



Étude
Avril 2021

Une transformation en marche

Comment les entrepreneurs canadiens
gèrent le défi environnemental

bdc 

Table des matières

Mot de l'économiste en chef	3
Points saillants	4
Où en sont les entrepreneurs canadiens?	5
Les défis de l'adoption de pratiques vertes	16
Vers une relance verte	23
Feuille de route pour une relance verte	24
Données et méthodologie	33

Auteure

Sylvie Ratté,
économiste principale,
sylvie.ratte@bdc.ca

Remerciements

Cette étude a été réalisée grâce à la précieuse collaboration des personnes suivantes:
Marcellina Daniel, Alexandra Fioriello, Emmanuelle Houle, Geneviève Michaud, Isabelle Simard et Samuel St-Pierre Thériault.



En couverture

Anie Rouleau, fondatrice et propriétaire,
The Unscented Company

Cette étude s'appuie sur des données d'enquêtes analysées et interprétées par BDC. Toute erreur ou omission relève de la seule responsabilité de BDC. Le lecteur est l'unique responsable de l'usage qu'il fait de l'information présentée dans ces pages.

© Banque de développement du Canada, 2021



« La transition vers une économie plus verte est bien amorcée et plusieurs entrepreneurs canadiens sont des leaders dans ce domaine. »

Mot de l'économiste en chef

Cette étude témoigne de la grande motivation des entrepreneurs canadiens à réduire l'impact environnemental de leurs activités commerciales. On y constate que la transition vers une économie plus verte est bien amorcée et que plusieurs entrepreneurs sont déjà des leaders dans ce domaine. À titre d'exemple, la protection de l'environnement fait partie de la mission d'entreprise de la moitié des PME au pays.

Toutefois, certains obstacles freinent l'adoption d'un plus grand nombre de pratiques vertes : d'abord, il y a la nécessité de surmonter la pandémie et la récession qui en découle; ensuite, certains projets verts doivent être retardés en raison de ressources financières insuffisantes; enfin, plusieurs entrepreneurs choisissent d'absorber le coût de leurs investissements verts, sans en refiler la facture à leurs clients, afin de tenir compte de leur capacité limitée de payer. D'ailleurs, une

enquête menée auprès des consommateurs canadiens révèle que le prix demeure le critère d'achat le plus important pour une majorité d'entre eux.

La présente étude vise à aider les entrepreneurs à surmonter ces obstacles en leur proposant des pistes pour réaliser des actions à la fois rentables et bénéfiques pour l'environnement et, ce faisant, accélérer la relance d'une économie qui, nous l'espérons, sera de plus en plus verte. La dernière partie du document propose donc aux entrepreneurs une feuille de route qui les aidera à choisir les pratiques les mieux adaptées à leur réalité, selon leur niveau d'avancement. Enfin, des témoignages d'entrepreneurs inspireront leurs pairs à aller encore plus loin.

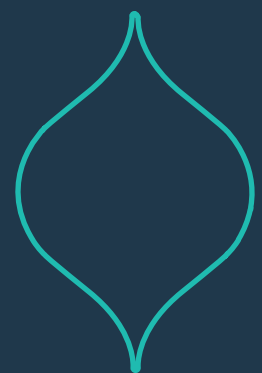
Pierre Cléroux

Vice-président, Recherche et économiste en chef

Faits saillants

Plus de huit entrepreneurs sur 10 (82%) ont déjà adopté des mesures concrètes afin de réduire l'impact environnemental de leurs activités.

Les entreprises canadiennes peuvent être réparties en trois profils distincts



Débutants
(26%)

Sont encore timides dans leurs actions.



En transition
(54%)

Ont adopté quelques mesures plus accessibles.



Leaders
(20%)

Ont mis en place plusieurs mesures avancées.

84%

des entrepreneurs considèrent qu'il est de leur responsabilité de poser des gestes concrets pour protéger l'environnement.

→ La moitié des entrepreneurs indiquent même que cela fait partie de la mission (raison d'être) de leur entreprise.

63%

des entrepreneurs ayant mis en place des pratiques respectueuses de l'environnement agissent sur la base de leurs convictions personnelles.

→ Plus de la moitié sont aussi motivés par la réduction de leurs coûts de fonctionnement et près du tiers, par l'amélioration de leur image de marque.

60%

des consommateurs canadiens affirment que le prix demeure le critère d'achat le plus important.

→ Le tiers des consommateurs canadiens tiennent compte de l'impact environnemental dans leurs décisions d'achat.

3 principaux freins à l'adoption de pratiques plus vertes:

- 1 Les répercussions de la pandémie de COVID-19.
- 2 Le manque de ressources financières à l'interne pour financer des investissements verts.
- 3 La difficulté d'offrir des produits, services ou processus verts qui sont à la fois rentables et abordables pour les clients.



Où en sont les entrepreneurs canadiens ?

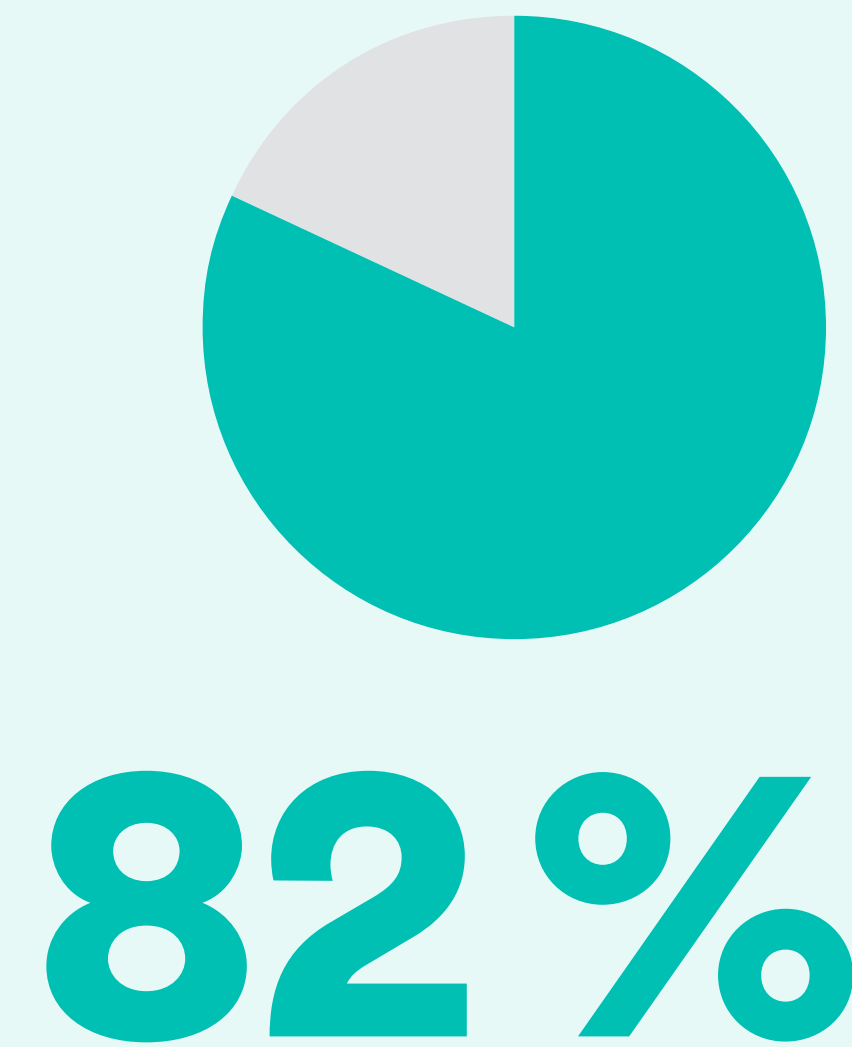
Plus de huit entrepreneurs sur 10 sont passés à l'action afin de réduire l'impact environnemental de leur entreprise

Les entrepreneurs dont l'entreprise est en croissance (87 %) et les femmes entrepreneures (86 %) sont plus nombreux à être passés à l'action.

Les deux tiers de ceux qui n'ont encore rien fait comptent agir lorsque cela sera possible.

Graphique 1: Pourcentage d'entrepreneurs ayant mis en œuvre des mesures de réduction de leur impact environnemental

■ Entrepreneurs canadiens



Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants..

Les entrepreneurs considèrent qu'ils doivent prendre des mesures pour protéger l'environnement

La plupart des entrepreneurs canadiens (84 %) considèrent qu'il est de leur responsabilité de prendre des mesures concrètes pour protéger l'environnement.

Les entrepreneurs œuvrant dans le secteur de la fabrication (92 %), les femmes entrepreneures (89 %) et les entrepreneurs dont les activités sont principalement localisées au Québec (88 %) sont particulièrement d'accord avec cette affirmation.

La moitié des entrepreneurs au pays indiquent même que d'agir d'une façon respectueuse de l'environnement fait partie de la mission de leur entreprise. Cela est particulièrement vrai pour ceux qui œuvrent dans le secteur de la fabrication (68 %), qui ont 45 ans ou moins (61 %) ou qui sont des exportateurs (58 %).

