

# QUAND VERT RIME AVEC AFFAIRES!

DES PETITES ENTREPRISES TROUVENT DANS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE UN MOYEN DE DAMER LE PION À LEURS CONCURRENTS ET DE S'ENRICHIR. EST-CE LE DÉBUT D'UNE NOUVELLE ÈRE ?

PAR VALÉRIE BORDE

L'histoire de Bioetik ressemble à un conte de fées. Il était une fois un homme et une femme de Rouyn-Noranda, sportifs et un peu granolas, qui gagnaient leur vie en distribuant produits naturels et aliments biologiques dans toute l'Abitibi. Ils se marièrent et eurent trois filles. Puis, en 2002, à l'approche de la quarantaine, le couple décide de partir en guerre contre les géants de la malbouffe, avec une petite arme redoutable: une barre de céréales 100% bio, l'Equibar, faite de quelques ingrédients tout simples, amandes ou bleuets séchés, si possible produits dans la région. De quoi remettre en piste cyclistes épuisés ou enfants affamés, sans les gaver de gras trans et de sucres raffinés ni exploiter des travailleurs sous-payés à l'autre bout du monde.

En stratèges avisés, Josée Gagné et Pierre Trahan vont chercher conseil au Centre de recherche et de développement en agriculture, à Saint-Hyacinthe, pour mettre au point leur recette secrète. Ils bâtissent un solide plan d'affaires,

qui leur permet de décrocher 600 000 dollars du Fonds d'investissement en développement durable (FIDD) – un fonds de capital de risque mis sur pied par le gouvernement du Québec, la FTQ et la CSN. Le couple applique aux affaires les valeurs qui lui sont chères: partage, équité, entraide. Toute la famille – Josée Gagné a sept sœurs et deux frères – s'implique, goûtant les produits, testant les emballages recyclables ou... gardant les enfants.

L'usine de Bioetik commence à produire en janvier 2003. Elle compte aujourd'hui 14 employés, dont un travailleur handicapé. L'Equibar est distribuée dans 80% des commerces d'alimentation du Québec, chez Loblaw's en Ontario et dans l'Ouest canadien ainsi que dans des magasins spécialisés jusqu'en Allemagne et en Californie. «On réussit avec des valeurs complètement différentes de celles de nos concurrents», se réjouit Josée Gagné, qui imagine déjà de nouvelles recettes pour satisfaire l'appétit de ses clients à l'égard des produits

sains. Bientôt, dévoile-t-elle, naîtront peut-être des barres aux légumes bio...

Les PME sont de plus en plus nombreuses, dans tous les secteurs d'activité, à surfer sur la vague du «développement durable»: conséquences minimales sur l'environnement, responsabilité sociale, transparence dans la gestion. Ce qui les pousse à agir? «Les valeurs des fondateurs et des employés, le milieu dans lequel elles sont établies, leurs clients, leurs fournisseurs, la volonté de se distinguer ou encore les économies potentielles», croit Brenda Plant, consultante à l'origine du site Web [ethiquette.ca](http://ethiquette.ca), qui encourage la consommation responsable, ainsi que du regroupement Cataléthique (dont le nom signifie: catalyser des affaires plus éthiques), qui réunit des gens d'affaires intéressés par le sujet.

Et ça marche. Le développement durable a la cote auprès des consommateurs. «Environ 30% des Américains auraient adopté des styles de vie axés sur la santé et la durabilité, ce qui représenterait un marché de 229 milliards de dollars ➔



Des Québécois qui ont misé avec succès sur le développement durable: Pierre Trahan et Josée Gagné (en haut), de Bioetik, et Yannick Maheux, de BainUltra.



Pierre Trahan et Josée Gagné dans les locaux de leur usine, à Rouyn-Noranda.

américains», dit Brenda Plant. Ces styles de vie ont donné naissance au mouvement dit «LOHAS» (Lifestyles of Health and Sustainability), que les agences de marketing suivent de près. Au Canada, les ventes des produits certifiés équitables ont grimpé de 55 % par année depuis 2001, selon TransFair Canada, l'organisme qui gère les sceaux de certification. Mountain Equipment Co-op, coopérative de magasins d'articles de plein air de Vancouver, pionnière en matière de développement durable, vient de connaître une année record avec des ventes de près de 200 millions de dollars.

