

ENTREPRENEURIAT DE JEUNES FEMMES IMMIGRANTES DE LA RÉGION DE MONTRÉAL

LES BONNES PRATIQUES EN LANCEMENT ET MAINTIEN D'ENTREPRISE

Rapport de recherche Sommaire exécutif



Centre d'Encadrement pour

JEUNES FEMMES IMMIGRANTES

FORMATIONS, ACCOMPAGNEMENT EN EMPLOI, CRÉATION D'ENTREPRISES

Traitement des données, analyse et rédaction

Lambert Opula, PhD

Collecte des données

- Cristina Bajenaru, coordinatrice du projet
- Speranta Ichim, enseignante
- Leonore Duarte, enseignante
- Hakima Zam, intervenante en employabilité
- Hend Noumé, adjointe administrative
- Samira, stagiaire
- Joséphine Nyirahategekimana

Révision

Régine Alende Tshombokongo, directrice générale

Comité de suivi

- Chafric
- ACEM
- Gladimy Télus

Graphisme :

Ontinel

Centre d'encadrement pour jeunes femmes immigrantes (CEJFI)

1775, Édouard-Laurin

Montréal (Québec)

Téléphone : 514-744-2252 . Télécopieur

contacts@cejfi.org . www.cejfi.org

Réalisé grâce au financement de Condition féminine Canada

- Dépôt légal-Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2018
- Dépôt légal – Bibliothèque et archives Canada, 2018
ISBN 978-2-924222-04-1 (version imprimée)
ISBN 978-2-924222-05-8 (version PDF)

Mise en contexte

Les études antérieures sur l'entrepreneuriat des femmes immigrantes ont déjà montré que celles-ci éprouvent plus de difficultés, dans leurs efforts de création ou de maintien d'entreprise, que les hommes immigrants. Une enquête entreprise par le Centre d'encadrement de jeunes femmes immigrantes (CEJFI), avec un soutien de Condition féminine Canada, nous a permis de confirmer ce constat.

Intitulée «Entrepreneuriat de jeunes femmes immigrantes : Bonnes pratiques pour innover et durer », cette recherche a pour objectif principal d'identifier les facteurs de réussite des projets d'entreprise des immigrants et d'en tirer les modèles à partager avec les organismes qui les accompagnent dans leurs démarches entrepreneuriales. La recherche vise aussi à mieux connaître et comprendre les moyens qu'utilisent les immigrantes entrepreneures pour démarrer et faire fonctionner leurs entreprises, comparativement à ceux utilisés par les entrepreneurs masculins. Tout ceci dans le but de permettre aux organismes et institutions du milieu de bonifier leurs stratégies d'intervention, en tirant des modèles à partir des facteurs de succès qui ont été identifiés.

On entend par facteur de succès les conditions essentielles et inhérentes au succès d'une entreprise. Autrement dit, les conditions qu'un porteur de projet doit réunir pour atteindre son objectif de lancement ou de survie d'entreprise. Ils constituent donc un ensemble de problèmes sur lesquels un entrepreneur, qui tache de lancer ou de maintenir son entreprise, doit obtenir une solution pour que celle-ci soit compétitive¹.

Alors que la réussite d'un projet de lancement d'entreprise dépend d'une multitude de pratiques et de facteurs, le porteur de projet quant à lui, est confronté au défi de limiter la quantité d'information à utiliser². Ceci conduit à la nécessité de sélectionner les facteurs à combiner dans sa stratégie de mise en œuvre de l'entreprise. On suppose ainsi que la détermination d'un nombre limité des facteurs clés et l'atteinte des résultats satisfaisants assureront nécessairement le succès compétitif et la survie de l'entreprise.

Rédigée à l'intention des intervenants auprès des entrepreneures immigrantes, dans les organismes et institutions d'aide à l'entrepreneuriat, cette synthèse exécutive est issue de notre rapport de recherche sur le sujet déjà mentionné. Quarante- cinq immigrantes et immigrants créateurs d'entreprise ont participé à une enquête par questionnaire, soit 27 femmes et 18 hommes, soit 60% de femmes et 40% d'hommes.

¹ Ali Kinaze (2009) *Les facteurs clés du succès* (FCS).

² Daniel RH (1961) Facteurs clés de succès, *Harvard Business Review*; et Rockart FJ (1981).

Cette synthèse comporte trois parties distinctes. La première présente le profil des immigrantes créatrices d'entreprise accompagné d'un comparatif des facteurs correspondants chez les hommes immigrants. La deuxième partie porte sur les principaux enjeux observés, alors que la troisième présente les facteurs de succès chez les entrepreneures immigrantes. Quant à la quatrième partie, elle propose des modèles d'intervention, tandis que la cinquième consiste à des recommandations sur les mesures susceptibles d'améliorer les conditions de réussite du lancement et de survie de nouvelles entreprises.

1. PROFIL DES IMMIGRANTES CRÉATRICES D'ENTREPRISE

1.1. L'âge des créateurs d'entreprise

77,8% des entrepreneures immigrantes ont entre 35 et 54 ans, contre 61,1% des entrepreneurs masculins dans le même intervalle d'âge. Le nombre d'entrepreneures représente le double de leurs homologues masculins dans cet intervalle.

L'adage qui veut que les immigrants préfèrent créer une entreprise individuelle s'est justifié dans 71,1% des cas.

1.2. Le statut d'entreprise

Chez les entrepreneures, 81,2% des entreprises ont un statut individuel, 7,4% sont à nom collectif, tandis que 3,7% sont des compagnies par action.

Chez leurs collègues masculins, les proportions sont respectivement de 50%, 11,1% et 38,9%.

1.3. La scolarité des créateurs d'entreprise

La scolarité des femmes entrepreneures est notable entre le premier et le deuxième cycle universitaire. Chez les entrepreneurs masculins, par contre, la concentration s'observe essentiellement au premier cycle universitaire.

2.4. Compétences des porteurs de projets

Au moins 82,6% d'entrepreneurs féminins disposent de connaissances relatives à quatre domaines de compétences : la formation, l'expérience de travail dans un domaine spécifique, l'expérience antérieure en gestion et une longue durée à ses activités. Chez les hommes, cette proportion s'arrête

à 66,6% et ne couvre que trois champs, à savoir : la formation, l'expérience spécifique du travail et l'expérience de gestion d'entreprise.

