

PORTRAIT GLOBAL DE L'ENTREPRENEURIAT

dans la région de la

Montérégie

RAPPORT FINAL

Par
NATHALY RIVERIN
Vice-présidente de la Fondation de l'entrepreneurship et
Directrice du Centre de vigie et de recherche sur la culture entrepreneuriale
Fondation de l'entrepreneurship

MARIE-EVE PROULX
Analyste et chargée de projets en entrepreneuriat
Centre de vigie et de recherche sur la culture entrepreneuriale
Fondation de l'entrepreneurship

MARIE-CHRISTINE POTA
Agente de veille et de liaison jeunesse
Centre de vigie et de recherche sur la culture entrepreneuriale
Fondation de l'entrepreneurship

Mars 2010

REMERCIEMENTS

Plusieurs personnes ont apporté une contribution importante à la préparation du présent rapport. Tout d'abord, nous tenons à remercier le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE) qui a joué un rôle de premier pour la réalisation de ce portrait de l'entrepreneuriat dans la région de la Montérégie.

Nous tenons à remercier sincèrement le personnel de la Fondation de l'entrepreneurship qui a apporté une aide exceptionnelle à différentes étapes de la rédaction de ce portrait, entre autres par ordre alphabétique :

Manon Bélanger
Directrice générale adjointe

Laura Bogza
Graphiste

Lise Côté
Adjointe au mentorat d'affaires

Mario Girard
Président-directeur général

Nathaly Riverin, vice-présidente, Recherche, vigie et développement
Fondation de l'Entrepreneurship

Marie-Eve-Proulx, analyste et chargée de projets en entrepreneuriat
Fondation de l'entrepreneurship

Marie-Christine Pota, agente de veille et de liaison jeunesse
Fondation de l'entrepreneurship

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	2
SYNTHÈSE	6
INTRODUCTION	8
MÉTHODOLOGIE ET DÉFINITION DES PRINCIPAUX INDICATEURS	9
L'INDIVIDU ET SES ACTIVITÉS ENTREPRENEURIALES	9
LES DONNÉES DU SONDAGE GEM	10
PARTIE 1 : PORTRAIT DE LA SITUATION DE L'ENTREPRENEURIAT DANS LA RÉGION DE LA MONTÉRÉGIE	12
1.1. L'HISTORIQUE DE L'ENTREPRENEURIAT DANS LES MRC DE LA MONTÉRÉGIE (1992-2000)	12
1.2. LE PORTRAIT GLOBAL DE L'ENTREPRENEURIAT DE 2004 À 2007	14
1.3. COMPARAISONS INTERRÉGIONALES	18
1.4. L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ ET MASCULIN.....	19
1.5. L'ENTREPRENEURIAT JEUNESSE.....	22
1.6. ENTREPRENEURIAT : CARRIÈRE PRINCIPALE OU SECONDE CARRIÈRE	28
1.7. L'ENTREPRENEURIAT IMMIGRANT ET ENDOGÈNE	29
1.8. L'ENTREPRENEURIAT À HAUT POTENTIEL	32
1.9. L'ENTREPRENEUR SOCIAL.....	34
1.10. L'ÉQUIPRENEURIAT	35
1.11. LE « SERIAL ENTREPRENEUR ».....	37
PARTIE 2 : PORTRAIT DE L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT	42
2.2. LA PRÉSENCE DE PETITES ENTREPRISES : VIVIER D'ENTREPRENEURIAT.....	43
2.3. LES VALEURS, CARACTÉRISTIQUES ET CAPACITÉS ENTREPRENEURIALES.....	44
2.4. LE RÔLE DE L'ÉCOLE.....	48
2.5. LE RÔLE DE LA COMMUNAUTÉ ET DE LA FAMILLE.....	50
2.6. LE RÔLE DES PARENTS	52
2.7. LE CARACTÈRE DISTINCTIF DE LA RÉGION	53
2.7.1. <i>Les soldes migratoires</i>	54
2.7.2. <i>Les déplacements relatifs à l'emploi</i>	55
2.8. L'AUTONOMIE DES POPULATIONS	57
2.8.1. <i>La répartition de la richesse</i>	57
2.8.2. <i>Le rapport de dépendance économique</i>	58
2.9. L'OUVERTURE DES POPULATIONS ET DES ENTREPRISES	59
2.9.1. <i>La langue</i>	60
2.9.2. <i>L'internationalisation des entreprises</i>	61
CONCLUSION	65

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU SYNTHÈSE: ANALYSE FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS, MENACES RELATIVE A LA SITUATION DE L'ENTREPRENEURIAT EN MONTERÉGIE.....	6
TABLEAU 1 : LA DÉFINITION DES MESURES DE L'ENTREPRENEURIAT RETENUES ET TESTÉES.....	12
TABLEAU 2 : L'ENTREPRENEURIAT EN MONTERÉGIE, PAR TERRITOIRES MRC, ET POUR L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 1992-2000)	13
TABLEAU 3 : LE PORTRAIT GLOBAL DE L'ENTREPRENEURIAT EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)	16
TABLEAU 4 : LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL DANS LES DIVERSES RÉGIONS ADMINISTRATIVES DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007).....	18
TABLEAU 5 : LES AFFAIRES SELON LE GENRE EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)	19
TABLEAU 6 : L'ENTREPRENEURIAT SELON L'ÂGE EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)	23
TABLEAU 7 : LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL SELON L'ÂGE DANS LES DIFFÉRENTES RÉGIONS ADMINISTRATIVES DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)	27
TABLEAU 8 : L'ENTREPRENEURIAT DE FIN DE CARRIÈRE EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)	28
TABLEAU 9 : L'IMMIGRATION ET LE MONDE DES AFFAIRES EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)	30
TABLEAU 10 : L'ENTREPRENEURIAT ENDOGÈNE EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2006-2007)	31
TABLEAU 11 : L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL DANS LES RÉGIONS ADMINISTRATIVES DU QUÉBEC (2005-2006)	34
TABLEAU 12 : LES ÉTABLISSEMENTS PAR TAILLE (NOMBRE D'EMPLOYÉS), EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2007).....	43
TABLEAU 13 : L'ESPRIT D'ENTREPRISE EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)	44
TABLEAU 14 : LES LIEUX OU LES ENTREPRENEURS DE LA MONTERÉGIE ÂGÉS DE 18-34 ANS ET DE 35-64 ANS ONT DÉVELOPPÉ LEURS CAPACITÉS ET LEURS COMPÉTENCES (2006-2007)	47
TABLEAU 15 : LA PRÉVALENCE D'UN DISCOURS PRO-ENTREPRENEURIAL CHEZ LES PROFESSEURS DE LA MONTERÉGIE AUX ÉLÈVES ÂGÉS DE 18-34 ANS ET DE 35-64 ANS (2004-2005 ET 2006-2007).....	48
TABLEAU 16 : LE CARACTÈRE FAVORABLE DE L'ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007).....	50
TABLEAU 17 : LES SOLDES MIGRATOIRES EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (1996-1997, 2006-2007)	54
TABLEAU 18 : LE RAPPORT DE DÉPENDANCE ÉCONOMIQUE EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (1995, 2005)	59
TABLEAU 19 : L'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES EN MONTERÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2001-2005)	61

LISTE DES GRAPHIQUES

GRAPHIQUE 1 : LE PORTRAIT GLOBAL DE L'ENTREPRENEURIAT EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (MOYENNE 2004-2007).....	15
GRAPHIQUE 2 : LES AFFAIRES SELON LE GENRE EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (MOYENNE 2004-2007).....	20
GRAPHIQUE 3 : L'ENTREPRENEURIAT SELON L'AGE EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (MOYENNE 2004-2007).....	24
GRAPHIQUE 4 : L'ENTREPRENEURIAT A HAUT POTENTIEL EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (MOYENNE 2004-2006).....	33
GRAPHIQUE 5 : L'EQUIPRENEURIAT EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC POUR LES ENTREPRISES EN PREDEMARRAGE ET CELLES DEJA DEMARREES ET ETABLIES (MOYENNE 2004-2007).....	36
GRAPHIQUE 6 : L'ENTREPRENEURIAT EN SERIE AUX DIVERSES ETAPES DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (MOYENNE 2004-2007).....	37
GRAPHIQUE 7 : L'ESPRIT D'ENTREPRISE EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (MOYENNE 2004-2007).....	46
GRAPHIQUE 8 : LA PREVALENCE D'UN DISCOURS PRO-ENTREPRENEURIAL CHEZ LES PROFESSEURS DE LA MONTEREGIE AUX ELEVES AGES DE 18-34 ANS ET AUX 35-64 ANS (MOYENNE 2004-2005 ET 2006-2007).....	49
GRAPHIQUE 9 : LE CARACTERE FAVORABLE DE L'ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (MOYENNE 2004-2007).....	51
GRAPHIQUE 10 : LA PERCEPTION DES PARENTS FACE A LA CARRIERE D'ENTREPRENEUR EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (2006-2007).....	52
GRAPHIQUE 11 : LES TAUX D'EMPLOI, DE CHOMAGE ET D'ACTIVITE EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (1997, 2007).....	56
GRAPHIQUE 12 : LE REVENU PERSONNEL DISPONIBLE PAR HABITANT EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (2006).....	58
GRAPHIQUE 13 : LA REPARTITION DE LA POPULATION SELON LA CONNAISSANCE DES LANGUES OFFICIELLES EN MONTEREGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUEBEC (2006).....	60

SYNTHÈSE

Vous trouverez, dans le tableau qui suit, l'analyse « forces, faiblesses, opportunités, menaces » résumant les principaux constats de la situation de l'entrepreneuriat en Montréal.

TABLEAU SYNTHÈSE : ANALYSE FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS, MENACES RELATIVES À LA SITUATION DE L'ENTREPRENEURIAT EN MONTRÉAL

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> ■ Une plus grande proportion d'entrepreneurs en démarrage et possédant une entreprise établie qu'au Québec ■ Taux de fermeture plus positif que dans l'ensemble du Québec, autant chez les hommes que chez les femmes, chez les 35-64 ans et chez les natifs de la région ■ Plus grande proportion d'immigrants en démarrage que dans l'ensemble du Québec ■ Plus grande croissance des intentions entrepreneuriales chez les jeunes et les immigrants de la Montréal ■ Plus d'entrepreneuriat endogène à toutes les étapes du processus entrepreneurial ■ Plus d'entreprises de très petite taille ■ Perception d'occasions d'affaires plus importante par la population régionale qu'au national ■ Plus de modèles entrepreneuriaux que la moyenne nationale ■ Moins de peur de l'échec freinant la création d'entreprises qu'au national ■ Croissance du nombre de fois où les professeurs parlent d'entrepreneuriat aux jeunes à l'école ■ Bonne couverture médiatique des succès entrepreneuriaux ■ Plus forte proportion de la population bilingue ■ Population plus autonome financièrement 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Taux d'intentions entrepreneuriales et de démarrages moins élevé que dans l'ensemble du Québec ■ Taux de fermeture plus pessimiste chez les 18-34 ans de la Montréal ■ Plus faible ratio de passage du démarrage au démarrage et à l'entreprise établie (immigrants) ■ Peu d'importance à l'école comme lieu de développement de leurs compétences entrepreneuriales (jeunes) ■ Moins haut statut accordé aux entrepreneurs à succès régionalement qu'au national

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ■ Proportion plus importante de gens âgés de 55 ans et plus qui envisagent la carrière d'entrepreneur comme seconde carrière (grande expérience, plus riches) ■ L'équipreneuriat (augmentation annuelle): modèle à vendre pour augmenter les intentions ■ Modèles d'entrepreneurs et connaissance personnelle d'entrepreneurs en croissance à chaque année ■ Croissance de la désirabilité de la carrière d'entrepreneur à chaque année (décroit au national) ■ Utiliser la couverture médiatique diffusant déjà les succès entrepreneuriaux pour redorer le statut accordé aux entrepreneurs ■ Famille très influente régionalement pour l'entrepreneuriat jeunesse ■ Région très attrayante à l'international et pour les autres régions du Québec ■ Revenus personnels moyens plus importants qu'au national, moins d'intentions entrepreneuriales freinées par manque d'argent et possibilité de tenter la carrière entrepreneuriale (bons emplois disponibles en cas d'échec) ■ Entreprises régionales déjà habituées d'exporter ■ Miser sur la culture entrepreneuriale déjà forte comme levier pour rehausser les intentions et prédémarrages 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Plus de gens âgés de 55 ans et plus possédant des entreprises établies (relève entrepreneuriale, haut taux de fermeture chez cette clientèle) ■ Progression d'un plus faible statut attribué aux entrepreneurs qu'ailleurs au Québec ■ Surestimation des avantages concurrentiels relativement à la faible concurrence, à la nouveauté de leurs technologies et à leurs prévisions d'embauches (prédémarrages) ■ Décroissance plus importante de la perception d'occasions d'affaires ■ L'entrepreneuriat de nécessité risque fort d'être peu présent considérant les bonnes performances du marché de l'emploi ■ Perception de marchés plutôt saturés (difficulté à renouveler le tissu entrepreneurial)

INTRODUCTION

En tant que source de développement économique et social d'importance majeure pour le Québec, le Canada et l'ensemble du monde, l'entrepreneuriat est capital pour nos économies. Malgré ce fait, le Québec se caractérise par près de deux fois moins d'expériences entrepreneuriales que le reste du Canada pour, malheureusement, une même proportion de gens ayant fermé une entreprise¹.

Il nous est apparu urgent de poser un diagnostic complet et éclairé de la situation de l'entrepreneuriat dans les différentes régions administratives du Québec pour corroborer les résultats de ce sondage d'un point de vue plus microéconomique. Le mythe entrepreneurial est-il un leurre au Québec ou est-ce juste la réalité d'une ou plusieurs régions du Québec? Après avoir analysé quatre autres régions, nous allons effectuer le même diagnostic pour la Montérégie. En analysant les résultats enregistrés pour cette région et en les comparant à la moyenne nationale, nous serons mieux outillés pour faire face aux défis régionaux qui ressortiront de cette analyse. Nous pourrons ainsi concentrer nos efforts à consolider les points positifs et prévoir des solutions de rechange pour remédier aux faiblesses.

Ce portrait de la situation de l'entrepreneuriat contient deux parties. La première section est consacrée à la situation de l'entrepreneuriat en Montérégie. Les résultats ont été obtenus par l'analyse de différents indicateurs expliqués en détail dans les pages qui suivent. La seconde partie relate les facteurs de l'environnement et leurs impacts sur l'entrepreneuriat régional.

Enfin, vous trouvez, dans la synthèse, l'analyse « forces, faiblesses, opportunités, menaces » reprenant les grands constats de ce rapport.

Attardons-nous maintenant à comprendre les différents indicateurs utilisés dans ce rapport pour mesurer l'entrepreneuriat.

¹ FONDATION DE L'ENTREPRENEURSHIP. *Indice entrepreneuriale québécois*, Site Internet officiel, http://www.entrepreneurship.qc.ca/fr/vigie-recherche/indice_entrepreneurial_quebécois.asp

MÉTHODOLOGIE ET DÉFINITION DES PRINCIPAUX INDICATEURS

Deux grands courants de pensée enrichissent actuellement le champ de l'entrepreneuriat concernant l'évaluation du dynamisme entrepreneurial. Pour mesurer justement ce dynamisme, quels instruments de mesure devrions-nous utiliser? Devons-nous quantifier et qualifier le bassin d'entreprises ou plutôt ceux qui créent et dirigent ces entreprises? Il n'y a pas de réponse parfaite, mais, dans le présent rapport, l'accent est mis sur les personnes qui créent et dirigent nos entreprises. C'est à partir de sondages auprès de la population et d'une série de variables sociodémographiques et économiques, que nous tenterons de profiler l'entrepreneuriat de la région administrative de la Montérégie.

L'individu et ses activités entrepreneuriales

Vous remarquerez, tout au long de cette section, une présentation des résultats revêtant la forme du processus entrepreneurial, d'où l'intérêt d'en expliquer sans plus tarder les composantes. Le processus entrepreneurial couvre l'ensemble des étapes importantes marquant la vie d'une entreprise.

Tout d'abord, nous désignerons par le taux d'intention entrepreneuriale le pourcentage de la population adulte (18-64 ans) ayant l'intention de créer une entreprise (ou une activité à son compte) au cours des trois prochaines années. Nous aiguillant sur les activités entrepreneuriales potentielles à court terme, nous constatons que ces bonnes intentions ne sont toutefois pas des actions proprement dites; conséquemment, elles sont laissées pour compte dans la mesure des activités entrepreneuriales totales et globales.

D'une part, le taux d'entrepreneurs en prédémarrage (TAE prédémarrage) exprime le pourcentage de la population adulte (18-64 ans) qui a participé activement à la création d'une entreprise au cours des douze derniers mois, entreprise possédée en totalité ou en partie, mais pour laquelle le versement de salaires a débuté depuis une période maximale de trois mois.

D'autre part, le taux d'entrepreneurs en démarrage (TAE démarrage) se définit par le pourcentage de la population adulte (18-64 ans), dirigeant ou gérant une entreprise, qu'elle possède en tout ou en partie, ayant au plus 42 mois d'activité (et, évidemment, plus de trois mois de salaires versés!).

Les deux indicateurs expliqués préalablement, soit les taux d'entrepreneurs en prédémarrage et en démarrage, forment ce qu'on appelle le taux d'activité entrepreneuriale totale (TAE totale). Il s'agit donc de la proportion de la population adulte en situation de prédémarrage ou de démarrage.

Certains entrepreneurs sont, quant à eux, propriétaires ou dirigeants, en tout ou en partie, d'une entreprise en activité depuis plus de 42 mois. Ces individus sont appelés entrepreneurs établis, d'où le taux d'entrepreneurs établis (TEE).

En additionnant le taux d'activité entrepreneuriale totale et le taux d'entrepreneurs établis, on obtient le taux d'activité entrepreneuriale globale (TAE globale), soit la proportion de la population adulte qui s'ingénie à créer, opérer et posséder une entreprise.

Malheureusement, d'autres dirigeants ou propriétaires d'entreprises ont, pour leur part, fermé une entreprise au cours des douze derniers mois. Exprimé sous forme de pourcentage, cet indicateur est dénommé le taux d'entrepreneurs en fermeture d'entreprise (TEF).

Enfin, en divisant le taux d'activité entrepreneuriale globale par le taux d'entrepreneurs en fermeture d'entreprise, nous obtenons un indice illustrant le succès entrepreneurial.

Les données du sondage GEM

Tout d'abord, la majeure portion des données apparaissant dans les sections 1 (portrait général de l'entrepreneuriat) et 2 (environnement des affaires) de cette étude proviennent des bases de données 2004-2005, 2005-2006 et 2006-2007 du sondage GEM², réalisé par Nathaly Riverin pour la section canadienne du plus grand consortium de recherche en entrepreneuriat existant à l'échelle mondiale. Comme mentionné précédemment, le sondage permet d'évaluer le portrait global de l'entrepreneuriat à travers une série d'indicateurs, qui vous a d'ailleurs été présenté précédemment dans cette section méthodologique. Puisqu'il s'agit d'un sondage réalisé à l'échelle mondiale, la même méthodologie de recherche est respectée dans tous les pays et dans toutes les régions prenant part à l'étude.

Au Québec, les répondants âgés de 18 à 64 ans, formant l'échantillon de l'étude, ont varié au cours des trois années abordées dans ce rapport, passant de 4 215 répondants en 2004-2005, à 4 913 répondants en 2005-2006 et à 3 871 répondants en 2006-2007. Ces derniers assurent une représentativité de seize régions administratives québécoises sur dix-sept, les données provenant du Nord-du-Québec étant associées à celles de la Côte-Nord.

2 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Canada*, Bases de données des sondages GEM 2004-2005, 2005-2006 et 2006-2007.

Afin de permettre l'analyse comparative des régions administratives du Québec entre elles, un facteur de pondération est utilisé, et ce, afin d'éviter que certaines régions soient surreprésentées aux dépens des autres. Ce facteur se fonde à la fois sur trois variables : la représentativité régionale dans le Québec, l'âge et le genre. Plus concrètement, il s'agit d'établir le rapport entre le nombre de répondants de la base de données appartenant à la fois à une région précise, à un sexe déterminé et à un groupe d'âge, et les individus correspondant à l'ensemble de ces critères dans la population québécoise (n/N). Ce rapport est ensuite appliqué à l'ensemble des répondants caractérisés par ces attributs dans la base de données.

Ainsi, après pondération, l'échantillon représentant la région de la Montérégie se composait de 346 répondants en 2004-2005, de 400 répondants en 2005-2006 et de 302 répondants en 2006-2007, tous âgés de 18 à 64 ans. Le fait de travailler, tout au long de ce rapport, avec les moyennes des années 2004-2005, 2005-2006 et 2006-2007 permettent, d'un point de vue méthodologique, de pallier à la contrainte de l'échantillon restreint.

PARTIE 1 : PORTRAIT DE LA SITUATION DE L'ENTREPRENEURIAT DANS LA RÉGION DE LA MONTÉRÉGIE

1.1. L'historique de l'entrepreneuriat dans les MRC de la Montérégie (1992-2000)

Cette section nous permettra de dessiner le portrait de l'entrepreneuriat dans la région de la Montérégie, par MRC, de 1992 à 2000. L'historique en découlant sera par la suite comparé, dans la section 1.2, au portrait actuel de l'entrepreneuriat pour cette même région administrative, portant sur les années 2004-2005, 2005-2006 et 2006-2007.