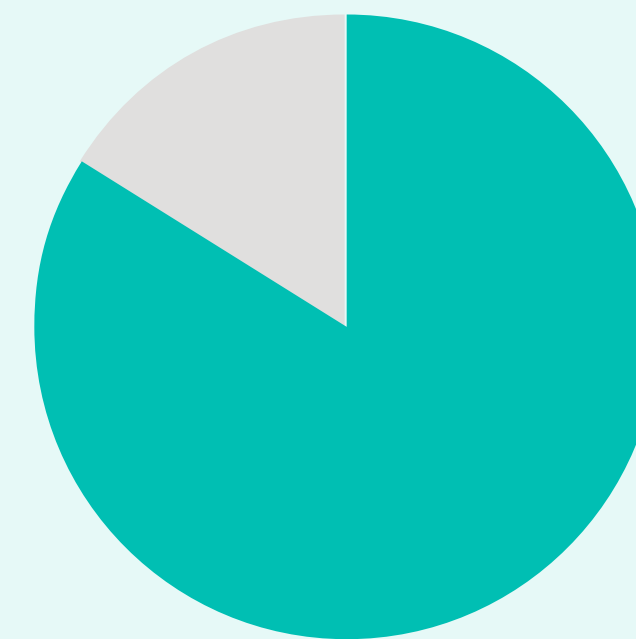
Graphique 2: Perception des entrepreneurs quant à leurs responsabilités environnementales

■ Entrepreneurs canadiens

Les mesures respectueuses de l'environnement...

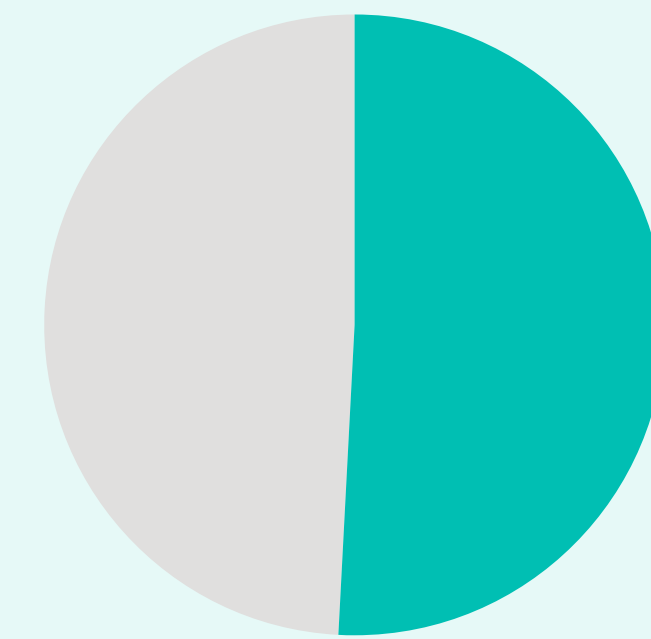
84 %

font partie de la responsabilité des entrepreneurs



51 %

font partie de la mission de notre entreprise



Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.

Les entrepreneurs agissent avant tout sur la base de leurs convictions personnelles

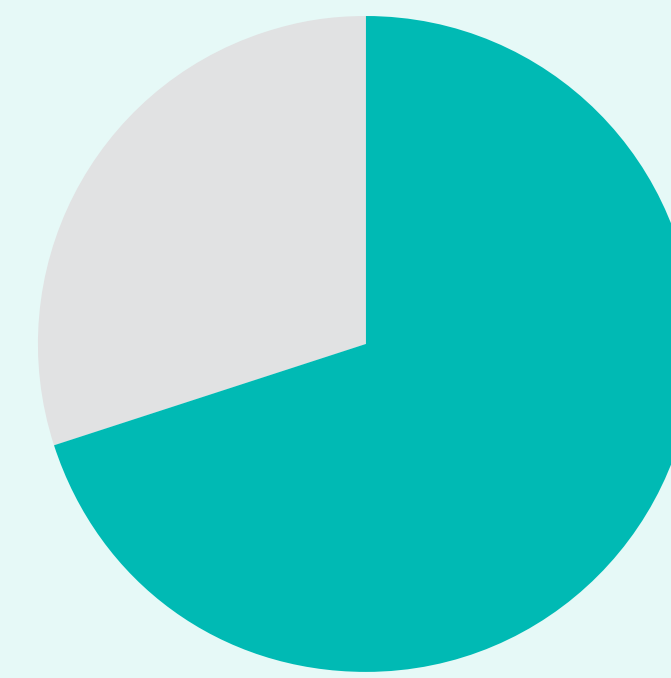
Les femmes entrepreneures à l'échelle du Canada (74 %), les entrepreneurs établis au Québec, peu importe le secteur d'activité (74 %), et les entrepreneurs qui œuvrent dans le secteur des services professionnels, scientifiques, techniques et financiers (72 %) sont encore plus susceptibles d'agir sur la base de leurs convictions personnelles.

Les entrepreneurs engagés dans l'immobilier et la location commerciale (69 %), ceux dont la rentabilité est nulle ou négative (59 %) et les entrepreneurs établis en Ontario (56 %) sont davantage motivés par la réduction de leurs coûts de fonctionnement.

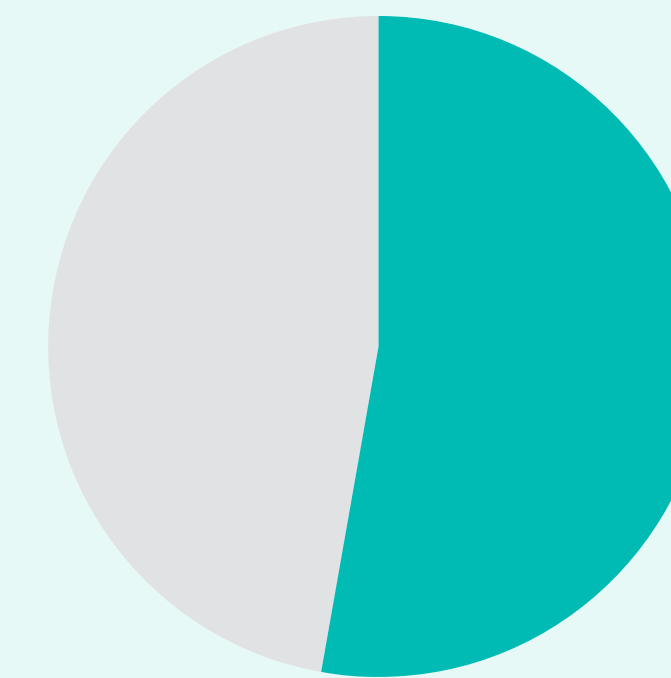
L'amélioration de l'image de marque stimule davantage les entrepreneurs à la tête d'entreprises de 50 à 99 employés dans tous les secteurs d'activité (57 %) ainsi que les propriétaires d'entreprises manufacturières (45 %) ou de commerces de détail (41 %).

Graphique 3: Principaux facteurs incitant les entrepreneurs à réduire leur impact environnemental

■ Entrepreneurs canadiens



63 %
Leurs convictions personnelles



53 %
La volonté de réduire leurs coûts de fonctionnement






31 %
La possibilité d'améliorer leur image de marque

Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.

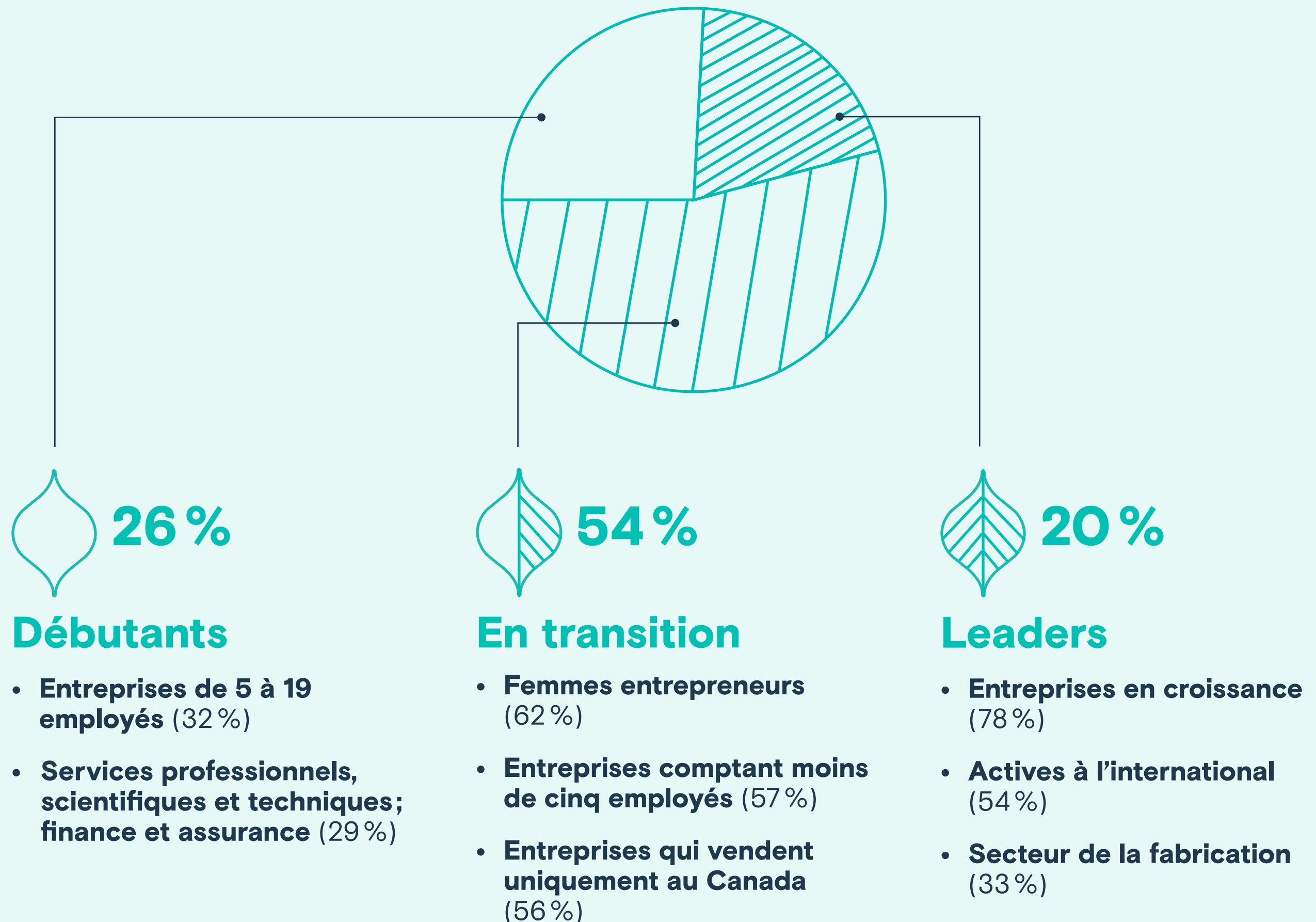
La plupart des entreprises canadiennes sont encore en transition

Afin de mieux comprendre le niveau de maturité environnementale des entrepreneurs du pays, nous les avons segmentés en trois groupes, soit :

-  **Débutants** – sont encore timides dans leurs actions
-  **En transition** – ont adopté quelques mesures plus accessibles
-  **Leaders** – ont mis en place plusieurs mesures avancées

La segmentation a été établie selon le nombre et la complexité des mesures mises en place. Pour en savoir plus sur la méthodologie, reportez-vous à la page 33.