2. ENJEUX OBSERVÉS

2.1. Des enjeux

Les entrepreneures féminines créent généralement des entreprises individuelles comme forme juridique préférentielle, elles ciblent le secteur tertiaire et se concentrent surtout dans le sous-secteur des services "inférieur", celui des services directs aux consommateurs finaux.

Les femmes immigrantes optent pour des domaines d'activité dans lesquelles elles ont préalablement reçu une formation, un parcours qualifié ici de « Route de l'emploi », sinon elles passent par une expérience professionnelle appelée ici « Route de l'entrepreneuriat »

Plus que leurs homologues entrepreneurs masculins, la majeure partie des immigrantes qui se lancent en affaires sont parées des diplômes, souvent universitaires. Néanmoins, il existe une part perceptible des femmes qui ne disposent ni de formation, ni d'expérience antérieure dans leur nouveau domaine d'activité. Venues aux affaires à la suite d'une expérience de discrimination sur le marché du travail, ces femmes ciblent souvent leurs enclaves ethniques au sein duquel elles exploitent un capital social inhérent. Cette fraction d'entrepreneures fait face aux conséquences de leur inexpérience en matière de promotion de produits ou services ainsi que de gestion de l'entreprise. Malgré cela, plusieurs entrepreneures immigrantes ne perçoivent pas leur statut de « femme » comme générateur d'impact négatif dans leur expérience d'entrepreneure, étant donné qu'elles travaillent dans des domaines d'activité traditionnellement féminins. C'est la raison pour laquelle elles semblent reposer leurs espoirs surtout à leur motivation personnelle comme levier principal du processus de création d'entreprise. Parmi les leviers, elles citent le soutien d'un enfant, du conjoint, d'un parent/beau-parent lorsqu'elles ne sont pas en mesure d'autofinancer leur projet.

La majeure partie des femmes immigrantes qui vont en affaires ne passe pas par les organismes d'aide de leurs territoires. Elles sont d'office convaincues des difficultés à éprouver au titre d'exigences et de la longueur du processus, voire même des pratiques de discrimination qu'elles subiraient quant à l'obtention du financement.

Ces difficultés s'accroissent lorsque s'ajoute un manque de compétences dans le domaine d'activité de l'entreprise. En tant qu'immigrantes, elles ignorent l'existence de plusieurs services et ressources dont elles peuvent bénéficier dans le milieu.

L'environnement offre tout de même des modèles féminins inspirants parmi les femmes qui se recrutent soit dans le cercle familial, soit auprès d'autres proches et connaissances.

Les ressources existant dans les milieux ethniques et parmi leurs proches (amis, connaissances, anciens collègues ou patrons de services), apparaissent comme un véritable appui qui offre des encouragements au plan moral par des échanges positifs, ou un soutien financier par le biais de prêts et autres moyens logistiques.

Quant à leurs propres stratégies de financement, elles sont variables, néanmoins, elles portent essentiellement sur des économies personnelles, des aides en prestations qui sont des dons de temps des membres de la familles et autres proches. Ainsi, peu d'entrepreneures immigrantes, en général, et des femmes immigrantes, en particulier, recourent aux prêts bancaires qui les exposent, en général, à l'intolérance au risque financier pour certaines, sinon à la violation des interdits religieux, pour d'autres, le résultat de tout cela étant le refus de s'endetter.

Les modèles d'affaires auxquels s'adressent les offres de financement des institutions financières et autres organismes d'aide à l'entrepreneuriat ne correspondent pas aux opportunités d'affaires qui s'offrent aux femmes immigrantes dans leurs enclaves ethniques respectives. Le critère relatif au caractère novateur du projet constitue un frein à tout projet de développement progressif, visant d'abord à créer des richesses par la conquête d'un enclave ethnique, ensuite à s'ouvrir à un marché interethnique voire au marché global.

En fait, ces entrepreneurs appartiennent aux "minorités" et sont souvent en contact avec les programmes dits d'aide aux entrepreneurs immigrants. Des programmes qui ne répondent malheureusement pas aux besoins concrets des créateurs de micro-entreprises, parce que les critères d'accès sont incompatibles au risque plus élevé de leurs modèles d'affaires. Ce fait rend plus difficile l'octroi de crédits.

Les femmes entrepreneures immigrantes de Québec sont âgées en moyenne de 40 à 49 ans. Elles cumulent des qualifications élevées, généralement diplômées, ce qui n'est pas le cas de leurs homologues hommes. Mais, elles sont malgré cela confrontées aux défis de gestion au fur et à mesure qu'elles découvrent une complexité sous-estimée au départ et surtout lorsque elles ne disposaient ni d'une expérience de gestion, ni de la formation requise en entrepreneuriat. Ces difficultés s'accroissent dès que ces femmes développent des modèles d'affaires similaires à ceux des membres de la société d'accueil et lorsque s'ajoute un manque de compétences dans le domaine d'activité de l'entreprise.

L'accès à des informations pertinentes n'est donc pas toujours évident comme elles ne connaissent pas toujours des services alternatifs. En tant qu'immigrantes, elles ignorent souvent même l'existence de plusieurs services et ressources dont elles peuvent bénéficier dans le milieu.

Les conditions d'accès au financement d'entreprise sont perçues par les femmes immigrantes comme difficiles à remplir et l'obtention sélective. Ce constat qui découle de notre enquête est aussi celui qui ressort de plusieurs auteurs notamment dans les travaux de Paré (2002) et d'Heidrick, et Johnson (2002). Ce dernier, qui a travaillé sur les obstacles auxquels se heurtent les entrepreneurs membres des groupes cibles, comme les femmes, les jeunes, les autochtones et les minorités dans l'obtention de

financements, montre que chaque groupe rencontre des obstacles de types différents. L'une des causes avancées par l'auteur est celle du risque.

Les revenus d'emploi, réunis en contexte de discrimination et les des prestations ou "dons de temps" des membres de la familles et autres proches, constituent leurs ressources essentielles pour la création d'entreprise alors que peu d'entre elles recourent aux prêts bancaires qui les exposent, en général, à l'intolérance au risque financier pour certaines, sinon à la violation des interdits religieux, pour d'autres, le résultat de tout cela étant le refus de s'endetter.

