



Portrait du dynamisme entrepreneurial de Montréal 2017

Rapport final réalisé par la Fondation de l'entrepreneurship
et l'Institut d'entrepreneuriat Banque Nationale | HEC Montréal

Mars 2018

Montréal

fondation de
l'entrepreneurship 

**INSTITUT
D'ENTREPRENEURIAT**
 BANQUE NATIONALE | HEC MONTRÉAL

AUTEURS

MIHAI IBANESCU, PH. D.

Chercheur

Institut d'entrepreneuriat

Banque Nationale | HEC Montréal

RINA MARCHAND

Directrice principale, Contenus et

innovation

Fondation de l'entrepreneurship

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	5
FAITS SAILLANTS 2017	11
SYNTHÈSE DES RÉSULTATS 2017	16
1. LES INDICATEURS DE BASE DU DYNAMISME ENTREPRENEURIAL.....	17
<i>1.1 Intentions de se lancer en affaires : Montréal, la ville où l'on rêve de devenir entrepreneur.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2 Les démarches : des taux impressionnants pour tous les groupes</i>	<i>20</i>
<i>1.3 Taux des propriétaires : similaire à celui de la moyenne sur le reste et l'ensemble du Québec.....</i>	<i>23</i>
<i>1.4 Le taux de fermetures d'entreprise similaire à la tendance provinciale</i>	<i>25</i>
2. REGARD SUR LES QUATRE ÉTAPES DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL..	27
<i>2.1 Portrait de la population ayant l'intention de se lancer en affaires</i>	<i>27</i>
<i>2.2 Nature des démarches en cours</i>	<i>37</i>
<i>2.3 Les entrepreneurs : regard sur la dynamique actuelle et future.....</i>	<i>44</i>
<i>2.4 Les fermetures d'entreprise : quand et pourquoi ?</i>	<i>48</i>
3. LA CULTURE ENTREPRENEURIALE	51
<i>3.1 Perceptions à l'égard des entrepreneurs et leur rôle social.....</i>	<i>51</i>
<i>3.2 Attraites et influences concernant l'entrepreneuriat.....</i>	<i>53</i>
4. VOLONTÉ DE CROISSANCE, OBSTACLES ET PERSPECTIVES À COURT TERME POUR LES ENTREPRENEURS DE MONTRÉAL	73
CONCLUSION.....	86
ANNEXE 1 – TAUX DE DISTRIBUTION SELON LA LANGUE MATERNELLE	89
ANNEXE 2 – MÉTHODOLOGIE	90

TABLE DES GRAPHIQUES

<i>Graphique 1 : Synthèse des résultats – agglomération de Montréal et reste du Québec, population adulte (décembre 2017)</i>	16
<i>Graphique 2 : Intentions de créer ou de reprendre une entreprise – agglomération de Montréal et reste du Québec, population adulte et différents sous-groupes (décembre 2017)</i>	19
<i>Graphique 3 : Démarches de création ou reprise d'une entreprise – agglomération de Montréal et ensemble du Québec, population adulte et différents groupes d'âge (décembre 2017)</i>	21
<i>Graphique 4 : Propriétaires d'entreprise – agglomération de Montréal et ensemble du Québec, sous-groupes variés (décembre 2017)</i>	23
<i>Graphique 5 : Pourcentage de la population ayant déjà fermé une entreprise au cours de sa vie – agglomération de Montréal et ensemble du Québec (décembre 2017)</i>	25
<i>Graphique 6 : Intentions de créer ou de reprendre une entreprise selon le fait de provenir ou non d'une famille en affaires (FA) – Montréal et reste du Québec (décembre 2017)</i>	28
<i>Graphique 7 : Choix des répondants ayant l'intention de se lancer en affaires quant aux modalités d'entrée – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	30
<i>Graphique 8 : Choix des répondants à l'étape des démarches quant aux modalités d'entrée – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	38
<i>Graphique 9 : Investissements initiaux requis pour démarrer – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	41
<i>Graphique 10 : Investissements initiaux requis lors du démarrage des propriétaires actuels – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	47
<i>Graphique 11 : Horizon temporel à l'intérieur duquel remonte la fermeture d'entreprise – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	49
<i>Graphique 12 : Durée de vie des entreprises fermées – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	49
<i>Graphique 13 : Propension à assumer des risques – scores Z, groupes variés – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	64
<i>Graphique 14 : Perceptions à l'égard des avantages hypothétiques des hommes par rapport à différents aspects de l'entrepreneuriat – jeunes répondants ayant l'intention de se lancer en affaires – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	69
<i>Graphique 15 : Perceptions à l'égard des avantages hypothétiques des hommes par rapport à différents aspects de l'entrepreneuriat – jeunes répondants sans intentions (pas dans le processus) – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	70
<i>Graphique 16 : Intentions d'investir dans l'innovation pour la prochaine année, propriétaires actuels – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	81

TABLE DES TABLEAUX

<i>Tableau 1 : Motivations de création/reprise d'une entreprise chez les individus ayant l'intention de se lancer en affaires – agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	<i>31</i>
<i>Tableau 2 : Principaux éléments déclencheurs pour commencer des démarches entrepreneuriales, – agglomération de Montréal total et jeunes et reste du Québec (décembre 2017).....</i>	<i>36</i>
<i>Tableau 3 : Taux des démarcheurs ayant pratiquement finalisé certaines activités spécifiques à l'étape des démarches, total et jeunes – agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)</i>	<i>39</i>
<i>Tableau 4 : Taux des « démarcheurs » ayant perçu certains obstacles comme très difficiles à contourner, total et jeunes — agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017) 42</i>	
<i>Tableau 5 : Motifs de fermeture des individus ayant subi une fermeture d'entreprise au cours de leur vie — agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)</i>	<i>50</i>
<i>Tableau 6 : Perceptions envers l'entrepreneur et l'entrepreneuriat – agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017).....</i>	<i>52</i>
<i>Tableau 7 : Perceptions concernant les avantages de l'entrepreneuriat – agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)</i>	<i>57</i>
<i>Tableau 8 : Perceptions concernant les désavantages de l'entrepreneuriat – total population et par sexe – agglomération de la Montréal et reste du Québec (décembre 2017).....</i>	<i>58</i>
<i>Tableau 9 : Perceptions à l'égard de l'importance ressentie de l'échec d'un éventuel projet entrepreneurial – total population et jeunes hors processus (PDP), par sexe – agglomération de Montréal et le reste du Québec (décembre 2017).....</i>	<i>63</i>
<i>Tableau 10 : Perceptions des compétences et qualités personnelles, du réseau et de la situation financière—population adulte et jeunes – agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)</i>	<i>66</i>
<i>Tableau 11 : Perceptions à l'égard de l'encouragement des différents paliers du gouvernement et des actes en ce sens, taux d'opinions positives et différence opinions positives moins celles négatives — agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)</i>	<i>71</i>
<i>Tableau 12 : Volonté de croissance, d'innover et de réinvestir ses surplus par profil des propriétaires — agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	<i>75</i>
<i>Tableau 13 : Les principaux obstacles à la croissance de l'entreprise rencontrés par les propriétaires — agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	<i>79</i>
<i>Tableau 14 : Types d'innovation envisagés au cours de la prochaine année par les propriétaires — agglomération de Montréal (décembre 2017).....</i>	<i>82</i>
<i>Tableau 15 : Formes de soutien à l'innovation demandées par les propriétaires — agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	<i>84</i>
<i>Tableau 16 : Formation et accompagnement des entrepreneurs—agglomération de Montréal (décembre 2017)</i>	<i>85</i>

INTRODUCTION

De consolidation à croissance des services de soutien aux entrepreneurs

En 2016, Montréal complétait un virage important au niveau de son développement socioéconomique et particulièrement de son écosystème entrepreneurial : la mise en place de PME MTL voué à être LA porte d'entrée par excellence des entrepreneurs actuels et en devenir ayant besoin de soutien et de ressources diverses. Ainsi, la nouvelle organisation qui est déjà bien implantée offre :

- Six pôles de service d'accompagnement répartis sur l'île de Montréal ;
- Le Fonds PME MTL afin de soutenir financièrement les entrepreneurs sur différents aspects (démarrage, croissance, entrepreneuriat, etc.) ;
- L'École des entrepreneurs afin d'ouvrir une formation variée, tant aux personnes qui songent à se lancer en affaires qu'aux entrepreneurs qui visent le plein développement de leurs entreprises ;
- Du placement d'emploi.

C'est dans cette foulée de la transformation du soutien aux entrepreneurs sur le territoire que la Fondation de l'entrepreneurship a été mandatée par Montréal afin de produire une enquête lui permettant de mesurer les indicateurs-clés de son dynamisme entrepreneurial et de les comparer à ceux du reste du Québec sous la forme d'un *Portrait du dynamisme entrepreneurial de Montréal* (« Portrait »). Ces indicateurs sont issus de l'*Indice entrepreneurial québécois* (« l'Indice »), lancé en 2009 par la Fondation et produit annuellement, depuis, grâce à un partenariat avec la Caisse de dépôt et placement du Québec. De plus, Léger et l'Institut d'entrepreneuriat Banque Nationale | HEC Montréal (IEBN) collaborent activement avec la Fondation à la production tant de l'*Indice* que de *Portraits* comme celui-ci.

Ainsi, en 2017, la Fondation a produit un *Portrait* mesurant les indicateurs-clés de l'agglomération Montréal tout en les comparant avec ceux du reste du Québec. L'*Indice 2014* avait par ailleurs publié les quatre grands indicateurs de la chaîne entrepreneuriale de la RMR de Montréal. Le lecteur les retrouvera aux fins de comparaison dans la section 1 du présent document.

Montréal, une véritable « pépinière » pour l'entrepreneuriat québécois

Cette consolidation de l'écosystème montréalais arrive à point nommé puisque l'agglomération affiche des taux exceptionnels au niveau des intentions d'entreprendre et des démarches en vue de créer ou reprendre une entreprise. Sans pour autant avoir un taux de propriétaires différent du reste du Québec, c'est aussi à Montréal que l'on retrouve le plus grand taux de propriétaires

associés au profil du Chef de file (le double comparativement au reste de la province). L'entrepreneur associé à ce profil est un propriétaire (toutes formes d'entreprises confondues) qui est actif à l'international et dont l'entreprise compte, en plus de son propriétaire, des employés salariés.

Avant de présenter les trois grands profils d'individus qui brillent littéralement au sein de ce *Portrait du dynamisme entrepreneurial de Montréal*, voici quelques éléments nous permettant de mieux comprendre dans quel contexte ces acteurs évoluent.

Des facteurs favorables à l'entrepreneuriat

La population immigrante du Québec se concentre à Montréal (les immigrants représentent environ 34 % de la population de l'agglomération¹ et l'agglomération de Montréal représente quant à elle 23 % de la population de la province²). Et elle représente, comme nous le verrons plus loin, un formidable propulseur à l'entrepreneuriat du territoire. Évidemment, la localisation de Montréal est aussi un élément favorable à son développement (installations aéroportuaires et portuaires, proximité avec la frontière ontarienne et américaine).

Au fil des ans, Montréal est également devenu le lieu de rencontre des cultures (foires, congrès, conférences, etc.) qui favorisent les échanges d'idées. Enfin, elle a aussi pu voir au fil du temps l'émergence de grandes compagnies internationales ou nationales qui sont de grands employeurs, mais qui aussi favorisent de plus en plus l'utilisation de travailleurs autonomes à la place d'employés réguliers.

Montréal est aussi un carrefour incroyable du savoir, regroupant plusieurs universités généralistes et spécialisées qui, en plus d'attirer un nombre considérable de jeunes Québécois et Canadiens, comptent sur un nombre d'étudiants étrangers qui croît sans arrêt. En 2017, les grandes universités montréalaises voyaient leur nombre d'étudiants étrangers augmenter en moyenne de 10,5 % pour s'établir à 31 600³. Pas surprenant qu'en 2017, la métropole ait été classée par l'Institut Quacquarelli Symonds au premier rang des meilleures villes du monde pour les étudiants étrangers !

¹ Calculs des auteurs selon les résultats publiés par la ville de Montréal, données 2016 et 2017.

² Calculs des auteurs selon les résultats publiés par la ville de Montréal et Statistique Canada (2017).

³ Bureau de coopération interuniversitaire.

Ces mêmes universités sont également de véritables locomotives de l'entrepreneuriat sur le territoire puisqu'elles ont chacune créé soit des centres d'entrepreneuriat, des incubateurs et même des accélérateurs, tout en offrant des programmes très variés en entrepreneuriat. Depuis 2015, l'*Indice* nous démontre d'ailleurs l'impact des études universitaires sur la propension à entreprendre et sur la « qualité » des entrepreneurs qui ont fait de telles études (ils sont davantage tournés vers l'innovation et l'internationalisation). Ces universités ne peuvent qu'être des partenaires de choix pour Montréal, car elles sont de véritables « pépinières » d'entrepreneurs.

Autre fait important, qui trouvera d'ailleurs écho plus loin dans ce rapport, les femmes sont majoritaires au niveau de la clientèle universitaire en général. À l'automne 2017⁴, la présence des femmes aux universités Concordia, McGill, Montréal, HEC et Université du Québec à Montréal comptait pour 57,9 %. Il faut toutefois mentionner qu'en ajoutant l'École Polytechnique et l'ÉTS, ce taux moyen des femmes étudiantes diminue à 48,9 %.

Nombreuses sont aussi les écoles préuniversitaires à offrir des cours et programmes visant une sensibilisation à l'entrepreneuriat. Ensuite, la grande accessibilité d'un nombre important d'institutions (banques et autres) offrant de l'aide de diverses natures n'est pas un secret. Le territoire peut également compter sur la présence d'une variété d'initiatives gouvernementales et autres facilitant la coopération internationale, l'innovation et la croissance des entreprises, pour ne nommer que ces domaines.

Ces organisations constituent, avec PME MTL, tout un « circuit » de formation, d'accompagnement et de financement des entreprises. Un circuit auquel n'accèdent peut-être pas tous les entrepreneurs de façon égale, comme nous le verrons plus loin chez les immigrants.

Des facteurs défavorables à l'entrepreneuriat

Sans plomber de façon évidente l'entrepreneuriat montréalais, certains grands facteurs sont toutefois à prendre en considération et pourraient à tout le moins ralentir le développement entrepreneurial du territoire. Parmi ces facteurs, il y a d'abord le taux supérieur à la moyenne de l'emploi dans le secteur administratif. Ensuite des emplois attrayants et des salaires élevés dans les grands établissements, qui peuvent être des « distractions » pour les habitants et les empêcher de considérer, ne serait-ce qu'un instant, les attraits de l'entrepreneuriat. Le taux de chômage qui

⁴ Ibidem.

est présentement bas et l'émigration vers d'autres provinces ou les États-Unis pourraient aussi être considérés comme des facteurs défavorables.

La démographie (le vieillissement de la population québécoise) peut certes avoir une influence sur le territoire, mais rappelons que la solide présence des universités demeure encore pour le moment un « aimant » attirant de nombreux jeunes de la province.

Un portrait caractérisé par trois profils importants

À l'égard de la présente enquête menée auprès de la population montréalaise, nous verrons dans le rapport que le dynamisme entrepreneurial du territoire est fortement caractérisé par l'apport de trois grands profils : les jeunes, les immigrants... et les femmes !

Sans surprise, puisque nous l'avons déjà noté dans l'*Indice 2014*, les quatre indicateurs de la chaîne entrepreneuriale de Montréal sont supérieurs à ceux du reste du Québec. Sauf pour le taux de propriétaires à égalité avec le reste du Québec, les taux d'intentions, de démarches et de fermetures sont supérieurs sur le territoire.

Ainsi, les jeunes de 18 à 34 ans se montrent nettement plus dynamiques à Montréal, à preuve leur taux d'intentions d'entreprendre qui se situe à 46,4 % (contre 40,9 % pour l'ensemble du Québec). Idem pour le taux de démarches (17,6 % vs 14,1 %). Dynamiques, mais fragiles, puisque leur taux de fermetures est le double par rapport à leur taux de propriétaires (8,7 % vs 4,2 %). Il faut toutefois évoquer ici deux éléments importants qui peuvent expliquer ce ratio de prime abord inquiétant : la profusion d'emplois de qualité pouvant détourner l'attention des jeunes vers le salariat, et la vigueur de l'écosystème des startups technologiques (estimé entre 1 800 à 2 600⁵) et où le cycle « essai-erreur » est fréquent (et normal !).

Gageons que ce dynamisme entrepreneurial des jeunes montréalais n'est pas près de s'estomper puisque les individus dans cette tranche d'âge semblent véritablement avoir élu Montréal comme lieu par excellence pour s'épanouir. En effet, la deuxième édition d'un classement mondial annuel des villes préférées des milléniaux, effectué par le moteur de recherche spécialisé en immobilier Nestpick, affirmait que Montréal arrivait au second rang des villes (sur 110) du fait de la qualité de vie qu'elle offrait à la jeune génération montante !

⁵ *Portrait de l'écosystème startup montréalais* (2016).

Ensuite, les immigrants sont de réels propulseurs à l'entrepreneuriat montréalais. Ils sont bien sûr présents en bon nombre (en 2016, ils représentaient 34,0 % de la population du territoire de Montréal⁶, en augmentation légère par rapport à 33,2 % en 2011), mais cette tranche d'habitants est surtout une véritable locomotive en matière d'entrepreneuriat puisqu'ils affichent un taux d'intentions d'entreprendre de 38,5 % (comparativement à 25,7 % pour l'ensemble de la population montréalaise, et 21,0 % pour l'ensemble de la population québécoise)! Ils affichent un taux de démarches tout aussi éloquent, s'élevant à 17,2 % comparativement à 11,7 % pour l'ensemble de la population montréalaise (et à 9,4 % pour l'ensemble de la province). Un dynamisme qui ne se répercute pourtant pas sur le taux des propriétaires, à quasi-égalité avec celui de l'agglomération ou de la province.

Les raisons expliquant cette grande décélération des immigrants dans la chaîne entrepreneuriale ne font malheureusement pas l'objet d'un tel rapport et mériteraient que l'on s'y attarde. Les nouveaux immigrants ont, objectivement, une plus grande difficulté à accéder au crédit. De plus, comme nous le verrons dans cette étude, les immigrants à l'étape des démarches affirment (davantage que les personnes natives) que « trouver un partenaire pour diminuer les risques » constitue un obstacle important, indiquant par le fait même un certain isolement de ceux-ci.

Enfin, et cela est sans doute la plus belle surprise au cœur de ce rapport, les Montréalaises affichent un dynamisme entrepreneurial nettement supérieur aux femmes du reste du Québec, tant au niveau des intentions que des démarches. Leur taux de concrétisation des intentions aux démarches est également supérieur par rapport à leurs homologues masculins. Et enfin, le rapport femmes/hommes au niveau des démarches est supérieur à Montréal comparativement à une majorité de pays dont l'économie est tirée par l'innovation (GEM 2016/2017), faisant de Montréal un des *leaders* en la matière.

Si cette propension à vouloir entreprendre se concrétise réellement, les Montréalaises pourraient très bien être la clé de voûte d'un entrepreneuriat féminin québécois enfin plus florissant.

Méthodologie

Les données du rapport portent sur le territoire géographique représenté par l'agglomération de Montréal et non par la grande région métropolitaine avec la rive nord et la rive sud.

⁶ Calcul des auteurs selon les données de la ville de Montréal sur le site http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=6897,67885704&_dad=portal&_schema=PORTAL.

Le sondage a été effectué par Léger (tout comme pour les rapports précédents). En juin 2017, un bassin initial de 5 305 répondants issus d'un panel Web a été sondé afin d'établir les quatre grands indicateurs de la chaîne entrepreneuriale de Montréal. Pour un échantillon probabiliste de la même taille, la marge d'erreur maximale aurait été de $\pm 1,34 \%$, 19 fois sur 20. Finalement, le sondage a été réalisé auprès de 1 123 répondants, dont 958 étaient impliqués à l'une ou l'autre des étapes du processus entrepreneurial. Pour un échantillon probabiliste de la même taille, la marge d'erreur aurait été de $\pm 2,92 \%$, 19 fois sur 20.

Un outil pour agir

Enfin, nous souhaitons que ce rapport puisse être un outil qui permettra à Montréal et aux élus et acteurs du développement socioéconomique de prendre des décisions encore plus éclairées pour le futur et la prospérité du territoire. Montréal peut toutefois déjà compter sur des habitants dont le goût d'entreprendre n'est plus à prouver.

FAITS SAILLANTS 2017

INTENTIONS

- Le taux des personnes ayant l'intention de se lancer en affaires est très élevé dans l'agglomération de Montréal, soit de 25,7 %. Ce taux dépasse largement celui du reste du Québec (19,6 %).
- Le taux d'intentions pour les femmes de Montréal est de 22,0 %, par rapport à 15,1 % pour le reste du Québec, un écart de 6,9 points de pourcentage. Pour les hommes montréalais, le même taux est de 29,9 %, par rapport à 24,4 % pour le reste du Québec, donc un écart un peu plus petit que dans le cas des femmes (5,5 points de pourcentage).
- À Montréal, il y a 7,4 femmes qui ont l'intention d'entreprendre pour 10 hommes qui ont cette même intention. Ailleurs, dans le reste du Québec, il s'agit de 6,2 femmes pour 10 hommes.
- Chez les 18 à 34 ans, deux jeunes sur trois ayant l'intention d'entreprendre veulent passer à l'action dans moins de trois ans. Vouloir entreprendre dans moins d'un an : les jeunes femmes le désirent à 30,7 %, soit le double par rapport à leurs homologues masculins sur le territoire.
- Les immigrants résidants à Montréal ont plus souvent l'intention de se lancer en affaires que ceux résidant ailleurs au Québec (38,9 % contre 31,7 %).
- Faire des études universitaires augmente d'environ 40 % la probabilité d'avoir l'intention d'entreprendre sur le territoire.
- Le taux d'intentions de créer une autre entreprise pour les propriétaires actuels de Montréal est de 38,5 % (38,0 % pour le reste du Québec), pratiquement une fois et demie supérieure à celui pour les « non-propriétaires » actuels du territoire (de 24,8 % contre 18,2 % pour la même catégorie dans le reste du Québec).
- Provenir d'une famille en affaires est un propulseur naturel à l'entrepreneuriat. Cependant, ce contexte facilitant a moins d'impact sur le taux d'intentions des Montréalais (pourtant très élevé) qu'ailleurs au Québec. Montréal semble offrir une « famille entrepreneuriale » à ceux qui n'en ont pas !
- Créer sa propre entreprise (comparativement à l'achat ou la reprise) est le choix principal de près de trois personnes sur quatre (74,3 % contre 69,0 % pour le reste du Québec).

DÉMARCHES

- Avec un taux des « démarcheurs » de 11,7 % en 2017, Montréal tire vers le haut la moyenne provinciale (9,4 %). La moyenne pour le reste du Québec est de 8,7 %.

- À Montréal, 17,6 % des jeunes déclarent avoir entrepris des démarches en vue de se lancer en affaires durant les douze derniers mois, contrairement à 12,9 % pour le reste du Québec.
- Pratiquement une personne sur trois (32,6 %) a amorcé ses démarches pour entreprendre depuis moins d'une année, un taux fort appréciable.
- Passer du rêve aux démarches concrètes... Le taux de conversion des intentions aux démarches chez les jeunes est de 38 % pour Montréal et de 33 % pour le reste du Québec.
- Passer à l'action (faire des démarches concrètes) dans moins de trois ans est l'objectif de la moitié des personnes avec des intentions (50,7 %), soit un excellent taux.
- Devenir réellement propriétaire de l'entreprise envisagée, dans un horizon de trois ans : 42,2 % des « démarcheurs » l'espèrent, à Montréal, contre 32,9 % pour ceux du reste du Québec. Ce taux chez les immigrants est nettement plus élevé que pour l'ensemble des personnes natives du territoire (60,7 % contre 32,2 %).
- Le taux de démarches parmi les femmes est nettement supérieur à Montréal par rapport à celui du reste du Québec (10,2 % contre 6,7 %). De plus, le rapport femmes/hommes est de 77 % à Montréal et de 62 % dans le reste du Québec. Ce rapport de 77 % signifie que 43 % des « démarcheurs » sont des femmes. Parmi les pays avec une économie basée sur l'innovation, le rapport moyen f/h est de 60 % (GEM 2016 et 2017), ce qui ferait de Montréal un des *leaders* en la matière.
- Aide aux entrepreneurs : 58,9 % des personnes en démarches sur le territoire ont demandé au moins une forme d'aide des organismes gouvernementaux : 34,6 % en formation et information, 26,5 % une aide financière et le même 26,5 % une aide technique.
- Les jeunes sont plus nombreux à envisager de devenir actifs à l'international durant la première année d'opération de leur entreprise (42,9 %), par rapport à une moyenne déjà assez élevée, de 31,2 % chez les « démarcheurs » en général. Cette moyenne est même supérieure au taux global de propriétaires actifs à l'international (26,3 %).

PROPRIÉTAIRES ET VOLONTÉ DE CROISSANCE / INNOVATION

- La proportion d'individus qui se sont déclarés des propriétaires d'une entreprise enregistrée ou incorporée, 6,9 % est pratiquement identique à celle du reste du Québec. Quant au taux des jeunes propriétaires, il est de 4,2 % pour Montréal, mais de 5,7 % pour les jeunes du reste du Québec.
- Environ le tiers des entrepreneurs actuels du territoire se sont lancés en affaires avant l'âge de 35 ans.
- À Montréal, pour 100 hommes propriétaires, on peut compter un peu plus de 43 femmes propriétaires (39 femmes pour 100 hommes propriétaires dans le reste du Québec). Si le taux de conversion des intentions en démarches, supérieur chez les femmes, peut se

répercuter également dans un avenir rapproché dans le passage des « démarcheurs » aux propriétaires, ce rapport de propriétaires femmes/hommes a de bonnes chances, lui aussi, d'augmenter, en faveur des femmes.

- Multipreneuriat : 14,3 % des propriétaires montréalais affirment l'être pour plus d'une entreprise, contre 11,9 % pour les propriétaires du reste du Québec.
- Parmi les propriétaires actuels, 15,7 % le sont depuis moins d'une année, ce qui est supérieur aux taux d'entrée entre 2009 et 2015 au niveau du Québec (Statistique Canada) et confirme la bonne place de l'entrepreneuriat à Montréal.
- Les propriétaires montréalais selon les quatre profils de l'entrepreneur québécois (*Indice 2016 et 2017*⁷) : 41,2 % sont des Individualistes (contre 40,6 % pour le reste du Québec). Le profil du Prudent représente 12,8 % contre 6,9 % ailleurs au Québec. Celui du Chef de file est nettement supérieur à Montréal que dans le reste de la province (17,8 % contre 7,9 %) au détriment du profil de l'Enraciné (28,3 % contre 44,6 %).
- Près de la moitié des répondants propriétaires de leur entreprise ont déclaré avoir l'intention de faire croître leur entreprise (47,3 % contre 43,8 % pour le reste du Québec). Près des trois quarts de ces répondants montréalais envisagent une croissance organique pour y arriver.
- Parmi les propriétaires actuels, l'intention prépondérante pour la prochaine année est de maintenir le nombre d'employés (56,1 %) et seuls 13,3 % d'entre eux ont l'intention d'embaucher.
- Le principal obstacle à la croissance, pour l'ensemble des propriétaires, est le niveau d'effort personnel requis pour la croissance. Cet obstacle est fortement corrélé avec d'autres obstacles identifiés : l'impact négatif sur la vie familiale, le manque de soutien technique, le fait de ne pas être accompagné par un entrepreneur d'expérience, le manque d'expertise en marketing, le manque d'expertise, de savoir-faire et le manque de bonnes connaissances financières.
- Internationalisation : les entrepreneurs de Montréal se disent deux fois plus actifs à l'international que ceux du reste du Québec (26,3 % contre 12,9 %).
- Vouloir investir en innovation dans la prochaine année : 34,3 % l'affirment chez les propriétaires montréalais contre 29,8 % ailleurs au Québec. L'innovation technologique est le premier choix (47,8 % parmi ceux qui ont l'intention de faire des investissements à Montréal).
- Soutien à l'innovation : près des deux tiers des propriétaires montréalais (62,1 %) déclarent avoir besoin au moins d'une forme de soutien. Parmi les besoins de soutien les plus souvent invoqués, les « contacts influents » dominent. L'accompagnement par des entrepreneurs d'expérience est souhaité par un entrepreneur sur cinq (20,5 %).

⁷ Voir la section 4 de ce rapport pour une définition complète des quatre profils.