Graphique 4: Profils verts des entrepreneurs canadiens






Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.

Comment les leaders se démarquent-ils ?

Les entrepreneurs qui sont des leaders se démarquent par l'adoption de mesures plus nombreuses et complexes. Par exemple, les trois quarts des leaders fabriquent des biens ou des services ayant un impact minimal sur l'environnement. En ce sens, ils sont engagés dans une économie dite circulaire. De plus, ces entrepreneurs ne se limitent pas à mesurer l'impact de leurs activités sur l'environnement (61%) : une majorité d'entre eux (56%) font appel à des vérificateurs externes pour évaluer le rendement de ces mesures afin de continuer à s'améliorer.

Tableau 1: Principales mesures d'atténuation de l'impact environnemental selon le profil d'entrepreneur

 Débutants	 En transition	 Leaders
<ul style="list-style-type: none">• 45 % réduisent leur production de déchets ou d'emballages• 29 % réduisent leur consommation d'énergie• 22 % réduisent leur consommation d'eau	<ul style="list-style-type: none">• 78 % réduisent leur consommation d'énergie• 70 % encouragent leurs employés à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement• 63 % utilisent des matériaux recyclés ou des déchets comme intrants	<ul style="list-style-type: none">• 76 % fabriquent des produits ou services ayant un impact minimal sur l'environnement (écoconception)• 56 % font faire des vérifications externes pour évaluer les pratiques environnementales de l'entreprise• 49 % affirment avoir une entreprise « zéro déchet »

Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.

Préoccupations environnementales

Lorsqu'elles guident la croissance

Anie Rouleau est intolérante au parfum: il lui cause des migraines épouvantables.

Pour trouver du détergent à lessive, de la lotion pour le corps, sans oublier du shampooing sans fragrance, elle devait faire le tour de Montréal.

C'était si pénible qu'elle a commencé, il y a longtemps, à fabriquer ses propres produits. Venant d'une famille d'entrepreneurs, elle savait qu'elle lancerait un jour sa propre compagnie de produits sans parfum, naturels, efficaces et dotés d'une identité visuelle recherchée.

Toutefois, lorsqu'elle réfléchissait à son entreprise, un élément la gardait éveillée la nuit.

« Alors qu'il y a un continent de plastique dans l'océan Pacifique, je ne pouvais pas croire que j'embarquerais dans l'une des industries qui contribuaient au grand fléau qu'est la bouteille de plastique, raconte Anie Rouleau. Il était clair dès le départ que j'allais tout faire pour l'éliminer ou réduire au maximum son utilisation. »

Des certifications pour se structurer

C'est sur ces principes fondamentaux que M^{me} Rouleau a créé Unscented en 2016. L'entreprise détient d'ailleurs la certification B Corp, qui est octroyée à des entreprises convaincues qu'elles doivent non seulement générer des profits, mais aussi des bienfaits pour la société et l'environnement.

« B Corp m'a aidée à structurer ma compagnie et à la faire grandir en me basant sur mes valeurs, affirme Anie Rouleau. Ma vision

pour l'organisation est beaucoup plus claire grâce à leur processus rigoureux de certification. »

Il s'agit là de valeurs affirmées haut et fort qui n'empêchent pas la croissance de l'entreprise, mais la guident. Le chiffre d'affaires d'Unscented est d'ailleurs passé de 2,7 à 7 millions de dollars en un an.

Innover pour éliminer le plastique

Le désir d'Anie Rouleau de se libérer du plastique l'entraîne dans une course à l'innovation sans fin.

Bien sûr, Unscented offre des produits en vrac dans plusieurs points de vente. Mais, ce n'est pas pour tout le monde. L'entrepreneure doit donc trouver d'autres solutions. Par exemple, elle vend son détergent à lessive dans un contenant de 2 litres en plastique, avec possibilité d'acheter des recharges de 4 ou 10 litres dans une boîte de carton qui comprend un sac de plastique.

« Nous ne pourrions pas éliminer le plastique demain matin, parce qu'il faut changer les habitudes de consommation des gens. C'est un processus qui prend du temps, mais ça viendra. »

- Anie Rouleau, fondatrice et PDG, The Unscented Company

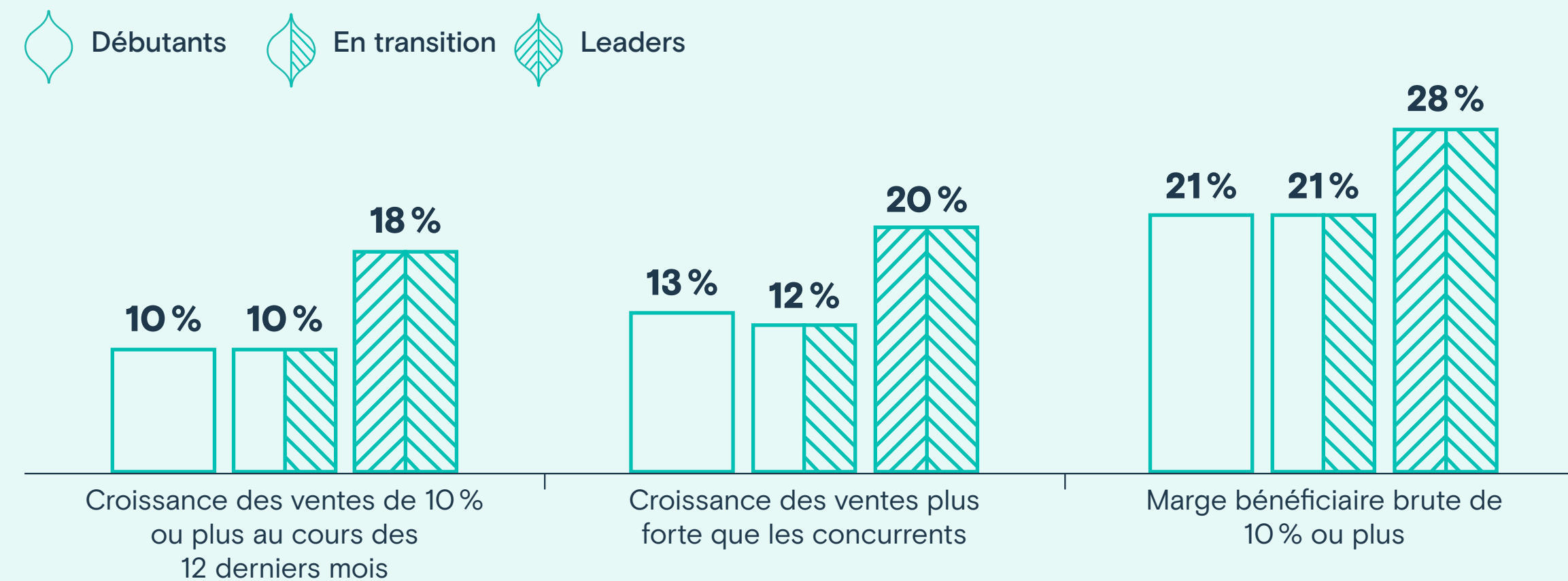


Les entreprises plus avancées dans l'adoption de pratiques vertes affichent une meilleure performance financière

Force est de constater qu'il n'y a aucune contradiction entre la performance financière d'une entreprise et l'adoption de pratiques vertes. Celles-ci peuvent être mises en place dans tous les types d'entreprises, peu importe leur taille ou leur secteur d'activité. Il en va avant tout de la volonté des dirigeants.

Notre sondage semble aussi démontrer que les entreprises dirigées par des entrepreneurs qui ont un profil de leader sont plus susceptibles de connaître une forte croissance des ventes et d'avoir une marge bénéficiaire élevée.

Graphique 5: Performance financière selon le profil d'entrepreneur



Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.

91% des leaders affirment qu'il est tout à fait possible pour une entreprise à la fois d'être rentable et de réduire son impact environnemental.