Les réseaux financiers qu'elles fréquentent convergent vers des organismes au sein desquels elles côtoient essentiellement d'autres personnes immigrantes. Ainsi, malgré un soutien actif qu'ils leur apportent, ces réseaux ne sont pas toujours à même de soutenir l'accroissement de la visibilité de leurs entreprises respectives.

À cause des stéréotypes négatifs relatifs à la religion, les entrepreneurs immigrants souffrent d'un déficit de confiance de la clientèle dite de la société d'accueil.

Enfin, l'exigence de produire l'évidence d'un marché extérieur, dans son plan d'affaires, pour son offre de service rend difficile l'obtention d'un financement à plusieurs projets d'entreprise axés sur les échanges avec le pays d'origine, alors que ceux-ci sont considérés comme une importante source de création des richesses.

II.2. Des trous de services

La chaîne de l'offre d'aide à la création d'entreprises accuse encore quelques trous de de services, notamment : le conseil préalable à une gestion prudentielle de son crédit, la continuité des services entre la formation en entrepreneuriat et le financement de son projet. Les femmes immigrantes, étant plus exposées à cette difficulté, en prennent souvent connaissance lors du refus de leur demande de prêt bancaire.

L'absence de stratégies et ressources d'appui aux promoteurs de projets de commerce ethnique, un domaine qui attire de nombreuses femmes immigrantes à cause de leur taux de chômage plus élevés que ceux des femmes de la société d'accueil et même celui des hommes immigrants.

3. FACTEURS DE SUCCÈS

Il s'agit des éléments que les entrepreneurs immigrants montréalais considèrent comme étant des déterminants essentiels de leurs succès comme création d'entreprise. Nous nous sommes servis des perceptions des créateurs d'entreprise pour ressortir ce qu'ils considèrent comme des déterminants du succès de leur entreprise.

Dans cette partie, nous tentons d'identifier les facteurs que les immigrants montréalais créateurs d'entreprise considèrent comme étant des déterminants essentiels de la création d'entreprise.

Autrement dit, nous essayons de trouver, en nous servant des perceptions des entrepreneurs, les bases à partir desquelles peut s'expliquer le succès d'un processus de création d'entreprise. Notons, toutefois, que la perception d'un facteur comme favorable ou défavorable serait souvent fonction des prédispositions culturelles des entrepreneurs³.

Concernant les facteurs clés de motivation, les données de notre enquête ont conduit aux résultats présentés dans le tableau ci-bas.

RANG	FACTEURS CLÉS	FEMMES : %	HOMMES : %	ÉCART : (H-F) EN %
1	Un bon plan marketing	6,6	10,4	+3,8
2	Qualité de service, professionnalisme	6,6	6,6	0
3	Proximité de la clientèle	6,6	0	-6,6
4	Planification, analyse du marché	4,4	0	-4,4
5	Ciblage d'une clientèle	4,4	0	-4,4
6	Technologie et équipements	4,4	2,2	-2,2
7	Économies, accès au financement	2,2	2,2	0
8	Réseautage socioprofessionnel	2,2	0	-2,2
9	Formation	2,2	0	-2,2
10	Contacts avec les fournisseurs	2,2	0	-2,2

L'observation ci-haut montrent que chez les immigrants, la décision d'entreprendre dépend de la combinaison de quelques facteurs clés, que nous pouvons regrouper, premièrement en aptitudes et ressources individuelles (AI), deuxièmement en facteurs existant dans son environnement immédiat (EI) et enfin ceux de celles qui s'offrent à lui sur le territoire, c'est-à-dire dans un environnement plus large (EPL).

Le créateur combine donc d'une manière variée des facteurs clés que sont les ressources matérielles et immatérielles relevant de sa sphère individuelle, familiale et ethnique et enfin collective⁴. Le succès entrepreneurial étant donc lié à ces trois indicateurs : l'entrepreneur, sa préparation et les caractéristiques de son entreprise, autrement dit son profil individuel, la préparation à la création et, enfin l'environnement avec ses caractéristiques organisationnelles.

RANG	FACTEURS CLÉS	SPHÈRE	FEMMES : %	HOMMES : %	ÉCART : (H-F) EN %
8	Réseautage socioprofessionnel				

³ Jamel Stambouli et Sébastien Arcan (2011), op. cit., p.17.

⁴ Cela concerne aussi bien l'identification d'une idée d'affaires, le choix d'un type d'entreprise et du secteur d'activité que le financement du projet d'entreprise. bien l'identification d'une idée d'affaires, le choix d'un type d'entreprise et du secteur d'activité ainsi que le financement de son projet.

10	Contacts avec les fournisseurs	Habiletés individuelle		4,4	0	-4,4
2	Qualité du produit ou service, professionnalisme	Compétences et cohérence formation – secteur d’activité		6,6	6,6	0
3	Proximité de la clientèle	Environnement	Immédiat	11	0	-11
5	Ciblage d’une clientèle					
9	Formation					
4	Planification, analyse du marché		Plus large (territorial)	19,8	18,8	-1
7	Économies, accès au financement					
6	Technologie et équipements					
1	Un bon plan marketing					

Figure 1 : Groupage de facteurs de succès

Notre enquête a montré que ce sont les entrepreneures féminines qui éprouvent le plus de difficultés à réussir le démarrage de leurs projets d’entreprise que leurs homologues masculins. C’est ainsi qu’elles identifieraient, par défaut, plus nettement les facteurs de succès que les hommes.

Le profil personnel du promoteur de projet est apparu dans tous les cas comme un élément essentiel dans un effort pour l’atteinte du succès de son entreprise et les motivations comme corolaires à cet élément. Néanmoins, les participants à notre enquête ont conditionné le succès d’une entreprise en fonction des facteurs clés qui entourent sa création, dans l’ordre suivant : 19,8% pour les facteurs de l’environnement territorial, 11,0% pour l’environnement immédiat, 6,6% pour les facteurs liés aux compétences techniques et à la cohérence entre celles-ci et le secteur d’activités choisies et 4,4% pour des facteurs relatifs aux habiletés individuelles.

