

FALL 2018 | AUTOMNE 2018

CANADIAN
THE MOVER

DÉMÉNAGEUR
LE CANADIEN

THE BI-ANNUAL MAGAZINE OF THE CANADIAN ASSOCIATION OF MOVERS | REVUE SEMESTRIELLE DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES DÉMÉNAGEURS

**INSIDE/
À L'INTÉRIEUR**

**2018 Conference
in Niagara Falls/
Conférence 2018
à Niagara Falls**



**Driven To Distractions/
Les distractions au volant**



Commercial Fleet • Commercial Property

Professional Liability • Group Benefits

Personal Home and Auto • Marine • Life • Travel

After more than 90 years in business and 25 years serving the moving industry, we are committed more than ever to the same strong fundamentals that got us to this point.

Contact us today to learn more about how we can help you be more competitive.



55 York Street, Suite 200
Toronto, Ontario M5J 1R7
T 416.777.2722
TF 877.364.4589

4115 Rue Sherbrooke Ouest, Suite 500
Westmount, Quebec H3Z 1A7
T 514.932.8660
TF 877.464.4589

WWW.OGILVY.CA



We have everything!

**Boxes,
Blankets,
Equipment
& other
Moving
Supplies**

Visit our showroom. We are fully stocked with a range of supplies including moving boxes, bubble wrap and foam, packaging tape, mattress and furniture covers, stretch wrap, loosefill (a.k. peanuts), labels, knives, work gloves, logistic straps, dollies, ...and more! Call for a price list or visit our websites.



Check out our Flat Screen TV Boxes. They **take up less space**, are **stronger** with a double wall and come in **three sizes** fitting up to a 55" TV.

We also have a Pro Moving Kits which is **easier** to use and **takes less time!**

Let us help your bottom line!

Contact us today:



PACKAGING

ONTARIO EAST:

GM Packaging Ltd.

5450 Maingate Drive, Mississauga, ON

905-206-0550

1-800-388-0834

Open 7 days a week

email: sales@gmpackaging.com

www.gmpackaging.com



**Great Little
Box Company**

Great people to deal with • Great packaging solutions

MANITOBA WEST:

Great Little Box Company

11300 Twigg Place, Richmond, BC

604-301-3700

1-800-661-3377

Open 5 days a week

email: info@greatlittlebox.com

www.greatlittlebox.com

www.snowbirdsautoconnection.com

1-888-236-7686

Your #1 vehicle transport company providing reliable, honest, door-to-door, damage-free transportation across Canada and the U.S.

**CELEBRATING 25
YEARS OF SERVICE**



CROSS BORDER SPECIALISTS

FREE QUOTES

VEHICLE STORAGE

CANADIAN & US BONDED CARRIER

TERMINALS IN ALL MAJOR CITIES

1-888-236-7686 | 416-638-0001

info@snowbirdsautoconnection.com | 185A Oakdale Road | Toronto, Ontario

The CANADIAN MOVER is published bi-annually for the Canadian Association of Movers/LE DÉMÉNAGEUR CANADIEN est publié semestriellement par l'Association canadienne des déménageurs.

PO Box 26004

RPO Churchill

Mississauga, ON L5L 5W7

Toll free: 1-866-860-0065

Sans frais : 1-877-656-4993

Fax/Télé: 1-866-601-8499

Email/courriel : admin@mover.net

Website/Site web : www.mover.net



Officers/Administrateurs Principaux

Chairman/Président du conseil : Cam Carswell

Vice Chairman/Vice-président du conseil : Mike Kolberg

Treasurer/Trésorier, Secretary/Secrétaire : David Ogilvy

Directors/Administrateurs : Lorne Babiuk, Jim Carney,

Thomas (Tom) S. Finlay, Chris Gordon, Rob Grohn,

Tony Herritt, Terry Krulicki, Dan Lawrence,

Milton Letkeman, James Marshall, Serge Nadeau, Barry

Schellenberg, Steve Stockill, Josh Schwartz, Perry

Thorne, Wayne Wishloff

President/Présidente : Nancy Irvine

Administrative Manager/Directrice administrative :

Marian McGuire

Translation/Traduction : BCBG Communication

Published by/Publié par :

MediaEdge

mediaedgepublishing.com

33 South Station Street

Toronto, Ontario M9N 2B2

Toll Free: 1-866-480-4717

robertt@mediaedge.ca

Publisher: Robert Thompson

Senior Editor: Ali Mintenko-Crane

Sales Executives: Jack Smith, Ashley Huston,

April Krysovaty, Bill Biber, Nolan Ackman

Senior Graphic Design Specialist: Krista Zimmermann

Graphic Design Specialist: Kelli McCutcheon

President: Kevin Brown

Senior Vice President: Robert Thompson

Director, Business Development: Michael Bell

Branch Manager: Nancie Privé

Published October 2018

Publication Mail Agreement #40787580

The CAM website, www.mover.net, has the latest Association information, up-to-date listings of movers, suppliers, international movers and van lines, as well as articles from past issues of The Canadian Mover.

Le site de l'ACD, www.mover.net, fournit les dernières nouvelles de l'Association et une liste à jour des déménageurs, fournisseurs, déménageurs internationaux et entreprises de transport par fourgon automobile. On y trouve aussi des articles des numéros précédents de la revue Le déménageur canadien.

©2018 Canadian Association of Movers. All rights reserved. The contents of this publication may not be reproduced by any means, in whole or in part, without the prior written consent of the publisher.

©2018 L'Association canadienne des déménageurs. Tous droits réservés. Le contenu de cette publication ne peut être reproduit, en tout ou en partie, de quelque façon que ce soit, sans la permission écrite de l'éditeur.

Cover photo/Photo de la couverture :

iStock.com/James D. Kelly

THE CANADIAN MOVER LE DÉMÉNAGEUR CANADIEN

FALL/AUTOMNE 2018

TABLE OF

CONTENTS

DEPARTMENTS | RUBRIQUES

- 8** Chairman's Message |
Message du président du conseil d'administration
- 10** President's Message | Message de la présidente
- 24** New Members | Nouveaux membres
- 42** Professional Services Directory |
Répertoire de services professionnels

FEATURES | ARTICLES

- 12** Member Profile
Rawlinson Moving & Storage Ltd.: 133 years strong |
Profil de membre
Rawlinson Moving & Storage Ltd. : 133 ans de succès
By/Par Richard Woodbury
- 18** 23rd Annual Conference – Niagara Falls |
23^e Conférence annuelle – Niagara Falls
- 26** Survey Says...
A Preliminary Framework for Moving Industry Change |
Le sondage dit...
Un cadre de changement préliminaire pour
l'industrie du déménagement
By/Par Asrai Ord
- 32** Saying "Yes" to the Assignment
CERC's most recent mobility poll shows most Canadians
are open to moving between provinces, so long as the right
incentives are provided |
Dire "oui" à une affectation
Le plus récent sondage du CERC sur la mobilité indique que
la plupart des canadiens sont disposés à déménager de
province lorsque les bonnes mesures incitatives sont offertes
By/Par Matthew Bradford
- 38** Driven To Distractions
Time for a change in culture |
Les distractions au volant
Un changement de culture s'impose
By/Par James Peters and/et Nancy Irvine

TABLE DES

MATIÈRES

AUTOMNE 2018 LE DÉMÉNAGEUR CANADIEN 5

COAST TO COAST



Services Provided

- 🍁 Long Distance Moving in Canada
- 🍁 Corporate and Employee Relocations
- 🍁 Cross Border Canada and United States
- 🍁 Local Moves and Office Moves
- 🍁 Full Packing and Unpacking Services
- 🍁 Warehousing and Storage
- 🍁 International and Overseas Shipping

Become an Agent

- 🍁 Lowest Claim Ratio in the Industry
- 🍁 High Ethical Standards and Corporate Responsibility
- 🍁 Quick Paying
- 🍁 Both Hauling and Booking Agents are Welcomed
- 🍁 Canadian Owned and Operated



Great Canadian Van Lines Ltd.

Head Office – Canada
#208 - 17828 65A Ave, Surrey, BC V3S 1Z3
Tel: 604-540-6683 / Fax: 604-540-6640
Toll-free: 1-800-665-0055
Email: info@greatcanadianvanlines.com
Website: www.greatcanadianvanlines.com

Join a team where you and your input are welcomed and valued. For agency information, please contact our agency development department at 1-800-665-0055 or visit our website at www.greatcanadianvanlines.com and click on Agent Center at the bottom of our Homepage.

“Canada’s Moving Company”



UNITED STATES

MOVING IN CANADA



GREAT CANADIAN

VAN LINES

Featured Agents



A to B Moving Ltd.
878 Viewfield Road
Victoria, BC V9A 4V1
Tel: 250-216-0276 / Fax: 250-414-0178
Email: info@atobmoving.com
Website: www.atobmoving.com



Fluent Moving & Storage
#35 - 2220 Midland Ave
Toronto, ON M1P 3E6
Tel: 416-819-9829 / Fax: 1-855-2-FLUENT (358368)
Toll Free: 1-855-4-FLUENT (358368)
Email: info@fluentmoving.com
Website: www.fluentmoving.com



Provincial Moving
9908 65 Avenue NW
Edmonton, AB T6E 0K9
Tel: 780-469-6233 / Fax: 780-702-1728
Toll Free: 1-800-378-6329
Email: info@provincialmoving.com
Website: www.provincialmoving.com



Riverbend Moving & Storage
905 Berry St
Winnipeg, MB R3H 0S7
Tel: 204-291-8221 / Fax: 204-339-1012
Toll Free: 1-866-849-8042
Email: enquiries@riverbendmovers.com
Website: www.riverbendmovers.com



Bronte Movers

Bronte Moving & Cartage Inc.
1360 Speers Road, Unit A
Oakville, ON L6L 5V3
Tel: 905-847-9638 / Fax: 905-847-5965
Toll Free: 1-888-947-9638
Email: info@brontemovers.ca
Website: www.brontemovers.ca



Purely Canadian Movers Inc.
91 Golden Drive, Unit 16
Coquitlam, BC V3K 6R2
Tel: 604-522-7222 / Toll Free: 1-877-485-6683
Email: info@pcmovers.ca
Website: www.purelycanadianmovers.com



TOTAL MOVE MANAGEMENT

Total Move Management
203 - 430 Hazeldean Road
Kanata, ON K2L 1T9
Tel: 613-509-6683
Email: mike@totalmovemanagement.ca
Website: www.totalmovemanagement.ca



OVERSEAS



CHAIRMAN'S MESSAGE

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL

Cam Carswell

I hope everyone enjoyed a busy and prosperous summer. It was definitely a very challenging one with the labour, or lack thereof, and the volume of government moves in certain weeks.

There's no question that the moving industry has become more challenging in recent years with advances in computer technology, the aging of our workers, and the infiltration of our noble industry by rogues discrediting us with their unscrupulous ways, thereby eroding the consumer's trust in us. As movers, we must be flexible and prepare for change.

Last year's conference on change was a great starting point for discussion on things we, as movers, must consider to remain viable in today's ultra-competitive world. As an owner who's been in the business for more than a few decades, I am very interested in the topics that are going to be discussed at this year's conference as CAM continues with the theme of change.

This year we will learn more about working with the "me" generation and how our traditional business models will have to shift to accommodate how our younger workers think and work. No longer are the owners in charge – the new generation chooses who they work for and how long they stay. And as the seasoned owners begin to retire, how do we prepare to hand over our life-long businesses to this generation and how do we live in acceptance of our decision once we do?

How the younger generation makes decisions is also impacting the way we market our companies. It is no longer viable to just put an ad in the Yellow Pages and wait for people to call us. We have to be marketing on social media and we'll learn at the conference how to generate leads to gain life-long clients out of the millennial generation. That's important to know as we'll be finding out from CERC which Canadians are

J'espère que tous ont bien profité d'un été occupé et prospère. Ce fut définitivement une saison pleine de défis en raison de la problématique liée à la main d'œuvre et du volume important des déménagements gouvernementaux lors de certaines semaines.

Il n'y a aucun doute que l'industrie du déménagement a fait face à encore plus de défis de taille au cours des dernières années en raison des technologies de l'information, du vieillissement de nos travailleurs et de l'infiltration de notre grande industrie par des fraudeurs sans scrupules qui nous discréditent de diverses façons, ce qui contribue à miner la confiance des consommateurs à notre égard. À titre de déménageurs, nous devons faire preuve de flexibilité et nous préparer au changement.

La conférence de l'année dernière sur le changement s'est avérée un bon point de départ afin de discuter de sujets que nous, les déménageurs, devons prendre en considération afin de demeurer viables dans ce monde ultra compétitif d'aujourd'hui. Comme propriétaire qui a été dans le domaine pendant plusieurs décennies, je suis très intéressé par les sujets qui seront discutés lors de la conférence de cette année au moment où l'ACD poursuit avec le thème du changement.

Cette année, nous en apprendrons plus sur les manières de travailler avec la génération des milléniaux et de quelle façon nos modèles d'affaires traditionnels devront évoluer afin de mieux s'arrimer avec la vision et l'approche de travail de nos jeunes travailleurs. Les propriétaires ne sont plus en contrôle comme auparavant – ceux de la nouvelle génération choisissent pour qui ils travaillent et combien de temps ils vont rester. Et comme les propriétaires aux cheveux gris commencent à se retirer, comment allons-nous nous préparer pour transmettre nos entreprises bâties pendant toute une vie à cette génération et comment allons-nous vivre avec l'acceptation de notre décision lorsqu'elle aura été prise?

La façon dont la jeune génération prend ses décisions a également un impact significatif sur notre manière de positionner nos entreprises. Ce n'est dorénavant plus viable de simplement mettre une annonce dans les Pages Jaunes et d'attendre que les gens nous appellent. Nous devons faire notre marketing sur les médias sociaux et nous apprendrons, lors de la conférence, comment générer des clients potentiels afin de faire de la génération des milléniaux des clients à long terme. C'est important de le savoir car nous allons apprendre du CERC quels canadiens sont d'accord



MOVING + SELF STORAGE + RESTORATION + INDUSTRIAL
416.293.6293 • DOLLIES-BOXES.COM

No longer are the owners in charge – the new generation chooses who they work for and how long they stay.

willing to move for work and where they are moving to – all important information as the moving industry shifts to new ways of doing business.

Of course, on the top of everyone's minds these days is the upcoming legalization of cannabis. We are fortunate to have one of the top specialists in Canada to help us understand what we need to do as owners and managers to ensure our HR policies are conforming to the new legislation. Having sat in on one of Sandra's sessions already, I can tell you that it is complicated and a little scary to comprehend.

I am encouraged with the news out of the United States about the containment of rogues and uber-type movers. While Canada continues to struggle to get our law enforcement and government officials to even acknowledge the criminal element in the moving industry, in many States the moving associations are working hand-in-hand with their enforcement agencies to apprehend and charge rogues with theft. We'll be learning more about that – as well as what kind of impact we can expect with the mandated electronic logging devices to be on our operations – from the president of the American Moving & Storage Association.

The Conference Committee has done a great job in securing speakers and I hope you will join me in Niagara Falls to not only get up to speed on current issues that are going to directly impact your business over the next five years, but also to celebrate the achievements of our award winners this year.



Cam Carswell
Chairman

pour déménager en raison du travail et où ils déménagent – des informations plus qu'importantes à savoir au moment où l'Industrie du déménagement effectue une transition vers de nouvelles façons de faire des affaires.

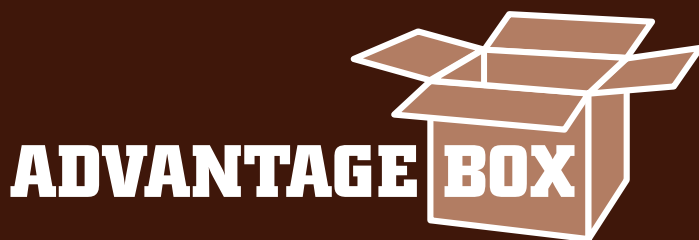
Bien sûr, en ce moment, une des principales préoccupations de nos membres concerne la prochaine légalisation du cannabis. Nous sommes privilégiés d'avoir l'une des meilleures spécialistes en la matière au Canada pour nous aider à comprendre ce que nous devons faire, à titre de propriétaires et de dirigeants, afin de nous assurer que nos politiques de ressources humaines sont en conformité avec la nouvelle législation. Ayant eu l'opportunité de participer à l'une des sessions données par Sandra, je peux vous affirmer que c'est compliqué et quelque peu inquiétant à appréhender.