Les effets des changements climatiques se font sentir

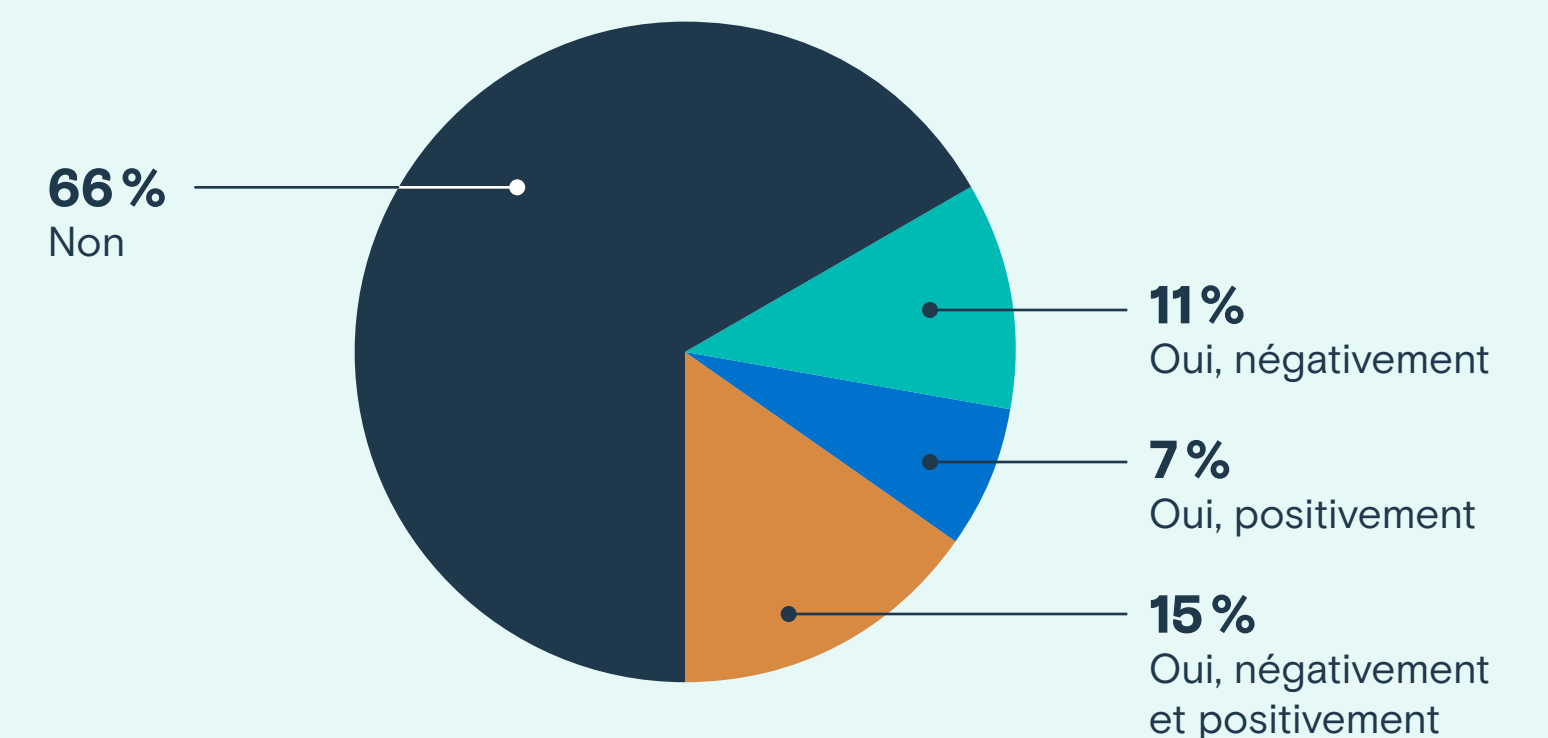
Les entrepreneurs canadiens sont préoccupés par les changements climatiques. En effet, 43 % d'entre eux craignent d'en subir les effets négatifs au cours des 10 prochaines années. Par ailleurs, 28 % de ceux qui ont déjà subi ces effets négatifs ont créé un plan ou pris des mesures concrètes afin de s'y préparer et 8 % de tous les entrepreneurs canadiens mesurent déjà ou ont l'intention de mesurer leur empreinte carbone.

Les entrepreneurs du Canada atlantique, peu importe le secteur (24 %), et ceux du secteur des ressources naturelles (21 %) ont davantage été touchés par les effets néfastes des changements climatiques.

Les entreprises ayant ressenti des effets négatifs sont plus susceptibles (28 %) d'avoir connu une décroissance de leurs ventes au cours des 12 derniers mois. Les inondations et la perte de revenus ont été les principaux effets négatifs éprouvés à la suite d'événements climatiques.

Graphique 6: Pourcentage d'entreprises ayant été touchées par des événements météorologiques extrêmes

Au cours des cinq dernières années, votre entreprise a-t-elle été touchée par des événements météorologiques extrêmes (associés aux changements climatiques) ?



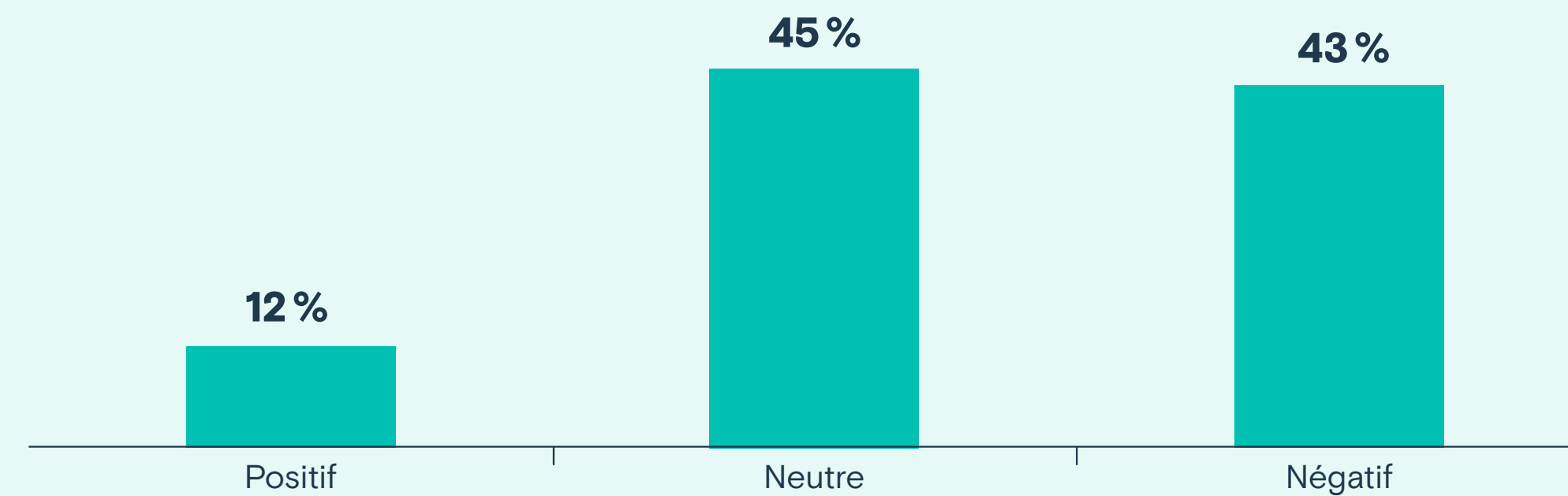
Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.

Près de la moitié des entrepreneurs s'attendent à subir l'impact négatif des changements climatiques

Les entrepreneurs de moins de 35 ans de tous les secteurs (18 %), ceux œuvrant dans les secteurs de la fabrication (15 %) ou de la construction (13 %) et ceux qualifiés de leaders (13 %) sont plus susceptibles d'avoir « profité » des changements climatiques. Les effets positifs se sont manifestés principalement par une croissance des ventes et une réduction des coûts de chauffage en raison des températures moyennes plus élevées.

Graphique 7: Impact prévu des changements climatiques au cours des 10 prochaines années

À votre avis, quel sera l'impact des changements climatiques sur votre secteur d'activité au cours des 10 prochaines années ?



Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.



Les défis de l'adoption de pratiques vertes

La pandémie et la capacité de payer des consommateurs freinent les ambitions de plusieurs entrepreneurs

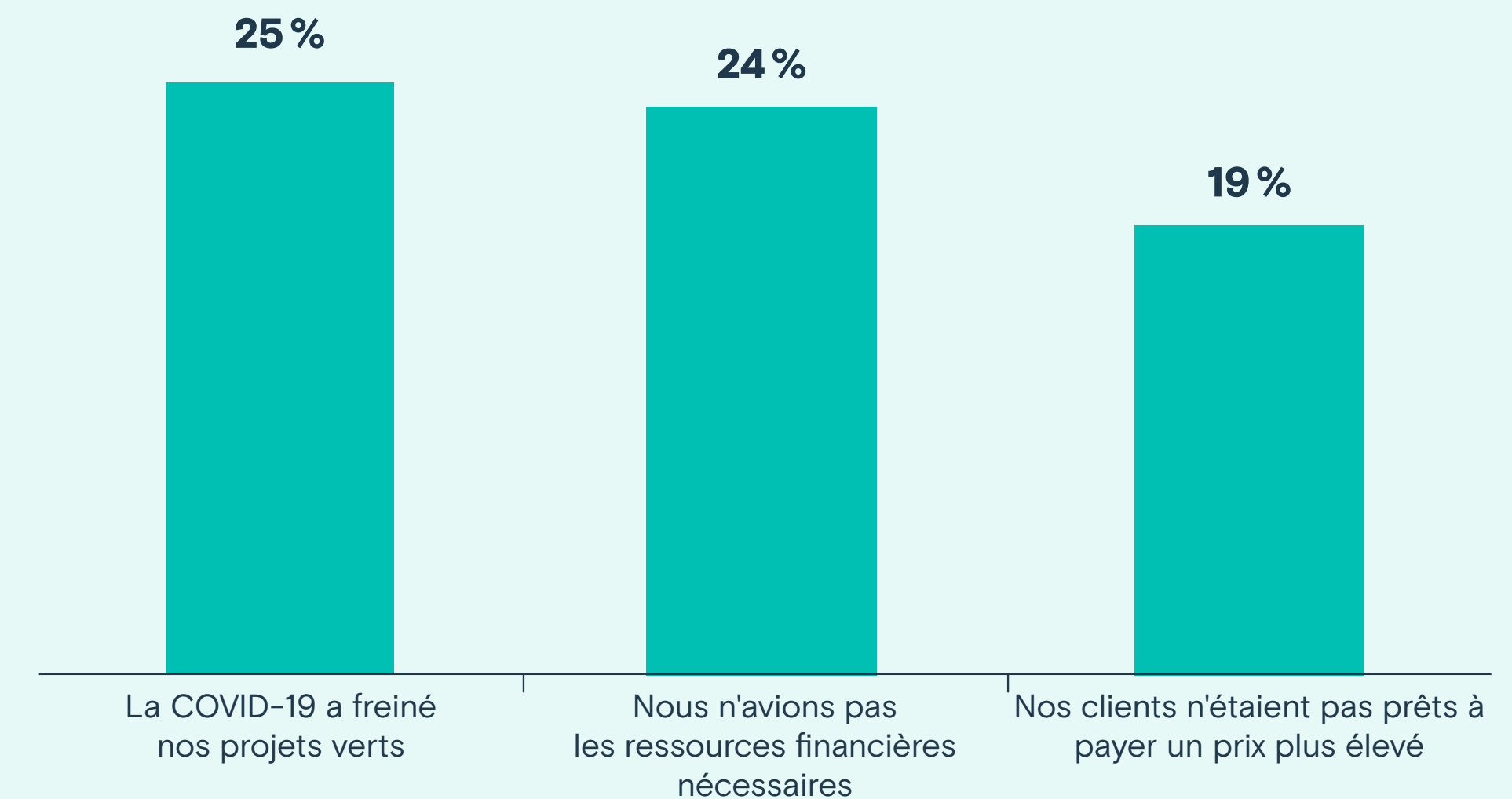
Aussi motivés qu'ils soient à réduire l'impact environnemental de leurs activités commerciales, les entrepreneurs voient leurs ambitions limitées par certaines embûches.

