
Service technique en R&D			XX	XX	
Service en commercialisation				XX	
Service de formation					XX
Présence en amont de la filière textile	XX		XX	X	XX
Présence en aval de la filière textile	XX	XX	XX	XX	XX
Support à la productivité				X	
Présence sur les marchés suivants:					
• Bâtiment et ameublement	XX		XX		XX
• Génie civil et environnement	XX		XX		XX
• Industriel	XX		XX		XX
• Médical	XX	X	XX	X	X
• Sécurité et défense	XX	X	XX	X	XX
• Sport et loisir	XX	X	XX	X	XX
• Transport	XX		XX		XX
• Mode		XX	X	XX	

ENJEUX DE L'ORGANISME ET DE TECHNITEXTILE QUÉBEC

Croissance des sources de revenus hors PADS Gestion de la trésorerie	Adhésion des manufacturiers de produits finis industriels Développement et exécution de projets structurants	Reconnaissance auprès des acteurs économiques Maillage avec autres créneaux industriels et associations spécialisées	Équilibre entre les relations gouvernementales et mise en valeur économiques du secteur
Rétention et attraction de main-d'œuvre Transfert des compétences et formation	Virage technologique des entreprises Maillage avec les marchés de renfort	Exportation dans les marchés géographiques de proximité Lancement de politiques industrielles et réglementation	Développement de modèles d'affaires éco innovants

VISION ET MISSION

VISION

Être reconnu comme un pôle d'expertise ici et hors Québec, contribue à la création de retombées économiques par l'attraction des talents et des investissements grâce au rayonnement de la fabrication locale de matériaux et produits textiles techniques innovants et durables

MISSION

Agir comme vecteur de collaboration pour les entreprises et organismes du secteur des matériaux et produits textiles techniques afin de favoriser l'innovation, l'élargissement des opportunités, la commercialisation et leur compétitivité

ORIENTATIONS

PROMOUVOIR

en tant que pôle

MAILLER

le marché de renfort textile, développement durable et projets porteurs

APPUYER

la productivité et le développement des compétence afin de pallier la rareté de main-d'œuvre

OBJECTIFS

OBJECTIFS DE CROISSANCE D'ICI 2027

1. Rejoindre 175 organisations différentes dont 60 avec bi participation;
2. Effet de levier supérieur à 2;
3. Générer des revenus de service privés de 40k;
4. Réaliser 80% des projets et activités en partenariat avec organismes sectoriels et spécialisés;
5. Atteindre 20 projets structurants dont 5 inter créneaux et/ou inter sectoriels;
6. Réaliser 3 événements de maillage/an;
7. Réaliser 20 interventions médiatiques de promotion;
8. Contribuer à la réalisation et à la diffusion de 3 études économiques sectorielles;
9. Avoir réalisé des actions touchant 80% du plan stratégique;
10. Maintenir un taux de 80% de satisfaction générale.

STRATÉGIES

PROMOUVOIR

1. Valoriser les retombées économiques auprès du gouvernement du Québec et du grand public;
2. Supporter les initiatives de ventes de marketing via la vitrine Weave;
3. Promouvoir TTQc et Weave à l'international et particulièrement au ROC;
4. Contribuer à la réalisation d'études économiques sur les textiles techniques et diffuser les résultats;
5. Déployer une stratégie d'adhésion auprès des entreprises « découvertes » du secteur;
6. Évaluer la pertinence d'obtenir un statut de pôle d'excellence auprès du MÉI.

MAILLER

1. Établir des alliances avec les créneaux, associations sectorielles, CCTT et centres de recherches pour mailler les entreprises et développer des projets structurants;
2. Collaborer à l'émergence des filières de fibres biosourcées, biodégradables et recyclées;
3. Évaluer, accompagner et appuyer le dépôt de projets collaboratifs de développement/amélioration ou de procédés de développement durable auprès de programmes appropriés;
4. Contribuer à la formation des acheteurs et spécificateurs de produits de textiles techniques;
5. Faciliter la participation aux foires et salons axés sur les matériaux textiles et avancés et sur les matériaux et procédés de transformation éco-responsables.

APPUYER

1. Faciliter la participation aux foires et salons internationaux pertinents;
2. Faire connaître les programmes de soutien à la productivité, l'innovation, l'exportation et le développement durable;
3. Établir des alliances avec des CCTT et associations spécialisées afin de développer des projets structurants pour le secteur;
4. Appuyer la transformation des processus d'affaires, procédés et méthodes de fabrication;
5. Développer des collaborations avec des firmes de services afin de diffuser des connaissances à l'égard des meilleures pratiques d'affaires;
6. Faciliter le recrutement à l'international et dans les bassins de proximité géographique.

PROJETS PAR STRATÉGIE PRIORITAIRE À RÉALISER À COURT TERME (<12 -18 MOIS)

CHANTIER 1 : PROMOTION DU CRÉNEAU

Responsable :
Yulie Jodoin

Description :
Promouvoir le Créneau et son importance économique auprès de toutes parties prenantes du Canada.

Priorité : 1

CHANTIER 2 : MARCHÉS DE RENFORT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Responsable :
Dany Charest

Description :
Définir des projets structurants afin de développer des ponts avec différentes industries pouvant bénéficier d'un renfort technologique mutuel.

Priorité : 2

CHANTIER 3 : PRODUCTIVITÉ ET COMPÉTENCES

Responsable :
Dany Charest

Description :
Définir des projets afin de contribuer à la rétention de la main-d'œuvre, l'attraction des talents, la production à valeur ajoutée et au virage technologique des entreprises.

Priorité : 3

ANALYSE INTERNES, DÉFINITION DES ENJEUX ET VISION

1. Formation avec la firme Dancause conseils;
2. Rencontres individuelles avec les administrateurs;
3. Sondage réalisé par Guilbault Marketing auprès de 10 entreprises;
4. Informations issues des chantiers de travail de 2018 à 2021;

SÉANCES CONSULTATIVES AVEC L'ENSEMBLE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION :

1. 27 septembre 2021 – Détermination des enjeux, axes stratégiques et stratégies;
2. 8 décembre 2021 – Détermination des indicateurs et cibles stratégiques ainsi que la structure organisationnelle.

PERSONNES ET ORGANISATIONS CONSULTÉES :

1. Groupe Monterey, Nicolas Juillard, président Montérégie;
2. Texel, Alex Alexis, vice-président Chaudière-Appalaches;
3. RJAM, Alain Martineau, vice-président Centre-du-Québec;
4. CDRM, Stéphane Tanguay, administrateur Montérégie;
5. Soprema, Stéphane Beaulé, administrateur Centre-du-Québec;
6. Duvaltex, Jean-François Gagnon remplacé par Yvon Duhème, administrateur Chaudière-Appalaches;
7. Luc Vaillancourt, directeur général CSMO Textile;
8. Olivier Vermeersch, président directeur général Groupe CTT;
9. Nathalie Cartier, Conseillère en développement économique, Direction territoriale de la Montérégie, de l'Estrie et du Centre-du-Québec, MÉI
10. Louis-Bernard Asselin, Conseiller en développement industriel, Direction des biens de consommation et de la construction, MÉI.
11. Jean-Jacques Guilbault, Président Guilbault Marketing;
12. Nancy German, Présidente Primacom;
13. Yulie Jodoin, Responsables des communications, TechniTextile Québec.



TechniTextile
Québec 
Créneau d'excellence
Matériaux textiles techniques

Stratégie
MAP 
2022
2027