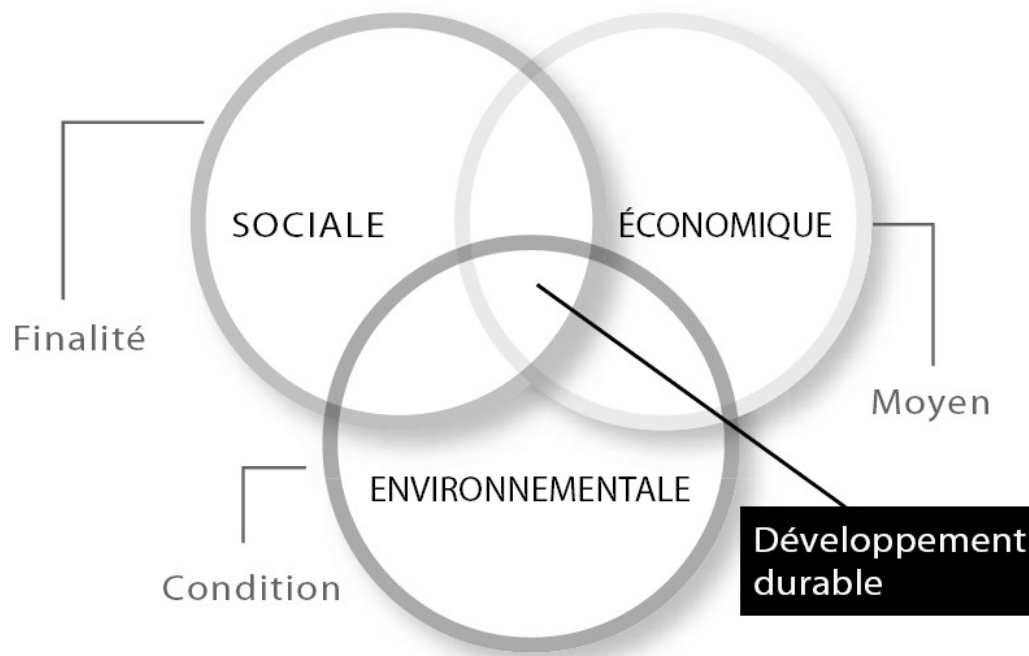


Auto-diagnostic Développement durable (DD)

Un questionnaire rapide
positionnant votre entreprise



Pour nous joindre :

SADC des Laurentides

Conseillers en développement durable

450-229-3001

1-888-229-3001

www.sadclautentides.org

Table des matières

I. DÉROULEMENT	2
II. QUESTIONNAIRE.....	3
III. RÉSULTATS : VOTRE PROFIL DD.....	6
IV. IDÉES DD	7
V. LEXIQUE.....	17

I. Déroulement

1. Le questionnaire couvre 14 thèmes, présentant chacun 4 choix de réponses.
2. Pour chaque thème, cochez l'énoncé (A, B, C ou D) correspondant le plus à votre situation.
3. Après avoir répondu aux 14 thèmes, calculez le nombre d'énoncés cochés pour chacune des lettres (A, B, C et D). Ce résultat correspond à votre profil, que vous trouverez en page 6.
4. Après avoir lu votre profil, veuillez consulter les « Idées DD » correspondant à chacune de vos réponses. En effet, les pages 8 à 16 vous proposent des suggestions d'actions et des exemples pour chacune des affirmations des 14 thèmes. Elles vous permettront de savoir comment et pourquoi appliquer le DD dans votre entreprise.
5. Vous trouverez des icônes adjacents à certaines idées DD. Ceux-ci indiquent que les mesures proposées correspondent à l'objectif illustré :



Productivité : La productivité s'améliore lorsque les ressources sont utilisées plus efficacement parce que : a) la production s'accroît plus rapidement que les intrants ou b) l'entreprise produit autant avec une utilisation moindre d'intrants (Statistique Canada, *Comprendre la productivité*, 2006). **La SADC des Laurentides souhaite accompagner les entreprises du territoire dans leurs efforts pour devenir plus productives, donc plus compétitives.**



Visibilité : Cette notion réfère à la capacité qu'a une entreprise à se démarquer des autres sur son marché naturel et les marchés potentiels. **La SADC des Laurentides souhaite accompagner les entreprises du territoire dans leurs efforts pour devenir plus visibles, donc plus compétitives.**



Pérennité : Cette notion fait référence au caractère temporel. Une entreprise qui travaille à sa pérennité s'investit pour que ses activités durent. **La SADC des Laurentides soutient les entreprises du territoire en les incitant à adopter des pratiques qui rapporteront à moyen et long terme.**

6. Un lexique figure à la page 7 de ce document pour vous aider à mieux comprendre certaines expressions utilisées dans les 14 thèmes et les « Idées DD ».
7. Si vous avez des questions et des commentaires pendant que vous consultez l'auto-diagnostic en développement durable, nous vous invitons à les prendre en note. Elles pourraient vous être utiles lors de votre rencontre avec votre conseiller de la SADC des Laurentides.

Version originale réalisée par la SADC du Haut-Saguenay en décembre 2007 en collaboration avec Patricia Martin, Chargée de projet au Centre québécois de développement durable (CQDD)

