

ÉCOCONCEPTION UN ENJEU ÉCONOMIQUE

LOUIS LAPOINTE

En suivant l'exemple de la nature, l'homme a su, à l'occasion, adapter la forme à la fonction et limiter les excès, en prenant conscience de l'impact qu'il cause à son environnement. Le concept de « développement durable », adopté en 1992 par la communauté internationale au Sommet de la Terre, assure dans ses principes de base que le développement économique ne se fasse ni au détriment de l'environnement, ni à celui de l'équité sociale. Pour contribuer au développement durable, une entreprise peut intégrer ces principes dans son système de recherche et développement, dès la conception et pour le cycle de vie complet des produits ou services qu'elle génère. On parle alors d'écoconception.

L'écoconception devient alors une composante à part entière de la stratégie des entreprises qui s'y engagent. Elle s'applique, entre autres, dans les secteurs de l'ameublement, du bâtiment et des articles ménagers, guidée par les exigences des clients et celles propres à chaque secteur d'activité. Citons en exemple celui des composantes d'un produit qui peuvent être récupérées en fin de vie, pour être réutilisées pour une prochaine génération de produits.

Où en sommes-nous?

Au Québec, ainsi qu'au Canada, ce sont d'abord les entreprises exportatrices qui ont dû tenir compte de certains aspects environnementaux dans la conception de leurs produits et, ensuite, de plus en plus d'entreprises ont dû s'y conformer. D'autres pays, tels que les Pays-Bas, le Japon, l'Allemagne, l'Angleterre et les pays scandinaves, mettent en pratique l'écoconception depuis au moins dix ans. En France, les premières approches remontent au début des années 1990. Pour sa part, le Québec a adopté en 2006 la Loi sur le développement durable, amorçant alors un virage important, en faisant de l'écoconception un enjeu indissociable de ses activités.

Pour atteindre le niveau d'avancement nécessaire et maintenir la compétitivité à l'échelle internationale, une série de mesures devront être adoptées dans un avenir prochain. L'engagement politique du gouvernement, les réglementations provinciale et fédérale – harmonisées avec les politiques internationales –, la sensibilisation de la population et la formation de l'expertise en écoconception sont des pôles importants de ces changements¹.

Est-ce rentable pour mon entreprise?

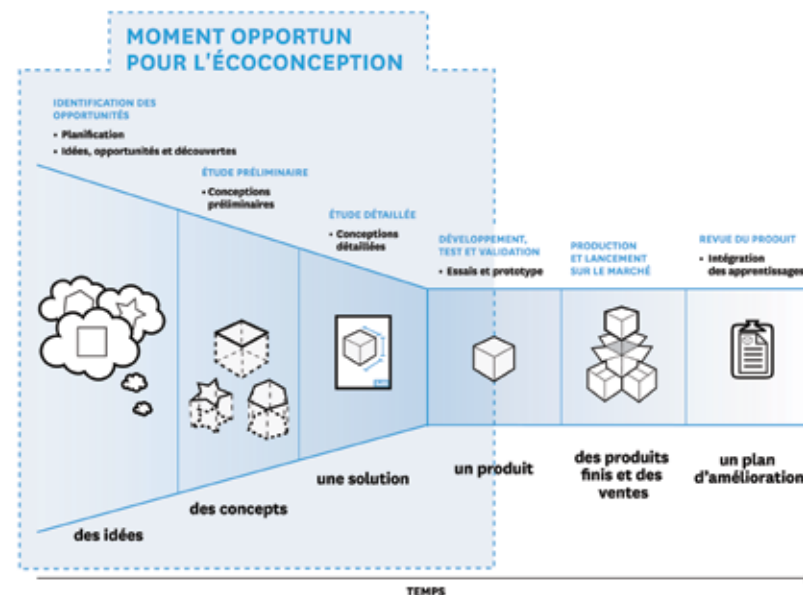
Pour intéresser un industriel à l'écoconception, il faut lui démontrer que la démarche n'est pas incompatible avec l'obligation de rentabilité de l'entreprise. Mais ceci n'est pas suffisant; il faut aussi le convaincre d'agir en intégrant l'écoconception dans ses priorités.

Pour ce faire, il convient de lui démontrer comment cette démarche contribue à améliorer significativement son bilan financier, en soutenant la stratégie de l'entreprise et en offrant les supports pour la gérer. Ces changements affectent plusieurs intervenants et il faut préalablement désigner un responsable pour mener l'initiative d'écoconception à terme.

