

STIMULER L'INNOVATION ET LA PERFORMANCE DES PME AVEC L'ÉCOCONCEPTION

Quatre PME du Bas-Richelieu ont amélioré leurs performances environnementales en appliquant les principes de l'Écoconception. En effet, la Fromagerie Polyethnique, Korhani, la Laiterie Chalifoux et les Turbines éoliennes Vertica ont participé à la démarche d'Écoconception de l'Institut de développement de produits (IDP) en collaboration avec la SADC du Bas-Richelieu. Les résultats obtenus jusqu'à maintenant dans le cadre d'un Diagnostic d'Écoconception leur ont permis de se différencier de la concurrence, d'anticiper les réglementations et les attentes du marché, tout en stimulant l'innovation et l'engagement de leur personnel.

L'Écoconception permet d'améliorer les caractéristiques environnementales des produits, qu'il s'agisse de biens ou de services, tout au long de leur cycle de vie, sans diminuer leurs qualités ou leurs performances. Rappelons que c'est durant le processus qui mène à la création d'un produit que seront déterminés 70 % des coûts de fabrication et 80 % des impacts sociaux et environnementaux que le produit générera tout au long de sa vie utile.

Transformation laitière

FROMAGERIE POLYETHNIQUE

Une volonté de se démarquer de la concurrence

L'entreprise

Fondée en 1994, la Fromagerie Polyethnique, qui compte 28 employés, fabrique des fromages arabes commercialisés sous les marques Phoenicia et Le Bédouin. Elle s'est spécialisée dans un créneau hors du commun en ciblant une importante clientèle consommatrice de fromages qui apprécie retrouver le goût et les saveurs d'origine. Les fromages fabriqués à Saint-Robert sont destinés aux communautés ethniques de Montréal, Toronto et New York, mais de nombreux Québécois qui y ont goûté les adorent. Heureux de cet engouement pour ses produits, le président de la fromagerie, Marc Latraverse, est fier de la croissance annuelle de 20 % que connaît l'entreprise.

Le défi de l'Écoconception

Jean-Pierre Salvas, directeur général, a été fortement sensibilisé aux bonnes pratiques environnementales par l'Enviroclub et le Diagnostic d'Écoconception. Il a été exposé aux principes de l'écologie industrielle alors qu'il devait augmenter la capacité de l'usine. Le nouvel équipement développé pour produire le fromage Labneh (34 % du chiffre d'affaires) consomme moins d'énergie, de détergent, produit moins de résidus et permet de fabriquer plus de fromage avec le lait utilisé. De plus, on étudie actuellement certains produits d'emballage plus écologiques, recyclables et qui prendront moins de place dans le transport. Ils ont aussi mis en place un nouveau système pour récupérer les eaux et savons de lavage.

Les résultats

« J'aime dire que j'ai été contaminé par les principes de l'Écoconception. Cet automne, nous construisons un entrepôt de 8 000 pi²; avec un mur solaire qui nous permettra de réchauffer l'air que nous faisons entrer dans l'usine l'hiver en recourant à une source d'énergie renouvelable. Au printemps, nous agrandirons l'usine de 7 000 pi²; nous envisageons la construction d'un tunnel Canadien afin de refroidir d'une dizaine de degrés l'air extérieur qui entre dans l'usine l'été. »

- Jean-Pierre Salvas, directeur général



L'ÉCOCONCEPTION EN ACTION, UN EXEMPLE À SUIVRE!

Stimulez l'innovation dans votre entreprise en initiant une démarche d'Écoconception

Comment mettre en œuvre l'Écoconception dans l'entreprise? Par où commencer et quels outils devrait-on favoriser? Quels sont les facteurs de succès et d'échec? Réalisé en collaboration avec l'équipe de projet de l'entreprise, le Diagnostic d'Écoconception permet:

- d'évaluer les enjeux de l'entreprise en ce qui concerne la conception de produits, les achats, la gestion environnementale, les réglementations, les marchés, les clients, les associations et les autres parties intéressées;
- d'analyser qualitativement le cycle de vie d'un des produits à partir de plus de 100 critères d'évaluation;
- d'élaborer les pistes d'amélioration pour ce produit.