II. Questionnaire

1 - DIRECTION GÉNÉRALE	2- RESSOURCES HUMAINES	3- VENTES
<p>A : Je ne vois pas l'intérêt pour mon entreprise à m'engager envers le DD. <input type="checkbox"/></p> <p>B : Dans l'entreprise, je fais déjà ma part, principalement pour l'environnement. <input type="checkbox"/></p> <p>C : Je serais intéressé(e) à m'engager dans une démarche de DD dans mon entreprise si j'avais l'information et/ou les moyens <input type="checkbox"/></p> <p>D : Dans l'entreprise, je suis engagé(e) depuis quelques temps dans des démarches de DD que je mets à jour et améliore au fil du temps. <input type="checkbox"/></p>	<p>A : Je ne crois pas que l'amélioration des conditions de travail et de l'environnement de travail influence la productivité. <input type="checkbox"/></p> <p>B : Les employés de l'organisation sont régis par un comité (syndicat ou autre) <input type="checkbox"/></p> <p>C : Nous pourrions améliorer la prévention en santé et sécurité au travail. Nous pourrions améliorer les conditions d'emploi que nous offrons. <input type="checkbox"/></p> <p>D : Nous avons élaboré un programme complet de santé et sécurité; nous avons revu nos conditions d'emploi et travaillons présentement à augmenter la motivation et la mobilisation des équipes de travail par de nouvelles responsabilités et de la formation continue. <input type="checkbox"/></p>	<p>A : Nos efforts de vente se basent principalement sur le prix. <input type="checkbox"/></p> <p>B : Nous avons fait des efforts pour que nos produits/services aient peu d'impacts négatifs sur l'environnement et la société, mais nous n'utilisons pas cet argument. <input type="checkbox"/></p> <p>C : Nous serions intéressés à développer le marché des consommateurs à la recherche de produits/services régionaux et sans impact sur l'environnement. <input type="checkbox"/></p> <p>D : Notre principal argument de vente est basé sur notre faible impact sur l'environnement et la société. <input type="checkbox"/></p>
4- ACHATS	<p>ANALYSER LES IDÉES DD CORRESPONDANTES À CHACUNE DE VOS RÉPONSES (P.6)</p>	
<p>A : Nos achats sont principalement basés sur les critères prix et accessibilité. <input type="checkbox"/></p> <p>B : Nous encourageons les entreprises locales, lorsque le prix est compétitif. <input type="checkbox"/></p> <p>C : Nous serions intéressés à adopter une politique pour diminuer les impacts négatifs de nos approvisionnements, si cela s'avérait rentable. <input type="checkbox"/></p> <p>D : Nous avons une politique d'achats écoresponsables (voir lexique) que nous utilisons et améliorons au fil du temps. <input type="checkbox"/></p>	5- PRODUITS ET SERVICES	<p>A : Il est impensable de modifier la composition ou la présentation de ma gamme de produits/services pour en diminuer ses impacts négatifs (environnement et société). <input type="checkbox"/></p> <p>B : Les impacts négatifs (environnement et société) de mes produits/services sont minimes ou inexistants. <input type="checkbox"/></p> <p>C : J'aimerais savoir comment je pourrais diminuer l'impact négatif de mes produits/services et ce que je pourrais changer dans mon offre de produits/services. <input type="checkbox"/></p> <p>D : Nous faisons de la recherche et développement pour sortir une nouvelle gamme de produits éco-conçus (voir lexique). <input type="checkbox"/></p>

6- BÉNÉFICES

A : Les salaires des employés sont fixes.



B : Nous réinvestissons les bénéfices.



C : Comment peut-on faire participer les employés aux bénéfices?



D : Nous avons une politique salariale qui intègre des mesures de participation aux bénéfices pour les employés.



7- PRODUCTION

A : Nous ne souhaitons pas modifier notre système de production.



B : Nous contrôlons la qualité de nos produits.

C : Nous croyons que notre procédé de production pourrait être optimisé. Peut-être pourrions-nous revoir nos matières premières ou notre source d'énergie?



D : Nous avons participé à différents programmes des gouvernements et leurs agences et demeurons à l'affût des possibilités.



8- INNOVATION

A : Nous n'avons ni le temps, ni les moyens pour nous questionner sur nos activités.



B : La recherche et le développement ne sont pas pertinents dans notre secteur d'activité.



C : Nous sommes intéressés à savoir comment nous pourrions améliorer nos façons de faire et comment notre secteur d'activité évolue.



D : Nous stimulons l'innovation dans nos activités et affectons une partie de nos bénéfices dans la recherche et le développement.



9- CHANGEMENT

A : Nous ne vivons aucun changement majeur (nouveaux équipements, employés, marchés, etc.) en ce moment.



B : Nous vivons présentement un changement majeur dans l'entreprise (nouveaux équipements, employés, marchés, etc.) et cela nous préoccupe beaucoup.



C : Nous pensons à effectuer un changement majeur prochainement (nouveaux équipements, employés, marchés, etc.).



D : Nous sommes continuellement en processus d'amélioration continue.



10- CLIENTS

A : Mes clients demandent de payer le moins cher possible, sans égard à la qualité ou aux impacts du produit/service.



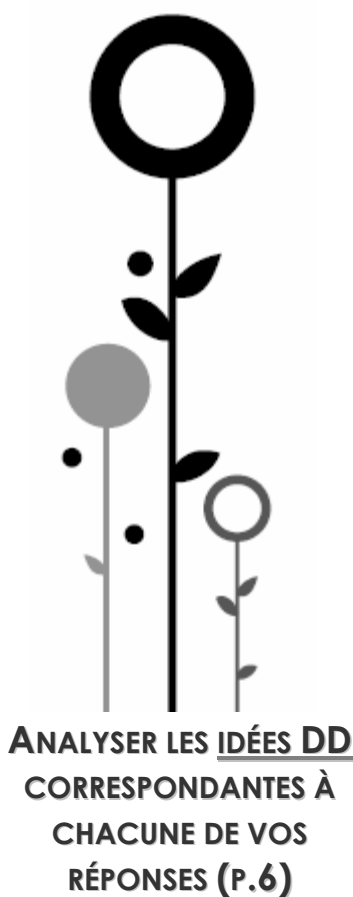
B : Nous traitons toutes les plaintes de nos clients et considérons leurs suggestions.



C : Nous percevons de plus en plus de curiosité de la part de nos clients envers les impacts environnementaux de nos activités. Comment répondre à leurs attentes?



D : Nous essayons de répondre aux nouvelles exigences des clients en considérant leurs demandes dans le renouvellement de nos produits/services.



11- CONCURRENCE	12- FOURNISSEURS
-----------------	------------------

A : Nos concurrents sont locaux et ne font pas d'efforts visibles en DD.



B : La concurrence s'intensifie de plus en plus (mondialisation, nouveaux produits, etc.), mais nous ne pouvons rien y changer.



C : Il serait certainement possible de tirer profit du profil de nos compétiteurs en provenance de l'étranger, mais nous n'y travaillons pas pour l'instant.



D : Nous travaillons le plus possible en concertation avec certains compétiteurs et évitons au maximum les confrontations.



A : Nous exigeons les plus bas prix de la part de nos fournisseurs.



B : Nos relations avec nos fournisseurs ne sont pas une priorité, car cela n'a pas d'impact direct sur nos performances.



C : Si le DD pouvait nous permettre de fidéliser nos fournisseurs, nous serions intéressés à savoir comment cela s'applique.



D : Dans le cadre de notre politique d'achats écoresponsables (voir lexique), nous avons établi des liens serrés avec nos fournisseurs.



13- INTÉGRATION DANS LE MILIEU

A : Les citoyens sont en accord avec les activités de l'entreprise car cela crée de l'emploi.



B : Nos activités ne sont pas dommageables et ne nuisent pas à la qualité de vie des résidents du territoire.



C : Nous pourrions améliorer nos relations avec les citoyens et la municipalité.