FERMETURES

- Le taux de fermetures (entrepreneurs ayant déjà fermé au moins une fois dans leur vie une entreprise) pour l'ensemble du territoire ne diffère pas significativement de la valeur pour l'ensemble du Québec (10,9 % contre 11,3 %).
- Le taux de fermetures pour les jeunes est de 8,7 % pour les jeunes de Montréal, et de 5,8 % pour les jeunes résidants ailleurs qu'à Montréal. De plus, les jeunes montréalais ont un taux de fermetures qui est pratiquement le double par rapport à leur taux de propriétaires (4,2 %). La forte concurrence du marché de l'emploi et la présence prépondérante des *startups* technologiques sur le territoire (connaissant des cycles « essai-erreur » fréquents) peuvent expliquer ces taux.
- Pratiquement plus de deux personnes sur trois (71,1 %) de moins de 65 ans et ayant déjà fermé une entreprise se retrouvent à nouveau dans la chaîne entrepreneuriale. L'échec ne fait définitivement pas peur aux entrepreneurs montréalais, un peu moins d'ailleurs que pour les habitants du reste du Québec (où 66,9 % de ce groupe ont repris le cycle entrepreneurial après une fermeture).

CULTURE ENTREPRENEURIALE

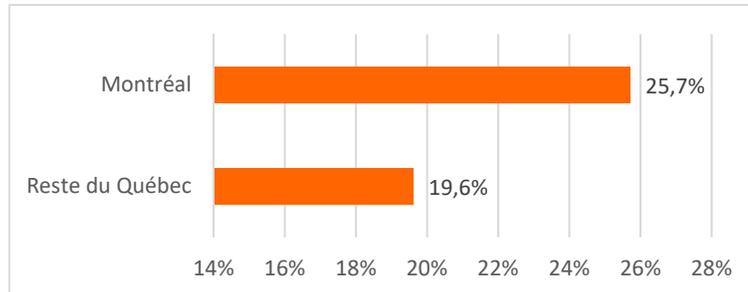
- Montréal se démarque du reste du Québec par une perception plus réservée à l'égard de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs. Concernant le fait que « les entrepreneurs sont honnêtes », 51,9 % des individus du reste du Québec sont en accord avec l'affirmation, mais seulement 37,6 % le sont à Montréal. Les jeunes du territoire sont les plus réticents, un peu moins d'un sur trois (32,3 %) étant en accord avec l'affirmation (alors que dans le reste du Québec, le taux pour le même groupe est de 44,5 %).
- Toutes les perceptions des jeunes de Montréal à l'égard du métier d'entrepreneur et l'entrepreneuriat en général sont moins positives que celles de l'ensemble de la population de la province.
- Le taux des répondants déclarant que l'entrepreneuriat représenterait leur choix optimal de carrière est toutefois plus fort sur le territoire que dans le reste du Québec : 36,7 % de la population adulte, contre 31,3 % dans le reste du Québec. Le taux d'individus montréalais considérant l'entrepreneuriat comme choix optimal de carrière ne diffère pratiquement pas entre les personnes natives (36,5 %) et les immigrants⁸ (36,3 %).
- Le principal avantage perçu de l'entrepreneuriat est, comme dans le cas de l'ensemble du Québec, celui de réaliser son rêve, signe évident de l'importance prépondérante de l'entrepreneuriat d'opportunité autant à Montréal que dans le reste Québec, même parmi ceux qui n'ont pas l'intention de se lancer en affaires.

⁸ Un faible pourcentage des répondants n'a pas déclaré le statut (personne native ou immigrant), mais a affirmé une plus forte considération que la moyenne pour l'entrepreneuriat comme choix optimal de carrière.

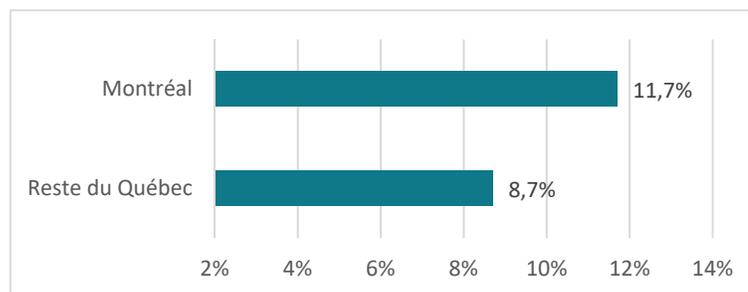
- L'insécurité et le risque associés à l'entrepreneuriat sont les principaux obstacles pour la population adulte de Montréal, suivis de très près par la détérioration de l'équilibre travail-famille et les revenus instables.
- La sensibilisation à l'entrepreneuriat par les différents acteurs est plus efficace sur le territoire montréalais que dans le reste du Québec, surtout en ce qui concerne l'approbation de la famille quant à un éventuel projet entrepreneurial.
- Les jeunes de Montréal, qui ne sont pas dans le processus, semblent davantage craindre le risque financier que peut représenter l'échec d'un éventuel projet entrepreneurial et sont moins prêts à le considérer comme une expérience utile.
- Les Montréalais semblent avoir une propension plus grande à prendre des risques que les habitants du reste du Québec. En effet, l'ensemble des répondants du territoire affiche une moyenne des scores Z de 0,14, comparativement à -0,04 pour ceux du reste de la province.
- Les jeunes de Montréal sont moins nombreux que ceux du reste du Québec à considérer avoir un bon niveau de la compréhension du monde des affaires ou très bien connaître un entrepreneur. Et ce, en dépit des nombreuses ressources présentes sur le territoire.
- Par rapport au reste du Québec, les répondants du territoire montréalais accordent des opinions favorables similaires quant à l'engagement des gouvernements provincial et fédéral envers l'entrepreneuriat. Toutefois, les opinions des Montréalais sont un peu moins favorables à l'égard de l'administration municipale, particulièrement chez les 35 ans et plus.
- Des actions sont toujours nécessaires afin d'améliorer la culture entrepreneuriale et la population de Montréal identifie en premier lieu la démystification des sommes et ressources initiales requises pour se lancer en affaires.

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS 2017

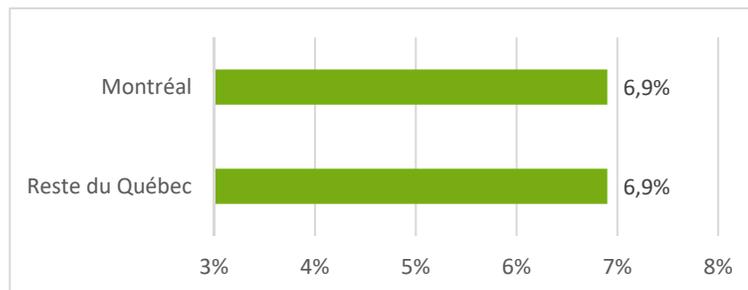
Intentions



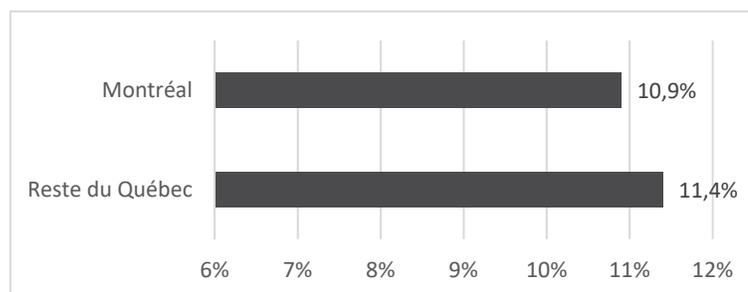
Démarches



Propriétaires



Fermetures



Graphique 1 : Synthèse des résultats – agglomération de Montréal et reste du Québec, population adulte (décembre 2017)

1. LES INDICATEURS DE BASE DU DYNAMISME ENTREPRENEURIAL

La section 1 porte sur les indicateurs de base du processus entrepreneurial : les intentions (de se lancer en affaires), les démarches (pour y parvenir), les propriétaires d'entreprise actifs et les fermetures d'entreprise. Cette section contient les résultats pour chacun des indicateurs de 2017 pour Montréal (l'île de Montréal, plus précisément), et ce, en comparaison avec ceux du reste du Québec (2017). Il est important de préciser que les taux provinciaux, dans le cadre de ce rapport, excluent l'agglomération de Montréal et sont définis comme étant du reste du Québec. Pour connaître les taux pour l'ensemble de la province, il faut se référer à l'*Indice entrepreneurial québécois 2017*.

L'*Indice entrepreneurial québécois 2014* avait publié les taux pour la chaîne entrepreneuriale de la RMR de Montréal. Ces taux sont également inclus dans les graphiques des quatre grands indicateurs de la présente section, à titre indicatif.

1.1 Intentions de se lancer en affaires : Montréal, la ville où l'on rêve de devenir entrepreneur

Le pourcentage de la population ayant l'intention de créer une nouvelle entreprise ou d'en acquérir une existante est le premier indicateur permettant de jeter un regard sur le comportement futur des citoyens d'un territoire, en l'occurrence celui de Montréal, en matière d'entrepreneuriat. L'indicateur représente la volonté d'une personne de créer ou de reprendre (seule ou avec d'autres personnes), un jour, une entreprise. Une personne qui montre une telle intention, sans se limiter à une durée de temps précise, indique soit une possibilité ou une préférence de carrière (plus ou moins certaine encore à ce stade), soit un espoir de varier ou de diversifier ses activités entrepreneuriales (si cette personne est déjà propriétaire d'une entreprise).

Puisque l'intention est un bon prédicteur de l'action (Ajzen, 1985), le taux de personnes adultes de l'agglomération de Montréal ayant l'intention de se lancer en affaires fournit donc un portrait intéressant de ce que l'entrepreneuriat pourrait être dans le futur, sur le territoire.

Il faut le dire d'emblée, le taux des personnes ayant l'intention de se lancer en affaires est très élevé dans l'agglomération de Montréal, soit 25,7 %. Ce taux dépasse largement celui du reste du Québec (19,6 %). Bien que le taux d'intentions d'entreprendre de Montréal soit des plus

excellents, il ne constitue pas une si grande surprise. En effet, en matière de facteurs positifs influençant l'émergence des intentions d'entreprendre sur un territoire, Montréal bénéficie de plusieurs avantages, comme nous le verrons plus loin.

En 2017, les valeurs de cet indicateur pour l'agglomération de Montréal sont, pour n'importe quel sous-groupe analysé, plus élevées par rapport à celles du reste du Québec. Si pour l'ensemble de la population adulte (de 18 ans et plus) on constate un écart (favorable, comme pour les autres sous-groupes) de 6,1 %, un autre écart attire l'attention : le taux d'intentions pour les femmes de Montréal est de 22,0 %, par rapport à 15,1 % pour le reste du Québec, un écart de 6,9 points de pourcentage.

À noter que pour les hommes montréalais, le même taux est de 29,9 %, par rapport à 24,4 % pour le reste du Québec, donc un écart un peu plus petit que dans le cas des femmes (5,5 points de pourcentage). La présence plus significative des femmes parmi les personnes ayant l'intention d'entreprendre est, dans le cas de Montréal, plus évidente lorsqu'on compare les rapports des taux d'intentions femmes contre hommes. En effet, à Montréal, il y a 7,4 femmes qui ont l'intention d'entreprendre pour 10 hommes qui ont cette même intention. Ailleurs, dans le reste du Québec, il s'agit de 6,2 femmes pour 10 hommes. Ce qui indique clairement le plus haut niveau d'implication des femmes de Montréal dans l'entrepreneuriat.

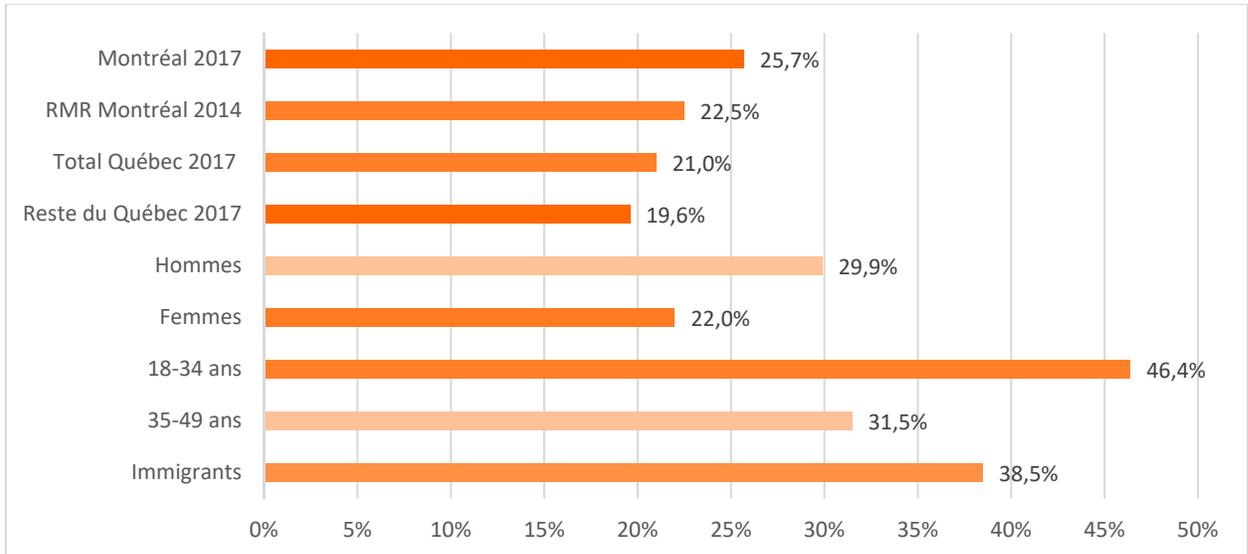
Ensuite, ce même taux d'intentions est très haut pour le groupe des 18 à 34 ans : près d'un jeune sur deux habitant Montréal (46,6 %) exprime l'intention de se lancer en affaires. Ils sont en peu plus d'un sur trois (38,9 %) pour le reste du Québec, un taux qui est déjà élevé. L'écart, toujours favorable aux habitants de Montréal, est significatif pour les 35 à 49 ans : 31,5 % contre 26,3 % pour le reste du Québec.

Sans conteste, Montréal est aussi un endroit privilégié pour les immigrants, afin de s'y établir. Sans pouvoir faire un inventaire complet de toutes les raisons possibles, car cela n'est pas l'objet de cette étude, mentionnons toutefois que les potentiels entrepreneurs d'origine immigrante y voient assurément la présence d'opportunités variées et des marchés (relatifs aux secteurs d'activité qu'ils envisagent) de taille suffisante.

Si les immigrants sont plus enclins envers l'entrepreneuriat que les habitants natifs du Québec⁹

⁹ Voir les éditions 2015, 2016 et 2017 de l'*Indice entrepreneurial québécois* et les études de la Fondation Kauffman (pour les États-Unis).

(et il en va de même en Amérique du Nord aussi, en général), les immigrants résidant à Montréal ont plus souvent l'intention de se lancer en affaires que ceux résidant ailleurs au Québec (38,9 % contre 31,7 %).



Graphique 2 : Intentions de créer ou de reprendre une entreprise – agglomération de Montréal et reste du Québec, population adulte et différents sous-groupes (décembre 2017)

Les dernières éditions de l'*Indice* ont mentionné que le taux d'intentions est plus élevé dans le cas des individus ayant fait des études universitaires. Il en va de même pour l'agglomération de Montréal : faire des études universitaires augmente d'environ 40 % la probabilité d'avoir l'intention d'entreprendre.

Il faut mentionner que cette propension plus élevée à vouloir entreprendre n'est pas due au simple fait que la population détenant des diplômes universitaires en est aussi une qui est jeune. Car l'écart favorable à l'égard de ceux qui ont fait de telles études universitaires est observable pour chaque grand groupe d'âge.

Le taux d'intentions de la population selon le niveau des études est de 37,4 % (sans études universitaires), respectivement de 57,0 % (études universitaires) pour les jeunes (18 à 34 ans), mais aussi de 25,0 %, respectivement 36,1 % pour les 35 à 49 ans, ou 9,9 % et 13,8 % dans le cas des 50 à 64 ans. Même pour les 65 ans et plus on observe une différence en faveur de ceux ayant des études universitaires : 0,9 % (sans), respectivement 3,6 %.

Toutefois, cette propension supérieure des diplômés universitaires à avoir des intentions entrepreneuriales n'est pas propre à Montréal. Elle est soutenue par plusieurs facteurs issus des écosystèmes universitaires, dont l'accès à une plus grande quantité d'informations, la possibilité d'avoir accès à un meilleur réseau de contacts, la « stimulation » engendrée par l'émergence de nombreux programmes en entrepreneuriat (que presque chaque université a développé durant les dernières années), pour ne nommer que ceux-là. Cela dit, le nombre d'universités présentes sur le territoire montréalais fait de ce dernier un carrefour du savoir incontournable et une véritable « pépinière » d'entrepreneurs.

On peut penser aussi à l'influence du fait que Montréal, comme porte d'entrée principale dans la province, est une place privilégiée pour la rencontre entre les cultures et le transfert des idées. Elle constitue aussi un territoire où d'autres facteurs peuvent jouer en marge, comme le développement récent des différentes organisations tournées vers l'économie de partage, tel Uber ; des organisations basées sur l'utilisation de travailleurs autonomes plutôt que de travailleurs salariés.

À noter qu'à Montréal, comme dans le reste de la province, le taux d'intentions de créer une autre entreprise est plus grand chez les actuels propriétaires que dans le reste de la population : il s'établit à 38,5 %, soit une fois et demie par rapport aux non-propriétaires. Fait intéressant, les femmes propriétaires sont tout aussi enclines (voire légèrement plus) à avoir l'intention de créer une autre entreprise que leurs homologues masculins (39,5 % contre 37,7 %).

Retenons que...

Le taux d'intentions de se lancer en affaires de la population adulte du territoire est à un niveau très haut, dépassant considérablement la moyenne du reste de la province. Avec ces taux d'intentions, Montréal n'a rien à envier à d'autres régions du monde.

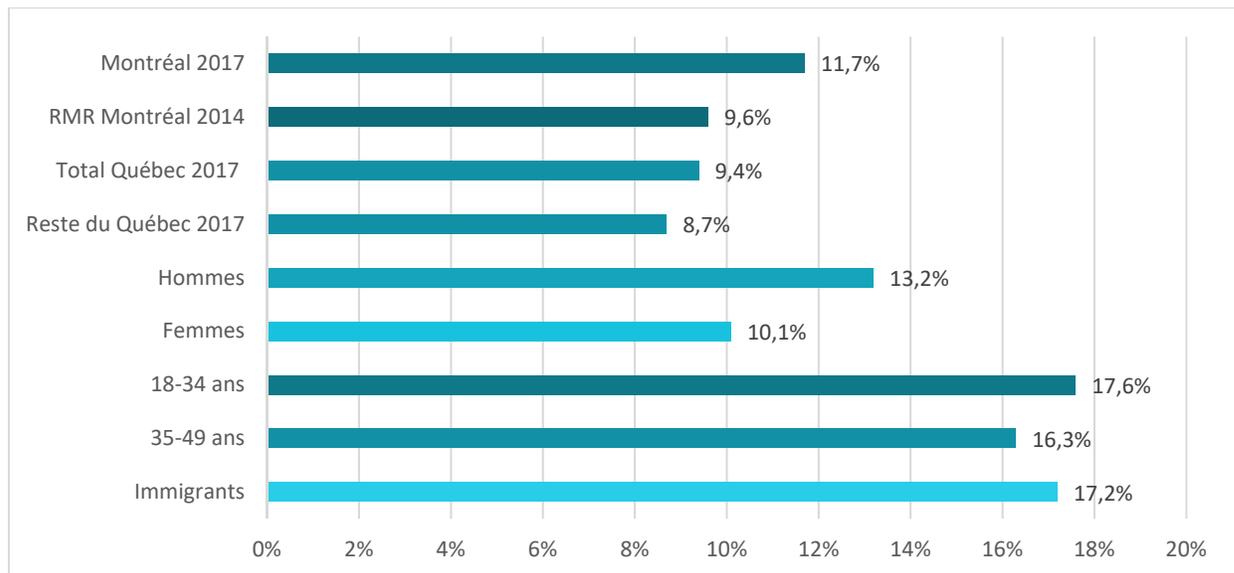
L'écart entre le taux d'intentions des hommes et celui des femmes est significatif, mais la différence est nettement plus réduite qu'ailleurs au Québec.

1.2 Les démarches : des taux impressionnants pour tous les groupes

À l'étape des démarches, les individus sont déjà passés d'une idée plus ou moins bien définie à un objectif clair. Ils ont fait des efforts de nature variable afin de sécuriser le financement requis pour lancer les activités de l'entreprise envisagée, certains ont fait la recherche d'équipements de production et d'un local, ils ont défini ou amélioré leur plan ou modèle d'affaires, etc.

Cet indicateur nous permet d'estimer les entrées entrepreneuriales surtout à court terme, mais aussi à moyen terme.

Avec un taux des « démarcheurs » de 11,7 % en 2017, l'agglomération de Montréal tire vers le haut la moyenne provinciale (9,4 %), car la moyenne pour le reste du Québec est de 8,7 %. Même si la durée des démarches (jusqu'au démarrage réel de l'entreprise envisagée) peut s'avérer longue, ce taux élevé est de très bon augure concernant l'évolution, à moyen terme, de celui des propriétaires.



Graphique 3 : Démarches de création ou reprise d'une entreprise – agglomération de Montréal et ensemble du Québec, population adulte et différents groupes d'âge (décembre 2017)

Le niveau élevé du taux des « démarcheurs » de Montréal se reflète aussi dans les niveaux supérieurs de ce taux pour chaque groupe d'âge, par rapport à ceux correspondant pour le reste du Québec. Ainsi, à Montréal, 17,6 % des jeunes déclarent avoir entrepris des démarches en vue de se lancer en affaires durant les douze derniers mois, contrairement à 12,9 % pour le reste du Québec. Cette différence significative doit être comparée avec l'écart observé pour les 35 à 49 ans et qui, lui, est plus faible : 16,3 % pour Montréal et 13,5 % pour le reste du Québec.

Le taux de conversion des intentions en démarches (le rapport entre les individus ayant exprimé leurs intentions de se lancer en affaires et ceux ayant fait des démarches durant la dernière année) va également dans le même sens. Le taux de conversion n'est pas vraiment différent entre Montréal et le reste du Québec pour le groupe des 35 à 49 ans (52 % pour Montréal et 51 % pour

le reste du Québec), mais la différence est plus claire pour les jeunes : 38 % pour Montréal et 33 % pour le reste du Québec.

Ce taux de conversion plus marqué chez les jeunes de Montréal par rapport à ceux du reste du Québec peut être interprété de différentes façons : des exemples d'entrepreneurs à succès plus nombreux et plus médiatisés qui interpellent le passage à l'action, la présence plus nombreuse et variée d'institutions soutenant l'entrepreneuriat, pour ne nommer que celles-là. Dans la section 3 (culture entrepreneuriale) nous allons aussi remarquer l'opinion très positive des jeunes Montréalais par rapport à l'encouragement à l'entrepreneuriat et aux mesures prises de toutes sortes des différents paliers du gouvernement, opinion plus souvent positive qu'ailleurs au Québec et aussi que celle des répondants moins jeunes. L'aide et l'encouragement de ces institutions, privilégiant les jeunes, sont aussi une des explications de ce taux de conversion.

L'écart entre les hommes et les femmes, observé pour les intentions et favorable aux hommes, se réduit au niveau des démarches : l'écart de 7,9 % pour les intentions (29,9 % contre 22,0 %) diminue à 3,1 % pour les démarches (13,2 % contre 10,2 %). Ainsi, les femmes montrent un taux de conversion légèrement supérieur à celui des hommes (46 % contre 44 %). En ajoutant que le taux des démarches parmi les femmes est nettement supérieur à Montréal par rapport à celui du reste du Québec (10,2 % contre 6,7 %) et que le rapport femmes/hommes entre les taux des « démarcheurs » est de 77 % à Montréal et de 62 % dans le reste du Québec, on peut conclure que l'entrepreneuriat féminin à Montréal a de très belles perspectives.

En effet, ce rapport de 77 % signifie que parmi les personnes en cette étape de démarches, 43 % sont des femmes. Parmi les pays avec une économie basée sur l'innovation, le rapport moyen¹⁰ est de 60 %, ce qui montre une très bonne participation des femmes sur le territoire et ferait même de Montréal un des *leaders* en la matière.

À noter que le taux des personnes en démarches parmi les immigrants résidant à Montréal est aussi plus élevé que celui de ceux résidant ailleurs dans la province (17,2 % contre 14,2 %), ce qui doit être mis en lien avec un écosystème d'aide à l'entrepreneuriat plus dense et diversifié et, probablement, la diversité des niches ethniques de tailles suffisantes qui existent dans le territoire¹¹.

¹⁰ GEM 2016/2017, Report on Women Entrepreneurship, p.17.

¹¹ Constant et Zimmerman (2004).

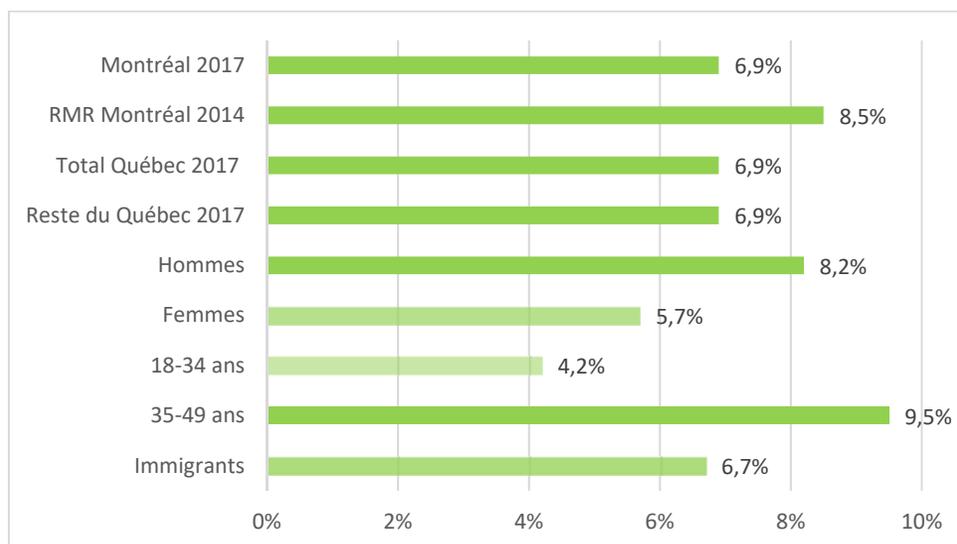
Retenons que...

Le taux des démarches est à un très bon niveau, surtout parmi les jeunes qui se montrent plus dynamiques que ceux du reste de la province. La présence des femmes parmi les personnes à l'étape de démarches est à un niveau bien plus élevé que dans le reste de la province, ce qui suggère la possibilité que Montréal puisse être parmi les *leaders* dans le monde concernant la parité femmes/hommes en entrepreneuriat.

De façon un peu attendue, le groupe des 35 à 49 ans concrétise nettement plus son passage à l'acte (des intentions aux démarches) que les jeunes, mais le groupe de Montréal le fait davantage que les 35 à 49 ans du reste du Québec.

1.3 Taux des propriétaires : similaire à celui de la moyenne sur le reste et l'ensemble du Québec

La proportion d'individus qui se sont déclarés des propriétaires d'une entreprise enregistrée ou incorporée, 6,9 %, est pratiquement identique à celle de l'ensemble du Québec (et, évidemment, à celle du reste du Québec). La valeur identifiée pour la RMR Montréal en 2014 est imputable autant à un changement de méthodologie qu'à la différence de la base de calcul. Mentionnons qu'en 2015 la mesure du taux de propriétaires de l'*Indice* au niveau provincial a évolué. Ainsi les travailleurs autonomes sont toujours calculés dans le taux global de propriétaires, mais, désormais, il s'agit uniquement de travailleurs autonomes enregistrés¹².



Graphique 4 : Propriétaires d'entreprise – agglomération de Montréal et ensemble du Québec, sous-groupes variés (décembre 2017)

¹² Depuis 2015, l'*Indice* décrit ainsi les individus qui sont propriétaires d'entreprise : 1) Unique propriétaire d'une entreprise (les détenteurs uniques d'une entreprise franchisée et les travailleurs autonomes y sont inclus). 2) Propriétaire associé dans une entreprise immatriculée ou incorporée (les détenteurs en association d'une entreprise franchisée et les coopératives y sont inclus).

Le principal constat concernant le taux des propriétaires de Montréal est que ces propriétaires sont, dans leur ensemble, un peu plus âgés que dans le reste du Québec. Ainsi, le taux des jeunes propriétaires est de 4,2 % pour Montréal, mais de 5,7 % pour les jeunes du reste du Québec. Et aussi, le taux des propriétaires dans le groupe de 50 ans et plus est de 7,4 % à Montréal, mais de seulement 6,3 % dans le reste du Québec.

La distribution des propriétaires par grands groupes d'âge est donc particulièrement différenciée à Montréal, mais elle l'est aussi au niveau des études : parmi les propriétaires de Montréal, 65,6 % déclarent avoir des études universitaires, comparativement à 46,1 % pour les propriétaires du reste du Québec. Tout en considérant que bon nombre de propriétaires ont fait ou finalisé leurs études universitaires après être devenus propriétaires, il faut noter que le taux des propriétaires dans la population de Montréal avec des études universitaires est de 8,7 %, mais de seulement 5,1 % dans celle sans études universitaires.

