

L'innovation à la conquête du développement durable

2^e colloque international de l'Institut de développement de produits

Montréal, mardi 8 juin 2010 – « La présence de chacun d'entre vous, ici, ce matin, témoigne de votre adhésion à cette conviction profonde, partagée par l'équipe de l'IDP, que les principes de développement durable doivent désormais faire partie intégrante de l'innovation de nos produits. »

C'est par ces mots que le directeur général de l'Institut de développement de produits, Guy Belletête, a ouvert le deuxième colloque international de l'IDP, qui, cette année, s'est déroulé sous le thème « L'innovation à la conquête du développement durable ».

L'objectif de l'événement, qui a réuni plus de 250 personnes du monde des affaires : aider les dirigeants d'entreprises et leurs équipes de développement de produits à effectuer le glissement vers une production durable, tout en maintenant, et même en augmentant leur avantage concurrentiel.

« J'ai remarqué beaucoup d'ouverture face aux enjeux environnementaux, chez les industriels, mais aussi beaucoup de questionnements », a remarqué Guy Belletête. Le directeur a souhaité que ce colloque leur apporte des éléments de réponse et de nouvelles pistes de développement.

« En plein cœur de la relance économique, les entreprises doivent se renouveler sans cesse et être créatives. Elles doivent adopter des pratiques d'affaires toujours plus innovantes qui leur permettent de se démarquer et d'accroître leur compétitivité. Désormais, ces pratiques d'affaires gagnantes doivent prendre en compte l'équilibre entre la prospérité économique, la qualité de l'environnement et l'équité sociale. Le Québec a le talent, la volonté et la capacité de s'engager sur cette voie d'avenir », a déclaré le ministre du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, M. Clément Gignac.

Pour sa part, Jim Hartzfeld, directeur général d'InterfaceRAISE, une filiale du géant étatsunien Interface, a expliqué que les marchés changent et que le développement durable est nécessaire pour la survie des entreprises. Il a indiqué qu'une démarche en développement durable permet aux entreprises de veiller sur leur réputation, de contrôler les coûts, d'être des employeurs de choix, de stimuler l'engagement des employés et d'offrir de meilleures conditions pour

l'innovation. « Le développement durable ouvre de nouvelles occasions d'affaires. Mais il faut voir le monde différemment et être prêts à se réinventer », a-t-il dit.

Jean-François Simard, président-directeur général de PHILIPS LUMEC, a donné un exemple concret d'entreprise « réinventée »: la sienne. PHILIPS LUMEC est devenue le premier fabricant canadien d'appareils d'éclairage pour les lieux publics. Son secret : avoir été à l'écoute des militants environnementalistes. « Nos produits étaient critiqués parce qu'ils généraient de la pollution lumineuse en orientant l'éclairage vers le ciel. Nos lampadaires orientent désormais l'éclairage vers le sol. Ces critiques nous ont forcés à nous redéfinir », a-t-il confié. Chez PHILIPS LUMEC, a ajouté M. Simard, la « Terre » est devenue « partie prenante » au même titre que les actionnaires, les clients et les employés. « Un jour, nous avons fermé l'usine pendant une heure afin que tous puissent assister à une conférence de Karel Mayrand du Fonds Suzuki », a-t-il illustré.

De son côté, CASCADES a demandé à des organismes non gouvernementaux (ONG) comment l'entreprise pourrait s'améliorer. « Ils nous ont dit que nous devons devenir des façonneurs », a relaté Henry Sauvagnat, vice-président Développement durable. CASCADES, a affirmé M. Sauvagnat, entend exercer un rôle d'influence accru dans la communauté, tout en mesurant les retours sur les investissements de ses différentes actions.

Vice-président chez EXFO, Stephen Bull a affirmé que l'écoconception a amélioré la position concurrentielle de l'entreprise sur les marchés internationaux. « Nous exerçons une vigie constante à l'égard des diverses normes à l'échelle de la planète. En les intégrant dès la conception des produits, nous avons amélioré leur qualité et nos parts de marché », a-t-il signalé.

Normand Dumont, premier vice-président Commercialisation chez RONA, a souligné que les produits éco-responsables ont une longue vie devant eux. « Leur évaluation par l'analyse de leur cycle de vie est fondamentale », a-t-il précisé.

L'IDP remercie chaleureusement ses partenaires qui ont soutenu l'organisation de ce colloque : le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE), Transformation alimentaire Québec (TRANSAQ), Ogilvy Renault, Cascades et Les Affaires.

À propos de l'Institut de développement de produits : L'IDP est le seul organisme associatif québécois à but non lucratif qui se consacre exclusivement aux meilleures pratiques en développement de produits et en écoconception. L'IDP offre à ses membres un solide réseau de formation, d'accompagnement et d'échanges. Il est une référence incontournable pour tous les chefs d'entreprise, les professionnels de l'ingénierie, de la production et du marketing. L'Institut compte plus d'une centaine de membres, pour la plupart des industriels, mais également des professionnels du monde de la finance et des services-conseils.

Pour information : Marie Quinty, responsable de l'information, IDP

Tél : 514 383-3209 poste 2216

marie.quinty@idp-ipd.com