En premier lieu, la nécessité de faire face à la pandémie s'est hissée en tête des priorités des entrepreneurs, comme le révèle une étude de BDC sur l'impact de la COVID-19 publiée en octobre 2020. Cela est particulièrement vrai pour les leaders et les entrepreneurs en transition.

La difficulté de financer les investissements environnementaux, tant à l'interne qu'à l'externe, de même qu'un rendement du capital investi faible ou lointain limitent également l'élan des entrepreneurs. C'est notamment le cas pour les débutants.

L'incapacité d'offrir des produits, des services ou des processus plus verts qui sont à la fois rentables pour eux et abordables pour leurs clients freine parfois les ambitions des entrepreneurs, en particulier ceux qui sont leaders ou en transition.

Graphique 8: Principaux défis de l'adoption de pratiques vertes



Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.

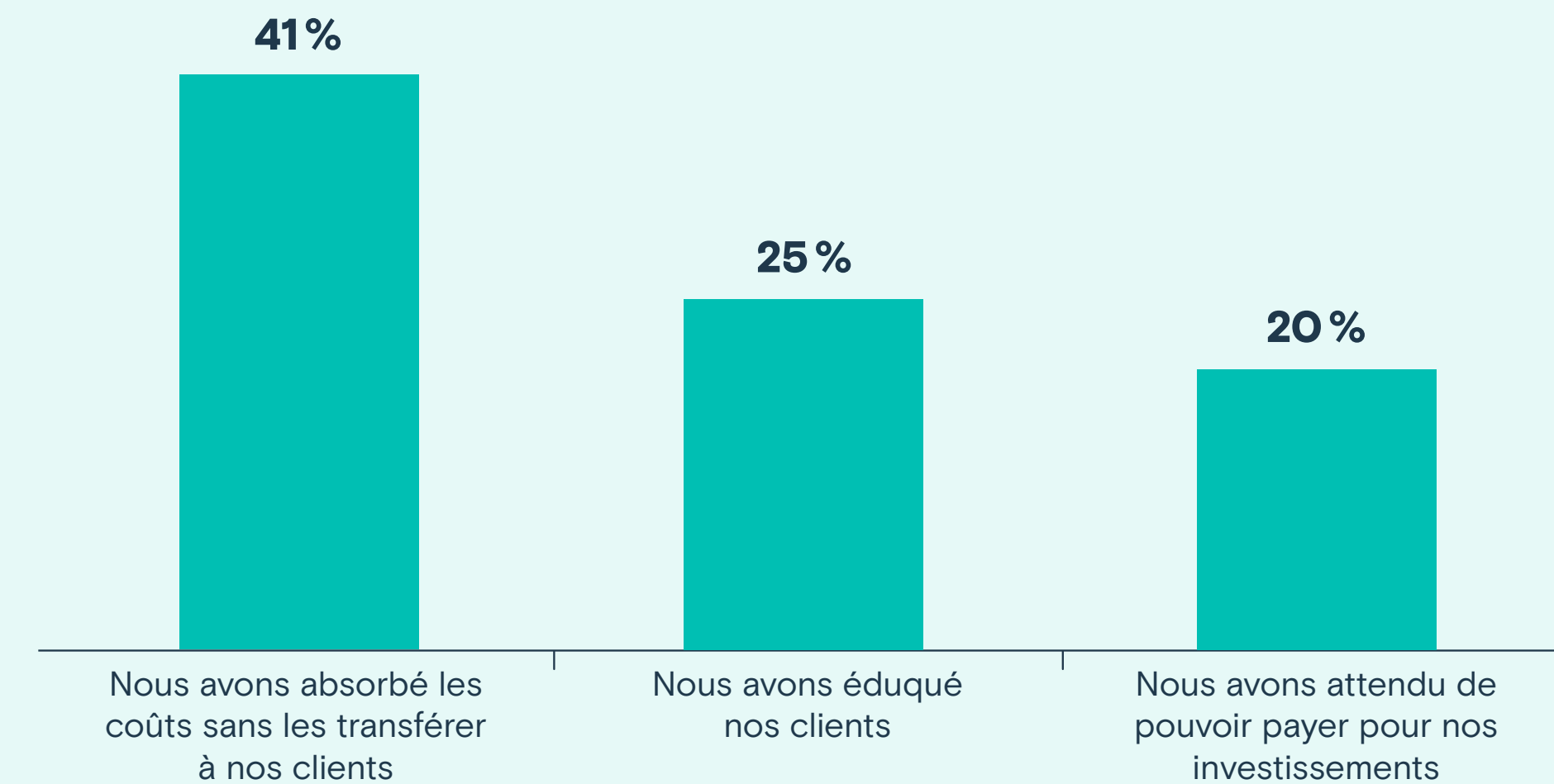
Plusieurs entrepreneurs ne refilent pas la facture de leurs investissements verts aux consommateurs

Notre enquête démontre que les coûts associés à la transition verte ne sont pas systématiquement refilés aux clients, et ce, peu importe le profil d'entrepreneur.

Le quart des entrepreneurs font preuve d'ingéniosité en éduquant leurs clients ou en échangeant de meilleures pratiques au sein d'un réseau d'entrepreneurs qui partagent les mêmes préoccupations.

Plusieurs entrepreneurs, en particulier ceux qui sont en transition ou débutants, ont quant à eux décidé de retarder leurs investissements verts jusqu'à ce qu'ils en aient les moyens. Cela témoigne de la difficulté à financer, à l'interne ou à l'externe, certains investissements plus dispendieux, comme ceux qui nécessitent l'embauche d'employés ou l'achat d'équipement plus coûteux.

Graphique 9: Les stratégies adoptées pour surmonter les défis



Source: BDC, Sondage sur les projets et les investissements respectueux de l'environnement, octobre 2020, 1 515 répondants.

Une bière produite à l'énergie solaire

Un exemple de la rentabilité de l'énergie
verte pour les entreprises locales

Dans un parc industriel grisâtre de Quispamsis, au Nouveau-Brunswick, des machines vrombissantes font couler des jets de bière dans des canettes en aluminium et en referment le couvercle sur le col de mousse blanc.

Ce pourrait être n'importe quelle microbrasserie au Canada, si ce n'était des grands panneaux solaires à l'extérieur.

« Nous avons un engagement très fort envers notre collectivité, et l'un de ces engagements est la gérance de l'environnement », explique Steve Russell, copropriétaire, avec Andrew Estabrooks, de Foghorn Brewing Company.

Tandis qu'ils s'apprêtaient à ouvrir une deuxième brasserie en 2019, MM. Russell et Estabrooks se sont posé une question importante: que pouvons-nous faire pour l'environnement ?

En collaboration avec des entreprises locales du Nouveau-Brunswick, les associés ont profité de leur projet d'expansion pour effectuer une série de mises à niveau écologiques de leur bâtiment, notamment un investissement dans un ensemble de panneaux solaires.

« C'est une analyse coût-avantage, affirme M. Russell, mais, pour nous, les avantages vont au-delà de l'argent. »

Des mesures concrètes pour un avenir plus vert

Dès le début, les associés ont pris soin d'être aussi écologiques que possible. Tout le carton qu'ils utilisent est soigneusement recyclé. Les résidus de brassage trouvent leur chemin vers des agriculteurs locaux pour nourrir le bétail, les porcs et les poulets.

« Ce sont là des petits gestes que probablement toutes les personnes peuvent poser, mais qu'elles ne font pas nécessairement », affirme M. Russell.

En 2019, quand est venu le moment pour Foghorn de déménager dans une installation de brassage plus vaste, ce qui a été rendu possible grâce à un prêt de BDC, MM. Russell et Estabrooks voulaient faire plus.

Comme ils étaient locataires de leur première brasserie, les changements qu'ils pouvaient apporter étaient limités. Maintenant propriétaires, ils ont modernisé l'éclairage, abandonnant les tubes fluorescents en faveur de DEL, ont installé trois thermopompes pour réguler la température et ont ajouté un échangeur thermique pour améliorer l'efficacité de leur cuve à eau froide, réduisant ainsi l'énergie nécessaire à son fonctionnement. Ils ont également installé leur

propre fosse septique pour traiter les eaux usées provenant du processus de brassage.