En même temps, le taux maximal des propriétaires parmi les personnes sans études universitaires est atteint pour le groupe d'âge 35 à 49 ans, autant à Montréal (7,9 %) que dans le reste du Québec (8,6 %). Dans les deux cas, ce taux décline pour les groupes d'âge plus grands. Cependant, ce taux maximal pour les personnes avec des études universitaires est atteint pour le groupe d'âge 50 à 64 ans (11,8 % à Montréal et 12,3 % dans le reste du Québec). Pour les personnes de 65 ans et plus avec des études universitaires, elles sont encore des propriétaires à 7,0 % dans l'agglomération de Montréal et à 5,0 % ailleurs. Parmi ceux de ce groupe d'âge sans de telles études, les taux descendent respectivement à 3,3 % et 2,5 %.

Il s'agit donc d'une tendance plus forte à Montréal qu'ailleurs dans la province, que les propriétaires avec un niveau plus élevé d'études restent à la tête de leur entreprise plus longtemps. Ce phénomène mériterait d'être analysé davantage, car les motivations peuvent varier au-delà de celles strictement managériales.

Un autre aspect intéressant, les femmes sont légèrement plus présentes parmi les propriétaires qu'ailleurs au Québec, même si le décalage en faveur des hommes est significatif. À Montréal, pour 100 hommes propriétaires, on peut compter un peu plus de 43 femmes propriétaires, alors que dans le reste du Québec il y a un peu moins de 39 femmes propriétaires. Si le taux de conversion des intentions en démarches, supérieur chez les femmes, peut se répercuter également des démarches en entrepreneurs dans un avenir rapproché, ce rapport de propriétaires femmes/hommes a de bonnes chances, lui aussi, d'augmenter significativement.

Retenons que...

Le taux des propriétaires de Montréal est égal à celui de l'ensemble du Québec (ou du reste du Québec).

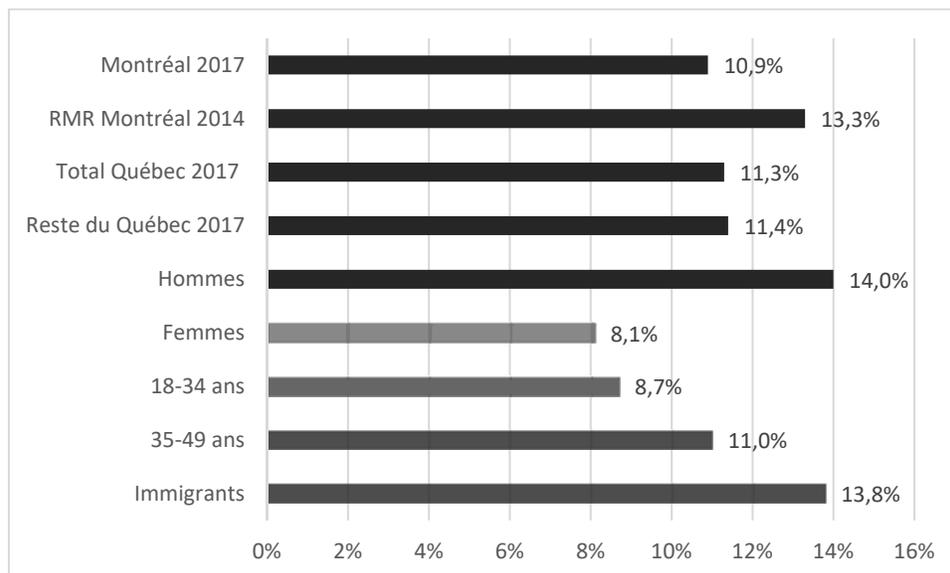
Les propriétaires résidant à Montréal présentent une structure moins « masculinisée » que dans le reste du Québec, mais aussi plus âgée qu'ailleurs au Québec.

1.4 Le taux de fermetures d'entreprise similaire à la tendance provinciale

Le taux des fermetures représente la proportion des individus habitant actuellement le territoire qui ont fermé, durant leur vie, au moins une entreprise dont ils ont été propriétaires. La vente ou la cessation d'une entreprise ne signifie pas une fermeture.

Le taux de fermetures pour l'ensemble de Montréal ne diffère pas significativement de la valeur pour l'ensemble du Québec (10,9 % contre 11,3 %), la petite différence étant inférieure à la marge d'erreur.

L'écart observé entre le taux de fermetures d'entreprise des femmes et celui des hommes représente le résultat historique de la participation plus importante des hommes dans l'activité entrepreneuriale.



Graphique 5 : Pourcentage de la population ayant déjà fermé une entreprise au cours de sa vie – agglomération de Montréal et ensemble du Québec (décembre 2017)

Le taux de fermetures pour les jeunes présente un aspect particulier : il est de 8,7 % pour les jeunes de Montréal, et de 5,8 % pour les jeunes résidant ailleurs qu'à Montréal. De plus, les jeunes montréalais ont un taux de fermetures qui est pratiquement le double par rapport à leur taux de propriétaires (4,2 %), suggérant une approche du type essai-erreur (voir ci-dessous).

À noter que dans le reste du Québec, ces taux pour les jeunes sont pratiquement égaux : 5,7 % pour les propriétaires et 5,8 % pour les fermetures.

Afin de soutenir l'activité entrepreneuriale montréalaise, il serait important de mieux comprendre ce qui a pu faire échouer un aussi grand nombre d'entreprises détenues par les jeunes. Une piste d'explication pourrait être la récente évolution favorable de l'économie, surtout en termes d'emplois ; ce qui aurait pu rendre plus attractif un emploi possiblement bien rémunéré que la poursuite d'une carrière entrepreneuriale quand celle-ci n'était pas satisfaisante.

Une autre piste d'explication pourrait être la forte présence de *startups* technologiques sur le territoire. Le cycle « essai-erreur » de ce type d'entreprise étant beaucoup plus fréquent que dans d'autres types d'entreprises pouvant être détenues par des jeunes, il pourrait contribuer au taux plus élevé de fermetures chez les jeunes.

Retenons que...

Le taux de fermetures est pratiquement à égalité avec celui de la province.

Les jeunes affichent un taux de fermetures très élevé, bien supérieur à celui correspondant aux jeunes du reste de la province ou au taux de propriétaires montréalais dans la même catégorie d'âge.

2. REGARD SUR LES QUATRE ÉTAPES DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL

La section 2 présente un portrait plus détaillé des besoins, des attitudes et des comportements des individus impliqués dans les quatre étapes du processus entrepreneurial (intentions, démarches, propriétaires et fermetures) pour les répondants de Montréal. Les résultats seront présentés en comparaison avec ceux observés pour le reste du Québec, en 2017. Une attention spéciale sera portée envers les jeunes (18 à 34 ans), qui représentent d'ailleurs la majorité des individus ayant exprimé leur intention de se lancer en affaires.

2.1 Portrait de la population ayant l'intention de se lancer en affaires

Nous avons constaté dans la section 1 que le taux d'intentions de se lancer en affaires (ou de reprendre une entreprise existante) est très élevé sur le territoire, assurant théoriquement non seulement le renouvellement numérique des propriétaires, mais aussi la possibilité d'inverser la tendance des dernières années vers la diminution ou la stagnation de nouvelles entrées d'entreprises.

Nous allons examiner qui veut se lancer en affaires et pour quelles raisons, quels sont les types d'entreprises envisagées, ainsi que d'autres caractéristiques de ce groupe de personnes. Nous avons observé que faire des études universitaires augmente considérablement la probabilité d'avoir l'intention d'entreprendre, mais il y a d'autres facteurs aussi.

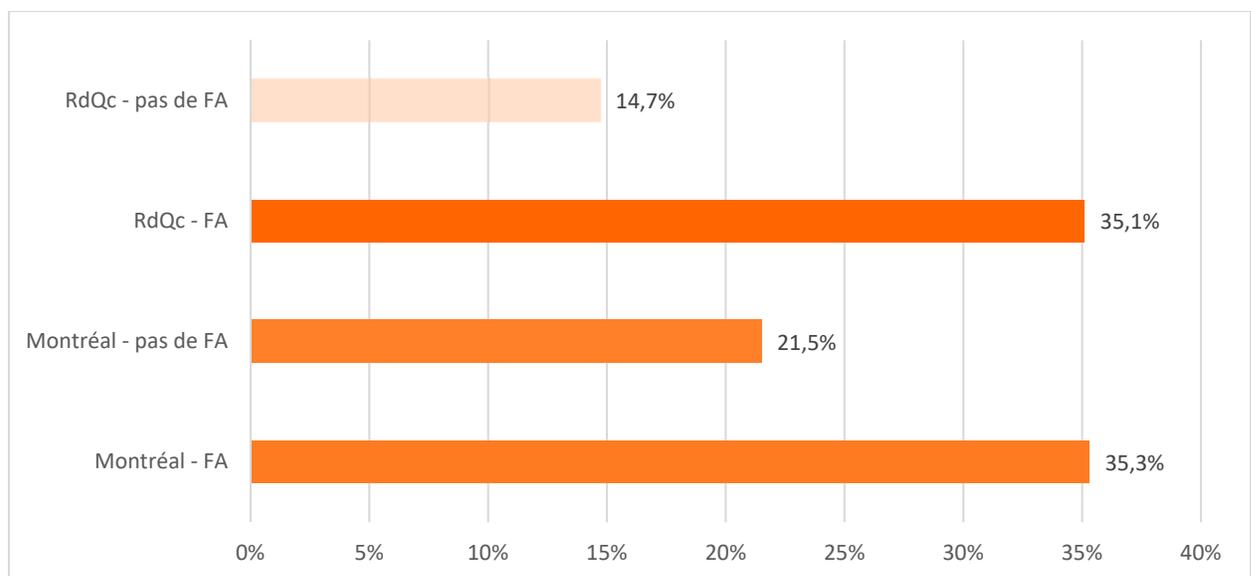
Provenir d'une famille en affaires

Le fait de provenir d'une famille déjà en affaires représente un facteur favorisant l'intention d'entreprendre. Les individus issus d'une telle famille possèdent des avantages indéniables en termes de la transmission d'une culture entrepreneuriale forte et des ressources (financières, matérielles ou savoirs).

Pour l'ensemble du Québec en 2017, la probabilité d'avoir l'intention de se lancer en affaires est le double parmi ceux ayant un ou les deux parents en affaires par rapport à ceux qui n'ont pas ce cadre familial. Quant à Montréal, on observe que cet écart existe également, mais la différence n'est pas aussi forte : le taux d'intentions pour les Montréalais qui proviennent d'une famille en

affaires est de 35,3 % et de 21,5 % pour les autres. Les deux valeurs pour le reste du Québec sont de 35,1 %, respectivement 14,7 %.

Si les taux dans le cas de ceux qui viennent d'une famille en affaires sont pratiquement les mêmes, la différence est saisissante pour les autres. Le milieu environnant plus propice à l'entrepreneuriat, autant en ce qui concerne la variété des occasions d'affaires, le nombre d'institutions impliquées dans l'entrepreneuriat, ainsi que d'autres facteurs mis en synergie, ont une influence déterminante. En d'autres mots, Montréal semble offrir une « famille entrepreneuriale » à plusieurs qui n'en ont pas !



Graphique 6 : Intentions de créer ou de reprendre une entreprise selon le fait de provenir ou non d'une famille en affaires (FA) – Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

Être déjà entrepreneur et avoir l'intention d'entreprendre

Nous avons aussi observé un phénomène au niveau de la province¹³, soit la tendance plus forte des propriétaires actuels de créer une autre entreprise en plus de celle déjà détenue, tendance plus forte par rapport à l'ensemble de la population. Ce phénomène est également observé à Montréal : le taux d'intentions de créer une autre entreprise pour les propriétaires actuels est de 38,5 % (38,0 % pour le reste du Québec), mais seulement de 24,8 % pour les « non-propriétaires » actuels de Montréal (18,2 % pour la même catégorie dans le reste du Québec). Cette différence observable à Montréal aussi (même si elle est moins grande que dans le reste du Québec) pourrait

¹³ *Indice entrepreneurial québécois, 2017, p.18.*

être associée au fait que les propriétaires actuels auraient une plus grande facilité d'identifier les occasions d'affaires et aussi à une meilleure situation financière permettant de s'attaquer à des objectifs plus ambitieux. Cependant, il faut prendre en compte que la très grande majorité des personnes avec des intentions provient du grand groupe de non-propriétaires actuels (environ 9 personnes sur 10 avec des intentions ne sont pas de propriétaires).

Intentions et statut socioéconomique

Le statut actuel de l'individu a une influence sur les intentions de se lancer en affaires, pas toujours dans le sens attendu. Les personnes qui poursuivent actuellement des études, à temps partiel, affichent le plus grand taux d'intentions (65,6 %), indiquant un lien probable entre leur statut actuel et l'intention de se lancer en affaires. Nous pourrions supposer en effet que les études font partie des conditions dont se dotent les individus afin d'entreprendre. Les étudiants à temps plein ont aussi un taux élevé (46,3 %), mais la différence reste saisissante.

À des niveaux plus faibles, la différence entre ceux qui ont un emploi à temps partiel et ceux qui en ont un à temps complet respecte le même sens : 38,2 % contre 29,7 %. Par contre, les personnes déclarant être sans emploi (mais pas à la retraite) déclarent plus rarement avoir l'intention de se lancer en affaires (17,6 %). C'est le cas particulièrement chez les femmes, avec un taux de 8,1 %.

La création d'une nouvelle entreprise est le choix principal pour se lancer en affaires

Créer sa propre entreprise (comparativement à l'achat ou la reprise) est le choix principal, et de loin, pour les individus ayant l'intention d'entreprendre : près de 3 personnes sur 4 (74,3 %) s'expriment en ce sens. Cette proportion est légèrement supérieure à celle pour le reste du Québec (69,0 %).

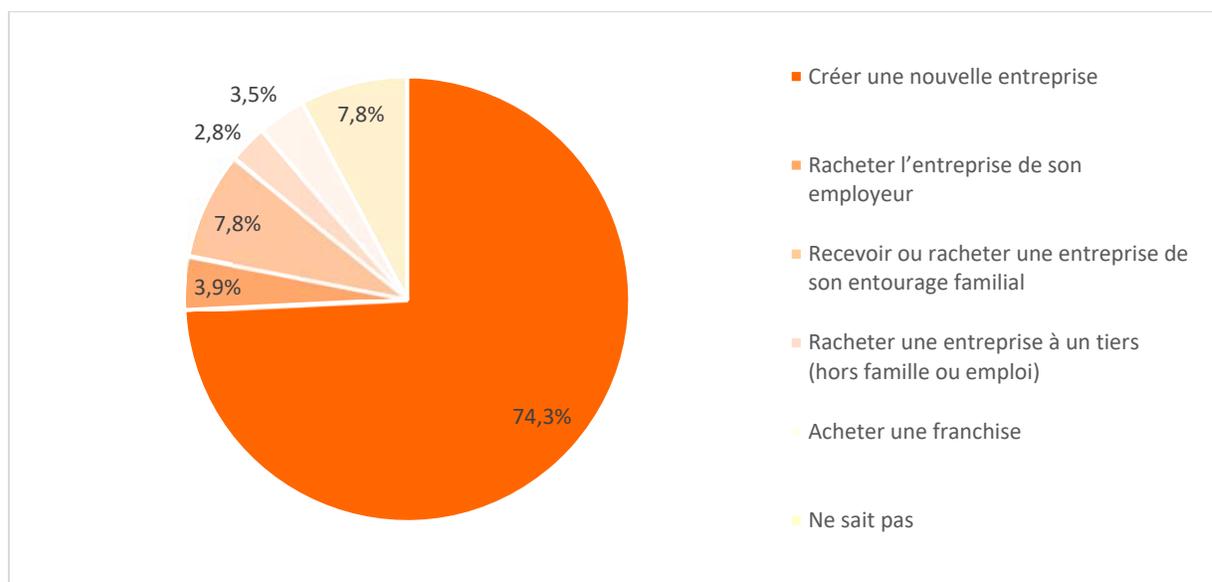
Les différences numériques entre Montréal et le reste du Québec sont plutôt réduites quant aux modalités d'entrée en affaires. Cependant, le fait de provenir ou non d'une famille en affaires nous montre des différences plus évidentes entre les taux pour Montréal et ceux du reste du Québec.

En effet, les individus qui ne bénéficient pas d'un tel appui familial préfèrent la création de toute pièce (79,0 % à Montréal contre 66,6 % pour le reste du Québec). Naturellement, les différentes formes de reprise (achat, rachat, reprise de relève) sont plus rares pour le territoire montréalais, mais pas pour le reste du Québec, affichant un taux nettement plus différent (7,0 % contre 26,8 %).

L'indécision quant à la forme d'entrée est aussi près du double (9,4 % contre 5,0 %). Seul l'achat d'une franchise semble être plus attrayant (4,6 % contre 1,6 %).

À Montréal, le fait que la création d'une nouvelle entreprise représente le choix d'entrée de deux individus sur trois parmi ceux provenant d'une famille en affaires montre que c'est surtout le désir d'entreprendre qui se transmet et moins souvent l'entreprise.

La création d'une nouvelle entreprise est aussi privilégiée (avec des taux légèrement supérieurs à la moyenne) par les hommes avec des études universitaires (79,0 %) et les immigrants (79,1 %).



Graphique 7 : Choix des répondants ayant l'intention de se lancer en affaires quant aux modalités d'entrée – agglomération de Montréal (décembre 2017)

Motivations pour se lancer en affaires

Le tableau 1 résume les principales motivations pour se lancer en affaires, tel qu'indiqué par les répondants de Montréal. Chaque répondant a eu la possibilité d'évaluer l'importance, pour sa personne, de chaque motivation, indépendamment des autres motivations. Un maximum de trois motivations pouvait recevoir une importance maximale (« Totalemment en accord »). À Montréal, comme pour le reste du Québec, et implicitement l'ensemble du Québec, l'accord le plus fort est pour la motivation « accomplissement personnel, réaliser son rêve », avec une moyenne¹⁴ de 4,38

¹⁴ La moyenne est calculée en accordant une échelle Likert à 5 points et en accordant une valeur de 5 si la réponse a été « Totalemment en accord avec l'énoncé », de 4 si la réponse a été « Plutôt en accord », 3 pour la réponse « Ni accord, ni désaccord », 2 pour « Plutôt en désaccord » et 1 pour « Totalemment en désaccord ».

(comparée à 4,34 sur l'ensemble du Québec). Plus encore, cette motivation est la seule pour laquelle plus d'un répondant sur deux ayant exprimé des intentions de se lancer en affaires se dit être « totalement en accord ». Le tableau nous montre aussi que les motivations dont les taux d'accord des individus sont les plus élevés sont aussi des motivations liées à un entrepreneuriat d'opportunité et non de nécessité.

Cependant, des nuances peuvent être observées : le besoin d'accomplissement personnel est exprimé un peu plus fortement par les femmes que par les hommes (4,47 contre 4,32) et celui de mieux concilier le travail et la famille est aussi plus significativement élevé chez les femmes (3,87) que chez les hommes (3,41). Les femmes accordent aussi plus d'importance au fait de se lancer en affaires avec le conjoint (3,87 contre 3,41). Un constat également souligné dans *l'Indice entrepreneurial québécois 2017*.

Motivation	Moyenne sur 5	Totalement en accord	Hommes	Femmes
Accomplissement personnel	4,38	52,3 %	4,32	4,47
Être en contrôle de sa vie	4,22	42,0 %	4,23	4,21
Besoin d'indépendance	4,15	43,1 %	4,20	4,09
Augmenter les revenus	4,06	35,7 %	4,09	4,02
Exploiter une bonne idée d'affaires	4,03	33,4 %	4,13	3,90
Faire quelque chose d'utile pour la société	3,86	30,4 %	3,86	3,87
Gagner beaucoup d'argent	3,68	23,5 %	3,77	3,56
Mieux concilier travail et famille	3,61	24,3 %	3,41	3,87
Arriver à une meilleure position dans la société	3,56	21,6 %	3,65	3,45
Insatisfaction avec l'ancien emploi	3,28	17,6 %	3,36	3,18
Avoir un revenu suffisant pour survivre	3,23	28,9 %	3,22	3,23
Revenus insuffisants à la retraite	3,23	15,2 %	3,22	3,23
Pour se lancer en affaires avec le conjoint	3,13	16,3 %	3,03	3,25
Suivre l'exemple d'une personne connue	3,11	11,5 %	3,14	3,07
Difficultés de faire imposer ses idées autrement	3,03	10,5 %	3,13	2,90
Continuer la tradition familiale	2,44	6,4 %	2,51	2,36

Tableau 1 : Motivations de création/reprise d'une entreprise chez les individus ayant l'intention de se lancer en affaires – agglomération de Montréal (décembre 2017)

Les hommes semblent particulièrement plus motivés que les femmes à entreprendre pour des raisons financières et de prestige dans la société.

Selon le statut socioprofessionnel, les étudiants se distinguent par l'importance plus grande que la moyenne des motivations reliées à l'épanouissement personnel (4,50 pour « l'accomplissement personnel », 4,12 pour « faire quelque chose d'utile pour la société », 4,39 pour « être en contrôle de sa vie »).

Par rapport au reste du Québec, la plus forte différence est observée pour la motivation concernant l'insatisfaction avec l'ancien emploi, 3,28 pour Montréal et 2,93 pour le reste du Québec. Les jeunes montréalais ont tendance à accorder plus d'importance à toutes les motivations, mais les différences les plus marquées sont au niveau de deux motivations plus spécifiques : l'insatisfaction avec l'ancien emploi (3,41 contre 2,90 pour les jeunes du reste du Québec) et les difficultés à imposer ses idées autrement (3,21 contre 2,92).

L'entrepreneuriat semble une alternative concrète pour de nombreux jeunes montréalais insatisfaits par leur milieu de travail, davantage que pour les jeunes du reste du Québec. Les raisons de cette insatisfaction plus forte ou de la difficulté à imposer ses idées ne font pas l'objet de cette étude, mais il est possible que le poids important des immigrants dans la population, ainsi que la proximité des alternatives (concernant l'offre d'emploi) aient une influence.

À noter que selon le niveau d'études, les individus de Montréal ayant seulement fait des études préuniversitaires accordent significativement plus d'importance aux motivations financières que ceux ayant fait des études universitaires : gagner beaucoup d'argent (3,83 contre 3,56), le besoin d'avoir un revenu suffisant pour vivre (3,95 contre 3,69), avoir un revenu suffisant pour la retraite (3,37 contre 3,11) et augmenter ses revenus (4,18 contre 3,97). En revanche, la motivation (idéaliste, au moins au niveau de la déclaration) de faire quelque chose d'utile pour la société est moins forte que pour ceux avec des études universitaires (3,73 contre 3,95).

L'importance des motivations varie avec l'âge, aussi. Arriver à une meilleure position dans la société est plus important pour les jeunes, surtout les jeunes hommes (3,85) que pour les hommes de 35 ans et plus (3,38) et cette tendance se confirme pour les femmes (3,59 contre 3,19). L'insatisfaction avec l'emploi est une motivation plus forte pour les jeunes hommes (3,57) que pour leurs aînés (3,12), mais aussi par rapport aux jeunes femmes (3,24). Les jeunes hommes sont beaucoup plus motivés par la difficulté d'imposer leurs idées autrement (3,32) face à la neutralité moyenne exprimée autant par les hommes de 35 ans et plus (2,76) ou les jeunes femmes (3,02). Suivre le modèle d'une personne admirée est une motivation importante pour les jeunes femmes (3,31) et dans une moindre mesure par les jeunes hommes (3,23), mais relativement peu importante pour les groupes d'âge de 35 ans et plus (3,03 pour les hommes et 2,61 pour les

femmes). L'écart entre le groupe des jeunes et celui des 35 à 49 ans (spécialement dans le cas des femmes) est très important. Il représente une piste d'action auprès de cette jeune clientèle qui semble plus sensible aux modèles et qui pourrait donc bénéficier d'une médiatisation plus grande des profils d'entrepreneur(e)s connaissant le succès à différents niveaux.

Les immigrants accordent une importance significativement supérieure à toutes les motivations, à part celle relative au « désir d'accomplissement personnel, de réaliser son rêve », où les valeurs sont pratiquement les mêmes (4,34 pour les immigrants et 4,40 pour les personnes natives), ou celle d'avoir « des difficultés d'imposer ses idées autrement » (3,04 pour les immigrants et 3,02 pour les natifs). Les plus grands écarts observés (entre les motivations des personnes natives contre celles des immigrants) concernent l'aspect familial : « se lancer en affaires avec le conjoint » (3,51 pour les immigrants et 2,93 pour les autres) et « pour mieux concilier travail et famille » (3,98 contre 3,44).

Ancienneté des intentions d'entreprendre et horizon de démarrage

Avoir l'intention d'entreprendre depuis peu ou depuis longtemps : voilà qui nous renseigne sur le caractère plus ou moins réaliste du projet entrepreneurial d'un individu et aussi de la volonté de ce dernier à réellement poursuivre son rêve.

Les Montréalais qui ont exprimé l'intention de se lancer en affaires affirment, à 21,0 %, avoir cette intention depuis moins d'une année, par rapport à 16,1 % pour le reste du Québec. Par contre, un certain rattrapage s'effectue si l'on compare ceux qui ont l'intention d'entreprendre depuis un à trois ans, soit 40,5 % des répondants montréalais et 45,9 % pour ceux du reste du Québec. Avoir l'intention d'entreprendre depuis moins de cinq ans à Montréal est le cas d'environ quatre personnes sur cinq, soit 82,1 % (excluant ceux qui ne se trouvent pas, en plus, à l'étape de démarches ou qui sont déjà propriétaires).

Il est naturel que les jeunes aient des intentions depuis moins longtemps, mais certains risquent de rêver toute leur vie : le taux d'individus ayant des intentions depuis plus de 10 ans est de 20,4 % dans le groupe d'âge 50 à 64 ans.

Fait à noter du côté des jeunes : deux sur trois ont l'intention d'entreprendre depuis moins de trois ans. Les jeunes montréalaises se montrent d'ailleurs encore plus actives que les jeunes hommes lorsqu'on examine les intentions d'entreprendre depuis moins d'une année. En effet, elles sont

30,7 % à vouloir se lancer en affaires depuis un an, soit le double par rapport aux jeunes montréalais.

Passer à l'action (faire des démarches concrètes) dans moins de trois ans est l'objectif de la moitié des personnes avec des intentions (50,7 %, soit un excellent taux) et pour un horizon de cinq ans, trois sur quatre l'envisagent (75,5 %). Ceux qui ont des intentions depuis moins de trois ans et pensent passer aux démarches dans un maximum de trois autres années représentent plus d'un tiers des répondants (37,6 %).

Devenir réellement propriétaires de l'entreprise envisagée, dans moins d'une année, est l'objectif de 11,0 % des individus ayant actuellement des intentions. Ce taux est supérieur à la moyenne provinciale (7,2 %). Pour un horizon de trois ans, ils seront 42,2 % qui l'espèrent, à Montréal, contre 32,9 % pour le reste du Québec. Les jeunes seraient plus patients, seuls 31,7 % estiment devenir propriétaires dans moins de trois ans, comparativement au groupe des 35 à 49 ans (57,4 %) ou celui des 50 à 64 ans (61,8 %).

Les personnes les plus pressées à entreprendre dans un horizon de trois ans sont les femmes avec des études universitaires (50,1 %) et les moins pressées sont les femmes avec des études préuniversitaires (25,0 %). Le niveau d'études influence beaucoup moins la volonté d'entreprendre (d'ici trois ans) des hommes : 44,9 % pour ceux avec des études universitaires et 39,1 % pour ceux sans.

Les immigrants sont les plus pressés (ou optimistes) quant à leur entrée, 60,7 % estimant qu'ils seront en possession de leur entreprise dans moins de trois ans (contre 32,2 % pour l'ensemble des personnes natives). Leur présence plus importante à Montréal explique en bonne partie les taux plus élevés de l'entrée dans moins de trois ans par rapport au reste du Québec.

Les obstacles perçus pour commencer les démarches

Le principal obstacle perçu des individus qui ont l'intention d'entreprendre est le manque d'argent : 50,3 % le mentionnent (contre 44,6 % pour le reste du Québec). Parmi les autres obstacles invoqués, le fait d'être aux études est deuxième en importance, mentionné par 8,0 % des personnes avec intentions et ce, quasi exclusivement par les jeunes. Le manque d'expertise vient en troisième position, avec 7,4 %, invoqué principalement par les jeunes. La présence des enfants à la maison est l'obstacle principal pour 5,0 % des répondants, particulièrement chez les femmes. Le manque d'argent est encore plus souvent mentionné comme principal obstacle par les

immigrants avec des intentions de se lancer en affaires (56,1 %), mais aussi, et moins attendu, par ceux sont actuellement des employés (53,6 %).

Secteurs d'activité convoités

Le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques est, comme pour l'ensemble du Québec, mais dans une moindre mesure, le choix prépondérant des personnes avec des intentions de se lancer en affaires (17,5 %). Mentionnons qu'il s'agit d'un secteur de prédilection particulièrement pour les hommes (20,0 %, contre 14,7 % pour les femmes). Les jeunes hommes privilégient le plus ce secteur (24,0 %) et, en général, ceux avec des études universitaires (hommes avec 24,3 % et femmes avec 21,0 %).