Je suis encouragé par les nouvelles provenant des États-Unis au sujet des mesures prises pour endiguer la prolifération des fraudeurs et des déménageurs de type Uber. Pendant que le Canada continue de lutter afin d'obtenir un renforcement de nos lois et que nos fonctionnaires gouvernementaux daignent à tout le moins reconnaître l'existence de ces éléments criminels dans l'industrie du déménagement, plusieurs associations américaines de déménageurs travaillent main dans la main avec les agences de contrôle de plusieurs états américains afin d'arrêter et d'accuser les fraudeurs de vol. Grâce au président de l'American Moving & Storage Association, nous en apprendrons plus à ce sujet, ainsi que sur l'impact possible que nous devons anticiper avec l'exigence liée aux dispositifs d'enregistrement électroniques dans le cadre de nos opérations.

Le comité de la conférence a effectué un excellent travail afin de s'assurer de la présence de ces conférenciers et j'espère que vous vous joindrez à moi, à Niagara Falls, non seulement pour vous mettre à niveau au sujet de ces problématiques qui vont assurément avoir un impact direct sur vos entreprises au cours des cinq prochaines années, mais également afin de souligner les réalisations de ceux et celles qui se sont mérités un prix de l'ACD cette année.



Cam Carswell
Président du conseil d'administration



Moving Boxes & Supplies
Moving Equipment

Supplying ALL Western Canada!

'Extra Mile' Service

1.888.922.2325 • advantagebox.com



PRESIDENT'S MESSAGE

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

Nancy Irvine

It's hard to believe that it's been a year since I was selected to be the President of CAM. Right from the start, it was clear to me that the Canadian Association of Movers had a bit of an image problem ... it didn't actually have a public image. We needed to be put into the spotlight and people needed to know that CAM was an organization where consumers could get unbiased moving information and find a trusted, reliable mover.

Since December, we have spent a good portion of our efforts building an image. Social media was our main focus and projects we undertook have helped us gain likes and followers from across the country and around the world. I feel that it is important for the consumer to know there is somewhere that they can go in order to get good information on moving. With the help of our members, CAM posts on various platforms every day. Many of those posts are shared, especially through the business world on LinkedIn. This parlays into more hits on our website and a large increase in referrals to our members.

Over the past year CAM identified many partners we needed to develop solid relationships with in order to get the word out. Our new relationship with the Better Business Bureaus across Canada has helped make CAM more prominent. Our "May is Moving Month" collaboration garnered a lot of positive press and, I believe, made vulnerable people more aware of the steps they need to take when hiring a mover. I can't wait to see where our relationship with the BBB goes.


Our collaborative efforts have spread south of the border as well. Besides having wonderful relationships with the International Association of Movers (IAM) and the American Moving & Storage Association (AMSA), we are actively participating in the US National Council of Moving Associations, sharing information with regards to legislation, rogue

I m'est difficile de croire qu'une année s'est déjà passée depuis que j'ai été sélectionnée pour occuper le poste de présidente de l'ACD. Dès le début, il était clair pour moi que l'Association Canadienne des Déménageurs avait un petit problème d'image... elle n'avait pas d'image publique. Nous avons besoin d'être mis à l'avant-plan et les gens devaient savoir que l'ACD était une organisation où les consommateurs pourraient obtenir de l'information impartiale relative au déménagement et trouver un déménageur fiable et de bonne réputation.



Depuis le mois de décembre, nous avons dédié une bonne partie de nos efforts à développer une image. Les médias sociaux ont été au centre de notre action et les projets que nous avons mis en marche nous ont aidés à acquérir des appréciations et des adeptes provenant d'un peu partout au pays et dans le monde. J'ai le sentiment qu'il est important pour les consommateurs de savoir qu'il existe un endroit où ils peuvent se rendre afin d'obtenir de l'information crédible au sujet des déménagements. Avec l'aide de nos membres, l'ACD a affiché des publications sur diverses plateformes à tous les jours. Plusieurs de ces publications ont été partagées, en particulier par l'entremise du monde des affaires sur LinkedIn. Celles-ci ont été converties en plusieurs clics sur notre site Web, amenant ainsi une augmentation accrue du nombre de références vers nos membres.

Au cours de la dernière année, l'ACD a identifié plusieurs partenaires avec lesquels nous avons besoin de développer de solides relations d'affaires afin de nous permettre de diffuser notre message. Notre nouvelle relation d'affaires avec les bureaux d'éthique commerciale (BBB) partout au Canada a aidé à assurer une présence plus importante de l'ACD. Notre projet collaboratif, *Mai est le mois du déménagement*, a beaucoup retenu l'attention et s'est mérité une couverture positive de la part des médias et, je crois bien, a permis à des personnes vulnérables d'être mieux informées relativement aux diverses étapes à suivre lorsqu'elles embauchent un déménageur. Je suis impatiente de voir où nous conduira notre relation avec les BBB.

Nos efforts de collaboration se sont également propagés au-delà de la frontière. En plus d'avoir une excellente relation d'affaires avec l'International Association of Movers (IAM) et l'American Moving & Storage Association (AMSA), nous sommes impliqués activement dans l'US National Council of Moving Associations avec qui nous partageons des informations relativement aux législations, au commerce des fraudeurs ainsi que sur les différentes tendances liées au déménagement que l'ACD s'efforce de surveiller. Des connaissances de première main s'avèrent essentielles, tout comme bénéficier d'une information pertinente, ce qui aide assurément les 44 membres du Conseil à faire face à ce monde rempli de défis et dans lequel nous essayons tous de gagner notre vie.



PATRICIA LOPES
NEW BUSINESS DEVELOPMENT
Rentals of Plastic Containers & Moving Equipment
6625 TOMKEN ROAD, MISSISSAUGA, ONTARIO, L5T 2C2
905-507-8557 • CELL. 647-297-8845 • 1-888-502-BINS/2467
Patricia@bluebins.com www.bluebins.com



businesses, and moving trends that CAM needs to watch for. Forehand knowledge is a wonderful thing, and having timely information is helping all 44 members deal with the challenging world that we are trying to make a living in.

We've been pleased this year to also rejuvenate our relationship with CERC – The Canadian Employee Relocation Council – and were thrilled to be able to provide some assistance to CERC for their quadrennial CERC/IPSOS Employee Mobility Survey. You can read the interesting results of their study on page 32.

We continue to educate and prepare you for the year(s) ahead. I think you will agree that we have an outstanding lineup of topics and speakers for our November conference. Have a look at our conference program beginning on page 18; we do hope you'll consider joining us in Niagara Falls.

I've been delighted to have conversations with many of you about your concerns about the moving industry, and I look forward to working with many more of you over the next year as we continue with our goal of providing value to your membership.



Nancy Irvine
President

Cette année, nous avons été également heureux de renouveler notre relation d'affaires avec le CERC – le Canadian Employee Relocation Council – et nous avons été ravis de pouvoir fournir de l'assistance au CERC dans le cadre du sondage quadriennal CERC/IPSOS sur la mobilité des employés. Vous pouvez lire les résultats plus qu'intéressants de ce sondage dans ce magazine.

Et nous continuons à vous éduquer et à vous préparer pour les années à venir. Je crois que vous serez d'accord pour dire que nous aurons une exceptionnelle panoplie de sujets et de conférenciers lors de notre conférence annuelle du mois de novembre. J'ose espérer que vous allez considérer vous joindre à nous à Niagara Falls. Jetez un coup d'œil au programme de notre conférence qui se trouve dans ce magazine.

J'ai été enchantée de toutes les conversations que j'ai pu avoir avec plusieurs d'entre vous relativement à vos préoccupations au sujet de l'industrie du déménagement. J'anticipe à l'avance de pouvoir travailler avec encore plus de nos membres au cours de la prochaine année alors que nous poursuivons notre objectif de vous offrir une plus grande valeur à l'égard de votre adhésion avec nous.



Nancy Irvine
Présidente

Cover inset: CAM President Nancy Irvine
"going over the Falls in a barrel."



Photo de couverture en médaillon :
Nancy Irvine, présidente de l'ACD
"s'élançant du haut des Chutes dans un baril".

Move
Management Group, Inc.

MANAGEMENTMOVE.COM

We provide nationwide pre-move and post-move services to moving companies and agents of van lines in the USA and Canada.



877-664-4968

There are enough frustrations in a day, getting services performed shouldn't be one of them.

Virtual Services:

- Video Conference Surveys
- Telephone Surveys
- Video Quality Control Checks

In-Home Services:

- Visual Surveys
- Debris Pickups
- Carton Deliveries
- Quality Control Checks
- On Site Supervision
- Transit Damage Reviews
- International Surveys
- In-Home Organization

KID
TRAILER AND EQUIPMENT



Custom Built Moving Vans



KENTUCKY TRAILER

- Dry Freight Vans with side doors and storage boxes for Special Commodities
- The most versatile range of custom built moving vans in the industry

1090-A South Service Road East, Oakville, ON L6J 2X8
800.265.6291 chris@kidtrailer.ca



Rawlinson Moving & Storage Ltd.

133 years strong

By/par Richard Woodbury

Rawlinson Moving & Storage Ltd.

133 ans de succès

When you get an email from Jim Carney, president and CEO of Rawlinson Moving & Storage Ltd., his signature includes links to four CBC News stories about the moving industry that aren't flattering. It might seem like an odd thing to do, but Carney wants to spread the word about rogues, non-reputable moving companies who promise low rates, but add in hidden charges once the move is being carried out and jack up the load rates, which essentially results in people's belongings being held hostage unless they pay the suddenly-inflated prices. "It's such an issue right now that I want to get it out there, so they know what's going on," says Carney.

Today's tech-driven world allows for the proliferation of rogues. With the use of a slick website and some positive made-up reviews, that's just about all that's needed. "They don't even need to have trucks, just a nice sounding voice on the other end of the phone. A lot of this business is unfortunately booked over the phone, and therein lies the problem with this industry having such a ... less than stellar reputation," says Carney.

For a company like Rawlinson, the very idea of rogues is astonishing. In business for 133 years and now based in Mississauga, ON, the company was founded in 1885 in downtown

Lorsque vous recevez un courriel de Jim Carney, président et chef de la direction de Rawlinson Moving & Storage Ltd., sa signature est accompagnée de liens vers quatre reportages de CBC News sur l'industrie du déménagement qui sont loin d'être flatteurs. Ça peut sembler un peu curieux, mais Carney souhaite véhiculer l'information à propos des déménageurs malhonnêtes, des compagnies de déménagement peu fiables qui promettent des bas prix, mais qui ajoutent par la suite des frais cachés pendant le déménagement et qui font grimper les taux de charge, ce qui se termine la plupart du temps par la prise en otage des biens personnels des clients jusqu'à ce qu'ils paient les prix soudainement gonflés. "C'est devenu tellement un problème que je veux le faire savoir à tous afin qu'ils sachent ce qui se passe," mentionne Carney.

Le monde des technologies d'aujourd'hui contribue à la prolifération des fraudeurs. L'utilisation d'un site Web attrayant et de quelques commentaires positifs montés de toute pièce sont en fait tout ce qui est requis. "Ils n'ont même pas besoin d'avoir de camions, seulement une belle voix séduisante à l'autre bout du fil. Bon nombre de ces déménagements sont en fait réservés au téléphone, ce qui, par conséquent, constitue le problème de base avec



A typical day at Rawlinson's with a busy yard and warehouse.

Une cour et un entrepôt achalandés lors d'une journée typique chez Rawlinson.

Toronto. Carney says he knows of no other mover in Canada as old as Rawlinson. When the company started, its first moving truck was a horse and buggy, any long-distance shipments were done by rail, while overseas shipments were done by ship.

At one point, the company had grown so large it had eight buildings in Toronto's downtown core, but when it got too expensive to be located there, the company moved to Downsview in the 1960s.

It was also in the 1960s that the Rawlinson family sold the business and it underwent some ownership changes.

In June 1976, Carney's final year of high school, he joined the company for a summer job. With a tractor-trailer licence, the 17-year-old found himself travelling the country doing whatever was needed to be done to complete a move. He loved it. "A complete eye opener," he says. "Absolutely fascinating just to see the country. I almost would have done it for nothing to see the country. The exposure I got to Canada during those years, I may never have got that otherwise. To get paid as I was seeing the country, I'll never ever forget those days." During his university years, Carney also worked for the company during the summers and he's been there ever since.

Carney worked his way up with the company and in 1989, he bought a portion of it. In 2010, he bought out a partner and has been the sole owner since then.

During his time with the company, Carney has witnessed huge changes in how the moving industry operates. When he first started, the largest chunk of advertising money was spent on the Yellow Pages, whereas marketing dollars now go toward online advertising.

In the 1980s, with the help of real estate listings, Carney would knock on 50 doors a day to drum up business. Today, he says you might get arrested doing that. Not surprisingly, online marketing has become moving companies' focus for getting phones to ring – and rogues have swooped in.

Carney says fighting rogues is one of the biggest challenges the industry faces. "No sooner do you think you have one company taken care of, there are five or six behind you doing the same thing, so it's a never-ending battle," he says.

Consumer education is one of the ways Carney and the Canadian Association of Movers are fighting rogues. With the information in his email signature, Carney hopes potential clients will click on those links. Doing so may prevent the angry calls he sometimes gets wondering why Rawlinson's quotes are at least twice the price of another mover.

Carney says when making moving decisions, consumers can do several things to protect themselves. They should see if the company has an office they're based from. In one of the CBC News articles Carney's signature links to, the addresses of two moving companies were in fact a hotel and a high-rise

ces entrepreneurs dotés d'une... réputation peu enviable," indique Carney.

Pour une entreprise comme Rawlinson, l'idée même de l'existence des déménageurs malhonnêtes est stupéfiante. En affaires depuis 133 ans, et maintenant installée à Mississauga en Ontario, l'entreprise a été fondée en 1885 au centre-ville de Toronto. Carney mentionne qu'il ne connaît pas d'autre déménageur au Canada qui soit plus ancien que Rawlinson. Lorsque la compagnie a débuté, son premier camion de déménagement était constitué d'un cheval et d'une charrette, toutes les expéditions sur de longues distances étaient effectuées par train, alors que les expéditions outre-mer étaient faites par bateau.

À un certain point, la compagnie s'était tellement développée qu'elle avait huit immeubles au centre-ville de Toronto, mais lorsque c'est devenu trop dispendieux d'être localisée à cet endroit, elle a déménagé à Downsview durant les années 60.

C'est également au cours des années 60 que la famille Rawlinson a vendu son entreprise qui a par la suite subi quelques changements de propriété.

En juin 1976, dernière année d'études secondaires de Jim, celui-ci s'est joint à l'entreprise pour un travail d'été. Avec son permis de conducteur de camion semi-remorque, l'adolescent de 17 ans s'est retrouvé à voyager à travers le pays en faisant tout ce qui était requis pour compléter un déménagement. Il a adoré ça. "Ce fut une complète révélation," dit-il. "C'était absolument fascinant de voir tout le pays. J'aurais pratiquement fait ça pour rien juste pour voir du pays. L'aperçu du Canada que j'ai eu au cours de ces années n'aurait jamais été possible en d'autres circonstances. Être payé tout en visitant le pays, je n'oublierai jamais ce temps-là." Au cours de ses années à l'université, Carney a également travaillé pour l'entreprise durant les périodes estivales et il y est demeuré depuis ce temps.

Carney a fait son chemin à l'intérieur de la compagnie et, en 1989, il a acquis une partie de celle-ci. En 2010, il a racheté les parts de son partenaire et est devenu le propriétaire unique depuis ce temps.

