

**Mémoire présenté à la Commission permanente sur le développement économique et
urbain dans le cadre de la consultation publique sur la valorisation du développement
économique local dans l'agglomération de Montréal**

10 mai 2012

SOMMAIRE

Le trait d'union entre le Montréal inc. de demain et le Montréal inc. d'aujourd'hui

Le développement de l'entrepreneuriat à Montréal et au Québec passe nécessairement par une nouvelle génération d'entrepreneurs à créer. L'entrepreneuriat par les jeunes permet de répondre à plusieurs des défis de la Stratégie de développement économique de Montréal, dont le défi démographique, l'intégration économique des immigrants, la créativité et le savoir, le développement durable et la rétention des cerveaux et de la richesse.

Depuis 1996, la Fondation du maire : le Montréal inc. de demain (la Fondation), un organisme de bienfaisance, a un objectif clair pour les jeunes entrepreneurs qu'elle appuie : les propulser vers le succès. Sa force est de mobiliser la communauté d'affaires pour y arriver. Celle-ci fournit 80% de son financement et 100% des conseils et de l'accompagnement aux jeunes entrepreneurs. L'expérience de la Fondation est qu'une implication du privé dans l'appui à l'entrepreneuriat montréalais peut favoriser un focus sur les besoins de l'entrepreneur, une efficacité des organisations, une saine reddition de compte et un déploiement de ressources de grande valeur pour les entrepreneurs.

La Fondation est fièrement montréalaise et reconnaît l'importance, d'autant plus devant le nécessaire rattrapage montréalais, de soutenir le plan de développement économique montréalais ensemble.

Complémentaire par son financement et ses services aux autres organisations, la Fondation favorise toute collaboration pouvant bénéficier aux jeunes entrepreneurs avec des organismes partageant son approche et son dynamisme. Elle ne s'intéresse pas aux débats de structures.

Afin de faciliter le parcours de l'entrepreneur, un nouveau partenariat vient d'être conclu avec la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (Info-Entrepreneurs) et le SAJE accompagnateur d'entrepreneurs visant à l'aider à s'y retrouver à travers l'offre actuelle, afin qu'il puisse en tirer pleinement profit. Info-Entrepreneurs, de même que le l'intranet développé par le Réseau entrepreneuriat Montréal sont des initiatives existantes permettant une meilleure cohésion du réseau de développement économique.

La Fondation présente ici un bref portrait de l'état de l'entrepreneuriat chez les jeunes Québécois et les moyens qu'elle a mis en place pour faire sa part dans l'amélioration de la situation. Elle relie ensuite son action aux défis et pistes énoncés dans le document de consultation de la Commission et formule quelques idées basées sur son expérience d'organisation en appui au développement économique montréalais.

1. La situation de l'entrepreneurship chez les jeunes Québécois

Une étude récente démontre la nécessité d'accroître l'entrepreneuriat chez les jeunes¹. En effet, les jeunes Québécois sont **moins entreprenants** que ceux du reste du Canada : 11,5% des jeunes Québécois ont l'intention de créer leur entreprise vs. 13,4% ailleurs au Canada et le taux de passage de l'intention à la réalisation de démarches de création est 2 fois plus faible au Québec.

Ils sont **moins rapides** dans la mise en place de leur entreprise : pour près de la moitié (45,4%) des entrepreneurs Québécois âgés de 18 à 34 ans, les démarches de création ou de reprise d'une entreprise s'étalent sur 3 à 5 ans alors que dans le reste du Canada, cela ne concerne qu'un entrepreneur sur 5 (20,3%).

Ils sont **moins créateurs d'emplois** : les trois quart des entreprises des jeunes Québécois ont moins de 5 employés vs. les tiers ailleurs au Canada.

Ils sont **moins ambitieux** : aucun jeune entrepreneur Québécois ne prévoit créer plus de 20 emplois dans les 5 prochaines années vs. près de 12% parmi les jeunes entrepreneurs des autres provinces.

Ils sont **moins expérimentés** : 81,8% des jeunes Québécois en démarche de création expérimentent l'entrepreneuriat pour la 1^{ère} fois vs. 53,1% dans le reste du Canada.

Ils **se perçoivent moins compétents** pour le démarrage d'une entreprise : au niveau universitaire, 57,1% dans le reste du Canada s'estiment compétents vs. 51,4% au Québec. L'écart est encore plus grand au collégial 65,5% vs. 46%.

Ils **créent moins de valeur** : les jeunes entrepreneurs Québécois se lancent davantage dans des secteurs à faible valeur ajoutée. Ils sont très présents dans le commerce de détail, mais beaucoup moins dans les technologies de l'information, l'ingénierie, la recherche, etc.