Mais le plus gros investissement a été fait dans un système de panneaux solaires qui fournit maintenant l'énergie nécessaire au processus d'embouteillage de l'entreprise. Fabriqués par une entreprise locale, les panneaux solaires sont conçus pour résister au rude climat du Nouveau-Brunswick.

« Nous voulions simplement faire notre part pour l'environnement. »

« C'est quelque chose qui cadre avec nos valeurs et qui nous tient particulièrement à cœur. »

- Steve Russell, copropriétaire, Foghorn Brewing Company



Le prix demeure le principal critère d'achat des consommateurs canadiens

34 %

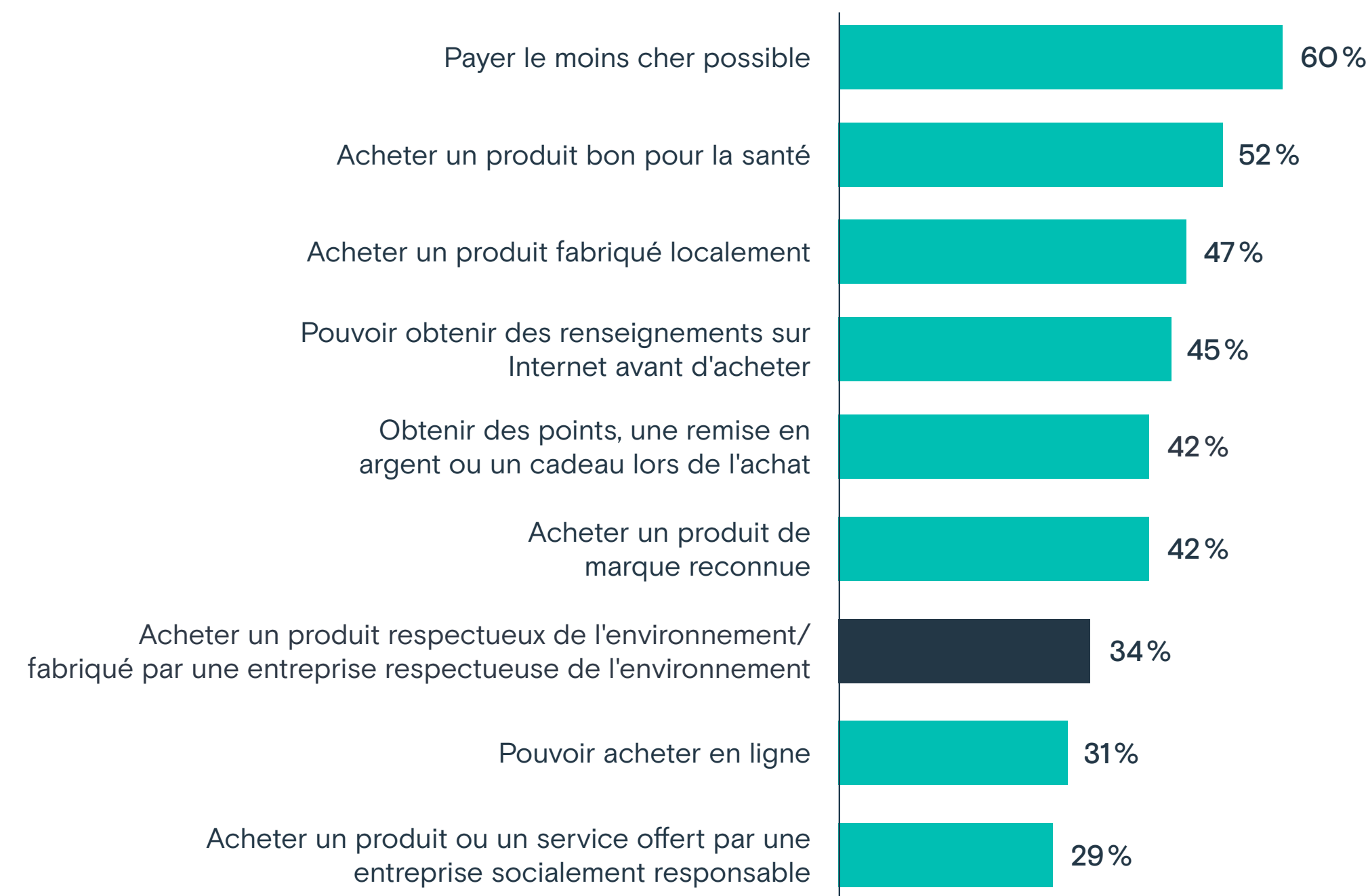
des consommateurs tiennent compte de l'impact environnemental dans leurs décisions d'achat

Payer le moins possible demeure le critère d'achat le plus important aux yeux des consommateurs canadiens, comme c'était le cas avant la pandémie.

L'importance accordée aux achats verts n'a toutefois pas fléchi depuis le début de la pandémie, si on se fie à nos sondages précédents sur le même sujet.

Les consommateurs de 18 à 34 ans accordent davantage d'importance aux achats verts, soit dans une proportion de 45 %.

Graphique 10: Facteurs déterminants pour les consommateurs canadiens lors de l'achat d'un produit ou d'un service



Source: BDC, Sondage sur les pratiques de consommation, 1 014 répondants, octobre 2020.

80 %

des consommateurs sont prêts à payer plus cher pour réduire leur empreinte environnementale

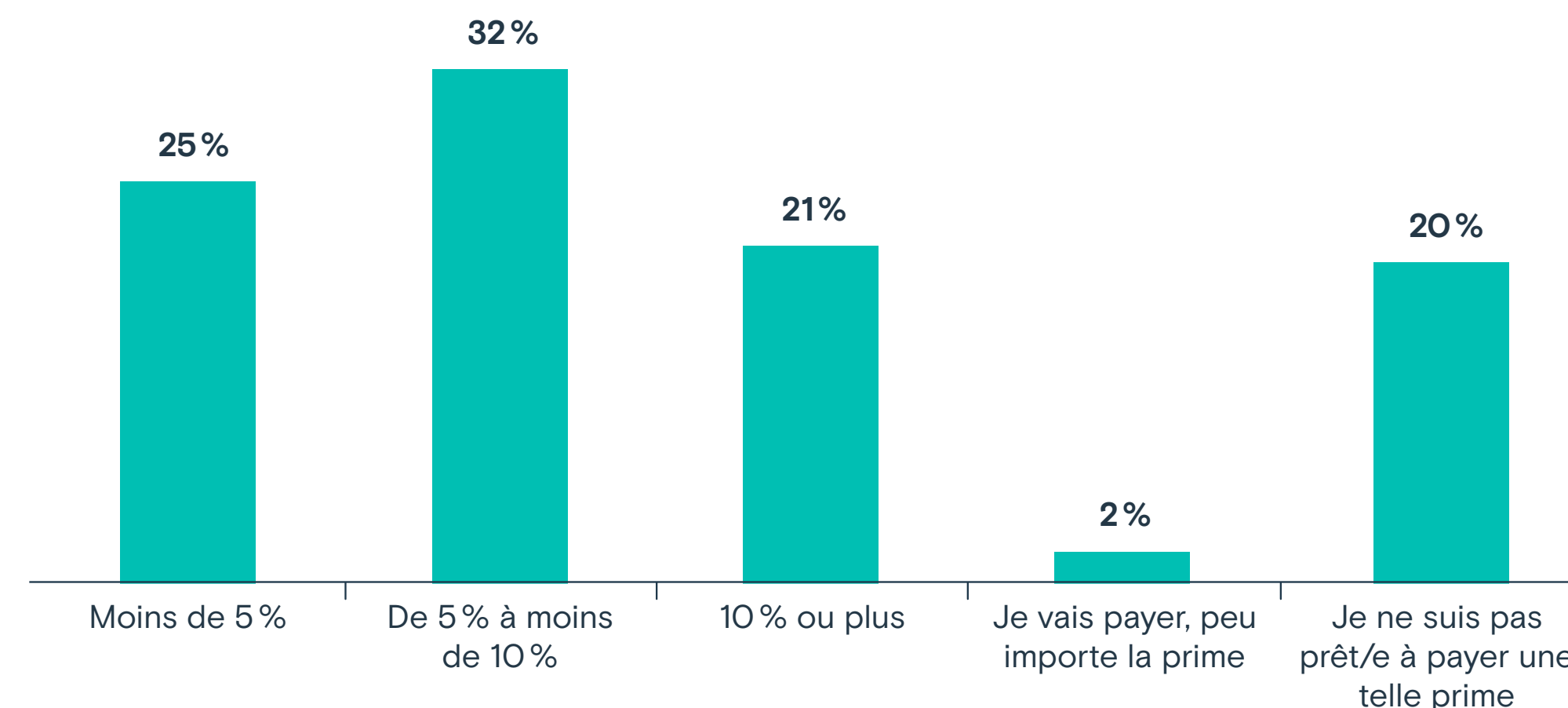
À des degrés divers, huit consommateurs sur 10 sont prêts à payer plus cher pour réduire leur empreinte environnementale. Il est à noter toutefois que les produits verts se multiplient et qu'ils sont donc offerts à des prix de plus en plus concurrentiels.

En particulier, 68 % des consommateurs de 18 à 34 ans sont prêts à payer une prime d'au moins 5 % pour des produits plus écologiques. Moins de la moitié (46 %) des consommateurs plus âgés sont prêts à payer cette prime additionnelle.

Les consommateurs sont plus enclins à vouloir payer plus cher pour des électroménagers (31 %), des aliments (30 %) et des véhicules (29 %) plus verts. Il faut dire que l'achat de certains de ces produits permet généralement de faire à long terme des économies d'électricité ou de carburant.

Il est également important de noter que les trois quarts des consommateurs ont une opinion positive des entreprises qui se préoccupent de l'environnement. Cela démontre l'importance de faire la promotion de ses pratiques environnementales pour rehausser son image de marque.