Fabrication de textiles

KORHANI

À la conquête de nouveaux marchés

L'entreprise

Korhani est un chef de file dans la vente et la fabrication de carpettes décoratives. Depuis sa création en 1902 à Toronto, l'entreprise faisait fabriquer ses tapis par des fournisseurs positionnés à travers le monde (Belgique, France, Moyen-Orient) à partir des designs élaborés à ses bureaux de Toronto, puis, elle les vendait sur le marché nord-américain. Ses clients demandant de plus en plus d'exclusivités, les inventaires devenant difficiles à contrôler, Korhani décida, en l'an 2000, de construire sa propre manufacture et son centre de distribution à Sorel-Tracy. Aujourd'hui, Korhani est le fournisseur principal de grandes chaînes telles que Wal-Mart, Rona, Costco, Loblaws, La Baie, Zellers et possède l'exclusivité pour la distribution des tapis illustrant les personnages de Disney au Canada. Installée dans le Complexe de la Trente, l'entreprise Korhani occupe une superficie de 200 000 pieds carrés, et compte une équipe de près de 80 employés.



Le défi de l'Écoconception

Korhani a amorcé son virage vert à la suite de l'Enviroclub qui amena l'entreprise à installer une nouvelle chaudière au gaz naturel et ainsi à optimiser l'utilisation, tout en réduisant la consommation d'énergie et l'émission des gaz à effet de serre. À la suite de cette mesure efficace, Marc-André Déom, vice-président ventes et production, a été sensibilisé aux principes de l'Écoconception. Avec le Diagnostic d'Écoconception en main, il a travaillé à la façon de récupérer les résidus de jute en les combinant à de la laine, un autre produit naturel, pour ainsi fabriquer un tout nouveau type de carpettes décoratives 100% recyclable et biodégradable. Dans ce procédé, l'entreprise a introduit, à toute la production, une colle naturelle à partir d'une ressource renouvelable, soit un latex provenant de la sève d'un arbre de Malaisie. Aujourd'hui, l'entreprise produit des carpettes décoratives et tapis ÉCO portant la certification «Partenaire en écoproduits».



Les résultats

« L'Écoconception a éveillé notre volonté de devenir le premier fabricant de carpettes décoratives à réduire significativement les impacts sur l'environnement, et ce, tout au long du cycle de vie de nos produits. Ceci deviendra pour nous un avantage concurrentiel important puisque les normes gouvernementales sont appelées à se resserrer, notamment en ce qui a trait au recyclage des produits. »

- Marc-André Déom, vice-président ventes et production



L'ÉCOCONCEPTION EN ACTION, UN EXEMPLE À SUIVRE!

Le Diagnostic d'Écoconception s'échelonne sur quatre semaines et la démarche est réalisée en trois temps :

- discussion dirigée d'une demi-journée avec l'équipe multifonctionnelle de l'entreprise (R&D, achat, production, qualité, ventes et marketing) autour des enjeux de celle-ci et du cycle de vie d'un de ses produits;
- analyse des enjeux et évaluation du potentiel d'amélioration du produit par le conseiller;
- présentation d'une stratégie d'Écoconception pour le produit et discussion avec l'équipe de l'entreprise.

Concilier le développement économique, le progrès social et la protection de l'environnement est un défi de taille. Les efforts à déployer sont importants. Mais pour consolider sa position dans les marchés de plus en plus exigeants, pour soutenir son succès à long terme et pour assurer « sa durabilité », une entreprise a-t-elle d'autres choix que celui de passer à l'action ?

Transformation laitière

LAITERIE CHALIFOUX

L'Écosensibilisation de l'équipe, un gage de succès

L'entreprise

C'est en 1920, sur une ferme laitière près de Sorel, que l'histoire de la Laiterie Chalifoux a commencé. À partir de 1959, les premiers fromages Riviera arrivaient sur le marché. En 1989, la Laiterie Chalifoux a été l'une des premières en Amérique du Nord à implanter la technologie de l'ultrafiltration. Depuis ce temps, la gamme de fromages fins n'a cessé de croître et la tradition d'excellence n'a cessé de se perpétuer. Aujourd'hui, en plus des actionnaires actuels, Jean-Pierre, André et Sylvain Chalifoux, la relève y est présente avec Mélanie Chalifoux et plus de 150 employés, qui travaillent ardemment au développement de nouveaux marchés, à la commercialisation de nouveaux produits et à l'accroissement de la visibilité sur la scène provinciale.



