

STRATÉGIE QUÉBÉCOISE DE DÉVELOPPEMENT DE L'ALUMINIUM

Rendez-vous de l'aluminium - Guide

DÉMARCHE

Avril 2014

Mandat

Un mandat est donné pour l'élaboration d'une stratégie de développement de la filière de l'aluminium.

Octobre 2014

Rencontres

Le gouvernement du Québec a entrepris une grande consultation auprès des acteurs de l'industrie québécoise de l'aluminium :

- **6** journées de rencontre;
- **4** régions visitées;
- **44** organisations participantes – 9 équipementiers et fournisseurs spécialisés, 3 producteurs d'aluminium primaire, 8 entreprises transformatrices d'aluminium, 9 acteurs en innovation, 3 grands donneurs d'ordres privés et 12 autres organismes;
- **62** représentants consultés.

Les participants ont relevé des perspectives encourageantes pour la demande d'aluminium et pour la filière québécoise dans son ensemble.

- La consommation mondiale devrait continuer de connaître une croissance soutenue au cours des prochaines années.
- L'aluminium semble particulièrement bien placé pour contribuer à l'allègement des véhicules (Ford F-150, etc.).
- Plusieurs occasions d'affaires intéressantes, au Québec et à l'international, se présentent aux équipementiers, aux fournisseurs spécialisés et aux transformateurs d'aluminium.
- Les acteurs de la filière coopèrent au sein de réseaux de collaboration qui appuient la croissance des entreprises.
- La reprise se manifeste en production d'aluminium primaire : les prix connaissent un raffermissement et les stocks diminuent.
- L'aluminium vert du Québec se distinguera avantageusement dans une perspective de développement durable.

La filière québécoise de l'aluminium peut jouer un rôle encore plus important dans la croissance économique du Québec, mais, pour ce faire, elle devra saisir les occasions qui se présentent à elle tout en déterminant les enjeux clés de son développement.

Février 2015

Rendez-vous de l'aluminium

Les acteurs de l'industrie sont conviés à échanger tous ensemble sur les propositions soulevées lors des rencontres, afin de dégager une vision commune pour la stratégie à venir.

PROPOSITIONS ISSUES DES CONSULTATIONS

Thème I

L'augmentation de la transformation et de l'utilisation de l'aluminium

- 1. Bénéficiaire d'un accès adéquat au métal produit au Québec**
Permettre aux transformateurs d'obtenir un accès au métal québécois en quantité suffisante, pour différentes formes et alliages, et à un prix bénéfique aux vendeurs et aux acheteurs.
- 2. Compléter les maillons manquants de la chaîne de valeur des produits transformés**
Favoriser l'implantation d'équipements permettant de mieux couvrir la gamme d'opérations en transformation d'aluminium (centres de coulée, grande presse d'extrusion, laminoir spécialisé, etc.).
- 3. Miser sur des produits de niche, notamment pour approvisionner les marchés à l'exportation**
S'appuyer sur l'expertise et les innovations québécoises afin d'offrir des produits à haute valeur ajoutée et destinés à des marchés ciblés (aéronautique, transport terrestre, construction, biens de consommation, etc.).
- 4. Favoriser un meilleur maillage entre les transformateurs et les donneurs d'ordres**
Intensifier la prise de contact et la mise en valeur des transformateurs québécois auprès de donneurs d'ordres nord-américains, notamment dès la phase de conception de produits.
- 5. Doter le Québec d'un plan de prospection d'investissements étrangers pour l'aluminium**
Mettre en commun les connaissances et les efforts des acteurs de l'industrie afin d'adopter un plan de prospection d'investissements étrangers spécifiquement pour l'aluminium.
- 6. Appuyer la croissance des transformateurs québécois**
Favoriser l'essor des transformateurs par l'adoption d'un plan de croissance, l'achat d'équipements et l'automatisation, afin qu'ils deviennent des fournisseurs encore plus robustes et stratégiques.
- 7. Accroître l'accessibilité à des capitaux de développement**
Fournir, en collaboration avec des acteurs privés et institutionnels, un appui pour la croissance des PME du secteur de l'aluminium (transformateurs, équipementiers et fournisseurs spécialisés).
- 8. Encourager les projets de recherche et l'enseignement relatifs à l'aluminium à l'université**
Obtenir du financement pour les projets de recherche universitaire et intégrer l'aluminium au cursus d'enseignement au baccalauréat et à la maîtrise pour certaines professions clés (ingénieurs, architectes, designers industriels, etc.).
- 9. Accroître l'utilisation de l'aluminium dans les marchés publics**
Actualiser les pratiques d'achat des ministères et des organismes publics (coût total de possession, etc.) et lancer de nouveaux projets pilotes (ponts en aluminium, etc.).