Une étude, réalisée conjointement auprès de plusieurs entreprises françaises et québécoises, a constaté les résultats suivants : pour une majorité d'entre elles, les retours économiques se situent surtout au niveau des matières premières utilisées. On peut affirmer que les produits ou services écoconçus ont généré une marge bénéficiaire au moins aussi importante que s'ils avaient été conçus de façon traditionnelle. La grande majorité des entreprises indiquent une amélioration de leur notoriété ou de leur image, directement attribuable au produit.

Le **ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation** (MDEIE) évalue à 83,3 milliards \$ la valeur des produits importés en 2011 au Québec en provenance de l'étranger. Puisque la province s'est donné des normes spécifiques en matière d'exportation de ses produits, il serait intéressant d'étudier les mesures exigées pour les produits importés provenant de pays qui n'appliquent pas les mêmes règles en matière d'écoresponsabilité. Cette réalité ouvre alors la porte à une tout autre réflexion.

Par ailleurs, selon **Bertrand Derome**, directeur exécutif de l'**Institut de développement de produits** (IDP), « les Français ont observé qu'au Québec, la vision écoresponsable, souvent motivée par la philosophie de l'entreprise, se reflète par une conscientisation et une implication accrue chez chaque employé¹ ».



Source : Institut de développement de produits

¹ Consulter les publications de l'IDP à : www.idp-ipd.com/publications/documentation

Pour en savoir plus long sur le sujet : www.cascadesreplast.com, www.lumec.com, www.louischarleslasnier.com, www.projetpact.com
Institut de développement de produits : www.idp-ipd.com

« ... Fort heureusement, plusieurs entreprises québécoises sont déjà engagées dans une démarche d'écoconception et leur expérience en ce domaine tente à démontrer que c'est rentable. »

Christine Tremblay, sous-ministre adjointe, Direction générale des politiques et des sociétés d'État, MDEIE

DES SOURCES D'INFORMATION INCONTOURNABLES

L'Institut de développement de produits (IDP) est une association à but non lucratif. L'organisme offre des formations et accompagne les entreprises dans le développement des compétences d'équipes de travail, dans l'implantation d'outils et dans le suivi de projets. Depuis 2005, l'IDP est intervenu auprès de 500 compagnies au Québec. Dans le cadre du Plan d'action du gouvernement du Québec en faveur du secteur manufacturier, le MDEIE soutient financièrement jusqu'à 70 % les compagnies qui s'engagent dans cette voie.

Fondé en 2009, PACT est un organisme à but non lucratif qui propose à ses membres des formations, de l'accompagnement personnalisé et des outils pratiques en ligne. Son portail offre, entre autres, aux imprimeurs et aux designers graphiques des fiches techniques, des études de cas, un lexique élaboré, ainsi qu'un répertoire de liens utiles. Offrir des services d'impression écoresponsables peut considérablement augmenter les chances de remporter un appel d'offres et même de gagner de nouvelles parts de marché. Pour éviter de se perdre dans la démarche de l'écoconception, l'équipe de PACT a aussi créé une feuille de route qui sert d'aide-mémoire et permet de se poser les bonnes questions. « Cet outil concerne principalement les produits imprimés, mais on pense déjà à une feuille de route pour la conception des emballages et les produits de signalisation », mentionne **Marie Reumont**, de PACT. L'étape de la conception du produit de communication graphique est aussi cruciale, car environ 80 % des impacts environnementaux des produits et services peuvent être identifiés et évités à cette étape. Ces considérations environnementales doivent donc se manifester au tout début d'un projet. C'est alors qu'on examine le concept du produit en se posant des questions telles que : est-il possible de le concevoir de manière à réduire la quantité de matériaux, de manière à privilégier des matériaux locaux, recyclés, recyclables et moins énergivores? Peut-on concevoir le produit de manière à ce que, en fin de vie, il puisse être plus facile à désassembler, ce qui favorise du coup le recyclage de ses parties?

Le nouveau guide Okala, Apprendre l'éco-design a été développé pour l'enseignement et la pratique de l'écodesign de produits industriels. Okala initie les praticiens et les étudiants en design de produits industriels au design de produits écologiques. Le guide inclut une description du cycle de vie des produits, parle de leur impact environnemental, de l'exploration de la stratégie d'entreprise ainsi que des défis éthiques dans la conception de produits.

Sources : • *Infolio Printemps 2012*, Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec en collaboration avec Marie Reumont.
• *IDP - Contact*, vol. 6, no 5, 2 novembre 2011.
• Guide Okala : www.mediaterre.org/france/actu,20110727172556.html.