Leur **taux d'échec est plus élevé** sur une plus courte période de temps : 58,3% des entreprises créées par des jeunes Québécois n'ont pas passé le cap des 3 ans vs. 47% ailleurs au Canada.

La Fondation du maire : le Montréal inc. de demain agit sur quelques-uns de ces facteurs :

¹ Entrepreneuriat jeunesse au Québec, Indice entrepreneurial québécois 2009, Nathaly Riverin et Marie-Ève Proulx, Fondation de l'entrepreneurship, décembre 2009.

- Elle permet aux jeunes entrepreneurs **d'accélérer le démarrage** de leur entreprise en finançant le projet et en facilitant la complétion du montage financier
- Elle **exige la création d'emplois et de richesse** et donne aux jeunes entrepreneurs les moyens de leurs ambitions. Elle sélectionne ainsi des projets prometteurs, lesquels se retrouvent en bonne proportion dans des secteurs à forte valeur pour Montréal.
- Elle **pallie au manque d'expérience** et **redonne confiance aux jeunes entrepreneurs dans leur capacité** à mener à bien leur projet en les entourant d'experts coachs, mentors et comités consultatifs dans tous les domaines.
- Elle **réduit le taux d'échec** pour les projets qu'elle appuie.

1. La Fondation du maire : le Montréal inc. de demain

La Fondation a été créée en 1996 par le maire de l'époque, Pierre Bourque. Organisme de bienfaisance enregistré, apolitique et distinct de l'appareil municipal, elle couvre tout le territoire de l'île de Montréal. Elle offre des bourses de démarrage de 5 000\$ à 30 000\$ aux jeunes entrepreneurs montréalais âgés de 18 à 35 ans, ainsi que des services d'accompagnement gratuits. Annuellement, elle verse plus de 400 000\$ en bourses et fait bénéficier ses entrepreneurs lauréats de plus de 2000 heures de conseils d'une valeur approximative de 330 000\$ provenant d'experts-bénévoles de haut niveau.

2.1 Réalisations

Depuis ses débuts, la Fondation a contribué au démarrage de 751 entreprises par des bourses totalisant 5 millions de dollars. Elle a ainsi facilité des investissements totaux minimum dans l'économie montréalaise de 42 millions de dollars et ce, uniquement au moment du démarrage des entreprises (les investissements subséquents de ces entreprises ne sont pas connus). Ces entreprises ont créé 2220 emplois. En 2011 seulement, la Fondation a contribué à générer des investissements totaux de 5,41 millions de dollars.

La Fondation : une communauté d'affaires solidaire et mobilisée

La Fondation est soutenue par la communauté d'affaires tant financièrement qu'en expertise. Elle est **un modèle unique de financement et de transfert d'expérience et d'expertise du Montréal inc. d'aujourd'hui au Montréal inc. de demain.**

Fait saillant identifié dans le document de consultation : La participation du secteur privé au plus haut niveau dans l'organisation du développement économique ailleurs

La majorité du financement de la Fondation (80%) provient de dons d'entreprises recueillis lors de campagnes majeures de financement ou d'événements-bénéfice. La campagne quinquennale actuelle (2009-2013), sous la coprésidence de Serge Godin de CGI et Robert E. Brown, anciennement de CAE a permis de confirmer 5,3 millions de dollars. De plus, lors de son dernier budget, le gouvernement du Québec a annoncé la création d'un fonds de dotation pour la Fondation dans lequel le gouvernement et le Fonds de solidarité FTQ versent chacun 5 millions de

dollars. La Fondation peut également compter sur l'appui de ses anciens lauréats. Ils ont contribué 127 000\$ à la campagne de financement quinquennale.

Enjeu identifié dans le document de consultation : comment justifier que l'apport de la ville ne soit destiné qu'aux CLD-CDEC

La Fondation reçoit une contribution de Développement économique Canada, laquelle couvre des dépenses de fonctionnement liées aux services aux entrepreneurs. La Fondation reçoit aussi une aide en service de la ville de Montréal, laquelle est absolument essentielle à ses activités. Les donateurs ne souhaitent pas que leurs dons soient utilisés en dépenses administratives. La ville, en assumant certaines dépenses administratives de la Fondation, permet de réduire le pourcentage des dons ainsi dirigés vers ce type de dépenses. Au cours des dernières années, la Fondation recevait une subvention annuelle variant de 40 000\$ à 50 000\$ provenant d'un fonds du Ministère de l'immigration et des communautés culturelles administré par la direction de la Diversité sociale de la ville. Cette subvention équivalant à une ressource humaine, a été coupée en 2011. Une contribution au moins équivalente a été demandée à la direction du Développement économique de la ville. Cette contribution est aussi symbolique, en ce sens qu'elle reconnaîtrait le rôle que joue la Fondation en développement économique.