Afin de mesurer l'activité entrepreneuriale de la Montérégie pour la période 1992-2000, différents indicateurs ont été quantifiés. Ces derniers sont explicités dans le tableau ci-dessous.³

TABLEAU 1: LA DÉFINITION DES MESURES DE L'ENTREPRENEURIAT RETENUES ET TESTÉES

Indicateurs	Définitions
C9220TX	Nombre total d'établissements créés entre 1992 et 2000 / Nombre d'entreprises en activité en 1992
F9220TX	Nombre total d'établissements fermés entre 1992 et 2000 / Nombre d'entreprises en activité en 1992
N9220TX	Nombre d'établissements nets (créés – fermés) entre 1992 et 2000 / Nombre d'entreprises en activité en 1992
C9220MH	Nombre total d'établissements créés entre 1992 et 2000 / ((population moyenne de 1991 et 1996) / 1 000)
F9220MH	Nombre total d'établissements fermés entre 1992 et 2000 / ((population moyenne de 1991 et 1996) / 1 000)
N9220MH	Nombre d'établissements nets (créés – fermés) entre 1992 et 2000 / ((population moyenne de 1991 et 1996) / 1 000)

3 RIVERIN, Nathaly. CHAIRE D'ENTREPRENEURIAT ROGERS-J.-A. BOMBARDIER. *Mesurer l'entrepreneuriat dans les territoires MRC du Québec*, HEC Montréal, Cahier de recherche no.2004-03, p.23.

Connaissant maintenant les différentes mesures utilisées pour quantifier l'entrepreneuriat de 1992 à 2000, vous trouverez, dans le tableau 2, l'ensemble des résultats enregistrés par la Montérégie (1992-2000), en plus d'une comparaison avec la situation prévalant au même moment dans l'ensemble du Québec.

TABLEAU 2 : L'ENTREPRENEURIAT EN MONTÉRÉGIE, PAR TERRITOIRES MRC, ET POUR L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 1992-2000)

MRC	C9220TX Créés/ en activité	F9220TX Fermés / en activité	N9220TX Nets	C9220MH Créés par 1000 habitants	F9220MH Fermés par 1 000 habitants	N9220MH Nets par 1 000 habitants
Brome-Missisquoi	1,09	0,92	0,17	32,85	27,64	5,20
La Haute-Yamaska	1,25	1,14	0,12	33,38	34,83	3,55
Acton	1,06	0,90	0,16	37,10	31,45	5,65
Le Bas-Richelieu	1,02	0,95	0,07	28,50	26,51	1,98
Les Maskoutais	1,07	0,93	0,14	38,93	33,72	5,20
Rouville	1,06	0,90	0,16	36,07	30,63	5,44
Le Haut-Richelieu	1,21	1,04	0,17	30,90	26,61	4,29
La Vallée-du-Richelieu	1,38	1,21	0,18	31,70	27,67	4,02
Champlain	1,42	1,23	0,18	25,09	21,83	3,26
La Jemmerais	1,48	1,19	0,29	33,58	26,96	6,62
Rousillon	1,11	0,97	0,13	19,36	17,03	2,33
Les Jardins-de-Napierville	0,93	0,75	0,18	37,33	30,10	7,23
Le Haut-Saint-Laurent	0,85	0,69	0,16	25,02	20,39	4,63
Beauharnois-Salaberry	1,06	0,93	0,12	30,91	27,31	3,60
Vaudreuil-Soulange	1,49	1,21	0,28	23,64	19,24	4,40
MOYENNE Montérégie	1,17	1,00	0,17	31,29	26,80	4,50
MOYENNE Ensemble du Québec	1,17	0,98	0,19	36,12	30,37	5,69

Pour l'ensemble des MRC de la Montérégie, nous remarquons que l'entrepreneuriat a été sensiblement égal, de 1992 à 2000, à l'ensemble du Québec. Plus précisément, nous notons également :

- Un mouvement d'entreprises en tous points comparable à l'ensemble du Québec en ce qui concerne la création d'entreprise (1,17) mais très légèrement supérieur relativement aux fermetures (1,00 en Montérégie comparativement à 0,98 dans l'ensemble du Québec), ce qui affecte, sensiblement à la baisse, la création nette d'entreprise (0,17 en Montérégie comparativement à 0,19 au Québec).

- Mis en relation avec la population, au net, les MRC de la Montérégie enregistrent des résultats en deçà de la moyenne nationale, malgré un nombre d'entreprises fermées par 1000 habitants plus positif. Qui plus est, l'écart négatif de la Montérégie avec l'ensemble du Québec en ce qui concerne les entreprises créées par 1000 habitants est plus significatif que ses meilleurs résultats au niveau des fermetures, rendant la création nette par 1000 habitants plus faible régionalement (4,50) qu'au national (5,69).
- **Bref, l'activité entrepreneuriale par habitant pour l'ensemble des MRC de la Montérégie était, de 1992 à 2000, moins importante qu'ailleurs au Québec.**

En s'attardant aux différentes MRC de la Montérégie pour la période 1992-2000, **3 MRC se démarquent plus positivement des autres en Montérégie** quant à l'entrepreneuriat.

- **La Jemmerais et Vaudreuil-Soulange** : Un écart significatif ressort quant à la création d'entreprise avec le reste de la Montérégie et de l'ensemble du Québec, assez important pour compenser le nombre de fermetures plus élevé, produisant, au net, une création plus grande d'entreprises (0,29 pour la Jemmerais et 0,28 pour Vaudreuil-Soulange) que dans l'ensemble de la Montérégie (0,17) et du Québec (0,19).
- **Les Jardins-de-Napierville** : En relation avec la population, la MRC des Jardins-de-Napierville se démarque du portrait de la Montérégie, créant plus d'entreprises par 1000 habitants et en fermant moins également, laissant, au net, 7,23 entreprises créées par 1000 habitants, ce qui est bien supérieur à l'ensemble de la Montérégie (4,50) et du Québec (5,69) pour cette même période.

Maintenant le passé entrepreneurial de la Montérégie analysé, concentrons-nous sur la période 2004-2007, bref, sur le portrait entrepreneurial présent de cette région administrative.

1.2. Le portrait global de l'entrepreneuriat de 2004 à 2007

Tel que mentionné préalablement, cette section vise à dresser un portrait global de l'entrepreneuriat dans la région administrative de la Montérégie pour les années 2004-2007. Dans les pages qui suivent, vous trouverez donc l'illustration de l'évolution des différents indicateurs entrepreneuriaux, permettant une analyse approfondie de l'ensemble du processus entrepreneurial.

Le même processus sera par la suite étudié pour différents types de clientèles. Cette analyse sociologique nous permettra de mieux comprendre la provenance des nouveaux entrepreneurs et d'adapter, par la suite, les stratégies d'intervention en conséquence.

Vous trouverez, dans le graphique 1 et le tableau 3, les résultats enregistrés dans la région de la Montérégie et dans l'ensemble du Québec pour tous les indicateurs du processus entrepreneurial, et ce, pour les années 2004-2005, 2005-2006 et 2006-2007. Dans la même optique, une interprétation de la situation de l'entrepreneuriat dans cette région s'ensuit.

GRAPHIQUE 1 : LE PORTRAIT GLOBAL DE L'ENTREPRENEURIAT EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)

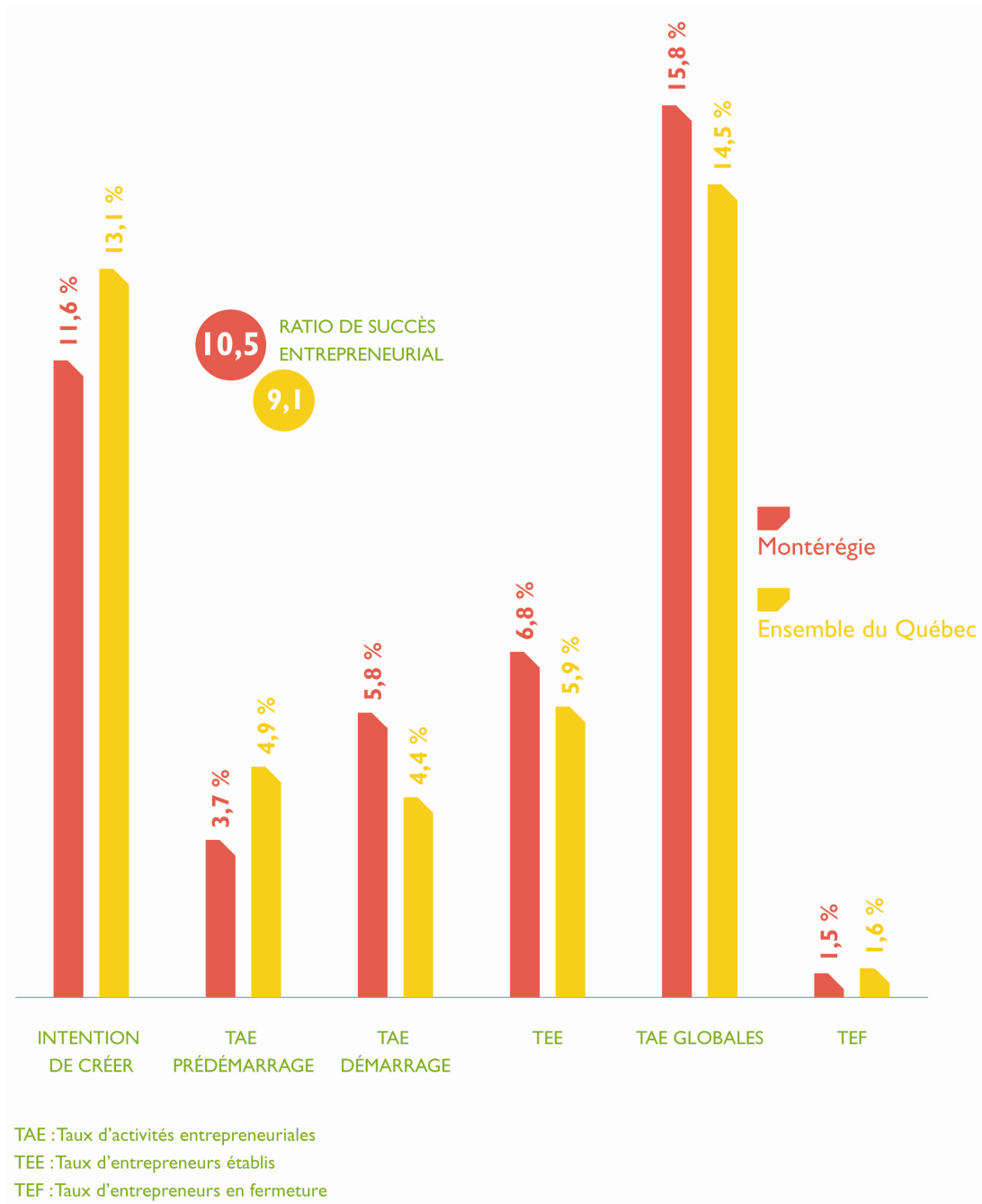


TABLEAU 3 : LE PORTRAIT GLOBAL DE L'ENTREPRENEURIAT EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)

	Montréal				Ensemble du Québec			
	2004-2005 ⁴	2005-2006 ⁵	2006-2007 ⁶	Moyenne	2004-2005 ⁷	2005-2006 ⁸	2006-2007 ⁹	Moyenne
Intentions de créer	12,3 %	12,1 %	10,4 %	11,6 %	12,5 %	13,6 %	13,1 %	13,1 %
TAE prédémarrage¹⁰	3,6 %	4,2 %	3,3 %	3,7 %	4,9 %	5,0 %	4,8 %	4,9 %
TAE démarrage	3,5 %	6,6 %	7,2 %	5,8 %	3,0 %	4,4 %	5,7 %	4,4 %
TEE¹¹	6,3 %	7,5 %	6,6 %	6,8 %	5,7 %	6,6 %	5,5 %	5,9 %
TAE globale	13,3 %	17,5 %	16,6 %	15,8 %	13,1 %	15,2 %	15,3 %	14,5 %
TEF¹²	1,3 %	1,4 %	1,8 %	1,5 %	1,7 %	1,4 %	1,6 %	1,6 %
Ratio de succès entrepreneurial	10,2	12,5	9,2	10,5	7,7	10,9	9,6	9,1

De façon générale, la situation de l'entrepreneuriat est florissante en Montréal pour la période 2004-2007.

- **Intentions** : Une diminution des intentions entrepreneuriales de 2004 à 2007 est constatée, alors qu'elles sont en croissance dans l'ensemble du Québec. En moyenne, la Montréal enregistre une différence de 1,5 points de pourcentage, sous la moyenne nationale.
- **Prédémarrages** : Ils sont systématiquement en deçà de la moyenne nationale (en moyenne 1,3 fois inférieurs), ce qui risque fort de continuer ainsi étant donné les taux d'intentionnalité plus faibles qu'au Québec.
- **Démarrages** : Nous observons des taux croissants d'année en année (3,5 % en 2004-2005 à 7,2 % en 2006-2007) et invariablement supérieurs à la moyenne nationale (en moyenne 1,3 fois supérieurs).

4 346 répondants (18-64 ans) en 2004-2005

5 400 répondants (18-64 ans) en 2005-2006

6 302 répondants (18-64 ans) en 2006-2007

7 4 215 répondants (18-64 ans) en 2004-2005

8 4 913 répondants (18-64 ans) en 2005-2006

9 3 871 répondants (18-64 ans) en 2006-2007

10 TAE : Taux d'activités entrepreneuriales

11 TEE : Taux d'entrepreneurs établis

12 TEF : Taux d'entrepreneurs en fermeture

- **Entreprises établies** : La région enregistre d'excellents résultats, en moyenne 1,2 fois supérieurs à l'ensemble du Québec, quant aux entreprises ayant passé le cap des 3 premières années et demie de vie (établies). La Montérégie peut donc compter sur son passé et présent entrepreneuriaux et les entreprises qui y œuvrent sont pérennes. Cette région dispose d'expérience en affaires et de modèles entrepreneuriaux à valoriser pour mousser la culture entrepreneuriale et le désir de se lancer en affaires.
- **Fermetures** : Le taux de fermeture (1,5 %) est très légèrement plus faible que la moyenne nationale (1,6 %). Combiné aux démarrages et entreprises établies plus nombreuses régionalement, on justifie ainsi le meilleur taux de succès entrepreneurial en Montérégie (10,5) qu'au national (9,1).

En somme, une progression constante de la situation de l'entrepreneuriat depuis 1992 en Montérégie a été clairement observée, ayant donné lieu à des entreprises pérennes, notamment de plus de 3 ans et demi d'activité. En moyenne, la situation actuelle de l'entrepreneuriat dans cette région est plus florissante que dans l'ensemble du Québec.

Toutefois, la Montérégie doit maintenant préparer et travailler sur son avenir entrepreneurial puisqu'une tendance au recul de l'entrepreneuriat est à envisager, d'où l'importance de travailler sur la culture entrepreneuriale. Ce recul potentiel de la culture entrepreneuriale est perceptible dans les plus faibles intentions de la population de se lancer en affaires et, conséquemment, sur le nombre moins important de personnes s'attaquant à la réalisation de plans d'affaires et autres activités de prédémarrage.

1.3. Comparaisons interrégionales

Le tableau 4 offre une autre perspective sur la situation en positionnant la région de la Montérégie parmi les autres régions administratives du Québec.

TABLEAU 4 : LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL DANS LES DIVERSES RÉGIONS ADMINISTRATIVES DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)

	Intention de créer	TAE Prédémarrage	TAE Démarrage	TEE	TEF
Bas-Saint-Laurent	10,6 %	4,8 %	4,2 %	6,5 %	1,8 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	8,0 %	4,8 %	3,0 %	3,6 %	1,2 %
Capitale-Nationale	11,8 %	5,4 %	3,5 %	5,6 %	1,2 %
Mauricie	9,6 %	4,1 %	3,6 %	5,3 %	2,1 %
Estrie	12,3 %	3,7 %	5,7 %	7,6 %	1,6 %
Montréal	17,2 %	5,7 %	4,8 %	5,6 %	1,6 %
Outaouais	12,2 %	4,3 %	3,6 %	5,3 %	1,8 %
Abitibi-Témiscamingue	8,2 %	3,0 %	3,2 %	3,1 %	0,7 %
Côte-Nord ¹³	8,0 %	4,1 %	2,3 %	3,7 %	1,7 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	9,1 %	3,1 %	2,6 %	4,6 %	1,3 %
Chaudière-Appalaches	12,2 %	3,8 %	3,1 %	6,1 %	1,2 %
Laval	14,9 %	5,4 %	4,7 %	5,2 %	2,3 %
Lanaudière	13,6 %	5,3 %	3,3 %	7,8 %	2,3 %
Laurentides	13,2 %	6,0 %	3,7 %	6,4 %	1,2 %
Montérégie	11,6 %	3,7 %	5,8 %	6,8 %	1,5 %
Centre-du-Québec	10,4 %	7,0 %	3,6 %	6,9 %	1,4 %
Ensemble du Québec	13,1 %	4,9 %	4,4 %	5,9 %	1,6 %

- Ainsi, nous constatons que la région se classe 9^e au Québec au niveau des intentions d'entreprendre et 13^e au Québec quant aux prédémarrages (l'Abitibi-Témiscamingue et la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine sont inférieures, alors que l'Estrie est ex aequo).
- Cette situation témoigne tout de même du fait que la région peut s'améliorer à ces égards...
- Par ailleurs, la région est leader au Québec (1^{re}) dans les démarrages et 4^e dans les entreprises établies depuis plus de 42 mois. Les organismes de soutien aux entreprises apportant de l'aide technique et financière y sont sûrement pour quelque chose, hypothèse que nous aurons l'occasion de confirmer dans la section 3.

13 À noter que les résultats enregistrés par la Côte-Nord incluent également les données pour le Nord-du-Québec.

- La Montérégie regorge de modèles à succès sur place dont nous pouvons nous servir pour créer l'engouement envers l'entrepreneuriat et rehausser les intentions d'entreprendre pour dessiner un futur entrepreneurial au moins tout aussi positif que la situation actuelle.

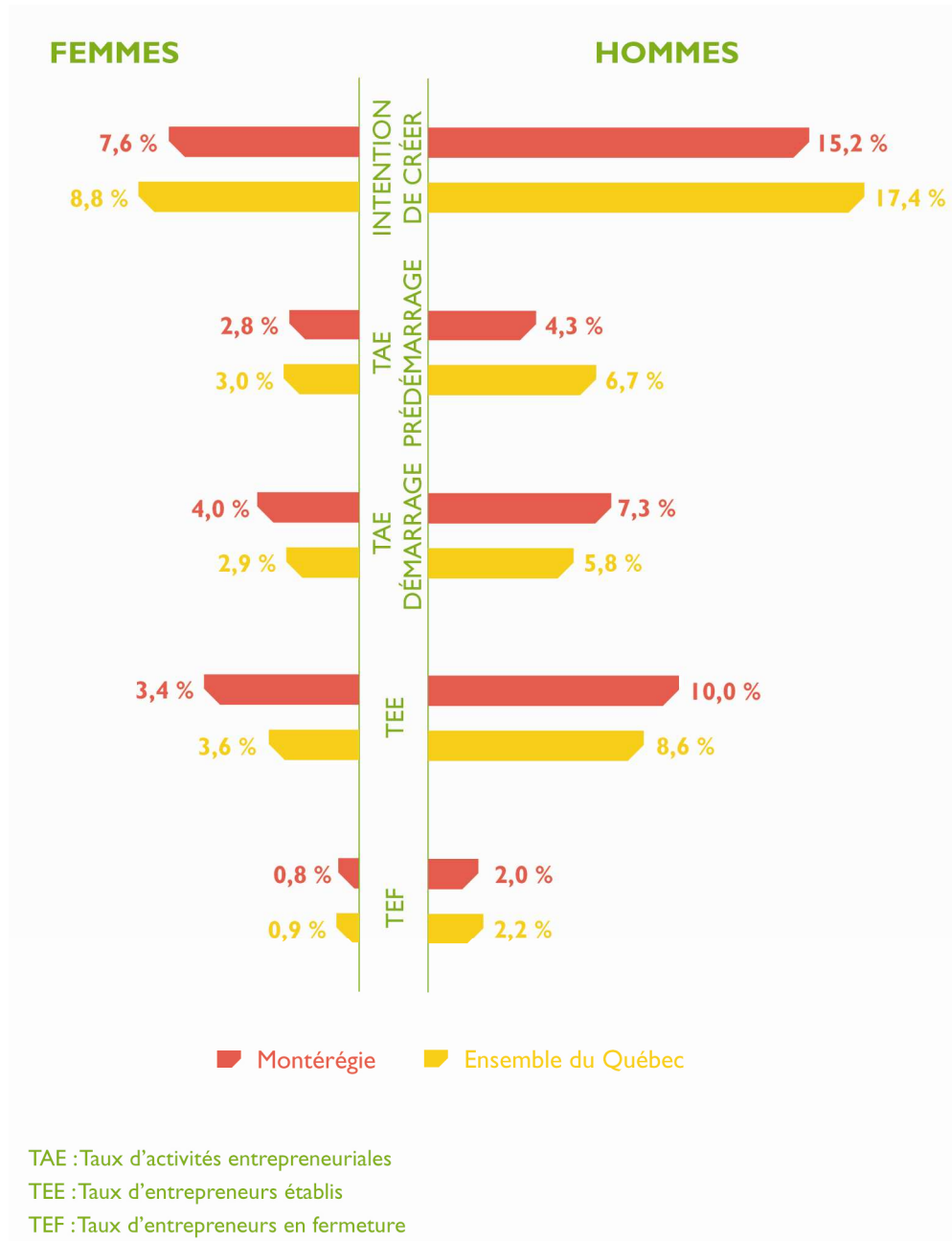
1.4. L'entrepreneuriat féminin et masculin

Il est également possible, dans l'analyse de la réalité entrepreneuriale caractérisant une région ou une province, de distinguer différentes clientèles et de dresser des conclusions sur les unes, plus actives, et les autres, dont le potentiel est à développer. Vous trouverez donc, dans les pages qui suivent, les principaux résultats obtenus par trois segmentations de clientèle distinctes dessinant la réalité québécoise, soit par genre, par âge et par lieu d'origine.