Durant son séjour avec l'entreprise, Carney a été témoin de changements majeurs quant à la façon de faire de l'industrie du déménagement. Lorsqu'il a débuté, la majeure partie de son budget publicitaire était investi dans les Pages Jaunes, alors que, de nos jours, le budget marketing est orienté vers la publicité en ligne.

Au cours des années 1980, avec l'aide des annonces immobilières, Carney frappait à environ 50 portes par jour afin de développer ses affaires. Aujourd'hui, il dit que vous pourriez être arrêté en faisant une telle chose. Sans surprise,

residential building. People should also confirm if the mover has workers compensation coverage and liability insurance. As well, do they belong to a reputable van line? "That gives a moving company instant credibility," says Carney. Will the company provide a written quote with terms and conditions? Also, check out the company's Better Business Bureau rating.

One of the biggest double-edged swords is to check out other online reviews. Carney says some rogues will create negative reviews and post them on social media about reputable movers. "That's probably the biggest thorn in my side," says Carney.

As well, a disreputable mover may flood its social media page with hundreds of positive reviews, often purchased, to drown out the negative ones.

One of the challenges with rogues is that an individual may in fact be running multiple different companies. Carney says he recently spoke with a customer who was quoted some "outlandishly low" prices for a move. With some detective work, he was able to trace three of the quotes back to the same owner.

One of the things Carney is passionate about is *Project Haul*, an investigation by Toronto police and the RCMP into moving fraud. In a case last year, an Alberta family who was quoted \$2,700 to move their belongings to the East Coast alleged their items were being held hostage unless they paid \$14,000 to get them back.

Carney and some other Canadian Association of Movers members volunteered to deliver the shipments free of charge once the police retrieved the family's belongings. The investigation led to charges against the rogues.

Carney thinks investigations like this are crucial. "Hopefully, other disreputable movers will see this and maybe think twice about being so fraudulent in their moving efforts," he says.

Besides rogue enterprises, the industry faces numerous other challenges. Carney says many of the reputable moving companies are owned by baby boomers, so there will be a lot of

le marketing en ligne est devenu le centre d'intérêt des compagnies de déménagement afin de susciter les appels téléphoniques – et les fraudeurs s'y sont précipités.

Carney mentionne que la lutte contre les fraudeurs se veut l'un des plus grands défis auxquels est confrontée l'industrie. "Aussitôt que vous croyez avoir décroché un client, il y en a cinq ou six derrière vous qui font la même chose, c'est donc une bataille sans fin," dit-il.

L'éducation du consommateur est l'une des façons qu'utilisent Carney et l'Association Canadienne des Déménageurs pour combattre les déménageurs malhonnêtes. Grâce à l'information jointe à sa signature de courriel, Carney espère que ses clients potentiels vont cliquer sur ces liens. En agissant de la sorte, il souhaite prévenir les appels de colère qu'il reçoit parfois relativement au fait que les soumissions de Rawlinson sont au moins le double du prix d'un autre déménageur.

Carney mentionne que lorsqu'ils prennent une décision relative à un déménagement, les consommateurs peuvent faire plusieurs choses pour se protéger. Ils doivent vérifier si la compagnie possède un bureau d'affaires. Dans l'un des articles de CBC News auquel mène l'un des liens joints à la signature de Carney, les adresses de deux compagnies de déménagement étaient en fait les adresses d'un hôtel et d'un immeuble résidentiel. Les gens devraient également vérifier si le déménageur souscrit à un régime d'indemnisation des accidentés du travail et possède une assurance responsabilité. Également, font-ils partie d'une compagnie de transport réputée? "C'est ce qui donne à une compagnie de déménagement une crédibilité instantanée," indique Carney. Est-ce que la compagnie fournit une soumission écrite avec les termes et les conditions? Également, vérifiez la notation de la compagnie aux bureaux d'éthique commerciale.

L'une des plus délicates armes à double tranchant est la revue des autres critiques en ligne. Carney mentionne que certains fraudeurs vont créer des revues négatives sur des déménageurs réputés et les afficher sur les médias sociaux. "Il s'agit probablement du pire danger pour moi," dit Carney.

En même temps, un déménageur à la réputation douteuse peut inonder ses pages de médias sociaux avec des centaines de revues positives, souvent achetées, afin de noyer les revues plus négatives.

Un des défis avec les fraudeurs, c'est qu'un individu peut en fait exploiter différentes compagnies. Carney indique qu'il a récemment discuté avec un client à qui on avait soumissionné des prix "ridiculement bas" pour un déménagement. Suite à un travail d'investigation, il a été capable de retracer trois de ces soumissions qui provenaient toutes du même propriétaire.

L'une des choses qui passionne Carney est le *Projet Haul*, une enquête menée par le Service de police de Toronto et la GRC dans le cadre d'une fraude de déménagement. Dans un de ces cas, l'année dernière, une famille de l'Alberta à qui on avait soumis un prix de 2700 \$ pour déménager leurs biens sur la Côte Est alléguait que leurs biens avaient été retenus en otage à moins qu'ils ne paient 14 000 \$ pour les avoir.





Not everyone is lucky enough to move
Cmd. Chris Hadfield!

On n'a pas tous les jours la chance de
déménager le C^d Chris Hadfield!

ownership changes in the coming 10 years.

Another challenge is the current makeup of the moving industry's workforce. Carney says the average age of a driver in the industry is in the mid 50s. Combined with today's aging Canadian population, it's going to be even more challenging to replace the drivers.

After 133 years of being in business, Rawlinson seems well-suited to tackle challenges like these for the next 133 years.

Carney et d'autres membres de l'Association Canadienne des Déménageurs se sont portés volontaires pour livrer gratuitement les expéditions après que les policiers eurent retrouvé les biens de cette famille. L'enquête a mené à des accusations portées contre les fraudeurs.

Carney croit que des enquêtes de ce type sont primordiales. "Espérons que d'autres déménageurs à la réputation plus que discutable verront ces enquêtes et y penseront peut-être à deux fois avant d'agir de manière frauduleuse dans leurs actions liées au déménagement," dit-il.

À part ces entreprises frauduleuses, l'industrie fait également face à de nombreux autres défis. Carney indique que plusieurs des entreprises de déménagement réputées sont la propriété de baby-boomers, ce qui fait qu'il surviendra beaucoup de changements de propriété au cours des 10 prochaines années.

Un autre défi se veut l'effectif actuel constituant la main-d'œuvre de l'industrie du déménagement. Carney mentionne que l'âge moyen d'un chauffeur dans l'industrie se situe dans le milieu de la cinquantaine. Combiné au vieillissement de la population canadienne d'aujourd'hui, ce sera encore plus difficile de remplacer ces chauffeurs.

Après 133 ans en affaires, Rawlinson semble bien adaptée pour relever des défis comme ceux-ci au cours des 133 prochaines années.



ARE YOU
MOVING OR
PLANNING
A MOVE?

VOUS
DÉMÉNAGEZ
OU PRÉVOYEZ
DÉMÉNAGER ?

SPICERS OFFERS A COMPREHENSIVE LINE OF PRODUCTS FOR ALL OF YOUR MOVING NEEDS.

Bubble Wrap	Labels	Printed Moving Boxes
Single Faced Corrugated	Mattress Covers	Stretch Film
Flatback Tape	Moving Boxes	Krubble
Foam Rolls	Packing Newsprint	Tape Guns
Furniture Covers	Packing Tape	Utility Knives

SPICERS OFFRE UNE GAMME COMPLÈTE DE PRODUITS INDUSTRIELS POUR VOS BESOINS EN DÉMÉNAGEMENT.

Emballage à bulles d'air	Boîtes de déménagement
Rouleaux d'emballage ondulé, simple face	Papier journal
Ruban "flat back" - Extensible	Ruban d'emballage
Rouleaux de mousse	Boîtes de déménagement imprimée
Couvertures de meuble	Pellicule étirable
Étiquettes	Emballage ondulé à bulles
Couvertures de matelas	Dévidoirs à ruban
	Couteaux



877 790 2335

spicers.ca

RENT PLASTIC MOVING BOXES FOR YOUR NEXT MOVE



YOUR COMPLETE EQUIPMENT SOLUTION.

The largest inventory of plastic moving bins and equipment rentals in Canada at the lowest Guaranteed price!!

\$.75
per box
per week

Our environmentally friendly bins are available in 3 distinct colours.



www.TheMoversChoice.com

orders@themoverschoice.com
1745 Meyerside Drive, Unit 9 & 10
Mississauga, Ontario L5T 1C6

4500 Sheppard Ave. E., Unit 41
Scarborough, Ontario M1S 3R6

905.670.2778

Est. 1988



The MOVER'S CHOICE

For Moving Bins and Equipment Rentals - Since 1988

1745 Meyerside Drive, Unit# 9&10
Mississauga, ON L5T 1C6
Phone: 905-670-2778
Email: orders@themoverschoice.com

RENTAL PRICE LIST

ITEM DESCRIPTION	COST PER WEEK
GREY BOX	75¢
GREY LID	
RED BOX	75¢
RED LID	
BLUE BOX	75¢
BLUE LID	
HINGED LID BOX	\$1.25
BIN DOLLY	\$2.00
COST PER DAY	
FLAT DOLLY	75¢
SCREEN DOLLY	\$3.50
TERMINAL CART	\$3.50
OPEN BIN	\$3.50
TWO WHEEL HAND TRUCK	\$5.00
PALLET TRUCK	\$10.00
APPLIANCE TRUCK	\$7.00
VENDING MACHINE TRUCK	\$10.00
MINI LIFT	\$10.00
ROLL-A-LIFT / SAFE MOVER	\$75.00
PRY-BAR	\$5.00
ELECTRIC STAIRCLIMBER TRUCK	\$75.00

Complimentary Labels and Security Ties

PHONE: 905-670-2778
www.TheMoversChoice.com

The MOVER'S CHOICE

For Moving Bins and Equipment Rentals - Since 1988

1745 Meyerside Drive, Unit# 9&10
Mississauga, ON L5T 1C6
Phone: 905-670-2778
Email: orders@themoverschoice.com

ITEM DESCRIPTION	COST PER DAY
6' & 8' LONG X 36" WIDE SOLID RAMP	\$35.00
12' LONG X 36" WIDE SOLID RAMP	\$35.00
12' LONG X 36" WIDE SPLIT RAMP	\$35.00
14' LONG X 36" WIDE SOLID RAMP	\$35.00
14' LONG X 36" WIDE SPLIT RAMP	\$35.00
16' LONG X 36" WIDE SPLIT RAMP	\$35.00
36" WIDE DOCK PLATE	\$10.00
48" WIDE DOCK PLATE	\$25.00
FURNITURE PAD	\$1.00
16' LOGISTICAL STRAP WITH HOOK	\$1.00
16' LOGISTICAL STRAP WITH E FITTING	\$1.00
PIANO SKID	\$10.00



PHONE: 905-670-2778
www.TheMoversChoice.com



Matco
MOVING SOLUTIONS

"We want to move you"



**LEARN MORE ABOUT
 MATCO MOVING
 SOLUTIONS**



www.matco.ca
1.800.661.3618

**YOUR PREMIUM
 QUALITY SERVICE
 PROVIDER IN
 ALBERTA**

You can count on Matco Moving Solutions to handle your Origin and Destination Services with the utmost care and professionalism

Edmonton



Calgary



Fort McMurray



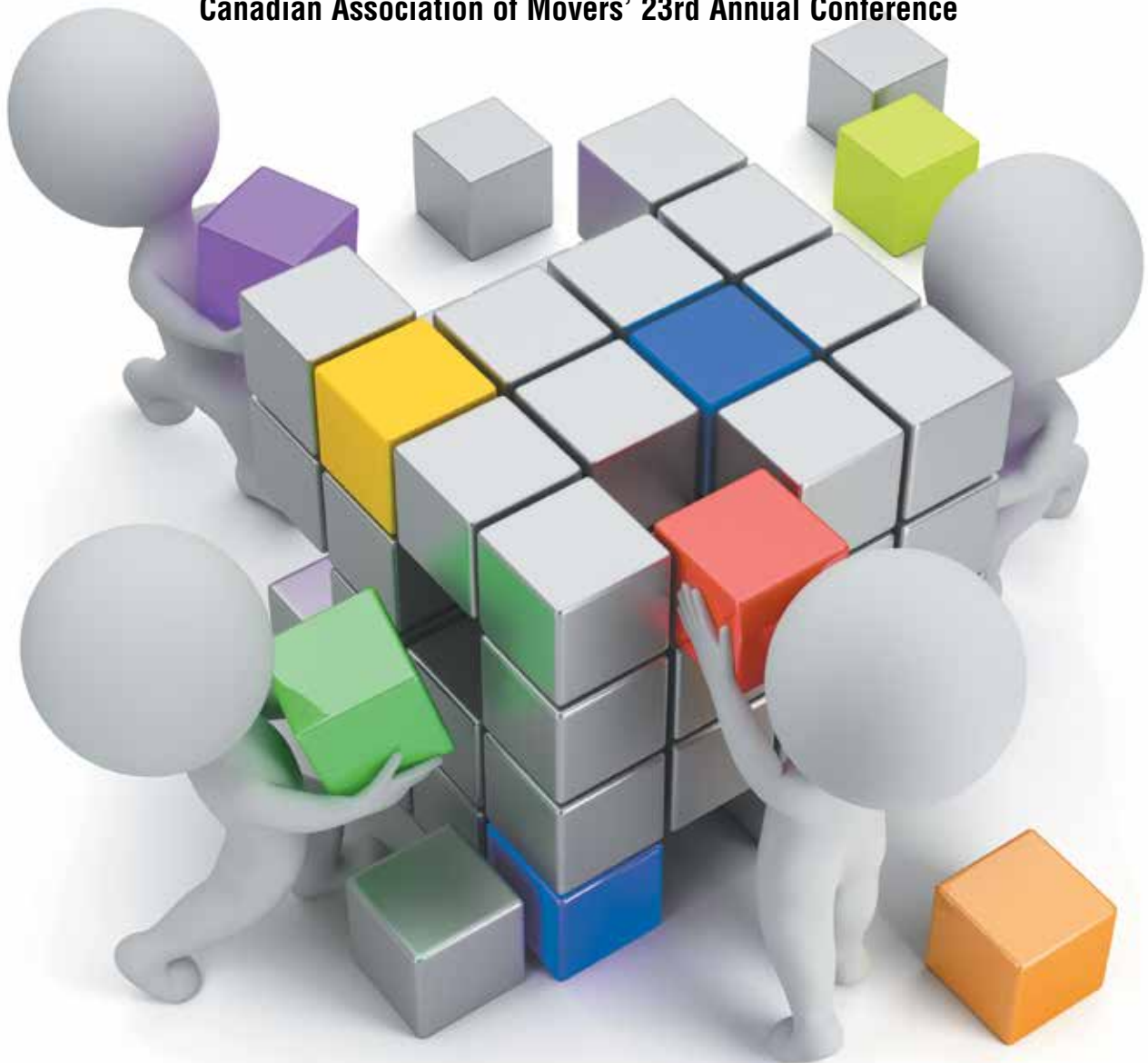
Canadian Association of Movers
Canada's Trade Association for the Moving Industry

2 0 1 8 A N N U A L C O N F E R E N C E

BUILDING BLOCKS

-- for Next Generation Performance

Canadian Association of Movers' 23rd Annual Conference



Sunday, November 18, 2018 (6:00 pm) – Tuesday, November 20, 2018 (9:00 pm)
Crowne Plaza, 5685 Falls Ave., Niagara Falls, Ontario L2E 6W6 Canada

iStock.com/AnatolyM

Building Blocks -- For Next Generation Performance

Dear fellow moving professional:

I am pleased to invite you to attend our 23rd Annual Conference being held in Niagara Falls, November 18th – 20th. Inspired from some of the great conversations and experiences from last year's conference in Montreal, the Conference Committee selected the theme **Building Blocks for Next Generation Performance**.