D : Nous entretenons de saines relations avec le milieu.



14- PLANIFICATION

A : Nous prenons les décisions stratégiques de l'entreprise en fonction de notre instinct et de notre expérience.



B : Nous planifions les décisions stratégiques à l'avance et les inscrivons dans un plan annuel.



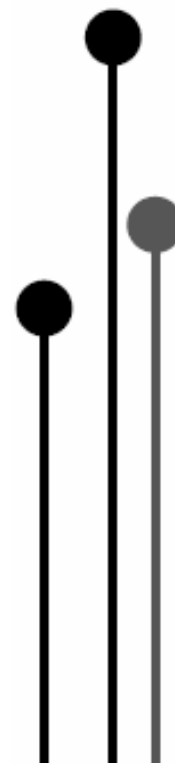
C : Nous pourrions être davantage proactifs en planifiant à plus long terme. Cela nous permettrait de saisir plus d'occasions d'affaire.



D : Nous travaillons avec un plan qui se détaille à court, moyen et long terme.



ANALYSER LES IDÉES DD CORRESPONDANTES À CHACUNE DE VOS RÉPONSES (P.6)



Votre Total

A : _____

B : _____

C : _____

D : _____

III. Résultats : Votre profil DD

J'ai répondu plus souvent A : Je suis **CONSERVATEUR!**

Le DD ne résonne pas à vos oreilles comme une opportunité, mais plutôt comme quelque chose d'abstrait et sans importance. Vous ne comprenez pas pourquoi les gouvernements et les consommateurs en font tout un plat, et voilà maintenant que votre SADC se met de la partie. La raison est bien simple, vous avez tout à gagner à améliorer dès maintenant vos pratiques en vous inspirant du DD. Le plus intéressant, c'est que vous avez l'embarras du choix.

Certaines mesures sont à votre portée dès maintenant, puisqu'elles demandent peu d'engagement, se réalisent à court terme ou offrent un retour sur l'investissement intéressant.

Ainsi, vous serez certainement tenté par les avenues proposées par l'écoefficacité (voir lexique), ou par les idées liées aux ventes et aux achats. Ces pratiques sont peut-être déjà un impératif dans votre marché. Votre conseiller en DD de la SADC des Laurentides pourra vous éclairer davantage à ce sujet (pour le joindre : 450-229-3001 ou info@sadclairentides.org).

J'ai répondu plus souvent B : Je suis **HÉSITANT!**

Vous n'en êtes pas à vos débuts en terme de DD. Vous avez déjà entrepris quelques démarches, principalement liées au recyclage et à l'économie d'énergie. Vous croyez qu'il ne serait pas pertinent d'avancer davantage, étant donné votre marché et votre secteur.

Consultez votre conseiller en DD de la SADC des Laurentides (au 450-229-3001 ou info@sadclairentides.org), il pourrait vous éclairer davantage sur les avantages à continuer à améliorer vos pratiques. Par exemple, vous serez certainement intéressé par des programmes ponctuels des gouvernements et organismes, offrant support technique et financement ou par le service d'accompagnement en DD de la SADC.

J'ai répondu plus souvent C : Je suis **ACCUEILLANT!**

Vous êtes grandement ouvert au DD. Vous êtes curieux et souhaitez en apprendre davantage. Toutefois, vous n'êtes pas encore passé à l'action. Étant donné votre ouverture d'esprit face au DD, vous serez certainement intéressé à mettre sur pied une politique pour bien structurer votre démarche et cibler vos objectifs dès le départ.

N'hésitez pas à consulter votre conseiller en DD de la SADC des Laurentides (au 450-229-3001 ou info@sadclairentides.org), le service d'accompagnement pourrait grandement vous satisfaire car il vous permettrait d'aller plus loin dans vos actions.

J'ai répondu plus souvent D : Je suis **VISIONNAIRE!**

Vous êtes déjà dans le peloton de tête des PME face aux enjeux du DD. Vous avez des pratiques diversifiées et adaptées à vos activités. Vous souhaitez persévérer en mettant sur pied de nouvelles démarches de DD et en bonifiant celles en place.




Considérant votre intérêt et votre niveau d'avancement, votre conseiller en DD de la SADC pourrait vous indiquer les nouveaux programmes financiers susceptibles de vous mener encore plus loin. Il pourrait aussi vous inviter à partager votre expertise en DD avec d'autres PME du territoire par des formules de mentorat, des conférences ou d'autres activités de réseautage. Communiquez avec la SADC des Laurentides pour plus de d'information sur le service offert (au 450-229-3001 ou info@sadclairentides.org).

Suggestions et exemples pour les affirmations des 14 thèmes




Analysez vos résultats!



1 – DIRECTION GÉNÉRALE



A Pensez à vos employés	B Pas seulement l'environnement	C Spécialiste ou guide autonome	D Diffusion
<p>Le premier avantage à s'engager dans une démarche de DD est la mobilisation des employés</p>  <p>Saviez-vous? Au Canada, 81 % des employés jugent durement leur employeur quant à leurs pratiques écologiques et 78 % d'entre-eux quitteraient leur emploi actuel en faveur d'un employeur plus « vert ». (sondage monster.ca)</p>	<p>Le DD est une forme d'amélioration continue généralement exprimée par une politique de DD adaptée à votre rythme. Elle peut être effectuée par domaine ou, encore, prendre source dans un problème que vit l'organisation</p>  <p>Saviez-vous? La politique de DD permet de dégager une vision à long terme qui assure engagement et cohérence. Elle permet aussi la communication publique : faites comme les cohortes de la SADC en misant sur le DD pour mieux faire valoir votre entreprise.</p>	<p>Au même titre qu'il existe des firmes spécialisées en ressources humaines ou en comptabilité, le secteur du DD possède lui aussi ses experts. Ces spécialistes pourront évaluer vos besoins et votre situation et vous proposer des mesures d'amélioration autant au plan social, environnemental, qu'économique.</p> <p>Saviez-vous? La norme ISO 26 000 – Responsabilité sociale est en développement. Elle agira à titre de référence pour proposer les balises des démarches volontaires. Imaginez l'effet domino qu'aura cette nouvelle norme sur les fournisseurs et les clients.</p>	<p>Vous êtes parmi les entreprises en peloton de tête! Puisque votre démarche semble fonctionner, peut-être est-il temps de voir à répandre ses activités pour qu'elle touche l'ensemble des employés et des parties prenantes?</p>  <p>Saviez-vous? Malheureusement, les politiques de DD demeurent trop souvent l'affaire de quelques cadres, plutôt que d'être répandues parmi toutes les parties prenantes. Lorsqu'elles ne sont pas partagées, certaines politiques pourraient devenir un simple document d'image.</p>