Le secteur de l'hébergement et des services de restauration arrive en deuxième position, avec un taux de 12,7 %. Il est surtout préféré par les femmes avec des études préuniversitaires (21,4 %).

Le secteur des arts, spectacles et loisirs se retrouve en troisième position, avec 11,0 %, spécialement dans le cas des femmes avec des études universitaires (14,3 %) et aussi les jeunes femmes (14,8 %).

Le commerce de détail vient en quatrième position (il est en deuxième dans le reste du Québec), avec 10,7 % des choix. Le secteur des soins de santé et assistance sociale est envisagé par 8,8 % des répondants, spécialement par les femmes avec des études préuniversitaires (13,6 %) ou celles avec des études universitaires (11,1 %).

Passer des intentions aux démarches : quels sont les principaux éléments qui pourraient accélérer cette concrétisation ?

Avoir l'intention de se lancer en affaires, même lorsqu'elle est ferme, n'est que le début d'une démarche qui peut s'avérer longue et compliquée, dépendamment des ressources détenues (matérielles, connaissances, réseaux), de la difficulté intrinsèque du projet et des alternatives existantes ou qui peuvent apparaître.

Le tableau suivant présente les différents éléments qui pourraient accélérer le passage à l'étape de démarches. À une exception près, les valeurs obtenues sont, pour les répondants de Montréal, toutes supérieures à celles pour le reste du Québec. Cette exception est la situation familiale. Ainsi, les Montréalais se déclarent moins empêchés d'entreprendre en raison de leur situation familiale,

que les répondants du reste du Québec. La multiplicité des ressources destinées à la famille sur le territoire montréalais peut peut-être ici expliquer cette différence.

Comme nous le verrons à la section 3 de ce rapport, les habitants de Montréal affichent des taux plus bas que ceux du reste du Québec à l'égard de certaines perceptions concernant leur sentiment d'efficacité (« l'auto-efficacité ») dans un contexte entrepreneurial. Les indicateurs de perception concernés sont : la connaissance d'un entrepreneur, le fait d'avoir un bon réseau de contacts d'affaires, et la capacité perçue de mobiliser des gens et des ressources. Ces perceptions peuvent ajouter à un manque d'assurance inhérent à ceux qui veulent débiter dans les affaires, d'où l'évaluation plus importante de ces éléments déclencheurs telle que notée dans le tableau suivant.

Éléments déclencheurs pour les démarches entrepreneuriales	Montréal	Jeunes - Montréal	Reste du Québec	Jeunes - Reste du Québec
La motivation personnelle à passer à l'action	59,4 %	58,3 %	52,9 %	56,9 %
L'augmentation des compétences	52,1 %	61,4 %	44,9 %	53,0 %
Une occasion d'affaires	50,5 %	52,1 %	44,7 %	48,4 %
L'aide gouvernementale/le financement public	48,9 %	48,0 %	44,2 %	48,6 %
L'aide aux entreprises/le financement privé	48,9 %	48,1 %	45,8 %	47,7 %
L'information sur le démarrage d'entreprises	47,7 %	50,8 %	40,5 %	45,9 %
Le soutien de l'entourage	44,8 %	49,6 %	36,0 %	39,4 %
L'accompagnement d'un conseiller	42,1 %	46,1 %	31,5 %	33,8 %
Finir les études en cours	37,1 %	48,4 %	28,8 %	40,2 %
La présence d'un mentor	36,8 %	39,5 %	32,4 %	35,1 %
La situation familiale (enfants, santé, etc.)	36,7 %	37,6 %	41,1 %	45,9 %
Information sur des entreprises existantes	35,0 %	37,1 %	24,1 %	25,7 %
Un partenaire d'affaires	34,4 %	38,9 %	33,5 %	37,3 %
Le changement dans le contexte économique	27,2 %	30,6 %	22,7 %	23,7 %
La perte de l'emploi	22,0 %	24,9 %	20,2 %	18,1 %

Tableau 2 : Principaux éléments déclencheurs pour commencer des démarches entrepreneuriales, – agglomération de Montréal total et jeunes et reste du Québec (décembre 2017)

Les cours en entrepreneuriat et les intentions de se lancer en affaires

Un avantage indéniable de Montréal est la multiplicité de l'offre des cours en entrepreneuriat. Sur l'ensemble de la population qui a suivi au moins un cours en entrepreneuriat, 49,7 % ont déclaré avoir l'intention d'entreprendre. Notamment les jeunes (66,5 %) et plus encore le groupe des 35 à 49 ans (68,9 %). Suivre des cours en entrepreneuriat est autant le choix des individus qui ont déjà l'intention de se lancer en affaires, car 51,6 % parmi ceux qui se trouvent dans cette situation (ont

l'intention et suivent au moins une formation) avaient ces intentions avant de commencer les cours. Les autres individus ont développé leur intention d'entreprendre durant les cours (23,8 %) ou la volonté de le faire est venue après ces cours (24,6 %).

Retenons que...

Le taux d'intentions d'entreprendre du territoire est très élevé, surtout chez les jeunes.

La volonté de créer une nouvelle entreprise, comme modalité d'entrée, est la plus importante, même pour les personnes ayant des parents en affaires.

Les motivations pour entreprendre de la population sont principalement liées à un entrepreneuriat d'opportunité et sont davantage mentionnées par les répondants avec des études universitaires.

Le principal obstacle perçu en vue de passer à l'action est celui du financement insuffisant (manque de ressources personnelles).

Le secteur d'activités privilégié est celui des services professionnels, suivi par l'hébergement et la restauration.

La motivation personnelle de passer à l'action est le principal élément déclencheur pour l'ensemble de la population, mais pour les jeunes, l'augmentation des compétences personnelles est la plus importante.

2.2 Nature des démarches en cours

Nous avons vu dans la section 1 que le taux des démarcheurs de Montréal est significativement supérieur à celui du reste du Québec (11,7 % contre 8,7 %). À ce niveau, le ratio de concrétisation (le rapport entre le taux des démarcheurs et le taux d'intentions) est légèrement supérieur à Montréal (46 %) par rapport au reste du Québec (44 %), ce qui en soi n'est pas banal, vu le très haut taux d'intentions à la base.

On peut ensuite se demander si le taux des démarcheurs est suffisant pour assurer le renouvellement des propriétaires, ceci afin de maintenir à moyen ou long terme le taux actuel (6,9 %) de ces propriétaires. En fonction d'un calcul approximatif¹⁵, il est possible de considérer que si au moins 30 % des « démarcheurs » actuels réussissent à devenir propriétaires dans un horizon de cinq ans, le remplacement des fermetures d'entreprise devrait se réaliser.

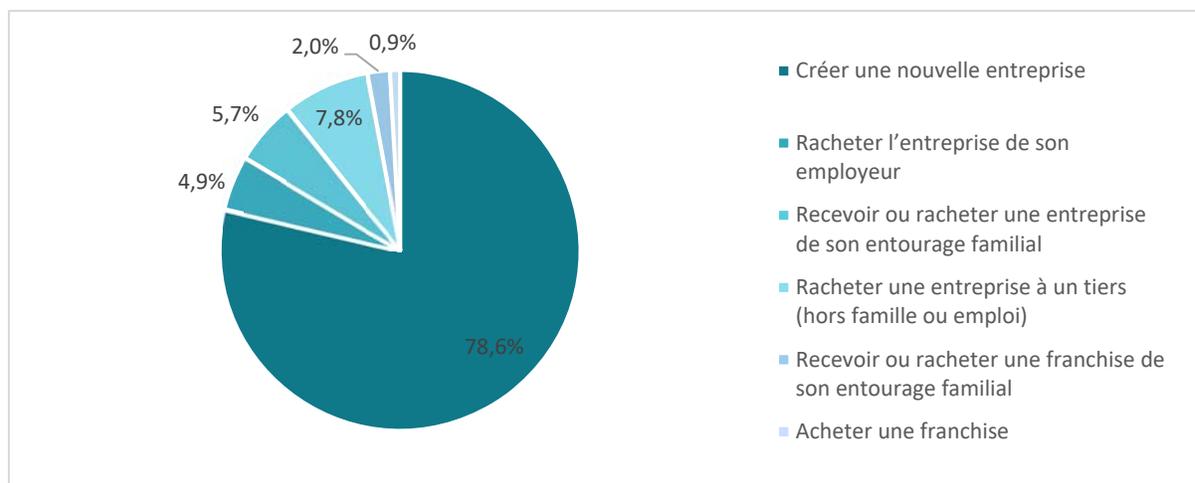
¹⁵ Ce calcul doit être considéré avec prudence, car il est basé sur des hypothèses et extrapolations. Il est basé sur le fait que le taux de sortie des entreprises locales ne doit pas dépasser celui observé au Québec en 2015 (environ 10,1 %) et il faut assumer que chaque entrepreneur est l'unique propriétaire d'une seule entreprise (ce qui n'est pas toujours le cas).

Normalement, en fonction du taux de démarcheurs actuel sur le territoire, il faut s'attendre à une légère augmentation du taux des propriétaires.

À noter que les personnes en étape de démarches analysées dans cette section sont celles affirmant avoir fait des démarches durant la dernière année et qui ne sont pas déjà propriétaires d'une entreprise.

Modalité d'entrée prévue par les « démarcheurs » : la création d'une nouvelle entreprise reste dominante

Parmi les modalités d'entrée indiquées, le graphique suivant¹⁶ nous montre que la création d'une toute nouvelle entreprise reste le choix de base, préféré par 78,6 % des répondants à l'étape de démarches. Ce taux est supérieur à celui correspondant pour les personnes à l'étape des intentions, en partie dû à l'absence des indécis quant à la forme d'entrée.



Graphique 8 : Choix des répondants à l'étape des démarches quant aux modalités d'entrée – agglomération de Montréal (décembre 2017)

Parmi les personnes à l'étape des démarches, la création d'une nouvelle entreprise est davantage choisie par les femmes (82,4 %) que par les hommes (75,5 %), en contrepartie de taux plus faibles pour elles concernant l'entrée par rachat de l'entreprise de son employeur (2,4 % contre 6,9 % pour les hommes) ou le fait de recevoir ou racheter une entreprise de l'entourage familial (4,0 % contre 7,1 %).

¹⁶ Le total diffère de 100,0 %, en raison des arrondissements à une décimale.

L'écart entre les femmes et les hommes quant à l'entrée en affaires par la création d'une nouvelle entreprise est plus évident pour les jeunes : 67,3 % pour les jeunes hommes et 83,0 % pour les jeunes femmes. Le financement requis pour le rachat d'une entreprise existante est l'un des facteurs importants pour ce choix. Par ailleurs, près de deux « démarcheurs » sur trois envisageant le rachat ou la reprise (63,7 %) ont déjà identifié l'entreprise à racheter ou reprendre.

Niveaux d'avancement dans les démarches et temps jusqu'à l'entrée en activité

Durant l'étape des démarches, plusieurs activités sont nécessaires afin qu'un entrepreneur démarre concrètement son entreprise. L'état d'avancement de certaines de ces activités (tableau 3) démontre qu'il peut rester beaucoup de chemin à parcourir pour ces « démarcheurs ».

Activité	Avancement Total Montréal	Avancement Jeunes Montréal	Avancement Reste du Québec
Développer le plan d'affaires	16,4 %	15,6 %	16,2 %
Développer un modèle d'affaires	13,9 %	14,4 %	15,6 %
Améliorer des compétences techniques et/ou commerciales	13,2 %	14,9 %	14,6 %
Rechercher ou débiter un accompagnement (<i>coach</i> , mentor, etc.)	12,8 %	13,1 %	13,6 %
Développer le réseau de contacts d'affaires	11,2 %	13,1 %	11,1 %
Rechercher des clients (potentiels)	9,4 %	9,5 %	15,2 %
Acquérir ou sécuriser des ressources financières	8,2 %	8,9 %	13,6 %

Tableau 3 : Taux des démarcheurs ayant pratiquement finalisé certaines activités spécifiques à l'étape des démarches, total et jeunes – agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

Les données de ce tableau montrent que beaucoup de détails restent à peaufiner pour les futurs entrepreneurs de Montréal, une situation semblable à ceux du reste du Québec.

Les différences notables entre Montréal et le reste du Québec concernent deux activités spécifiques : l'acquisition (ou la sécurisation) des ressources financières, avec un écart moyen de 5,4 %, et la recherche des clients potentiels, avec un écart de 5,8 %, dans les deux cas il s'agit d'un écart défavorable aux Montréalais. Les variations entre les différents sous-groupes concernant le niveau d'avancement sont faibles.

Bonne nouvelle (et en même temps une explication pour le niveau relativement faible des avancements), beaucoup d'individus qui en sont à cette étape ont commencé récemment leurs

démarches : pratiquement une personne sur trois (32,6 %) depuis moins d'une année, tandis que pratiquement cinq personnes sur six depuis trois ans ou moins (82,4 %).

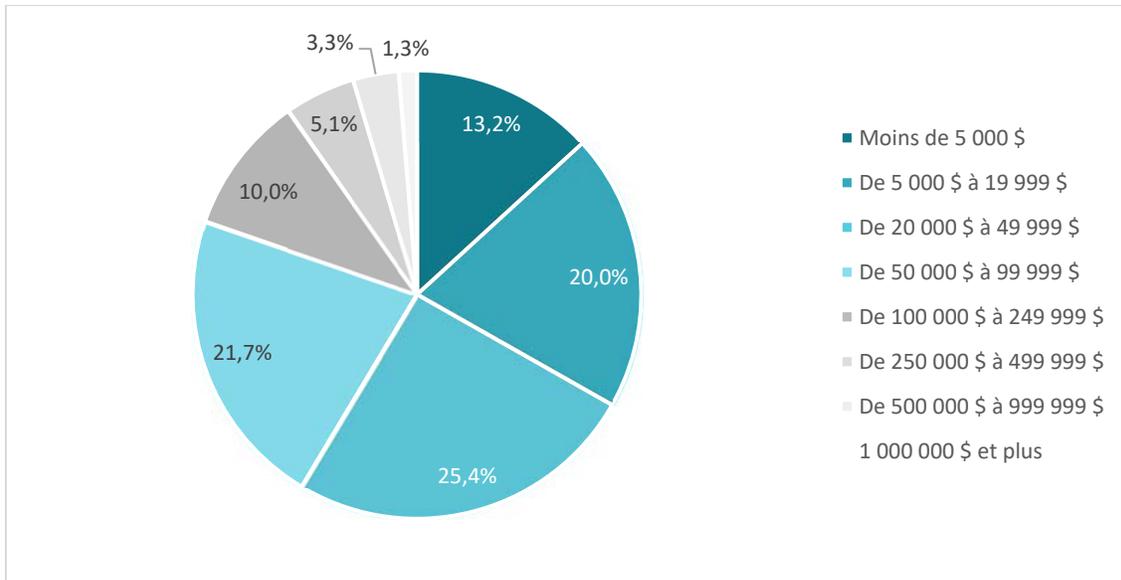
Autre bonne nouvelle, la majorité (53,3 %) des personnes à l'étape des démarches espère que l'entreprise envisagée sera opérationnelle entre un et trois ans et avec les 18,7 % de « démarcheurs » qui l'espèrent dans moins d'une année, pratiquement trois « démarcheurs » sur quatre (72,0 %) considèrent devenir des propriétaires dans un horizon de trois ans.

Si ces estimations deviennent réalité, on doit s'attendre à une croissance significative du taux des propriétaires. Ce sont surtout les femmes avec des études universitaires qui envisagent d'être propriétaires dans cet horizon de trois ans (79,9 %), contrastant avec les femmes avec des études préuniversitaires (57,3 %). Comme dans le cas des intentions et du temps estimé comme étant nécessaire pour devenir propriétaires, les immigrants sont plus optimistes ou décidés que les autres, pour cet horizon de trois ans : 80,1 % contre 67,2 % pour les personnes natives.

Financement requis pour démarrer

Démarrer avec 5 000 \$ ou moins est envisagé par 13,2 % des personnes en démarches (19,5 % pour le reste du Québec), et un investissement initial jusqu'à 20 000 \$ reste l'option considérée par un tiers des répondants (33,2 %), comparativement à 42,4 % pour le reste du Québec.

Les « démarcheurs » de Montréal sont plus nombreux à identifier des montants « moyens » (entre 20 000 et 100 000 \$) nécessaires au démarrage de leur entreprise. Cependant, un démarrage avec plus de 250 000 \$ d'investissements initiaux n'est envisagé que par 9,7 % des répondants de Montréal (25,1 % pour le reste du Québec), ce qui suggère moins de projets très ambitieux, ou une approche par étapes pour le développement du projet entrepreneurial.



Graphique 9 : Investissements initiaux requis pour démarrer – agglomération de Montréal (décembre 2017)

Les obstacles au démarrage : l'importance du financement

Le manque d'économies personnelles reste l'obstacle le plus important pour l'ensemble des « démarcheurs » de Montréal, dont 21,2 % le mentionnent comme étant « très difficile à contourner » (23,3 % pour le reste du Québec). Les jeunes de Montréal sont un peu plus à le considérer (22,3 %), mais ils ressentent le manque de temps au moins du même niveau (22,4 %). La présence des deux autres obstacles relatifs au financement parmi les quatre plus importants indique l'importance de celui-ci pour le démarrage ainsi qu'une certaine difficulté ou inhabilité des démarcheurs à mobiliser les ressources nécessaires.

À noter que les différences de perception du niveau de difficulté de ces obstacles sont minimales entre les jeunes et l'ensemble de la population de Montréal à l'étape de démarches. En même temps, quelques différences sont à noter entre les répondants de Montréal et ceux du reste du Québec. Il s'agit premièrement du « manque de soutien technique », mais aussi du « peu de confiance en soi pour vendre son projet » ou « le peu de soutien de l'entourage », avec des différences, défavorables, plus importantes.

Obstacles (très difficiles à contourner) rencontrés lors des démarches	Montréal — Total	Montréal — Jeunes	Reste du Québec — Total
Manque d'économies personnelles	21,5 %	22,3 %	23,3 %
Manque de temps	20,3 %	22,4 %	16,2 %
Financement privé insuffisant ou inadéquat	19,8 %	20,5 %	20,1 %
Financement public insuffisant ou inadéquat	19,0 %	18,9 %	19,9 %
Changements inattendus dans la situation familiale	17,8 %	18,7 %	12,6 %
Endettement encouru pour la réalisation de démarches	16,9 %	17,5 %	15,8 %
Le peu de support de l'entourage	16,4 %	17,2 %	10,8 %
Complexité administrative, légale ou fiscale	16,1 %	15,3 %	18,9 %
Le peu de confiance en soi pour vendre son projet	14,6 %	17,4 %	10,8 %
Le manque de soutien technique (plan financier, étude de marché, etc.)	13,5 %	14,2 %	9,5 %
L'absence d'accompagnement d'un entrepreneur d'expérience	12,2 %	14,9 %	11,1 %
Faible crédibilité en raison de l'âge (trop jeune/trop vieux)	10,6 %	13,0 %	13,2 %
Le peu de motivation	10,9 %	14,3 %	7,8 %

Tableau 4 : Taux des « démarcheurs » ayant perçu certains obstacles comme très difficiles à contourner, total et jeunes — agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

Parmi les obstacles déclarés comme étant « très difficiles à franchir », nous notons que les différences entre les personnes natives et les immigrants sont importantes au niveau du financement public (les immigrants sont moins nombreux à considérer l'obstacle comme étant très difficile à franchir, avec un taux de 13,7 % contre 22,0 % pour les autres).

Cette différence reste à expliquer, car la distribution des montants prévus d'investissements est similaire (les immigrants sont même moins enclins à investir de petits montants, de moins de 20 000 \$). La mise en contact récente avec les possibilités de financement, et une harmonisation des attentes en matière de financement avec les possibilités existantes serait une explication plausible à la différence, en supposant que les immigrants à l'étape des démarches ont eu récemment l'occasion de mieux connaître les institutions locales et leur fonctionnement.

D'autres différences importantes entre les deux groupes indiquent une plus grande difficulté des immigrants à traiter avec l'endettement encouru pour réaliser leurs démarches (19,2 % contre 15,8 % pour les personnes natives), le peu de support de l'entourage (19,7 % contre 14,6 %) et

encore plus pour le manque de soutien technique (19,4 % contre 10,4 %) ou l'absence d'un accompagnateur d'expérience (16,7 % contre 9,8 %). Les trois derniers aspects suggèrent un relatif isolement d'une partie des immigrants à l'étape des démarches, qui ont des difficultés à trouver de l'aide dans un territoire qui ne manque pourtant pas d'offre. Un aspect relatif à un certain isolement des immigrants est relevé par le fait que 55,0 % d'entre eux considèrent l'absence d'un partenaire pour partager les risques comme étant « très difficile » ou « difficile » à franchir, comparativement à 39,4 % pour les personnes natives.

À noter que 58,9 % des personnes en démarches ont demandé au moins une forme d'aide des organismes gouvernementaux : 34,6 % en formation et information, 26,5 % une aide financière et le même 26,5 % une aide technique.

Intentions d'investir dans l'innovation et de devenir actif à l'international

L'importance de l'innovation pour améliorer les chances de survie d'une nouvelle entreprise et même de lui offrir des possibilités de croissance n'étant plus à débattre, il est réjouissant de constater que plus de la moitié des entrepreneurs en devenir (56,1 %) envisage d'investir dans au moins une forme d'innovation (produit, procédé, modèle d'affaires, etc.) durant la première année en activité ou commencer ce type de démarches avant même de le devenir.

Il n'y pas de grandes différences selon l'âge, le niveau d'études ou le sexe, cependant les hommes avec des études supérieures manifestent une intention légèrement plus grande à dépenser en matière d'innovation : 61,4 %. Les jeunes affichent un taux tout juste supérieur à la moyenne pour l'ensemble (58,4 %). Les individus voulant devenir des propriétaires d'une compagnie incorporée avec au moins un autre copropriétaire affichent le taux le plus élevé : 62,9 %. Ils sont aussi les plus nombreux à envisager de devenir actifs à l'international durant la première année d'opération (42,9 %), par rapport à une moyenne déjà assez élevée, de 31,2 %. Cette moyenne est supérieure au taux de propriétaires avec des activités à l'international, de 26,3 % (voir la section 4) et il ne faut pas négliger que parmi les propriétaires actuels avec de telles activités, une partie s'est lancée en affaires sans envisager depuis le début ce type d'activité. À noter que les jeunes, très dynamiques sur d'autres points de vue, sont en dessous de la moyenne du territoire montréalais, avec 28,9 %.

Retenons que...

Le taux des démarches est très élevé et prometteur afin de favoriser une progression du taux de propriétaires pour Montréal.

Même si le niveau d'avancement moyen dans les activités préparatoires au lancement est légèrement inférieur à celui du reste du Québec, une large majorité d'individus montréalais actuellement en démarches estiment pouvoir devenir opérationnels dans moins de trois ans, ce qui devrait également avoir des conséquences très positives sur le taux de propriétaires.

Les investissements requis pour démarrer les affaires se regroupent vers la moyenne, ceux considérant des investissements très petits ou très élevés étant moins nombreux que dans le reste du Québec.

La future génération d'entrepreneurs semble être plus ouverte vers l'internationalisation (par rapport aux propriétaires actuels), et ce même s'il ne s'agit pour le moment que d'intentions.

2.3 Les entrepreneurs : regard sur la dynamique actuelle et future

Dans cette section, nous allons examiner les données qui permettent de caractériser la dynamique actuelle des propriétaires et leurs intentions à court terme.

Avec un taux de 6,9 % de propriétaires, Montréal se trouve au même niveau que le reste (et l'ensemble) du Québec. Nous avons aussi remarqué, dans la première section, les taux élevés des propriétaires déclarant leur intention de créer une autre entreprise ou même être en démarches en vue d'en créer une. Quoiqu'un nombre plus important des propriétaires avec deux ou plusieurs entreprises sous leur gouverne n'a aucun impact sur le taux des propriétaires (qui tient compte du nombre des personnes se déclarant propriétaires, mais pas du nombre d'entreprises), l'effet économique est important.

Par ailleurs, près de la moitié des entrepreneurs actuels (46,2 %) provient d'une famille en affaires, dans une proportion légèrement inférieure au reste du Québec (49,8 %). Cependant, le taux des propriétaires actuels ayant un parent propriétaire d'une entreprise avec des employés est légèrement supérieur à Montréal qu'ailleurs dans la province (26,8 % contre 24,1 %). À noter qu'à Montréal, sur l'ensemble de la population, les répondants affirmant avoir au moins un parent en affaires représentent 30,8 %. Donc, comme pour les intentions ou les démarches, avoir un parent déjà en affaires augmente la probabilité d'être soi-même un entrepreneur.

Modalité d'entrée en affaires des propriétaires actuels et nombre d'entreprises

Pour les propriétaires actuels, la création d'une nouvelle entreprise a été plus importante encore que pour les individus présentement à l'étape de démarches ou des intentions d'entreprendre. En effet, 89,8 % des répondants propriétaires se sont lancés de cette manière (un taux un peu moins élevé de 81,2 % a été observé pour le reste du Québec).

Les variations entre les différents sous-groupes doivent être faibles (avec une telle moyenne). En effet, les jeunes affirment plus souvent que la moyenne être devenus propriétaires par la création d'une nouvelle entreprise (les jeunes hommes à 95,2 % et les jeunes femmes à 92,7 %), tandis que les hommes dans les autres groupes d'âge affirment plus souvent être devenus propriétaires par le rachat de l'entreprise dans laquelle ils travaillaient (14,5 % pour les propriétaires masculins de 35 à 49 ans).

Un phénomène identifié au niveau de l'ensemble du Québec (et qui semble se retrouver aussi au niveau du Canada¹⁷) est le multipreneuriat, la propriété simultanée de plusieurs entreprises actives. L'agglomération de Montréal est représentative de ce phénomène, 14,3 % des propriétaires affirmant l'être pour plus d'une entreprise, contre 11,9 % pour les propriétaires du reste du Québec.

Ancienneté de l'activité des entrepreneurs et de leurs entreprises

Bon nombre d'entreprises à Montréal ont une longue vie : 52,5 % des propriétaires affirment que leur entreprise a dépassé le cap des vingt ans. Cependant, seuls 20,1 % affirment être à la tête de l'entreprise depuis plus de 20 ans, nous pouvons donc extrapoler que la majorité des entreprises de plus de vingt ans ont changé de propriétaires. Voilà une bonne nouvelle, considérant tout le potentiel économique que recèle la reprise d'entreprises.

Parmi les propriétaires actuels, 15,7 % le sont depuis moins d'une année, ce qui est supérieur aux taux d'entrée entre 2009 et 2015 au niveau du Québec¹⁸ et confirme la bonne place de l'entrepreneuriat à Montréal. En y ajoutant les 30,1 % de propriétaires qui le sont devenus entre une et cinq années, il s'agit de près de la moitié des propriétaires montréalais qui n'a pas plus de cinq ans d'expérience.

¹⁷ Cao, Salameh, Seki et St-Amant (2015) trouvent que le nombre des nouveaux entrepreneurs descend plus vite que le nombre de nouvelles entreprises (plutôt stable durant la dernière décennie).

¹⁸ Ce taux a descendu de 10,9 % en 2009 à 10,2 % en 2015 (Statistique Canada, tableau 527-007).

Il est logique d'avoir une bonne proportion de jeunes propriétaires arrivés récemment dans la chaîne entrepreneuriale, ce qui se vérifie dans le cas de Montréal : 34,3 % des très nouveaux propriétaires appartiennent au groupe des jeunes. En même temps, les jeunes, sans égard à la durée d'existence de leur entreprise, représentent 19,4 % du total des propriétaires, ce qui n'a rien d'exceptionnel, mais suggère le niveau plus élevé de leur exposition à ce qu'on appelle dans la littérature comme un « handicap de la nouveauté¹⁹ », en référence aux difficultés rencontrées par les nouveaux propriétaires.

Si l'on considère le taux d'échec plus important pour cette tranche d'individus (27,3 % des jeunes qui sont actuellement propriétaires ont déjà fermé une entreprise et 7,9 % des jeunes non-propriétaires l'ont fait, aussi, dans leur passé), la disponibilité des ressources en accompagnement sur le territoire est donc très importante pour ces propriétaires, « doublement jeunes ».

Près du tiers des propriétaires actuels se sont lancés en affaires lorsqu'ils étaient jeunes, 30 à 34 ans (16,8 %) ou 25 à 29 ans (16,4 %). Ces groupes sont suivis par celui des 20 à 24 ans (13,3 %) et celui des 35 à 39 ans (13,2 %). Au total, plus de la moitié (51,0 %) des propriétaires actuels ont démarré leur activité entrepreneuriale en ayant moins de 35 ans (incluant un petit pourcentage de propriétaires ayant commencé avant leurs 20 ans). Le groupe d'âge médian (35 à 49 ans) est assez bien représenté (33,0 %) et la présence du groupe d'âge de 50 ans et plus (au moment de se lancer en affaires) n'est pas à négliger (15,7 % des propriétaires actuels).