TABLEAU 5 : LES AFFAIRES SELON LE GENRE EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)

	FEMMES		HOMMES	
	Montérégie	Ensemble du Québec	Montérégie	Ensemble du Québec
Intentions de créer				
2004-2005	5,1 %	7,2 %	18,2 %	17,6 %
2005-2006	7,5 %	8,7 %	16,8 %	18,5 %
2006-2007	10,1 %	10,4 %	10,7 %	15,8 %
Moyenne	7,6 %	8,8 %	15,2 %	17,4 %
TAE prédémarrage				
2004-2005	2,5 %	2,7 %	3,7 %	6,8 %
2005-2006	3,4 %	2,8 %	5,0 %	7,1 %
2006-2007	2,6 %	3,6 %	4,1 %	5,9 %
Moyenne	2,8 %	3,0 %	4,3 %	6,7 %
TAE démarrage				
2004-2005	2,0 %	2,0 %	4,9 %	4,3 %
2005-2006	5,0 %	3,3 %	7,6 %	5,5 %
2006-2007	5,0 %	3,7 %	9,3 %	7,7 %
Moyenne	4,0 %	2,9 %	7,3 %	5,8 %
TEE				
2004-2005	1,6 %	3,2 %	10,4 %	9,2 %
2005-2006	4,2 %	4,3 %	10,8 %	8,9 %
2006-2007	4,5 %	3,4 %	8,7 %	7,6 %
Moyenne	3,4 %	3,6 %	10,0 %	8,6 %
TEF				
2004-2005	0,3 %	1,0 %	2,3 %	2,6 %
2005-2006	0,8 %	0,7 %	1,7 %	2,1 %
2006-2007	1,4 %	1,2 %	2,1 %	2,0 %
Moyenne	0,8 %	0,9 %	2,0 %	2,2 %

GRAPHIQUE 2 : LES AFFAIRES SELON LE GENRE EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)



Globalement relativement à l'entrepreneuriat féminin et masculin, nous remarquons un portrait mixte dans lequel les femmes prennent de plus en plus d'importance.

- **Intentions** : Nous remarquons une similarité avec la moyenne nationale se caractérisant par des intentions masculines en diminution de 2004 à 2007 alors que celles des femmes augmentent. Toutefois, en Montérégie, nous notons une augmentation des intentions d'entreprendre féminines plus importante que dans l'ensemble du Québec (5 points de pourcentage de 2004 à 2007 comparativement à 3,2 dans l'ensemble du Québec), combinée à une diminution plus significative des intentions masculines que leurs homologues nationaux (diminution de 7,5 points de pourcentage de 2004 à 2007 comparativement à 1,8 au Québec).
- **Prédémarrages** : Ils sont plus faibles, autant chez les hommes que chez les femmes, que la moyenne nationale analysée par sexe. Toutefois, nous notons une différence de 0,2 point de pourcentage des femmes de la Montérégie avec celles du Québec (en moyenne de 2004 à 2007), comparativement à une différence de 2,4 points de pourcentage chez les hommes.
- **Démarrages** : Ils augmentent partout au Québec pour les deux sexes, tout comme en Montérégie. Cependant, l'augmentation est environ 1,8 fois plus forte chez les femmes régionalement qu'au national, de 2004 à 2007. Pour les hommes, nous notons une augmentation de 4,4 points de pourcentage des démarrages masculins en Montérégie, comparativement à une augmentation de l'ordre de 3,4 points au Québec (1,3 fois plus importante en Montérégie). Bref, que du positif ressort de cette situation; les problématiques entrepreneuriales de la Montérégie résident vraisemblablement aux étapes précédentes du processus entrepreneurial.
- **Entreprises établies** : Elles diminuent au Québec chez les hommes (traditionnellement plus d'hommes entrepreneurs que de femmes, ils quittent en retraite, population vieillissante), tout comme en Montérégie. Cette diminution est sensiblement égale régionalement qu'au national (1,7 points de pourcentage de 2004 à 2007 en Montérégie comparativement à 1,6 points dans l'ensemble du Québec). Quant aux femmes, nous constatons une augmentation de femmes québécoises possédant une entreprise établie (intérêt pour l'entrepreneuriat féminin croît au Québec), ce qui transparaît dans le nombre de femmes réussissant à opérer des entreprises pérennes depuis plus de 42 mois. Toutefois, l'augmentation en Montérégie est 14,5 fois supérieure à celle du Québec (augmentation de 2,9 % vs 0,2 % au Québec).
- **Fermetures** : La région enregistre de meilleurs taux de fermeture, chez les hommes (2,0 %) et les femmes (0,8 %) qu'ailleurs au Québec (respectivement 2,2 % et 0,9 %).

Bref, les femmes occupent une place importante dans le tissu entrepreneurial de la Montérégie, et ce, à toutes les étapes du processus entrepreneurial. L'entrepreneuriat féminin est en croissance régionalement, encore davantage que dans l'ensemble du Québec (outre les prédémarrages). Des modèles féminins d'entrepreneures à succès sont donc disponibles.

Quant aux hommes, nous remarquons d'excellentes performances dans les étapes du démarrage, des entreprises établies et des fermetures. Toutefois, une attention toute particulière devrait être portée à la diminution des intentions d'entreprendre masculines et des prédémarrages réalisés. En somme, ce sont bien davantage les hommes que les femmes qui propulsent la Montréal vers le bas quant aux faibles résultats obtenus relativement aux intentions d'entreprendre et aux prédémarrages....Le métier d'entrepreneur perd son attrait envers cette clientèle régionalement.

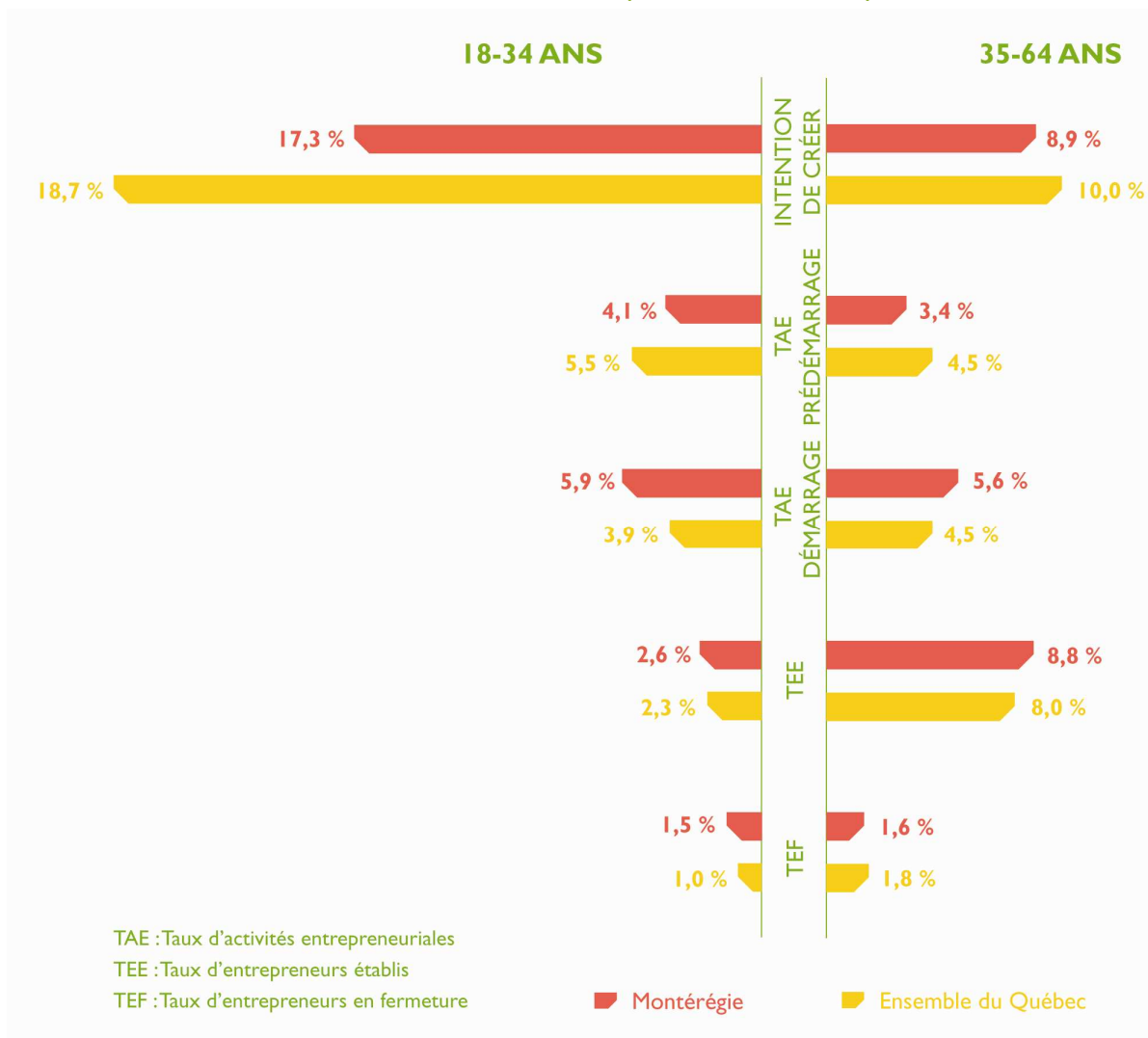
1.5. L'entrepreneuriat jeunesse

Considérant l'initiation du Défi de l'entrepreneuriat jeunesse en 2004 et les efforts déployés, partout au Québec, en faveur de l'entrepreneuriat jeunesse, il s'avère primordial de considérer une clientèle bien spécifique dans cette analyse, à savoir les 18-34 ans. Celle-ci sera comparée au groupe d'âge 35-64 ans, et ce, à chaque étape du processus entrepreneurial. La Montréal dispose-t-elle d'une relève active?

**TABLEAU 6 : L'ENTREPRENEURIAT SELON L'ÂGE EN MONTÉRÉGIE
ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)**

	18-34 ans		35-64 ans	
	Montérégie	Ensemble du Québec	Montérégie	Ensemble du Québec
Intentions de créer				
2004-2005	16,4 %	18,2 %	10,3 %	9,6 %
2005-2006	15,9 %	19,6 %	10,3 %	9,9 %
2006-2007	19,5 %	18,4 %	6,2 %	10,4 %
Moyenne	17,3 %	18,7 %	8,9 %	10,0 %
TAE prédémarrage				
2004-2005	2,7 %	5,3 %	3,8 %	4,6 %
2005-2006	6,0 %	5,3 %	3,2 %	4,8 %
2006-2007	3,6 %	6,0 %	3,2 %	4,2 %
Moyenne	4,1 %	5,5 %	3,4 %	4,5 %
TAE démarrage				
2004-2005	4,0 %	3,2 %	3,2 %	2,9 %
2005-2006	9,6 %	5,1 %	5,1 %	3,8 %
2006-2007	4,1 %	3,4 %	8,6 %	6,9 %
Moyenne	5,9 %	3,9 %	5,6 %	4,5 %
TEE				
2004-2005	0,0 %	1,6 %	9,0 %	7,8 %
2005-2006	3,6 %	2,2 %	9,6 %	9,4 %
2006-2007	4,1 %	3,1 %	7,7 %	6,8 %
Moyenne	2,6 %	2,3 %	8,8 %	8,0 %
TEF				
2004-2005	0,0 %	1,2 %	1,9 %	2,0 %
2005-2006	2,4 %	1,2 %	1,3 %	1,4 %
2006-2007	2,1 %	0,7 %	1,6 %	2,0 %
Moyenne	1,5 %	1,0 %	1,6 %	1,8 %

GRAPHIQUE 3 : L'ENTREPRENEURIAT SELON L'ÂGE EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)



- Intentions d'entreprendre** : Elles sont, en général, plus faibles en Montréal qu'au Québec. L'écart est de 1,4 % en moyenne pour les 18-34 ans et de 1,1 % pour les 35-64 ans. Toutefois, en creusant davantage, nous remarquons une augmentation des intentions d'entreprendre des 18-34 ans de 2004 à 2007 de l'ordre de 3,1 points de pourcentage en Montréal, comparativement à une augmentation de 0,2 point au Québec; bref, une augmentation 15,5 fois supérieure chez les jeunes de la Montréal. Il y a donc du rattrapage à faire régionalement pour la clientèle jeunesse, mais la forte croissance actuelle montre que le virage est déjà entrepris. Alors que les intentions des 35-64 ans ont augmenté de 0,8 point de pourcentage de 2004 à 2007 au Québec, elles ont diminué de 4,1 points de pourcentage en Montréal, ce qui est un écart énorme, tout à fait hors tendance provinciale... Mis en relation avec l'analyse par sexe précédente, ce sont donc bien davantage les intentions des hommes âgés de 35 à 64 ans qui sont en chute régionalement, assombrissant le portrait entrepreneurial global.

- **Prédémarrages** : Nous assistons à une situation calquée sur les intentions, les prédémarrages étant en général plus faibles qu'au Québec, de 1,4 % en moyenne pour les 18-34 ans et de 1,1 % pour les 35-64 ans. Les prédémarrages des 18-34 ans croissent à une vitesse plus importante en Montérégie (croissance 1,3 fois supérieure en Montérégie) et les 35-64 ans en prédémarrage décroissent plus rapidement qu'ailleurs au Québec (1,5 fois supérieure en Montérégie).
- **Démarrages** : Les personnes en situation de démarrage sont en nombre systématiquement supérieur en Montérégie que dans l'ensemble du Québec, d'année en année. Les jeunes y sont pour beaucoup dans ce portrait positif (en moyenne 5,9 % de jeunes en démarrage en Montérégie comparativement à 3,9 % dans l'ensemble du Québec; bref, 1,5 fois supérieur en Montérégie). Pour les 35-64 ans, 5,6 % d'entre eux, en moyenne, sont en démarrage en Montérégie, comparativement à 4,5 % au Québec. Notons également une augmentation des démarrages réalisés par des 35-64 ans de l'ordre de 5,4 points de pourcentage (2004-2007) en Montérégie, comparativement à une augmentation se chiffrant à 4 points de pourcentage au Québec (1,4 fois supérieure régionalement).
- **Établies** : En moyenne, 2,6 % des jeunes de Montérégie possèdent une entreprise établie de 2004 à 2007, comparativement à 2,3 % au Québec. Nous parlons d'une croissance à chaque année du pourcentage de cette clientèle détenant une entreprise établie en Montérégie (4,1 points de pourcentage d'augmentation de 2004 à 2007, comparativement 1,5 points au Québec), de l'ordre de 2,7 fois supérieure régionalement. Pour les 35-64 ans de la Montérégie, 8,8 % d'entre eux ont une entreprise établie, contre 8,0 % au Québec, malgré une décroissance légèrement plus importante de 2004 à 2007.
- **Fermetures** : Nous remarquons que les 35-64 ans, en Montérégie, ont des résultats sensiblement plus positifs que dans l'ensemble du Québec (1,6 % de fermeture contre 1,8 % au Québec). Toutefois, les jeunes ont plus de difficultés, en moyenne, que leurs homologues nationaux (1,5 % de fermeture contre 1,0 % au Québec). Toutefois, cette situation se justifie en partie par le fait qu'ils sont plus nombreux en démarrage et plus nombreux à posséder une entreprise établie, la compétition étant ainsi nécessairement plus présente. Malgré tout, il semble y avoir une problématique de fermeture chez les jeunes que nous tenterons d'expliquer par les pistes qui ressortiront, au fur et à mesure, de cette analyse.

- Le portrait de l'entrepreneuriat selon l'âge en Montréal est mixte et les jeunes sont déjà bien présents aux différentes étapes du processus entrepreneurial. Cela laisse entrevoir que la relève sera disponible dans l'avenir (croissance impressionnante des intentions d'entreprendre jeunesse malgré un score légèrement inférieur qu'au Québec) et, en plus, elle sera plus expérimentée qu'en moyenne au Québec puisqu'elle aura déjà cumulé une importante expérience du monde des affaires. Les 35-64 ans sont, eux aussi, très présents dans le monde des affaires, surtout dans les étapes des entreprises en démarrage et établies.
- Les problématiques identifiées préalablement quant aux intentions et aux prédémarrages proviennent surtout des hommes âgés de 35-64 ans, même si actuellement également des 18-34 ans, ces derniers affichant toutefois un avenir plus prometteur dû à la croissance de leurs intentions). La région devra nécessairement porter une attention particulière aux 35-64 ans, considérant leur importance démographique dans nos régions, leur situation financière souvent mieux nantie que la jeunesse, l'expérience dans leur domaine, etc.

Observons maintenant à quel rang se classe la Montréal parmi les autres régions québécoises relativement à l'entrepreneuriat jeunesse.

TABLEAU 7 : LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL SELON L'ÂGE DANS LES DIFFÉRENTES RÉGIONS ADMINISTRATIVES DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)

	18-34 ans					35-64 ans				
	Intention	TAE Prédémarrage	TAE Démarrage	TEE	TEF	Intention	TAE Prédémarrage	TAE Démarrage	TEE	TEF
Lanaudière	23,1 %	6,9 %	3,7 %	1,3 %	0,0 %	8,9 %	4,5 %	3,8 %	11,0 %	3,3 %
Laurentides	22,4 %	9,1 %	3,1 %	3,3 %	1,2 %	8,5 %	4,5 %	4,0 %	8,6 %	1,1 %
Laval	21,8 %	7,6 %	4,5 %	2,4 %	2,2 %	10,8 %	4,1 %	4,8 %	6,8 %	2,3 %
Chaudière-Appalaches	20,4 %	2,6 %	2,8 %	3,2 %	0,0 %	8,2 %	4,0 %	2,8 %	2,8 %	2,4 %
Montréal	20,3 %	4,9 %	3,8 %	1,6 %	1,0 %	15,1 %	6,4 %	5,8 %	8,6 %	1,9 %
Outaouais	19,8 %	5,7 %	2,4 %	2,7 %	1,4 %	8,3 %	3,7 %	3,5 %	6,3 %	1,8 %
Capitale-Nationale	18,7 %	7,4 %	4,8 %	3,6 %	0,3 %	8,4 %	4,4 %	2,8 %	7,0 %	1,0 %
Montréal	17,3 %	4,1 %	5,9 %	2,6 %	1,5 %	8,9 %	3,4 %	5,6 %	8,8 %	1,6 %
Centre-du-Québec	17,2 %	9,6 %	5,5 %	0,7 %	0,4 %	6,3 %	4,7 %	2,4 %	8,6 %	2,8 %
Estrie	16,3 %	7,2 %	3,7 %	4,4 %	0,0 %	9,9 %	2,8 %	5,9 %	9,9 %	1,8 %
Côte-Nord ¹⁴	15,9 %	1,9 %	1,0 %	1,0 %	0,0 %	4,4 %	4,6 %	3,7 %	3,4 %	0,6 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	15,0 %	1,2 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	9,2 %	0,8 %	2,3 %	4,9 %	0,3 %
Mauricie	14,5 %	5,3 %	0,5 %	0,0 %	0,4 %	7,6 %	3,3 %	4,1 %	7,5 %	2,9 %
Bas-Saint-Laurent	14,4 %	3,9 %	1,7 %	0,4 %	1,2 %	9,0 %	4,3 %	4,1 %	9,9 %	1,0 %
Abitibi-Témiscamingue	11,8 %	0,0 %	0,3 %	0,3 %	0,7 %	7,1 %	3,5 %	3,4 %	5,1 %	0,2 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	10,8 %	7,4 %	4,0 %	0,4 %	2,1 %	6,8 %	4,6 %	2,9 %	4,7 %	0,5 %
Ensemble du Québec	18,7 %	5,5 %	3,9 %	2,3 %	1,0 %	10,0 %	4,5 %	4,5 %	8,0 %	1,8 %

14 À noter que les résultats enregistrés par la Côte-Nord incluent également les données pour le Nord-du-Québec.

- 18-34 ans** : La Montérégie se classe 8^e au Québec au niveau des intentions, mais nous avons pu observer préalablement une croissance des intentions jeunesse, ce qui nous laisse croire que le travail, déjà amorcé en sensibilisation, commence à porter fruit, il faut donc continuer sur cette voie. Toutefois, il semble que les intentions se traduisent encore trop peu en acte réels de création, comme l'indique les faibles résultats enregistrés en prédémarrages, pour lesquels la région se classe 11^e au Québec. Quant aux démarrages réalisés par sa population jeunesse, la Montérégie arrive première au Québec, et chute ensuite au 6^e rang pour les entreprises établies depuis plus de 42 mois. Le fait que la région termine 14^e sur 16 relativement aux fermetures vécues par de jeunes entrepreneurs soulève un questionnement quant à la connaissance, par la population jeunesse, des organisations de soutien disponibles pour supporter le post-démarrage. Le mentorat peut également s'avérer, dans cette situation, une piste de solution à exploiter, puisque les 35-64 ans réussissent mieux à cet égard.
- 35-64 ans** : Au chapitre des intentions entrepreneuriales formulées par les 35-64 ans, la Montérégie se classe 6^e au Québec, ex aequo avec Lanaudière. Rappelons toutefois la décroissance constatée, au tableau précédent, d'année en année pour les intentions des 35-64 ans, ce qui signifie que la situation risque fort de se détériorer si des efforts ne sont pas investis pour stimuler la culture entrepreneuriale auprès de cette clientèle. Tout comme chez la population jeunesse, les prédémarrages causent problème chez les 35-64 ans, la région arrachant une 13^e place à cet égard. Enfin, la région se classe respectivement 3^e et 4^e au chapitre des démarrages et des entreprises établies, mais redescend au mi-peloton au chapitre des fermetures. Encore une fois, le besoin de soutenir les entrepreneurs en démarrage pour qu'ils pérennisent leur entreprise ressort.

1.6. Entrepreneuriat : carrière principale ou seconde carrière

Maintenant que nous avons discuté de l'entrepreneuriat jeunesse, il semble opportun d'examiner le processus entrepreneurial selon une autre tranche d'âge, les 55 ans et plus. En effet, considérant le pourcentage grandissant de la population qui appartient à ce groupe, il est nécessaire d'approfondir notre réflexion et d'observer si ceux-ci comptent prendre leur retraite ou s'ils prévoient plutôt une seconde carrière, cette fois à leur propre compte.

