

Bombardier et la responsabilité sociale du Ski-Doo

By/Par CHARLES BILODEAU, MARIE-CLAUDE COUTURIER, ALEXIS LAPOINTE
ET WAYNE NORMAN

Centre de Recherche en Éthique de l'Université de Montréal (CRÉUM)
w.norman@umontreal.ca

Jacques Ruelland en a eu assez du continuel geignement lointain des motoneiges traversant l'air mordant hivernal dans cette région jadis idyllique de campagnes et de forêts qu'on appelle les Laurentides, au nord de Montréal. Selon Ruelland, qui a déjà été président du Conseil régional de l'environnement des Laurentides (CRELA) : « la prolifération des véhicules récréatifs motorisés dans les Laurentides et leur utilisation souvent débridée fournissent un bon exemple de l'incapacité du milieu à miser sur ses véritables avantages pour accroître la qualité de vie, créer des débouchés pour ses jeunes et assurer sa prospérité »¹.

La querelle entre ceux qui se grisent au volant de leur motoneige et ceux qu'ils irritent au plus haut point est maintenant chose courante dans les régions rurales du Canada et du nord des États-Unis. Mais au Québec, la situation est plus complexe du fait que c'est une entreprise québécoise, Bombardier, qui a inventé la motoneige actuelle et qui domine toujours le marché; une entreprise qui constitue, d'une certaine façon, un « symbole national » dans la province. Fondée par le Canadien-Français Joseph Armand Bombardier dans les années 30, Bombardier est devenue un géant de l'industrie, comptant 80 000 employés dans 24 pays (dont 20 000 au Québec seulement). L'entreprise s'est illustrée dans le monde entier en mettant en marché les toutes premières motoneiges, dans les années 60, de sa marque Ski-Doo. En 1972, juste avant la crise du pétrole qui allait faire baisser grandement les ventes, 200 000 motoneiges sortaient des usines de Bombardier. À partir de 1974, l'entreprise a diversifié sa production. Aujourd'hui, au début du 21^e siècle, elle est devenue le plus grand fabricant de jets dédiés aux vols intérieurs et le deuxième fabricant de trains au monde, tout en détenant toujours 27 % des parts du marché nord-américain de la motoneige. Pour beaucoup de gens au Québec, Bombardier est le symbole de la possibilité pour les Québécois de réussir sur la scène mondiale. Critiquer le Ski-Doo pourrait donc paraître antipatriotique.

¹ FRANCOEUR, Louis-Gilles, « Les pétaradeurs de toutes sortes soulèvent du mécontentement dans les Laurentides », *Le Devoir*, mardi 6 janvier 1998, p. A4.

En 2001, près de 150 000 motoneiges sillonnaient les sentiers du Québec. La production, les ventes et l'entretien de ces véhicules constituent une industrie d'un milliard de dollars dans la province. En général, la motoneige sert seulement pour les loisirs, même si le territoire se recouvre de neige et de glace durant une bonne partie de l'année. Mais il faut tout de même considérer un certain nombre de motoneiges utilisées par les industries (notamment les industries minières et forestières), par les membres de communautés isolées qui s'en servent comme moyen principal de transport, par les services gouvernementaux, les policiers, les gardes forestiers, etc. Le Ski-Doo de Bombardier demeure la marque la plus populaire de ce marché local, même si les concurrents américains comme Arctic Cat et Polaris commencent à le suivre.

Mais encore une fois, la popularité des motoneiges récréatives ne fait pas l'unanimité. Une motoneige dépense autant de carburant et génère autant de gaz à effet de serre en trois mois qu'une voiture en un an, avec une consommation de plus de vingt litres par cent kilomètres. Et il n'est pas rare que les randonneurs parcourent plusieurs centaines de kilomètres par fin de semaine pendant l'hiver. De plus, la plupart des motoneiges ne possèdent pas de convertisseurs catalytiques, dont la fonction est de réduire les émissions de gaz toxiques.

Et il y a aussi les accidents. En 2001, selon les chiffres publiés par la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ), dix motoneigistes ont perdu la vie en pratiquant leur activité et vingt-huit ont été victimes d'accidents graves. Bien que le taux d'accidents semble moins élevé que dans le cas des automobiles (363 accidents mortels et 3085 accidents graves sur un parc automobile de 2 633 312) et des motocyclettes (34 accidents mortels et 334 accidents graves sur un parc motocycliste de 92 892), il importe de tenir compte du fait que la saison de motoneige est relativement courte, occupant au plus trois mois de l'année. Le taux d'accidents par heure d'utilisation est probablement plus élevé que celui des automobiles ou des motocyclettes.

Au Québec (comme ailleurs), il y a peu de réglementations régissant les activités des motoneigistes, particulièrement lorsqu'ils sont hors sentier. La vitesse maximale de circulation est fixée à 70 km/h lors de déplacements hors sentier et à 90 km/h lors de déplacements sur des sentiers balisés selon les normes. Il ne semble y avoir aucune disposition dans les lois actuelles concernant les émissions de gaz toxiques. En fait, le Règlement sur la motoneige ne contient qu'un seul article à caractère proprement environnemental : il s'agit de l'article 27 qui limite à 82 décibels la puissance sonore des motoneiges. On estime généralement que ce niveau sonore correspond à celui du moteur d'un gros camion de construction. Selon le regroupement de santé publique basé en Oregon *Dangerous Decibels*, une exposition continue de huit heures peut entraîner des dommages auditifs permanents.

