

# Colloque Montréal, une ville à la mesure des femmes

21 septembre 2005

## Atelier E - Les femmes et le développement économique de Montréal

### Synthèse de l'atelier

---

Les présentations, interventions et discussions de l'atelier sur les femmes et le développement économique ont essentiellement été orientées autour des trois axes qui avaient préalablement été identifiés dans le *Cahier du colloque*. Il s'agit de :

- l'entrepreneuriat au féminin;
- la place des femmes dans la nouvelle économie;
- la mise en oeuvre et le suivi de la Stratégie de développement économique de la Ville de Montréal.

Quatre personnes ressources ont été invitées à faire des présentations et à réagir lors des discussions : mesdames Sylvie Paré de l'UQAM, Nathaly Riverin de l'école des HEC de Montréal et Thérèse Sainte-Marie de la Corporation de développement de l'Est (CDEST) ainsi que monsieur Guy De Repentigny de la Ville de Montréal.

Plus de 16 personnes ont assisté à cet atelier dont l'animation a été confiée à madame Louise Lemay du Conseil du patronat du Québec. Monsieur Benoit Van de Walle, de la ville de Montréal, a agit comme secrétaire de l'atelier.

## L'entrepreneuriat au féminin

Pour accroître la place des femmes dans le développement économique, il faut passer par l'entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat est une affaire de **personnes** (et non d'entreprises).

En entrepreneuriat, les femmes cherchent l'accomplissement personnel alors que les hommes cherchent avant tout le profit et la prospérité.

Un sondage réalisé à l'automne 2004 auprès de 6 900 canadiens (dont 4 900 du Québec) montre que parmi les personnes qui sont présentement dans un processus de création d'entreprise, plus de 40 % sont des femmes. Ce qui vient quelque peu modifier le chiffre couramment véhiculé

où 30 % des nouvelles entreprises sont créées par des femmes.

Puisque le développement économique se traduit par la création de la richesse, il faut donner aux femmes un meilleur accès à cette richesse.

Les femmes sont à la tête de plus petites entreprises mais ces entreprises sont plus pérennes.

Les milieux d'affaires sont des réseaux difficiles d'accès pour les femmes mères de famille (réunions tôt le matin ou le soir, tournois de golf coûteux, etc.).

Il faut s'assurer que la culture entrepreneuriale soit inculquée chez les jeunes.

Selon Thérèse Sainte-Marie de la CDEST, 40 % des projets d'entreprise soumis à sa corporation de développement économique communautaire (CDEC) sont portés par des femmes; dans le domaine de l'économie sociale, ce taux s'élève à 80 %. La plupart des projets présentés à la CDEC par des femmes sont dans les secteurs des services; ils ne sont pas en nouvelle économie.

Les femmes ont plus facilement accès aux instances des paliers locaux (arrondissement et ville). Comment faire pour les rapprocher des paliers supérieurs (provincial et national)?

Quelle place fait-on à l'économie sociale ou aux économies où les femmes sont bien présentes?



Il faut être au-dessus de l'économie sociale, sortir de ce pattern et viser plus large.

Les préoccupations sociales et environnementales sont importantes et le seront encore dans 10 ans. Ces préoccupations rejoignent les femmes. Ce sont les créneaux dans lesquels elles devraient s'investir.



Aucun secteur ne devrait arrêter les femmes. Il faut avoir le courage et foncer surtout là où les femmes sont traditionnellement absentes.

---

Le mentorat d'affaires est une avenue très intéressante à généraliser : il permet aux femmes d'apprendre à entreprendre et de surmonter leurs peurs.

La diversification des modèles économiques passe par le mentorat. C'est par l'exemple et le partage d'expériences que les femmes peuvent plus aisément sortir de leur isolement; elles sont mises en confiance, elle pénètrent plus facilement dans les réseaux. Le mentorat des femmes par des femmes est souhaité par certaines entrepreneures mais il n'est pas généralisé.

Les femmes ont davantage peur du risque; il faudrait faire la promotion des réussites accomplies par des femmes.

Pourquoi ne pas mettre sur pied une campagne de promotion visant spécifiquement à valoriser les différents modèles d'entrepreneuriat féminin ou les succès des femmes entrepreneures de Montréal, dans tous les secteurs de l'activité économique?

La question des travailleuses autonomes mérite aussi une attention particulière. Depuis 1989, on a relevé un accroissement de plus de 50 % des femmes dans la catégorie du travail autonome; le nombre de femmes travailleuses autonomes a de plus augmenté plus rapidement que le nombre d'hommes. Certain(e)s estiment qu'il y a présentement peu de ressources pour les supporter et que l'accès au capital est difficile.