Thème II

L'offre et l'expertise des équipementiers et des fournisseurs spécialisés

- 10. Intensifier la présence des acteurs du Québec à l'international**
Poursuivre les efforts liés à l'exportation, notamment en améliorant la représentation des entreprises à l'étranger (poursuite du projet Export-Équipementier, formation de personnel, couverture des frais de démarchage, regroupement sous une bannière commune, etc.).
- 11. Renforcer la position d'excellence des produits québécois au sein des projets internationaux**
Favoriser une meilleure intégration de l'offre de produits québécois par les firmes de génie-conseil présentes au Québec pour les projets internationaux, notamment au Moyen-Orient.

- 12. Poursuivre le développement technologique en partenariat avec les producteurs**
Miser sur les partenariats stratégiques avec les producteurs d'aluminium primaire afin que des entreprises québécoises puissent valoriser et déployer des technologies et des équipements novateurs.
- 13. Encourager la démonstration et la commercialisation de produits innovants**
Réaliser des projets de démonstration et commercialiser de nouveaux produits notamment grâce à un soutien financier en appui au développeur et à l'hôte de la technologie à l'essai.
- 14. Appuyer la croissance des équipementiers et des fournisseurs spécialisés québécois**
Favoriser l'essor des équipementiers et des fournisseurs spécialisés par l'adoption d'un plan de croissance, l'achat d'équipements et l'automatisation, afin qu'ils deviennent des partenaires encore plus robustes et stratégiques.
- 15. Mieux s'intégrer aux chantiers d'AluQuébec**
Lancer un nouveau chantier spécifiquement pour les équipementiers et les fournisseurs spécialisés au sein d'AluQuébec.
- 16. Se positionner dans les nouveaux modèles d'affaires**
Saisir les occasions d'affaires liées aux projets d'expansion des alumineries québécoises par des propositions distinctives (impartition d'opérations et d'entretien d'équipements, projets de construction clé en main, etc.).

Thème III

Les projets d'investissement des producteurs d'aluminium primaire

- 17. Favoriser la réalisation de projets majeurs**
Les projets québécois majeurs envisagés sont : Aluminerie Alouette phase 3, AP60 (phases 2 et 3), Alma 2, projets d'Alcoa, projet d'une nouvelle aluminerie.
- 18. Utiliser l'énergie électrique du Québec comme levier stratégique de développement économique**
Miser sur l'avantage concurrentiel dont dispose le Québec, soit l'énergie électrique renouvelable et disponible en grande quantité, afin d'offrir aux alumineries québécoises une tarification compétitive à l'échelle internationale.
- 19. Saisir les occasions offertes par les marchés d'avenir en misant sur des produits à haute valeur ajoutée**
Maximiser la valeur qui peut être donnée à l'aluminium en sol québécois par des investissements dans les centres de coulée afin de produire plus de formes et d'alliages.
- 20. Améliorer la compétitivité des usines québécoises**
Encourager les efforts des alumineries visant l'optimisation de la structure de coûts (amélioration de la manutention, accès au gaz naturel, etc.).
- 21. Miser sur la prochaine génération d'équipements et de technologies**
Poursuivre les efforts liés à l'amélioration de la performance des équipements de production et déployer les technologies de pointe au Québec et ailleurs dans le monde (AP60, etc.).
- 22. Poursuivre l'appui des alumineries aux organisations de la filière**
Maintenir l'appui des alumineries en ressources techniques, financières et matérielles aux organisations en amont et en aval dans la chaîne de valeur.
- 23. Faire connaître l'impact économique des alumineries au Québec**
Mieux faire connaître les retombées économiques de l'ensemble des activités des producteurs d'aluminium primaire au Québec.
- 24. Valoriser l'aluminium québécois à faible empreinte carbone**
Communiquer les avantages associés à l'utilisation de l'aluminium vert et s'inscrire auprès de fabricants de produits qui visent de hauts standards environnementaux.

HORAIRE

8 h 30 - 9 h	Accueil
9 h - 9 h 15	Mot de bienvenue
9 h 15 - 10 h	Discussions Thème I : L'augmentation de la transformation et de l'utilisation de l'aluminium
10 h - 10 h 45	Discussions Thème II : L'offre et l'expertise des équipementiers et des fournisseurs spécialisés
10 h 45 - 11 h 30	Discussions Thème III : Les projets d'investissements des producteurs d'aluminium primaire
11 h 30 - 11 h 40	Conclusion