- We have an exceptional array of speakers lined up who will convey their insight and experiences to help guide you to build a stronger business. Our presenters will answer some important questions such as:
- How well do you understand the millennial and their buying patterns? Have you given any thought to how you'll run your business in less than half a decade when 3 out of every 4 workers will be a millennial?
 - Do you really know what the impact of electronic logging is going to be and how to manage it effectively?
 - How will you deal with legalized cannabis in your operation?
 - Do you understand who is moving in Canada and where they are going?
 - Is your social media getting you a return on investment?
 - How well-prepared are you to hand your company to the next generation in your retirement, or to ensure it's managed if you're incapacitated or to set it up for sale? Succession planning is an important aspect of transitioning your business effectively.

Our 2018 conference program is building on our successful format from last year. The program will run for two full days to provide you with greater opportunity to connect with experts, CAM's supplier partners, and your fellow moving professionals. Please read our detailed program.

Join us in Niagara Falls! Delegates are urged to bring their spouses as Niagara Falls is a tourist destination during all times of the year. In fact, Saturday, November 17th marks the start of the world famous "Festival of Lights" and will include a palette of colour with millions of sparkling lights and animated displays as well as a stunning firework display over the Falls. There's a parade in the afternoon and there will be a special guest flying down from the North Pole to attend.

The Crowne Plaza – The Queen of Niagara Falls – is part of the only hotel, entertainment and attractions complex in Niagara that is directly across from the Falls. Stay for the weekend and enjoy all that Niagara Falls and the area have to offer at the fantastic "Fallsview" room rate of \$115 (single/double). We can't wait to see you there!

Best regards,



David Ogilvy, Chairman,
CAM's Annual Conference Committee

"By far the most
informative and well
run of all the conferences
I have attended as a CAM
member. You get an A+
at every level."
-- feedback on CAM's 2017
annual conference

MONDAY, NOVEMBER 19

Connecting with the “Me” Generation – What You Need to Know about Engaging Millennials



Dong-Ling Chen, Consultant, Human Capital (Toronto), Deloitte

With the abundance of misconceptions about Millennials, it is no wonder why they are often called the “me” generation. Given that in less than four years, three out of every four workers globally will be a Millennial, figuring out who

Millennials are and what they are really like is at the top of most employers’ minds.

To help employers understand how best to connect with the Millennial generation, we first explore who Millennials are by debunking the common stereotypes about them, before talking about what more accurately characterizes them. We then go into specifically what Millennials look for in an employer, both when choosing to join a company and deciding whether or not to stay. Finally, we explore some strategies employers and leaders can use when looking into how they can maximize the potential of Millennials.

Maximizing Your Social ROI



Rebecca Mountain, President, Impetus Social Inc.

Do you know the ROI of your social or digital marketing strategy? If not, then you’re not alone – but you need to fix it STAT. This session will cover how to generate low-cost, high-converting leads and follow them through your

sales funnel so that they turn into profitable, life-long clients as soon as possible. You’ll walk away with actionable tactics and strategies to apply right away – and see results within 24 hours.

Canadians on the Move: Who’s Moving? Where To and Why?



Stephen Cryne, President & CEO, Canadian Employee Relocation Council (CERC)

Based on a 2018 survey of working Canadians, this presentation takes a closer look at the willingness of Canadians to move for employment purposes.

Curing Cannabis Confusion: A Clear Path Through the Haze



Sandra Crozier-McKee, Founder, Western Business Mechanics

The Speaker’s Bureau of Canada only admits the top speakers in their fields and Sandra Crozier-McKee is their selected speaker on the subject of cannabis in the workplace. Her presentation delves into the essential actions leaders must take to ensure their policies meet the required standards under the new legislation. Her seminar is constantly evolving to deliver the latest information available in the area where your business is located. A member of the Canadian Cannabis Chamber of Commerce, CCOHS-certified in “Cannabis in the Workplace”, she illuminates a clear path for your organization to follow by summarizing the current relevant and reliable research.

TUESDAY, NOVEMBER 20

US and Canadian Moving: New Paths for a New Generation



Scott Michael, President & CEO, American Moving and Storage Association (AMSA)

We’re so much alike...and then we’re not. There’s a lot to think about when comparing US and Canadian moving trends: electronic logging devices and how they’ve affected the way US companies are working;

Millennials’ desire for apps and uber-type services and the

rogue operations resulting from that want; the need to up your social media and customer reviews game to even get a look from prospective customers; and the rising popularity of virtual surveys.

Scott Michael is going to update us on US trends and the general state of their moving industry. Knowing that developments in the US will surely spill into Canada, this is guaranteed to be an hour well spent.

Difficult Conversations – Planning for Family Business Successions



Mark H.J. Denney,
VP Marketing, WCS Bridgeforce

Business succession planning is often one of the last things small business owners want to discuss or plan for. By putting the discussions off “for later”, owners are often boxed into a corner they’d prefer not to be. Listen to a few case studies on

some interesting succession structures and how other business owners transitioned their valuable businesses to either their family or outside purchasers. With Mark’s fact-finder, have all the data at hand to make intelligent, reasonable decisions on what you should do with your business.

SUNDAY, NOVEMBER 18

6:00 PM to 10:00 PM – Reception
(Niagara Brewing Company)

MONDAY, NOVEMBER 19

7:30 AM – Registration and buffet breakfast

7:30 AM to 4:00 PM – Trade show

9:00 AM to 4:00 PM – Presentations, lunch and breaks

10:30 AM to 10:45 AM – Annual General Meeting

5:00 PM to 7:00 PM – Reception hosted by Ogilvy

Insurance and GPS Consulting Group (Hard Rock Café)

TUESDAY, NOVEMBER 20

7:30 AM – Registration and buffet breakfast

7:30 AM to 1:00 PM – Trade show

9:00 AM to noon – Presentations, break and lunch

1:00 PM to 4:00 PM – Free time

5:30 PM to 9:00 PM – Chairman’s Reception
and Awards Dinner

ANNUAL CONFERENCE COMMITTEE

Members of CAM all recognize and appreciate the efforts of the conference committee members and chair.

Jim Carney, Rawlinson Moving & Storage Ltd.

Cam Carswell, Country Wide Moving

John Delanty, Kenwood Moving & Storage Inc.

Phil Murphy, Allied Van Lines Canada

David Ogilvy, Ogilvy Insurance (chair)

Steve Stockill, Victory Packaging

Perry Thorne, Greg & Sons Moving & Storage

Thank you to our 2018 sponsors!

PLATINUM



GOLD



SILVER



BRONZE

SUNDAY EVENING RECEPTION

November 18, 6:00 PM to 10:00 PM

This informal event has become a CAM conference tradition. All attendees can come together for a relaxing pre-conference evening at the Niagara Brewing Company, Niagara Falls' rustic-chic brewpub. You can network with fellow movers from around Canada and your suppliers while enjoying local refreshments and some hors d'oeuvres.

MONDAY EVENING RECEPTION

November 19, 5:00 PM to 7:00 PM

Again this year, Ogilvy Insurance and GPS Consulting Group will be hosting a special cocktail reception. They'll be rolling out the red carpet to accredited conference attendees to join them at the Hard Rock Café for some camaraderie and a few beverages.

TRADESHOW

Monday, November 19, 7:30 AM to 4:00 PM

Tuesday, November 20, 7:30 AM to 1:00 PM

Suppliers to the Canadian moving industry will showcase their latest products and services that help our industry to thrive. What a great opportunity for movers to get some one-on-one time with their suppliers!

AWARDS DINNER

Tuesday, November 20

Chairman's reception – 5:30 PM to 6:30 PM

Awards dinner – 6:30 PM to 9:00 PM

Each year, members of the Canadian Association of Movers get together to honour deserving members of the Canadian moving industry. The awards are: Distinguished Service, Industry Achievement, Innovators, Industry/Public Service, Agent of the Year and Independent Mover of the Year. Worthy awardees for 2018 will be honoured at CAM's most popular event.



CAM 2017 award winners and presenters.

ANNUAL GENERAL MEETING

Monday, November 19, 2018

- Call to order and opening remarks
- Notice of meeting and adoption of agenda
- Ratification of actions
- Approval of the minutes of the Annual General Meeting held on November 20, 2017
- Committee chairs' reports
 - Annual conference committee
 - International committee
 - Marketing & internet committee
 - Membership committee
 - Supplier committee
- Treasurer's report for the fiscal year ending September 30, 2018
- Appointment of auditor
- President's report
- Chairman's report and direction for 2019
- Election of directors
- Adjournment

This agenda constitutes the notice of the annual general meeting as required by the Canadian Association of Movers' bylaws.

CROWNE PLAZA

The Crowne Plaza – The Queen of Niagara Falls – is part of the only hotel, entertainment and attractions complex in Niagara that is directly across from the Falls. It's home to the Hard Rock Café, Casino Niagara, Canada's only Hershey's Chocolate World Store and the exciting Adventure City with mini golf, bumper cars, and pinball and gaming machines. Directly connected to the Crowne Plaza is the 3-acre Fallsview Indoor Waterpark – featuring 16 slides, full size wave pool, Tiny Tots Splash Park, 1,000-gallon tipping bucket and more! Less than 20 steps away from the hotel is the Niagara Brewing Company, proudly brewing innovative craft beer. Casino Niagara is directly connected through an indoor skywalk to the Crowne Plaza providing easy access to Casino fun. At the fantastic "Fallsview" room rate of \$115 (single/double), \$145 (triple) or \$165 (quad), it's worth coming in early. Why not bring the whole family? **Book a room at 1-800-519-9911 or online under "Canadian Association of Movers" until October 16, 2018.**





Canadian Association of Movers
Canada's Trade Association for the Moving Industry

BUILDING BLOCKS
-- For Next Generation Performance
2018 ANNUAL CONFERENCE -- November 18 - 20

You have five ways to register:

Phone: 1-866-860-0065 • Fax: 905-756-1115

Online: https://www.mover.net/movers1/events/conf2018/CAM-Niagara-2018Regn.pdf • Email: members@mover.net

Mail: Canadian Association of Movers, PO Box 26004, RPO Churchill, Mississauga, ON Canada L5L 5W7

Name 1 _____ Name 2 _____

Awards Dinner Choice: [] Beef [] Chicken [] Salmon [] Vegetarian Awards Dinner Choice: [] Beef [] Chicken [] Salmon [] Vegetarian

Company _____

Address _____

City _____ Prov. _____ Postal Code _____

Phone _____ Email _____

CONFERENCE FEES:

Table with columns: Members, Non-members. Rows include Full Conference - Monday and Tuesday, ADD: Trade show booth, Monday only, Tuesday only, Awards Dinner only, Awards Dinner - Accompanied Spouses.

The full conference fee will be reduced by \$200 for additional attendees from one company.

Sub-total _____
Tax (13% HST) _____
TOTAL _____

1 Non-member premiums (\$85 per conference day) can be applied to CAM membership up to six months after the conference.

2 In addition to conference fees - supplier members only

PAYMENT: [] Visa [] MasterCard [] AMEX [] Cheque

Cardholder name _____

Card number _____ Expiry date _____

NEW MEMBERS

NOUVEAUX MEMBRES

THE CANADIAN MOVER HAS EVOLVED

One of the many changes you'll see in this issue of *The Canadian Mover* is its new, slim look. Starting with this issue, our fall issues will only include the listings of new members that joined CAM since the previous spring issue was published. Our spring "member directory" issues will contain a complete listing of all of CAM's members, along with several informative articles, as before.

What does this change mean for our readers? It means we're able to provide you with a lot more leading-edge articles and news in the fall issue to help you build your businesses and learn the latest. It also means we can showcase new CAM members to you, our readers, in a more prominent way.

You can continue to find CAM's movers and suppliers who provide top-notch services and products in our industry in a couple of ways. It's always a great idea to keep your printed spring "member directory" issue handy in your library for a quick check. As well, you can access our member listings online by visiting our new, digital magazine issues or CAM's website for an up-to-date member directory.

We welcome these new CAM members!

LE DÉMÉNAGEUR CANADIEN A ÉVOLUÉ

L'un des nombreux changements que vous remarquerez dans cette édition du Déménageur Canadien est sa toute nouvelle présentation, plus légère. Dorénavant, nos publications de l'automne incluront strictement les coordonnées des nouveaux membres qui se sont joints à l'ACD depuis l'édition précédente du printemps. Nos publications printanières contiendront toujours une liste complète de tous les membres de l'ACD ainsi que plusieurs articles instructifs, comme auparavant.

Que signifie ce changement pour nos lecteurs? Ceci signifie que nous pouvons vous offrir beaucoup plus de nouvelles et d'articles avant-gardistes dans notre édition automnale afin de vous aider à développer vos affaires et à demeurer à la fine pointe des plus récents développements. Cela signifie également que nous pouvons mettre encore plus en valeur les nouveaux membres de l'ACD auprès de nos lecteurs.

Il sera toujours possible de retrouver les déménageurs et les fournisseurs de l'ACD qui proposent des services et des produits de qualité à notre industrie, et ce, de différentes façons. C'est toujours une bonne idée de conserver à portée de main votre édition papier du printemps incluant le répertoire des membres. Également, vous pouvez accéder aux coordonnées de nos membres en ligne en visitant les nouvelles publications numériques de notre magazine sur le site Web de l'ACD afin de bénéficier du répertoire de membres le plus actualisé.

Nous souhaitons la bienvenue à ces nouveaux membres de l'ACD!

CANADIAN MOVERS/ ENTREPRISES CANADIENNES DE DÉMÉNAGEMENT Ontario

Mountaineer Movers Limited

487 Grays Road

Hamilton, ON L8E 2Z5

Tel: 905.561.8880 / Fax: 905.561.0606

Toll-free: 1.800.263.4561

Website: www.mountaineermovers.com

Email: wendy@mountaineermovers.com

Wendy C. Mans-Keddie, President

Services: Local & long-distance moving, private storage, packing, moving supplies

Warehouse: Concrete block, steel frame, burglar alarm, heated, palletized, dock-level loading

Other Association Memberships: CFIB



SFI Group Limited

107 Woodbine Downs Blvd, Units #2-4

Toronto (Etobicoke), ON M9W 6Y1

Tel: 416.242.9994 / Fax: 416.242.3032

Toll-free: 1.877.736.9994

Website: www.sfigroup.com

Email: sandra@sfigroup.com

Sandra Peche, President

Services: Supply packing material, plastic moving bins, cardboard. Full service relocation, packing, moving, installation of shelving, racking & systems furniture

Warehouse: Racking, sprinkler, alarmed, heated, air-conditioned, dock-level & ground-level loading



Tippet Richardson

25 Metropolitan Rd.

Toronto, ON M1R 2T5

Tel: 416.292.4555 / Fax: 416.292.4593

Toll-free: 1.800.718.7664

Website: www.tr1927.com

Email: info@tr1927.com

Blair Mathieu, General Manager

Services: International moving, overseas HHG moving & storage, packing & crating, special art

Warehouse: Concrete block, steel frame, 70,000 sq. ft., bonded, fire & burglar alarms, sprinklered, DND-certified, heated, palletized, dock-level loading

Other Association Memberships: IAM, BAR, LACMA



TWO MEN AND A TRUCK® -

Peterborough

347 Pido Rd., #8

Peterborough, ON K9J 6X7

Tel: 705.243.3215

Email: info3005@twomen.com

Kari Campbell,

General Manager/Franchisee



**INTERNATIONAL MOVERS/
ENTREPRISES INTERNATIONALES
DE DÉMÉNAGEMENT**

Australia/Australie

Hellas Europe Australia Pty Ltd

10 Centenary Ave.

Moorebank, NSW 2170

Australia

Tel: 612.8038.6314

Fax: 612.9567.3600

Toll-free: 1300.361.188

Toll-free Fax: 1300.366.688

Website: www.hellaseurope.com.au

Email: sales@hellaseurope.com.au

Anna Antonaros, Managing Director

Services: Freight forwarding & transport services by all modes: air, road, rail, sea.