Photo: Atelier Louis-Charles Lasnier

ÉCOCONCEPTION TROIS EXEMPLES



Cascades n'en est pas à sa première expérience en écoconception, puisque bien avant que le développement durable devienne « tendance », l'entreprise le pratiquait de façon instinctive. Fidèle aux valeurs qui ont contribué à sa croissance, Cascades continue d'ouvrir la voie en matière de gestion responsable des ressources. En effet, sa division **Plastiques Cascades – Re-Plast** conçoit, fabrique et commercialise du mobilier urbain fabriqué à partir de plastiques postconsommation et postindustriel recyclé à 100 %. Ce mobilier offre une grande durabilité, nécessite peu d'entretien et ne pourrit pas. De plus, les employés de l'entreprise se sentent concernés et endossent pleinement les valeurs de la compagnie.

Plastiques Cascades
Activité : Conception et fabrication de produits de plastique
Produit analysé : Mobilier urbain
Localisation / siège social : Kingsey Falls
Localisation / usine : Notre-Dame-du-Bon-Conseil
Marchés : Amérique du Nord et Europe



Chez **Lumec**, l'écoconception a été adoptée, il y a environ quinze ans, en réponse à des pressions externes, qui se sont manifestées par la demande d'un client qui recherchait des luminaires moins énergivores. L'entreprise s'est dotée d'une politique de développement durable et les aspects environnementaux sont intégrés dans la conception et le développement de produits, de manière systématique. Pour y arriver, Lumec a travaillé, entre autres, avec l'Institut de développement de produits.

Sur le site de Lumec, on peut lire : *Des actions responsables envers l'environnement ont conduit à une réduction de 30 % des rebuts en seulement un an, afin de rendre les produits recyclables à près de 100 %, et d'obtenir l'accréditation internationale.*

La compagnie a favorisé un investissement dans le savoir-faire des employés, en créant le Comité vert, dont le mandat est de fournir à la haute direction des recommandations quant aux actions à entreprendre pour réduire l'empreinte écologique de l'entreprise. Présente, la compagnie recycle 92 % des matières résiduelles produites à chaque étape de la production, ce qui est 12 % au-dessus du seuil requis pour obtenir la plus haute reconnaissance.

Lumec
Activité : Luminaire d'extérieur
Produit analysé : Luminaire « Serenade »
Localisation : Boisbriand, Québec
Marchés : Québec, Canada, États-Unis et Amérique du Sud

Atelier Louis-Charles Lasnier a travaillé à la réalisation d'un projet identitaire et signalétique, en collaboration avec la **Ville de Montréal**. L'atelier a été mandaté dès la réflexion initiale, il a collaboré à sa mise en œuvre et à l'élaboration de pistes de développement pour l'avenir. Ce projet a d'ailleurs remporté le prix du Coup de cœur du jury au concours Grafika en 2009.

Depuis ce temps, le projet pilote fut appliqué à cinq autres éco-centres dans divers arrondissements de Montréal. Au départ, la volonté était de créer des sites suffisamment identifiés par la signalétique, pour laisser l'accès libre aux usagers, sans nécessiter l'aide de préposés. Les usagers devaient pouvoir s'orienter et se familiariser rapidement avec les lieux, pour utiliser adéquatement les espaces spécifiquement adaptés à la collecte de divers types de matériaux. Suivant les conseils de l'équipe de ALCL, on a gardé le personnel, parce qu'il était bien informé des nouvelles pratiques en matière d'écoresponsabilité. Pour les employés des éco-centres, la nouvelle signalisation devient une identité qui crée un élément rassembleur. Les employés ont accepté d'emblée les chandails qui leur ont été proposés; ceux-ci leur permettent d'être clairement identifiés comme personnes-ressources.

Le rouge a été retenu comme couleur identitaire pour son impact visuel et sa symbolique dynamique. Seule la partie frontale des panneaux routiers recyclés a été peinte, laissant l'envers comme des traces de leur vie passée. Les matières utilisées sont très durables, puisque les peintures résistent à notre climat, et les panneaux de signalisation sont fixés solidement, tenant compte du va-et-vient des voitures et des camions. L'aspect de durabilité fut instauré par ALCL dès le début du mandat. Il s'est concrétisé, entre autres, par l'utilisation d'un système de chiffres qui permet de reconfigurer le lieu rapidement, en identifiant de nouvelles zones utilitaires, au besoin. Des pictogrammes ludiques furent aussi créés pour bien identifier ce qui est permis, ou non, sur les sites. Le projet a été bien reçu chez les usagers, puisque la Ville a remarqué un achalandage croissant des lieux. On songe déjà à implanter de nouveaux éco-centres dans d'autres arrondissements. 📌

Atelier Louis-Charles Lasnier
Activité : Projet signalétique
Projet : Signalisation Écocentre Petite-Patrie
Localisation : Montréal