Les grandes entreprises comme Alcan ou le Mouvement Desjardins, qui se conforment aux principes du développement durable depuis 2001 et 2005 respectivement, incitent également leurs sous-traitants ou leurs clients à adopter de meilleures pratiques. Et les gouvernements encouragent les comportements civiques exemplaires de la part des entreprises. Avec sa Loi sur le développement durable, en vigueur depuis avril dernier, Québec entend aussi montrer la voie, par exemple en privilégiant pour ses approvisionnements les fournisseurs des produits les moins polluants (véhicules hybrides, papier recyclé...).

Le Fonds d'investissement en développement durable créé par Québec est d'ailleurs considéré par le Programme des Nations unies pour l'environnement comme un modèle d'avenir en matière de capital de risque. «Nous apportons de la

**DE GRANDES  
ENTREPRISES  
COMME ALCAN  
ET DESJARDINS  
INCITENT LEURS  
SOUS-TRAITANTS  
À ADOPTER DE  
MEILLEURES  
PRATIQUES.**

valeur ajoutée aux PME sous forme d'argent frais, mais aussi en les aidant à gérer leurs affaires selon les règles du développement durable», explique Andrée-Lise Méthot, PDG du Fonds.

En 2004, le FIDD, le Fonds de solidarité FTQ, la société Innovatech du Grand Montréal et la Banque de développement du Canada investissaient trois millions de dollars dans Torr Canada. Cette jeune entreprise de Montréal fabrique des filtres qui permettent d'isoler les hydrocarbures présents dans l'eau extraite en même temps que le pétrole. Les premiers filtres de la société ont été installés, en 2005, sur des plates-formes de forage en mer du Nord et en Méditerranée, et depuis peu, au Koweït. Elle a déjà en poche des contrats qui devraient lui rapporter près de 100 millions de dollars dans les prochaines années.

À la Bourse de Toronto, l'action de Torr Canada a triplé en quelques mois. Après avoir analysé le cycle de vie de ses produits depuis leur conception jusqu'à leur destruction – ce que les spécialistes nomment l'empreinte écologique –, l'entreprise a modifié certaines de ses pratiques, ce qui lui a permis d'en diminuer de 30 % les répercussions sur l'environnement. Elle a divisé par cinq le coût de ses matières premières, en utilisant des matériaux recyclés plutôt que neufs, et diminué ses coûts de transport, en faisant fabriquer ses produits plus près de ses clients. Et elle a bonifié le programme d'avantages sociaux de ses employés. Sans compter qu'elle vend des produits qui aident les sociétés pétrolières à mieux exploiter leur matière première et à moins polluer.

«On est encore tout au début du processus, mais les entreprises qui prennent le développement durable au sérieux se rendent vite compte de l'intérêt de cette approche», explique Jacques Régner, directeur général du Centre québécois du développement durable (CQDD). Depuis 15 ans, cet organisme établi au Lac-Saint-Jean aide les PME ou les municipalités en leur fournissant des outils tels que des grilles d'analyse de projets, des diagnostics d'entreprise ou des tableaux de bord de gestion pour améliorer leurs pratiques.

«Au début, nos clients se souciaient surtout de l'environnement; maintenant, ils tiennent compte aussi de préoccupations sociales et économiques, et font des gains notables en santé et sécurité au travail, dit Jacques Régner. Il y a cinq ans, le Centre devait courir après ses clients; aujourd'hui, on sent beaucoup d'engouement.» Le personnel est passé de 3 à 15 personnes, et 150 entreprises ont déjà fait appel à ses services.

Le CQDD assure notamment la coordination du programme des Enviroclubs pour tout l'est du Québec. Organisés par Développement économique Canada et le ministère fédéral de l'Environnement, ces clubs de rencontres nouveau genre permettent à une douzaine de PME d'une même région de bénéficier gratuitement des services d'un consultant et de journées de formation sur le développement durable, dans le but de changer leurs façons de faire. «Depuis 2001, 72 entreprises ont réalisé des économies récurrentes de six millions de dollars par an, en rationalisant leurs procédés, en diminuant leur consommation d'énergie ou leurs émissions de ➤



Yannick Maheux a fait réaliser d'importantes économies à la PME BainUltra.

gaz à effet de serre, ou en améliorant leur manière de gérer leurs déchets», dit Jacques Régnier.