Specialists in International relocations

of unaccompanied personal effects/

household goods & motor vehicles.

Complete origin/destination services,

i.e. wrap/pack/load from residence

including crating (carpentry area onsite)

trucking within local area or interstate,

Customs & border clearance, brokerage,

quarantine clearance, carnets, diplomatic shipments, unwrap/unpack/unload, furniture assembly & debris removal on delivery, consolidation (groupage) containers, commercial/general cargo clearances, warehousing/storage, FAK packs & unloads etc.

Areas Served: Head office is located in Sydney, Australia; handle shipments throughout Australia & worldwide

Warehouse: Customs 77G bonded facility & Class 1.3 + 4.6 quarantine-approved premises. Dual warehouse site, buildings are solid brick with CCTV surveillance cameras including digital recording onto DVR, back-to-base alarm system, trigger alarms on each door, 3 metre high secure fencing around the premises



Visit www.mover.net for the most current list of members. / Visitez www.mover.net pour obtenir la plus récente liste de nos membres.

Looking for a **great** fit?



JOIN ATLAS VAN LINES

Shirley Sveda

905-844-0701

ssveda@atlasvanlines.ca



Let us move your vehicle for you.



LIVINGSTON
Vehicle Transportation Service

VANCOUVER • CALGARY • EDMONTON • SASKATOON • WINNIPEG • TORONTO • MONTREAL • HALIFAX

1-800-282-8892

WWW.VEHICLETRANSPORTATION.CA

A Preliminary Framework for Moving Industry Change

By/par Asrai Ord

Un cadre de changement préliminaire pour l'industrie du déménagement

In spring of 2018, the Canadian Association of Movers (CAM) was approached by a third-year computer science student at the University of British Columbia who was interested in researching issues surrounding accountability and administrative efficiency in long-distance moving networks. CAM identified this research as having the potential to further inform and establish trust and efficiency within the moving industry, and possibly contribute to increasing the competitive advantage of reputable movers. The Association agreed to distribute the student's research survey to its members.

The survey was designed to collect anonymous opinions on the moving industry. The questions for the online survey focused on item loss, industry reputation, hiring, and efficiency. Respondents were presented with seven questions, and identical French and English language versions were prepared for members. Participation in the survey was completely voluntary. As of the second week of August, 58 respondents had submitted their replies to the survey questions. Only 60 per cent of the respondents indicated that they belonged to a van line, so these results represent a good mix of moving industry professionals.

Nancy Irvine, CAM's president, was asked to comment on the preliminary results. "There are some interesting indicators from the early survey results. Although this survey doesn't get into great detail on issues and the sample size is not huge yet, the answers either confirm what we already know, or shine a light on areas that the industry must work on in order to maintain a level of competitiveness," she says.

Shipment Oversight

Almost half of the respondents indicated that they "often" or "very often" wished they had better oversight of a shipment once they had passed it on to a different company. Over one third indicated that they "sometimes" wanted better oversight, which means that 85 per cent of survey participants wished they still had some control of their shipment once it left their hands.

When the question was asked about oversight while a shipment remained in the care of their company, only a quarter of the respondents were happy with their company's oversight indicating that they "rarely" or "very rarely" wished for more. Forty per cent of participants indicated that they would "often" or "very often" like to have greater watch over their shipment and about 20 per cent answered this question with

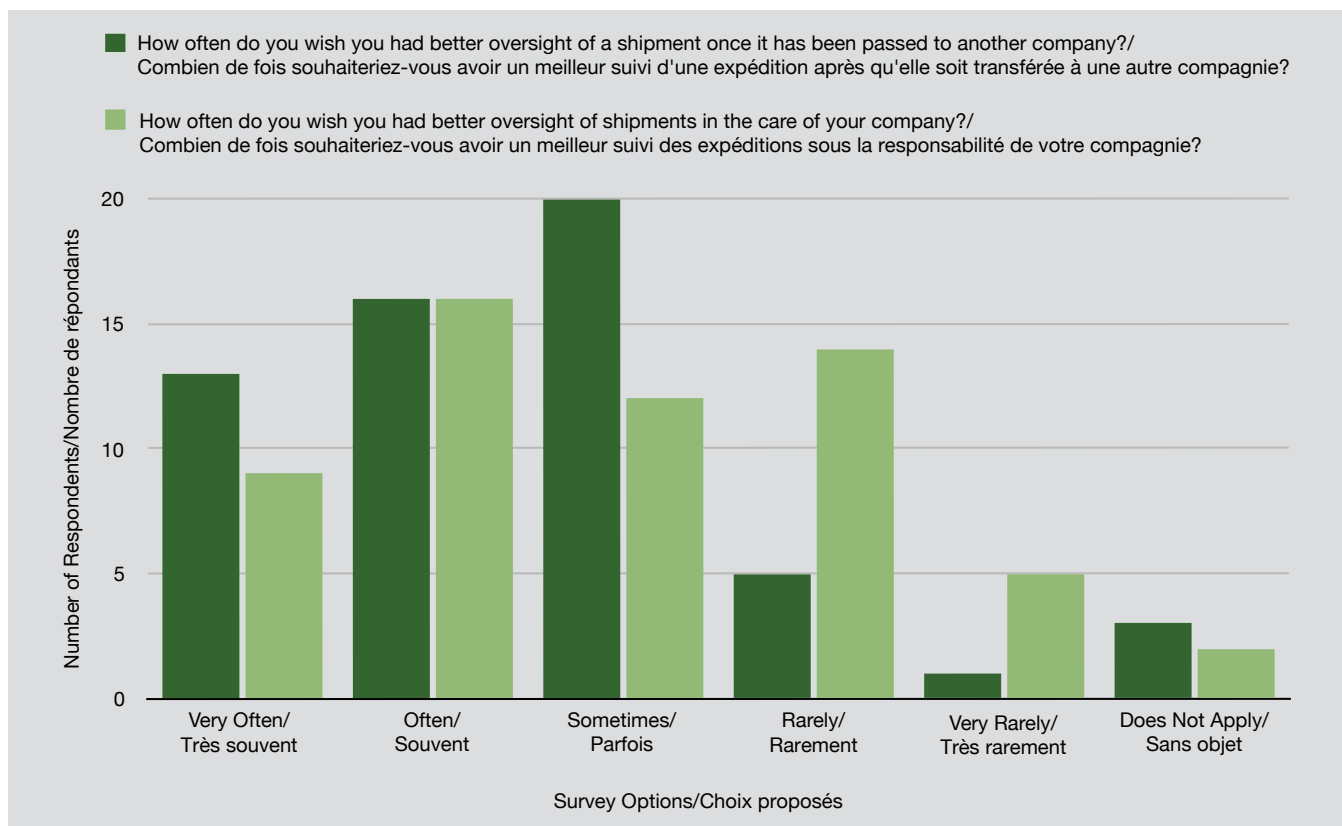
Au printemps 2018, l'Association Canadienne des Déménageurs (ACD) a été approchée par une étudiante de troisième année de l'Université de la Colombie-Britannique (UBC) participant au programme de second cycle en informatique et qui était intéressée à mener une recherche sur les problématiques entourant l'imputabilité et l'efficacité administrative liées aux circuits de déménagement longue distance. L'ACD a estimé que cette recherche était susceptible de générer une information utile pour l'industrie tout en évaluant plus spécifiquement l'efficacité et la crédibilité de l'industrie du déménagement et de possiblement accroître l'avantage concurrentiel des déménageurs crédibles bénéficiant d'une bonne réputation. L'association était d'accord pour distribuer le sondage de cette étudiante à tous ses membres.

Le sondage a été conçu afin de recueillir des commentaires anonymes sur l'industrie du déménagement. Les questions de ce sondage effectué en ligne portaient sur les marchandises perdues, la réputation de l'industrie, l'embauche et l'efficacité. Les participants devaient répondre à sept questions également présentées aux membres en anglais et en français. La participation au sondage était purement volontaire. En date de la seconde semaine du mois d'août, 58 répondants avaient soumis leurs réponses au sondage. Seulement 60 % des répondants ont indiqué qu'ils appartenaient à une société de transport, ce qui permet donc d'établir que ces résultats représentent un bon échantillonnage des professionnels de l'industrie du déménagement.

Nancy Irvine, présidente de l'ACD, a été invitée à émettre des commentaires sur les résultats préliminaires. "Il ressort quelques indicateurs intéressants des résultats préliminaires du sondage. Bien que ce sondage ne couvre pas en profondeur les détails relatifs aux différentes problématiques abordées et que la taille de l'échantillonnage ne soit pas encore importante, les réponses confirment ce que nous savions déjà ou font la lumière sur différents aspects sur lesquels l'industrie doit travailler afin de pouvoir maintenir un niveau de compétitivité adéquat," a-t-elle indiqué.

Aperçu de l'état d'une expédition

Près de la moitié des répondants ont indiqué qu'ils souhaitaient "souvent" ou "très souvent" avoir un meilleur aperçu de l'état d'une expédition après que celle-ci ait été transférée à



“sometimes.” Three out of every four respondents wanted their company to have better oversight over their own shipments.

“I find these oversight questions interesting,” says Irvine. “Most of us worry about our shipment when it leaves our hands but 75 per cent of us are concerned about a shipment when our company still has control of it.”

So why do we want more oversight throughout the whole moving process and where is the company’s oversight slipping? “Does it have to do with current society’s lack of trust of anything, or is there a more systemic reason, like concerns over lack of communication, substandard employee performance, sloppy paperwork or shortcuts?” she questions. “It would be fascinating to delve into this more and find out why at least half of us want to maintain oversight on basically all of our shipments whether in our own hands or not.”

Item Loss

The research also examined the actions of the moving company if something went missing, posing a multiple-answer question. When a customer’s item became misplaced, almost all respondents indicated that time was spent trying to find it, while just over half indicated that time was spent fixing the reason the item had been misplaced, and 40 per cent indicated that they spent time disputing who misplaced the item. One fifth of respondents said that their insurance costs went up as a result of the lost item.

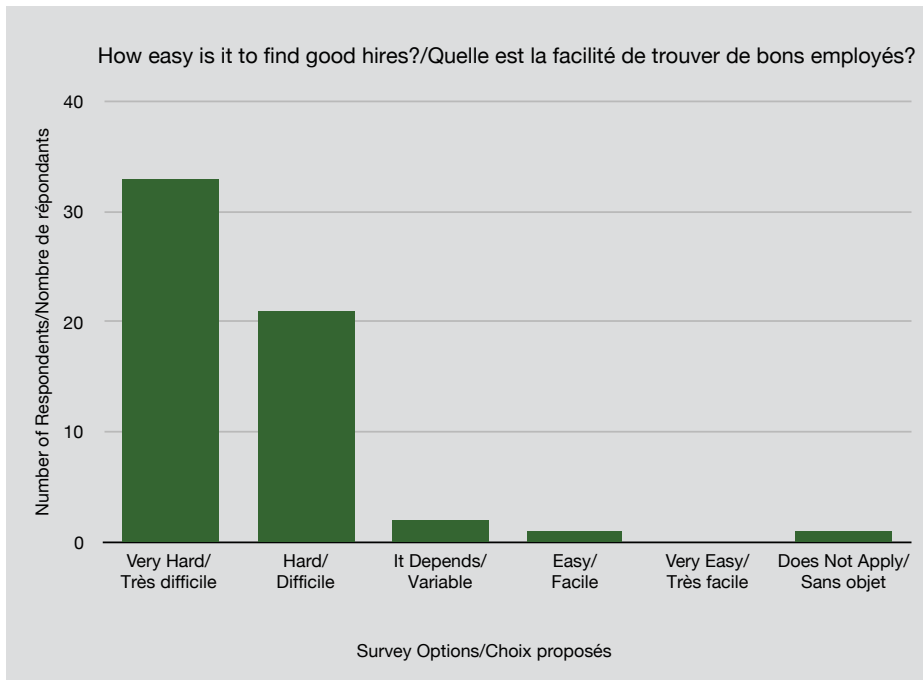
“In the moving business, despite all of our best efforts, an item can get lost,” says Irvine. “As our industry becomes more and more automated, one would think that the possibility of something going astray would become rarer, but as long as humans are involved, that will never be the case. Hopefully,

une autre compagnie. Un peu plus du tiers des répondants ont indiqué qu’ils désiraient “parfois” avoir un meilleur aperçu, ce qui signifie que 85 % des participants au sondage souhaitaient avoir plus de contrôle sur leur expédition une fois qu’elle avait été transférée.

À la question relativement à avoir un meilleur contrôle d’une expédition alors que celle-ci relève toujours de leur compagnie, seulement un quart des répondants étaient satisfaits du contrôle actuel de leur compagnie tout en indiquant qu’ils souhaitaient “rarement” ou “très rarement” en savoir plus. Quarante pour cent des participants ont indiqué qu’ils aimeraient “souvent” ou “très souvent” avoir un meilleur contrôle sur leur expédition et environ 20 % ont répondu “quelques fois” à cette question. Trois répondants sur quatre désiraient que leur entreprise ait un meilleur contrôle sur leurs propres expéditions.

“Je trouve ces questions de contrôle intéressantes,” dit Irvine. “La plupart d’entre nous s’inquiètent de notre envoi lorsqu’il quitte nos mains, mais 75 % d’entre nous sommes préoccupés par un envoi alors que notre société en a toujours le contrôle.”

Alors, pourquoi voulons-nous davantage de surveillance tout au long du processus de déménagement et où la surveillance de l’entreprise dérape-t-elle? “Est-ce que cela a un rapport avec un manque de confiance quelconque de la compagnie, ou existe-t-il une raison plus systémique, comme des préoccupations à l’égard du manque de communication, un rendement insuffisant des employés, des tâches administratives ou un travail bâclés?” s’interroge-t-elle. “Il serait fascinant de s’intéresser davantage à cette question et de découvrir pourquoi au moins la moitié d’entre nous veulent



as tracking systems become more sophisticated, moving companies should spend less time searching for articles, fixing loopholes and pointing fingers.”

Moving Industry Reputation

Participants were questioned on how they felt about the moving industry’s reputation. The largest proportion of respondents – 40 per cent – chose the option worded: “viewed negatively, and I am concerned.” About one fifth suggested that, while they

continuer à surveiller pratiquement toutes nos expéditions, qu’elles soient entre nos mains ou non.”

Articles perdus

La recherche a également examiné les actions de l’entreprise de déménagement si quelque chose manquait, posant une question à réponses multiples. Lorsque l’article d’un client a été perdu, presque tous les répondants ont indiqué qu’ils passaient du temps à essayer de le trouver, alors qu’un peu plus de la moitié des répondants ont indiqué que le temps était passé à régler la raison pour laquelle l’objet avait été égaré et 40 % ont indiqué avoir passé du temps à argumenter sur la personne qui avait égaré l’article. Un cinquième des répondants ont déclaré que leurs coûts d’assurance avaient augmenté en raison de la perte d’un article.

“Dans le secteur du déménagement, malgré tous nos efforts, un article peut être perdu”, déclare Irvine. “Au fur et à mesure que notre industrie devient de plus en plus automatisée, on pourrait penser que la possibilité que quelque chose s’égare deviendrait plus rare, mais tant que des êtres humains seront impliqués, cela ne sera jamais le cas. Il est à espérer qu’à mesure que les systèmes de suivi deviendront plus sophistiqués, les entreprises de déménagement devraient passer moins de temps à chercher des articles, à corriger des failles et à pointer du doigt.”

Réputation de l’industrie du déménagement

Les participants ont été interrogés sur ce qu’ils pensaient de la réputation de l’industrie du déménagement. La plus grande proportion de répondants – 40 % – ont opté pour la réponse: “Perçue négativement et je suis préoccupé par ce fait.” Environ un cinquième d’entre eux ont indiqué que, même s’ils estimaient que l’industrie était perçue négativement, ils n’étaient pas inquiets à long terme. Près d’un répondant sur trois a indiqué qu’il estimait que l’industrie était “Très respectée, mais doit être améliorée”. Aucun des répondants n’a coché

Go new places.™

Atlas Canada Agent

Foley's Moving and Storage

FREE ESTIMATES!