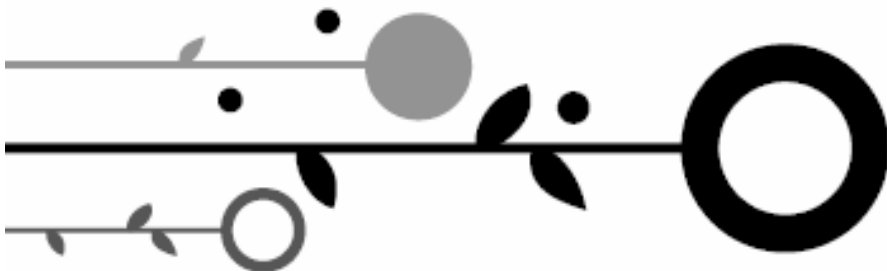
2 – RESSOURCES HUMAINES

A	B	C	D
<p>Qualité de vie et productivité</p> <p>Le DD met la santé et la qualité de vie des humains au coeur de ses priorités. L'objectif est de permettre aux populations présentes de conserver leur qualité de vie, sans compromettre la capacité des populations à venir de jouir de celle-ci. Il faut donc rechercher l'équilibre dans les conditions offertes aux employés et assurer un environnement sain et sécuritaire à tous, ceci incluant les sous-traitants.</p>  <p>Saviez-vous? L'état de la recherche indique que la participation accrue des employés exerce une influence positive sur la productivité et sur l'efficacité de l'entreprise en général.</p>	<p>Mesure de fidélisation</p> <p>La syndicalisation est une solution pour assurer aux employés un pouvoir de représentation et de négociation. Toutefois, la présence d'un comité ne signifie pas pour autant que les conditions de travail soient optimales (autant pour l'employeur que l'employé) et l'environnement sain. Pour éviter de voir vos employés quitter l'entreprise au profit d'une autre, tentez de trouver des mesures pour les fidéliser.</p>  <p>Saviez-vous? Au Canada, 78 % des employés quitteraient leur emploi actuel en faveur d'un employeur plus écologique. (sondage monster.ca)</p>	<p>Un point de départ</p> <p>Vous pouvez débiter votre démarche par une analyse des risques en santé et sécurité, ou par une démarche d'identification et de partage des valeurs de l'entreprise avec les employés par exemple. Vous pouvez également songer à renouveler votre mode d'évaluation des employés et redéfinir les rôles et responsabilités de chacun, en y intégrant celles reliées au DD.</p> <p>Pensez-y... Le mouvement Desjardins a mis sur pied un programme de conciliation travail/famille qui permet de s'absenter pour prendre soin d'un proche, en plus d'offrir des horaires flexibles et du temps partagé.</p>	<p>Ajoutez à votre rapport</p> <p>Vous pouvez ajouter les pertes et gains en emploi à votre rapport annuel de responsabilité sociale. Vous pouvez également indiquer les postes conservés pour les handicapés ou ceux occupés par des nouveaux arrivants.</p>  <p>Saviez-vous? Alcan, Hydro-Québec, HBC, Abitibi-Bowater, SNC-Lavalin, Desjardins, Cirque du Soleil, etc. produisent un rapport de responsabilité sociale.</p>



3 – VENTE

A Vos clients se basent uniquement sur le prix?	B et C Présentation, vente, distribution	D Éco-conception
<p>Il faudra considérer les nouvelles exigences des grands donneurs d'ordres tels les gouvernements, les multinationales et les collectivités, qui adoptent progressivement des politiques de DD qui se répercuteront sur leurs fournisseurs. Aussi, les citoyens sont de plus en plus exigeants et demandent des produits plus verts ou n'ayant pas été fabriqués par un sous-traitant employant des enfants. Les stratégies de vente devraient faire état des bonnes pratiques de l'entreprise. Vous pouvez songer à améliorer vos pratiques de transport. Vous pouvez également diminuer les emballages ou utiliser des matières premières avec un impact moindre. Pour les services, vous pouvez réduire votre utilisation de papier, favoriser le covoiturage, etc. L'important, c'est de mettre en valeur les démarches que vous faites.</p>  <p>Saviez-vous? <i>Wal-Mart Canada a dévoilé sa stratégie dite « écoLogique », qui consiste notamment à inciter ses fournisseurs à tenir davantage compte de l'écologie. Le producteur de papier Cascades est maintenant certifié FSC pour mieux préserver la forêt boréale.</i></p>	<p>L'utilisation de produits/services ayant peu d'impacts négatifs sur l'environnement et la société est déjà un grand pas vers le DD. Pour mettre à contribution les ressources affectées au marketing, identifiez sur l'emballage les efforts réalisés pour verdir votre produit ou ajoutez-le à la fiche technique du produit. Formez votre équipe de vente pour qu'elle utilise cet argument. Vous pouvez également élaborer une gamme de produits distinctifs dont l'avantage concurrentiel serait entièrement concentré sur le DD. N'oubliez pas que le produit n'est pas le seul élément, il faut penser à verdir son emballage et sa distribution, pour éviter d'être pris à défaut.</p> <p>Saviez-vous? <i>Hydro-Québec, par exemple, s'est engagé à s'approvisionner uniquement en papier écologique. Vérifiez les engagements de vos clients actifs et potentiels et soyez l'entreprise qui répondra à leurs nouveaux besoins !</i></p>	<p>Vos relations avec vos clients pourraient vous amener à considérer les différentes normes et certifications en vigueur dans votre secteur d'activité. Vous pouvez également évaluer la possibilité de développer un nouveau produit complètement éco-conçu.</p>  <p>Saviez-vous? <i>Les produits éco-conçus sont des produits dont la conception a été précédée d'une étude du cycle de vie, qui passe en revue les impacts du produit du « berceau au tombeau ». Les produits résultant d'un tel processus sont assurément respectueux de l'environnement et seront en mesure de satisfaire les nouvelles exigences des consommateurs et celles des groupes de pression.</i></p>



4 – ACHATS

A

Des coûts cachés

Le DD prône l'achat local pour des raisons simples : il diminue les transports (polluants) et favorise l'économie locale. Il faut prendre en considération dans le coût d'achat que s'il est produit à l'extérieur, la richesse se produit également à l'extérieur et que le transport représente un coût environnemental qui pourrait bientôt être comptabilisé en fonction de la Loi provinciale de développement durable et de son principe « pollueur-payeur ». L'emballage est aussi à considérer, puisque d'en disposer représente des frais qui augmentent avec la quantité. La nature du produit représente aussi un coût, en lien avec la durabilité du bien et à son mode de disposition à la fin de vie utile. Informez-vous!