Il faut mieux documenter cet aspect de l'accès au financement par les femmes. On connaît les capitaux de démarrage qui sont disponibles plus localement (par l'entremise des CDEC notamment) mais les autres sont moins connus.

---

## La place des femmes dans la nouvelle économie

Une étude réalisée à partir du répertoire des entreprises Scott's montre que 10,8 % des entreprises appartiennent au secteur de la nouvelle économie.

De ce nombre, 44,6 % oeuvrent dans les technologies de l'information et des communications (TIC).

16,7 % des femmes à la direction d'entreprises sont dans le secteur de la nouvelle économie.

En nouvelle économie, les femmes sont surtout présentes dans les services de consultation et dans les services scientifiques et techniques : elles sont dans la *soft* économie, non dans la *hard* économie.

Comment faire pour orienter les femmes vers des emplois ou vers la création d'entreprises axées sur la nouvelle économie plutôt que vers l'économie sociale?



Les femmes cherchent un autre modèle économique. Quelle place fait-on aux autres façons de faire du développement et quel est le rôle des femmes dans cette démarche?

## La mise en oeuvre et le suivi de la Stratégie de développement économique de la Ville de Montréal

La *Stratégie de développement économique 2005 - 2010 de la Ville de Montréal* a été rendue publique en juin 2005. Elle est le fruit de recommandations issues du Sommet de Montréal et d'un processus d'élaboration impliquant des rencontres entre les responsables du Service et leurs divers partenaires ainsi que d'une consultation publique.

Bien qu'elles ne soient pas majoritaires, plusieurs femmes font partie des personnes qui ont été consultées ou qui se sont impliquées dans l'élaboration de la Stratégie.

Tous les partenaires, groupes ou personnes consultés ou impliqués ont clairement exprimé la volonté de travailler en collaboration et de raffermir leurs liens avec la Ville.

Deux grandes valeurs soutiennent l'ensemble de la Stratégie :

- Le **développement durable** qui fait l'équilibre entre développement économique, protection de l'environnement et équité sociale;
- La **solidarité** qui interpelle l'ensemble des partenaires pour créer une prospérité qui profite à tous et permette de réduire les écarts au sein de la population.

En  
ma  
rge  
de  
la  
Str  
até

gie, Montréal emboîte le pas avec le Plan de développement de la CMM et vise, au cours des prochaines années, à hisser Montréal parmi les meilleures villes en Amérique du Nord pour ce qui est de la qualité et du niveau de vie.

Il est clair que Montréal se positionne dans le peloton de la queue des grandes villes nord-américaines en ce qui a trait à la diplomation : une relation étroite existe d'ailleurs entre ce taux et le PIB. Une autre courbe mettant en relation le PIB et le taux d'entrepreneuriat place le Canada dans les pays ayant une économie moyennement développée. Ainsi, tel que le suggèrent ces affirmations, la croissance du PIB de Montréal passe par une augmentation des taux de diplomation et d'entrepreneuriat.

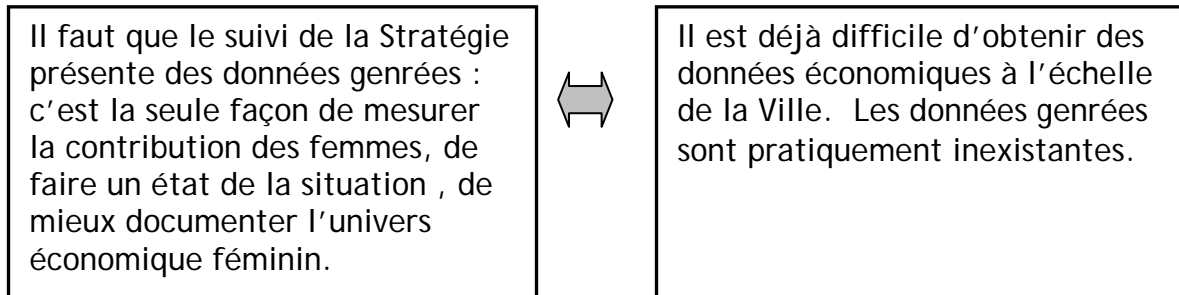
Comment s'assurer de la participation des femmes dans l'atteinte de cet objectif fixé pour Montréal et sa région d'augmenter sensiblement le PIB?

Les préoccupations des femmes sont diffuses dans la Stratégie; en effet, la Stratégie de développement économique de la Ville de Montréal se veut inclusive et elle interpelle tant les femmes que les hommes, tout comme les immigrants ou les différents groupes d'âge de la population.