Graphique 11: Prime que les consommateurs canadiens sont prêts à payer pour réduire leur empreinte environnementale



Source: BDC, Sondage sur les pratiques de consommation, 1 014 répondants, octobre 2020.

Vers une relance verte



Cette étude met en lumière des entrepreneurs qui sont motivés et activement engagés dans la réduction des impacts environnementaux de leurs activités, quoiqu'ayant mis en place des mesures de niveau varié. Surtout, elle dépeint une économie en mouvance à laquelle toutes les entreprises canadiennes devront participer.

Plusieurs facteurs pourraient accélérer l'adoption de pratiques environnementales. C'est le cas notamment de la réglementation qui évolue vers une responsabilisation des entreprises à l'égard du cycle de vie de leurs produits et services et de la prise en compte de leur impact sur l'environnement, notamment les émissions de gaz à effet de serre. Il faut aussi citer la volonté de plus en plus affirmée des grands donneurs d'ordre et des

investisseurs de traiter avec des fournisseurs ou des entreprises dans lesquelles investir qui sont écoresponsables. Fait à souligner, ces pratiques de gouvernance agissent comme mesure d'attraction pour plusieurs employés et rendent la marque employeur plus attrayante.

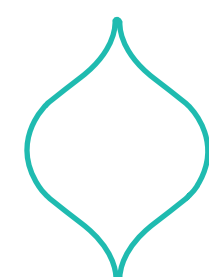
Il est important que les entrepreneurs de partout au pays s'inscrivent dans le changement dès maintenant.

C'est avec cet objectif en tête que nous vous invitons à faire le test à la page suivante pour découvrir quel est votre profil environnemental et vous laisser inspirer par les recommandations de nos experts afin de continuer à verdir vos opérations.

Quel est votre profil environnemental ?

Vous positionnez-vous déjà comme un leader? Êtes-vous plutôt en transition ou débutant?

Cochez, parmi les mesures suivantes, celles que vous avez déjà mises en place. Additionnez les points obtenus pour obtenir un score de 0 à 115 et découvrez votre profil environnemental:



Débutants
Score de 0 à 15
1^{er} quartile



En transition
Score de 20 à 55
2^e et 3^e quartile,
médiane = 35



Leaders
Score de 60 à 115
4^e quartile

Pratiques environnementales	Pointage
Pratiques environnementales mises en place par la moitié ou plus des PME canadiennes	
Réduire la production de déchets	/ 5
Réduire votre consommation d'énergie	/ 5
Réduire votre consommation d'eau	/ 5
Encourager les employés à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement (travailler de la maison, utiliser les transports en commun, recycler, etc.)	/ 5
Utiliser des matériaux recyclés ou des déchets comme intrants	/ 5
Mesures mises en place par moins de la moitié des PME canadiennes	
Utiliser une ou des sources d'énergie propre	/ 10
Sélectionner les fournisseurs en fonction de leurs pratiques ou produits respectueux de l'environnement	/ 10
Concevoir des produits ou services ayant un impact minimal sur l'environnement (écoconception qui tient compte du cycle de vie)	/ 10
Réaliser des activités de séquestration du carbone: planter des arbres, acheter des crédits carbone	/ 10
Mesurer l'empreinte environnementale de l'entreprise	/ 10
Obtenir ou maintenir une ou des certifications écoresponsables	/ 10
Avoir une entreprise « zéro déchet »	/ 10
Avoir une politique environnementale	/ 10
Faire évaluer les pratiques environnementales de l'entreprise par un vérificateur externe	/ 10
TOTAL	/ 115

Comment passer à la prochaine étape



Débutants

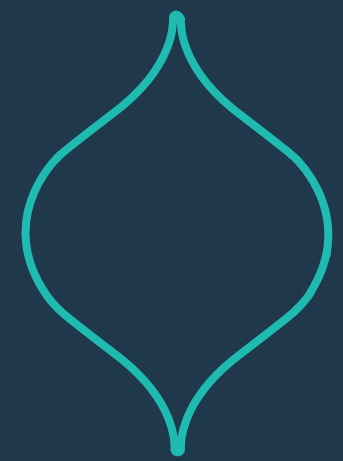
- Brossez un portrait de votre situation
- Surveillez et réduisez votre consommation d'énergie et d'eau
- Utilisez une source d'énergie renouvelable

En transition

- Faites de l'écoconception (certains de vos produits et services)
- Mettez en place un système de gestion de l'environnement
- Mesurez et réduisez votre empreinte carbone

Leaders

- Obtenez une certification environnementale
- Instaurez une veille environnementale
- Partagez votre expertise



Vous êtes **débutant**

Brossez un portrait de votre situation

Il est primordial de savoir d'où part votre entreprise et quelles sont les initiatives les plus pertinentes pour elle. Commencez par répondre avec le plus de rigueur possible aux questions suivantes:

- Quelle quantité de déchets votre entreprise produit-elle annuellement ?
- Avez-vous un programme de recyclage ou de compostage ?
- Vos installations sont-elles construites selon des normes environnementales élevées ?

- Connaissez-vous la quantité d'énergie utilisée par votre entreprise annuellement et la principale source de celle-ci ?
- Surveillez-vous votre consommation d'eau ?
- Connaissez-vous vos fournisseurs ?
- Avez-vous une politique en matière d'approvisionnement ?
- Favorisez-vous les fournisseurs locaux ?
- Avez-vous une politique visant à réduire les déplacements de vos employés ?

- Vos produits ou services ont-ils un impact sur l'environnement ? Sont-ils à usage unique, par exemple ?

Une fois le portrait établi, vous pourrez cerner quelles sont les pistes d'action possibles pour votre entreprise. Parce que tout ne peut être fait en même temps, il vous faudra prioriser. Fixez-vous un calendrier de mise en œuvre raisonnable et élaborer votre plan d'attaque. Il ne s'agit pas de viser la perfection, mais plutôt de faire un premier pas vers des pratiques plus vertes.

Comment faire ?

L'évaluation « B Impact » est un outil de planification stratégique qui peut vous aider à brosser un portrait de votre situation et à évaluer les impacts des mesures les plus pertinentes pour vous, en plus de vous fournir des exemples de mesures à mettre en place.

Comment bâtir une entreprise durable grâce à l'évaluation pour la certification B Corp

L'évaluation peut être utilisée comme un outil de planification stratégique

Il peut être difficile de savoir par où commencer pour améliorer la performance de votre entreprise en matière d'environnement.

L'évaluation pour la certification B Corp constitue un bon point de départ.

Les entreprises certifiées B Corp sont créées par des entrepreneurs qui pensent que l'objectif d'une entreprise va au-delà de la réalisation de profits et qu'elle doit créer un bénéfice social et environnemental.

L'évaluation pour la certification B Corp est un questionnaire en ligne gratuit et confidentiel qui vous permet de connaître la performance de votre

entreprise en fonction de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance ainsi que les effets de ses produits ou services. L'évaluation fait partie du processus de certification B Corp.

Vos réponses au questionnaire donnent lieu à un rapport dans lequel votre entreprise est notée sur différents aspects de la gouvernance, de la responsabilité sociale et de la durabilité environnementale.

« Lorsque vous faites l'évaluation, vous affinez votre réflexion sur les objectifs à poursuivre et sur la manière de les atteindre », explique Carla Heim, conseillère principale, Développement durable et ESG à BDC.

L'évaluation est rigoureuse. Elle examine en profondeur les politiques, les pratiques et les

activités de votre entreprise. Selon M^{me} Heim, c'est un défi de taille, mais qui en vaut la peine, même si vous n'avez pas l'intention d'obtenir la certification B Corp.

L'évaluation pour la certification B Corp peut être considérée comme une analyse des lacunes, c'est-à-dire un moyen de mieux comprendre les points forts de votre entreprise et ceux qu'elle pourrait améliorer, estime M^{me} Heim.

L'évaluation est également un précieux recueil de pratiques responsables que les entrepreneurs peuvent reproduire ou mettre à l'essai. Des pairs de plus de 70 pays ont fourni, dans leurs réponses mises à la disposition des autres entreprises, une description des pratiques innovantes et responsables qu'ils ont mises en place.

En plus d'utiliser l'évaluation pour déterminer où et comment commencer, vous pouvez suivre vos progrès en la réalisant de façon périodique. Il existe plus de 90 variantes de l'évaluation, chacune étant adaptée à la taille, au secteur et à l'emplacement de différentes entreprises.

« N'attendez pas que le changement arrive. Il est déjà en cours. Plus vous commencerez tôt ce voyage, plus votre entreprise sera résiliente. »

-Carla Heim, conseillère principale, Développement durable et ESG, BDC

Surveillez et réduisez votre consommation d'énergie et d'eau

Une multitude de mesures peuvent être prises pour atteindre cette cible.

- Envisager de mieux isoler vos murs et fenêtres afin de limiter les pertes de chaleur. Remplacer progressivement vos ampoules par des ampoules DEL est aussi une avenue à privilégier.
- Évaluer votre consommation d'énergie et d'eau en périodes de pointe et modifier vos activités pour la réduire.
- Limiter le nombre de déplacements de vos employés en favorisant le télétravail et en organisant des réunions par conférence téléphonique.

→ Évaluer les processus de production pour réduire votre consommation d'eau.

Comment faire?

Vos fournisseurs d'énergie ou votre municipalité peuvent vous donner de judicieux conseils sur les meilleures pratiques à adopter, et ce, gratuitement. N'hésitez pas à faire appel à eux!

Des experts en efficacité opérationnelle peuvent également vous aider à repérer les principales sources de gaspillage d'énergie ou d'eau ainsi qu'à optimiser vos processus de production.

