

C'est aujourd'hui le Jour de la Terre, 24 heures pendant lesquelles les écolos les plus aguerris tenteront de stimuler et de valoriser le «geste vert» chez les consommateurs. Si vous êtes sensible à la cause, vous opterez peut-être pour un «panier vert» à l'épicerie. Pourquoi pas... Mais gare aux produits imposteurs.

C'est l'avertissement que lance Jean-François Bernier, le président et chef de la direction de Bio Spectra, une PME montréalaise qui fabrique les produits de la marque Attitude, des nettoyants ménagers écolos pour la lessive ou la vaisselle: «Il y a beaucoup de joueurs intéressés dans cette industrie en pleine expansion, explique M. Bernier. C'est très difficile pour un consommateur de s'y retrouver.»



Jean-François Bernier, président de Bio Spectra.

On ne compte plus, en effet, le nombre d'articles portant la mention «Vert», «Bio» ou «Écolo»... Pourtant, toutes ces mentions ne sont pas forcément attribuées par une tierce partie indépendante, explique M. Bernier: «C'est souvent le fabricant lui-même qui va s'attribuer une mention écologique sur son produit.»

De leur côté, les consommateurs ne font pas encore beaucoup d'effort pour s'informer: «Il ne faut pas se le cacher, les fabricants jouent sur la paresse des consommateurs», dit M. Bernier. Le consommateur ne prend pas vraiment le temps de comparer les produits. Il regarde le prix puis par la suite, éventuellement, il se penche sur celui qui «paraît» le plus vert en se fiant par exemple à l'emballage ou à quelques mentions.

ÉcoLogo

Conscient de ce désordre, Bio Spectra a décidé en 2007 de se tourner vers ÉcoLogo, une certification environnementale émise par Environnement Canada. Créé en 1988, ÉcoLogo atteste de l'excellence des produits en matière de respect de l'environnement.

Écrit par Géraldine Martin

Mercredi, 22 avril 2009 08:00 - Mis à jour Mercredi, 22 avril 2009 17:10

«Nous sommes la seule entreprise à fabriquer et à distribuer une gamme complète de produits ménagers ÉcoLogo», affirme M. Bernier. Actuellement, Bio Spectra commercialise 17 produits qui se retrouvent sur les tablettes de diverses chaînes de supermarchés et de pharmacies au Canada comme Pharmaprix, Brunet, Canadian Tire, Rona ou encore Metro.

Malgré toute la recherche nécessaire pour mettre au monde des produits écologiques, les produits Bio Spectra sont offerts à un prix compétitif, affirme M. Bernier: «On veut vraiment offrir une solution de rechange aux consommateurs, donc pour nous le prix est très important. On essaie de s'aligner sur le prix de la marque nationale.»

Jusqu'à présent, M. Bernier est satisfait de sa stratégie. Il ne veut pas dévoiler le niveau des revenus et des profits de Bio Spectra pour se protéger de ses concurrents, mais il affirme que l'entreprise a triplé ses ventes au cours de chacune des années 2007 et 2008. L'an dernier, Bio Spectra, qui emploie 15 personnes, a vendu cinq millions d'articles.

Dans ce contexte, la crise économique n'effraie pas M. Bernier. Au contraire, il pense que les consommateurs en ressortiront plus intelligents. Pour lui, l'heure de la consommation tous azimuts n'est plus. La crise va faire prendre conscience aux gens de ce qu'ils achètent et les consommateurs vont naturellement se tourner vers des produits écologiques: «La prochaine génération sera celle du consommateur intelligent. Il aura le pouvoir de changer les choses au sein des entreprises et il exercera son pouvoir», prédit-il.



Bio Spectra produit et distribue toute la gamme de produits écologiques Attitude.

«Le court terme est responsable de la crise»

Basée à Montréal, Bio Spectra est née en 1997. Mais c'est seulement en 2006 que M. Bernier et son associé Benoît Lord ont acheté la PME. À première vue, le dirigeant ne semblait pas destiné à faire carrière dans l'industrie des détergents écologiques. L'ancien étudiant en finances à HEC Montréal travaillait chez Bombardier en Allemagne avant d'arriver chez Bio Spectra. «Je cherchais à me lancer en affaires de façon responsable», explique-t-il. Son chemin a alors croisé celui de Bio Spectra, une entreprise confrontée à un problème de relève.

Si la croissance est aujourd'hui au rendez-vous, M. Bernier se s'emballe pas. Pas question d'entrer en Bourse, dit-il par exemple. «Il faudrait vraiment que je sois mal pris pour envisager cette option», lance-t-il d'emblée.

L'homme de 32 ans explique que le système actuel le rebute. «On ne peut pas gérer une

Écrit par Géraldine Martin

Mercredi, 22 avril 2009 08:00 - Mis à jour Mercredi, 22 avril 2009 17:10

entreprise à court terme en fonction de résultats trimestriels, explique-t-il. Moi, mon horizon est sur 20, 30, 40 ans...»

D'ailleurs, si le système financier est à terre aujourd'hui, il ne doit s'en prendre qu'à lui-même, selon M. Bernier. «Le court terme est responsable de la crise», affirme-t-il en faisant référence à ces dirigeants obnubilés par la croissance des profits tous les trois mois.

Bio Spectra est régulièrement pressentie par des investisseurs privés, selon son dirigeant. Mais pour l'instant l'entreprise est en mesure de financer ses activités grâce à ses fonds autogénérés. La PME est actuellement en pleine expansion internationale. Elle a commencé l'an dernier à vendre ses produits aux États-Unis et au Japon et s'apprête à lancer une offensive en Europe.