4. MODÈLES DÉCOULANT DES FACTEURS DE SUCCÈS OBSERVÉS

Au regard des perceptions exprimées par les entrepreneurs immigrants au cours de notre enquête, le groupage des facteurs clés a permis de proposer les cinq modèles de démarrage d’entreprise ci-après :

4.1. Modèle axé sur l’exploration des idées d’affaires

Ce premier modèle dont le processus commence par la consultation des ressources existant dans l’environnement territorial. Il s’agit d’un processus mieux adapté à des situations où les porteurs de projet n’ont pas encore identifié une occasion d’affaires.

Bien que n’ayant pas été identifié parmi les entrepreneurs qui ont participé à l’enquête, au moins 19,8% d’entre eux ont cité les ressources matérielles et immatérielles qu’on peut y trouver parmi ces facteurs dits clés. La préparation à la création de son entreprise constitue alors une étape cruciale pour le succès

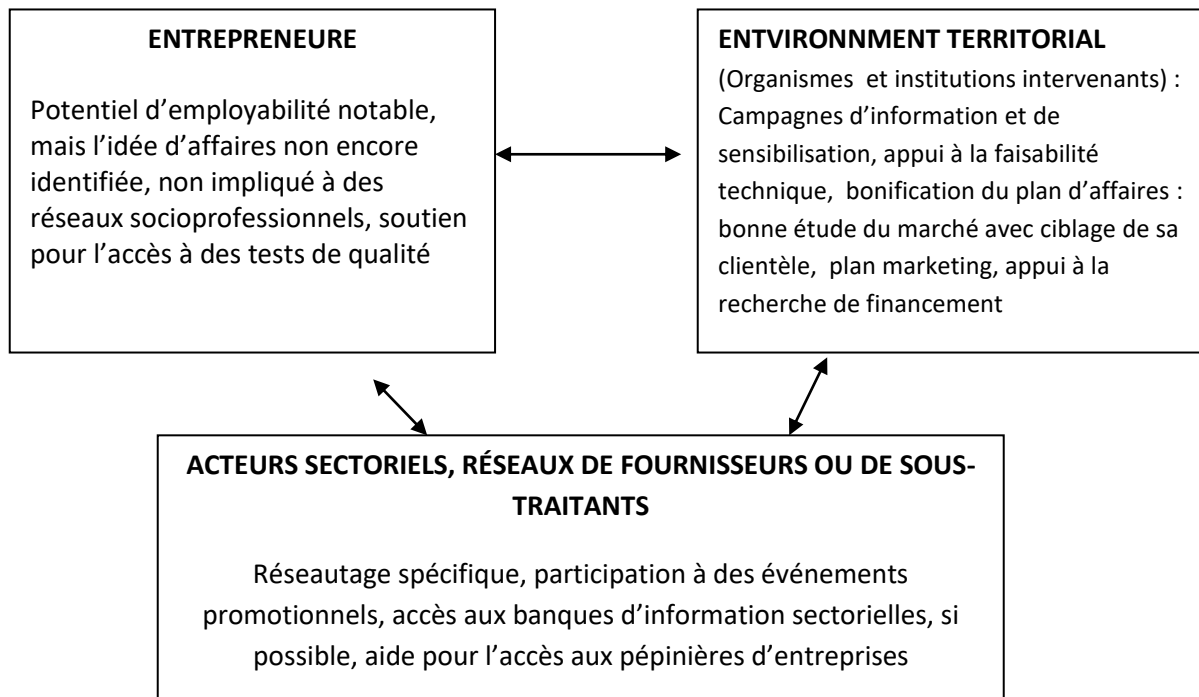
et le développement de celle-ci. Il s'agit pour les intervenants de soumettre les porteurs de projet à une sorte d'entraînement pédagogique.

En effet, la plupart des cas de faillite des entreprises nouvellement créées s'expliqueraient par le manque de compétences et par des décisions de gestion stratégiquement inadéquates. C'est pourquoi les structures d'encadrement devraient servir de catalyseurs au processus de développement des compétences managériales et entrepreneuriales de promoteurs de projets. Cela est d'autant vrai pour les entrepreneures féminines dont nous avons noté qu'elles éprouvent plus de difficulté à lancer ou à assurer le maintien de leurs entreprises.

Les appréhensions des immigrants face à l'offre de service d'accompagnement se fondent sur une certaine psychose de discrimination, des procédures longues, exigeantes et complexes. Les immigrants qui ont déjà identifié clairement leur idée d'affaires pourraient s'intéresser à l'offre de services existante sur le territoire s'ils ont l'assurance de sa visibilité, sa transparence et l'équité quant à l'accès à l'aide financière. Pour y arriver, des campagnes ciblées d'information et de sensibilisation s'avèrent nécessaires.

Enfin, la capacité de conquête des parts de marchés serait très faible chez les nouveaux entrepreneurs immigrants. Des activités de réseautage spécifiques devraient leur permettre de mieux faire connaître le caractère stratégique de leurs offres.

Nous avons montré au terme de notre analyse des facteurs clés de l'entrepreneuriat chez les immigrants que le besoin d'encadrement est plus ressenti par les entrepreneures immigrantes que par les hommes immigrants. Ainsi, nous proposons ci-après un modèle d'intervention qui permettrait d'améliorer la désirabilité de l'offre de service territoriale en entrepreneuriat.