L'apport actuel que reçoit la Fondation de la ville de Montréal est nécessaire à ses activités; un apport monétaire provenant de la direction du Développement économique a été demandé.

Les organismes de bienfaisance se sont multipliés à un rythme effarant au cours des dernières années. La Fondation évolue donc dans un marché où la concurrence est importante. Au Québec, en 1980, on comptait 880 organismes de charité contre 12 500 en 1990 et 25 000 en 1992. Une progression phénoménale de 2741% en 12 ans. Les campagnes de financement sont la 1^{ère} source de financement des organismes de bienfaisance québécois; les événements-bénéfice et les événements d'affaires, la deuxième. La Fondation se démarque de cette concurrence par sa mission qui plait particulièrement aux chefs d'entreprises québécois.

Ce modèle oblige la Fondation à être crédible et à assurer son financement par des campagnes et deux événements-bénéfice, le Bal du maire et le Rallye Montréal inc. en BIXI. Elle doit rendre compte, à chaque fois, à ce public très exigeant que sont les femmes et hommes d'affaires donateurs. **Nos résultats doivent justifier leur appui.**

Le conseil d'administration de la Fondation, présidé par Andrew Molson, compte 21 membres identifiés en Annexe A. Ce sont des gens d'affaires, dont 3 anciens lauréats de la Fondation. Le maire de Montréal est également un administrateur. La présence d'anciens lauréats ayant obtenu une bourse de la

Fondation à des époques différentes, nous assure de voix informées de la réalité des jeunes entrepreneurs et préoccupées par la qualité des services offerts. Un conseil d'administration composé de gens d'affaires bénévoles offre aussi une garantie additionnelle : c'est l'efficacité qui est visée, les objectifs sont clairs et les résultats doivent être à la hauteur des attentes.

Enjeu identifié dans le document de consultation : Mettre le client au cœur de l'écosystème montréalais

Nous croyons à ce modèle répondant à une réalité de marché que vit nos entrepreneurs : **si la Fondation n'est pas performante, pertinente et qu'elle ne s'adapte pas aux besoins de sa clientèle, elle n'arrivera pas à se financer et ne survivra pas.** La mesure de la performance par des indicateurs axés sur l'impact que nous avons sur l'entrepreneur, celui-là même devant bénéficier de notre action, garde le focus clairement et constamment sur lui.

Une reddition de compte des organisations comprenant des indicateurs axés sur l'impact des services sur les entrepreneurs appuyés et l'impact économique en résultant est essentielle à un réseau de développement économique performant.

Ce modèle nous confère un autre avantage indéniable : une proximité inégalée avec la communauté d'affaires où nous recrutons les meilleurs bénévoles ainsi que la capacité d'ouvrir les portes de nombreuses entreprises québécoises aux jeunes entrepreneurs.

L'équipe de la Fondation est composée de 8 employés permanents. Un bénévole et administrateur, M. Pierre LeBlanc, chef bénévole, consacre deux journées par semaine au recrutement et à l'encadrement des bénévoles depuis plus de trois ans. L'équipe est épaulée par plus de 300 bénévoles experts de divers milieux d'affaires.

La participation active du privé au sein des organisations appuyant les entrepreneurs apporte une vision, une expertise d'affaires et un pragmatisme permettant de garder le focus sur l'entrepreneur. Mobilisés, les gens d'affaires multiplient les réseaux et l'expertise au profit des entrepreneurs.

2.2 Les bourses

Un investissement financier accélérateur

La Fondation investit financièrement dans les projets de jeunes entrepreneurs sous la forme de bourses de démarrage. Les bourses offertes couvrent un maximum de 25 % des coûts de démarrage, jusqu'à concurrence de 30 000\$ avec

un plancher de 5 000\$. La Fondation préfère financer moins de projets et bien les financer.

Le sérieux du processus de sélection effectué par des gens d'affaires bénévoles accorde une crédibilité au projet de l'entrepreneur retenu. De plus, les institutions et organisations voient d'un bon œil ou exigent carrément une mise de fonds de l'entrepreneur comme condition au financement. La bourse de la Fondation devient cette mise de fonds ou accroît celle-ci, accélérant l'accès au financement total requis pour le démarrage du projet.

Aucun autre organisme ne donne des bourses de démarrage en si grand nombre et pour une somme aussi importante.