Qui doit être tenu responsable pour les problèmes générés par la motoneige? On peut facilement imaginer les porte-paroles des fabricants se défendre en affirmant : « les motoneiges ne causent pas de problèmes, ce sont les gens qui causent des problèmes ». En d'autres mots, ils peuvent argumenter sur le fait qu'il n'y a aucune façon de contrôler l'utilisation qu'on fait des motoneiges : pourvu que la conduite soit sécuritaire, à une vitesse

raisonnable, à des endroits où elle ne dérangera personne, la motoneige ne pose pas vraiment problème.

Ce n'est cependant pas la position qu'a prise Bombardier. Vers le milieu des années 60, bien avant la controverse sur la pratique de la motoneige, Bombardier a entamé des démarches afin de réduire les dangers possibles de cette pratique. D'abord, une première campagne de sensibilisation est lancée dès 1968. Sur le thème « Soyez prudents, profitez davantage des plaisirs de l'hiver », l'entreprise a participé, avec le Conseil canadien de la sécurité routière, à l'élaboration d'un dépliant sur la sécurité en motoneige. D'autres campagnes de sensibilisation ont vu le jour depuis, et aujourd'hui, il suffit de consulter le site Internet de Bombardier pour constater que l'entreprise met davantage l'accent sur la sécurité et l'environnement que ses principaux concurrents.

Ensuite, en 1965, Bombardier a créé l'*International Snowmobiles Industry Association* (ISIA), qui deviendra en 1995 l'*International Snowmobiles Manufacturers Association* (ISMA), dont la fonction principale est de voir à la définition de normes de sécurité relatives à la fabrication comme à la pratique de la motoneige. Cet organisme permettra la création d'un nouveau regroupement, le *Snowmobile Safety Council Committee* (SSCC), qui établira des normes régissant la fabrication des produits. Bien que les fabricants affirment « qu'une attention particulière est portée aux émissions sonores et de gaz polluants », le regroupement n'établit pas de normes strictes relativement à ces questions. De nombreuses critiques accusent pareils organismes d'exister non pas pour promouvoir la responsabilité sociale des fabricants, mais plutôt pour affaiblir les réglementations gouvernementales, en constituant des groupes de pression.

Finalement, en plus de ses activités au sein de l'ISMA, Bombardier s'est voulu un chef de file de l'industrie sur les questions de sécurité, de bruit et d'émissions toxiques. L'entreprise a récemment mis sur le marché un nouveau moteur à quatre temps, le *Rotax V-1000 4-TEC*, censé réduire les rejets d'hydrocarbure de 80 % et la consommation de carburant de 30 %, par rapport aux moteurs à deux temps conventionnels. Jusqu'à maintenant, Bombardier est également le seul fabricant à offrir des moteurs à deux temps à injection semi-directe, qui sont moins polluants que les moteurs conventionnels. De plus, l'entreprise travaille depuis des années à la conception de la motoneige électrique, qui n'a pas encore vu le jour.

Au début du 21^e siècle, le marché de la motoneige en Amérique du Nord est arrivé à « maturité », ce qui signifie la fin de la croissance, la concurrence serrée et les marges de profit plus restreintes que dans les décennies précédentes. En avril 2003, le nouveau chef de la direction, Paul Tellier, a décidé de mettre en vente la division « Produits Récréatifs », qui fabriquait le Ski-Doo, et c'est un consortium comprenant des membres de la famille Bombardier qui l'a achetée, en août 2003. La nouvelle entreprise continue ses activités sous le nom « Bombardier Produits Récréatifs », et le poste de président du conseil d'administration est occupé par Laurent Beaudoin, gendre d'Armand Bombardier et ancien chef de la direction

Depuis longtemps, Bombardier et la famille Bombardier sont fiers de leur engagement social. Bien avant que la « responsabilité sociale des entreprises » devienne un mot à la mode

et un mouvement populaire, Bombardier a pris au sérieux son engagement auprès de ses employés et de la communauté (3 % des bénéfices sont donnés à la Fondation J. Armand Bombardier, qui distribue cette partie des revenus à des œuvres de charité). Mais la question reste, à savoir si l'entreprise ne devrait pas chercher à réduire davantage la pollution et les accidents de son produit vedette, le Ski-Doo. D'aucuns rétorqueront qu'il est fondamentalement impossible de concilier la fabrication d'un produit et la responsabilité sociale. La « cigarette douce » et la « responsabilité sociale de la motoneige » seraient-ils alors de simples oxymores?

Questions pour la discussion

1. Qui doit être considéré comme *responsable* des dangers et dommages causés par la pratique de la motoneige à des fins récréatives : les gouvernements (local, provincial, fédéral), les producteurs ou les propriétaires? Ou pour le dire autrement, quelles responsabilités doivent assumer chacun des ces groupes afin de réduire les risques liés à cette activité récréative? Que *pourraient* faire ces groupes pour réduire les risques et que *devraient-ils* faire?
2. Certains pourraient soutenir que la pratique de la motoneige cause bien plus de dommages que de bienfaits. De quelles informations devrions-nous disposer afin d'évaluer cette affirmation? Est-ce une position qui semble plausible?
3. Est-il possible d'être un producteur de motoneiges socialement responsable? Bombardier est-elle une entreprise socialement responsable?