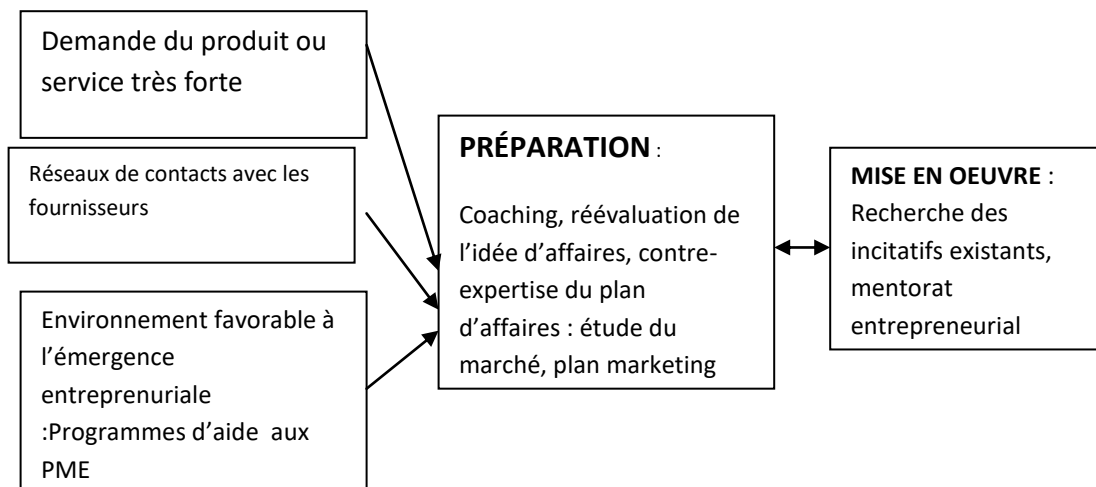


4.2. Modèle axé sur l'exploitation des opportunités du marché

Ce deuxième modèle découle de l'exploitation des opportunités du marché, à la suite de sa connaissance, d'abord, des rapports entre l'offre et la demande, ensuite, des innovations technologiques, organisationnelles et sociale.

Ce modèle consiste en une mise à profit des améliorations apportées aux produits ou services qui sont au cœur du succès d'affaires et qui sont autant d'opportunités pour l'entreprise elle-même. Ils procèdent aussi des changements de perception des individus; les connaissances nouvelles dans les champs scientifique, technique ou sociale.

Ce modèle conviendrait mieux aux projets qui portent sur les secteurs qui se révèlent émergents, tels sont les cas des technologies de l'information et de la communication et toutes leurs applications, notamment dans le numérique, l'internet des objets, nanotechnologies, etc., domaines dans lesquels s'établissent beaucoup de « start up ».

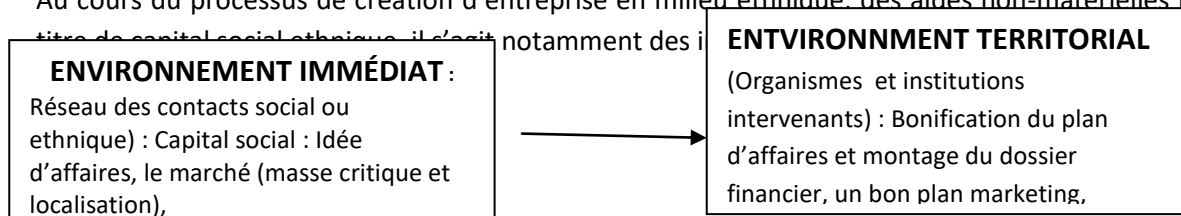


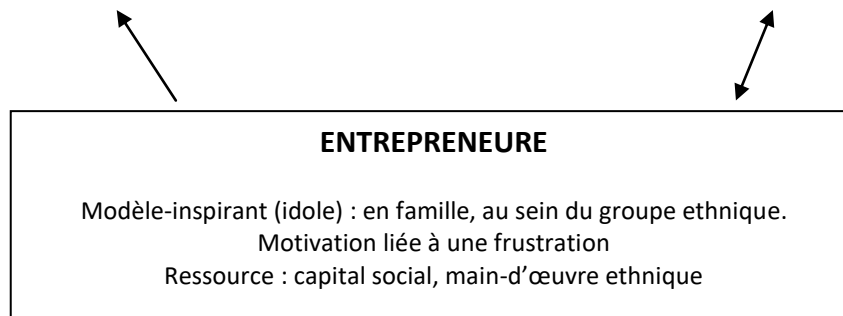
4.3. Modèle axé sur l'optimalisation du capital social

Le troisième modèle se structure autour des besoins des candidates entrepreneures qui recourent en premier lieu à leur environnement immédiat (familial ou ethnique). Nous avons déjà constaté que cette influence est plus grande auprès des immigrantes entrepreneures qu'auprès de leurs homologues masculins.

Les ressources obtenues auprès de ces milieux constituent des ressources endogènes du groupe ethnique concerné. Elles mettent en évidence la cohésion qui structure l'attitude du groupe à l'égard de l'entrepreneuriat, notamment par l'information transmise aux créateurs d'entreprise en vue de la sélection de leurs idées d'affaires. La solidarité interethnique sert alors de source de capital social.

Au cours du processus de création d'entreprise en milieu ethnique, des aides non-matérielles interviennent au titre de capital social ethnique, il s'agit notamment des i





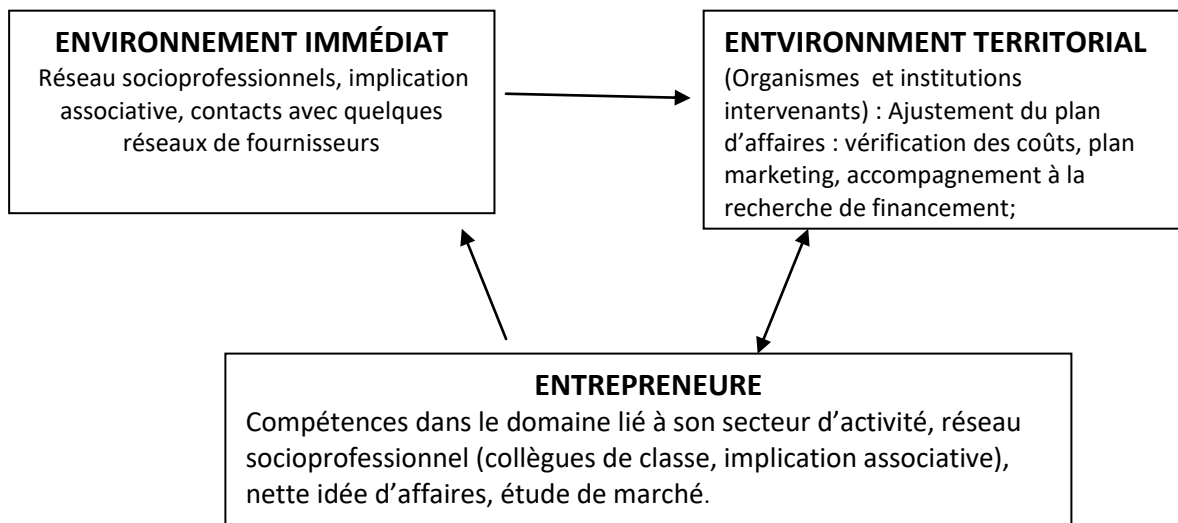
4.4. Modèle axé sur « la route de l'entrepreneurship »

Il s'agit d'un modèle qui concerne les entrepreneures immigrantes qui se sont appuyé sur les compétences acquises au cours de leurs études, donc sur la cohérence formation - secteur d'activité (QPS). Autrement dit, ce modèle capitalise la spécialisation des promoteurs de projet sur leur « route de l'entrepreneurship »

Parmi ces habiletés figurent les difficultés linguistiques et financières⁵, auxquelles s'ajoutent la maîtrise des règles formelles et informelles d'affaires de la société d'accueil et la création d'un réseau intra et extra communauté.