Retenons que...

La création d'une nouvelle entreprise est, comme partout ailleurs, la principale modalité d'entrée des actuels propriétaires.

Le multipreneuriat est particulièrement présent auprès des propriétaires montréalais.

Environ le tiers des entrepreneurs actuels se sont lancés en affaires avant l'âge de 35 ans.

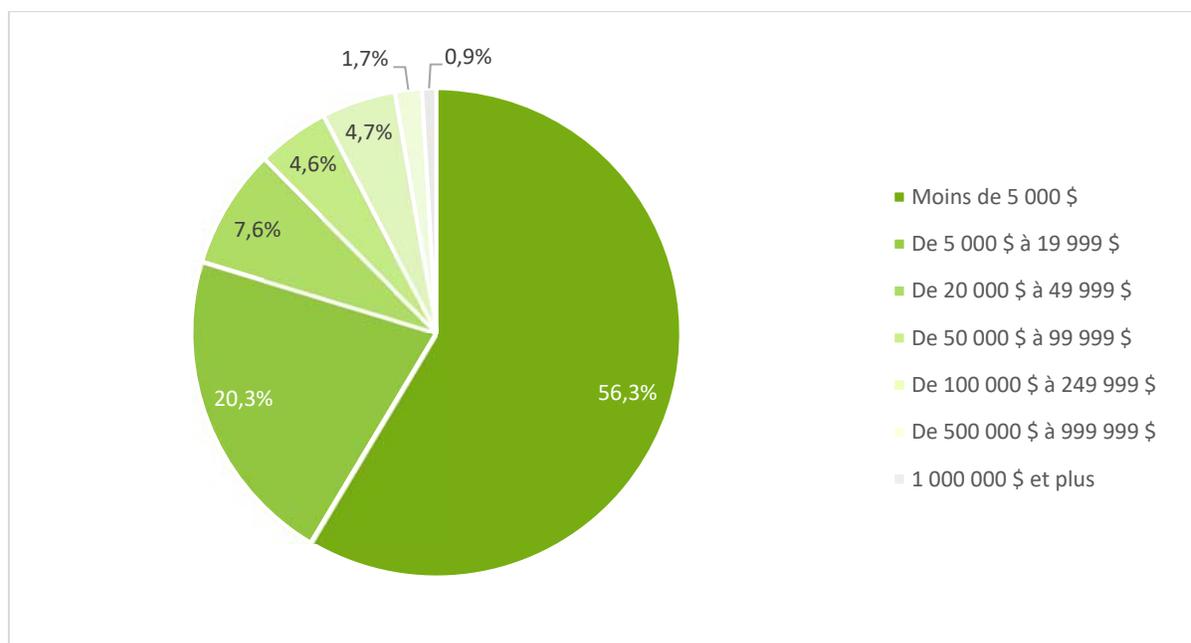
Investissements lors du démarrage

Les propriétaires actuels nous indiquent avoir démarré leur entreprise avec des montants plus petits que ceux identifiés par les « démarcheurs » actuels. Il y a plusieurs facteurs qui expliquent cet aspect, dont l'ancienneté des entrepreneurs actuels qui font que l'inflation puisse se faire sentir

¹⁹ Stinchcombe (1965).

(la valeur des investissements faits est nominale, mais pour correctement comparer les montants investis très récemment avec ceux investis par des entrepreneurs en exercice depuis 10, 20 ans ou même plus, un coefficient d'actualisation aurait dû être utilisé). En l'absence d'une date exacte de l'entrée et du montant exact investi, de tels coefficients ne peuvent pas être calculés, mais il est possible d'affirmer que la distribution actualisée serait moins concentrée sur des montants de moins de 5 000 \$). D'autre part, le poids important des femmes propriétaires sans employés (travailleuses autonomes, « TA ») et les besoins généralement moins importants pour le lancement des TA ont une influence sur la tendance de l'ensemble.

Plus de trois quarts des propriétaires actuels ont commencé avec moins de 20 000 \$, et seulement 7,3 % des propriétaires ont commencé avec plus de 100 000 \$. Il faut mentionner que 3,8 % des propriétaires n'ont pas précisé le montant des investissements initiaux (donnée non incluse dans le graphique).



Graphique 10 : Investissements initiaux requis lors du démarrage des propriétaires actuels—agglomération de Montréal (décembre 2017)

À noter que les femmes présentement propriétaires ont commencé très majoritairement avec des investissements très petits, de 5 000 \$ et moins, autant celles ayant des études universitaires (66,0 %) que celles avec des études préuniversitaires (71,8 %).

Départ à la retraite ou quitter les affaires

La retraite dans un horizon de trois ans ou moins est envisagée par 11,2 % des propriétaires actuels, tandis que 70,0 % des propriétaires pensent le faire dans plus de 10 ans ou ne l'envisagent tout simplement pas en ce moment. Mentionnons que seuls les propriétaires estimant vouloir quitter le milieu des affaires dans 10 ans maximum ont répondu à la question concernant le choix de sortie.

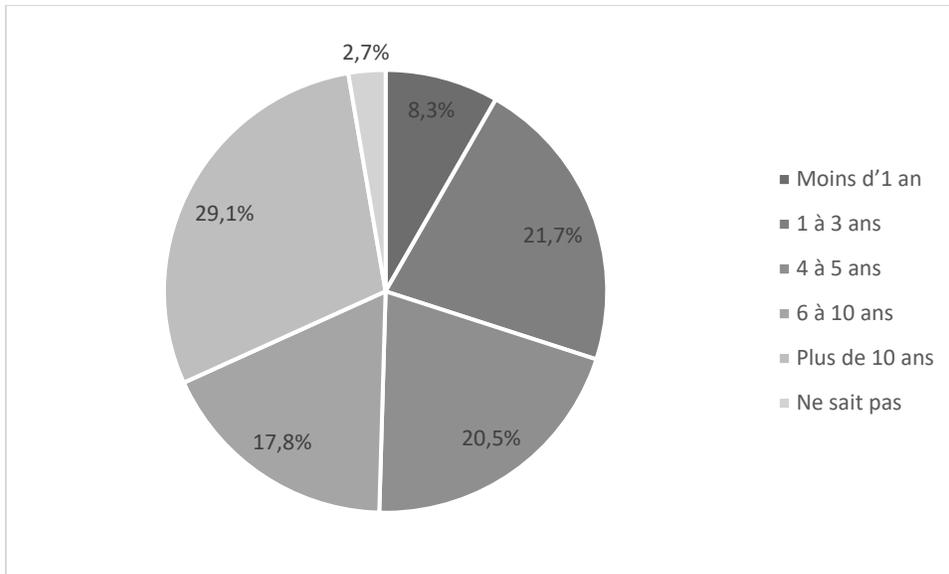
Ce choix de sortie est d'ailleurs principalement de fermer l'entreprise (52,8 %), tandis que les autres options envisagées sont : vendre au plus offrant (16,6 %) et transmettre ou vendre l'entreprise aux enfants (10,5 %). L'indécision reste grande (12,3 %), en raison du fait que la plupart des propriétaires indécis appartiennent au groupe pensant fermer leur entreprise dans un horizon de 6 à 10 ans, ils estiment donc avoir tout le temps nécessaire pour faire le bon choix. Ceux qui affirment vouloir fermer leur entreprise lors du départ à la retraite indiquent principalement que l'entreprise est trop personnelle (50,2 %) ou trop petite (24,7 %). En troisième position, 7,7 % des répondants affirment que la relève n'a pas les compétences pour la reprendre.

2.4 Les fermetures d'entreprise : quand et pourquoi ?

Le taux des fermetures d'entreprise parmi la population adulte de Montréal est de 10,9 %, soit juste un peu en dessous de celui du reste du Québec (11,4 %). Nous regarderons dans cette section l'ancienneté des fermetures, la durée de vie des entreprises fermées, les principales raisons de fermetures ainsi que le rapport à l'entrepreneuriat des individus ayant fermé une entreprise.

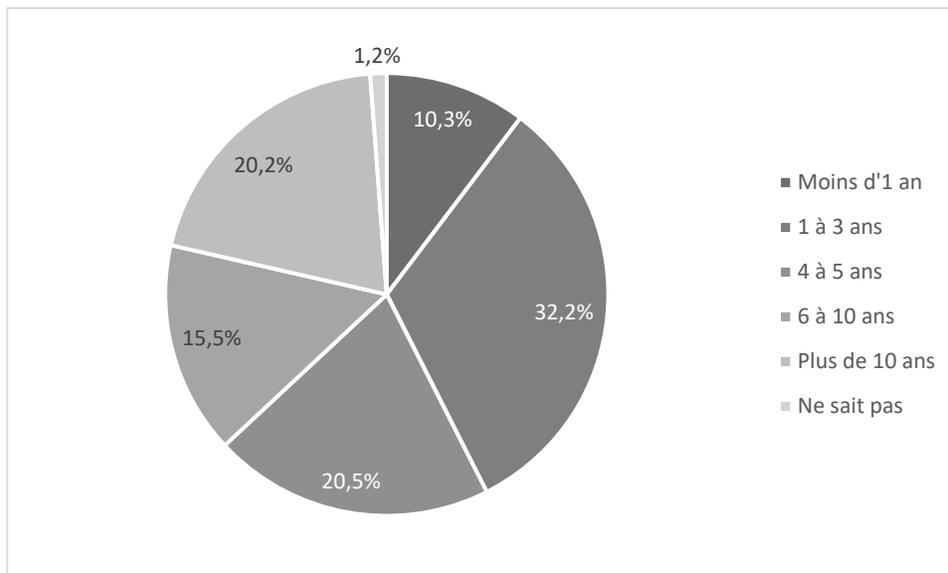
Ancienneté des fermetures

Le graphique 11 montre que 50,5 % des individus ayant fermé une entreprise l'ont fait durant les cinq dernières années. La période d'un à cinq ans se distingue particulièrement par un taux de fermetures supérieur à celui du reste du Québec pour la même période. Ainsi, les fermetures entre un an et trois ans pour l'agglomération de Montréal représentent 21,7 % du total, contre 16,5 % pour le reste du Québec, tandis que celles de trois à cinq ans représentent 20,5 % pour Montréal et 13,1 % pour le reste du Québec. Le total sur les cinq dernières années dans le reste du Québec est de 38,6 % (incluant la dernière année), contre 50,5 % à Montréal.



Graphique 11 : Horizon temporel à l'intérieur duquel remonte la fermeture d'entreprise – agglomération de Montréal (décembre 2017)

En même temps, 63,0 % des fermetures se sont produites quand l'entreprise n'avait pas atteint cinq années de fonctionnement, ce qui est plus élevé que dans le reste du Québec (59,4 %).



Graphique 12 : Durée de vie des entreprises fermées – agglomération de Montréal (décembre 2017)

Revenir à l'entrepreneuriat après une fermeture est arrivé à près d'un quart (23,1 %) des personnes ayant fermé une entreprise. Près d'un entrepreneur sur six de moins de 65 ans (16,8 %) a vécu une fermeture. C'est sans compter ceux qui ont déjà fermé une entreprise et qui sont déjà de retour dans la chaîne entrepreneuriale ! Il faut en effet ajouter ceux qui ont exprimé l'intention

de se relancer en affaires, soit 13,6 % parmi ceux de moins de 65 ans ayant fermé une entreprise en plus des 26,2 % du même groupe qui en sont maintenant à l'étape des démarches.

Pratiquement, plus de deux personnes sur trois (71,1 %) de moins de 65 ans et ayant déjà fermé une entreprise se retrouvent dans la chaîne entrepreneuriale. L'échec ne fait définitivement pas peur aux entrepreneurs montréalais, un peu moins d'ailleurs que pour les habitants du reste du Québec (où 66,9 % de ce groupe ont repris le cycle entrepreneurial après une fermeture).

Les motifs de fermeture sont généralement à des niveaux similaires à ceux observés dans le reste du Québec. Tant le « changement d'emploi », qui est le motif le plus souvent invoqué, que le faible taux relatif aux « problèmes avec l'associé » sont à mettre en relation avec le nombre plus grand de travailleurs autonomes sur le territoire.

Motifs de fermeture	Montréal	Reste du Québec
Difficultés financières	18,6 %	18,6 %
Motif d'ordre personnel (divorce, maladie, etc.)	16,8 %	15,1 %
Manque de clients	12,6 %	11,2 %
Retraite	11,4 %	11,2 %
Changement d'emploi	11,0 %	8,0 %
Problèmes rencontrés avec l'associé	7,2 %	11,0 %

Tableau 5 : Motifs de fermeture des individus ayant subi une fermeture d'entreprise au cours de leur vie — agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

Retenons que...

Une large majorité d'individus qui ont fermé leur entreprise avant l'âge de la retraite a repris le cycle entrepreneurial, illustrant la résilience de la population face à l'échec entrepreneurial, plus particulièrement celle des propriétaires qui ont eu l'expérience d'une fermeture et qui sont encore à un âge actif.

3. LA CULTURE ENTREPRENEURIALE

Cette section porte un regard attentif sur la culture entrepreneuriale de l'agglomération de Montréal et certains de ses indicateurs-clés. La culture entrepreneuriale est définie comme un ensemble de valeurs et convictions communes qui orientent plus ou moins consciemment le comportement des individus, des institutions et d'une population à l'égard de l'entrepreneuriat. En ce sens, nous considérons la culture entrepreneuriale sous deux aspects : le premier concerne l'acceptation sociale du statut de l'entrepreneur et le deuxième concerne les éléments qui favorisent, activement, l'émergence de nouveaux entrepreneurs.

Soulignons que depuis que l'*Indice entrepreneurial québécois* a été lancé en 2009, nous savons que la culture entrepreneuriale de l'ensemble du Québec a connu une évolution positive, en passant par une meilleure acceptabilité sociale du statut d'entrepreneur, à sa légitimation pour en arriver à sa désirabilité.

3.1 Perceptions à l'égard des entrepreneurs et leur rôle social

Le tableau 6 présente les principales perceptions des individus de Montréal par rapport à l'entrepreneuriat et aux entrepreneurs, autant pour la population adulte que pour les jeunes du territoire, comparativement aux valeurs observées pour le reste du Québec, en 2017, population adulte incluant les jeunes. Ces perceptions ont été mesurées en demandant aux personnes qui ne sont pas des propriétaires leur niveau d'accord²⁰ avec les énoncés du tableau 6.

Même si la plupart des perceptions sur l'entrepreneuriat et les entrepreneurs sont positives (plus de perceptions positives que négatives), il faut le dire clairement, l'entrepreneuriat n'est pas perçu de façon aussi favorable à Montréal qu'ailleurs au Québec. Des écarts statistiquement significatifs, tous en défaveur de Montréal, sont enregistrés.

C'est le cas premièrement pour la perception concernant l'honnêteté, en général, des entrepreneurs. À elle seule, la perception de la population adulte du reste du Québec n'est pas élevée en affirmant être à 51,9 % en accord avec l'affirmation (combinaison des valeurs « plutôt » et « totalement en accord »). L'ensemble de la population de Montréal exprime quant à elle un faible accord avec l'affirmation (37,6 %). Les jeunes du territoire sont les plus réticents,

²⁰ Les perceptions peuvent être positives (quand le répondant a indiqué être totalement ou plutôt en accord avec l'énoncé), neutres (quand il se déclare ni en accord ni en désaccord), ou négatives (quand le répondant affirme être totalement ou plutôt en désaccord avec l'énoncé), selon une échelle Likert à cinq niveaux.

un peu moins d'un sur trois (32,3 %) étant en accord avec l'affirmation (alors que dans le reste du Québec, le taux pour le même groupe est de 44,5 %). Puisque chez les jeunes montréalais, ce taux est inférieur à leur taux d'intentions de se lancer en affaires (46,4 %), il y a donc, forcément, des jeunes qui veulent devenir entrepreneurs exprimant tout de même des doutes quant à l'honnêteté des entrepreneurs.

Ajoutons que cette même réserve de la population québécoise (et particulièrement des jeunes) à l'égard de l'honnêteté des entrepreneurs est un phénomène constaté depuis quelques années dans l'*Indice*, mais il ne semble pas entacher le taux d'intentions – croissant – ni même le choix de carrière optimale (être entrepreneur) tant chez les jeunes que pour le reste de la population, comme nous le verrons plus loin.

L'acceptation de l'échec entrepreneurial (des autres), assez bonne (66,5 %), reste quand même à un niveau significativement inférieur par rapport à celui observé pour le reste du Québec (78,4 %).

Indicateurs de perception	Montréal 2017	Jeunes Montréal 2017	Études universitaires Montréal 2017	Reste du Québec 2017	Jeunes Reste du Québec 2017
L'enrichissement de façon juste et équitable comme entrepreneur est possible	72,0 %	70,1 %	78,1 %	84,3 %	84,0 %
L'entrepreneuriat est un choix de carrière désirable	66,1 %	64,4 %	71,2 %	74,2 %	73,4 %
Les entrepreneurs sont des créateurs d'emploi et de richesse	75,5 %	69,4 %	79,3 %	79,2 %	81,0 %
Les gens qui réussissent en affaires sont des modèles pour la communauté	62,2 %	58,0 %	63,5 %	70,5 %	75,1 %
L'enrichissement personnel d'un entrepreneur est sain	58,3 %	50,7 %	60,9 %	68,2 %	62,7 %
Les entrepreneurs sont généralement honnêtes	37,6 %	32,3 %	40,0 %	51,9 %	44,5 %
Les entrepreneurs qui ont subi un revers en affaires conservent mon respect	66,5 %	65,9 %	73,0 %	78,4 %	76,7 %

Tableau 6 : Perceptions envers l'entrepreneur et l'entrepreneuriat – agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

Il faut aussi remarquer que toutes les perceptions des jeunes de Montréal sont moins positives que celles de l'ensemble de la population de l'agglomération, et dans quatre des six indicateurs, la différence est d'ailleurs significative. Pour le reste du Québec, la tendance des jeunes à avoir des perceptions plus négatives se fait moins sentir.

D'autre part, soulignons qu'un niveau plus élevé des études est associé à une fréquence plus élevée des perceptions positives, et cela pour toutes perceptions analysées dans le tableau.

Certaines différences entre les sous-groupes méritent d'être mentionnées : concernant l'honnêteté en général des entrepreneurs, les hommes immigrants sont moins en accord (32,5 %) que les autres hommes (40,0 %), mais c'est l'inverse pour les femmes ; celles immigrantes sont à 46,9 % d'accord, contre 34,9 % pour celles natives. Parmi ceux ayant fait des études universitaires, les hommes sont plus en accord (43,9 %) que les femmes (37,0 %).

La perception du rôle de modèle des entrepreneurs qui réussissent en affaires est plus forte chez les femmes (67,1 %) que chez les hommes (56,4 %), avec une différence relativement stable pour tous les sous-groupes d'âge. Une mention spéciale pour les individus avec des parents propriétaires d'une entreprise avec employés, qui sont en accord à 81,5 %. Un résultat attendu, mais qui en dit long sur l'impact positif sur la culture entrepreneuriale que procure le fait de connaître des entrepreneurs et de les côtoyer au quotidien.

La perception de l'entrepreneuriat comme choix de carrière désirable est pratiquement la même pour les hommes (66,3 % en accord) et les femmes (66,0 %). L'écart se creuse toutefois un peu entre les jeunes hommes et les jeunes femmes avec des intentions de se lancer en affaires (70,6 % et 78,6 %), mais pour les jeunes sans intentions, l'opinion est différente, spécialement pour les jeunes hommes de ce groupe : 42,3 % expriment l'accord, contre 57,4 % pour les jeunes femmes sans intentions.

Retenons que...

Montréal se démarque du reste du Québec par une perception plus réservée à l'égard de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs. Les jeunes sont encore moins positifs quant à ces aspects, spécialement ceux sans études universitaires.

3.2 Attraites et influences concernant l'entrepreneuriat

Le choix de carrière dépend, entre autres, du niveau de la connaissance des avantages et désavantages des différentes options par rapport à l'individu, à son éducation, ses connaissances,

ses caractéristiques personnelles, ses relations avec l'environnement, etc. La désirabilité de l'entrepreneuriat, tel que vu dans la sous-section précédente, fait abstraction, dans une certaine mesure, des caractéristiques du répondant. Nous allons présenter dans cette sous-section les perceptions individuelles par rapport à ces caractéristiques.

Choix optimal de carrière

Nous avons vu qu'à Montréal, les opinions positives à l'égard de l'entrepreneuriat sont moins nombreuses qu'ailleurs dans la province. Pourtant, le taux des répondants déclarant que l'entrepreneuriat représenterait leur choix optimal de carrière est plus fort que dans le reste du Québec : 36,7 % de la population adulte, contre 31,3 % dans le reste du Québec.

Ce choix des Montréalais devance nettement celui d'occuper un emploi au gouvernement (administration publique), qui récolte seulement 26,7 % des options, une différence très significative. Les deux autres options qui concentrent un nombre significatif de réponses sont, presque à égalité, celles de travailler dans une grande entreprise (15,2 %) et de travailler dans une PME (14,2 %).

Il est réjouissant de constater une telle orientation envers l'entrepreneuriat (au moins comme idée de carrière optimale), mais il faut noter que l'option de travailler pour une entreprise, grande ou petite, est en voie de devenir minoritaire. Il est possible d'envisager, dans de telles circonstances, l'impact négatif sur le marché de la force de travail.

L'attrait de l'entrepreneuriat est beaucoup plus fort pour les hommes, en général (47,1 %), par rapport aux femmes (27,7 %). Ces dernières indiquent comme premier choix le travail dans l'administration publique (31,1 %). Parmi les hommes, l'entrepreneuriat est le choix optimal autant parmi ceux avec des études préuniversitaires (50,6 %) que ceux avec des études universitaires (42,9 %). Pour les femmes, la situation est à nuancer : 42,9 % des femmes ayant terminé leurs études préuniversitaires considèrent l'entrepreneuriat comme choix optimal de carrière, mais seulement 26,2 % parmi celles avec des études supérieures sont du même avis. C'est d'ailleurs les femmes avec des études universitaires qui considèrent le plus le travail dans l'administration publique comme choix optimal (39,8 %), tandis que celles avec des études préuniversitaires considèrent ce secteur à 26,8 %.

Cependant, il faut mentionner qu'entre le rêve et la réalité, il y a une large marge. Cette marge se situe entre le fait d'indiquer que le choix de devenir entrepreneur soit optimal et celui d'avoir (présentement) l'intention de se lancer en affaires (ou être rendu à l'étape des démarches). Et cette marge, ou « distance » varie entre les groupes d'individus.

Ainsi, pour les personnes ayant déclaré l'entrepreneuriat comme choix optimal de carrière, les femmes avec des études universitaires ont des intentions à un taux de 71,8 % et les hommes dans la même situation à un taux de 63,5 %. Pour ceux sans études universitaires terminées, les taux sont plus faibles : 46,2 % pour les femmes et 35,3 % pour les hommes. De toute évidence, les femmes montrent un niveau plus élevé de concordance entre les aspirations et les intentions (d'entreprendre), tout comme les individus qui ont fait des études universitaires, plus que ceux sans de telles études.

Le niveau du revenu individuel est aussi associé avec les préférences sur le choix optimal, mais il ne s'agit pas d'une relation linéaire, mais d'une en forme de « U », exprimant des besoins différents : le plus fort taux d'individus indiquant l'entrepreneuriat comme choix optimal est pour ceux qui ont déclaré des revenus très élevés (plus de 125 000 \$) : 57,6 %. Un autre très fort taux est celui des individus ayant un bas revenu (moins de 40 000 \$) : 46,0 %. Ceux avec des revenus intermédiaires présentent des situations différentes : le groupe du revenu moyen (40 à 80 000 \$) considère l'emploi dans l'administration publique comme choix optimal (36,3 %), par rapport à l'entrepreneuriat (34,0 %). Le groupe avec des revenus élevés (80 à 125 000 \$) considère plutôt un emploi dans une grande entreprise comme choix optimal (38,7 %) contre l'entrepreneuriat (26,8 %).

L'âge influence fortement le choix concernant la carrière optimale : les jeunes pensent à l'entrepreneuriat en large majorité : 45,7 %, par rapport à l'administration publique (19,8 %), tandis que le groupe des 35 à 49 ans sont près de la moyenne de l'ensemble (qui, rappelons-le, est à 36,7 %) : 41,7 % en faveur de l'entrepreneuriat et 29,3 % pour l'administration publique.

Le taux d'individus considérant l'entrepreneuriat comme le choix optimal de carrière ne diffère pratiquement pas entre les natifs (36,5 %) et les immigrants (36,3 %). Sur l'ensemble des deux grands groupes, la principale différence est celle concernant le choix optimal de travailler dans une grande entreprise (26,8 % pour les immigrants contre 11,9 % pour les autres). En contrepartie, les personnes natives indiquent plus souvent de travailler dans l'administration publique et dans les petites et moyennes entreprises.

La perception de la population concernant l'adéquation entre leurs qualifications et l'existence d'opportunités d'emploi correspondantes est généralement bonne : 50,9 % sont en accord et très en accord avec cet énoncé. Alors que les jeunes sont en accord à 59,4 %, ce taux diminue en fonction de l'âge croissant : le groupe des 35 à 59 ans se situe à 56,2 %, et ceux de 50 ans et plus à seulement 36,8 %. Ces variations reflètent autant l'évolution rapide des structures économiques qu'un certain immobilisme d'une partie de la population plus âgée et moins encline à s'adapter à cette évolution.

En fonction de ces résultats, la bonne situation économique du territoire et l'existence de bonnes opportunités d'emploi pour les répondants pourraient donc détourner des individus de l'entrepreneuriat vers l'emploi. La réalité est cependant un peu différente : parmi les répondants qui se déclarent en accord avec l'affirmation qu'il existe de bonnes opportunités d'emploi dans leur région, le taux d'intentions (43,3 %) est clairement supérieur à la moyenne (25,7 %). Avec de tels résultats, on peut affirmer que c'est un entrepreneuriat d'opportunité qui prévaut principalement dans Montréal.

D'ailleurs, même parmi ceux qui se déclarent satisfaits et plutôt satisfaits de leur emploi actuel, le taux d'intentions de se lancer en affaires est très élevé, s'établissant à 24,4 %. Avec un tel taux, il est fort probable de voir se multiplier les cas d'entrepreneuriat mixte, des personnes qui combinent donc un emploi régulier et une activité entrepreneuriale à temps partiel (ou vice-versa).

Retenons que...

La population de Montréal indique clairement l'entrepreneuriat comme le choix optimal de carrière, spécialement les jeunes et surtout les jeunes hommes. Le taux élevé d'intentions entrepreneuriales parmi les personnes se déclarant satisfaites de leur emploi ou considérant que le territoire offre de bonnes opportunités d'emploi suggère l'importance de l'entrepreneuriat d'opportunité par rapport à celui de nécessité.

Avantages perçus de l'entrepreneuriat

Nous avons présenté les motivations des personnes avec des intentions de se lancer en affaires dans la section 2. Dans cette section, il est question des opinions de ceux qui n'ont pas de telles intentions (et ne sont pas des propriétaires). Pour ces personnes, l'entrepreneuriat peut quand même présenter différents niveaux d'avantages et de désavantages. En fonction des perceptions de ces avantages et désavantages, ainsi que de leurs niveaux respectifs, l'entrepreneuriat comme choix de carrière optimal pourrait ainsi émerger. Évidemment, la balance doit être favorable aux avantages perçus²¹. Le tableau 7 présente les moyennes²² de chaque groupe, pour chaque possible avantage.

²¹ Douglas et Shepherd (2002).

²² Les valeurs indiquent les moyennes pour une échelle Likert à quatre niveaux (4 = « extrêmement attrayant », 3 = « très attrayant », 2 = « relativement attrayant » et 1 = « pas vraiment attrayant »).

Indicateurs d'avantage	Montréal	Montréal Hommes	Montréal Femmes	Reste du Qc	RdQ Hommes	RdQ Femmes
Réaliser son rêve	3,02	2,96	3,02	3,09	2,96	3,18
Indépendance	3,00	2,97	3,02	2,99	2,96	3,01
Flexibilité dans le travail	2,96	2,82	3,06	3,05	2,86	3,20
Liberté de création	2,96	2,96	2,96	2,96	2,91	3,00
Gagner beaucoup d'argent	2,90	2,93	2,88	2,64	2,65	2,63
Améliorer l'équilibre travail-famille	2,75	2,61	2,86	2,78	2,69	2,85
Défis quotidiens (saisir les opportunités, conclure des transactions, etc.)	2,45	2,45	2,44	2,47	2,49	2,45

Tableau 7 : Perceptions concernant les avantages de l'entrepreneuriat – agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

Le principal avantage perçu est, comme dans le cas de l'ensemble du Québec, celui de réaliser son rêve, signe évident de l'importance prépondérante de l'entrepreneuriat d'opportunité autant à Montréal que dans le reste Québec, même parmi ceux qui n'ont pas l'intention de se lancer en affaires. Cependant, c'est la possibilité de gagner beaucoup d'argent qui est très différemment appréciée, les individus hors processus de Montréal lui accordant plus d'importance, autant par les hommes que par les femmes.