À Montréal, il n'y a pas de porte d'entrée unique pour les services d'aide à l'entrepreneuriat. Il n'y a pas non plus de mécanismes d'harmonisation et de

complémentarité entre ces divers organismes. Il faudrait trouver une façon de procéder à un inventaire de ces services pour en faire la promotion; voilà un rôle que la Ville pourrait peut-être remplir.

La Stratégie de la Ville prévoit un mécanisme de suivi. Comment faire pour que les femmes puissent y trouver leur compte?



Très peu de femmes sont présentes au sein des divers comités et commissions qui oeuvrent en développement économique et qui ont été mis sur pied par la Ville de Montréal. Il faut assurer un meilleur équilibre entre la présence des femmes et celle des hommes.

Les communautés culturelles sont également peu présentes dans la Stratégie de la Ville. Il faut, tout comme les femmes, intégrer les communautés culturelles à la mise en œuvre et au suivi de la Stratégie de développement économique de Montréal.

Toute la question de la diplomation et surtout de la reconnaissance des diplômes des nouveaux arrivants est une problématique qu'il faut nommer et reconnaître, ce que fait d'ailleurs la Stratégie. Le pouvoir de la Ville est cependant bien limité en cette matière, mais elle doit exercer son leadership auprès des autorités concernées pour provoquer des changements.

<p>Une politique d'égalité entre les femmes et les hommes s'avère un outil incontournable pour permettre aux Montréalaises d'occuper toute la place qui leur revient. Il faut donc d'abord et avant tout s'assurer qu'une telle politique voit bientôt le jour. Il faut aussi s'assurer que le rôle des femmes dans le développement économique soit bien défini dans une telle politique, l'égalité étant un moyen de favoriser le développement économique.</p>
---

Grâce à diverses politiques ou législations, le Québec, et tout particulièrement Montréal, est la locomotive nord-américaine en matière d'égalité. C'est une force sur laquelle nous devons miser.

Montréal est une ville de «milieu» : convivial, familial, où les rapports entre les hommes et les femmes sont harmonieux. Ça ne se voit pas. Pourquoi ne pas mettre l'emphase sur ces faits.

Il faut faire la promotion de Montréal comme étant une ville égalitaire en raison des compétences des femmes qui y oeuvrent. Voilà un bon filon pour articuler le *branding* de Montréal.

À la lumière des présentations, des interventions et des discussions de la journée, il a été convenu de formuler cette recommandation :

### Recommandation

Les participantes et participants de l'atelier E  
**Les femmes et le développement économique de Montréal**  
font consensus autour de l'obligation de doter Montréal d'une politique d'égalité entre les femmes et les hommes qui intègre un axe sur le développement économique.

Les membres de l'atelier rappellent la nécessité de positionner le développement économique en termes de solidarité, de durabilité et d'inclusivité.

La politique d'égalité doit permettre de prendre la mesure de la présence et de la contribution des femmes dans le développement économique.

La politique d'égalité doit aussi prévoir les mécanismes d'arrimage avec les autres politiques économiques (Stratégies de développement économique de la Ville et de la Communauté métropolitaine de Montréal) et avec les paliers locaux (les arrondissements).

De plus, la politique d'égalité entre les femmes et les hommes verra plus spécifiquement à intégrer les volets suivants :

- 1- L'entrepreneuriat au féminin
  - La promotion de modèles diversifiés d'entrepreneures;
  - Le mentorat;
  - L'accès à la capitalisation;
  - Le soutien à l'économie sociale.
- 2- Les femmes dans la nouvelle économie
  - Encourager dès le début de la formation la présence des femmes dans les différents secteurs de la nouvelle économie.
- 3- Le déploiement et le *monitoring* de la Stratégie de développement économique de Montréal
  - Favoriser les indicateurs genrés;
  - Présenter des indicateurs de richesse autres que le PIB;
  - Développer le *branding* de Montréal autour de la politique d'égalité entre les femmes et les hommes.

---

## ANNEXE

### Liste des participantes et participants

**Animatrice :** Madame Louise Lemay, Conseil du patronat du Québec

**Personnes-ressources :** Madame Sylvie Paré, Université du Québec  
à Montréal  
Madame Nathaly Riverin, HEC de Montréal  
Madame Thérèse Sainte-Marie, Corporation de  
développement de l'Est (CDEST)  
Monsieur Guy de Repentigny, Ville de Montréal

**Secrétaire d'atelier :** Monsieur Benoit Van de Walle, Ville de Montréal