Parmi les répondants à notre enquête, par exemple, quatre détenteurs des titres du premier et deuxième cycle universitaires sur 45 ont créé des entreprises dans leur domaine de spécialisation. Parmi eux, trois sont des femmes contre un seul homme.

Le processus de création est résumé dans le schéma ci-après

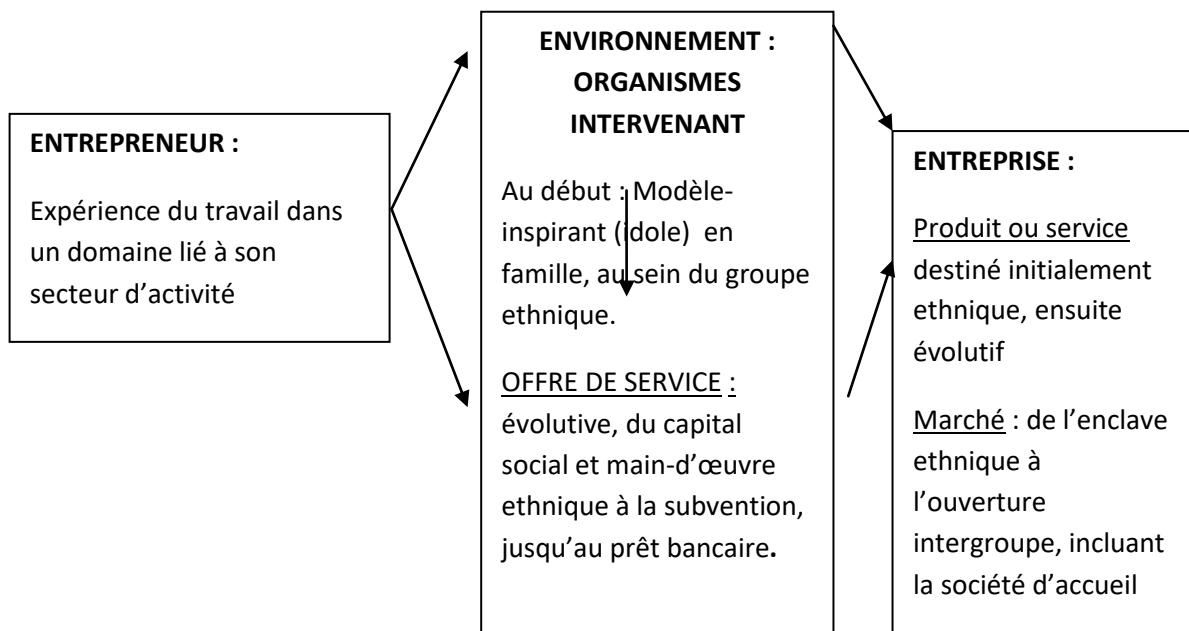


4.5. Modèle dit de la « route de l'emploi »

⁵ Burgess, S. (1986) *The Nova Scotai Ethnocultural Entrepreneurial Expérience*, Halifax, Multicultural Association of Nova Scotia.

Quant au cinquième modèle, dérivé du troisième, se base sur une expérience préalablement accumulée par les immigrantes en milieu de travail. Les candidates entrepreneures qui ont eu une expérience de travail, ont le plus souvent fait l'apprentissage des règles formelles et informelles de la pratique des affaires. Cette expérience a non seulement ouvert la voie d'accès aux revenus pour se constituer une mise de fonds initiale.

L'intervenant est appelé à valoriser l'expérience professionnelle de la candidate entrepreneure, dans les domaines techniques ou de gestion pour lui assurer un accompagnement efficient : la bonification du plan d'affaires (comprenant plus particulièrement une bonne étude de marché et un plan marketing) et enfin un appui pour la recherche du financement.



5. RECOMMANDATIONS

À la suite de l'analyse des enjeux et des propositions faites au cours de nos focus groups surgit l'idée de mettre en place des mesures de soutien spécifiques aux immigrantes entrepreneures. Car, il est ressorti que les ressources actuelles ne sont pas satisfaisantes et méritent d'être bonifiées. Il est nécessaire d'avoir des actions en rapport, d'abord, avec la promotion de services financiers auprès de la population féminine immigrante et de la sensibilisation des bailleurs de fonds quant à la nécessité de l'accès équitable au financement notamment en faveur des femmes immigrantes. Prendre des actions qui tiennent compte des réalités culturelles socialement construites qui influencent les pratiques entrepreneuriales et le comportement des femmes immigrantes entrepreneures notamment par un réseautage spécifiquement adapté à leurs conditions :

- l'aide à la consolidation et à la multiplication des réseaux et clubs d'affaires mettant l'entrepreneuriat féminin et particulièrement des femmes immigrantes;

5.1. Recommandations à l'égard des acteurs institutionnels

Nous recommandons :

1. Réalisation d'un portrait statistique exhaustif des femmes immigrantes entrepreneures avec les indicateurs de l'entrepreneuriat féminin et la disponibilité des données sur les femmes immigrantes et leur entreprise, à l'instar des initiatives, comme celles du Fonds d'investissement pour l'entrepreneurship au féminin (FIEF), qui ont apporté des renseignements intéressants sur les femmes entrepreneures de la région de la Côte-Nord. Si cette banque de noms était construite, elle pouvait nous permettre de dresser facilement le portrait exhaustif de la situation des femmes immigrantes entrepreneures et de leur entreprise et aussi ouvrir la porte à d'autres enquêtes auprès de cette population particulière. Car, peu d'information sur ces femmes est disponible.