TABLEAU 8 : L'ENTREPRENEURIAT DE FIN DE CARRIÈRE EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)

	Montérégie	Ensemble du Québec
Intention de créer	2,8 %	2,6 %
TAE prédémarrage	1,9 %	1,5 %
TAE démarrage	2,9 %	2,2 %
TEE	6,2 %	4,3 %
TEF	1,8 %	1,5 %

- Le bassin d'entrepreneurs âgés de 55 ans et plus est supérieur dans la région que dans l'ensemble du Québec, et ce, à toutes les étapes du processus entrepreneurial.
- Nous constatons également que l'écart avec l'ensemble du Québec tend à augmenter au fur et à mesure que les années de vie des entreprises créées augmentent (1,1 fois supérieurs en Montréal pour les intentions entrepreneuriales manifestées par des 55 ans et plus, 1,3 fois supérieurs régionalement pour les prédémarrages et les démarrages, 1,4 fois plus d'entreprises établies détenues par des 55 ans et plus régionalement).
- Alors que les 35-64 ans comptaient pour peu dans les intentions et prédémarrages régionaux, les 55 ans et plus envisageant l'entrepreneuriat comme seconde carrière sont plus nombreux régionalement que dans l'ensemble du Québec. Il faut envisager cette clientèle : premièrement, il s'agit de gens généralement souvent dotés de réserves financières intéressantes. Deuxièmement, ce groupe possède plusieurs années d'expérience clé dans un secteur et, enfin, ces individus savent normalement ce qu'ils veulent et sont donc possiblement plus en mesure de passer réellement à l'action. Plus encore, il y a fort à parier qu'une importante proportion d'entre eux est déjà en affaires (voir la section suivante sur les entrepreneurs en série).
- Les bons résultats de la région quant aux démarrages et établies sont également attribuables aux 55 ans et plus. Il faut envisager la problématique de relève entrepreneuriale, particulièrement en considérant que le taux de fermeture est à 1,8 %, donc supérieur à l'ensemble du Québec (1,5 %).

La région dispose d'un autre levier à utiliser pour mousser l'entrepreneuriat : son bassin de gens de 55 ans et plus envisageant la carrière d'entrepreneur ou étant déjà en affaires.

1.7. L'entrepreneuriat immigrant et endogène

Un autre type d'entrepreneuriat est particulièrement important pour les régions, provinces et pays du monde, soit l'entrepreneuriat immigrant. En effet, différents experts (Shapero (1982), Riverin (2005)) affirment ou corroborent la reconnaissance aux immigrants « de qualités entrepreneuriales de base, qui se réfèrent notamment au risque que prennent ces individus en changeant de pays et en recommençant une nouvelle vie, « déplacement » constituant un des éléments déclencheurs à l'entrepreneuriat »¹⁵. La Montréal accueille-t-elle des immigrants ayant une plus forte propension entrepreneuriale que le reste de la population?

15 RIVERIN, Nathaly, FONDATION DE L'ENTREPRENEURSHIP, *Le portrait global de l'entrepreneuriat au Québec et chez les jeunes en 2005*, 2005, p.25.

TABLEAU 9 : L'IMMIGRATION ET LE MONDE DES AFFAIRES EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)¹⁶

	Montréal	Ensemble du Québec
Intention de créer	15,6 %	18,6 %
TAE prédémarrage	7,8 %	7,0 %
TAE démarrage ou établies	7,1 %	7,3 %
TEF	0,3 %	2,3 %

Le portrait entrepreneurial des immigrants de Montréal est très positif.

- **Intentions** : 15,6 % des immigrants de la région ont envie de créer une entreprise au cours des 3 prochaines années, comparativement à 18,6 % dans l'ensemble du Québec. Bien que n'apparaissant pas dans ce tableau, nous avons pu constater une évolution de cet indicateur chez les immigrants, au cours des trois années à l'étude, de la même façon que chez la clientèle des 18-34 ans. Bref, il s'agit d'un bon signe pour l'avenir, mais il y a lieu de se demander comment les identifier et les encadrer, très tôt lors de leur arrivée dans la région, pour leur faire valoir les possibilités offertes par la carrière entrepreneuriale et le support qui est leur est rendu disponible régionalement.
- **Prédémarrages** : 7,8 % des immigrants régionaux sont en prédémarrage, comparativement à 7,0 % des immigrants nationaux. Nous notons un meilleur ratio de passage à l'acte des intentionnés (0,5 % des intentionnés) qu'ailleurs au Québec (0,4 %).
- **Démarrages et établies**: Beaucoup d'immigrants en démarrage d'entreprise ou possédant une entreprise établie depuis plus de 42 mois (7,1 %), quoique très légèrement inférieur au reste du Québec (7,3 %). Bref, le ratio de passage du prédémarrage au démarrage et à l'entreprise établie est moins élevé qu'ailleurs au Québec et soulève un questionnement. Ont-ils facilement accès aux organismes de support, bénéficient-ils de programmes adaptés leur permettant d'allier leur entreprise à leur réalité d'immigrants? Toutefois, l'entrepreneuriat chez les immigrants n'est pas un phénomène nouveau en Montréal si nous nous fions aux 7,1 % d'entre eux possédant une entreprise en démarrage ou une entreprise établie depuis plus de 42 mois.
- **Fermetures** : Les immigrants entrepreneurs de la Montréal ont réussi à pérenniser leur entreprise, ce qui est confirmé d'ailleurs par le plus que faible taux de fermeture (0,3 % contre 2,3 % au Québec). Cette clientèle est donc encore plus intéressante du fait qu'elle réussit à tirer son épingle du jeu. Les modèles à succès sont bien omniprésents, il suffit maintenant de les faire connaître pour rehausser les intentions et les prédémarrages. Pourquoi ne pas envisager que ces entrepreneurs accueillent les immigrants en parlant de leur carrière entrepreneuriale? Connaissant la passion et le dynamisme contagieux des entrepreneurs, il y a fort à parier que les intentions augmenteraient du même coup, si réalisées de façon continue.

¹⁶ À noter qu'une rectification a été apportée par rapport aux 3 projets-pilotes, expliquant certains écarts dans les résultats au niveau du Québec. En effet, les données représentent maintenant la moyenne 2004-2007 de l'entrepreneuriat immigrant, plutôt que 2004-2006, dans le but d'apporter une plus-value au dossier.

Il faut donc se souvenir que la Montréal dispose d'un bon bassin d'entrepreneurs immigrants qui affichent de plus en plus d'intentions entrepreneuriales au fil des années. Il s'agit là d'un levier pour l'avenir entrepreneurial de la région, mais il faudra s'assurer que les organismes de soutien peuvent les encadrer de façon particulière, pour prendre en considération leur réalité d'immigrants.

Par-delà le fait d'immigrer dans un autre pays, certaines migrations sociales consistent à quitter sa région d'origine au profit d'une autre. Ce phénomène, dénommé migration interrégionale, puise sa source dans différentes justifications, passant du désir de suivre une formation qui n'est pas disponible régionalement, à la volonté de gagner un meilleur salaire ou d'élever ses enfants dans un milieu semblant offrir de meilleures conditions de vie. Dans le même ordre d'idées, certains entrepreneurs, pour différentes raisons, migreront dans une autre région pour démarrer leur entreprise alors que d'autres choisiront leur région d'origine comme siège social. La Montréal se veut-elle un lieu propice à la venue de migrants désireux de lancer leur propre entreprise?

TABLEAU 10 : L'ENTREPRENEURIAT ENDOGÈNE EN MONTRÉAL ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2006-2007)

	Montréal	Ensemble du Québec
Intention de créer	82,5 %	51,7 %
TAE prédémarrage	58,2 %	49,3 %
TAE démarrage ou établies	78,0 %	72,2 %
TEF	0,0 %	50,7 %

Quelle proportion d'entrepreneurs, à différents stades, sont des natifs de la région?

- **Intentions** : Parmi les intentionnés chez les gens âgés de 18 à 64 ans vivant en Montréal, il s'avère que 82,5 % d'entre eux sont natifs de la région, ce qui est plus de 30,0 points de pourcentage supérieur à l'ensemble du Québec. Ayant noté préalablement une faiblesse au niveau des intentions d'entreprendre, il s'avère une piste fort intéressante de vanter la force du tissu entrepreneurial régional relativement aux démarrages et aux entreprises établies (les gens se lancent, ils ont les ressources ici et ils prospèrent en affaires) dans la stratégie de communication pour favoriser la migration vers la région d'individus. Nous risquerions ainsi de récolter des gens aux intentions entrepreneuriales comme nouveaux arrivants, en plus d'alimenter la roue de l'entrepreneuriat en fournissant des modèles diversifiés.
- **Prédémarrages, démarrages et établies** : Toujours plus régionaux que dans l'ensemble du Québec, 58,2 % des prédémarrages réalisés en Montréal le sont par des gens nés dans la région et cette proportion grimpe à 78,0 % pour les démarrages et les entreprises établies, aspect pour lequel la région se démarque d'ailleurs de l'ensemble du Québec (72,2 % des entreprises en démarrage et établies).
- **Fermetures** : Enfin, aucune personne ayant fermé une entreprise, au cours de la dernière année, en Montréal, était native de la région, ce qui est un excellent levier sur lequel construire un argumentaire pro-entrepreneurial.

- Que faut-il retenir de ce tableau de l'entrepreneuriat endogène? Que les entrepreneurs de la Montérégie se caractérisent par une forte proportion de gens natifs de la région.

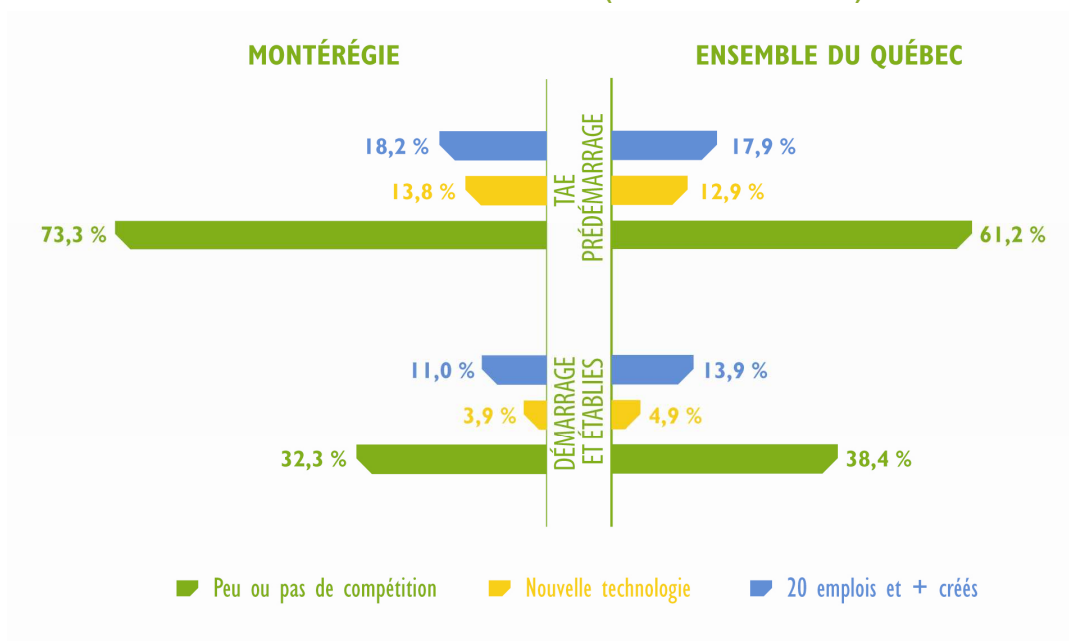
Par ailleurs, il est également probant d'aborder l'entrepreneuriat local sous l'angle de deux types d'activités entrepreneuriales, soit l'entrepreneuriat à haut potentiel et l'entrepreneuriat social, notamment pour les impacts engendrés par ces mêmes activités sur la société hôte.

1.8. L'entrepreneuriat à haut potentiel

Tout d'abord, l'entrepreneuriat à haut potentiel constitue une source importante de nouveaux emplois et est majoritairement associé à des domaines fortement liés aux progrès techniques et technologiques, à l'innovation, tous intimement bénéfiques à l'ensemble de la société. Nous qualifions d'entrepreneurs à haut potentiel les créateurs d'entreprises qui envisagent embaucher 20 personnes ou plus au cours des cinq prochaines années, qui utilisent des technologies disponibles depuis moins d'un an, qui ont peu ou pas de concurrence directe, et ce, en plus d'offrir un produit nouveau.

En raison du nombre élevé de critères à remplir pour être qualifiées d'entreprises à haut potentiel, très peu d'entreprises peuvent correspondre à cette définition. Conséquemment, nous avons préféré vous présenter les résultats enregistrés par la Montérégie séparément pour trois des indicateurs de mesure de la haute technologie, plutôt que pour la combinaison d'entre eux.

GRAPHIQUE 4 : L'ENTREPRENEURIAT À HAUT POTENTIEL¹⁷ EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2006)



- Un fait ressort fortement du graphique précédent : les personnes en prédémarrage de la région surestiment leurs avantages concurrentiels relativement à la faible concurrence, à la nouveauté de leurs technologies et à leurs prévisions d'embauches. En effet, ces prévisions sont systématiquement plus élevées que la moyenne nationale, et elles retombent invariablement sous la moyenne québécoise pour les entreprises démarrées et établies. Les entrepreneurs régionaux ont-ils recours aux organismes de soutien en phase de prédémarrage, pouvant fournir de l'expertise pour fixer les prévisions apparaissant dans le plan d'affaires? Ayant observé préalablement une faiblesse régionale au stade du prédémarrage, il semble bien qu'il s'agit là d'une poste d'explication plausible considérant cette surévaluation généralisée... La plus forte surévaluation est observée dans l'absence ou la très faible concurrence, envisagée par 73,3 % des entrepreneurs en prédémarrage dans la région contre 61,2 % de leurs homologues québécois.
- Les aspects sur lesquels la région se compare le plus à la moyenne québécoise sont l'utilisation de technologies disponibles généralement depuis moins d'un an (3,9 % comparativement à 4,9 % au Québec pour les entreprises démarrées et établies) et la création de 20 emplois et plus dans un horizon de cinq ans (11,0 % vs 13,9 % au Québec pour les entreprises démarrées).

17 Des rectifications ont été apportées par rapport aux 3 rapports pilotes précédents, expliquant la différence au niveau des résultats enregistrés pour l'ensemble du Québec. La moyenne est maintenant toujours réalisée à partir des années 2004-2005 et 2005-2006, alors qu'elle variait dans les rapports précédents. Au niveau de la concurrence, celle-ci inclut maintenant les entrepreneurs affirmant avoir aucune ou peu de compétition, étant auparavant seulement constituée des répondants n'ayant aucune concurrence. Enfin, la catégorie « 20 emplois » est maintenant incluse dans les emplois envisagés pour les 5 prochaines années, alors qu'on traitait auparavant « plus de 20 emplois ».

Bref, nous ne pouvons affirmer que la région se démarque par la création d'entreprises correspondant aux critères mentionnés préalablement de haut potentiel, malgré le fait qu'elle enregistre peu de différences significatives avec l'ensemble du Québec.

1.9. L'entrepreneur social

Quant à l'entrepreneuriat social, il occupe une place prépondérante à la décision d'entreprendre pour répondre à divers besoins d'ordre social, communautaire ou caritatif. Bien que le profit demeure une visée intrinsèque, ce type d'entrepreneuriat réalise cet objectif et assure sa pérennité en ayant comme objectif de mire la localité, la région dans laquelle il évolue. Vous trouverez, dans le tableau qui suit, le pourcentage d'organisations en démarrage et établies depuis plus de 42 mois, dans les différentes régions administratives du Québec, qui se définissent comme une organisation charitable, une organisation à but non lucratif ou une coopérative.

TABLEAU 11 : L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL DANS LES RÉGIONS ADMINISTRATIVES DU QUÉBEC (2005-2006)

	Total	Organisations établies	Organisations en démarrage
Estrie	10,0 %	8,2 %	1,8 %
Côte-Nord	10,0 %	9,8 %	0,1 %
Outaouais	9,8 %	9,0 %	0,7 %
Bas-St-Laurent	9,7 %	7,3 %	2,5 %
Chaudière-Appalaches	9,7 %	8,9 %	0,7 %
Abitibi-Témiscamingue	8,8 %	7,9 %	0,9 %
Capitale-Nationale	8,0 %	7,7 %	0,3 %
Montérégie	7,8 %	7,2 %	0,6 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	7,6 %	6,5 %	1,1 %
Saguenay-Lac-St-Jean	7,4 %	6,4 %	1,0 %
Centre-du-Québec	7,1 %	7,1 %	0,0 %
Laurentides	6,9 %	6,5 %	0,5 %
Mauricie	6,6 %	6,6 %	0,0 %
Montréal	6,0 %	5,4 %	0,6 %
Lanaudière	5,5 %	4,6 %	0,9 %
Laval	4,4 %	4,1 %	0,3 %
Ensemble du Québec	7,3 %	6,6 %	0,7 %

- Avec un taux d'entrepreneuriat social de 7,8 %, la région se positionne au-dessus de la moyenne nationale de 7,3 %. Une proportion importante de la population évolue dans des coopératives, des organisations charitables et des OBNL¹⁸, comme dirigeants et administrateurs, ce qui la situe à mi-peloton dans le classement québécois des entreprises sociales.
- Bien qu'un nombre plus important d'entrepreneurs établis soient à caractère social en Montréal (7,2 %) que dans l'ensemble du Québec (6,6 %), en général, le pourcentage d'entreprises en démarrage à caractère social y est très légèrement plus faible (0,6 % vs 0,7 % au Québec). Bref, la région se situe également environ à mi-rang au Québec quant aux entreprises ayant plus de trois mois de salaires versés qui sont à caractère social.

La Montréal se situe à mi-rang au Québec quant aux prédémarrages et entreprises en démarrage ou établies à caractère social.

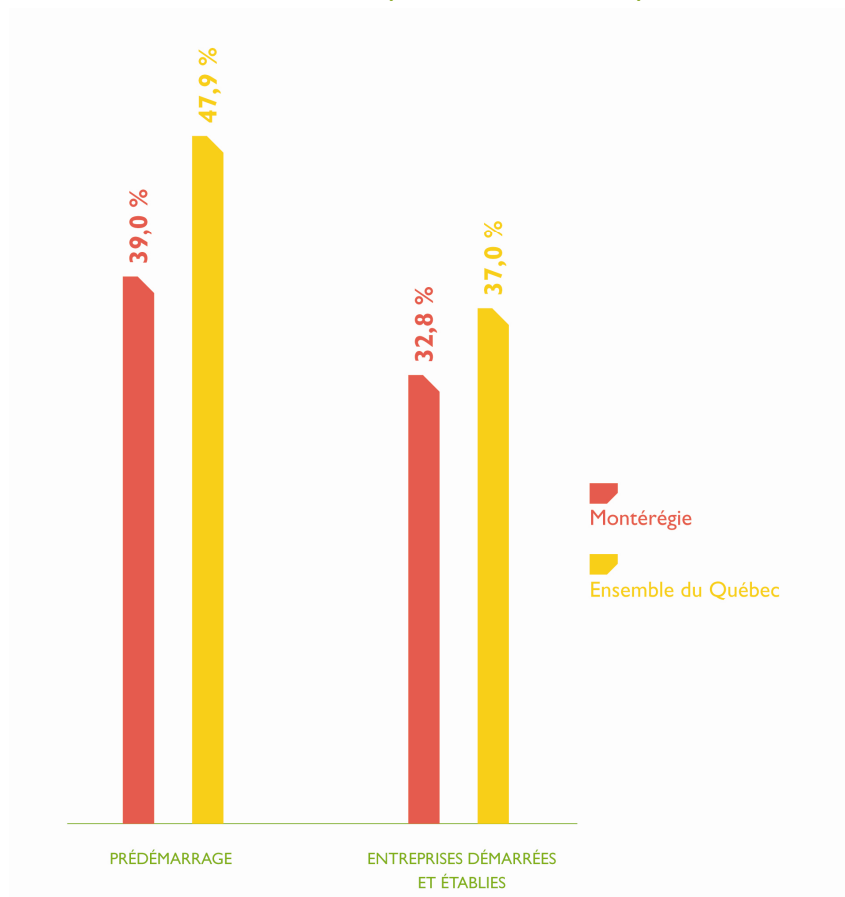
1.10. L'équipreneuriat

Bien que la prise de décision soit plus rapide, la liberté d'action plus grande et les risques de conflit diminués par le fait d'être le seul maître d'œuvre à la tête d'une entreprise, certains entrepreneurs, à différentes étapes du processus entrepreneurial, préfèrent d'emblée la copropriété et la cogestion. En effet, œuvrer en équipe procure également son lot d'avantages, à savoir une motivation contagieuse, une expertise diversifiée et complémentaire, l'accès à un plus grand réseau, etc.

Vous pouvez observer, au graphique suivant, ce que les entrepreneurs de la Montréal et de l'ensemble du Québec privilégient à cet égard.