Saviez-vous?

Construire un segment de route de 1 km au Québec coûte en moyenne près de 800 000 \$, auquel on ajoute les frais d'entretien régulier et d'entretien hivernal (ministère des Transports, 2007). Le fait de diminuer le nombre de kilomètres que nous faisons parcourir aux biens que nous achetons permet de diminuer ces coûts, en plus de diminuer la quantité de gaz à effet de serre et d'augmenter la sécurité sur les routes du Québec!

C

Du contenu

La politique peut inclure divers aspects et s'adapter selon les volontés de l'organisation. Par exemple, elle peut concerner la gestion des inventaires (optimisation de l'espace, chauffage ou climatisation, récupération d'énergie, etc.), la gestion des achats (produits de proximité, contenus et contenant plus écologiques, mode de production plus respectueux, emballage, etc.) ou la gestion des transports et de l'entreposage (encourager les entreprises présentant de bonnes pratiques de transport en participant à divers programmes tel *Écoflotte* de Transport Canada ou les entreprises dont la flotte est munie de moteur alternatif pour le chauffage de la cabine, etc.).

Saviez-vous?

Le gestionnaire d'immeubles Bentall exigera dorénavant que ses fournisseurs en matière de nettoyage utilisent des produits écologiques. Le portefeuille de Bentall compte plus de 600 immeubles commerciaux et 5 000 immeubles d'habitation à travers le Canada. Vous pourriez vous aussi avoir un impact positif sur la chaîne d'approvisionnement en changeant vos habitudes!

B

Un outil à la mesure de chacun

Le meilleur outil pour se fixer des balises pour de bonnes pratiques de consommation est sans doute la politique d'approvisionnement éco-responsable (voir lexicque). Elle tient en quelques principes, auxquels on associe des objectifs et des actions. C'est l'entreprise qui fixe ses propres limites. Cette politique peut prendre une forme plus formelle lorsqu'elle est écrite et publiée, ce qui permet de démontrer aux employés les bonnes pratiques de l'entreprise.



Saviez-vous?

Saviez-vous que le verre de styromousse survivra 198 383 années dans un site d'enfouissement? Combien en utilisez-vous dans votre entreprise dans une année? À vous de jouer et de mobiliser vos employés autour de cet enjeu touchant la qualité de notre environnement.

D

Contaminez votre milieu



Votre entreprise étant déjà très avancée en matière d'achats éco-responsables, il serait intéressant de « contaminer » les entreprises de votre secteur en diffusant vos bonnes pratiques à l'extérieur de votre organisation et de ses parties prenantes. Songez à les présenter à votre municipalité ou à votre réseau de contacts...




Saviez-vous?

Les municipalités sont de grands acheteurs. L'influence des acteurs du milieu sur ces dernières pour encourager de meilleures pratiques est bénéfique socialement, économiquement et environnementalement autant pour les citoyens que pour les gestionnaires municipaux. Certaines municipalités sont déjà passées à l'action, comme la Ville de Québec qui achète pour 450 millions de biens et services locaux par année.


5 – PRODUITS ET SERVICES

A	Le mythe du « trop cher »?	B	L'amélioration à tous les niveaux
	<p>Simplement cesser l'utilisation de polystyrène expansé (styromousse) ou équiper votre représentant d'une voiture hybride vous permettrait d'améliorer votre image et ainsi développer un nouvel avantage comparatif, tout en économisant à moyen terme.</p>  <p>Saviez-vous? <i>Une voiture hybride consomme environ la moitié de l'essence d'une voiture intermédiaire régulière. Cela peut représenter près de 1000 \$ par année.</i></p>		<p>L'amélioration est possible à tous les niveaux. Il faut regarder à la fois en amont et en aval en plus du produit/service lui-même. Regarder en amont signifie se questionner sur les impacts de la production ou la conception (est-ce que tous les intervenants sont traités équitablement? est-ce que je respecte les droits d'auteurs? etc.). Regarder en aval signifie se questionner sur ce que nous faisons avec le produit/service après qu'il soit produit ou conçu (est ce que je suscite la surconsommation? mes pratiques de crédit sont-elles néfastes pour certains clients? disposer du bien a-t-il un impact environnemental inacceptable? suis-je transparent avec mes clients en affichant toute la vérité? etc.). Et il y a le produit/service, donc des questions sur sa nature même (est-ce un service qui permet aux clients de contourner des lois ou le bien commun? son contenu et son contenant sont-ils respectueux de l'environnement et des normes sociales? etc.).</p> <p>Saviez-vous? <i>La preuve que tous peuvent s'améliorer, il y a maintenant sur le marché des cigarettes aux herbes dites biologiques. Le paquet précise qu'il n'y a pas de contenu en nicotine, mais qui contient du goudron, donc sa combustion continue de produire du monoxyde de carbone (un gaz à effet de serre). Cet exemple propose une amélioration en amont, mais pas en aval. Autre exemple dans le domaine des services : les compagnies d'assurances automobiles qui récompensent les conducteurs qui utilisent peu leur véhicule.</i></p>
C	Optimisation et réduction : économie à coup sûr	D	Berceau au berceau
	<p>La meilleure solution serait de mettre en place une démarche d'évaluation de la performance environnementale d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie, c'est-à-dire de l'extraction des matières jusqu'à sa fin de vie utile, en passant par les étapes de fabrication, de distribution et d'utilisation. Cette analyse permettra d'identifier des pistes d'amélioration pour minimiser les impacts écologiques, qui par le fait même constituent des opportunités d'affaires. Ce genre de démarche peut orienter l'entreprise à optimiser un procédé de fabrication, à réduire ses rejets, sa consommation d'énergie ou son approvisionnement en matières premières, ou encore à revoir l'ensemble de son système de manutention ou de mise en marché. Toutes ces solutions contribuent inévitablement à des économies substantielles : réduction des achats, des coûts de traitement, une rentabilité accrue dans le transport de marchandises, etc.</p>		<p>L'éco-conception (voir lexique) est sans doute le mode de production le plus évolué en terme de DD. Le seul concept qui pousse l'audace encore plus loin est celui proposé par Mc Donought et Braungart, « cradle to cradle » (berceau au berceau), où l'idée de fin de vie est complètement réinventée pour faire place à l'idée de recommencement de la vie.</p>




