

## **Implication citoyenne Inc.**

Émilie Joyal

**« Faire une différence », « amener une conscientisation », de plus en plus de jeunes entrepreneurs montréalais choisissent de s'impliquer localement histoire de faire avancer une cause qui leur tient à cœur et de se bâtir du même coup une carrière à leur image.**

Hughes Chandonnet, issu du domaine publicitaire, approche de son deuxième anniversaire dans le monde du développement durable, le « DD », comme il l'appelle. Si le concepteur se décrit toujours comme un « imposteur » dans ce domaine, il poursuit néanmoins sur sa lancée avec son projet [engagés.ca](http://engagés.ca), le premier site d'emplois spécialisés dans les secteurs du développement durable et de l'économie sociale. Ses débuts dans l'écoresponsabilité se sont faits un peu par hasard au détour d'une interrogation professionnelle, mais il y nage maintenant quotidiennement.

Dans des circonstances un peu moins douillettes, Catherine Blanchette-Dallaire a elle aussi transformé un hasard en idée d'entreprise. La conceptrice web a lancé en juillet dernier le site [OnRouleMontréal.ca](http://OnRouleMontréal.ca) (ORM), un répertoire participatif pour faciliter la vie des personnes à mobilité réduite. Suite à un passage obligé de quatre mois en fauteuil roulant, elle a constaté l'absence flagrante d'une ressource pour repérer les mille et un commerces adaptés qui sont nécessaires au jour le jour.

### **Réaction en chaîne**

Neuf mois après l'inauguration du site d'*Engagés*, la communauté virtuelle atteint les quelque 8700 fans Facebook et 1800 abonnés Twitter. Des chiffres encourageants qui « reconnaissent que notre discours, nos positions sont rassembleuses et ont un impact social », commente le concepteur.

Au-delà de fournir des connexions profitables aux chercheurs d'emplois et employeurs, le nouveau projet de M. Chandonnet vise à permettre d'élargir la définition du développement durable. « Le DD, explique-t-il, c'est beaucoup plus que des techniciens en traitement des eaux! » C'est aussi une question de valeurs, d'engagement personnel envers les objectifs de l'entreprise, de soutenir une vision à long terme, des caractéristiques qui peuvent faire la différence dans le rendement d'une PME.

Sans intermédiaire, le site permet la publication instantanée des offres à faible coût, la redistribution simultanée sur une douzaine de sites influents du milieu et l'affichage d'un onglet de déplacement en transport en commun et en vélo. Des caractéristiques adaptées à la clientèle du domaine.

Le créateur d'*Engagés* a l'ambition de « provoquer une réaction en chaîne » auprès de la population et des entreprises pour qu'elles changent leurs habitudes. Une réalité pas si utopique que ça si l'on considère l'impact des [#mardiDD](#), la conversation virtuelle hebdomadaire réunissant des entreprises écoresponsables qu'il a amorcée en juin 2011. Le phénomène *twittérien* compte aujourd'hui plus de 500 compagnies québécoises et a permis de « faire en sorte que les entreprises aillent plus loin que leurs ressources ne leur permettaient d'aller », témoigne M. Chandonnet.

S'il arrive à dépasser la phase critique de la première année et à tirer un revenu des services offerts, M. Chandonnet promet de s'activer pour faire de son nouveau bébé la référence en emplois au Québec.

### **Changement de mentalités**

Si le site d'ORM en est encore à ses débuts, la détermination de sa conceptrice porte à croire qu'il fera aussi sa place auprès de la population. Il met d'ailleurs à profit les principaux intéressés. Chaque utilisateur peut évaluer un lieu précis tout en mentionnant sa condition physique (fauteuil roulant, quadriporteur, etc.), des données précieuses qui permettent de jauger de l'accessibilité d'un endroit avec plus d'efficacité.

Par contre, « faire comprendre aux gens qu'il faut qu'ils s'impliquent pour leur propre bien » et les amener à réaliser qu'ils peuvent changer les choses est un défi, confie la conceptrice. Tout comme M. Chandonnet, grâce à sa présence sur les médias sociaux, Mme Blanchette-Dallaire croit pouvoir transformer graduellement les mentalités.

La conceptrice autodidacte a démarré un dialogue avec les entreprises pour les conscientiser à la réalité des personnes à mobilité réduite. Les réactions sont variables, certains se montrent très ouverts et comprennent les avantages de s'adapter à cette population, d'autres sont moins réceptifs. « Les handicapés, c'est compliqué! », un commentaire qu'elle a entendu souvent.

Pourtant, « tout le monde est gagnant », les entreprises comme les clients. « Ces gens-là vont avoir envie de revenir au commerce [s'il est adapté] et ils ont tout un réseau qui gravite autour d'eux qui en entendra parler », explique-t-elle. Elle choisit d'ailleurs maintenant ses lieux de rendez-vous d'affaires en fonction de ce nouveau critère, non

Publié en mars 2013

seulement pour encourager les commerces qui s'y plient, mais pour sensibiliser son interlocuteur.

La conceptrice d'ORM travaille seule à son projet. Elle espère remporter un des concours auxquels elle a participé pour pouvoir engager quelqu'un qui l'aidera, afin de permettre au projet de continuer à prendre de l'ampleur.

Hughes Chandonnet et Catherine Blanchette-Dallaire sont parmi les nouveaux entrepreneurs montréalais qui souhaitent transformer en changements concrets leur conscientisation. Puisque leurs initiatives trouvent preneurs auprès de la population, elles témoignent de la volonté collective de faire avancer les choses.

-30-