¹⁸ Organisations à but non lucratif

GRAPHIQUE 5 : L'ÉQUIPRENEURIAT EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC POUR LES ENTREPRISES EN PRÉDÉMARRAGE ET CELLES DÉJÀ DÉMARRÉES ET ÉTABLIES (MOYENNE 2004-2007)



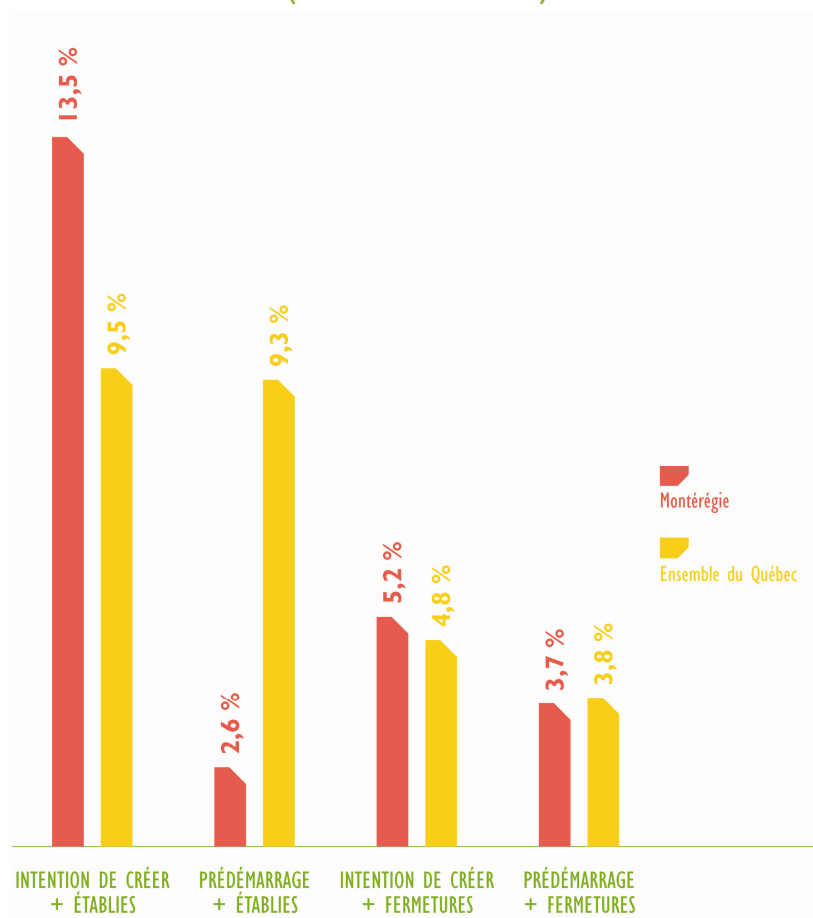
- L'entrepreneuriat semble être un phénomène plus individuel que collectif dans la région, de façon plus importante que dans l'ensemble du Québec. En effet, ce sont 39,0 % des entrepreneurs en prédémarrage qui se lancent dans l'aventure à plusieurs régionalement, comparativement à 47,9 % au Québec. Qui plus est, l'équipreneuriat touche 32,8 % des entreprises démarrées et établies de la région, comparativement à 37,0 % au Québec.
- Les programmes gouvernementaux offerts régionalement et au national se sont-ils adaptés à cette réalité de plus en plus présente? Peut-on toucher des subventions de prédémarrage ou de démarrage en détenant 50,0 % d'une entreprise?

L'équipreneuriat pourrait être un modèle à vendre pour augmenter les intentions entrepreneuriales. Cette forme d'entrepreneuriat permet de partager la tâche, de concilier davantage le travail et la famille; bref, est très populaire auprès des nouvelles générations d'entrepreneurs. Il y a là opportunité d'adapter les mesures d'aide et de vendre les avantages d'un tel modèle dans les activités de promotion à l'entrepreneuriat réalisées. Même régionalement il faut se pencher sur ce fait puisque, même si n'apparaissant pas dans ce graphique, les données annuelles nous permettent de voir une augmentation à chaque année des prédémarrages réalisés en équipe, étant passé de 33,5 % en 2004-2005 à 44,2 % en 2006-2007, soit 1,3 fois plus en 2006-2007.

1.11. Le « serial entrepreneur »

Certaines personnes, à l'intérieur d'une société, sont qualifiées d'entrepreneurs en série. Ces derniers, en plus de posséder ou d'avoir fermé une entreprise au cours de la dernière année, travaillent déjà, en pensée ou en action, à en développer une autre. Observons, dans le graphique 6, la présence de « serial entrepreneurs » en Montréal et dans l'ensemble du Québec.

GRAPHIQUE 6 : L'ENTREPRENEURIAT EN SÉRIE AUX DIVERSES ÉTAPES DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL EN MONTRÉAL ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)



- Au niveau des entrepreneurs en série en Montréal, nous constatons qu'ils sont plus nombreux qu'ailleurs au Québec à envisager et avoir l'intention de recommencer qu'ailleurs au Québec.
- Bref, le milieu semble pardonner l'échec puisque 5,2 % des intentions d'entreprendre sont formulées par des entrepreneurs ayant fermé une entreprise au cours des 12 derniers mois. Cela constitue réellement une force régionale car il est plus fréquent d'échouer lorsque c'est la première fois que l'on s'adonne à une activité. Il est important de conserver cette expérience durement acquise régionalement et de voir ces entrepreneurs redémarrer une entreprise dans la région, maintenant muni d'armes qui s'acquiert avec l'expérience. La tolérance du milieu à l'échec (hypothèse émise) sera analysée en section 2.

- Nous avons vu précédemment la force de la région quant aux entreprises établies depuis plus de 42 mois. Il ressort maintenant que 13,5 % des intentions régionales d'entreprendre sont formulées par ces entrepreneurs qui possèdent déjà une entreprise pérenne depuis plus de trois ans. De beaux succès, issus d'entrepreneurs d'expérience à la barre de nouvelles entreprises, sont donc à escompter pour la région.
- Toutefois, la Montréal se situe davantage au niveau des intentions (pour l'entrepreneuriat en série) qu'au niveau du prédémarrage réel. En effet, elle enregistre à cet égard des résultats sous la moyenne nationale, tant au niveau des entrepreneurs en prédémarrage qui ont fermé une entreprise au cours des douze derniers mois (3,7 % vs 3,8 % au Québec, bien que très légèrement inférieurs) que de ceux qui sont en prédémarrage et qui possèdent déjà une entreprise établie (2,6 % vs 9,3 % au Qc : très grand écart).
- La fameuse étape du prédémarrage revient encore une fois assombrir le portrait de l'entrepreneuriat de la Montréal.

- Plus d'entrepreneurs en série que dans l'ensemble du Québec; bref, des entreprises toujours au stade de la pensée qui seront possiblement développées par des entrepreneurs ayant déjà une expérience en affaires, améliorant du coup les chances de succès.

Nous vous proposons maintenant une brève conclusion réitérant les constats les plus importants émis dans la section 1 : le portrait de l'entrepreneuriat en Montréal. Par la suite, nous mettrons ces données en relation avec l'environnement des affaires et le tissu entrepreneurial dans lequel baignent ces entrepreneurs actuels et en devenir identifiés en section 1, permettant, encore une fois, de trouver de nouvelles pistes d'explication à la situation actuelle et de parfaire notre connaissance de la demande actuelle en Montréal.

Conclusion de la partie 1

Passant d'une activité entrepreneuriale par habitant, pour l'ensemble des MRC de la Montréal, moins importante que dans l'ensemble du Québec de 1992 à 2000, la Montréal a su prendre sa destinée entrepreneuriale en mains pour afficher, de 2004 à 2007, un portrait de l'entrepreneuriat, à bien des égards, enviable au Québec. Globalement, la Montréal enregistre des taux croissants, d'année en année, et invariablement supérieurs à la moyenne nationale (en moyenne 1,3 fois supérieurs) quant à la proportion de sa population possédant une entreprise en démarrage, tout comme d'excellents résultats (en moyenne 1,2 fois supérieurs) quant aux entreprises ayant passé le cap des 3 premières années et demie de vie (établies). Le taux de fermeture (1,5 %) est, pour sa part, très légèrement plus positif que la moyenne nationale (1,6 %). Combiné aux démarrages et entreprises établies plus nombreuses régionalement, on justifie ainsi le meilleur taux de succès entrepreneurial en Montréal (10,5) qu'au national (9,1).

Toutefois, il n'y a pas que du positif qui ressort de ce portrait de l'entrepreneuriat en Montréal. En effet, la région enregistre une proportion de sa population en situation de prédémarrage systématiquement en deçà de la moyenne nationale (en moyenne 1,3 fois inférieur), ce qui risque fort de continuer ainsi étant donné les taux d'intentionnalité plus faibles régionalement (11,6 %) qu'au Québec (13,1 %). Mais qui sont les entrepreneurs de la Montréal? Lesquels parmi eux propulsent la région vers le haut au chapitre de l'entrepreneuriat au Québec, et quels autres contribuent aux performances plus mitigées obtenues à l'égard des intentions et des prédémarrages? Avec qui travailler en priorité pour conserver, voire même améliorer, notre bonne position à l'échelle québécoise et devenir un modèle? Voici donc les grands constats, résumant à la fois les forces et faiblesses des différentes clientèles et divers types d'entrepreneuriat, ressortant de la section 1, articulés autour de chacune des étapes du processus entrepreneurial.

Intentions d'entreprendre :

- Elles augmentent chez les femmes plus rapidement en Montréal que dans l'ensemble du Québec, alors qu'elles diminuent chez les hommes plus fortement régionalement qu'au national;
- Elles sont plus faibles chez les 18-34 ans et les 35-64 ans en Montréal que dans l'ensemble du Québec; toutefois, les intentions jeunesse croissent davantage à l'échelle régionale qu'au national (15,5 fois supérieur);
- Celles des 35-64 ans décroissent en Montréal, alors qu'elles croissent dans l'ensemble du Québec;
- Moins d'intentions entrepreneuriales chez les immigrants que dans l'ensemble du Québec, mais croissant plus rapidement régionalement qu'au national;
- Une plus grande proportion de gens de 55 ans et plus envisageant la carrière entrepreneuriale en Montréal que dans l'ensemble du Québec (gens d'expérience dans un domaine, mieux nantis financièrement, etc.).

Prédémarrages :

- Ils sont plus faibles chez les femmes que dans l'ensemble du Québec, mais le plus grand écart s'observe au niveau des hommes avec ceux de l'ensemble du Québec;
- Même s'ils sont sous la moyenne nationale pour les jeunes et moins jeunes, les prédémarrages des 18-34 ans croissent à une vitesse plus importante en Montréal que dans l'ensemble du Québec (croissance 1,3 fois supérieure en Montréal) alors que les prédémarrages des 35-64 ans décroissent plus rapidement qu'ailleurs au Québec (1,5 fois supérieure en Montréal);
- Proportion plus importante de gens âgés de 55 ans et plus en situation de prédémarrage régionalement que dans l'ensemble du Québec ;
- Plus grande proportion d'immigrants en prédémarrage régionalement que dans l'ensemble du Québec;

- Les personnes en prédémarrage de la région surestiment leurs avantages concurrentiels relativement à la faible concurrence, à la nouveauté de leurs technologies et à leurs prévisions d'embauches;
- La Montérégie se situe à mi-rang au Québec quant aux prédémarrages à caractère social;
- Plus grande proportion de prédémarrages solitaires en Montérégie que dans l'ensemble du Québec, mais croissance plus importante des prédémarrages en équipe qu'au Québec.

Démarrages:

- Croissance 1,8 fois plus importante chez les femmes que dans l'ensemble du Québec, cumulée à une augmentation 1,3 fois plus importante chez les hommes qu'au Québec;
- Une proportion 1,5 fois plus élevée de jeunes en démarrage en Montérégie que dans l'ensemble du Québec, cumulée à une proportion 1,2 fois plus importante de 35-64 ans en démarrage régionalement.

Établies :

- Croissance 14,5 fois plus importante chez les femmes en Montérégie que dans l'ensemble du Québec, combinée à une diminution sensiblement égale chez les hommes régionalement qu'au national;
- Plus de jeunes et moins jeunes possédant une entreprise établie en Montérégie que dans l'ensemble du Québec, mais une croissance 2,7 fois supérieure chez les jeunes régionalement qu'au national, alors que les 35-64 ans enregistrent une décroissance plus importante que dans l'ensemble du Québec.

Démarrages et établies :

- La Montérégie se situe à mi-rang au Québec quant aux entreprises en démarrage ou établies à caractère social;
- Une proportion plus importante d'entreprises en démarrage ou établies possédées et gérées de façon solitaire que dans l'ensemble du Québec.

Fermetures :

- Plus positif que dans l'ensemble du Québec, autant chez les hommes que chez les femmes;
- Plus négatif chez les 18-34 ans que dans l'ensemble du Québec, mais plus positif chez les 35-64 ans dans la région;
- Plus grande proportion de fermetures chez les 55 ans et plus en Montérégie que dans l'ensemble du Québec;
- Plus faible taux de fermeture chez les immigrants en Montérégie que dans l'ensemble du Québec (7,7 fois inférieur).

Vous trouverez, dans la section 5 intitulée « l'adéquation entre l'offre en entrepreneuriat et les besoins du milieu », les principales recommandations de la Fondation de l'entrepreneurship (FDE) découlant de ces observations, et de celles qui suivront dans les sections 2 à 4. Afin de bien compléter ce portrait illustrant les besoins en entrepreneuriat ressentis par le milieu, concentrons-nous sans plus tarder à décrire et analyser l'environnement des affaires et le tissu entrepreneurial dans lesquels évoluent les entrepreneurs potentiels et actuels de la région administrative de la Montérégie.

PARTIE 2 : PORTRAIT DE L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT

Cette partie a pour principal objectif de quantifier et de qualifier l'environnement des affaires et le tissu entrepreneurial de la région administrative de la Montérégie.

Pour ce faire, une série d'indicateurs significatifs pour l'entrepreneuriat local seront mesurés. Ces derniers proviennent, d'une part, du sondage GEM¹⁹ et, d'autre part, du *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, produit par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation²⁰.

L'ensemble des indicateurs présentés dans cette section ont été démontrés comme explicatifs des variations de l'entrepreneuriat local dans les études doctorales de la coauteure, Mme Nathaly Riverin. Dès lors, en comparant les résultats de la Montérégie avec ceux obtenus par le reste du Québec, les éléments distinctifs de cette région administrative seront mis en évidence, et ce, autant pour ses forces, ses faiblesses que pour les possibilités et les menaces qui se dessinent dans l'environnement actuel.

La culture entrepreneuriale se définit comme une culture qui valorise les caractéristiques personnelles associées à l'entrepreneurship (l'individualisme, la marginalité, le besoin de réalisation personnelle, la prise de risques, la confiance en soi et les habiletés sociales), qui valorise également le succès personnel, tout en pardonnant l'échec, qui encourage la diversité et non l'uniformité et, enfin, qui encourage le changement et non la stabilité²¹.

19 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA), *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Canada*, Bases de données des sondages GEM réalisées en 2004-2005, 2005-2006, 2006-2007.

20 MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION. *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, Québec, Édition 2008, 91 p.

21 RIVERIN, Nathaly. FONDATION DE L'ENTREPRENEURSHIP. *Comment évaluer la culture entrepreneuriale dans une communauté?*, Centre de vigie et de recherche sur la culture entrepreneuriale (CVRCE), Montréal, vendredi 25 août 2006, Site Internet officiel. <http://cvrce.entrepreneurship.qc.ca/>

2.2. La présence de petites entreprises : vivier d'entrepreneuriat

Parmi les facteurs explicatifs les plus puissants, la présence de petites entreprises se place en peloton de tête. En effet, la multiplicité et la diversité, sur un territoire, de plusieurs petites entreprises favorisent la proximité aux dirigeants, l'émulation entre individus et surtout démystifie l'entrepreneuriat. Cette proximité avec les dirigeants place tous les travailleurs et partenaires devant la question fondamentale du « Pourquoi pas moi? »? De même, l'absence de bourgeoisie hiérarchisante et de structures lourdes caractérisant les PME humanise ce personnage mythique du patron. La concentration sur un même territoire de plusieurs petites entreprises est donc un bon indicateur de cette émulation, d'un vivier d'entrepreneurs.

Dans le tableau qui suit, le terme micro-entreprise définit les entreprises de 1 à 4 employés, la petite entreprise correspond aux organisations de 5 à 49 employés, la moyenne entreprise est caractérisée par un nombre variant de 50 à 199 employés et la grande entreprise fournit de l'emploi à plus de 200 travailleurs.

TABLEAU 12 : LES ÉTABLISSEMENTS PAR TAILLE (NOMBRE D'EMPLOYÉS), EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2007)²²

	Montérégie		Ensemble du Québec	
	Part en région	Part au Québec	Part en région	Part au Québec
1 à 4 employés	54,3 %	17,6 %	52,0 %	100,0 %
5 à 49 employés	41,6 %	16,3 %	43,1 %	100,0 %
50 à 199 employés	3,5 %	15,0 %	4,0 %	100,0 %
200 et plus	0,6 %	12,1 %	0,9 %	100,0 %

En Montérégie, le nombre de microétablissements (1 à 4 employés) représente 54,3 % du nombre total d'établissements, alors que ces derniers constituent 52,0 % des établissements, tous types confondus, dans l'ensemble du Québec. Bref, nous notons un écart de 2,3 % avec l'ensemble du Québec pour les établissements de très petite taille.

En ce qui concerne le groupe des « 5 à 49 employés », 43,1 % des établissements du Québec en font partie, alors que ce pourcentage se chiffre à 41,6 % en Montérégie, ce qui constitue un écart de 1,5 %.

22. MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION, *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, p. 41.

Relativement aux organisations de « 50 à 199 employés », elles caractérisent 3,5 % des entreprises actives en Montréal, comparativement à 4,0 % de l'ensemble des organisations du Québec (écart de 0,5 %).

Qui plus est, la grande entreprise (200 employés et plus) représente 0,9 % des établissements du Québec, comparativement à 0,6 % des entreprises localisées en Montréal (écart de 0,3 %).

Enfin, il appert que les microétablissements se retrouvent davantage dans les régions centrales et ressources, alors que les organisations de cinq employés et plus se situent surtout dans les régions de la Capitale-Nationale, de Montréal et de Laval²³.

Évidemment, considérant les discussions préalables, nous notons que la région est caractérisée par une plus forte présence de très petites entreprises, ce qui est excellent pour la compétitivité entre entreprises et l'émulation. Également, la Montréal se classe 2^e au Québec quant au nombre total d'établissements y exerçant des activités, avec 40 129 établissements s'y activant, sur 237 521 établissements au Québec, soit une proportion de 16,9 % des établissements du Québec. Bref, la région comporte plusieurs entreprises, fournissant des modèles d'entrepreneurs diversifiés à la population et celles-ci, tel que présenté dans la section 1, sont surtout des micro-entreprises en démarrage ou établies.

2.3. Les valeurs, caractéristiques et capacités entrepreneuriales

Poursuivons maintenant cette analyse du tissu entrepreneurial et de l'environnement des affaires en nous attardant davantage à des indicateurs mesurant, principalement, la perception des individus quant à la carrière d'entrepreneur et à leurs capacités ressenties de démarrer, eux-mêmes, leur entreprise.

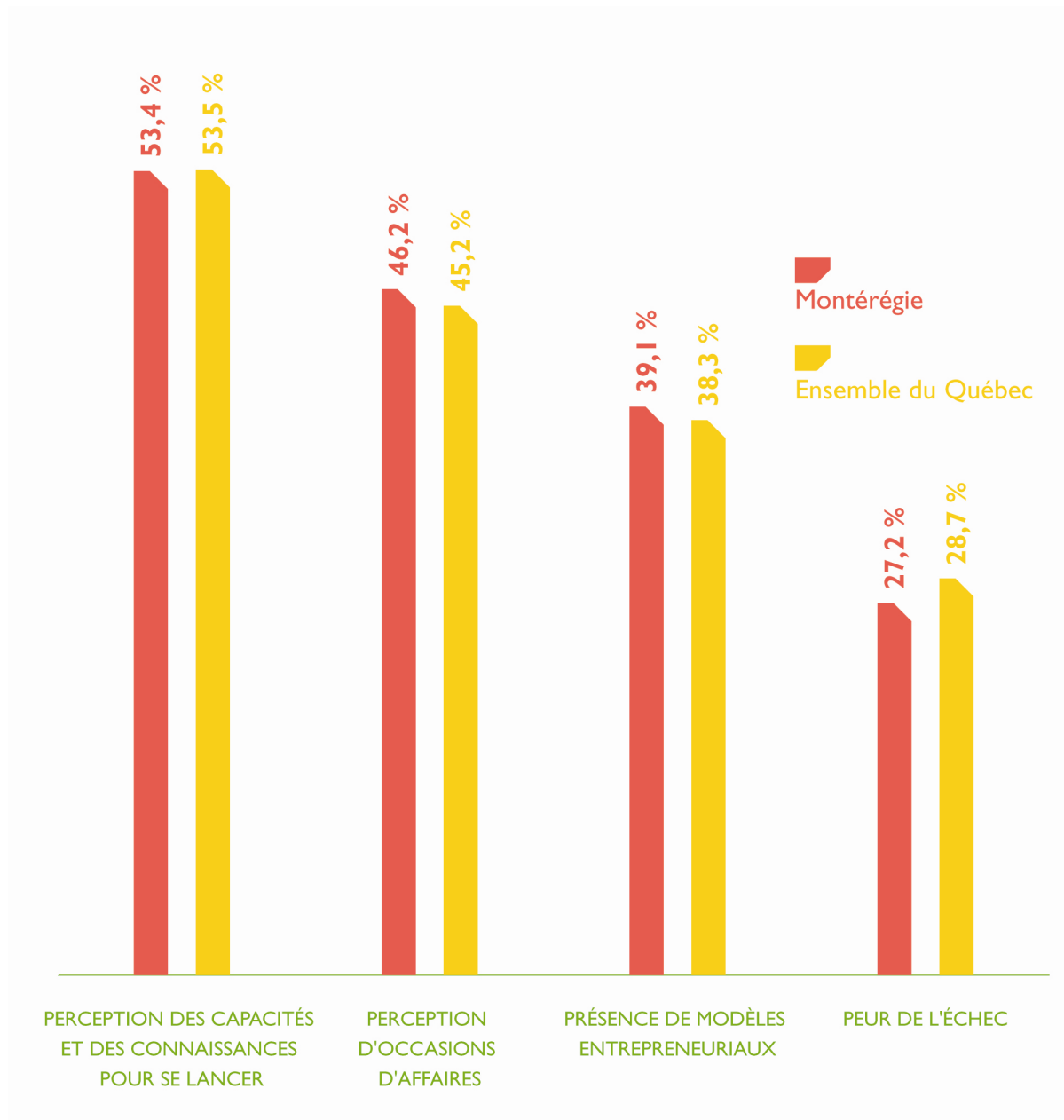
TABLEAU 13 : L'ESPRIT D'ENTREPRISE EN MONTRÉAL ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)

Indicateurs	Montréal				Ensemble du Québec			
	2004-2005	2005-2006	2006-2007	Moyenne	2004-2005	2005-2006	2006-2007	Moyenne
Perception des capacités et des connaissances pour se lancer	53,0 %	53,7 %	53,5 %	53,4 %	52,7 %	55,7 %	52,1 %	53,5 %
Perception d'occasions d'affaires	50,4 %	47,2 %	41,1 %	46,2 %	47,3 %	47,0 %	41,2 %	45,2 %
Présence de modèles entrepreneuriaux	35,6 %	40,0 %	41,7 %	39,1 %	36,8 %	39,7 %	38,4 %	38,3 %
Peur de l'échec	26,9 %	23,8 %	30,8 %	27,2 %	30,6 %	25,7 %	29,9 %	28,7 %

23 Ibid., p.40.

- La population de 18-64 ans croit avoir les capacités et les compétences nécessaires pour démarrer une entreprise (53,4 %) dans une proportion similaire à la moyenne nationale (53,5 %).
- Qui plus est, elle perçoit des occasions d'affaires dans son environnement immédiat (46,2 %) dans une plus grande proportion que dans l'ensemble du Québec (45,2 %), malgré une décroissance de cet indicateur plus forte régionalement qu'au national.
- L'hypothèse émise en section 1 est confirmée : La Montréal dispose de modèles entrepreneuriaux. 39,1 % des 18-64 ans en Montréal admettent connaître personnellement un entrepreneur, comparativement à 38,3 % au Québec. Les gens connaissent personnellement des entrepreneurs, 39,1 % de la population de 18-64 ans dans la région comparativement à 38,3 % au Québec. C'est sans aucun doute la présence, la connaissance, l'échange avec des entrepreneurs d'expérience (la plupart à la tête de micro-entreprises en démarrage ou établie dans la région) qui concrétisent et illustrent le plus l'entrepreneuriat. Leur dynamisme est contagieux. Notons également que la présence de modèles entrepreneuriaux est en croissance à chaque année dans la région, ce qui n'est pas le cas dans l'ensemble du Québec.
- Une autre hypothèse émise en section 1 se confirme : le milieu accepte l'échec entrepreneurial et la population de 18-64 ans en est bien consciente. En effet, seulement 27,2 % d'entre elles admet qu'elle pourrait être freinée dans ses intentions d'entreprendre par peur d'échouer, comparativement à 28,7 % en moyenne au Québec. Cette variable est plus sensible (voir la variation au cours des trois années à l'étude) et largement tributaire des fermetures d'entreprise, notamment publicisées, au courant de l'année. Ces bons résultats obtenus relativement à la peur de l'échec expliquent la force de l'entrepreneuriat en série constatée en section 1.