6 – PARTICIPATION AUX BÉNÉFICES

A et B	L'équilibre	C et D	Deux formes de redistribution
<p>Il est compréhensible que les propriétaires d'entreprises souhaitent retirer un revenu de leurs activités.</p> <p>Cela devient difficile à accepter lorsque les propriétaires diminuent la qualité de vie au travail des employés pour augmenter leurs revenus. Ainsi, il faut trouver le juste équilibre pour que chacun y trouve son compte, incluant les sous-traitants. Il existe plusieurs formules de partage des bénéfices qui peuvent également être liées à la productivité. Il existe aussi des modes de propriété d'entreprise qui favorisent un tel partage, soit les entreprises d'économie sociale ou les coopératives. Tout ceci n'étant pas nécessairement à la portée des entreprises existantes, la première étape pour votre organisation serait d'être transparente dans ses politiques salariales et de rendre les critères d'attribution des salaires et du partage des bénéfices clairement définis.</p>		<p>La redistribution peut prendre vie dans la forme juridique de l'entreprise ou dans la rémunération des employés. Pour la forme juridique, les entreprises d'économie sociale et les coopératives favorisent un partage plus équitable des bénéfices. Concernant la composition de la rémunération, la participation aux bénéfices peut être en fonction des résultats ou des performances (bonus, etc.) ou la formule d'épargne collective donnant la possibilité aux salariés de se construire un portefeuille.</p> <p>Saviez-vous?</p> <p><i>Au Québec, la tranche regroupant les 20 % les plus riches présente un revenu 4 fois supérieur au revenu de la tranche des 20 % les plus pauvres. Faites le calcul dans votre entreprise pour vérifier la différence entre le plus bas et le plus haut salaire.</i></p>	



7 – PRODUCTION

A	B	C	D
Retour sur l'investissement	Optimisation des procédés	Analyse du potentiel d'éco-efficacité	Démarches innovantes
<p>Le secteur de la production est celui offrant sans doute le meilleur retour sur l'investissement dans les démarches de DD.</p> <p>On parle ici de réduire l'utilisation de matières et services, réduire la demande énergétique, réduire l'utilisation de substances toxiques, augmenter la recyclabilité des matières, maximiser l'utilisation des ressources renouvelables et augmenter la durée de vie des équipements</p>	<p>Le contrôle de la qualité ne vous assure pas une amélioration des procédés de production en place comme le favorise l'éco-efficacité (voir lexicque). Celle-ci permet de réduire l'utilisation de matières et services, réduire la demande énergétique, réduire l'utilisation de substances toxiques, augmenter la recyclabilité des matières, maximiser l'utilisation des ressources renouvelables et augmenter la durée de vie des équipements et de la résultante du procédé.</p>	<p>La meilleure façon de procéder est de commencer par une analyse du potentiel d'éco-efficacité par un consultant en écologie industrielle.</p>  <p>Ce dernier sera en mesure d'identifier dans votre entreprise toutes les pistes d'amélioration, en plus d'en évaluer, lorsque possible, le retour sur l'investissement. Des programmes existent pour diminuer les coûts de ces démarches et les économies réalisées annuellement permettent également un retour sur l'investissement plus qu'intéressant.</p>	<p>Les programmes offerts par les gouvernements et organismes permettent de débiter des démarches innovantes en écologie industrielle. Informez-vous!</p>

8 – INNOVATION

A Se renouveler	B Innovons tous!	C Selon vos besoins	D En continu
<p>Dans le contexte compétitif que nous connaissons, l'innovation joue un rôle majeur dans la capacité des entreprises à se démarquer. Il faut savoir se renouveler et le DD est une forme d'innovation à la portée de tous!</p>  <p>Saviez-vous? L'innovation n'est pas uniquement une affaire de technologie. Vous pouvez innover dans votre recrutement, dans vos projets avec des organismes du milieu, dans votre mode d'organisation du travail, etc. À vous de trouver la meilleure opportunité.</p>	<p>Il n'existe aucun secteur d'activité où l'innovation n'est pas de mise.</p> <p>Pensez-y... <i>Pensez aux changements qu'a connu le secteur de la gestion des « déchets » au cours des dernières décennies. Que pouvez-vous faire pour être proactif dans votre secteur?</i></p>	<p>Les deux paliers de gouvernement offrent des programmes de recherches et d'innovation. Ceux-ci évoluent au fil des ans, alors il convient de visiter les sites Internet fréquemment. La veille stratégique signifie observer et analyser ce qui se passe autour de l'entreprise. L'innovation peut concerner les ressources humaines, la présentation des produits et services, les technologies, etc. Il faut donc identifier ses priorités. Votre première source d'information sera certainement les moteurs de recherche et les infolettres. Pour des besoins liés aux technologies, consultez l'Institut canadien de l'information scientifique et technique.</p>  <p>Pensez-y... <i>Votre énergie et votre temps sont comptés. Une veille stratégique permet d'être à l'avant-garde des meilleures pratiques ayant cours partout dans le monde. Quelle façon stratégique de vous distinguer de vos concurrents!</i></p>	<p>Pour conserver son avantage stratégique, il ne faut jamais cesser d'innover. Il faut intégrer l'innovation dans son cycle de gestion.</p>  <p>Pensez-y... <i>La veille stratégique est opérationnalisée par les employés, mais l'utilisation doit remonter au niveau des décisions.</i></p>

9 – CHANGEMENT

A Profitez-en	B Profitez-en	C Par où commencer?	D Partage des bons coups
<p>Pensez DD, c'est une évolution dans la façon de percevoir et de faire les choses. Si vous n'avez pas d'autres processus de changements majeurs en cours en ce moment, c'est l'occasion idéale.</p> 	<p>Profitez de cette occasion pour évaluer la possibilité d'intégrer quelques réflexions de DD à votre démarche en cours.</p>	<p>Pensez DD nécessite un changement dans la façon de voir et d'agir au quotidien. Si vous êtes sur le point d'entreprendre un changement, intégrez le DD à votre projet.</p>	<p>La responsabilité sociale est une forme d'amélioration continue. Elle peut prendre vie dans une remise en question annuelle réunissant les employés et la direction (ainsi que les actionnaires ou administrateurs selon le cas) pour revoir les objectifs. En regardant votre équipe, vous trouverez certainement les rôles et responsabilités que chacun peut prendre pour faire « durer » le DD dans votre entreprise.</p> 

10 – CLIENTS

A

Nouvelles exigences

Même les plus exigeants en matière de prix peuvent exiger ou récompenser des comportements plus verts.



Saviez-vous?