Les différences hommes-femmes vont généralement dans le même sens que celles pour le reste du Québec, avec le constat que ces différences sont généralement plus petites que dans le cas du reste du Québec. Le fait de percevoir les avantages de l'entrepreneuriat de façon plus homogène chez les hommes et les femmes de Montréal suggère qu'il existerait donc chez eux une moins grande différence de perception par rapport à l'entrepreneuriat. Ce qui fait écho aux constats de la section 1 quant aux taux d'intentions et des personnes en démarches et aux écarts moins grands constatés entre les hommes et les femmes sur le territoire par rapport à ceux du reste du Québec.

Cependant, certains groupes perçoivent différemment les avantages : les jeunes accordent beaucoup d'importance (3,20) à l'indépendance sur la prise de décision, les jeunes femmes (3,23) plus que les jeunes hommes (3,16), mais aussi à la possibilité de gagner beaucoup d'argent (3,22), à pratiquement égalité entre les jeunes femmes (3,23) et les jeunes hommes (3,22). La liberté de création semble davantage intéresser les jeunes femmes (3,24) par rapport aux jeunes hommes (3,18), mais cet avantage perçu diminue avec l'âge. Les immigrants accordent significativement plus d'importance à tous les avantages, sauf la flexibilité dans le travail et celui de quitter un emploi insatisfaisant, qui ont des moyennes pratiquement à égalité avec les personnes natives. La plus grande différence est observée, sans surprise, à la motivation « la possibilité d'arriver à une meilleure position dans la société » (3,98 pour les immigrants et 3,53 pour les autres).

Les désavantages perçus de l'entrepreneuriat

Les désavantages de l'entrepreneuriat peuvent être un grand obstacle au fait de vouloir devenir entrepreneur, ayant même le potentiel de détourner certains individus qui ne prendront tout simplement pas le temps d'analyser les opportunités que peut receler ce choix de vie. Dans le tableau²³ suivant, nous allons analyser les résultats comparatifs pour la population adulte, sauf les propriétaires.

L'insécurité et le risque associés à l'entrepreneuriat sont les principaux obstacles pour la population adulte de Montréal (2,86), suivis de très près par la détérioration de l'équilibre travail-famille (2,84) et les revenus instables (2,82). Les valeurs correspondantes pour le reste du Québec sont légèrement plus élevées et l'aspect familial compte le plus dans le reste de la province.

Indicateurs de désavantage	Total Montréal	Montréal Hommes	Montréal Femmes	Reste du Québec	RdQ Hommes	RdQ Femmes
L'insécurité et le risque associé	2,86	2,67	3,02	2,91	2,82	2,99
Détérioration de l'équilibre famille-travail	2,84	2,71	2,95	2,95	2,88	3,02
Les revenus instables	2,82	2,58	3,03	2,90	2,77	3,02
Le stress relié aux affaires	2,78	2,61	2,93	2,90	2,71	3,07
Le manque d'avantages sociaux	2,78	2,52	3,00	2,69	2,66	2,72
Les longues heures de travail	2,59	2,50	2,66	2,71	2,57	2,84
Les responsabilités	2,46	2,35	2,56	2,47	2,41	2,53
L'image négative reliée au milieu des affaires	2,24	2,16	2,32	2,25	2,20	2,29

Tableau 8 : Perceptions concernant les désavantages de l'entrepreneuriat – total population et par sexe – agglomération de la Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

Les femmes se distinguent par le fait d'accorder une importance plus grande aux obstacles relatifs à l'insécurité, l'instabilité des revenus et le manque d'avantages sociaux, avec des différences significatives par rapport aux hommes (exemple : le manque d'avantages sociaux se situant à 3,00 pour les femmes et 2,50 pour les hommes), les jeunes femmes de Montréal encore plus (3,07 pour les revenus instables) et 3,04 pour l'insécurité et le risque associés à l'échec.

Des différences significatives sont observées entre les groupes selon la présence ou non dans le cycle entrepreneurial, c'est-à-dire entre ceux qui ont l'intention de se lancer en affaires et ceux qui ne l'ont pas. Le groupe d'âge et le sexe permettent de peaufiner l'analyse.

²³ Les valeurs indiquent les moyennes pour une échelle Likert à 4 niveaux (4 = « extrêmement indésirable », 3 = « très indésirable », 2 = « relativement indésirable » et 1 = « pas vraiment indésirable »).

En moyenne, les plus fortes différences sont observées dans le groupe des femmes de 35 à 49 ans, entre celles qui ont l'intention de se lancer en affaires (ou sont déjà à l'étape des démarches) et celles qui sont hors processus entrepreneurial, avec un écart moyen de 0,70 point (donc un désavantage plus fortement perçu par celles qui ne sont pas dans le processus). Ainsi, pour les femmes de ce groupe, la moyenne du désavantage « responsabilités trop lourdes » est de 3,27 pour celles qui sont hors processus, mais de 2,21 pour celles avec des intentions. Les longues heures de travail font aussi une différence très importante (3,24 contre 2,35), suivies par le stress relié aux affaires (3,33 contre 2,57). Le manque de compétences vient en quatrième position (de grandeur des différences), avec 3,28 contre 2,54. Les écarts sont moindres, mais les niveaux très élevés, pour la perception de deux désavantages : l'insécurité, l'incertitude et les risques associés à l'échec (3,42 contre 2,76) et le manque d'avantages sociaux (3,38 contre 2,96).

Dans le cas des hommes de 35 à 49 ans, les différences sont moindres pour toutes les perceptions, mais ce qui attire le plus l'attention est le désavantage « manque de compétences », qui est plus fortement perçu par ceux qui ont l'intention de se lancer en affaires (ou sont à l'étape de démarches), avec 2,89 contre 2,54 pour ceux hors processus. Une des explications possibles est qu'une fois le processus débuté, le niveau de ces compétences (administration, vente, réseautage d'affaires) semble être plus correctement évalué.

Pour les jeunes hommes, une différence très importante est celle concernant la détérioration de l'équilibre travail-famille (3,22 pour ceux hors processus, et peu importante, à 2,56 pour ceux avec des intentions). Le stress relié aux affaires fait aussi une nette différence : ceux hors processus y sont très sensibles (3,04) par rapport à ceux avec des intentions qui le sont moins (2,52).

Pour les jeunes femmes, la différence la plus forte est pour l'obstacle « insécurité, incertitude et risque relié aux affaires » (positionné à un très haut niveau, à 3,27 pour celles hors processus et plutôt à un niveau moyen, à 2,77 pour celles avec l'intention de se lancer en affaires).

Nous constatons au début de cette section que les perceptions des Montréalais n'étaient pas d'emblée positives à l'égard des entrepreneurs (particulièrement concernant leur honnêteté). Il faut toutefois comprendre que cela n'agit pas nécessairement à titre de frein à l'entrepreneuriat, puisque l'indicateur de « l'image négative reliée au milieu des affaires » est identifié comme le désavantage le moins important dans la liste.

Retenons que...

Le principal avantage perçu dans le fait d'entreprendre est, comme dans le cas du reste du Québec, celui de réaliser son rêve, signe qu'il semble s'agir en général d'un entrepreneuriat d'opportunité, même parmi ceux qui n'aspirent pas, pour le moment du moins, à devenir entrepreneur.

La perception mitigée de l'honnêteté des entrepreneurs ne semble pas être un frein notable à l'entrepreneuriat pour les Montréalais.

Influence du milieu proche

L'influence (positive) du milieu proche d'un individu est un facteur important dans l'émergence des intentions entrepreneuriales, selon la théorie du comportement planifié²⁴. Et cette concertation des efforts des différents acteurs (ou « influenceurs »), plus ou moins coordonnée, représente un élément très important de la culture entrepreneuriale.

Les questions concernant le type d'influence (positive, négative ou neutre) ont été adressées autant à ceux qui ne sont pas dans la chaîne entrepreneuriale qu'à ceux qui ont exprimé leur intention de se lancer en affaires ou se trouvent à l'étape des démarches.

D'emblée, mentionnons que les jeunes déclarent avoir été influencés positivement dans une plus grande mesure par la quasi-totalité des acteurs pris en considération, en comparaison avec leurs aînés. Il s'agit d'une des pistes d'explication les plus probables à l'égard de leur fort taux d'intentions d'entreprendre.

Pour l'ensemble du Québec, ce sont les amis et les collègues qui exercent la plus forte influence positive quant à l'entrepreneuriat²⁵ (38,0 % d'influence positive), suivis par les gens en affaires (33,7 %) et la famille (33,5 %). Par rapport à Montréal, les amis et collègues ont exercé une influence positive encore plus forte (41,9 %), mais en deuxième position se trouvent la famille (36,8 %) et les autres gens déjà en affaires, tout juste après, avec 35,9 %.

À noter que l'influence positive de la famille est plus forte pour les groupes les plus jeunes : 48,1 % pour les 18 à 34 ans et 40,6 % pour ceux entre 35 et 49 ans. Il semble que les générations plus anciennes n'ont pas vraiment bénéficié d'une influence positive de la famille, mais cela est visiblement en train de changer.

Pour les jeunes, une forte influence de la famille est constatée pour ceux qui ont déjà l'intention d'entreprendre : 62,2 % pour les jeunes hommes avec de telles intentions et 62,4 % pour les jeunes femmes, comparativement à 29,4 % et respectivement 37,4 % pour les jeunes hommes et les jeunes femmes qui n'ont pas (encore) l'intention de se lancer en affaires.

²⁴ Ajzen (1988).

²⁵ *Indice entrepreneurial québécois, 2017.*

L'influence positive des gens déjà en affaires est importante pour l'ensemble et beaucoup plus équilibrée entre les groupes d'âge.

Les intervenants du milieu de l'éducation ont une influence positive pour 21,6 % des répondants, surtout pour les jeunes (33,4 %). Les deux valeurs sont supérieures à celles correspondantes pour le reste du Québec (17,9 % et 25,1 %), ce qui souligne un avantage indéniable de l'environnement entrepreneurial montréalais.

Les intervenants socioéconomiques ont eu une influence positive pour 16,3 % des personnes au total et 21,0 % pour les jeunes, avec une distribution plus équilibrée entre les groupes d'âge que dans le cas des intervenants du milieu de l'éducation. Il est important de noter que, selon le groupe d'âge et le fait d'avoir des intentions à ce moment, l'influence positive des intervenants, pour ceux qui ont actuellement des intentions de se lancer en affaires, est pratiquement au même niveau pour les hommes du groupe des jeunes (34,8 %), que ceux du groupe des 35 à 49 ans (35,2 %) et ceux du groupe des 50 à 64 ans (36,0 %), ce qui signifie que l'impossibilité des intervenants du milieu de l'éducation d'atteindre certains groupes d'âge est compensée par une approche équilibrée des intervenants socioéconomiques.

Approbaton du milieu proche

Considérer que nous aurions l'approbation de nos proches si nous décidions d'entreprendre, voilà un élément qui peut contribuer à l'émergence (ou non) de notre désir d'entreprendre... Ainsi, cette approbation du milieu proche (famille, ou amis et collègues) réside dans la possibilité d'un individu de trouver du support : en termes de ressources matérielles (on connaît l'importance du « love money » pour ceux qui démarrent !), mais aussi en termes de facilité de transfert des connaissances et d'accessibilité des réseaux de contacts. Cette approbation est donc un « ingrédient » important dans la perception d'un individu à l'effet qu'il bénéficie d'un contexte favorable (ou non) pour entreprendre.

Il est important, pour évaluer le niveau de la culture entrepreneuriale, de préciser que les taux d'approbation doivent être supérieurs à ceux de la désapprobation ou de l'indifférence, cumulées, et ceci pour tous les sous-groupes d'âge actif, hommes ou femmes, ayant ou non l'intention d'entreprendre.

Pour l'ensemble de la population, c'est vrai : la famille approuverait à 65,8 % (contre 34,2 % au niveau de l'indifférence et de la désapprobation), les amis à 64,7 % (contre 35,3 %), mais moins pour les collègues (48,2 % au niveau de l'approbation contre 51,8 % au niveau de l'indifférence et de la désapprobation, dont la désapprobation atteint le plus faible niveau, de 1,5 %).

Au-delà de cet aspect très positif, certaines nuances restent à préciser. Les jeunes qui ont déjà des intentions estiment que leur entourage familial les approuve dans une proportion bien plus importante (83,9 % pour les hommes et 81,8 % pour les femmes) que ceux qui n'ont pas indiqué avoir de telles intentions. Pour ce dernier groupe, le taux d'approbation probable est plus grand pour les hommes (76,1 %) que pour les femmes (54,8 %).

La même situation est observée dans le cas de l'approbation, réelle ou probable, des amis et collègues face à un éventuel projet entrepreneurial. Les jeunes qui sont déjà dans la chaîne (au niveau des intentions) affichent un très fort taux d'approbation : 80,4 % pour les hommes et 86,8 % pour les femmes. Les jeunes hors processus affichent des taux d'approbation plus faibles : 64,2 % pour les hommes et 50,4 % pour les femmes. Il est très important de noter que même dans le cas des jeunes n'ayant pas exprimé l'intention de se lancer en affaires, ils perçoivent en majorité que leur entourage très proche (famille et amis) leur est favorable à un tel projet entrepreneurial.

Les effets d'un échec d'un (éventuel) projet entrepreneurial

Une forte culture entrepreneuriale dans une région ou un pays est souvent associé à l'acceptation de l'échec. Nous avons vu ci-dessus que le fait, pour un entrepreneur, d'avoir subi un revers ne le privait pas nécessairement du respect de la population. En effet, deux tiers des répondants montréalais estiment qu'ils conserveraient leur respect envers ces entrepreneurs, un taux assez élevé même s'il est inférieur à celui du reste du Québec.

La perception d'un possible échec de son propre projet entrepreneurial est un autre élément important de la culture entrepreneuriale. Surtout lorsqu'on sait que trois propriétaires sur cinq (*Indice 2017*) voient leur entreprise fermer avant qu'elle ne franchisse le cap de ses cinq premières années d'existence. Dans le prochain tableau²⁶, les répondants devaient imaginer l'échec d'un possible projet entrepreneurial et évaluer les effets de cet échec sur leur vie. Ainsi, plus les valeurs pour les trois premières perceptions du tableau (échec financier, personnel ou perte de crédibilité) sont élevées, plus la perception de l'échec est forte et, implicitement, la peur de ce possible échec est forte. Une valeur de 3,00 signifie une perception plutôt neutre et des valeurs inférieures à 3,00 signifient une acceptation de cet aspect propre à l'échec.

²⁶ Échelle Likert de 1 (« total désaccord ») à 5 (« totalement en accord »).

Indicateurs de perception d'échec	Total Montréal	Montréal Jeunes hommes, PDP	Montréal Jeunes femmes, PDP	Reste du Qc	RdQ Jeunes hommes, PDP	RdQ Jeunes femmes, PDP
Un échec financier	3,77	3,77	4,19	3,73	3,79	4,10
Un échec personnel	3,38	3,42	3,70	3,55	3,34	4,10
Une perte de crédibilité	3,04	3,07	3,36	2,99	2,91	3,42
Une expérience utile pour la suite de la carrière professionnelle	3,55	3,76	3,45	3,72	4,50	3,54
Une expérience utile pour une autre aventure entrepreneuriale	3,63	3,75	3,18	3,67	4,19	3,43

Tableau 9 : Perceptions à l'égard de l'importance ressentie de l'échec d'un éventuel projet entrepreneurial – total population et jeunes hors processus (PDP), par sexe – agglomération de Montréal et le reste du Québec (décembre 2017)

Les valeurs observées pour les répondants de Montréal (autant ceux qui sont hors processus que ceux qui ont l'intention de se lancer en affaires) sont généralement proches de celles pour le reste du Québec, et le ressenti d'un échec financier associé à un éventuel échec entrepreneurial est le plus fort (3,77). Les jeunes femmes qui ne sont pas dans le processus lui accordent un maximum d'importance (4,19), significativement plus que les jeunes hommes dans la même situation (3,77).

D'ailleurs, pour chacun des indicateurs, l'on note la tendance chez les jeunes femmes à être plus sensibles aux notions d'échec que chez les jeunes hommes. Le côté utile de l'échec (apprendre quelque chose soit pour la continuation de sa carrière professionnelle, soit pour une possible autre aventure entrepreneuriale) est moins bien perçu à Montréal que dans le reste du Québec (spécialement pour la carrière professionnelle), et aussi moins bien perçu par les jeunes femmes hors processus que les jeunes hommes dans le groupe correspondant. Cette différence, avec de petites variations, se fait observer aussi dans le reste du Québec.

Retenons que...

La sensibilisation à l'entrepreneuriat par les différents acteurs est plus efficace sur le territoire montréalais que dans le reste du Québec, surtout en ce qui concerne l'approbation de la famille quant à un éventuel projet entrepreneurial.

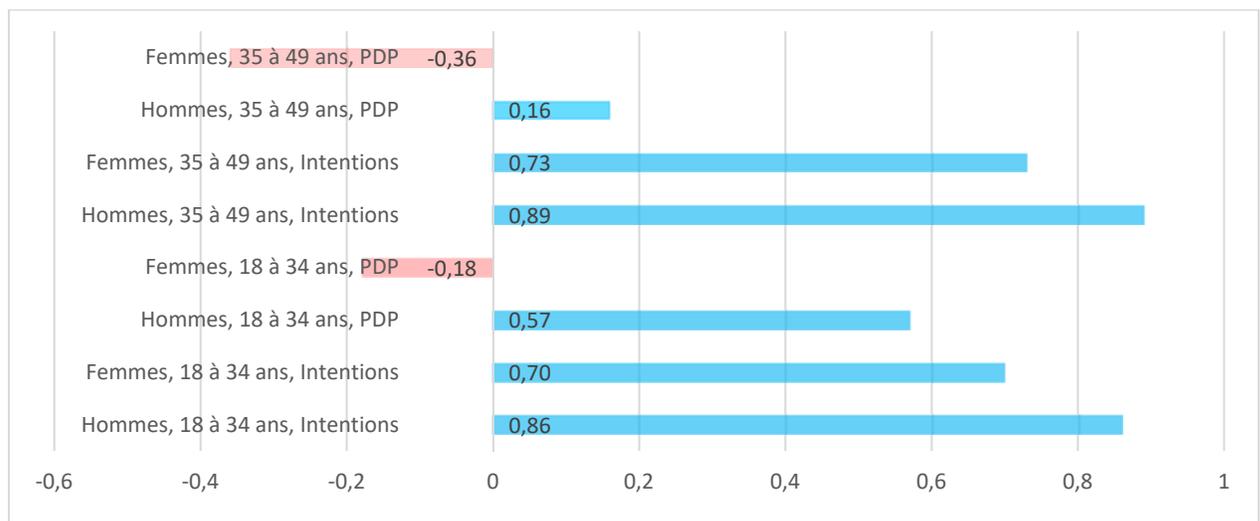
Les jeunes de Montréal, qui ne sont pas dans le processus, semblent davantage craindre le risque financier que peut représenter l'échec d'un éventuel projet entrepreneurial et sont moins prêts à le considérer comme une expérience utile.

Les principaux facteurs influençant la motivation de se lancer en affaires

Parmi les principaux facteurs expliquant qu'un individu ait (ou non) l'intention de se lancer en affaires, la propension à prendre des risques joue un rôle de premier ordre. Les dernières éditions de l'*Indice entrepreneurial québécois* ont fait état de la différence importante entre cette propension à prendre des risques pour les gens qui veulent se lancer en affaires par rapport à ceux qui n'ont pas de telles intentions.

Le risque étant une variable latente, il est mesuré avec plusieurs autres variables observables et nous pouvons comparer les différents groupes à l'aide de scores Z²⁷. Par la méthode de calcul du score Z, l'ensemble de la population de référence (province de Québec) obtient une moyenne de 0,00. Plus la valeur pour un groupe est grande, plus ce groupe a une forte propension à prendre des risques. Une valeur négative signifie qu'en moyenne, les personnes de ce groupe ont plus grande réticence à assumer des risques.

À noter que les Montréalais semblent avoir une propension plus grande à prendre des risques que les habitants du reste du Québec. En effet, l'ensemble des répondants du territoire affiche une moyenne des scores Z de 0,14, comparativement à -0,04 pour ceux du reste de la province.



Graphique 13 : Propension à assumer des risques – scores Z, groupes variés – agglomération de Montréal (décembre 2017)

À noter que la propension à prendre des risques est plus forte chez les hommes que pour les femmes, et ce pour n'importe quel groupe d'âge. Le score Z moyen pour les hommes de Montréal est de 0,44, tandis que celui pour l'ensemble des femmes est de -0,14. Même les hommes de

²⁷ L'utilisation du score Z est une modalité efficace pour effectuer des comparaisons entre les groupes par rapport à une population de référence en prenant en compte simultanément plusieurs variables reliées. Le score Z représente l'écart par rapport à la moyenne, en déviation standard.

moins de 50 ans et qui n'ont pas d'intentions entrepreneuriales ont une propension à prendre des risques plus élevée que la moyenne de l'ensemble du Québec. La propension moins grande des femmes (en général, mais aussi sur le territoire) à prendre des risques explique en partie le fait qu'elles ont moins l'intention d'entreprendre que les hommes.

Mentionnons aussi que la propension à assumer des risques diminue avec l'âge, comme l'affichent les scores Z par grands groupes d'âge.

Comme attendu, les individus avec des intentions de se lancer en affaires ont une propension systématiquement plus forte à prendre des risques que ceux du même sexe et groupe d'âge, mais qui ne sont pas dans le processus entrepreneurial. Les différences entre ceux du même groupe (d'âge et de sexe) sont plus importantes dans le cas des femmes : pour les jeunes 0,70 (intentions) contre -0,18 (hors processus), tandis que pour les femmes de 35 à 49 ans cette différence est encore plus grande : 0,70 (intentions) contre -0,36 (hors processus).

Les immigrants affichent, dans leur ensemble, une propension plus élevée à prendre des risques que les personnes natives : 0,37 contre 0,08, ce qui a une influence sur le taux plus élevé d'intentions entrepreneuriales de ce groupe.

Cependant, il ne faut pas considérer cette propension comme l'unique facteur déterminant, car la propension des individus avec des études universitaires (0,07) est inférieure à celle des individus avec des études préuniversitaires (0,22), mais le taux d'intentions des premiers est plus élevé que pour les autres. Par ailleurs, l'*Indice 2017* a démontré que la propension à prendre des risques des propriétaires actuels est inférieure à celle des personnes avec des intentions de se lancer en affaires ou en étape des démarches, ce qui est en accord avec d'autres études internationales.

Perceptions des compétences personnelles, du réseau et de la situation financière

Selon les modèles théoriques classiques concernant l'émergence des intentions entrepreneuriales²⁸ dans une population, avoir le sentiment de posséder les compétences nécessaires (le sentiment d'auto-efficacité), le réseau et les ressources financières nécessaires exercent, eux aussi, une forte influence sur le fait de vouloir devenir entrepreneur.

Les taux dans le tableau suivant correspondent au total des personnes indiquant être en accord ou très en accord avec chaque énoncé. Les taux cumulent les individus qui ne sont pas dans la chaîne entrepreneuriale et ceux qui ont l'intention d'entreprendre.

²⁸ Sokol et Shapero (1988), Ajzen (1991).

Indicateurs de capacités et de réseautage	Montréal	Montréal, Jeunes	Reste du Québec	Reste du Québec, Jeunes
Je connais très bien un entrepreneur	33,4 %	28,2 %	37,2 %	37,4 %
Je possède les capacités et les compétences	29,3 %	30,7 %	26,9 %	31,3 %
J'ai une bonne compréhension du monde des affaires	29,1 %	31,0 %	30,1 %	37,5 %
Je possède la capacité de mobiliser des gens et des ressources afin de me lancer en affaires	29,5 %	32,5 %	30,2 %	36,4 %
J'ai une situation financière qui me permet de me lancer en affaires	15,5 %	17,8 %	13,3 %	16,7 %
J'ai un bon réseau de contacts d'affaires	19,4 %	27,2 %	23,2 %	32,0 %

Tableau 10 : Perceptions des compétences et qualités personnelles, du réseau et de la situation financière—population adulte et jeunes—agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

Sur l'ensemble, les taux des personnes indiquant être en accord (ou très en accord) avec les énoncés sont à des niveaux proches de ceux observés dans le reste du Québec. La situation financière permettant de se lancer en affaires est aussi moins bien perçue. Des différences notables, et d'une certaine façon, moins attendues, peuvent être constatées pour les jeunes, ceux de Montréal ayant un moindre taux d'accord spécialement pour la compréhension du monde des affaires (31,0 % contre 37,5 %) et la connaissance très bonne d'un entrepreneur (28,2 % contre 37,4 %). Les jeunes montréalais semblent davantage isolés du milieu entrepreneurial (par rapport aux jeunes du reste du Québec) et ce en dépit du foisonnement de projets et d'organisations voués à l'entrepreneuriat sur le territoire. Connaître et très bien connaître un entrepreneur sont visiblement deux choses distinctes.

Les différences les plus importantes sont observées entre les groupes selon le fait d'avoir ou non des intentions, l'âge et, dans une moindre mesure, le sexe. Les jeunes hommes avec des intentions estiment avoir les compétences requises à un taux de 61,3 %, tandis que 14,4 % d'entre eux sont, à de différents niveaux, en désaccord avec l'idée de posséder ces compétences requises. Les jeunes femmes dans cette catégorie sont moins optimistes : 43,4 % en accord et 22,5 % en désaccord. Dans les deux groupes, beaucoup de personnes indiquent donc devoir améliorer leurs compétences.

Le même ordre de différences est observé pour l'énoncé concernant la bonne compréhension du monde des affaires. Les jeunes ayant des intentions de se lancer en affaires déclarent un taux élevé d'accord : les jeunes hommes à 60,0 % et les jeunes femmes à 41,0 % (à noter la différence selon le sexe du répondant). Pour les jeunes hors processus, les taux sont presque à égalité, mais surtout très faibles : 11,0 % pour les hommes et 10,4 % pour les femmes.

Estimer avoir une situation financière qui permette de se lancer en affaires est un autre indicateur qui a une influence sur l'émergence du désir d'entreprendre d'une population. Il faut considérer que les seuils sont individuels, et tributaires de ce que chaque personne envisage comme projet d'affaires, et aussi de sa capacité à évaluer les investissements nécessaires.

Les jeunes ayant l'intention d'entreprendre indiquent davantage avoir la situation financière nécessaire pour se lancer en affaires, avec une différence claire entre les hommes et les femmes (33,0 % contre 18,0 %). Le sens de cette différence s'inverse dans le cas des jeunes qui ne sont pas dans le processus entrepreneurial (accord à 5,5 % pour les jeunes hommes et à 12,6 % pour les jeunes femmes). Ainsi, la situation financière (favorable ou non) différencie moins les jeunes femmes par rapport aux jeunes hommes, concernant la « formation » des intentions entrepreneuriales.

Retenons que...

Les perceptions des individus de Montréal concernant la possession de certains éléments-clés favorisant le développement des intentions entrepreneuriales sont généralement aux niveaux observés dans le reste du Québec.

Les jeunes de Montréal sont moins nombreux à considérer avoir un bon niveau de la compréhension du monde des affaires ou très bien connaître un entrepreneur, ce qui suggère des pistes d'action.

La situation financière permettant de se lancer en affaires reste le point faible, tant sur le territoire comme dans l'ensemble du Québec.

Persistence des stéréotypes concernant l'avantage des hommes dans l'entrepreneuriat

L'existence de stéréotypes concernant les différences entre les sexes vis-à-vis de l'entrepreneuriat a été montrée dans la littérature. Ces stéréotypes s'expriment de deux façons chez les individus : ceux qui considèrent que les hommes possèdent davantage les traits et les caractéristiques pour se lancer en affaires, par rapport aux femmes²⁹, et ceux qui considèrent que les femmes évoluent mieux dans certains secteurs d'activité.

Les stéréotypes représentent des éléments profondément ancrés dans la culture d'une société, mais qui peuvent évoluer. La persistance de ces stéréotypes, même dans les sociétés les plus égalitaires, comme le Québec, est un obstacle important pour l'activité entrepreneuriale dans son ensemble, car le risque de perdre de très bonnes idées d'affaires est plus grand quand une partie de la population, potentiellement apte à avoir une belle carrière dans le domaine, se sent exclue

²⁹ Marlow et Patton, 2005.

d'emblée et ne développe pas ses idées.