GRAPHIQUE 7 : L'ESPRIT D'ENTREPRISE EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)



Bref, l'esprit d'entreprise est excellent en Montréal, surpassant l'ensemble du Québec pour les 4 indicateurs nous permettant de le mesurer, ce qui justifie, en partie, les bons résultats régionaux en termes de démarrages et d'entreprises établies, sans pour autant expliquer les résultats mitigés relatifs aux faibles intentions d'entreprendre et prédémarrages.

Où développe-t-on nos aptitudes et compétences entrepreneuriales?

Considérant que le domaine des compétences semble sur une bonne voie régionalement, interrogeons-nous quant au rôle de l'école dans le développement des capacités et compétences entrepreneuriales, perçu par les entrepreneurs eux-mêmes. En effet, ces derniers ont-ils développé la « bosse des affaires » sur les bancs d'école ou attribuent-ils ces compétences à leurs proches (famille, amis), à l'environnement (organismes socioéconomiques) ou à eux-mêmes (livres, revues)?

Il est intéressant de montrer la diversité des sources de développement des capacités et des compétences entrepreneuriales en Montérégie. Nous reconnaissons un rôle de premier choix à l'école, mais il ne s'agit pas d'une exclusivité.

TABLEAU 14 : LES LIEUX OÙ LES ENTREPRENEURS DE LA MONTÉRÉGIE ÂGÉS DE 18-34 ANS ET DE 35-64 ANS ONT DÉVELOPPÉ LEURS CAPACITÉS ET LEURS COMPÉTENCES (2006-2007)

Lieux	18-34 ANS	35-64 ANS
École, cégep, université	29,2 %	40,3 %
Lectures, livres, revues	14,3 %	3,4 %
Famille	19,6 %	7,2 %
Amis / connaissances	10,5 %	11,7 %
Organismes impliqués dans le secteur	5,7 %	10,9 %
Autres moyens & ne sais pas	20,7 %	26,5 %
Total	100,0 %	100,0 %

- Contrairement aux autres régions analysées jusqu'à maintenant, il semble que l'école ait contribué davantage aux connaissances et capacités entrepreneuriales des 35-64 ans (40,3 %) qu'à celle des 18-35 ans (29,2 %). Serait-ce par le biais de la formation continue, de retours à l'école, d'une offre de cours pour gestionnaires d'entreprises diversifiée et publicisée? Nous ne pourrions malheureusement pas creuser cet aspect dans cette étude, mais la différence est notable et l'école semble avoir très bien fait auprès des 35-64 ans (moins de fermeture qu'au national pour ce groupe d'âge constaté en section 1). Les leaders régionaux du monde scolaire pourraient sans doute nous éclairer davantage sur ce point...Toutefois, les jeunes accordent une très faible importance à l'école dans le développement de leurs connaissances entrepreneuriales. Se remémorant les importantes fermetures d'entreprise chez ce groupe d'âge de même que les faibles prédémarrages, nous y voyons une piste explicative. Nous aurons l'occasion de constater les résultats obtenus régionalement par quelques organismes actifs en milieu scolaire en section 3, ce qui nous éclairera probablement davantage.

- La famille forme un groupe d'influence dans le développement des futurs entrepreneurs, encore plus pour les nouvelles générations (19,6 %). Sans doute est-ce attribuable aux forts résultats enregistrés en section 1 pour les entreprises démarrées et établies (nombreuses micro-entreprises, potentiellement des entrepreneurs dans la famille constituant également des modèles d'entrepreneurs à succès).
- Les amis et les connaissances demeurent incontournables pour contaminer positivement nos entrepreneurs de connaissances et compétences entrepreneuriales, pour les deux groupes d'âge étudiés, alors que les livres et l'autoapprentissage sont plus populaires auprès des jeunes (14,3 %) que de leurs aînés (3,4 %).
- Enfin, notons l'omniprésence des « autres moyens et ne sais pas ». Malheureusement, nous n'avons pas les données pour creuser ce phénomène, mais il y a fort à parier que le mentorat y est pour quelque chose (à confirmer dans la partie 3), tout comme Internet.

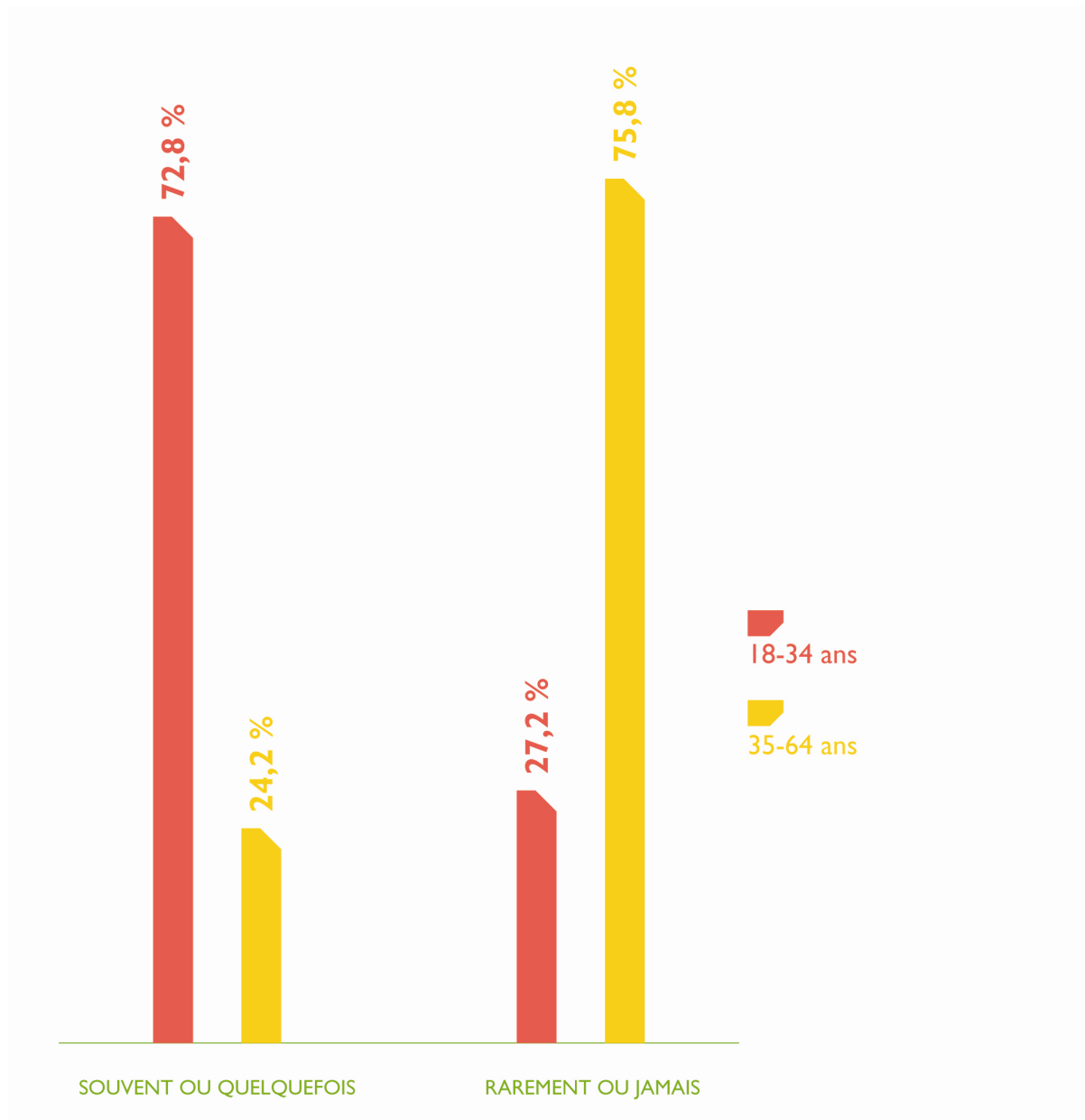
2.4. Le rôle de l'école

Une autre façon d'aborder l'implication du milieu scolaire dans le développement d'une culture des affaires consiste à s'interroger sur la prévalence d'un discours pro-entrepreneurial de la part des enseignants. En effet, ces derniers présentent-ils le métier d'entrepreneur comme une avenue potentielle au sortir de l'école?

TABLEAU 15: LA PRÉVALENCE D'UN DISCOURS PRO-ENTREPRENEURIAL CHEZ LES PROFESSEURS DE LA MONTÉRÉGIE AUX ÉLÈVES ÂGÉS DE 18-34 ANS ET DE 35-64 ANS (2004-2005 ET 2006-2007)

Fréquence	18-34 ANS			35-64 ANS		
	2004-2005	2006-2007	Moyenne	2004-2005	2006-2007	Moyenne
Souvent ou quelquefois	66,7 %	78,8 %	72,8 %	31,9 %	16,5 %	24,2 %
Rarement ou jamais	33,3 %	21,2 %	27,2 %	68,1 %	83,5 %	75,8 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

GRAPHIQUE 8 : LA PRÉVALENCE D'UN DISCOURS PRO-ENTREPRENEURIAL CHEZ LES PROFESSEURS DE LA MONTRÉGIE AUX ÉLÈVES ÂGÉS DE 18-34 ANS ET AUX 35-64 ANS (MOYENNE 2004-2005 ET 2006-2007)



- Le graphique 8 indique que l'école a joué un rôle significatif chez les 18-34 ans dans la région. Ainsi, 72,8 % des répondants de ce groupe d'âge mentionnent y avoir entendu parler d'entrepreneuriat souvent ou quelquefois. D'ailleurs, nous notons aussi une croissance des professeurs qui parlent d'entrepreneuriat de 2004 à 2007, ce qui signifie que le monde scolaire a pris la voie de l'entrepreneuriat. Ces résultats corroborent les données de la section 1 faisant état d'une croissance plus rapide des intentions d'entreprendre de 2004 à 2007 chez les jeunes de la région, malgré un manque à gagner.

- Une problématique ressort toutefois clairement : Les jeunes entendent parler d'entrepreneuriat à l'école, mais ne jugent pas y avoir développé leurs compétences entrepreneuriales. Quelle est l'offre de formations en milieu scolaire en entrepreneuriat régionalement? Sont-elles connues et publicisées? Existe-t-il des volets entrepreneuriaux, des activités parascolaires entrepreneuriales dans les écoles pour que les jeunes s'exercent? Nous tenterons de répondre à ces questions par l'analyse des perceptions des experts en entrepreneuriat et des mentors de la région dans la section 4 (sondage les invitant à se prononcer sur l'offre disponible, notamment pour l'éducation).
- La situation contraire est observée chez les 35-64 ans puisque seulement 24,2 % d'entre eux affirment avoir entendu parler d'entrepreneuriat par leurs professeurs. L'hypothèse selon laquelle les 35-64 ont développé leurs connaissances à l'école par le biais de la formation continue en étant déjà entrepreneur tend à se confirmer, malgré le manque de données plus « terrain » à cet égard.

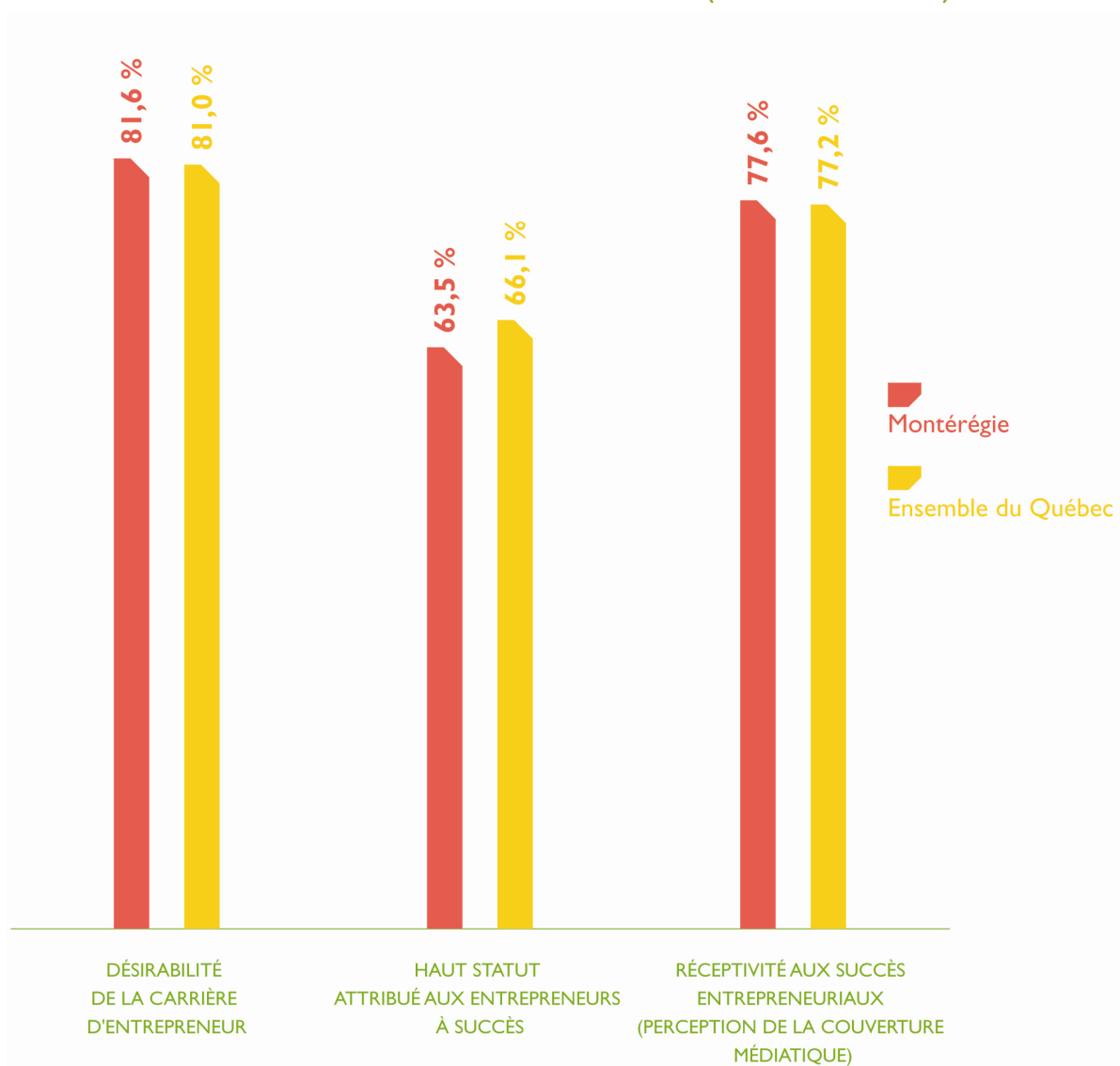
2.5. Le rôle de la communauté et de la famille

Considérant que les répondants sont également influencés par le milieu dans lequel ils évoluent, il est primordial de considérer un autre type d'indicateurs dans la mesure de l'entrepreneuriat local, soit la perception qu'ont les individus de leur environnement. En effet, jugent-ils vivre dans un environnement favorable au développement des affaires?

TABLEAU 16 : LE CARACTÈRE FAVORABLE DE L'ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2004-2007)

	Montréal				Ensemble du Québec			
	2004-2005	2005-2006	2006-2007	Moyenne	2004-2005	2005-2006	2006-2007	Moyenne
Désirabilité de la carrière d'entrepreneur	80,8 %	81,0 %	83,0 %	81,6 %	83,6 %	80,1 %	79,2 %	81,0 %
Haut statut attribué aux entrepreneurs à succès	68,4 %	60,2 %	62,0 %	63,5 %	69,4 %	63,4 %	65,4 %	66,1 %
Réceptivité aux succès entrepreneuriaux (perception de la couverture médiatique)	82,5 %	74,3 %	76,1 %	77,6 %	81,2 %	76,5 %	74,0 %	77,2 %

GRAPHIQUE 9 : LE CARACTÈRE FAVORABLE DE L'ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (MOYENNE 2004-2007)



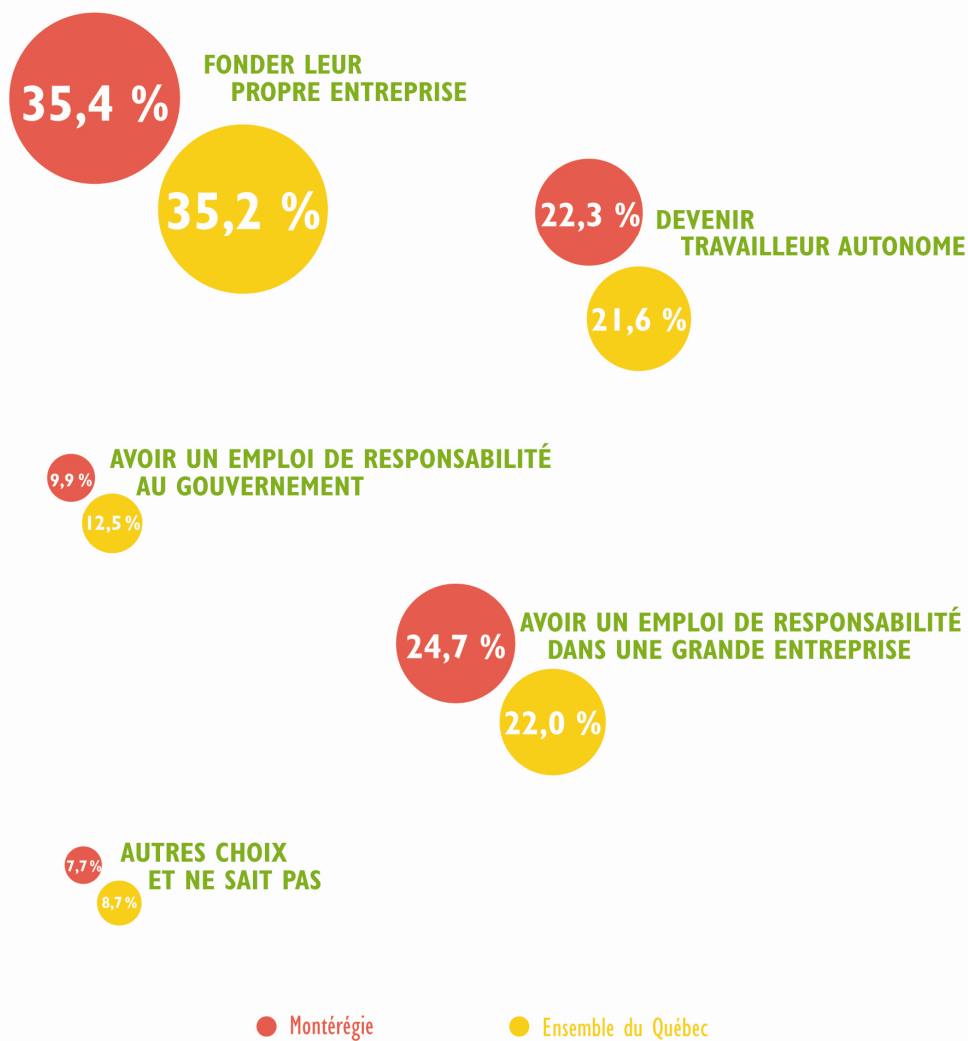
- Nous notons, dans la région de la Montérégie, que la perception d'une carrière en affaires est de plus en plus désirable au fil des années, alors que la situation inverse s'observe au Québec (déclin, pour une moyenne de 81,0 %). En effet, ce sont 81,6 % des personnes de 18-64 ans en Montérégie qui admettent le caractère désirable de cette carrière. Bref, les efforts investis commencent à porter fruit, il faut être patient et continuer en ce sens. En effet, les avantages à être entrepreneur doivent être véhiculés en continu.
- 63,5 % des répondants jugent que les entrepreneurs se voient attribuer un haut statut régionalement, alors que cette proportion se chiffre à 66,1 % au Québec. Nous y décelons une piste explicative justifiant des intentions entrepreneuriales plus faibles dans la région qu'au Québec, tout comme une proportion moins importante de gens en prédémarrage, ayant peine à se décider à faire le « grand saut ». Il faut valoriser nos entrepreneurs, en faire des vedettes, leur reconnaître toute la légitimité qu'ils méritent. La légitimité et la crédibilité du métier d'entrepreneur sont des cibles relevant d'un travail sur la culture entrepreneuriale.