Des normes d'évaluation environnementale ont été élaborées en partenariat avec les dizaines d'entreprises de transport et distribution qui font affaires avec Wal-Mart au Canada. Les « bulletins verts » s'attarderont à quatre éléments-clés : équipements : utilisation de moteurs efficaces, de carburants alternatifs et de pneus performants; opérations : mise en place et respect de programme de recyclage, de réduction du fonctionnement des véhicules au ralenti et de recyclage des huiles; installations : bâtiments efficaces d'un point de vue énergétique et utilisation d'électricité provenant de sources renouvelables; engagement corporatif : présence d'une culture de développement durable à travers l'entreprise.

B

Surprendre

Bien répondre aux demandes des clients est certainement un facteur-clé d'un bon service à la clientèle. Mais avez-vous déjà pensé à les surprendre en allant au-delà de leurs attentes?



Pensez-y...

À l'issue d'une démarche d'éco-conception (du berceau au tombeau, voir lexique), la direction technique et recherche & développement de Cooper Luminox, un fabricant de blocs autonomes de sécurité, affirmait : « ce succès nous conforte dans l'idée qu'une offre de produit innovante peut faire une percée significative alors qu'une étude de marché préalable aurait sans doute démontrée que les clients n'étaient pas prêts à payer plus cher. C'est l'offre globale d'un produit qu'il faut Considérer. »

C

Informez vos clients

Répondre aux exigences des clients est un investissement incontournable pour une entreprise. Si votre production est régionale, utilisez cet argument pour différencier votre produit (l'achat local est un principe de DD) en précisant les retombées socio-économiques de vos activités. Pour diminuer vos impacts sur l'environnement, identifiez un secteur où vous savez que vous pouvez adopter des solutions concrètes : diminuez les emballages, favorisez le covoiturage entre employés par des mesures incitatives, cessez l'utilisation de verre en styromousse, réduisez votre consommation de papier, optez pour du papier en fibre recyclée postconsommation, optez pour la vaisselle réutilisable, participez à des programmes d'insertion au travail, etc. L'important, c'est de communiquer à vos clients les mesures que vous adoptez.




D

Sensibilisez vos clients


Profitez-en aussi pour sensibiliser toute votre clientèle à l'importance de l'amélioration de vos pratiques et des effets positifs qui en découlent. Vous pouvez leur demander de collaborer à votre démarche en proposant des trucs « verts » en lien avec votre produit/service.




11 – CONCURRENCE

A Se comparer	B Opportunité à développer	C Développez un avantage	D Des voix unies
<p>Il serait intéressant d'effectuer une étude comparative des meilleures pratiques dans votre secteur.</p>  <p>Saviez-vous? 66 % des entreprises sondées par la Fédération canadienne des entreprises indépendantes affirment qu'elles ont déjà procédé à des changements pour diminuer leur impact sur l'environnement : diminution de la consommation d'énergie, augmentation du recyclage, etc. Et vous?</p>	<p>Votre entreprise possède à coup sûr une possibilité de développer un avantage par rapport à ses concurrents. Relisez attentivement les Idées DD de chaque thème et identifiez les meilleures opportunités.</p>	<p>Sans tomber dans les attaques médiatiques, il peut être intéressant de ne pas miser sur les mêmes avantages que ses concurrents.</p>  <p>Souvent, nous croyons que le prix est le meilleur argument de vente. S'il est impossible pour vous de jouer sur ce terrain, relisez attentivement les Idées DD de chaque thème et identifiez les meilleures opportunités.</p>	<p>Privilégiez la concertation est une règle de base en DD. Dans des milieux comme la région des Laurentides, nul ne gagne à salir la réputation d'autrui. Profitez de cette bonne entente pour exprimer votre opinion de façon concertée lors de consultation publique ou lors d'annonce de changements dans votre secteur d'activité.</p> 


12 – FOURNISSEURS

A Une chaîne de diminution de prix	B et C Un outil de base	D Sensibilisez vos fournisseurs
<p>Les pressions pour les plus bas prix augmentent dans la chaîne d'approvisionnement au fur et à mesure que nous avançons vers les matières premières. Le consommateur veut payer moins cher, alors le commerçant veut aussi payer moins cher, alors le distributeur veut également payer moins cher, le fournisseur veut alors payer moins cher, ses fournisseurs veulent alors payer moins cher... Croyez-vous que cette boucle soit viable?</p>	<p>Les fournisseurs gravitent autour de l'entreprise au même titre que les clients. Un fournisseur fidèle est aussi important qu'un client fidèle. Développer une liste de principes de bases pour améliorer nos pratiques d'approvisionnement permet de fidéliser les relations avec les fournisseurs chérissant les mêmes principes. Cela s'appelle une politique d'approvisionnement responsable (ou éco-responsable, voir lexique).</p> <p>Pensez-y... En Indonésie, le coût de fabrication d'un vêtement est 45 fois moins élevé qu'ici. Paie-t-on les vêtements faits en Indonésie 45 fois moins cher que ceux faits au Canada?</p> 	<p>Une politique d'achats éco-responsables doit devenir un outil d'amélioration pour tous les fournisseurs. Ainsi, votre entreprise peut aider ses fournisseurs ne répondant pas à vos nouveaux critères, en leur fournissant plus de détails et des références.</p>

13 – INTÉGRATION DANS LE MILIEU

A Informer	B Transparence	C Soucieux de ceux qui vous entourent	D Citoyen modèle
<p>Les citoyens de partout au Québec ont développé des réflexes pour protéger la tranquillité de leur milieu de vie et viennent souvent s'inscrire contre des projets de développement, à tort ou à raison, mais souvent par manque d'information.</p>	<p>En DD, on parle d'acceptabilité sociale lorsqu'il est question de démarche visant à échanger avec les acteurs du milieu pour améliorer un projet de développement en fonction des attentes des gens. Cette démarche nécessite ouverture et transparence. Les promoteurs doivent être prêts à modifier certains plans, mais surtout à s'ouvrir complètement à leurs interlocuteurs.</p>	<p>Toute entreprise influence son milieu d'accueil positivement et négativement. Toute activité occasionne du bruit, de la pollution, des emplois, des retombées sur le milieu. Il ne faut toutefois pas uniquement tabler sur les impacts positifs, sans tenter de diminuer ceux qui sont négatifs. Par exemple, si votre entreprise est localisée sur la rue principale, à l'entrée de la ville ou au centre-ville, veillez à ce que son apparence extérieure demeure attirante à l'oeil, peu importe votre secteur d'activité. Vous pouvez aussi demander à la municipalité de travailler avec vous pour régler un problème de circulation ou de sécurité en cas de grand achalandage.</p> 	<p>Une entreprise est également un citoyen. Elle doit donc s'impliquer dans son milieu, selon ses capacités : bénévolat, oeuvre de bienfaisance, partage de ressource, participation à l'élaboration de solutions (plan de relance, etc.), etc.</p>