Cette recherche nous permet maintenant de dresser un portrait sommaire et récapitulatif de l'entrepreneuriat féminin immigrant :

Les femmes d'affaires immigrantes sont plus jeunes que leurs homologues masculins; un grand nombre de femmes immigrantes ont démarré leur entreprise dans un secteur où elles possédaient l'expérience ou là où elles ont reçu une formation, une situation contraire à celle des hommes; plus que leurs homologues entrepreneurs masculins, la majeure partie des immigrantes qui se lancent en affaires sont bardées des diplômes, souvent universitaires; elles se concentrent dans le secteur tertiaire et surtout dans les sous-secteurs des services "inférieur", celui de la vente et des services directs aux consommateurs, c'est-à-dire dans les domaines d'activité traditionnellement féminins; plusieurs ne perçoivent pas le fait d'être femme comme générateur d'impact négatif dans leur expérience d'entrepreneure, ici l'importance de la confiance en soi ressort comme un levier du processus de création d'entreprise. Cependant, plusieurs obstacles semblent isoler les femmes immigrantes entrepreneures: Elles sont confrontées aux défis d'inexpérience de gestion et du manque de la formation requise en entrepreneuriat au fur et à mesure qu'elles développent l'entreprise, elles ignorent l'existence de plusieurs services et ressources dont elles peuvent bénéficier dans le milieu; elles souffrent d'un déficit de confiance de la clientèle dite de la société d'accueil. Elles font face aux conséquences de leur inexpérience en matière de promotion de leurs produits ou services ainsi que de gestion de l'entreprise, etc..

2. Le développement d'un volet du programme de soutien à l'entrepreneuriat féminin devant accroître les ressources destinées spécifiquement à la sensibilisation, l'accompagnement et le financement des initiatives entrepreneuriales des femmes immigrantes par :

-créations des salons et des espaces publics dédiés aux entrepreneures féminines et immigrantes;

- la médiatisation des entrepreneures émergents immigrants de façon mixte (hommes et femmes)
 - l'adoption d'une charte de l'entrepreneuriat des femmes immigrantes;
 - l'appui à l'esprit d'entreprise chez les femmes immigrantes par des formations appropriées en matière de marketing et de service à la clientèle, y compris la contre-expertise du plan d'affaire et gestion.
3. La mise en œuvre d'un volet du programme de soutien à la création de petites entreprises ethniques qui constituent les modèles d'affaires privilégiés des femmes immigrantes entrepreneures : l'offre de produits ou service destinée à des enclaves ethniques, afin de leur ouvrir la voie à une accumulation progressive des richesses, par un passage soutenu, de l'offre de services ethnique à une offre interethnique, voire globale. Enfin, il est essentiel d'assouplir les exigences relatives à l'évidence de marché extérieur pour tout projet axé sur les échanges avec le pays d'origine, par ce que ceux-ci sont considérés comme une importante source de création des richesses.

5..2. Recommandations à l'intention des intervenants

5.2.1. Concernant l'offre de service

Nous recommandons :

1. La réalisation d'un état de lieux des mesures d'appui et des dispositifs organisationnels publics et parapublics d'aide à l'entrepreneuriat dans la Région Métropolitaine de Montréal : un répertoire des organismes , institutions et fondations d'aide à l'entrepreneuriat féminin immigrant; un relevé de toutes les mesures et tous les programmes d'aide à l'entrepreneuriat féminin en général et féminin immigrant en particulier.
2. L'amélioration de la connaissance des réseaux ethniques actifs en matière de développement entrepreneurial afin de pouvoir en informer leurs membres : les réseaux que les femmes immigrantes fréquentent convergent vers des organismes au sein desquels elles côtoient essentiellement d'autres personnes immigrantes. Cependant, malgré un soutien actif qu'ils leur apportent, ces réseaux n'apportent pas toujours l'amélioration de la visibilité de leurs entreprises. Les actions nécessaires :-diffusion d'un recueil des principales pratiques d'appui aux projets d'entreprise au sein des groupes ethniques, notamment les fonds ethniques d'aides aux entrepreneurs immigrants, l'épargne tournante ou tontine, etc.; - lancement d'une campagne de promotion de l'offre de service en entrepreneuriat en vue d'améliorer leur visibilité en tant que voie alternative d'intégration économique;
3. La création des alliances stratégiques entre organismes qui préparent à l'entrepreneuriat et ceux de financement en vue d'offrir un continuum des services aux promoteurs de projets

Les alliances stratégiques entre organismes consisterait à « Offrir une expertise, un soutien professionnel et du financement aux entrepreneures immigrantes pour le développement de projets d'affaires sur l'île de Montréal, quelque soit le stade de développement de leur entreprise ». C'est un travail de collaboration des intervenantes des organismes partenaires. Ce travail s'effectuerait d'une part autour de l'étude et du traitement des dossiers d'accompagnement des entrepreneures et d'autre part autour du développement d'activités et d'événements conjoints (formation, conférences, foires commerciales). Ce travail va aboutir à la création d'une plateforme où on suivrait le cheminement de chaque entrepreneure ayant sollicité le service auprès de cet espace d'échanges.

5.2.2. Accès au financement du projet d'entreprise

Les immigrantes perçoivent l'offre de financement des entreprises comme un service discriminatoire et caractérisé par des critères d'évaluation difficile à réunir, notamment ceux relatifs à l'étude de marché, à la longueur de la procédure.

Il importe alors de créer un climat de confiance entre le bailleur des fonds et les immigrants porteurs des projets d'entreprise, notamment par :

- une démarche intensive et transparente d'accompagnement des créateurs, plus particulièrement à l'étape d'élaboration du plan d'affaires;
- L'atténuation du sentiment de peur du risque auprès des entrepreneurs qui accule les femmes créatrices d'entreprise⁶ au financement de petites entreprises en évitant à tout prix l'endettement bancaire et provenant d'autres.