- 77,6 % des 18-64 ans en Montréal perçoivent que la couverture médiatique traite des succès entrepreneuriaux, alors que cette proportion se chiffre à 77,2 % dans l'ensemble du Québec. Les médias constituant un moyen privilégié de redorer le statut des entrepreneurs, nous y voyons une opportunité bien présente.... Rappelons l'importance de montrer en continu des modèles à succès et de repositionner sans arrêt le débat.

2.6. Le rôle des parents

Enfin, il est primordial de mentionner un acteur pouvant représenter tout autant un levier qu'un frein à l'entrepreneuriat : les parents des entrepreneurs potentiels. Ces derniers ont été interrogés sur leur préférence quant à la carrière que pourraient exercer leurs enfants mineurs dans un avenir rapproché. Voici donc les résultats obtenus et les observations qui en découlent.

GRAPHIQUE 10 : LA PERCEPTION DES PARENTS FACE À LA CARRIÈRE D'ENTREPRENEUR EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2006-2007)



- En additionnant les options « fonder leur propre entreprise » et « devenir travailleur autonome²⁴ », nous constatons que 57,7 % des parents interrogés ont des propensions entrepreneuriales pour la carrière de leurs enfants, comparativement à 56,8 % pour l'ensemble du Québec.
- En conformité avec le reste de l'analyse, nous remarquons que la carrière entrepreneuriale est souhaitée par les parents de Montérégie pour leurs enfants dans une plus grande proportion que dans l'ensemble du Québec. Ayant observé préalablement que de nombreux modèles d'entrepreneurs à la tête de micro-entreprises en démarrage ou établies sont disponibles régionalement (sûrement des entrepreneurs dans la famille également) et que la famille représente un lieu de développement de compétences entrepreneuriales, particulièrement chez les 18-34 ans, ce constat n'est guère surprenant.
- La grande entreprise demeure toutefois très attrayante pour les parents de Montérégie, souhaitant à 24,7 % que leurs enfants y décrochent un poste de responsabilité, comparativement à 22,0 % ailleurs au Québec.
- Enfin, le poste de responsabilité au gouvernement est moins prisé régionalement, cet intérêt se chiffrant à 9,9 % en Montérégie comparativement à 12,5 % pour les parents du Québec.

En somme, les indicateurs étudiés préalablement ont permis de dresser un portrait de la culture et des capacités entrepreneuriales. Ce sont donc des indicateurs sur lesquels les acteurs disposent d'un certain contrôle, faisant davantage partie de l'environnement interne. En effet, la population de la Montérégie aura toujours la possibilité de se mobiliser afin de créer une culture plus entrepreneuriale, par exemple en réunissant les grands leaders locaux qui décideront de traiter davantage d'entrepreneuriat dans leurs discours publics, ou, au contraire, en travaillant à parler des avantages de la carrière d'entrepreneur à l'école.

Toutefois, d'autres indicateurs signifiants pour l'entrepreneuriat local sont plus difficiles à influencer, moins contrôlables, mais ils teintent les tendances et peuvent révéler des variations et des revirements à venir dans la dynamique territoriale. Notons entre autres la flexibilité territoriale, l'autonomie et l'ouverture au reste du monde.

2.7. Le caractère distinctif de la région

Comparons donc la région de la Montérégie à l'ensemble du Québec relativement à ces indicateurs plus « macro » que « micro », mais tout aussi chers à l'entrepreneuriat local. L'ensemble des données qui suivent proviennent de l'étude *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, produite par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation en 2008.

24 Le travailleur autonome est une personne qui gère une entreprise pour son propre compte, habituellement sous la forme d'une raison sociale enregistrée. La personne et l'entreprise ne sont pas distinctes tant au plan juridique que fiscal.

Dans cette section, la flexibilité territoriale sera évaluée grâce à la migration de la population ainsi qu'aux taux d'emploi, de chômage et d'activité. Cette flexibilité se caractérise par des mouvements de la population qui se révèlent souvent être des moments clés pour réorienter sa carrière et passer à l'action. Déménagement, changement d'emploi, perte d'emploi figurent dans la liste des facteurs déclencheurs du passage de l'intention à l'acte d'entreprendre.

2.7.1. Les soldes migratoires

Les déplacements sont répertoriés dans la documentation en entrepreneuriat comme des facteurs déclencheurs d'un processus de création d'entreprise. Nous nous sommes donc demandé si ces mouvements de population sont susceptibles de nous éclairer sur la dynamique de la Montréal. Les soldes migratoires sont présentés, dans le tableau suivant, selon trois types de déplacements : internationaux, interprovinciaux et interrégionaux.

TABLEAU 17 : LES SOLDES MIGRATOIRES EN MONTRÉGLIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (1996-1997, 2006-2007)²⁵

	Montréal		Ensemble du Québec	
	1996-1997	2006-2007	1996-1997	2006-2007
International	522	2 581	17 351	37 789
Interprovincial	- 2 946	- 1 719	- 17 436	- 15 568
Interrégional	4 434	9 871	0	0
TOTAL	2 010	10 733	-85	22 221

Contrairement à 1996-1997 (- 85 individus), l'ensemble du Québec se caractérise, en 2006-2007, par des gains migratoires nets de plus de 22 000 personnes. Ce solde positif s'attribue d'ailleurs exclusivement à la migration internationale.

- Quant à la Montréal, il ressort que la venue d'immigrants internationaux a presque quintuplé entre 1996-1997 et 2006-2007, tandis que la population régionale a poursuivi sa migration vers d'autres provinces canadiennes, dans une proportion toutefois moins importante qu'en 1996-1997 (passant de -2 946 personnes à -1 719 individus).
- Un autre fait marquant a été enregistré par la venue d'habitants provenant d'autres régions administratives du Québec, soit en raison d'aspirations professionnelles, de meilleures possibilités d'emplois, de l'instruction, etc. En effet, ce sont 9 871 individus qui ont choisi la Montréal comme lieu de domicile en 2006-2007, comparativement à 4 434 personnes en 1996-1997, soit une augmentation de plus de 50,0 % encore une fois.

25 MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION. *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, p.15.

- À la lumière des résultats sur les mouvements migratoires, il est clair que ces nouveaux arrivants, du Québec et de l'étranger, ont contribué à l'essor entrepreneurial de la Montérégie, malgré de plus fortes activités entrepreneuriales endogènes constatées en section 1.

Ayant accueilli 2 010 nouveaux arrivants en 1996-1997, la Montérégie a été la terre d'accueil choisie par 10 733 personnes en 2006-2007, la classant 1^{ère} à ce chapitre parmi l'ensemble des régions administratives du Québec. La région est donc très attrayante et attire nombre de nouveaux arrivants (particulièrement des 30-64 ans, accompagnés par leurs enfants de 0-14 ans²⁶), dont certains ont définitivement une fibre entrepreneuriale à éveiller ou soutenir.

2.7.2. Les déplacements relatifs à l'emploi

Parmi les autres facteurs de mouvement, notons évidemment tous ceux en lien avec l'emploi. Observons sans plus tarder les principaux indicateurs du marché du travail caractérisant la Montérégie et l'ensemble des régions du Québec.

D'une part, le taux d'emploi peut être interprété comme les performances d'une région à procurer de l'emploi à sa population âgée de 15 ans et plus. D'autre part, le taux de chômage se veut le pourcentage de la population active (âgée de 15 ans et plus) qui cherche activement du travail sans pouvoir en trouver à une période donnée. Enfin, le taux d'activité correspond au pourcentage de la population active par rapport aux personnes âgées de 15 ans et plus.

- Tel qu'illustré au graphique 11, en ce que qui concerne le taux d'emploi, il est demeuré, au Québec, au-dessus des 60 % pour une cinquième année consécutive, en plus d'atteindre un nouveau sommet en 2007 (61,0 %)²⁷. Affichant un taux d'emploi de 63,1 % en 2007, la Montérégie se classe 5^e sur 17 à cet égard, enregistrant une hausse de 3,1 points de pourcentage en 10 ans, comparativement à 6,0 points d'augmentation en moyenne dans les régions du Québec.
- Quant au taux de chômage, il n'a cessé de décroître au Québec, établissant un nouveau record historique avec un taux de 7,2 %, le plus bas taux établi en 33 ans²⁸. Encore une fois, la Montérégie s'est démarquée positivement, enregistrant un taux de chômage de 6,1 %, la plaçant ainsi 4^e au Québec en termes de bonne performance, n'étant surpassée que par la Capitale-Nationale, Laval et par la région de la Chaudière-Appalaches.

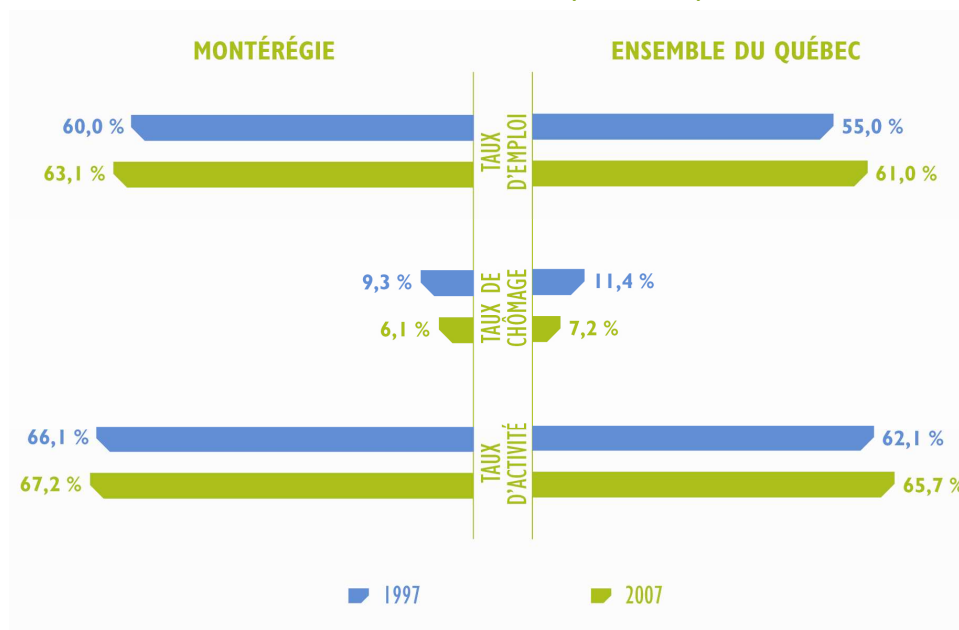
26 Nous constatons dans un autre tableau compilé par le MDEIE dans le même ouvrage (L'ÉconoMètre, tableau 1.6, p.17) que le solde migratoire en faveur de la Montérégie est majoritairement attribuable aux groupes d'âges 30-64 ans et 0-14 ans, soit 8 587 individus sur une migration totale de 10 733.

27 MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION. *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, p. 30-33.

28 Ibid. p.30-33

- Enfin, le taux d'activité de la Montérégie, qui était supérieur à celui de l'ensemble du Québec en 1997 (respectivement 66,1 % contre 62,1 %), s'est accru de 1997 à 2007, atteignant 67,2 % en Montérégie, comparativement à 65,7 % dans l'ensemble du Québec²⁹.

GRAPHIQUE 11 : LES TAUX D'EMPLOI, DE CHÔMAGE ET D'ACTIVITÉ EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (1997, 2007)³⁰



- Tout compte fait, ces résultats exceptionnels sur le plan de l'emploi ont sans aucun doute modéré les performances entrepreneuriales de la région de la Montérégie, freinant les intentions d'entreprendre et les nouvelles activités entrepreneuriales dites de nécessité.
- Toutefois, compte tenu de l'excellent portrait présenté en première partie, nous croyons que ce sont davantage les hommes de 35 ans et plus qui se sont dirigés vers ces emplois et sont en plus grand nombre revenus sur le marché du travail que les moins de 35 ans, corroborant ainsi les plus faibles taux d'intentions entrepreneuriales et de prédémarrages réels chez les 35 ans et plus.
- Les jeunes, pour leur part, entretiennent l'avenir de façon optimiste et ont tendance à tenter l'aventure entrepreneuriale, sachant que des emplois s'offriront à eux en cas d'échec, justifiant la croissance des indicateurs de l'entrepreneuriat jeunesse présentés en section 1.

Bref, l'entrepreneuriat régional risque fort de provenir d'opportunités décelées dans l'environnement, beaucoup plus que de nécessité.

29 INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Taux d'activité, par région administrative, par région métropolitaine de recensement et ensemble du Québec, 1998-2008*,

http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/march_travl_remnr/parnt_etudn_march_travl/pop_active/stat_reg/taux_act_reg.htm

30 MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION. *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, p. 30-33.

2.8. L'autonomie des populations

Figurant parmi les valeurs entrepreneuriales reconnues, l'autonomie peut aussi se mesurer à l'échelle régionale. En effet, deux indicateurs peuvent se révéler des pistes pour nous éclairer sur le niveau d'autonomie ou, à l'inverse, de dépendance des populations. Évidemment, toute stratégie en entrepreneuriat devrait s'interroger sur ce niveau de dépendance des populations, car c'est sans aucun doute un élément difficile à changer. Deux indicateurs seront tour à tour analysés, soit la répartition de la richesse et le rapport de dépendance économique.

2.8.1. La répartition de la richesse

L'entrepreneuriat génère de la richesse... et la richesse génère de l'entrepreneuriat ! Des données³¹ fournies par l'Institut de la Statistique du Québec indiquent que la valeur totale du patrimoine³² québécois a connu une augmentation de 30,0 %³³, de 1999 à 2005. Mais une question demeure : qui a profité de l'augmentation de la richesse au Québec? Malheureusement, l'Institut de la Statistique du Québec ne dispose pas de ces informations à l'échelle régionale; conséquemment, nous analyserons un autre type d'indicateur de la richesse : le revenu personnel.

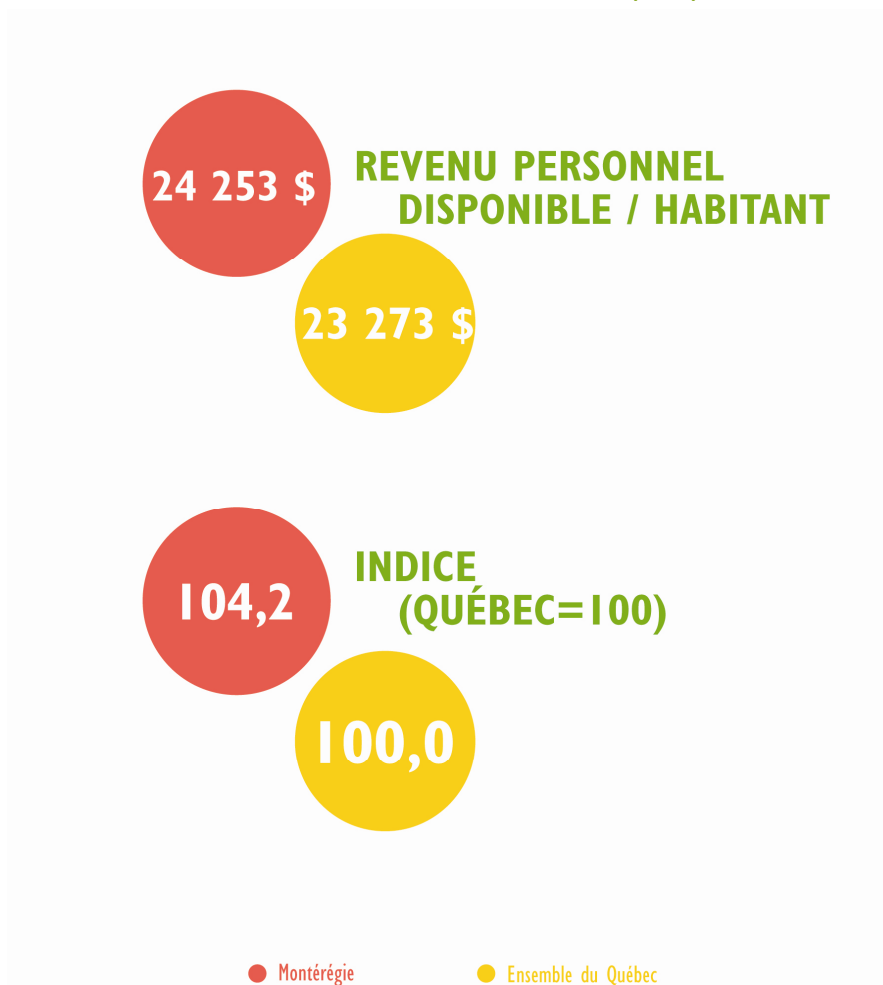
Vous trouverez, dans le graphique qui suit, le revenu personnel disponible par habitant pour la Montérégie et dans l'ensemble du Québec.

31 JEAN, Sylvie. INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Qui a profité de l'augmentation de la richesse entre 1999 et 2005 au Québec?*, Données sociodémographiques en bref, volume 13, numéro 1, octobre 2008, http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/conditions/pdf2008/Bref_Oct08.pdf

32 Le patrimoine se définit comme la valeur totale des actifs (avoirs financiers, avoirs non financiers, capitaux propres dans une entreprise) moins les dettes (hypothèques, marges de crédit, emprunts, etc.).

33 En dollars constants de 2005

GRAPHIQUE 12 : LE REVENU PERSONNEL DISPONIBLE PAR HABITANT EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2006)



- En 2006, le revenu personnel disponible par habitant se chiffre à 24 253 \$ en Montérégie, ce qui la situe en deuxième position à l'échelle québécoise, n'étant surpassée que par la région de Montréal (24 810 \$), alors que la moyenne du Québec se situe à 23 273 \$.
- Bref, la Montérégie offre des salaires élevés, permettant à ses habitants d'épargner pour investir dans un projet d'affaires, que ce dernier soit à des fins personnelles ou à titre d'investisseur (ex : love money). Sur la base des revenus personnels moyens, la population de la Montérégie peut être autonome et l'argent n'est sans doute pas la barrière la plus importante freinant actuellement les intentions d'entreprendre et les prédémarrages réels.

2.8.2. Le rapport de dépendance économique

Dans le même souci de mesurer l'autonomie régionale, analysons maintenant le rapport de dépendance économique (RDE), qui représente les paiements de transfert gouvernementaux par tranche de 100 \$ du revenu total d'emploi dans un environnement économique donné. Si le RDE, exprimé en dollars canadiens, est plus élevé dans une région que la moyenne québécoise, la population de cette même région dépend davantage des transferts gouvernementaux que l'ensemble du Québec.

TABLEAU 18 : LE RAPPORT DE DÉPENDANCE ÉCONOMIQUE EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (1995, 2005)³⁴

	Montréal		Ensemble du Québec	
	1995	2005	1995	2005
Rapport de dépendance économique	23,55	16,62	29,12	20,14
Indice 35	80,9	82,5	100,0	100,0

Le tableau précédent démontre que la Montréal jouit d'un rapport de dépendance économique se situant sous la moyenne québécoise.

- En effet, la Montréal a diminué sa dépendance aux paiements de transfert gouvernementaux pour les revenus de sa population de 1995 à 2005, enregistrant donc un indice de rapport de dépendance économique (RDE) de 82,5, donc inférieur à 100 équivalent à la moyenne québécoise. Une population plus entrepreneuriale est nécessairement moins dépendante envers ses grandes institutions économiques et sociales.
- Le portrait présenté ici est très révélateur d'une tendance de fond qui montre que l'entrepreneuriat est déjà sur la bonne voie en Montréal. En effet, la région se classe 2^e au Québec quant à son autonomie économique, n'étant dépassée que par l'Outaouais quant au RDE, ce qui démontre l'habitude, le réflexe de la population à se tourner vers d'autres options que les transferts gouvernementaux pour améliorer ses conditions de vie, entre autres vers l'entrepreneuriat sous toutes ses formes.

2.9. L'ouverture des populations et des entreprises

Un dernier type d'indicateurs nous permettra de clore le portrait de l'environnement des affaires et de la qualité du tissu entrepreneurial : l'ouverture. Cette variable témoigne de la perméabilité des habitants aux grands mouvements internationaux de même qu'à leur capacité de tisser un réseau avec la planète toute entière. Une région fermée et repliée sur elle-même peut difficilement se développer par l'entrepreneuriat car il importe d'attirer et d'échanger avec l'extérieur, notamment pour attirer de l'argent neuf grâce à l'exportation ou s'approprier quelques bonnes pratiques d'affaires exercées à l'étranger. Nous aurons recours à deux types d'indicateurs pour mesurer cette ouverture, soit la langue et l'internationalisation des entreprises.