14 – PLANIFICATION

A et B Plan stratégique ou plan de DD	C et D Marché du carbone
<p>Votre entreprise existe-t-elle en vase clos? Cela est peu probable. Elle est sans doute constamment soumise aux forces du changement, qu'elles soient économiques, concurrentielles, environnementales ou politiques. Le changement échappe à très peu d'entre-nous, il est omniprésent. Votre entreprise n'est probablement pas différente des nombreuses autres organisations qui font face à l'incertitude et aux difficultés attribuables aux éléments suivants : a) la mondialisation croissante; b) les accords commerciaux multilatéraux; c) la technologie de l'information; d) les nouvelles demandes des clients et des fournisseurs. Quelles mesures prenez-vous pour surmonter ces difficultés et les autres difficultés stratégiques auxquelles doit faire face votre organisation? Si vous prévoyez devoir prendre certaines mesures à la suite d'un ou de plusieurs de ces événements ou d'autres défis stratégiques, un plan stratégique [ou plan de développement durable] peut être ce dont votre organisation a besoin pour assurer son avenir (Industrie Canada).</p> <p>Pensez-y...</p> <p><i>Le seul fait de planifier les années à venir fait déjà écho au DD. Et quant à s'y mettre, intégrez des suggestions choisies parmi les Idées DD les plus adaptées à votre entreprise...</i></p> 	<p>Une planification à court, moyen et long terme intégrant le DD pourrait vous permettre de vous positionner favorablement dans le marché du carbone, dont la mise en oeuvre au Canada est prévue pour 2010.</p> <p>Saviez-vous?</p> <p><i>Pour soumettre une demande de crédit d'émissions dans le marché du carbone, vous devrez (probablement) tout d'abord quantifier précisément vos émissions actuelles. Ensuite, vous devrez développer une idée de projet pour réduire vos émissions et soumettre ce document de quelques pages à l'instance pertinente, qui n'est pas encore formée au Canada.</i></p>

1) ACHATS RESPONSABLES (ÉCO-RESPONSABLES)

«Ce sont des produits et des services dont l'effet négatif sur la santé humaine et l'environnement est moindre, en comparaison des produits ou des services concurrents qui répondent aux mêmes besoins. L'effet négatif moindre d'un produit dépend de la façon dont il est fabriqué, utilisé, transporté, entreposé, emballé et éliminé et, dans le cas d'un service, de la façon dont il est rendu. Cela signifie également chercher des produits ou des services qui sont moins dangereux pour la santé humaine, polluent moins, réduisent les quantités de déchets, maximisent l'utilisation de matières d'origine biologique ou recyclées, économisent l'énergie et l'eau et réduisent la consommation ou l'élimination de matières dangereuses.»¹

Facteurs à considérer lors de l'achat :

- biodégradable
- compostable
- contenant des matières recyclées
- éco-énergétique
- économie d'eau
- emballage réduit
- émissions réduites de gaz à effet de serre
- fabriqué à partir de matières rapidement renouvelables
- faible teneur en composés organiques volatils (COV)
- faible toxicité
- facile d'entretien ou de réparation
- longue durée de vie
- moins dangereux
- origine biologique
- recyclable
- remis à neuf ou usagé
- réutilisable
- sans chloro-fluoro-carbone (CFC)
- sans métal lourd (plomb, mercure, etc.)
- sans substance cancérigène

2) DÉVELOPPEMENT DURABLE (DD)

«Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.»²

Concrètement, le DD se veut un équilibre entre les dimensions économiques, sociales et environnementales. C'est un développement économique qui prend en compte la protection de l'environnement et la qualité de vie des collectivités.

3) Éco-conception, produit éco-conçu

«C'est l'intégration systématique des considérations environnementales dans la conception des produits et des processus. Elle utilise des méthodes et des outils de conception pour améliorer l'écocoefficacité des produits et des procédés en optimisant la consommation et l'utilisation d'énergie, en améliorant la gestion des déchets et la prévention de la pollution, en améliorant le rendement des produits et leur qualité, en coupant les coûts et en accroissant l'innovation.»³

¹ DIRECTION GÉNÉRALE DES ACQUISITIONS DU QUÉBEC. 2005. *Politique interne d'acquisitions éco-responsables*. Gouvernement du Québec. Page 2.

² COMMISSION DES NATIONS UNIS SUR L'ENVIRONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT. 1987. *Rapport Brundtland : Notre Avenir à tous*. Nations-Unies. Chapitre 2.

³ INDUSTRIE CANADA. 2008. *Écocoefficacité*. [En ligne] <http://www.ic.gc.ca/epic/site/ee-ee.nsf/fr/ef00036f.html>. Page consultée le 3 octobre 2008.

4) Écoefficacit 

« L' coefficacit  devient de manière croissante une exigence clé de la réussite en affaires. Le World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) définit, à juste titre, l'écoefficacité comme une stratégie de gestion qui consiste à faire plus avec moins. En pratique, on parvient à l'écoefficacité si l'on atteint trois grands objectifs :

- accroître la valeur du produit ou du service;
- optimiser l'utilisation des ressources;
- réduire les impacts sur l'environnement.

Comme chacun de ces objectifs peut entraîner des économies de coûts, il est avantageux sur le plan des affaires de les atteindre. »⁴

5) Responsabilité sociale des entreprises (RSE)

« La RSE permet à l'entreprise d'équilibrer ou d'intégrer ses impératifs économiques, environnementaux et sociaux tout en répondant aux attentes des actionnaires et des intervenants [...]. Dans l'entreprise progressiste, la RSE consiste généralement à concentrer l'attention sur de nouvelles possibilités, afin de répondre à l'amalgame de demandes économiques, sociétales et environnementales du marché. Beaucoup d'entreprises pensent que cette façon de faire leur donne un net avantage concurrentiel et stimule l'innovation à l'intérieur de l'entreprise. La RSE est fréquemment perçue comme la contribution de l'entreprise au développement durable. »⁵

⁴ *Ibid.* Page consultée le 3 octobre 2008.

⁵ INDUSTRIE CANADA. 2008. *La responsabilité sociale des entreprises*. [En ligne] http://www.ic.gc.ca/epic/site/csr-rse.nsf/fr_h_rs00094f.html. Page consultée le 3 octobre 2008.