Le défi de l'Écoconception

Après avoir assisté à la présentation du Diagnostic d'Écoconception, Mélanie Chalifoux, directrice des ressources humaines, a convaincu la direction de l'entreprise d'adhérer à la démarche d'Écoconception. C'était aussi pour la Laiterie Chalifoux une bonne occasion d'intégrer des principes de développement durable à sa chaîne de production et de sensibiliser son personnel à adopter de bonnes pratiques environnementales. Le Diagnostic d'Écoconception a sensibilisé les membres de la direction à l'importance d'intégrer rapidement les employés dans le processus d'amélioration des pratiques de développement de produits et de gestion environnementale.



Les résultats

« Le Diagnostic d'Écoconception a permis une sensibilisation de tous les membres de la direction ainsi que des employés aux nombreuses opportunités et pistes d'amélioration qu'apporte une bonne gestion environnementale. C'est ainsi que l'entreprise a amorcé une action concrète de récupération de matières résiduelles avec l'implication de tout le personnel. »

- Mélanie Chalifoux, directrice des ressources humaines



SAVOIR TIRER PROFIT DES OPPORTUNITÉS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Selon les entreprises qui font de l'Écoconception, cette démarche permet :

- de se différencier de la concurrence;
- de développer de nouveaux marchés;
- de stimuler l'innovation;
- de réduire les coûts de fabrication et de logistique;
- d'améliorer l'image corporative.

Sources : Institut de développement de produits (IDP) • www.idp-ipd.com

Société d'aide au développement de la collectivité (SADC) du Bas-Richelieu • www.soreltracyregion.net/sadc



Fabrication d'éoliennes

TURBINES ÉOLIENNES VERTICA

Un produit innovant mettant en valeur une richesse naturelle

L'entreprise

Turbines Éoliennes VERTICA a maintenant pignon sur rue dans un édifice de la rue du Prince à Sorel-Tracy. L'équipe de 10 employés travaille à développer et à faire connaître son produit : des éoliennes à axe vertical destinées aux marchés résidentiel et institutionnel. Le produit suscite beaucoup d'intérêt dans les milieux environnementaux et d'économie d'énergie, ce qui amène VERTICA à poursuivre le développement pour la fabrication d'éoliennes en composites. Éventuellement, des fibres naturelles pourraient remplacer la fibre de verre. Pour la prochaine année, l'entreprise compte produire 30 éoliennes de 15 kW et 15 de 3 kW. Un détaillant à grande surface aimerait aussi distribuer des éoliennes de 400 à 500 watts. Tout est possible dans un monde qui veut réduire sa consommation d'énergie et ses gaz à effet de serre.



Le défi de l'Écoconception

En souscrivant au Diagnostic d'Écoconception, VERTICA a d'abord voulu obtenir l'opinion d'un tiers pour vérifier si son produit répondait aux exigences environnementales. Cela lui a fait, entre autres, prendre conscience des normes, des réglementations nationales et internationales et des tarifs spéciaux exigés en Europe sur les produits qui n'étaient pas recyclables à la fin de leur cycle de vie. Le Diagnostic l'a dirigée vers une conception et une fabrication modulaire des turbines, facilitant ainsi l'assemblage, le transport et la récupération, tout en utilisant des matières premières entièrement recyclables.



Les résultats

« L'Écoconception a influencé notre cycle de développement de produits de façon à s'assurer qu'une fois sur le marché, les pièces de nos Éoliennes puissent être récupérées et recyclées à 100 %, et ce, à moindre coût économique et environnemental. »

- Jean-Pierre Binda, président Turbines Éoliennes Vertica



Turbines Éoliennes Vertica • 17, rue du Prince, Sorel-Tracy (Québec) J3P 4J4 • 450 551-0641 • bindajp@vertica-inc.com