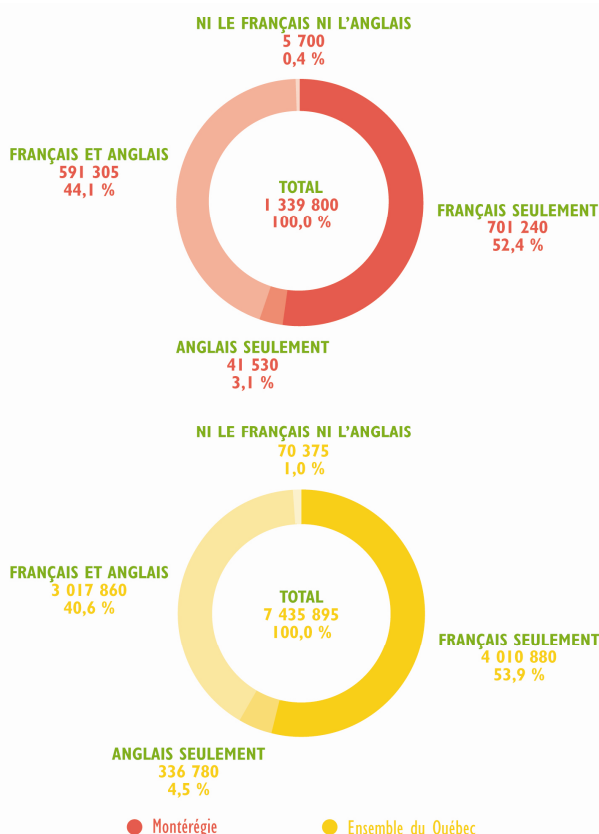
34 MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION. *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, p. 90-91.

35 Correspond au rapport de dépendance économique (RDE) d'une région, exprimé en % du RDE de l'ensemble du Québec.

2.9.1. La langue

La langue peut être mesurée par divers types d'indicateurs (langue maternelle, langue parlée, etc.); toutefois, le plus pertinent pour démontrer l'ouverture d'une région ou d'une province demeure la connaissance des langues officielles, permettant ainsi de mesurer si la population juge connaître suffisamment les langues dans lesquelles s'expriment la majorité de la population canadienne.

GRAPHIQUE 13 : LA RÉPARTITION DE LA POPULATION SELON LA CONNAISSANCE DES LANGUES OFFICIELLES EN MONTÉRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2006)³⁶



- Par l'analyse du tableau précédent, il ressort encore une fois que la Montérégie jouit de conditions enviables relativement à son degré d'ouverture comparativement aux autres régions administratives du Québec. En effet, 44,1 % de sa population affirme connaître les deux langues officielles canadiennes, soit le français et l'anglais, alors que cette proportion se chiffre à 40,6 % dans l'ensemble du Québec.

36 STATISTIQUE CANADA. *Population selon la connaissance des langues officielles, régions administratives du Québec, 2006*, Recensement du Canada, 2006, Compilation et traitement fournis par l'Institut de la statistique du Québec, mai 2009.

- Considérant que l'anglais est la langue officielle des échanges économiques à l'échelle mondiale et que la Francophonie est également accessible à la Montréal par la connaissance du français partagée par 96,5 % de sa population, la région se veut dans une situation enviable pour exporter et voir ses entreprises atteindre le stade de la croissance externe. Cela peut parallèlement ouvrir et rendre disponible une multitude d'occasions d'affaires, auxquelles il est ainsi plus facile d'avoir accès.

2.9.2. L'internationalisation des entreprises

Observons de plus près les activités d'internationalisation réalisées par les entreprises de la Montréal, ce qui nous permettra de clore cette analyse de l'ouverture régionale et du tissu économique pour nous concentrer sur l'offre de soutien aux entrepreneurs disponible régionalement.

TABLEAU 19 : L'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES EN MONTRÉGIE ET DANS L'ENSEMBLE DU QUÉBEC (2001-2005)

	Montréal		Ensemble du Québec	
	2001	2005	2001	2005
Nombre d'établissements exportateurs	1 652	1 550	9 652	10 145
Pourcentage (2001-2005) de la totalité des exportateurs québécois localisés dans la région	16,3 %		100,0 %	
Valeur des exportations de marchandises (\$)	10 542 000	12 643 000	67 623 000	68 823 000
Part moyenne de la valeur des exportations du Québec (2000-2005)	16,8 %		100,0 %	
% d'établissements exportateurs de moins de 200 employés	-	93,4 %	-	93,6 %
% de la valeur totale des biens exportés par les exportateurs de moins de 200 employés	-	53,0 %	-	46,7 %
% d'établissements exportateurs de plus de 200 employés	-	6,6 %	-	6,4 %
% de la valeur totale des biens exportés par les exportateurs de 200 employés et plus	-	47,0 %	-	53,3 %

- D'une part, avec 16,3 % des établissements exportateurs québécois situés en Montréal, cette région se classe au 2^e rang québécois à ce titre, devancée seulement par Montréal. Bref, les entreprises localisées dans la région, connaissant bien les deux langues officielles, se servent de cette plus-value et monnayent leurs biens et services à l'étranger.

- D'autre part, la Montérégie est responsable de 16,8 % (de 2001 à 2005) de la valeur des exportations de marchandises, ce qui la classe encore une fois au second rang à l'échelle québécoise. Notons d'ailleurs que les régions de la Montérégie et de Montréal sont responsables, à elles seules, de près de 60,0 % des valeurs de marchandises exportées de 2001 à 2005.
- Enfin, même si la Montérégie affiche une situation semblable à la moyenne nationale quant au fait que ses établissements exportateurs sont très majoritairement (93,4 %) des organisations de moins de 200 employés, nous constatons que celles-ci sont responsables de 53,0 % de la valeur des marchandises exportées de la région (contre 46,7 % pour la moyenne québécoise). Bref, les PME de Montérégie sont très actives dans leurs activités d'exportation, autant en termes de nombre d'établissements exportateurs que de valeur des marchandises transigées.
- En somme, il va sans dire que puisque la très grande majorité des entreprises exportatrices sont des PME, la situation est excellente pour l'émulation, la compétitivité et le désir de se surpasser. Cependant, il faut garder en tête qu'avec les bouleversements économiques des dernières années et la fluctuation du taux de change aux dépens des exportateurs, la situation demeure fragile et il faut envisager des périodes plus difficiles pour les PME non préparées.

2.10. Conclusion de la partie 2

La section 2 a permis de mettre en relation les bonnes et moins bonnes performances des différentes clientèles et types d'entrepreneuriat, constatées dans la section 1, à l'environnement des affaires dans lequel les entrepreneurs actuels et en devenir de la Montérégie évoluent.

La culture entrepreneuriale et l'environnement des affaires

Relativement à l'**esprit d'entreprise**, nous remarquons, dans une proportion similaire que dans l'ensemble du Québec (environ 53 %), que la population de 18-64 ans de la Montérégie croit avoir les capacités et les compétences pour se lancer en affaires. Qui plus est, elle perçoit, dans une proportion supérieure à la moyenne nationale, des opportunités d'affaires dans son environnement et elle connaît, davantage qu'au Québec, personnellement des entrepreneurs. Enfin, la peur de l'échec constitue un frein à la création d'entreprise pour une proportion moins importante de la population régionalement (27,2 %) qu'au national (28,7 %). Bref, l'esprit d'entreprise est excellent en Montérégie, surpassant l'ensemble du Québec pour les 4 indicateurs nous permettant de le mesurer, ce qui justifie, en partie, les bons résultats régionaux en termes de démarrages et d'entreprises établies, sans pour autant expliquer les résultats mitigés relatifs aux faibles intentions d'entreprendre et prédémarrages (section 1). Une décroissance plus importante de la perception d'occasions d'affaires que dans l'ensemble du Québec est toutefois à surveiller de près, d'autant plus que l'entrepreneuriat risque fort d'en être un d'opportunités.

Quant à l'**environnement des affaires**, la population de 18-64 ans de la Montérégie perçoit une bonne couverture médiatique des succès entrepreneuriaux régionaux (similaire au Québec), et plus de 80,0 % des 18-64 ans de la région jugent qu'être entrepreneur est un métier désirable. La désirabilité de la carrière entrepreneuriale est d'ailleurs en croissance constante en Montérégie, alors qu'elle décroît de 2004 à 2007 en moyenne au Québec. Le seul élément négatif quant à l'environnement des affaires réside dans un plus faible statut accordé aux entrepreneurs à succès dans la région (63,5 %) comparativement à la moyenne nationale (66,1 %). Nous y décelons une piste explicative justifiant des intentions entrepreneuriales plus faibles dans la région qu'au Québec, tout comme une proportion moins importante de gens en prédémarrage, ayant peine à se décider à faire le « grand saut ». La légitimité et la crédibilité du métier d'entrepreneur sont des cibles relevant d'un travail sur la culture entrepreneuriale.

Cependant, notons que la Montérégie peut compter sur un véritable **vivier d'entrepreneurs**, considérant que la région se classe 2^e au Québec quant au nombre d'établissements y exerçant des activités. Ces entreprises sont constituées, à 54,3 %, de microétablissements comptant de 1 à 4 employés, ce qui est supérieur à la moyenne nationale. En somme, de nombreux modèles d'entrepreneurs à succès sont disponibles régionalement et ceux-ci, tel que décrit dans la section 1, possèdent surtout des entreprises en démarrage ou établies depuis plus de 42 mois.

En plus de pouvoir compter sur ces nombreux entrepreneurs, la région peut également considérer que **la famille** se veut un lieu où les entrepreneurs disent avoir développé des connaissances et compétences entrepreneuriales, particulièrement chez les 18-34 ans. D'ailleurs, 57,7 % des parents de la Montérégie admettent préférer que leurs enfants mineurs se lancent dans une carrière entrepreneuriale (travailleur autonome ou propriétaire d'entreprise), ce qui est légèrement plus élevé que dans l'ensemble du Québec.

L'école, pour sa part, est davantage reconnue comme un lieu de développement de compétences entrepreneuriales chez les 35-64 ans (40,3 %) que chez les jeunes (29,2 %), bien que les professeurs ont de plus en plus un discours pro-entrepreneurial en parlant de la possibilité de se lancer en affaires au sortir de l'école. Cela nous laisse croire que l'école est déjà engagée sur la voie de l'entrepreneuriat. Ce constat entraîne quelques questionnements relatifs à la disponibilité d'une offre de cours et autres activités scolaires à saveur entrepreneuriale en Montérégie, et également sur la connaissance de ceux-ci par le milieu (ces points risquent fort d'être éclaircis dans les sections 3 et 4).

La flexibilité territoriale, l'autonomie et l'ouverture

Relativement à la **flexibilité**, la Montérégie a été la terre d'accueil choisie par 10 733 personnes en 2006-2007, la classant 1^{ère} à ce chapitre parmi l'ensemble des régions administratives du Québec. La région est donc très attrayante et attire nombre de nouveaux arrivants (particulièrement des 30-64 ans, accompagnés par leurs enfants de 0-14 ans), de l'international et du reste du Québec, dont certains ont définitivement une fibre entrepreneuriale à éveiller ou à soutenir. Se remémorant les bons résultats des immigrants (section 1) dans le processus entrepreneurial, il s'agit nettement d'une opportunité à exploiter. Par ailleurs, la région a enregistré d'excellents scores quant à son taux d'emploi, d'activité et de chômage, laissant entrevoir que l'avenir entrepreneurial régional risque fort de passer par de l'entrepreneuriat d'opportunités, plus que de nécessité.

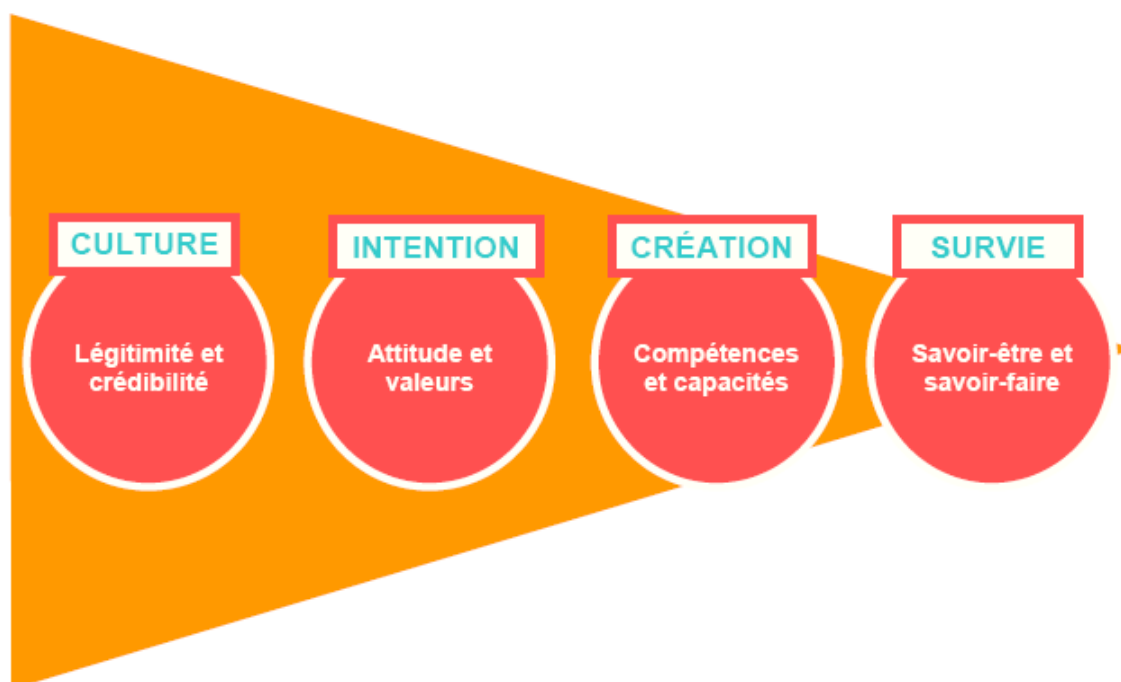
À cet effet, l'**autonomie** de la population régionale mesurée dans cette section corrobore nos affirmations. En effet, le revenu personnel par habitant y est plus élevé que dans l'ensemble du Québec et la population dépend moins des transferts gouvernementaux que la moyenne nationale. Conséquemment, les gens de la Montérégie ont déjà développé le réflexe de se tourner vers d'autres options (notamment l'entrepreneuriat) que les transferts gouvernementaux pour améliorer leurs conditions de vie et, en plus, ils sont légèrement plus fortunés, laissant donc de l'argent disponible pour épargner ou investir, par exemple, dans un projet d'affaires.

Enfin, l'**ouverture** est également enviable en Montérégie. Avec un bilinguisme rejoignant 44,1 % de sa population (versus 40,6 % au Québec), cette dernière est ouverte sur une multitude d'occasions d'affaires auxquelles il est plus facile d'avoir accès. D'ailleurs, la région se classe au 2^e rang québécois quant au nombre d'établissements exportateurs qui y sont localisés, et ces entreprises sont, à 93,4 %, des organisations de moins de 200 employés, ce qui constitue encore une fois une excellente situation pour l'émulation, la compétitivité, etc.

CONCLUSION

Somme toute, il ressort fortement de ce portrait de l'entrepreneuriat que la région administrative de la Montréal se démarque positivement dans l'ensemble du Québec sur divers aspects. En effet, l'analyse réalisée confirme que la Montréal possède déjà plusieurs atouts pour devenir l'une des régions du Canada parmi les plus entrepreneuriales. Obtenant de très bons résultats relativement à la création d'entreprises et à la survie de celles-ci, elle peut être fière de ses nombreux modèles à succès exportables et susceptibles d'inspirer bien d'autres milieux. En somme, la Montréal en est à construire son avenir entrepreneurial et peut, contrairement à bien d'autres régions du Québec, le faire sans avoir à se soucier de feux à éteindre dans l'immédiat, éparpillant ainsi les efforts.

Toutefois, nous avons aussi observé dans ce portrait que la population de la Montréal manifeste moins l'intention d'entreprendre à l'avenir que la moyenne nationale, particulièrement en raison des hommes de 35 à 64 ans, se répercutant d'ailleurs sur des prédémarrages moins nombreux qu'au Québec. Nous avons également observé une décroissance de la perception d'opportunités d'affaires, un moins haut statut accordé au statut d'entrepreneur. Suite à ces constats, nous croyons que les problématiques actuellement vécues se situent au niveau de la culture entrepreneuriale et des intentions d'entreprendre qui, si laissées à elles-mêmes, risquent fort d'engendrer des impacts indirects sur les étapes subséquentes du processus entrepreneurial (création et survie) et faire perdre la bonne position actuelle de la Montréal dans le paysage entrepreneurial québécois. Le schéma ci-dessous illustre l'ensemble de la « chaîne alimentaire de l'entrepreneuriat » et les relations causales existant d'une étape à l'autre.



Ce schéma en revient à affirmer qu'avant même de créer des entreprises (création) et qu'elles soient pérennes (survie), le milieu (culture) doit tout d'abord s'efforcer de stimuler l'intention d'entreprendre (intention) en légitimant le métier d'entrepreneur et en faisant de nos gens d'affaires des personnes crédibles et respectées. Dans un environnement qui promeut l'entrepreneur, la population entrevoit davantage la possibilité d'entreprendre pour bien gagner sa vie. À l'inverse, des fermetures (survie) d'entreprises peuvent, dans une région, à leur tour influencer le processus en contaminant négativement la culture, et faisant ainsi diminuer les intentions entrepreneuriales et les créations d'entreprises. Bref, la culture entrepreneuriale et l'entrepreneuriat sont une roue qui tourne, s'influençant mutuellement pour le pire et pour le meilleur.

Limites de l'analyse

En ce qui concerne les limites inhérentes à la présente analyse, rappelons, tout d'abord, que nous avons utilisé des données secondaires, principalement dans la section 2. Il est évident qu'un sondage et une étude plus approfondie du portrait de la population et du bassin des entreprises pourraient bonifier cette analyse. Nous croyons toutefois avoir saisi les grandes tendances de l'entrepreneuriat dans la région, notamment au niveau des grands groupes de clients. Certes, il ne s'agit pas d'une analyse sectorielle et nous convenons qu'il s'agit là d'une limite à l'étude. Ainsi, nous avons répondu à la question : « qui sont nos entrepreneurs? » mais sans répondre à la question : « quel type d'entreprises créent-ils? »

Enfin, nous avons fait ressortir, dans ce rapport, le portrait de la demande en entrepreneuriat en Montérégie. Par contre, l'offre de soutien disponible n'y apparaît pas. Une réelle adéquation entre l'offre de soutien disponible et la demande serait essentielle pour dresser un portrait complet de la situation de l'entrepreneuriat dans cette région administrative. En effet, un recensement des organisations de soutien qui s'y activent aurait pu être réalisé. De plus, une compilation des perceptions des experts de ces mêmes organismes sur la capacité du milieu à répondre aux besoins en entrepreneuriat compléterait réellement. Cette action permettrait en plus une réelle concertation du milieu, mettant ainsi l'entrepreneuriat à l'agenda, ce qui est le premier pas pour toute communauté désireuse de devenir entrepreneuriale.

BIBLIOGRAPHIE

FONDATION DE L'ENTREPRENEURSHIP. *Indice entrepreneuriale québécois*, Site Internet officiel, http://www.entrepreneurship.qc.ca/fr/vigie-recherche/indice_entrepreneurial_quebecois.asp

FONDATION DE L'ENTREPRENEURSHIP. CVRCE. <http://cvrce.entrepreneurship.qc.ca/>

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Canada*, Bases de données des sondages GEM, 2004-2005.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Canada*, Bases de données des sondages GEM, 2005-2006.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Canada*, Bases de données des sondages GEM, 2006-2007.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Taux d'activité, par région administrative de recensement et ensemble du Québec*, 1997-2007, 22 janvier 2008, Site Internet officiel, http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/march_travl_remnr/parnt_etudn_march_travl/pop_active/s_tat_reg/taux_act_reg.htm

JEAN, Sylvie. INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Qui a profité de l'augmentation de la richesse entre 1999 et 2005 au Québec?*, Données sociodémographiques en bref, volume 13, numéro 1, octobre 2008, http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/conditions/pdf2008/Bref_Oct08.pdf

MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION, DE L'EXPORTATION. Site Internet officiel. <http://www.mdeie.gouv.qc.ca/>

MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION. *Portrait socioéconomique des régions administratives du Québec : L'ÉconoMètre*, Québec, Édition 2008, 91 p.

RIVERIN, Nathaly. CHAIRE D'ENTREPRENEURIAT ROGERS-J.-A. BOMBARDIER, *Mesurer l'entrepreneuriat dans les territoires MRC du Québec*, HEC Montréal, Cahier de recherche no.2004-03, 35 p.

RIVERIN, Nathaly. FONDATION DE L'ENTREPRENEURSHIP. *Comment évaluer la culture entrepreneuriale dans une communauté?*, Centre de vigie et de recherche sur la culture entrepreneuriale (CVRCE), Montréal, vendredi 25 août 2006.

RIVERIN, Nathaly. FONDATION DE L'ENTREPRENEURSHIP, *Le portrait global de l'entrepreneuriat au Québec et chez les jeunes en 2005*, 2005, p.25.

SECRÉTARIAT À LA JEUNESSE. DÉFI DE L'ENTREPRENEURIAT JEUNESSE. *Les valeurs entrepreneuriales*, Site Internet officiel. <http://www.defi.gouv.qc.ca/valeurs/index.htm>

STATISTIQUE CANADA. *Population selon la connaissance des langues officielles, régions administratives du Québec, 2006, Recensement du Canada, 2006*, Compilation et traitement fournis par l'Institut de la statistique du Québec, mai 2009.

STATISTIQUE CANADA. *Population selon la connaissance des langues officielles, régions administratives du Québec, 2001*, Recensement du Canada, 2001, Compilation et traitement: Institut de la statistique du Québec, 2003, http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/lequebec/langue_que/connlangoff20.htm