La principale source de financement des entreprises démarrées par des femmes immigrante est le soutien d'un enfant, du conjoint, d'un parent/beau-parent lorsqu'elles ne sont pas en mesure d'autofinancer leur projet. Ce soutien se manifeste sous forme, soit de dons de temps'' des membres de la familles et autres proches, soit du prêt de leurs économies, au lieu de recourir aux prêts bancaires. Cette solution est salubre pour l'étape du démarrage d'une entreprise dans un contexte nouveau, mais condamne les femmes à créer de très petites entreprises à faible croissance dans les enclaves ethniques. –Nous recommandons la mise sur pied d'un fonds de garantie de risque pour les initiatives novatrices des femmes immigrantes entrepreneures.

Par la sensibilisation, les bailleurs de fonds, de leur côté, gagneraient à adapter leur message aux besoins et profils des entrepreneures immigrantes. Pour atteindre une population, il est souhaitable de la traiter différemment pour les attirer et avec flexibilité par le moyen de matériel promotionnel qui répond à leurs besoins.

1) ⁶ Exemples : Certaines incitatives comme la garantie du salaire minimal des employés spécialisés durant la première année, par exemple, contribuerait à l'assouplissement des critères d'octroi du crédit et à élargir la clientèle cible.

6. Les recherches futures

Au terme de cette étude nous n'avons pas la prétention d'avoir épuisé le sujet ou d'avoir répondu à toutes les questions essentielles sur l'entrepreneuriat féminin dans la RMR de Montréal. Nous croyons, par contre, que cette étude a contribué à l'avancement des connaissances sur les bonnes pratiques des femmes immigrantes entrepreneures.

Par ailleurs, le sujet de l'entrepreneuriat féminin immigrant demeure encore sous exploité au Québec, en général et à Montréal, en particulier. L'entrepreneuriat féminin immigrant est un levier économique émergent, le monde scientifique qui commence à s'intéresser à ce domaine fait connaître en profondeur dans certaines thématiques. Bien que n'ayant pas la prétention de répondre à toutes les questions pouvant entourer le sujet de l'entrepreneuriat féminin immigrant au Québec, cette étude a au moins contribué à l'avancement des connaissances sur la question précise des problématiques vécues et solutions mises de l'avant par les femmes entrepreneures immigrantes du Québec. Les résultats démontrent que les projets des femmes immigrantes entrepreneures ont des particularités qui leur sont propres. Ce travail a démontré que le lancement et le maintien d'entreprise par les femmes immigrantes s'effectuent selon certaines particularités qui sont propres à cette catégorie de porteurs de projets. Ces particularités se traduisent entre autres par la taille de l'entreprise des femmes entrepreneures immigrantes (micro ou petite) et le rapport plus net entre la scolarité, le domaine de spécialisation d'une part, et le secteur d'activité choisi, d'autre part, sans oublier l'appui des membres de la famille..

Néanmoins, les difficultés que nous avons observées au terme de cette recherche nous permettent de penser qu'il existe encore des thèmes importants à explorer pour enrichir l'inventaire des facteurs dont la maîtrise aurait comme conséquence de maximiser l'efficacité et l'efficience dans l'accompagnement des créateurs d'entreprise, en général, et les femmes porteuses de projets d'entrepreneuriat, en particulier.

Nous pensons ainsi à des études en profondeur sur certaines préoccupations essentielles, notamment :

- Pourquoi les immigrants créateurs ne recourent pas à l'offre de service des organismes collectifs et parapublics d'aide à l'entrepreneuriat et à celle des institutions bancaires?
- Quels sont les mécanismes qui pourraient conduire efficacement à une meilleure cohérence entre, d'une part, l'offre de service des organismes d'aide à l'entrepreneuriat des femmes immigrantes et, d'autre part, les types d'occasions d'affaires que ces femmes identifient concrètement dans leurs milieux de vie? C'est dans le but de leur permettre d'amorcer un processus d'accumulation progressive des richesses et des compétences en gestion, en vue du lancement ultérieur des entreprises de l'économie moderne.

Nous estimons, en guise de conclusion finale, que la sous-information et la peur du risque provoquent la méfiance de la plupart des femmes immigrantes à l'égard du crédit, le faible niveau des revenus de petites entreprises qu'elles créent rend indispensable la mise en œuvre des

stratégies qui permettraient une double évolution, d'une part, l'ouverture des immigrantes créatrices d'entreprises envers le crédit, et d'autre part, la mise en œuvre par les institutions et organismes d'aide aux entrepreneures immigrantes d'une offre de service mieux adaptée à leurs besoins. Autrement dit, il faut sensibiliser les gestionnaires de ces institutions et organismes de différents domaines touchant l'entrepreneuriat féminin à l'apport d'une analyse comparative entre les sexes. Cette approche nécessite la prise en compte de la variable sexe à la fois lors du dépôt des projets des femmes et au moment de leur analyse. Puisqu'il s'agit surtout de populations spécifiques, la prise en compte de ces recommandations ci-haut citées est nécessaire pour s'assurer que l'entrepreneuriat féminin immigrant en constante évolution demeure pertinent pour le développement de l'économie canadienne.

À cela peut s'ajouter la contribution de la présente recherche pour ce qui concerne l'identification et la modélisation des facteurs de succès à l'entrepreneuriat des femmes immigrantes. En dépit du plan de risques et d'atténuation des risques, un temps supplémentaire s'avère nécessaire afin nous permettre de bonifier des mesures d'accompagnement. Ainsi faut-il envisager une deuxième phase du projet dans le but d'assurer une pérennité à nos résultats et des changements de pratiques durables!

www.cejfi.org
Contact@cejfi.org
1775 Édouard-Laurin
Saint-Laurent (Québec) H4L 2B9
Téléphone : (514) 744-2252
Télécopieur : (514) 744-0540

Twitter : @cejfi.org

Suivez-nous sur Facebook : www.facebook.com/formation.cejfi/notifications/

LinkedIn

ca.linkedin.com/in/cejfi-centre-d-encadrement-pour-jeunes-femmes-69292945



**Condition féminine
Canada**

**Status of Women
Canada**



Centre d'Encadrement pour

JEUNES FEMMES IMMIGRANTES

FORMATIONS, ACCOMPAGNEMENT EN EMPLOI, CRÉATION D'ENTREPRISES