- Local/long distance and World Wide moving
- Government approved
- Specializing in Overseas moving
- Knowledgeable, helpful staff
- Office moving
- Packing & storage crating
- Value Protection

foleys@pei.aibn.com
www.foleystransfer.com

902 894-9914 Toll Free: 877-854-7398
Fax: 902 566-4851

9 Walker Drive • Charlottetown, PE C1A 8S5

felt the industry was viewed negatively, they were not worried about it long-term. Almost one in three indicated they felt the industry was “well respected but needed improvement.” Not one respondent checked the multiple-choice option indicating that they felt the industry was “well respected.”

“There’s no question that our industry is facing some challenges with reputation and trust,” continues Irvine. “Rogue businesses and their shady practices are undermining the reputation of the moving industry as a whole. I feel that there is a way to combat that. Strong communication with your customers from the very beginning during the quoting stage, with your company’s team, and with everyone else involved in a move, is so critical. When things go wrong, keeping in contact with each other throughout the whole process is a much better option than radio silence. Even if the move is off the rails, you can salvage your reputation and maintain that trust by being honest and keeping everyone in the loop.”

Hiring and Efficiency

The remaining questions focused on hiring and efficiency. Not surprisingly, almost 90 per cent indicated that it was “very hard” or “hard” to find good hires. Only one respondent indicated that it was easy.

“Employment issues and industry competitiveness continue to be huge challenges for moving companies,” Irvine adds. “The profile of the moving company employee is evolving. I believe that the upcoming generation of millennials doesn’t find working in the moving industry attractive enough and prefers employment with more flexibility in hours and greater job variety. I’m not surprised that almost everyone is having issues. Good, steady labour makes your business very competitive, and it’s getting tougher and tougher each year to hire and maintain that staff. The challenge going forward, for all of us, will be to find new ways to do our business that will be appealing to today’s youth. That will not be an easy feat.”

Respondents were then asked to indicate what the top reasons were for their company’s loss of time or money. This question allowed participants to select from 12 different options or write in their own reason. The top reasons for their company’s loss of time or money were: tough industry competition (74 per cent); employee turnover (46 per cent); bad hires (33 per cent); and paperwork errors (33 per cent).

“The basic premise of the moving process has remained the same since the horse and buggy trade. However, how moving companies work has changed over time. It’s all technology driven,” concludes Irvine. “First it was the combustion engine; then telephones and communications improvements; and now the biggest challenge is a society that wants everything this instant on their cellphone and can’t tolerate mistakes. It’s increasingly challenging to compete in this industry and this survey gives us a starting point to hold up a mirror and look at ourselves by questioning our ability to improve as a whole.”

Next Phase

This research survey will remain open for a while longer after this article’s publication. Anyone interested in contributing to the results can go to

l’option à choix multiples, ce qui indique qu’ils estimaient que le secteur était “très respecté”.

“Il ne fait aucun doute que notre industrie fait face à des défis en termes de réputation et de confiance”, poursuit Irvine. “Les entreprises malhonnêtes et leurs pratiques douteuses sapent la réputation de l’industrie du déménagement dans son ensemble. Je pense qu’il existe un moyen de lutter contre cela. Une communication solide avec vos clients dès le début de la période de soumission ainsi qu’avec l’équipe de votre entreprise et avec toutes les personnes impliquées dans un déménagement est essentielle. Lorsque les choses tournent mal, demeurer en contact tout au long du processus est une option bien meilleure que le silence radio. Même si le déménagement est hors de contrôle, vous pouvez sauver votre réputation et maintenir cette confiance en étant honnête et en gardant tous les gens bien informés.”

Embauche et Efficacité

Les questions restantes étaient axées sur le recrutement et l’efficacité. Sans surprise, près de 90 % ont indiqué qu’il était «très difficile» ou «difficile» de trouver de bons employés. Un seul répondant a indiqué que c’était facile.

“Les problèmes d’emploi et la compétitivité de l’industrie continuent de représenter un défi de taille pour les entreprises de déménagement”, ajoute Irvine. “Le profil de l’employé de l’entreprise de déménagement évolue. Je crois que la prochaine génération des milléniaux ne trouve pas que le travail dans l’industrie du déménagement soit suffisamment attrayant et elle préfère un emploi avec plus de flexibilité au niveau de l’horaire ainsi qu’une plus grande variété d’emplois. Je ne suis donc pas surprise que presque tout le monde ait des problèmes. Un travail régulier et de qualité rend votre entreprise très compétitive et, chaque année, il devient de plus en plus difficile d’embaucher et de conserver ce personnel. Le défi à relever, pour nous tous, sera de trouver de nouvelles façons de faire nos affaires qui plairont aux jeunes d’aujourd’hui. Ce ne sera pas un exploit facile.”

On a ensuite demandé aux répondants d’indiquer quelles étaient les principales raisons de la perte de temps ou d’argent pour leur entreprise. Cette question a permis aux participants de choisir parmi 12 options différentes ou d’écrire leur propre raison. Les principales raisons de la perte de temps ou d’argent de leur entreprise étaient les suivantes: concurrence difficile dans le secteur (74 %); rotation du personnel (46 %); mauvaises embauches (33 %) et erreurs de paperasse (33 %).

“Le principe de base du processus de déménagement est resté le même depuis le temps où l’on utilisait un cheval et une carriole. Cependant, la façon dont les entreprises travaillent a évolué au fil du temps. Tout est dicté par la technologie”, conclut Irvine. “D’abord c’était le moteur à combustible; puis les téléphones et les communications améliorées; et maintenant, le plus grand défi est une compagnie qui veut tout avoir immédiatement sur son téléphone portable et qui ne peut tolérer les erreurs. Il est de plus en plus difficile de faire face à la concurrence dans ce secteur

What are your thoughts on the reputation of the moving industry?/
 Quelle est votre opinion sur la réputation de l'industrie du déménagement?



<https://movingindustrysurvey.typeform.com/to/SA2jHT> or to <https://movingindustrysurvey.typeform.com/to/uUBvrb> for the survey in French. Other enquiries about this research can be sent by email to movingindustryinterviews@gmail.com. Brief interviews will be conducted in September and October with any individuals who are interested in sharing their thoughts.

Asrai Ord is a third-year student in the Computer Science Second Degree program at the University of British Columbia (UBC). She holds a masters degree from UBC in Community and Regional Planning and worked as a planner for three years across Canada where she developed expertise in public engagement techniques, including survey development.

et cette enquête nous donne un point de départ sur notre façon de faire et nous force à nous remettre en question en nous interrogeant sur notre capacité à nous améliorer dans son ensemble."

Étape suivante

Cette enquête de recherche restera disponible pendant un certain temps après la publication de cet article. Toute personne intéressée à consulter les résultats peut aller à <https://movingindustrysurvey.typeform.com/to/SA2jHT> ou à <https://movingindustrysurvey.typeform.com/to/uUBvrb> pour consulter l'enquête en français. D'autres demandes concernant cette recherche peuvent être envoyées par courrier électronique à movingindustryinterviews@gmail.com. De brèves entrevues seront menées en septembre et en octobre avec toute personne intéressée à partager ses idées.

Asrai Ord est une étudiante de troisième année participant au programme de second cycle en informatique à l'université de la Colombie-Britannique. Elle détient une maîtrise d'UBC en Planification communautaire et régionale et a travaillé comme planificatrice à travers le Canada, pendant une période de trois ans au cours de laquelle elle a développé une expertise au niveau des techniques de mobilisation du public, incluant le développement et la distribution de sondages.

Bac Bleu Illimitée Ltée.

SEAN CULLINAN GÉRANT DES OPÉRATIONS
 Location de boîtes en plastique (reutilisables) et d'accessoires de déménagement.
 9430 Chemin de Cote-de-Liesse, Lachine, QC H8T 1A1
 TEL. 514-556-2467 • CELL. 514-975-8557 • 1-888-502-BINS/2467
 E-MAIL info@bacbleu.com • www.bluebins.com

Ready, Set...



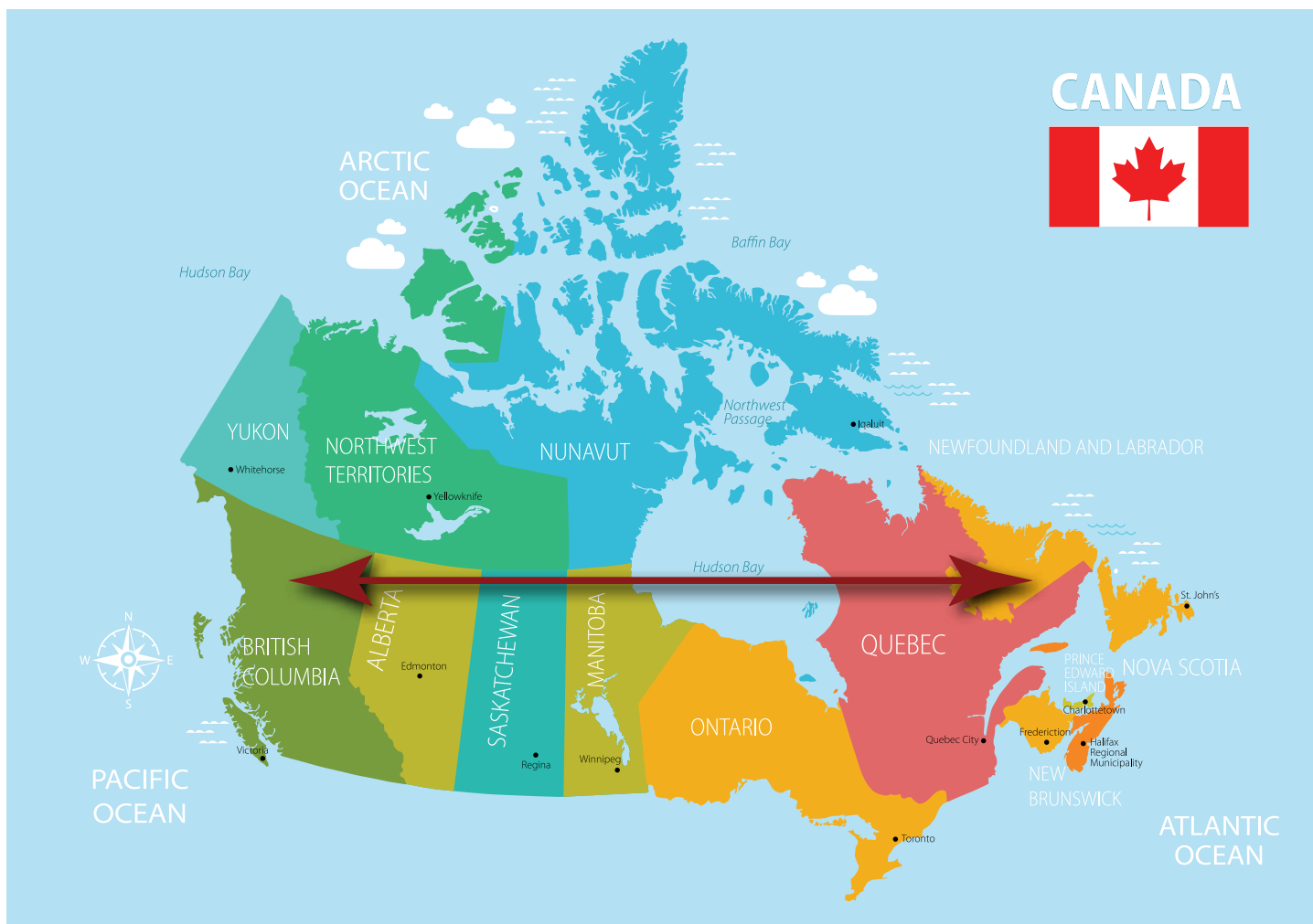
Partner with us for your fast track to success!

Our winning products and services include:

- Magazines
- Directories
- Show Guides
- Events
- Supplements
- Profiles
- Buyers Guides
- E-Newsletters
- Custom Content Marketing
- Social Media
- Blogs
- E-Books & White Pages
- Website Ad Sales
- Video
- Sponsorship Sales

Contact us today at
www.mediaedge.ca or Robert Thompson 647-494-4229

MediaEdge



This article was reprinted with permission from the Fall 2018 issue of Perspectives magazine.

Cet article extrait de son édition d'automne 2018 a été réimprimé avec l'aimable autorisation du magazine Perspectives.

Saying “Yes” to the Assignment

CERC's most recent mobility poll shows most Canadians are open to moving between provinces, so long as the right incentives are provided

By/par Matthew Bradford

Dire "oui" à une affectation

Le plus récent sondage du CERC sur la mobilité indique que la plupart des canadiens sont disposés à déménager de province lorsque les bonnes mesures incitatives sont offertes

Results from the Canadian Employee Relocation Council's (CERC) 2018 Provincial Career Mobility survey are in, and the most promising takeaway from this year's study is that a majority of Canadian workers are willing to relocate for a job. A total of 72 per cent of survey respondents said they could be motivated to take an out-of-province assignment given the right incentives.

Les résultats de l'enquête provinciale de 2018 sur la mobilité professionnelle effectuée par le Canadian Employee Relocation Council (CERC) sont maintenant disponibles, et l'élément le plus intéressant à retenir de l'étude de cette année est qu'une majorité de travailleurs canadiens sont disposés à se relocaliser pour un travail. Un total de 72 % des répondants ont indiqué qu'ils pourraient

Conducted in partnership with Ipsos Reid every four years, and supported this year in part by the Canadian Association of Movers, the survey spotlights the relocation desires and habits of today's employees. The results of the most recent study were gleaned from more than a thousand working Canadians across a broad spectrum of industries – all of whom took the time to respond to the poll. Online responses were collected from 1,185 professionals across a wide range of sectors.

Canadians, indicated survey participants, are more willing to relocate than they were four years ago. Two-thirds (67 per cent) would move to a city in their province for a minimum of two years for a 10 per cent pay raise and paid moving expenses (compared to 62 per cent in 2014), and over half (59 per cent) said the same for out-of-province moves, up from 54 per cent in 2014. Attitudes towards shorter, six-month contracts are also more positive than they were in the previous study.

Regarding who is more willing to sign up for relocation, this year's numbers show that young adults (18 to 34) are among the most willing to relocate, followed by employees between the ages of 35 and 54 and those 55 years or older. No matter the age, however, employees who already own a home – and would therefore face the challenges of buying and selling in different markets – are generally less open to the opportunity.

There are other influencing factors at play. Canadian workers who have held their current job for less than 10 years are more apt to accept a relocation than those who have been in their position for more than a decade. Meanwhile, a modest

être motivés à déménager afin d'occuper une affectation hors de leur province à la condition qu'ils reçoivent les bonnes mesures incitatives.

Menée en partenariat avec Ipsos Reid à tous les 4 ans, et supportée en partie, cette année, par l'Association Canadienne des Déménageurs, le sondage met en relief le désir de relocalisation et les habitudes des employés d'aujourd'hui. Les résultats de la plus récente étude proviennent de plus d'un millier de travailleurs canadiens œuvrant dans un large éventail d'industries – ayant tous pris le temps de répondre à ce sondage. Les réponses en ligne ont été recueillies auprès de 1185 professionnels provenant d'une grande variété de secteurs.

Les Canadiens, indiquaient les participants du sondage, sont plus disposés à se relocaliser qu'il y a quatre ans. Deux-tiers de ceux-ci (67 %) déménageraient dans une autre ville de leur province pour un minimum de deux ans en considération d'une augmentation de salaire de 10 % et du remboursement des dépenses de déménagement (en comparaison avec 62 % en 2014), et plus de la moitié (59 %) ont mentionné la même chose pour les déménagements hors province, en comparaison avec 54 % en 2014. Leurs positions en regard de périodes plus courtes, comme des contrats de six mois, sont également plus positives qu'elles étaient dans l'étude précédente.

Relativement aux personnes les plus enclines à accepter une relocalisation, les chiffres de cette année montrent



Are Your Trucks & Trailers Ready for the Road?