Yannick Maheux a trouvé l'expérience très enrichissante. Coordonnateur pour BainUltra, à Saint-Nicolas, au sud de Québec, il a puisé à l'Enviroclub des trucs pour faire économiser 260 000 dollars par an à cette PME de 250 employés spécialisée dans la fabrication de baignoires à jets d'air. «On a diminué les déchets et les quantités de matières premières utilisées, tout en améliorant la qualité de l'air dans l'usine», raconte-t-il. En moins d'un mois, l'entreprise a récupéré ses investissements!

Moldex, PME de Rimouski, a quant à elle pris son essor grâce au programme de valorisation des pneus usagés de Recyc-Québec. Elle a mis au point un procédé de remoulage, technique qui consiste à enlever le caoutchouc usé pour le remplacer par du neuf, sans pour autant refaire le pneu au complet. «On estime qu'il faut 35 litres de pétrole pour fabriquer un pneu neuf, contre seulement 18 litres pour un pneu remoulé. Et notre procédé n'utilise ni eau ni énergie fossile, seulement de l'électricité», explique Jean-François Marquis, PDG de l'entreprise, qui compte une vingtaine d'employés. Depuis trois ans, ses

**LES ENVIROCLUBS OFFRENT AUX PME DES SERVICES GRATUITS DE CONSULTATION ET DE FORMATION SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE.**

ventes augmentent d'environ 10 % par année. Elle exporte même ses produits aux États-Unis, où le parc des célèbres taxis new-yorkais figure parmi ses clients.

Les PME qui maîtrisent tous les outils du développement durable sont encore rares. «Elles procèdent étape par étape», dit Andrée-Lise Méthot, du FIDD. Dans les entreprises manufacturières, un des premiers enjeux consiste à améliorer la santé et la sécurité des travailleurs. On s'intéresse aussi au volet «transparence sociale». «On incite les entreprises à revoir le choix de leurs fournisseurs – pour éliminer, par exemple, ceux qui pourraient être mêlés à

de la corruption – et à mettre sur pied des mécanismes de reddition de comptes.»

D'autres misent sur l'engagement social afin de se démarquer de la concurrence. En 2003, Pierre-Paul McSween et Richard Charbonneau, deux jeunes pères de famille de Montréal, ont profité de la restructuration de la société de télécommunications qui les employait pour fonder leur propre entreprise. Et pour coupler leur expérience professionnelle avec les valeurs d'entraide qu'ils désiraient transmettre à leurs enfants. Charitel, leur entreprise de 26 employés, vend des forfaits d'interurbains d'un nouveau genre: 3 % de la valeur de chaque facture est versée, au nom du client, à un organisme de bienfaisance enregistré auprès du gouvernement canadien et figurant sur une liste qui en recense 250. Fondation québécoise du cancer, Fondation de l'Hôpital de Montréal pour enfants... au client de choisir celui ou ceux qu'il souhaite aider, à Charitel de s'en charger. Et les clients reçoivent leur crédit d'impôt.

«Comme bien des jeunes parents qui travaillent à plein temps, on n'avait pas le temps de faire du bénévolat, alors on a décidé de créer une entreprise à but lucratif, mais socialement responsable», raconte Pierre-Paul McSween. Charitel, dont le chiffre d'affaires avoisine les 10 millions de dollars, compte déjà 3 700 clients, au Québec, en Ontario et dans l'Ouest canadien. En 2005, elle a versé 100 000 dollars à des fondations, ravies de recevoir de l'argent chaque mois plutôt qu'une grosse somme juste avant les Fêtes...

Mais il y a encore loin de la vague au tsunami. «Les PME ont souvent du mal à s'arrêter pour réfléchir à leurs pratiques en matière de développement durable, dit Brenda Plant. Elles croient qu'elles n'ont pas les liquidités nécessaires pour modifier leurs façons de faire, ou sont rebutées par des outils encore peu adaptés à leur situation particulière.» Et l'idée que le développement durable puisse être profitable laisse encore sceptiques de nombreux dirigeants d'entreprise.

Pour les convaincre, le FIDD a mis au point un outil d'analyse du cycle de vie des produits spécialement conçu à l'intention des PME, de concert avec la CSST et des chercheurs de l'École polytechnique. En répondant à quelques questions portant, par exemple, sur les achats ou sur la gestion des déchets, l'entrepreneur se rend parfois rapidement compte qu'un petit rien peut rapporter gros... ☒

DORIS BUCSEAU POUR L'ACTUALITÉ