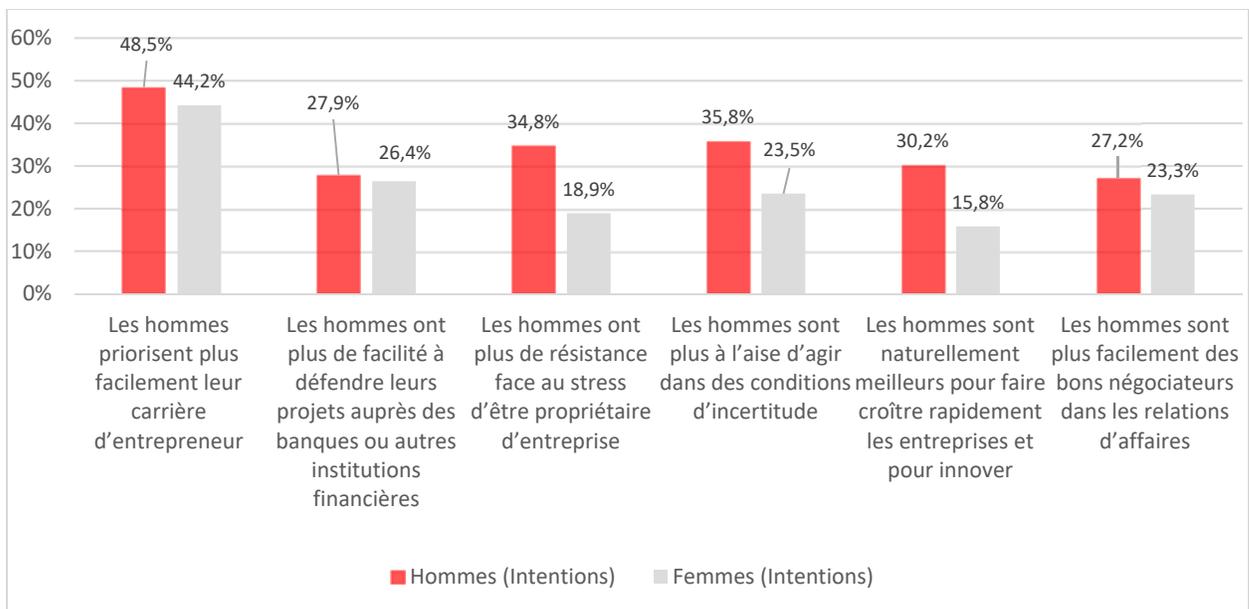
L'*Indice 2017* a montré la persistance de tels stéréotypes au niveau de la société québécoise. La société, grâce à ses institutions, doit soutenir un tel changement de culture, ciblant en premier les jeunes. C'est la raison pour laquelle notre regard porte spécialement sur eux dans les deux prochains graphiques.

Deux types de questions ont été utilisés : une question concernant qui, des hommes ou des femmes et selon l'opinion personnelle du répondant, priorise naturellement la « carrière » d'entrepreneur et plusieurs questions concernant la possession de certains attributs et qualités qui facilitent généralement cette carrière. Pour éviter toute suggestion dans les réponses, les questions ont été formulées de manière neutre, demandant qui d'entre les hommes et les femmes ont un avantage sur les sujets respectifs. Les répondants (tous, sauf les propriétaires) pouvaient indiquer les hommes (ou les femmes) majoritairement, plutôt l'un des deux sexes (genres) ou les deux de façon égale.

Dans les deux prochains graphiques, notre regard portera sur les jeunes, en analysant les données séparément selon le sexe et la présence dans la chaîne : ceux qui ont des intentions (et sont en partie en étape de démarches) et ceux qui ne sont pas dans le processus (PDP).

Le constat qui s'impose, à Montréal comme ailleurs au Québec, est que la population perçoit fortement que ce sont les hommes qui priorisent plus facilement leur carrière d'entrepreneur. Parmi les jeunes avec l'intention de se lancer en affaires, près de la moitié l'ont, sans différences importantes entre les jeunes hommes et les jeunes femmes (48,5 % contre 44,2 %). Cependant, cette perception est encore plus répandue dans le reste du Québec, dont les jeunes répondants sont majoritairement en accord (53,8 % pour les jeunes hommes et 52,0 % pour les jeunes femmes). Cet écart (par rapport au reste du Québec) est cependant une preuve que les mentalités peuvent évoluer, que les exemples d'entrepreneures se doivent d'être encore plus nombreux et mieux popularisés.

Les autres perceptions, tout en présentant un certain avantage pour les hommes pour chaque comparatif, sont moins en déséquilibre et les jeunes femmes (ayant des intentions) sont moins nombreuses (pour certains éléments, beaucoup moins nombreuses) à concéder un avantage aux hommes, implicitement elles sont donc plus enclines à considérer l'égalité de la possession de ces attributs.



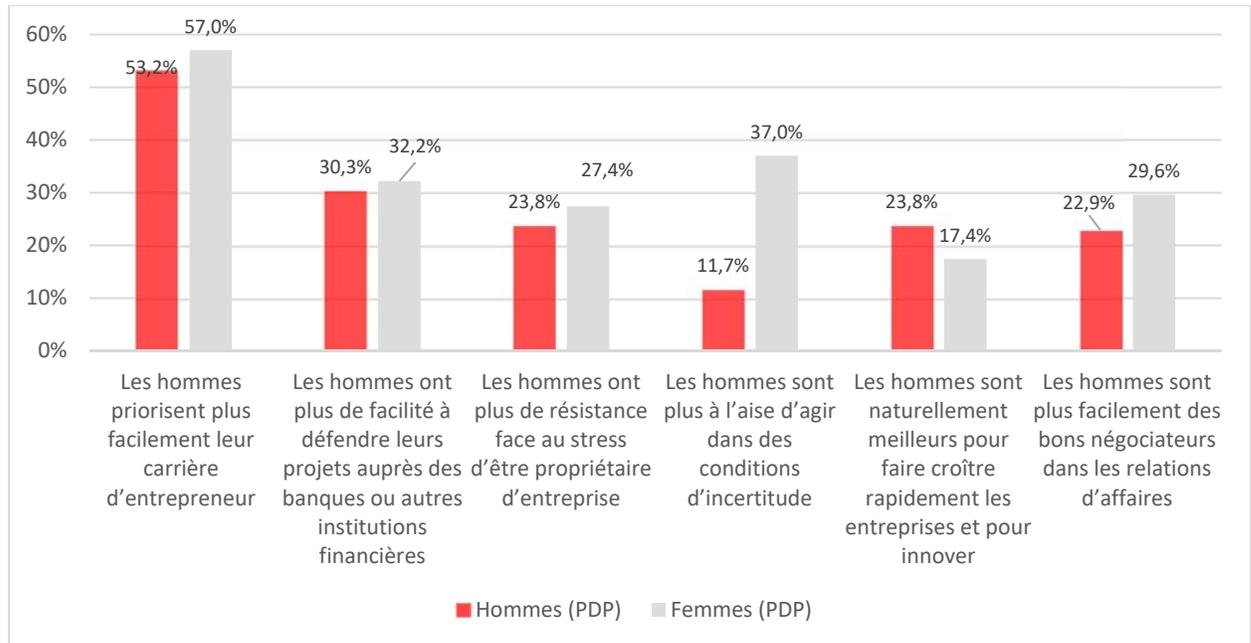
Graphique 14 : Perceptions à l'égard des avantages hypothétiques des hommes par rapport à différents aspects de l'entrepreneuriat – jeunes répondants ayant l'intention de se lancer en affaires – agglomération de Montréal (décembre 2017)

En regardant les jeunes qui n'ont pas (du moins pas encore) l'intention de se lancer en affaires, on remarque le poids très élevé des jeunes considérant que les hommes prioriseraient plus facilement leur carrière d'entrepreneur, autant pour les jeunes hommes que, surtout, les jeunes femmes (53,2 %, respectivement 57,0 %). Un autre constat important est que les jeunes femmes qui n'ont pas d'intentions entrepreneuriales ont la tendance d'exacerber l'hypothétique avantage masculin, par rapport aux jeunes femmes avec des intentions entrepreneuriales.

Un troisième constat concerne les jeunes hommes hors processus qui, à une exception près, sont moins nombreux que les jeunes femmes dans la même situation à « accepter » un avantage masculin. Notamment à la question « qui sont les plus à l'aise à agir dans des conditions d'incertitude », les jeunes hommes hors processus présentent une distribution très bien équilibrée entre les hommes et les femmes. D'ailleurs, pour une question non présentée dans le graphique (« qui est naturellement meilleur pour assurer la bonne gestion et la pérennité de l'entreprise »), les jeunes hommes hors processus accordent plus de crédit aux femmes (24,9 %), qu'aux hommes (11,0 %).

À noter que les immigrants considèrent plus souvent que les personnes natives « l'avantage » masculin, et dans le cas des jeunes immigrants, les différences sont plus nettes et pour chaque aspect, influençant le résultat global.

Rappelons que les pourcentages des graphiques 14 et 15 sont la combinaison des réponses « très en accord » et « plutôt en accord » avec l’affirmation que l’un ou l’autre des deux sexes serait avantagé, et que l’absence de stéréotypes ou de préjugés négatifs (équivalente au choix « aucun des sexes ») devrait aplatir les taux de l’accord avec l’avantage pour l’un ou l’autre des deux sexes vers « 0,0 % ».



Graphique 15 : Perceptions à l’égard des avantages hypothétiques des hommes par rapport à différents aspects de l’entrepreneuriat – jeunes répondants sans intentions (pas dans le processus) – agglomération de Montréal (décembre 2017)

Retenons que...

Montréal affiche de meilleurs taux que le reste du Québec concernant la perception des compétences requises à l’égard du « métier » d’entrepreneur. Cependant, une portion significative des jeunes hommes et des jeunes femmes de Montréal (avec ou sans intentions d’entreprendre) croit que ces compétences sont genrées — à l’avantage des hommes. Les jeunes immigrants partagent d’ailleurs plus souvent cette croyance.

Autres perceptions sur l’environnement et l’entrepreneuriat

Nous avons constaté que les perceptions concernant le rôle social des entrepreneurs et, en général, envers les entrepreneurs, sont assez bonnes, sans toutefois égaler les niveaux atteints dans le reste du Québec. Les habitants du territoire ont aussi une très bonne opinion concernant l’importance de l’entrepreneuriat pour le développement économique et la prospérité locale : 79,5 % expriment leur accord avec cet énoncé. Le désaccord est exprimé par seulement 3,0 %, les

autres étant indécis. Toutefois, il ne faut pas oublier que ce niveau est inférieur à celui exprimé par la population du reste du Québec (85,8 %). Encore une fois, ce sont les jeunes de Montréal qui affichent une plus grande retenue à cet égard (70,5 %), surtout en comparaison avec leurs homologues du reste du Québec (86,4 %).

Les perceptions sur l’encouragement des différents paliers du gouvernement et la pose des gestes concrets dans ce sens présentent des aspects intéressants. Celles concernant l’activité des gouvernements, provincial et fédéral, récoltent des taux d’opinions positives similaires à ceux du reste du Québec, mais obtiennent significativement moins d’opinions négatives. Concernant l’administration municipale, le taux d’opinions positives est en retrait par rapport aux deux autres paliers, mais surtout par rapport au reste du Québec³⁰.

	Total Montréal : opinions positives	Total Montréal : opinions positives moins opinions négatives	Reste du Qc : opinions positives	Reste du Qc : opinions positives moins opinions négatives
Administration municipale	27,9 %	3,9 %	35,4 %	9,3 %
Gouvernement provincial	32,9 %	9,9 %	33,5 %	-0,6 %
Gouvernement fédéral	31,1 %	7,4 %	28,4 %	-7,0 %

Tableau 11 : Perceptions à l’égard de l’encouragement des différents paliers du gouvernement et des actes en ce sens, taux d’opinions positives et différence opinions positives moins celles négatives — agglomération de Montréal et reste du Québec (décembre 2017)

En analysant les opinions par groupes d’âge, il s’avère que le poids de la population plus âgée influence négativement le taux des bonnes opinions. On constate que les jeunes ont des opinions nettement positives : la municipalité concentre 41,8 % d’opinions positives et 20,3 % négatives, donc une différence de +21,5 %, un écart supérieur par rapport à celui observé par les jeunes pour le gouvernement provincial (18,8 %³¹) ou provincial (19,0 %³²).

Les répondants ont également eu à choisir parmi un certain nombre de mesures laquelle pourrait être la plus efficace dans le but d’améliorer la culture entrepreneuriale du territoire. La mesure la plus populaire a été, comme pour le reste du Québec, celle de démystifier les niveaux financiers et ressources initiales requises pour se lancer en affaires : 30,2 % des répondants l’ont choisie (les jeunes à 33,5 %), suivie par celle de démystifier le travail et les qualités requises pour être un entrepreneur, à 20,1 % (les jeunes à 17,4 %) et celle de promouvoir davantage les occasions de carrière que l’entrepreneuriat offre, à 19,2 % (les jeunes à 18,4 %).

³⁰ Les entrevues avec les répondants ont été réalisées en juin 2017, donc avant les élections municipales de novembre 2017.

³¹ 18,8 % = 40,8 % d’opinions positives - 22,0 % opinions négatives.

³² 19,0 % = 38,6 % d’opinions positives - 19,6 % opinions négatives.

Enfin, mentionnons qu'une majorité de répondants de Montréal indique que les femmes entreprendraient davantage si les médias montraient autant de modèles d'entrepreneurs féminins que masculins : 59,7 % des répondants sont en accord avec cet énoncé (57,2 % pour le reste du Québec). À noter que les jeunes sont d'un avis encore plus favorable (66,8 %), surtout les principales intéressées (les jeunes femmes), avec un accord à 72,9 %.

Retenons que...

Par rapport au reste du Québec, les répondants du territoire montréalais accordent des opinions favorables similaires quant à l'engagement des gouvernements, provincial et fédéral, envers l'entrepreneuriat. Toutefois, les opinions de ces mêmes répondants sont un peu moins favorables à l'égard de l'administration municipale, particulièrement chez les 35 ans et plus.

Des actions sont toujours nécessaires afin d'améliorer la culture entrepreneuriale et la population de Montréal identifie en premier lieu la démystification des sommes et ressources initiales requises pour se lancer en affaires.

4. VOLONTÉ DE CROISSANCE, OBSTACLES ET PERSPECTIVES À COURT TERME POUR LES ENTREPRENEURS DE MONTRÉAL

Cette section porte sur les intentions exprimées par les propriétaires concernant leur volonté à faire croître leur entreprise, d'innover, les obstacles perçus quant à cette croissance possible et la volonté d'internationaliser leurs activités. Lorsque possible, les résultats seront croisés avec les quatre profils de l'entrepreneur québécois.

En effet, l'*Indice entrepreneurial québécois 2016* a permis d'établir une typologie de l'entrepreneur québécois, représentée en quatre grands profils. Ces mêmes profils ont été réutilisés dans le cadre de l'*Indice 2017* et nous permettent, dans la présente section, de dégager des caractéristiques et motivations intéressantes, capables de nous aider à mieux définir les entrepreneurs montréalais. Les quatre profils se définissent ainsi :

- **Le Chef de file** est un propriétaire d'entreprise (toutes formes d'entreprises confondues) qui est actif à l'international et dont l'entreprise compte des employés salariés.
- **L'Enraciné** est un propriétaire d'entreprise majoritairement actif à l'échelle provinciale (mais pas à l'international), et dont l'entreprise compte des employés salariés.
- **Le Prudent** est un propriétaire d'entreprise sans autre employé que lui-même et ayant certaines activités à l'international.
- **L'Individualiste** est un propriétaire d'entreprise sans autre employé que lui-même et ayant des activités majoritairement locales ou régionales.

Il faut souligner que l'enquête à la base de cette étude, soit un sondage grand public, ne peut rivaliser de précision avec les données statistiques disponibles dans le cadre de recensements en ce qui concerne la distribution par taille des entreprises. D'abord en raison de la marge d'erreur inhérente aux enquêtes comme celle de ce présent *Portrait*, mais plus encore du fait que les statistiques officielles prennent en compte les entreprises comme unité de mesure (et non les propriétaires) et ce, peu importe le domicile des propriétaires (dans une autre région administrative ou à l'étranger même) ni le fait qu'une partie des entreprises de plus grande taille soient organisées en sociétés par actions.

Ainsi, la distribution des propriétaires selon le nombre d'employés, autres que leur personne, indique une légère tendance vers une présence plus forte des travailleurs autonomes dans l'agglomération de Montréal par rapport au reste du Québec (54,0 % contre 47,7 %).

Parmi les facteurs pouvant expliquer cette différence, nous en notons principalement deux : Montréal favorise l'existence d'une multitude de petites niches pour les travailleurs autonomes actifs dans le secteur des services professionnels (qui est d'ailleurs, avec le commerce de détail, le principal secteur industriel en ce qui concerne le nombre d'entreprises sur le territoire).

Un autre facteur est suggéré par la structure des propriétaires selon les quatre profils mentionnés ci-dessus : le profil le plus souvent rencontré reste celui des Individualistes, avec 41,2 % parmi les propriétaires (contre 40,6 % pour le reste du Québec). Cependant, le profil Prudent (12,8 % contre 6,9 %) et, surtout, celui du Chef de file (17,8 % contre 7,9 %) sont mieux représentés à Montréal que dans le reste du Québec, au détriment du profil Enraciné (28,3 % contre 44,6 %).

Donc le fait qu'il y ait davantage de profils d'entrepreneurs possédant des entreprises de petite taille est contrebalancé par l'orientation nettement plus évidente des entrepreneurs montréalais vers des activités à l'international. Un constat qui n'est pas étranger à tout le dynamisme observé en matière de *startups* sur le territoire, comme en témoigne d'ailleurs le *Portrait de l'écosystème startup montréalais 2016*, indiquant la présence d'environ 1 800 à 2 600 startups strictement sur le territoire de l'île de Montréal.

Les intentions de croissance

L'ensemble du Québec vit en ce moment une période que l'on pourrait qualifier de prospère du point de vue économique, ce qui se manifeste autant par un bon rythme de croissance du PIB que par des niveaux historiquement bas du chômage, influençant vers le haut le niveau de confiance dans l'économie³³. Cette confiance est calculée en tenant compte, notamment, de l'estimation du niveau des investissements des propriétaires, ainsi que de leurs attentes concernant la croissance future des ventes.

Au niveau de l'ensemble du Québec, cette confiance s'est traduite par une augmentation du taux des entrepreneurs envisageant la croissance de leurs entreprises en 2017, par rapport aux années précédentes, et ceci en dépit du poids très important des microentreprises (moins de 10 employés), dont la survie est, en principe, le premier objectif de leurs propriétaires.

³³ Le Baromètre des affaires de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante a atteint un sommet (68,9) sur six ans en juillet 2017 (Les Affaires, 27 juillet 2017).

Ensuite, il est clair que Montréal facilite, en raison de sa situation géographique et les autres avantages de son environnement spécifique, la présence de succursales d'entreprises étrangères ou détenues par des propriétaires résidant ailleurs au Canada. Ces entreprises sont habituellement de taille plus grande et affichent clairement leurs objectifs de croissance.

C'est donc dans le contexte de cette dynamique entrepreneuriale que nous avons voulu mesurer, en quelque sorte, l'audace des entrepreneurs montréalais, ou à tout le moins leur volonté à court terme de faire grandir leur entreprise.

Dans le cadre de la présente étude, l'intention de faire croître (ou non) son entreprise a été exprimée pour une période couvrant les trois prochaines années. Le tableau suivant montre que près de la moitié des répondants propriétaires de leurs entreprises ont déclaré des intentions de croissance (47,3 %). Nous notons toutefois des variations selon l'appartenance des entrepreneurs à l'un ou l'autre des quatre profils. Ainsi, les propriétaires du profil Individualiste expriment une telle intention dans seulement 38,6 % des cas. Un résultat attendu, considérant qu'ils peuvent être identifiés aux travailleurs autonomes. Cependant, tous les autres profils se distinguent par des taux de plus de 50 % pour cette même intention : les Enracinés avec 52,3 %, les Prudents avec 53,5 % et les Chefs de file avec 55,2 %.

	Chefs de file	Enracinés	Prudents	Individualistes	Total
Volonté de croissance	55,2 %	52,3 %	53,5 %	38,6 %	47,3 %
Volonté d'investir dans l'innovation	62,0 %	37,0 %	38,4 %	18,2 %	34,3 %
Réinvestir ses surplus dans la R-D, technologie, etc.	70,6 %	58,0 %	36,3 %	37,4 %	57,4 %

Tableau 12 : Volonté de croissance, d'innover et de réinvestir ses surplus par profil des propriétaires — agglomération de Montréal (décembre 2017)

À titre de comparaison, le taux des propriétaires du reste du Québec exprimant la volonté de croissance est de 43,8 %, un peu en dessous de celui de Montréal. Quant à la stratégie préconisée pour faire croître son entreprise, la croissance organique est la principale forme envisagée. En moyenne, 73,6 % des propriétaires montréalais avec des intentions de croissance indiquent cette forme, avec des variations non significatives entre les profils.

Créer une autre entreprise, toujours comme modalité de croissance, est l'intention de 27,1 % des propriétaires (parmi ceux qui ont l'intention de faire croître leur entreprise). Les Chefs de file se distinguent, avec un taux de 38,2 %.

L'acquisition d'une entreprise existante est aussi une forme de croissance envisagée par 10,4 % des propriétaires avec des intentions de croissance, le plus souvent par les Enracinés (18,3 %), suivis par les Chefs de file (7,4 %).

La fusion avec une autre entreprise est indiquée par 5,4 % des propriétaires envisageant la croissance, principalement des Enracinés (10,4 %). Enfin, mentionnons que certains entrepreneurs ont l'intention d'utiliser plus d'un moyen de croissance, le total dépasse donc 100,0 %.

À noter que 34,2 % des propriétaires ont l'intention de maintenir leur niveau d'activité, même dans des conditions générales favorables. Cesser l'activité de leur entreprise dans les trois années suivantes est l'option de 7,0 % du total des propriétaires, principalement des Individualistes (9,6 %) et des Enracinés (8,2 %). Quant au fait de vouloir réduire son volume d'activité, cela ne représente que 10,2 % des propriétaires.

La vente de l'entreprise est indiquée très rarement (0,7 %), et seulement par des propriétaires du profil Chef de file ou Enraciné. À noter, la présence des Chefs de file autant parmi ceux qui ont des intentions de croissance que parmi ceux qui veulent vendre, indiquant ainsi la présence d'entrepreneurs en série.

Embauche

Parmi les propriétaires actuels, l'intention prépondérante pour la prochaine année est de maintenir le nombre d'employés (56,1 %) et seuls 13,3 % d'entre eux ont l'intention d'embaucher, tandis que 1,0 % pensent réduire l'emploi. Les indécis sont assez nombreux, soit 12,5 %. Le pourcentage des propriétaires affirmant vouloir embaucher durant l'année suivante semble être assez faible, mais il est supérieur à celui pour le reste de Québec (10,9 %), et ceci, en dépit du poids plus important des travailleurs autonomes sur le territoire montréalais.

Cependant, il faut noter les fortes variations entre les profils. Parmi les Chefs de file, 37,3 % envisagent d'embaucher durant la prochaine année, et 2,2 % de réduire le nombre d'emplois. Les Enracinés envisagent d'embaucher dans 13,2 % des cas et de diminuer le nombre d'emplois dans

1,2 %. Les Prudents pensent embaucher dans 13,4 % des cas (et ainsi « migrer » vers le profil des Chefs de file). Les Individualistes envisagent embaucher dans 3,5 % des cas.

Parmi ceux qui veulent embaucher, la très grande majorité (85,9 %) envisage une croissance modérée (de 1 à 3 nouveaux employés), tandis que seuls 2,8 % envisagent de créer plus de 20 emplois.

Retenons que...

Le taux de propriétaires du profil Chef de file est plus du double sur le territoire que par rapport au reste du Québec, ce qui influence à la hausse les activités à l'internationale des entrepreneurs montréalais.

Les intentions de croissance des entrepreneurs montréalais sont également à un bon niveau. Avoir des activités à l'extérieur du Canada a une influence évidente sur les intentions de croissance, autant au niveau du volume d'activité que par rapport au nombre d'employés.

Obstacles

Les obstacles à la croissance³⁴, tels que perçus par les entrepreneurs, ont été hiérarchisés en utilisant une formule dans le but d'accorder une « note d'importance », en additionnant, pour chaque obstacle, les taux des réponses pour « obstacle très difficile à franchir » (multiplié par deux, pour montrer son importance) et « obstacle assez difficile à franchir ».

Le principal obstacle, pour l'ensemble des propriétaires, est le niveau d'effort personnel requis pour la croissance. Ce phénomène a par ailleurs été identifié dans l'*Indice 2016*. Il s'agit du seuil³⁵ de confort où un entrepreneur doit évaluer s'il souhaite remettre en question ses acquis pour poursuivre des objectifs de croissance plus ambitieux. Il semble que pour plusieurs propriétaires, le gain marginal apporté probablement par la croissance n'est pas suffisamment important par rapport aux pertes (essentiellement non financières) qu'ils associent. Il s'agit ici des limites reliées au principe de « satisficing³⁶ ».

³⁴ Chaque obstacle est mesuré avec une échelle Likert à quatre niveaux : « très important », « plutôt important », « peu important » et « peu » ou « pas de tout important ».

³⁵ Orientation petite entreprise (SBO = Small Business Orientation) est en contraste avec la notion d'orientation entrepreneuriale (EO = Entrepreneurial Orientation) qui caractérise les entrepreneurs dont la croissance et l'innovation sont des objectifs de base (Runyan, Droge et Swinney, 2008. Entrepreneurial Orientation versus Small Business Orientation : What are their Relationship to Performance, Journal of Small Business Management, 46(4), pp. 567-588.

³⁶ La notion de « satisficing » a été introduite par Simon (1956) indiquant que les gens ont tendance à avoir des comportements sous-optimaux, préférant souvent un niveau moins élevé de profit si l'effort pour obtenir davantage de profit leur semble trop grand.

Cet obstacle doit être mis en relation avec plusieurs autres. En effet, il est fortement corrélé avec l'impact négatif sur la vie familiale, le manque de soutien technique, le fait de ne pas être accompagné par un entrepreneur d'expérience, le manque d'expertise en marketing, le manque d'expertise, de savoir-faire ou le manque de bonnes connaissances financières.

À noter que les corrélations du niveau de l'effort requis pour la croissance avec la perception des obstacles de nature financière (le financement privé ou celui public) ne sont pas significatives. Il est possible d'affirmer que pour la majorité des entrepreneurs, en dépit de l'importance du manque de liquidités, le principal problème réside dans certaines caractéristiques individuelles, surtout dans la préparation, parfois incomplète, pour devenir entrepreneur. À titre d'exemple, les principaux obstacles³⁷ perçus par les jeunes entrepreneurs sont le manque de bonnes connaissances financières et la faible crédibilité de l'entreprise.

³⁷ La difficulté des obstacles a été évaluée en utilisant une échelle Likert de 4 points et additionnant les pourcentages pour les obstacles considérés comme très importants (multipliés par 2), avec les pourcentages des obstacles considérés comme plutôt importants. Ainsi, si 30,0 % des propriétaires considèrent un obstacle très important et 20,0 % comme plutôt importants, la note sera de $0,30 \times 2 + 0,20 = 0,80$.

Obstacles à la croissance de l'entreprise	Chefs de file	Enracinés	Prudents	Individualistes	Total
Niveau de l'effort personnel requis	0,76	0,91	0,76	0,95	0,88
La compétition trop forte	0,76	0,76	0,74	0,68	0,73
Manque de liquidités	0,66	0,64	0,67	0,67	0,66
Manque de bonnes connaissances financières	0,56	0,56	0,61	0,54	0,56
Manque d'expertise en marketing	0,51	0,55	0,51	0,54	0,53
Crainte de ne pas rentabiliser les investissements	0,55	0,68	0,36	0,46	0,52
Manque d'expertise, de savoir-faire	0,46	0,52	0,59	0,52	0,52
Faible crédibilité de l'entreprise	0,41	0,52	0,53	0,55	0,52
Endettement encouru par les investissements nécessaires	0,53	0,57	0,59	0,43	0,51
La hausse des coûts d'exploitation	0,58	0,57	0,39	0,47	0,51
Nature de l'entreprise, pas vouée à la croissance	0,32	0,59	0,32	0,57	0,50
Financement public insuffisant ou inadéquat	0,60	0,56	0,45	0,42	0,49
Taille insuffisante du marché	0,55	0,53	0,39	0,44	0,48
Ne pas être accompagné par un entrepreneur expérimenté	0,50	0,45	0,37	0,43	0,44
Financement privé insuffisant ou inadéquat	0,52	0,51	0,50	0,35	0,44
Difficulté de trouver [garder] du personnel qualifié	0,65	0,60	0,25	0,26	0,42
L'impact négatif sur la vie familiale	0,41	0,61	0,16	0,38	0,42
Taxe sur la masse salariale (RRQ, AE, etc.)	0,42	0,56	0,14	0,42	0,42
Manque de soutien technique	0,29	0,43	0,43	0,36	0,38

Tableau 13 : Les principaux obstacles à la croissance de l'entreprise rencontrés par les propriétaires — agglomération de Montréal (décembre 2017)

Activités à l'extérieur du territoire, au Québec, ailleurs au Canada et à l'international

La présente sous-section informe sur les activités d'affaires, la réalisation de ventes de biens ou de services, le développement d'alliances stratégiques, l'établissement d'un lieu d'affaires, la sous-traitance, etc.) au Québec, au Canada ou à l'international, des propriétaires d'entreprise de Montréal, et cela comparativement à ceux du reste du Québec.