WE ARE READY TO SERVE YOU!

- Complete vehicle inspection & certification service (PMCVI) for all light, medium & heavy duty trucks and trailers
 - Lube, oil & filter service with quality Shell & Donaldson products
 - Premium Grote lighting & safety products sold and installed
 - Fully-equipped 9 bay shop for major truck and trailer repairs
- Mobile service vehicle to handle off-site repairs and roadside emergencies

1090-A South Service Road East, Oakville, ON L6J 2X8
 905.842.2942 | 800.265.6291 | www.kidtrailer.ca

Enjoy the confidence of working with Canada's number one vehicle relocation company

- Over 30 years experience in the industry
- Local, long distance and cross-border relocations
- Industry leading 'move management' technology
- Offices coast-to-coast with door-to-door service
- Web based customer portal to manage your moves 24/7
- Customized solutions for special event and show tours
- Real-time vehicle tracking
- All vehicles are fully insured
- On time, safe, damage-free service

Get an online quote at www.LHF.com or call 1-888-420-8888 for more information



REVIEWING THE NUMBERS

CERC's National Mobility Survey reveals that a growing majority of working Canadians are willing to relocate within Canada with the right incentive package.

For a *minimum* 2 year working period and a 10% pay raise, and additional incentives:

67% of working Canadians are willing to relocate to another city **in-province**

59% of working Canadians are willing to relocate to another city **out-province**

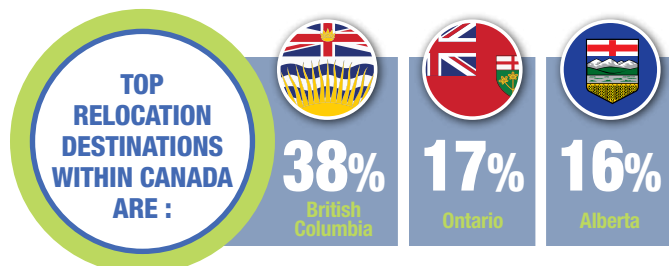
Up from **62%** and **53%** in 2014.

WORKING CANADIANS WHO ARE MOST LIKELY TO RELOCATE ARE:

- MILLENNIALS – UNDER 35 YEARS OLD
- MALE
- UNIVERSITY GRADUATES
- SINGLE – NOT MARRIED

KEY INCENTIVES TO MOTIVATE CANADIANS TO RELOCATE:

1	45% OF IN-PROVINCE RELOCATORS	20% PAY INCREASE
2	43% OF IN-PROVINCE RELOCATORS	GUARANTEE TO RETURN TO CURRENT ROLE
3	30% OF IN-PROVINCE RELOCATORS	EMPLOYER PROVIDED TEMPORARY HOUSING
	44% OF OUT-OF-PROVINCE RELOCATIONS	
	38% OF OUT-OF-PROVINCE RELOCATIONS	
	25% OF OUT-OF-PROVINCE RELOCATIONS	



UNE REVUE DES STATISTIQUES

Le sondage du CERC sur la mobilité inter provinciale révèle qu'une majorité croissante des travailleurs canadiens sont enclins à se relocaliser ailleurs au Canada avec de bonnes mesures incitatives.

Pour une période de travail *minimum* de 2 ans et une augmentation salariale de 10%, accompagnées d'incitatifs additionnels :

67% des travailleurs canadiens sont d'accord pour se relocaliser dans une autre ville de la **même province**

59% des travailleurs canadiens sont d'accord pour se relocaliser dans une ville à l'**extérieur de la province**

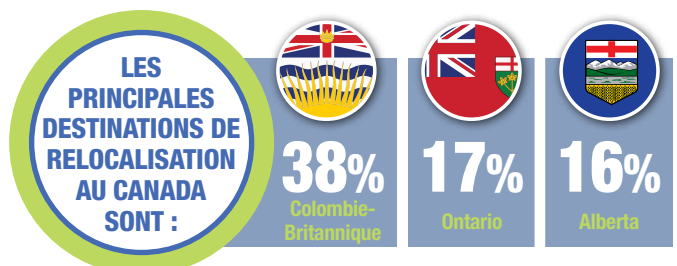
En hausse de **62%** et **53%** en 2014.

LES TRAVAILLEURS CANADIENS LES PLUS SUSCEPTIBLES DE SE RELOCALISER SONT :

- MILLÉNAUX – ÂGÉS DE MOINS DE 35 ANS
- MÂLES
- DIPLÔMÉS UNIVERSITAIRES
- CÉLIBITAIRES – NON MARIÉS

MESURES INCITATIVES CLÉS MOTIVANT LES CANADIENS À SE RELOCALISER :

1	45% DES CANDIDATS DANS LA MÊME PROVINCE	AUGMENTATION DE SALAIRE DE 20%
2	43% DES CANDIDATS DANS LA MÊME PROVINCE	GARANTIE DE RETOUR À SON POSTE ACTUEL
3	30% DES CANDIDATS DANS LA MÊME PROVINCE	L'EMPLOYEUR FOURNIT UN LOGEMENT TEMPORAIRE
	44% DES CANDIDATS DANS UNE AUTRE PROVINCE	
	38% DES CANDIDATS DANS UNE AUTRE PROVINCE	
	25% DES CANDIDATS DANS UNE AUTRE PROVINCE	



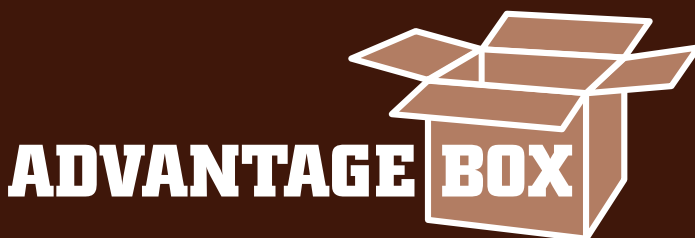


56 per cent of survey respondents making over \$100,000 said they would relocate for a full-time job in a city within their province, while just over half would take a full-time job in another province (53 per cent). The same lukewarm attitudes were reported for short-term assignments. Conversely, the willingness to relocate becomes stronger as salaries drop, i.e., 74 per cent of employees earning under \$40,000 would be open to in-province move.

An employee's education level appears to also factor in the decision as university graduates are more inclined to accept any type of relocation. The job sector, on the other hand, is slightly less influential. That said, those in the accommodations industry are proportionately higher across most assignment offerings than others.

que les jeunes adultes (18 à 34 ans) sont parmi celles étant les plus disposées à se relocaliser, suivies par des employés dont l'âge se situe entre 35 et 54 ans, puis par les personnes de 55 ans et plus. Cependant, quel que soit l'âge, les employés qui possèdent déjà une maison – et devraient par conséquent faire face aux défis d'acheter et de vendre leur maison dans différents marchés – sont généralement moins ouverts à cette opportunité.

D'autres facteurs d'influence entrent également en jeu. Les travailleurs canadiens ayant conservé leur travail actuel pendant moins de 10 ans sont plus aptes à accepter une relocalisation que ceux qui ont été au même poste depuis plus d'une décennie. Cependant, un modeste 56 % des répondants ayant un salaire de plus de 100 000 \$ ont indiqué



Moving Boxes & Supplies
Moving Equipment

Supplying ALL Western Canada!

'Extra Mile' Service

1.888.922.2325 • advantagebox.com

This year's numbers show
that young adults (18 to 34)
are among the
most willing to relocate

Les chiffres de cette année
montrent que les jeunes
adultes (18 à 34 ans) sont
parmi celles étant les plus
disposées à se relocaliser

Sweetening the deal

Housing support, spousal/partner assistance and paid travel top the list of important considerations for employees who are already willing to relocate. Above all, employees rank the provision of a tax-free housing allowance for up to six months as the single most influential incentive across all relocation scenarios.

Survey respondents who could be persuaded to move were asked to rank what they considered to be the most important relocation incentives. Their top five "highly important" offerings (ranked first, second or third) were as follows:

- **51 per cent:** Allow an employer to provide me with a tax-free housing allowance for up to six months, which would let me resettle into my new location (52 per cent in 2014)
- **39 per cent:** Ability for my employer to provide a non-taxable, interest-free loan of up to \$100,000 (down from 43 per cent)

qu'ils se relocaliseraient pour un emploi à temps plein dans une autre ville de leur province, tandis qu'un peu plus de la moitié accepteraient une position à temps plein dans une autre province (53 %). Les mêmes attitudes réservées ont été relevées à l'égard des assignations à court terme. Inversement, la disposition à se relocaliser devient plus marquée avec la baisse de salaire, alors que 74 % des employés gagnant moins de 40 000 \$ seraient ouverts à un déménagement dans la même province.

Le niveau d'éducation de l'employé semble également être un facteur de décision alors que les diplômés universitaires sont plus enclins à accepter tout type de relocalisation. Le secteur d'emploi, d'un autre côté, a légèrement moins d'influence à ce niveau. Cela dit, les travailleurs de l'industrie de l'hébergement sont proportionnellement les plus nombreux à être disposés à accepter des offres de relocalisation que toute autre catégorie de travailleurs.

Offrir des conditions plus favorables

L'aide au logement, l'assistance au conjoint et les frais de voyage payés figurent en haut de la liste des considérations importantes pour les employés qui sont déjà disposés à se relocaliser. Avant tout, les employés considèrent que l'octroi d'une allocation d'aide au logement non taxée, pour une période allant jusqu'à 6 mois, est la plus importante mesure incitative susceptible de les intéresser dans les divers scénarios de relocalisation.

Les répondants au sondage qui pouvaient être susceptibles de déménager se sont fait demander de classer par ordre d'importance ce qu'ils considéraient être les plus importantes mesures incitatives de relocalisation. Les résultats de la compilation de leurs listes des cinq offres identifiées "très importantes" (première, deuxième ou troisième) révèlent que :

- **51 pour cent :** Permettre à un employeur de m'offrir une allocation d'aide au logement non taxée pour une période allant jusqu'à 6 mois, ce qui me permettrait de bien m'établir dans mon nouvel environnement. (52 % en 2014)
- **39 pour cent :** La possibilité pour mon employeur de m'offrir un prêt allant jusqu'à 100 000 \$, non taxable et sans intérêt. (en baisse en comparaison de 43 % en 2014)
- **38 pour cent :** Offrir un crédit d'impôt pour les coûts encourus dans le but de voyager vers une destination quelconque afin d'obtenir un emploi. (36 %)
- **37 pour cent :** Me permettre de radier mes intérêts hypothécaires pour une période allant jusqu'à 24 mois relativement au coût différentiel de logement entre la nouvelle résidence et la résidence actuelle. (en hausse en comparaison de 32 % auparavant)
- **36 pour cent :** Permettre une déduction d'impôt pour le dédoublement des coûts de logement jusqu'à un maximum de 10 000 \$ par année pour une période allant jusqu'à deux ans. (en baisse en comparaison à 38 %)

POPULAR DESTINATIONS

British Columbia is the relocation destination of choice among respondents to CERC's 2018 Provincial Career Mobility Survey. An impressive 38 per cent of respondents ranked it as their number one pick, followed by Ontario (17 per cent) and Alberta (16 per cent).

At the other end of the scale, two per cent of survey participants selected Saskatchewan and Manitoba as their top picks, followed by one per cent who felt the same about the Northwest Territories and the Yukon. It is worth noting that these regions fare slightly better as second and third choices.

As for specific cities, one in four respondents selected Vancouver, B.C., as their most desired urban relocation destination in Canada. The West Coast gem is followed at quite a distance by Toronto (10 per cent), Ottawa (10 per cent), Calgary (10 per cent), and Quebec City (8 per cent). Winnipeg garnered only one per cent of the number one choice vote.

- **38 per cent:** Provide a tax credit for the costs incurred in travelling to a location in order to obtain employment (up from 36 per cent)
- **37 per cent:** Allow me to write off mortgage interest for up to 24 months on the housing cost differential between the home in the new location and current home (up from 32 per cent)
- **36 per cent:** Allow a tax deduction for duplicate housing costs to a maximum of \$10,000 per year for up to two years (down from 38 per cent)

Understandably, what appeals to one demographic can hold less appeal for another. As such, the survey highlights how incentive needs vary between job sector, experience, gender, dependency status and home ownership. For instance, receiving tax deductions for the full cost of child and elder care was more often cited "highly important" by Canadians who have been at their current jobs for less than 10 years (46 per cent compared to nine per cent of those over 10 years). In another example, homeowners weigh the value of writing off mortgage interest on the cost differential between houses more than those who do not.

The biggest takeaway from this year's survey is that Canadian workers are more open to relocation opportunities than they have been in the past, with young professionals leading the charge. Nevertheless, the need for strong financial incentives, and both housing and family support, remains as important as ever.

You may read the full 2018 Provincial Mobility Survey report at www.cerc.ca

DESTINATIONS POPULAIRES

La Colombie-Britannique est la destination de relocalisation de choix parmi les répondants au sondage 2018 du CERC sur la mobilité provinciale des travailleurs. Un nombre impressionnant de 38 % des répondants ont classé cette province comme leur choix numéro un, suivie de l'Ontario (17 %) et l'Alberta (16 %).

À l'autre extrémité, deux pour cent des participants au sondage ont sélectionné la Saskatchewan et le Manitoba comme principal choix, tandis qu'un pour cent des participants considéraient plutôt les Territoires du Nord-Ouest et le Yukon. Il est intéressant de souligner que ces régions se sont beaucoup mieux positionnées comme second et troisième choix.

En ce qui concerne les villes privilégiées, un répondant sur quatre a sélectionné Vancouver, en Colombie-Britannique, à titre de destination urbaine de relocalisation la plus désirée au Canada. Le joyau de la Côte Ouest est suivi de loin par Toronto (10 %), Ottawa (10 %), Calgary (10 %) et la ville de Québec (8 %). Winnipeg n'a récolté que seulement un pour cent des votes comme choix numéro un des répondants.

Naturellement, ce qui peut être attirant dans une région démographique peut s'avérer moins attirant dans une autre région. Ainsi, le sondage fait ressortir comment les mesures incitatives varient selon les différents secteurs d'emploi, l'expérience, le sexe, les personnes à charge et le statut de propriétaire de maison. Par exemple, le fait de recevoir des déductions d'impôt pour le plein coût des soins aux enfants ou de l'aide aux personnes âgées était plus souvent classé comme étant "très important" par les Canadiens ayant occupé leur emploi actuel pendant moins de 10 ans (46 % en comparaison à 9 % pour ceux ayant un emploi depuis plus de 10 ans). Dans un autre exemple, les propriétaires de maison accordent plus de valeur à pouvoir radier les intérêts hypothécaires en fonction du coût différentiel entre les maisons que ceux qui ne le sont pas.

Le point le plus important du sondage de cette année est que les travailleurs canadiens sont plus ouverts aux opportunités de relocalisation que par le passé, avec les jeunes professionnels qui mènent le bal. Néanmoins, le besoin de mesures incitatives significatives ainsi qu'un support approprié pour le logement et la famille demeurent plus important que jamais.

Vous pouvez lire le rapport complet du sondage sur la mobilité provinciale 2018 en vous rendant au www.cerc.ca



Driven To Distractions

Time for a change in culture

By/par James Peters and Nancy Irvine

Les distractions au volant

Un changement de culture s'impose

Whatever one's feelings about the upcoming legalization of marijuana this October, there's no doubt the issue has generated a wide-ranging discussion among Canadian, especially as it relates to all things drivers, driving and drivability. For example, a 2017 CAA survey showed that more than two thirds—or 69 per cent—of Canadians are concerned roads will become even more dangerous with the legalization of marijuana.