Utilisez une source d'énergie renouvelable

Plusieurs innovations font des énergies renouvelables une option de plus en plus attrayante pour les entrepreneurs. Des méthodes de construction plus vertes (la certification LEED, par exemple) mettent notamment l'accent sur l'utilisation de l'énergie solaire passive – en orientant adéquatement les édifices et en installant des fenêtres aux endroits les plus judicieux – ou sur la géothermie, qui consiste à puiser dans les profondeurs du sol les sources de chaleur ou de climatisation.

Comment faire?

Le gouvernement du Canada offre une panoplie de ressources pour ceux qui désirent commencer à utiliser l'énergie solaire ou éolienne ou en accroître l'utilisation.

De plus, le site du Conseil du bâtiment durable du Canada regorge d'information sur les normes LEED.



Vous êtes en transition

Faites de l'écoconception

L'écoconception consiste à faire une analyse du cycle de vie des produits ou services que vous offrez afin d'en réduire l'impact environnemental. Elle sous-tend un modèle d'affaires circulaire qui vise l'élimination du gaspillage et l'utilisation continue des ressources.

Cela suppose notamment de prendre en compte :

→ **la nature des matières premières utilisées** - matériaux recyclés, fournisseurs locaux, fournisseurs ayant de fortes préoccupations environnementales;

→ **le mode de fabrication** - type d'énergie utilisée, consommation d'eau;

→

→ **le transport et la distribution** - mode de transport, emballage;

→ **l'utilisation faite par les consommateurs** - usage unique ou réutilisable;

→ **la fin de vie du produit** - jetable, recyclable, etc.

Comment faire ?

La littérature sur l'écoconception et les initiatives de ce genre abondent et sont faciles à trouver sur le Web. [The Centre for Sustainable Design](#) (en anglais seulement) est l'une des ressources les plus souvent citées dans ce domaine.

Certains organismes gouvernementaux, dont [l'Institut de l'environnement, du développement durable et de l'économie circulaire](#) offrent également beaucoup d'information et accompagnent les PME.

Mettez en place un système de gestion de l'environnement

Un système intégré de gestion de l'environnement permet de baliser votre engagement environnemental. Il comporte généralement cinq éléments :

1. Un document qui décrit la politique de l'entreprise concernant son engagement en faveur de l'environnement ;
2. Une évaluation de l'impact environnemental des activités commerciales de l'entreprise ;
3. Des objectifs et des cibles environnementaux liés aux activités de l'entreprise ;
4. Une description des ressources allouées pour atteindre ces objectifs ;

5. Une vérification périodique de la progression dans l'atteinte des objectifs.

Comment faire ?

Vous pouvez vous inspirer des politiques de gestion de l'environnement qui existent au sein d'autres entreprises. Certains organismes offrent aussi de l'information sur les meilleures pratiques et des services d'accompagnement.

Pour de l'information :
[GreenBiz Group](#)

Pour de l'accompagnement :
[Centre québécois de développement durable](#)

Mesurez et réduisez votre empreinte carbone

Les émissions de gaz à effet de serre sont réparties en trois catégories par le Protocole sur les gaz à effet de serre. Lorsque vous connaissez votre empreinte écologique, vous pouvez faire des gestes pour la contrebalancer. Les activités de votre entreprise, comme votre niveau de consommation en énergie selon la source utilisée, peuvent être converties en tonnes équivalentes d'émissions de gaz à effet de serre. Il suffit de répertorier certains renseignements clés et d'y investir un peu de temps.

Comment faire ?

Il existe des ressources en ligne qui peuvent mesurer l'empreinte carbone de vos activités.

→ [Greenhouse Gas Equivalencies Calculator*](#)

Vous pouvez aussi avoir recours à des organismes spécialisés dans le domaine. Le coût de leurs services peut généralement être compensé par les économies d'énergie et de ressources générées par les mesures que vous mettrez en place.

Si vous désirez tendre vers un bilan carbone proche de zéro, l'achat de crédits carbone est une pratique de plus en plus répandue. L'organisme [Verra](#) — (Verified Carbon Standard*) peut vous accompagner dans ce processus.

* En anglais seulement



Vous êtes leader

Amorcez un processus de certification environnementale

Comme dans plusieurs autres domaines, il est possible d'obtenir une certification internationale confirmant votre position de leader en environnement. Outre le petit « plus » qu'elle offre sur le plan de l'image, la certification ajoutera de la rigueur à vos processus, notamment en vous aidant à établir des objectifs clairs et à mettre en place une démarche d'amélioration continue.

Comment faire ?

La certification ISO 14001 est l'une des plus connues en matière environnementale. Consultez la page pertinente sur bdc.ca pour en savoir plus.

Instaurez une veille environnementale

Restez à l'affût des meilleures pratiques, des innovations et des changements apportés aux lois environnementales au pays. Recensez les informations les

plus pertinentes en lien avec votre domaine d'activité et garantissez-vous une longueur d'avance... pour longtemps.

Partagez votre expertise

Dans l'esprit de plusieurs entrepreneurs, adopter des pratiques vertes tout en maintenant sa rentabilité relève de l'impossible. Votre expérience témoigne du

contraire. Faites connaître votre histoire et inspirez d'autres entrepreneurs, dont vos partenaires d'affaires, à devenir leaders à leur tour!

Comment financer mes projets ou investissements verts?

Le financement d'initiatives vertes constitue un défi. Pour Isabelle Landry, conseillère principale, Produits de financement à BDC, il est possible de tirer son épingle du jeu, à condition toutefois de bien faire ses devoirs.

① Cibler un projet précis

Lorsqu'une entreprise amorce un virage vert, plusieurs transformations sont souvent requises. M^{me} Landry suggère de morceler son projet, plutôt que de se mettre en quête de financement pour le projet dans son ensemble.

«Il existe sur le marché plusieurs produits de financement pour le remplacement d'équipement de production. C'est la même chose si l'on souhaite apporter des changements à des bâtiments existants. Pris individuellement, ces produits peuvent très bien soutenir la volonté d'une entreprise de réduire sa production de déchets au moyen de nouveaux équipements ou encore d'avoir recours à la géothermie pour améliorer son bilan énergétique», explique-t-elle.

② Démontrer les gains autrement

Les gains découlant des investissements verts peuvent sembler moins concrets dans un premier temps. Par conséquent, «il est important d'en démontrer clairement la portée», indique M^{me} Landry. Revoir l'organisation de sa chaîne de production pour assurer un meilleur contrôle des rejets, par exemple, peut accroître votre rentabilité en permettant une diminution du budget consacré à la gestion des matières résiduelles. Il faut savoir l'expliquer, chiffres à l'appui.

③ Privilégier les prêteurs patients

Le marché bancaire fonctionne selon sa propre logique – une logique où un rendement rapide du capital investi est privilégié. Heureusement, il existe des institutions bancaires qui acceptent de considérer les choses sous un autre angle.

« Nous sommes là pour accompagner les entrepreneurs et cela change notre façon d'aborder les dossiers de financement, affirme M^{me} Landry. Pour nous, même si le rendement du capital est faible ou qu'il risque de prendre plus de temps à se matérialiser, ce n'est pas suffisant pour refuser de financer un projet. Nous allons nous pencher sur la capacité de payer de l'entreprise et la vision qui motive le projet. »

Données et méthodologie

Cette étude s'appuie en premier lieu sur une enquête réalisée en octobre 2020 auprès de 1 515 propriétaires ou décideurs d'entreprises canadiennes comptant de 1 à 499 employés. Les résultats statistiques ont été pondérés par région et par nombre d'employés afin d'être représentatifs de la population des PME canadiennes. La marge d'erreur maximale estimée pour un échantillon probabiliste de 1 515 répondants est de $\pm 2,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20. Comme cette enquête est basée sur un échantillon non probabiliste, ces chiffres doivent être interprétés avec prudence.

Afin de déterminer le profil vert des PME canadiennes, un score

environnemental a été établi pour chaque entreprise selon la méthodologie suivante:

1. Nous avons octroyé le poids suivant pour chaque pratique environnementale:

0 = Non mise en place

5 = Plus simple à mettre en place et ayant été adoptée par la moitié ou plus des répondants (par ex., réduction des déchets)

10 = Plus complexe à mettre en place et ayant été adoptée par moins de la moitié des répondants (par ex., mesurer l'impact environnemental)

2. Nous avons ensuite calculé un score environnemental, allant de 0 (minimum) à 115 (maximum), pour chaque répondant selon le nombre de mesures mises en place et le poids de chacune d'elles, tel que déterminé précédemment.

3. Nous avons finalement regroupé les entreprises selon leur écart par rapport à la médiane afin de créer trois profils verts de la façon suivante:

Débutants - Score de 0 à 15 [1^{er} quartile]

En transition - Score de 20 à 55 [2^e et 3^e quartile, médiane = 35]

Leaders - Score de 60 à 115 [4^e quartile]

La deuxième enquête citée dans cette étude portait sur les habitudes d'achat des Canadiens et a été réalisée auprès de 1 014 personnes au pays en octobre 2020. Les résultats ont été pondérés par région, sexe et âge pour être représentatifs de la population active canadienne. La marge d'erreur maximale pour un échantillon probabiliste de 1 014 répondants est de $\pm 3,1$ points de pourcentage, 19 fois sur 20. Comme cette enquête est basée sur un échantillon non probabiliste, ces chiffres doivent être interprétés avec prudence.



Afin d'en apprendre davantage sur les façons d'améliorer le bilan environnemental de votre entreprise, nous vous invitons à faire l'évaluation « B Impact » sur le site de BDC.

bdc 
**financement.
conseil.
savoir-faire.**

Pour plus d'information, communiquez avec nous.

1-888-INFO-BDC (1-888-463-6232)
info@bdc.ca
bdc.ca

This document is also available in English.

ISBN: 978-1-989306-73-4
ST-ENVIROCHALLENGE-F2021