Il est évident que Montréal bénéficie d'atouts considérables (par rapport à d'autres régions du Québec) concernant la présence importante des entreprises actives à l'extérieur de son territoire.

Sa taille et sa situation géographique lui confèrent un avantage évident. L'agglomération de Montréal est au cœur de la grande RMR de Montréal, ce qui représente environ de la moitié de la population québécoise (dont la région représente environ un quart), elle est à proximité de la frontière ontarienne et de celle avec les États-Unis, elle est la principale porte d'entrée dans la province au niveau du trafic aérien et fluvial. Et c'est sans compter le taux important d'immigrants qui représente lui aussi un autre avantage, ceux-ci apportant non seulement de la variété dans leur comportement économique, mais aussi, souvent, leurs relations externes déjà existantes.

Ainsi, le taux d'entrepreneurs affirmant avoir des relations d'affaires à l'extérieur de la région de domicile est de 43,6 % à Montréal et de 40,7 % pour le reste du Québec (pour les régions respectives des répondants), ce qui n'est pas une différence significative. La différence augmente quand il s'agit d'examiner l'existence des relations avec les autres provinces. Cette relation est mentionnée par 27,3 % des entrepreneurs du territoire et 21,0 % par ceux du reste du Québec.

C'est au niveau des relations à l'international que les entrepreneurs de Montréal se distinguent clairement, avec un taux pratiquement le double de celui du reste du Québec (26,3 % contre 12,9 %). Le volume des ventes à l'étranger peut rester relativement petit pour une partie importante des PME (environ 45 % des propriétaires avec des relations internationales déclarent des revenus tirés de leurs exportations jusqu'à 5,0 % de leur chiffre d'affaires), mais même cette petite contribution est utile pour la balance commerciale.

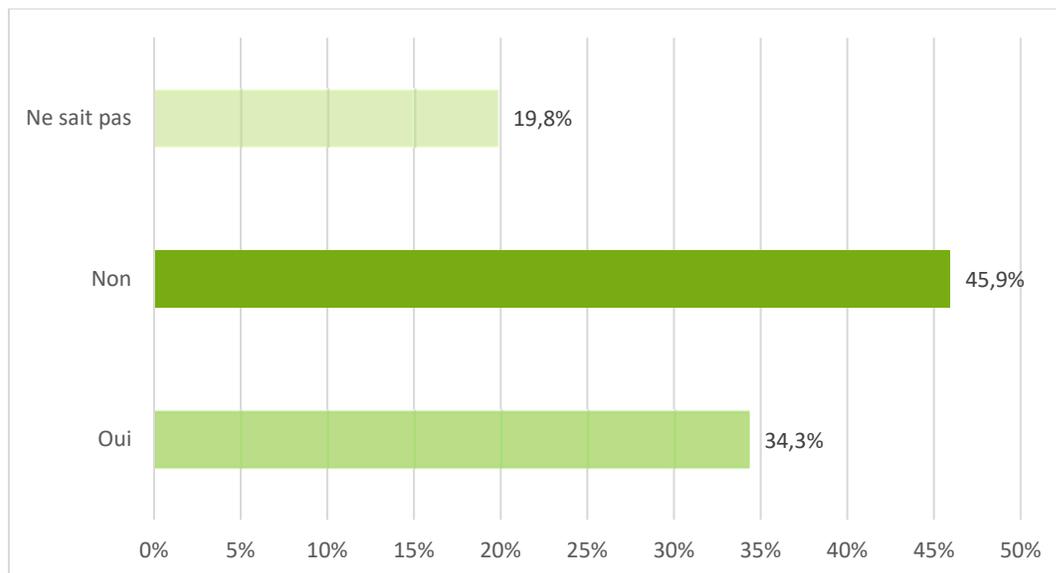
À noter que l'internationalisation a figuré dans la stratégie initiale de l'entrepreneur Chef de file, dans 57,2 % des cas (bien plus souvent que pour les Chefs de file du reste du Québec, avec 32,2 %). L'identification d'une nouvelle opportunité à l'étranger a été une autre motivation importante (39,2 %), tout comme le développement d'une nouvelle relation avec de très bons contacts à l'extérieur (37,1 %). Plusieurs mentions étaient possibles, le total dépasse 100,0 %.

Retenons que...

Les propriétaires de Montréal se montrent beaucoup plus dynamiques que ceux du reste du Québec quant à viser l'expansion géographique de leurs activités. Cela peut être mis en corrélation avec le fait qu'une majorité de propriétaires du territoire a également envisagé l'internationalisation de leur entreprise dès leur démarrage.

La place de l'innovation dans les projets pour la prochaine année

Les propriétaires de Montréal expriment plus souvent l'intention d'investir des ressources financières dans l'innovation pour l'année prochaine (voir le tableau 12), que ceux du reste du Québec (34,3 % contre 29,8 %). Ce taux est relativement important, car il s'agit des projets sur un horizon temporel de seulement une année. C'est sans compter que l'innovation dans les PME est souvent cyclique. Le profil de l'entrepreneur a une influence très importante : 62,0 % des Chefs de file veulent investir dans l'innovation pour l'année suivante, mais seulement 18,2 % parmi les Individualistes comptent le faire. Un résultat sans doute attendu, compte tenu de la nature du profil des Individualistes. Les autres profils sont dans la moyenne : 38,4 % pour les Prudents et 37,0 % pour les Enracinés. On constate que le simple fait d'être actif à l'international double la probabilité d'investir en innovation pour l'année suivante.



Graphique 16 : Intentions d'investir dans l'innovation pour la prochaine année, propriétaires actuels - agglomération de Montréal (décembre 2017)

Dans le prochain tableau³⁸, nous observons que l'innovation technologique est le premier choix (47,8 % parmi ceux qui ont l'intention de faire des investissements), spécialement dans le cas des Chefs de file, dont plus de la moitié (58,5 %) de ceux qui ont l'intention d'investir durant la prochaine année vont le faire en technologie.

En deuxième position en termes de fréquence des mentions : l'innovation du modèle d'affaires, qui est envisagée par environ un tiers des propriétaires dans cette catégorie. À noter que les Chefs

³⁸ Un répondant peut indiquer plusieurs types d'innovation, le total dépasse 100,0 %.

de file ont des fréquences supérieures pour quatre catégories sur six. Il s'agit aussi de la plus importante différence (comme fréquence de mention) par rapport au reste du Québec. Ce type d'innovation est mentionnée le plus souvent par les Chefs de file (36,5 %) et aussi par les Prudents, signe du besoin plus important de s'adapter aux évolutions des marchés internationaux.

Type d'innovation	Montréal	Montréal — Chefs de file	Reste du Québec
Innovation technologique	47,8 %	58,5 %	45,9 %
Innovation du modèle d'affaires	31,2 %	36,5 %	26,8 %
Innovation de produits	24,8 %	28,4 %	32,3 %
Innovation organisationnelle	20,7 %	15,2 %	20,0 %
Innovation commerciale (réseau de distribution ou autre)	15,2 %	19,8 %	22,6 %
Innovation de procédés	14,0 %	7,9 %	16,1 %

Tableau 14 : Types d'innovation envisagés au cours de la prochaine année par les propriétaires — agglomération de Montréal (décembre 2017)

Les plans d'investir en innovation pour l'année suivante représentent un aspect concret, mais les propriétaires ont aussi eu à répondre à une question plus ou moins hypothétique concernant leurs priorités d'investissement au cas où ils pourraient dégager des surplus importants de leurs affaires. Cette question pourrait suggérer les intentions en innovation de tout type (et l'orientation vers la croissance) pour une période plus longue, mais aussi des indications sur le niveau de confiance dans la viabilité de l'entreprise.

D'ailleurs, si l'on se réfère au tableau 12 quant à la volonté de réinvestir ses surplus dans l'innovation pour son entreprise les données nous indiquent que plus de la moitié des propriétaires (57,4 %) dépenseraient leurs surplus en les réinvestissant de façon intensive dans leurs entreprises, plutôt que d'augmenter leur train de vie ou dans d'autres buts (comparativement à 49,4 % pour le reste du Québec). Une relation entre la taille de l'entreprise et cette propension à réinvestir ses surplus est observable, autant que les Chefs de file sont les premiers à le faire (70,6 %), suivis par les Enracinés (56,0 %).

Retenons que...

L'intention d'investir dans l'innovation pour la prochaine année est rencontrée plus souvent parmi les propriétaires de Montréal qu'ailleurs dans la province. L'innovation technologique reste la principale forme d'innovation envisagée, particulièrement chez les Chefs de file montréalais.

Soutien à l'innovation

Près de deux tiers des propriétaires (62,1 %) déclarent avoir besoin au moins d'une forme de soutien³⁹ à l'innovation, qu'ils aient ou non l'intention d'investir dans l'innovation durant l'année prochaine. Ce taux augmente à 80,4 % dans le cas des entrepreneurs de type Chefs de file, ceux pour qui l'innovation est une condition fondamentale pour pouvoir se maintenir sur les marchés externes et augmenter leur présence.

Parmi les besoins de soutien les plus souvent invoqués, les « contacts influents » dominent, sauf pour les Chefs de file, qui choisissent le financement privé le plus souvent. Le financement public est plus souvent mentionné par les Chefs de file (par rapport aux autres profils), probablement en raison de l'effort requis et du risque associé à l'activité sur les marchés externes.

L'accompagnement par des entrepreneurs d'expérience est souhaité par un entrepreneur sur cinq (20,5 %), ce qui est, *a priori*, moins attendu sur un territoire où il y a une grande variété de ressources et d'organisations pour y satisfaire. À titre de comparaison, dans le reste du Québec, seuls 15,3 % des propriétaires le souhaitent. L'existence d'une offre à portée de main et un niveau plus élevé d'exposition à la concurrence externe peuvent jouer un rôle.

Parmi les propriétaires de tout profil qui ont l'intention d'investir dans l'innovation durant l'année suivante, le besoin des contacts influents est encore plus fortement ressenti (34,8 %), mais pour les Chefs de file avec de telles intentions, les plus importants sont le financement privé (35,8 %) et celui public (32,1 %). Le plus souvent soutien mentionné par les Enracinés (35,6 %) est celui des conseils techniques.

À noter que la quasi-totalité (94,1 %) des Chefs de file qui planifient d'investir dans l'innovation durant l'année suivante mentionne souhaiter au moins une forme de soutien.

On pouvait s'attendre à des taux moins importants pour les entrepreneurs qui n'envisagent pas de dépenser en innovation pour l'année prochaine, ce qui se passe effectivement : 49,1 % affirment ne pas avoir besoin d'au moins une forme. Mais il y a un chiffre à retenir : 31,9 % des Prudents sans intentions de dépenser en innovation pour l'année prochaine souhaitent bénéficier de l'accompagnement d'un entrepreneur d'expérience en vue de l'aider pour innover. Cet aspect doit être mis en relation avec un plus important taux des propriétaires de ce profil voulant

³⁹ Les propriétaires ayant déclaré ne pas savoir quelle forme d'aide ils souhaitent ont été exclus du total, comme ceux qui ont déclaré ne pas avoir besoin d'aide.

embaucher pour l'année prochaine. Il semble que ces propriétaires perçoivent plus que les autres leur isolement par rapport aux besoins de leurs affaires.

Type de soutien	Total entrepreneurs	Chefs de file
Contacts influents	29,9 %	31,0 %
Conseil technique	23,6 %	27,5 %
Financement privé (investisseurs privés)	21,1 %	33,1 %
Accompagnement par des entrepreneurs d'expérience	20,5 %	20,3 %
Financement public	19,2 %	29,8 %
Accès à des réseaux d'entrepreneurs	19,0 %	26,0 %
Aucun besoin	30,5 %	15,2 %

Tableau 15 : Formes de soutien à l'innovation demandées par les propriétaires — agglomération de Montréal (décembre 2017)

Retenons que...

Le soutien à l'innovation est ressenti par une large majorité d'entrepreneurs montréalais, spécialement par les entrepreneurs Chefs de file.

Les contacts influents représentent la principale forme d'aide souhaitée pour l'ensemble des entrepreneurs, tandis que les Chefs de file privilégient plutôt le financement privé.

Les besoins de soutien à l'innovation des propriétaires varient significativement entre les profils et selon leur intention d'investir prochainement en innovation.

Profils des entrepreneurs et accompagnement

À l'évidence, une bonne formation et un accompagnement adéquat sont devenus au fil du temps presque indispensables au succès des entrepreneurs, surtout de ceux qui se sont lancés plus récemment en affaires.

Le tableau suivant résume dans quelle mesure les entrepreneurs en exercice ont eu recours à des différentes formes et quels sont leurs souhaits en ce sens.

	Total	Chefs de file	Enracinés	Prudents	Individualistes
Avoir suivi une formation particulière pour la réalisation de son projet	45,5 %	40,1 %	41,9 %	56,8 %	46,4 %
Déjà eu recours à un mentor	12,2 %	15,1 %	18,3 %	3,7 %	9,5 %
Suivi d'au moins un cours de formation en entrepreneuriat	34,0 %	34,2 %	45,0 %	27,1 %	28,5 %
Souhaitent suivre une formation	14,5 %	15,4 %	12,3 %	21,5 %	13,3 %
Déjà eu recours à un <i>coach</i>	9,2 %	6,7 %	13,9 %	6,9 %	7,6 %
Veulent recourir à un <i>coach</i>	24,8 %	28,4 %	25,8 %	24,3 %	22,8 %
Veulent recourir à un mentor	27,2 %	39,4 %	22,3 %	38,2 %	22,2 %

Tableau 16 : Formation et accompagnement des entrepreneurs—agglomération de Montréal (décembre 2017)

Une première chose à noter est que les entrepreneurs du profil Prudent sont ceux qui ont le plus souvent déjà suivi une formation et aussi qui le souhaitent, ce qui est en accord avec les résultats de la section précédente, illustrant le besoin spécial de cette catégorie au niveau de la préparation et de la validation de leurs projets.

Il semble que les besoins en conseils et en accompagnement des entrepreneurs soient très importants (du moins par rapport à ce qu'ils ont déjà obtenu), car les taux doublent (et même plus) lorsqu'il s'agit de vouloir recourir *dans le futur* aux services d'un *coach* ou d'un mentor. On peut noter aussi la similarité des (très hauts) taux de propriétaires voulant recourir à un mentor, entre les Chefs de file et les Prudents.

Retenons que...

Les besoins d'accompagnement des entrepreneurs sont assez importants, surtout pour ceux du profil Chef de file ou Prudent.

CONCLUSION

Un potentiel entrepreneurial exceptionnel

En raison de l'importance de sa contribution économique à la province de Québec, nous savions que Montréal offre d'emblée des conditions favorables à l'entrepreneuriat. Cette étude nous le confirme encore plus clairement et nous démontre que ces conditions se matérialisent en intentions d'entreprendre et en démarches pour un nombre vraiment plus élevé d'individus sur le territoire que dans le reste du Québec.

Avec autant de personnes se trouvant à ces étapes de la grande chaîne entrepreneuriale, il y a fort à parier que Montréal peut espérer voir émerger de nombreux projets entrepreneuriaux de qualité, novateurs et variés. Cette grande effervescence ne se répercute pas (pour le moment du moins) dans un taux de propriétaires plus élevé que le reste du Québec. Cependant, les propriétaires du territoire ont ceci de particulier : on y dénote la présence nettement plus forte d'entrepreneurs du profil Chefs de file (avec employés et tournés vers l'international) que dans le reste du Québec, des entrepreneurs fortement enclins à innover et orientés vers la croissance de leur entreprise.

Cette même courbe du fort taux d'intentions et de démarches de Montréal est largement soutenue par l'apport des immigrants. Des individus déterminés, voulant rapidement devenir propriétaires et qui n'ont pas peur de prendre davantage de risques que la population native pour y arriver.

En revanche, l'étude démontre aussi un réel isolement vécu par ces individus. En effet, ils sont nettement plus nombreux que les personnes natives à exprimer le peu de support de leur entourage, le manque de soutien technique, l'absence d'un accompagnateur d'expérience et l'absence d'un partenaire pour partager les risques. Ils sont aussi plus nombreux à indiquer une plus grande difficulté à traiter avec l'endettement encouru pour réaliser leurs démarches.

En clair : en dépit des nombreuses ressources sur le territoire, les immigrants les connaissent beaucoup moins, et/ou les sentent vraiment moins adaptées et accessibles pour eux. Considérant l'immense potentiel entrepreneurial de ce groupe de Montréalais, il est important que les organisations vouées à la formation, l'accompagnement et le financement des entrepreneurs corrigent rapidement le tir. L'entrepreneuriat est un formidable vecteur d'intégration à la

société... Et en ce sens, le dynamisme entrepreneurial de nos immigrants devrait être davantage reconnu et célébré.

L'étude nous indique aussi très clairement que les taux d'intentions et de démarches de la chaîne entrepreneuriale montréalaise sont fortement soutenus par les jeunes (en dépit d'indicateurs au niveau de la culture entrepreneuriale plutôt mitigés pour cette tranche d'âge) et que ce parcours demeure fragile sur le territoire. En effet, le groupe des 18 à 34 ans de Montréal affiche un taux de fermetures deux fois plus élevé que son taux de propriétaires. Le ratio est beaucoup moins important pour le reste du Québec.

Certaines raisons peuvent expliquer ces taux étonnants : l'abondance d'emplois de qualité sur le territoire (après une période assez difficile) et sans doute, mais dans une moindre mesure, la grande présence de *startups* technologiques vivant des cycles « essais-erreurs » fréquents, mais ô combien formateurs pour les entrepreneurs...

L'étude nous révèle aussi qu'en dépit d'un écosystème entrepreneurial foisonnant de ressources, les jeunes montréalais sont à la fois plus confiants en leurs compétences entrepreneuriales, mais aussi nettement moins nombreux que leurs homologues du reste du Québec à très bien connaître des entrepreneurs. Nul besoin de rappeler les bénéfices d'être soutenu, voire accompagné, par des entrepreneurs d'expérience. Or les jeunes entrepreneurs montréalais se sentent davantage seuls dans la foule, visiblement.

Parmi les effets collatéraux de ces taux exceptionnels d'intentions d'entreprendre et de démarches chez les jeunes, il est possible d'envisager la raréfaction de la force de travail sur le territoire. Au-delà des effets économiques directs, qui ne sont pas le sujet de cette étude, l'histoire des innovations montre que beaucoup d'entre elles sont apparues et développées à l'intérieur de telles grandes entreprises, qui sont, parmi d'autres, une importante source de création de la variété nécessaire à l'évolution économique.

Ensuite, et cela est sans doute la plus belle « surprise » de cette étude : la présence féminine, autant dans les intentions, que les démarches et parmi les nouveaux entrepreneurs est à un niveau supérieur par rapport à la moyenne du reste du Québec et peut être qualifiée comme très encourageante pour l'équilibre dans la société. Même si des progrès restent à faire dans l'évolution de la culture entrepreneuriale, celle-ci est à un meilleur niveau sur le territoire.

Quoi qu'il en soit, en matière d'entrepreneuriat féminin, Montréal peut non seulement se targuer d'être en première position au Québec, mais aussi d'être parmi les grands *leaders* sur l'échiquier mondial de l'entrepreneuriat, affichant un rapport femmes/hommes supérieur à la moyenne des pays « tirés » par l'innovation.

Cette effervescence évidente de l'entrepreneuriat à Montréal et le fait qu'un tiers de ses entrepreneurs actuels souhaite de l'accompagnement met une pression accrue sur le système actuel. Il y a lieu de se demander si ce système pourra satisfaire à la demande, à court terme et dans des conditions économiques adéquates.

Aussi, en dépit d'une certaine consolidation de l'écosystème de formation et d'accompagnement des entrepreneurs montréalais et de la multiplication d'incubateurs, d'accélérateurs, etc., il y a lieu de se demander si compte tenu aussi de la demande des « démarcheurs », des choix (sélections) parmi les candidats ne sont-ils pas encore plus nécessaires et ne doivent-ils pas se faire encore plus rigoureusement ? En d'autres termes, Montréal doit continuer à « générer » des entrepreneurs en quantité mais la ville ne doit-elle pas aussi encore mieux se structurer pour renforcer la qualité des projets entrepreneuriaux qui émergent sur son territoire ?

Quoi qu'il en soit, au regard des différents aspects qui caractérisent globalement l'entrepreneuriat montréalais, les taux exceptionnels notés dans la chaîne entrepreneuriale du territoire ne sont pas le fruit du hasard ni d'une conjoncture particulière. Ils témoignent d'atouts majeurs et confirment que Montréal possède un potentiel entrepreneurial exceptionnel.

ANNEXE 1 – TAUX DE DISTRIBUTION SELON LA LANGUE MATERNELLE

Une analyse qui peut présenter un intérêt est celle de la présence dans la chaîne entrepreneuriale selon la langue maternelle du répondant. En raison de la présence numérique faible de certains sous-groupes de langue, nous avons regroupé ceux qui ont autant l'une des deux langues officielles du Canada comme langue maternelle, que ceux qui ont déclaré deux langues maternelles, dont l'une est une langue officielle. Il est évident que la langue maternelle n'est qu'un bon indicateur des langues parlées actuellement.

De ces données, il en ressort que le bilinguisme (français et anglais), de l'enfance, est associé à une meilleure activité dans la chaîne entrepreneuriale et ce, à toutes les étapes.

D'autre part, les immigrants qui ont eu une autre langue maternelle que le français ou l'anglais montrent un moindre taux d'intentions entrepreneuriales, mais ceux qui ont de telles intentions sont très déterminés à le devenir.

Parmi les groupes selon l'ethnie déclarée au moment du sondage, un se distingue fortement : celui des immigrants français. Même s'il est peu représentatif du point de vue numérique dans l'ensemble des répondants, et assujéti à une beaucoup plus grande marge d'erreur, il se remarque par un très fort niveau d'intentions de se lancer en affaires, de 50,9 %, et un taux de démarches allant de pair : 22,4 %. C'est une opportunité, réciproque, à bien saisir.

Le tableau suivant se lit comme suit :

- La colonne Français inclus tant les répondants dont la langue maternelle est le français que ceux nous ayant répondu le français et une autre langue (autre que l'anglais).
- La colonne Anglais inclus tant les répondants dont la langue maternelle est l'anglais que ceux nous ayant répondu l'anglais et une autre langue (autre que le français).

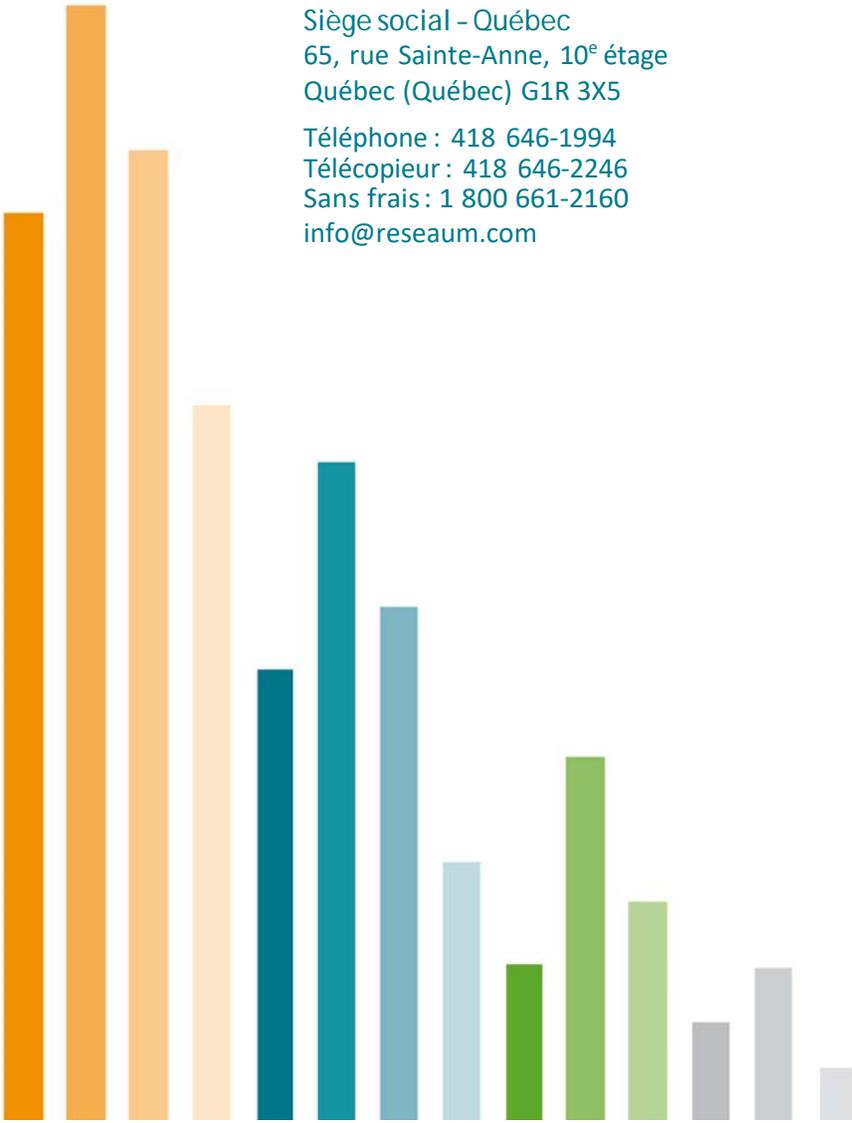
Taux	Français	Anglais	Français et Anglais	Autre langue
Intentions	27,5 %	20,3 %	40,1 %	17,0 %
Démarches	11,9 %	9,5 %	17,4 %	9,7 %
Propriétaires	8,4 %	4,2 %	8,9 %	7,2 %
Taux de conversion (intentions aux démarches)	43,3 %	46,8 %	43,4 %	57,1 %
Distribution selon la langue maternelle (total de la ligne = 100 %)				
Intentions	62,3 %	16,7 %	12,8 %	8,2 %
Démarches	59,9 %	17,3 %	12,4 %	10,4 %
Propriétaires	71,0 %	12,9 %	8,9 %	7,2 %

Tableau A1 : Taux de distribution de la population de l'agglomération de Montréal selon la langue et l'étape dans la chaîne entrepreneuriale (décembre 2017)

ANNEXE 2 – MÉTHODOLOGIE

Portrait du dynamisme entrepreneurial de l'agglomération de Montréal 2017

- L'étude a été réalisée au moyen d'un sondage Web auprès d'un échantillon de 1 123 répondants à travers l'agglomération de Montréal, âgés de 18 ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais. La collecte de données s'est déroulée du 8 au 26 juin 2017. La durée moyenne du questionnaire était d'environ 20 minutes.
- Des quotas minimums ont été fixés afin d'obtenir un minimum de jeunes âgés de 18 à 34 ans, de 35 à 49 ans et de femmes. Des quotas ont aussi été appliqués afin d'avoir un minimum de répondants aux différentes catégories entrepreneuriales. Nous obtenons pour finir 449 jeunes âgés de 18 à 34 ans, 336 personnes âgées de 35 à 49 ans, 565 femmes, 305 propriétaires d'entreprises, 653 personnes ayant l'intention d'entreprendre, 324 personnes en démarche, 201 personnes ayant fermé une entreprise et 165 personnes hors processus (un répondant peut se trouver simultanément dans plusieurs étapes de la chaîne entrepreneuriale).
- Pour établir les incidences aux différentes catégories entrepreneuriales au début du sondage, nous avons initialement sondé 5 305 répondants. Pour un échantillon probabiliste de la même taille, la marge d'erreur maximale aurait été de $\pm 1,34 \%$, 19 fois sur 20.
- Finalement, le sondage a été réalisé auprès de 1 123 répondants, dont 958 étaient impliqués à l'une ou l'autre des étapes du processus entrepreneurial. Pour un échantillon probabiliste de la même taille, la marge d'erreur aurait été de $\pm 2,92 \%$, 19 fois sur 20.
- À l'aide des plus récentes données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, ainsi que selon les incidences obtenues pour chaque indicateur de l'entrepreneuriat, et ce, afin de rendre l'échantillon représentatif de la population adulte de l'agglomération de Montréal.
- En tant que membre certifié « sceau d'or » de l'Association de recherche et d'intelligence marketing (ARIM) du Canada, Léger a mené ce sondage dans le plus grand respect de l'ensemble des standards de qualité et des règles d'éthique de l'ARIM et d'ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research). Le respect d'un Code international, conjointement édicté par ESOMAR et la Chambre de Commerce internationale, représente la garantie du haut niveau de professionnalisme de l'ensemble des membres de l'association.



Fondation de l'entrepreneurship

Siège social - Québec
65, rue Sainte-Anne, 10^e étage
Québec (Québec) G1R 3X5

Téléphone : 418 646-1994
Télécopieur : 418 646-2246
Sans frais : 1 800 661-2160
info@reseauum.com

Institut d'entrepreneuriat Banque Nationale | HEC Montréal

3000, chemin de la Côte-Sainte-Catherine Bur. 3.860
Montréal (Québec) H3T 2A7

Téléphone : 514 340-6000 poste 2961

ieb@hec.ca