That said, many of the people working in the insurance industry point out that smoking pot and getting behind the

Quels que soient les sentiments de chacun au sujet de la légalisation prochaine de la marijuana en octobre, il n'y a aucun doute que cette préoccupation a généré énormément de discussions parmi les Canadiens, spécialement en ce qui a trait aux conducteurs en tout genre, à la conduite automobile en général et à la dextérité au volant. Par exemple, un sondage du CAA en 2017 indiquait que plus de deux tiers – ou 69 % - des Canadiens sont préoccupés par le fait que les routes seront encore plus dangereuses avec la légalisation de la marijuana.

wheel is actually further down the list of driving concerns than one might assume. There are numerous studies, including one released by the University of British Columbia on June 5, that indicate the U.S. states that legalized recreational marijuana didn't see any significant increases in driving fatalities or accidents.

Distracted driving, on the other hand, is proving to be a much greater threat to road safety. It's a very difficult and dangerous habit to control; and often with deadly consequences. Texting and driving, careless seatbelt use, sleep deprivation, a general lack of concentration and ignorance of the basic "rules of the road," round out many of the broader problems.

According to the Insurance Bureau of Canada (IBC), a distracted driver may fail to see up to 50 per cent of the available information in the driving environment—in other words, drivers may look but not actually "see" what is happening while they are driving. The IBC further states that you are 23 times more likely to crash if you text while driving. If that isn't somber enough, nearly three out of four Canadian drivers admit to driving while distracted.

Police across Canada say that distracted driving has caused more collisions than impaired drivers. According to the Insurance Corporation of British Columbia, 27 per cent of fatal crashes in B.C. in 2016 were due to driver distraction.

Driver Behaviour

Long distance truck driving is a challenging work environment for today's van foreman. Long hours on the road, onboard screens displaying maps and texts from dispatchers, paperwork they may be trying to sneak a peek at while driving, having lunch while driving to make up for lost time, and maybe even passengers in the cab carrying on conversations with them; but just a few seconds with a driver's eyes off the road could change a life forever.

"Impairment caused by substance use and distracted driving are symptoms of the same root problem," comments Dave Earle, President and CEO of the British Columbia Trucking Association. "Many drivers do not recognize the actual risk

Cela dit, beaucoup de personnes travaillant dans l'industrie de l'assurance font remarquer que le fait de fumer de la marijuana tout en étant derrière le volant apparaît beaucoup plus bas sur la liste des préoccupations en matière de conduite automobile qu'on pourrait le supposer. Il existe de nombreuses études, incluant celle publiée par l'Université de la Colombie-Britannique le 5 juin dernier, qui indiquent que les états américains ayant légalisé la marijuana à des fins récréatives n'ont noté aucune augmentation significative des décès ou des accidents survenus sur la route.

La distraction au volant, d'un autre côté, constitue une plus grande menace en matière de sécurité routière. Il s'agit là d'une habitude dangereuse et très difficile à contrôler; et bien souvent, avec des conséquences mortelles. Les textos au volant, la négligence d'utiliser la ceinture de sécurité, le manque de sommeil, un manque de concentration générale et l'ignorance des règles de base de la conduite routière constituent plusieurs autres problèmes majeurs.

Selon le Bureau d'Assurance du Canada (BAC), un conducteur distrait peut faillir à percevoir jusqu'à 50 % de l'information disponible dans son environnement de conduite – en d'autres mots, les conducteurs peuvent regarder mais, en fait, ne pas "voir" ce qui survient tandis qu'ils conduisent. Le BAC établit de plus que vous avez 23 fois plus de chance d'avoir un accident si vous textez pendant que vous conduisez. Si ce chiffre n'est pas assez inquiétant, près de trois conducteurs canadiens sur 4 admettent conduire tout en étant distrait.

Les policiers à travers le Canada mentionnent que la distraction au volant a causé plus de collisions que les conducteurs aux facultés affaiblies. Selon l'Insurance Corporation of British Columbia, 27 % des accidents avec décès survenus en Colombie-Britannique en 2016 étaient dus à la distraction du conducteur.

Comportement du conducteur

De nos jours, la conduite de camion sur de longues distances représente un environnement de travail rempli



Cascades
YOUR CANADIAN BOX MANUFACTURER
FULL LINE-UP OF MOVING CARTONS IN STOCK

Kelly O'Hara-Curtis
Exclusive Ontario Sales Agent
905.424.0538
kelly@yourmovingdepot.ca

**BULK PRICING
AVAILABLE!!!**

Pick up stock inventory at:
**CASCADES CONTAINERBOARD
PACKAGING**
Warehouse Door #21
655 Creditstone Rd
Vaughan, ON
905-760-3934
Van Line Hours:
7:30 - 4:30



PUT YOUR NAME
ON JUST ABOUT
ANYTHING

Your One Stop Shop For

- Packing Supplies
- Uniforms/ Corporate Wear
- Promotional Products

We Now Carry




YOUR
MOVING
DEPOT INC.

888.415.8858
kelly@yourmovingdepot.ca

don't make a **move** without us



these behaviours present as the task of driving is perceived to be common, routine and mundane. If we don't redefine the occupation and show drivers the actual risks their current behaviours present, we're simply trying to communicate a message that this audience cannot appreciate and don't care to hear."

Understanding Risk

Generally speaking, most people have a poor understanding of risk. Consider our reluctance to live near a nuclear power plant but our collective need to purchase lottery tickets; both carry the remote promise of significant consequences, but while one is severe and should be avoided if at all possible, the other is positive and should be actively pursued. We all make decisions based both on rational evaluation as well as perceived risk.

Consider the task of driving and our collective experience. Passenger (and many commercial) vehicles bristle with "driver assist" technology. Forgot to shoulder check? Don't worry, your

de défis pour un chauffeur de camion. Les longues heures sur la route, les écrans intégrés affichant les cartes et les messages reçus des répartiteurs, la papperasse sur laquelle il peut tenter de jeter un coup d'œil tout en conduisant, manger au volant afin de récupérer le temps perdu et peut-être même des passagers dans la cabine qui discutent avec lui; quelques secondes de distraction seulement en quittant la route du regard pourraient en fait changer une vie pour toujours.

"Les facultés affaiblies causées par l'usage de substances nocives et les distractions au volant sont des symptômes ayant les mêmes causes profondes," commente Dave Earle, président et chef de la direction de la British Columbia Trucking Association. "Beaucoup de chauffeurs ne reconnaissent pas le risque bien présent que constituent ces comportements parce que la tâche de conduire est perçue comme étant courante, routinière et banale. Si nous ne redéfinissons pas cette profession et démontrons aux chauffeurs les risques réels que représentent leurs comportements actuels, nous ne faisons que véhiculer un message que cet auditoire ne peut pas comprendre et qu'il ne se préoccupe pas d'entendre."

Bien comprendre le risque

En général, la plupart des personnes ont une faible compréhension du risque. Considérez notre réticence à demeurer près d'une usine nucléaire ainsi que notre besoin collectif d'acheter des billets de loterie; ces deux situations comportent la promesse éloignée de conséquences significatives, mais alors que l'une d'elles est sévère et devrait être évitée autant que possible, l'autre est positive et devrait être poursuivie activement. Nous prenons tous des décisions basées à la fois sur une évaluation rationnelle ainsi que sur notre perception du risque.

Considérez la tâche de conduire et notre expérience collective. Les véhicules de tourisme (et plusieurs véhicules commerciaux) intègrent une technologie "d'assistance à la conduite". Vous avez oublié de vérifier par-dessus votre épaule? Ne vous inquiétez pas, votre véhicule est doté d'alertes de collision et vous a sauvé. Vous ne pouvez effectuer un stationnement en parallèle? Achetez un véhicule qui le fera pour vous. Ce qui, auparavant exigeait pratique et habiletés est maintenant perçu comme étant banal et routinier, contrôlé par des lignes de codes informatiques. Si nous n'avons pas vraiment besoin d'un conducteur, alors qu'importe que ce conducteur ait les facultés affaiblies ou soit au téléphone?

"Le problème, c'est que nous avons encore besoin de conducteurs – concentrés, habiles et attentifs," mentionne Earle. "Jusqu'à ce que nous réussissions à faire comprendre que ce travail est plein de défis, compliqué et exigeant, nous devons toujours nous efforcer d'aider les conducteurs à bien évaluer le risque."

La diminution du risque associé au conducteur

"Certaines des solutions qui continuent à ressortir dans les sommets et les conférences sur le camionnage traitant des

vehicle has blind spot monitoring and saved you. Can't parallel park? Buy a vehicle that does it for you. What once took practice and skill is now perceived to be mundane and routine, taken care of by lines of binary code. If we don't really need a driver, then what does it matter if that driver is high or on the phone?

"The problem is, we still do need drivers—focused, skilled, and attentive ones," says Earle. "Until we create an understanding that the job is challenging, complicated and demanding, we will always be challenged to help drivers assess the risk."

Reducing Driver Risk

"A few of the solutions that continue coming up in summits and trucking conferences relating to commercial drivers' behaviour are training issues and basic driver management," says David Ogilvy, Vice President of Ogilvy Insurance (Toronto).

"In addition, an aging and shrinking driver pool has certainly caused a shortage of experienced truck drivers in the commercial sector," he adds. New, younger drivers—millennials—entering the trade present their own behaviour challenges, having been born with a phone in their hand and a high level of comfort with multi-media stimuli.

A few provincial governments appear to be taking some proactive steps in terms of driver safety—such as Ontario's new policy of standardized training for all new drivers—but there's a lot of work to do, especially in terms of driver education. As Ogilvy points out, "Ontario introduced Mandatory Entry Level Training (MELT) in July 2017, which includes at least 103.5 hours of instruction and covers the entry-level knowledge and skills needed to safely operate a large truck on Ontario's roads, and it appears that Alberta and Manitoba are going to introduce similar legislation—especially in light of the Humboldt crash¹."

"Before driver behaviour can really be changed for the long term, however," says Earle, "employers must create an environment of high performance expectations and continuous feedback." This is much more than the traditional "be on time, do your job and I'll tell you if you do something wrong" mantra that is so prevalent in many workplaces today. It requires employers to catch employees doing it right, especially when doing it right is difficult. It requires reinforcement of success and shared problem-solving for failure.

"Before we can engage in meaningful conversations about distracted driving and impairment, we have to create an environment where sound decision-making and good behaviour in a challenging environment are the norms," concludes Earle. This means that the culture of the industry needs to change and drivers have to be trained on the necessity to concentrate on their job – which is driving.

¹ In April 2018, 16 people died and 13 others were injured when bus and truck collided on highway 30 km north of Tisdale, Saskatchewan. The driver of the tractor trailer was charged in early July with 16 counts of dangerous operation of a motor vehicle causing death and 13 counts of dangerous operation of motor vehicle causing bodily injury. The case is currently before the court.

comportements des chauffeurs commerciaux comportent des problématiques liées à la formation et à la gestion de base du conducteur," mentionne David Ogilvy, vice-président d'Ogilvy Insurance (Toronto).

"De plus, un bassin de chauffeurs vieillissants et en diminution a certainement contribué à créer une pénurie de chauffeurs de camion expérimentés dans le secteur commercial", ajoute-t-il. De nouveaux et de plus jeunes chauffeurs – les milléniaux – arrivant dans le milieu présentent leurs propres défis comportementaux, ceux-ci étant nés avec un téléphone dans les mains et possédant un niveau de confort élevé avec les différents stimuli multimédias.

Quelques gouvernements provinciaux semblent avoir mis en place certaines mesures proactives à l'égard de la sécurité des conducteurs – comme, entre autres, la nouvelle politique de l'Ontario concernant la formation obligatoire pour tous les nouveaux chauffeurs – mais beaucoup de travail reste à faire, tout spécialement en matière d'éducation des chauffeurs. Comme le fait remarquer David Ogilvy, "L'Ontario a introduit la formation obligatoire pour débutants (MELT) en juillet 2017 qui incluait au moins 103,5 heures de formation et couvrait les connaissances et les compétences de niveau débutant nécessaires pour conduire en toute sécurité un gros camion sur les routes ontariennes, et il semblerait que l'Alberta et le Manitoba vont prochainement introduire des législations similaires – principalement en raison de l'accident survenu à Humboldt¹."

"Avant que le comportement des conducteurs puisse réellement changer à long terme, indique Earle, les employeurs devront cependant créer un environnement dans lequel nous retrouverons des attentes de haute performance et une rétroaction continue." Il s'agit là de beaucoup plus d'exigences que ce que prônait l'approche traditionnelle qui disait simplement "sois à temps, fais ton travail et je te le dirai si tu fais des choses incorrectes" et qui, encore de nos jours, est bien présente dans plusieurs environnements de travail. Ceci exige des employeurs qu'ils remarquent les employés qui font les bonnes choses, spécialement lorsqu'il est difficile de bien faire les choses. Cela demande un renforcement du succès et un processus de résolution de problèmes partagé en cas d'échec.

"Avant que nous puissions engager des conversations sérieuses au sujet de la distraction au volant et de la conduite avec les facultés affaiblies, nous devons créer un environnement dans lequel les prises de décision éclairées et un bon comportement dans le cadre d'un environnement difficile seront devenues des normes.", conclut Earle. Cela implique que la culture de l'industrie doit changer et que les chauffeurs doivent être formés quant à la nécessité de bien se concentrer sur leur travail – soit de conduire.

¹ En avril 2018, 16 personnes sont décédées et 13 autres ont été blessées lorsqu'un autobus et un camion sont entrés en collision sur une autoroute située à 30 km au nord de Tisdale, en Saskatchewan. Au début juillet, le chauffeur du camion a été inculpé de 16 chefs d'accusation de conduite dangereuse avec un véhicule moteur ayant causé la mort et de 13 chefs d'accusation de conduite dangereuse ayant causé des lésions corporelles. L'affaire est actuellement devant les tribunaux.

PROFESSIONAL SERVICES DIRECTORY | RÉPERTOIRE DE SERVICES PROFESSIONNELS

Advantage Box Company Ltd. ...9 & 35 www.advantagebox.com	Great Canadian Van Lines6-7 www.greatcanadianvanlines.com	Ogilvy InsuranceInside Front Cover www.ogilvy.ca
Allied Van Lines Canada 14 www.alliedvanlines.ca	K.I.D. Truck & Trailer Service ... 11 & 33 www.kidtrailer.ca	Snowbirds Auto Connection4 www.snowbirdsautoconnection.com
Atlas Van Lines (Canada) Ltd.25 www.atlasvanlines.ca	L. Hansen's Forwarding 33 www.lhf.com	Spicers15 www.spicers.ca
Blue Bins Unlimited Corp.10 & 30 www.bluebins.com	Livingston Transportation Inc.25 www.livingstonintl.com	The Mover's Choice Inc.16 www.themoverschoice.com
Dollies & Boxes Unlimited 8 www.dollies-boxes.com	Matco Moving Solutions 17 www.matco.ca	UnivanInside Back Cover www.uvl.ca www.mayflower.ca
Foley's Transfer Inc.28 www.foleystransfer.com	McLean Hallmark Insurance Group Ltd.Outside Back Cover www.mcleanhallmark.com	Your Moving Depot- Cascades Cboard39 www.yourmovingdepot.ca
G M Packaging Ltd.3 www.gmpackaging.com	Move Management Group Inc. 11 www.managemove.com	

Our Buying Power = Your Lease Savings



YOUR CANADIAN SUPPLIER FOR SPECIALTY MOVING EQUIPMENT

Univan Leasing Limited's purchasing power allows us to negotiate special terms and discounts unavailable to individuals. We purchase at and often below established dealer costs on a wide variety of tractors, trailers, straight trucks, automobiles, office equipment, and more. Our highly competitive rates are then passed along to our clients across Canada.



Authorized Canadian Distributor

1-877-4-UNIVAN
info@univan.ca
www.univan.ca



MOVER'S CHOICE INSURANCE

PARTNERS IN PEACE OF MIND

PROVIDED BY:

McLean Hallmark
INSURANCE GROUP LTD.

WHEN ACCIDENTS HAPPEN...

We have you covered! We offer more CHOICE with Canada's best insurance markets who provide specialized manuscript coverage wordings partnered with expert understanding of the moving, transportation and warehousing industry's needs.

You'll have confidence knowing you made the right CHOICE...



CONTACT:

Glenn Meyer
416-642-5448
gmeyer@mcleanhallmark.com

FRAGILE