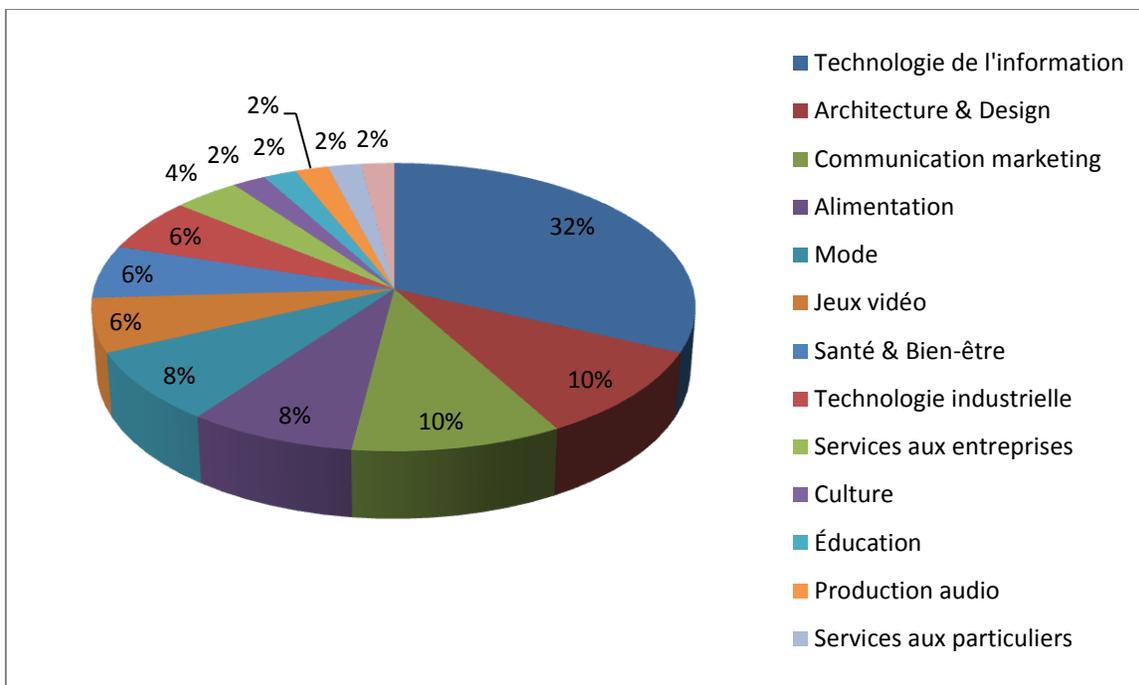
2.3 Une approche métropolitaine

La Fondation agit sur tout le territoire de l'île de Montréal sans distinction. Elle est fièrement montréalaise, ayant d'ailleurs adopté « le Montréal inc. de demain » à même son nom pour marquer cette appartenance. Consciente que le marché des entreprises lancées par ses lauréats est très souvent au-delà de Montréal, c'est à une approche et une vision métropolitaine qu'elle adhère.

Enjeu identifié dans le document de consultation : arrimage SDÉ-PALÉE
--

Par ses critères de sélection, la Fondation se colle à la réalité montréalaise et à la stratégie de développement économique 2011-2017 de la ville de Montréal. En effet, ses critères de base sont : la création d'emplois, le potentiel de croissance, le caractère novateur du projet et le potentiel de rayonnement pour Montréal. L'application de ses critères fait en sorte que les projets proviennent surtout, mais non exclusivement, de secteurs représentatifs des secteurs à valeur ajoutée pour Montréal. La Fondation est une organisation privée à but non lucratif, autonome. Elle n'est pas liée par la stratégie de développement économique de Montréal, elle s'y attache pourtant par sa volonté de contribuer au développement et à la prospérité de Montréal. Elle recherche à la base des investissements dans des entreprises pouvant avoir un impact économique.

À titre d'exemple, les trois dernières cohortes de lauréats (50 entreprises) appuyées se répartissent ainsi :



2.4 Les services d'accompagnement à la Fondation

La mobilisation des gens d'affaires : notre force

Ce sont les gens d'affaires qui sont au cœur de l'offre de services de la Fondation, puisque ce sont eux qui offrent le service donnant le plus satisfaction aux jeunes entrepreneurs² : un accompagnement bénévole en services professionnels sous la forme de coaching bénévole, de mentorat ou de comité consultatif.

Ainsi, en plus de 300 individus, de grands cabinets d'avocats, de comptables, fiscalistes et des entreprises spécialistes de la gestion ou des communications sont des partenaires bénévoles de la Fondation. Ils mettent gratuitement à la disposition des entrepreneurs lauréats de la Fondation les services de leurs professionnels. Ils ouvrent des portes, permettant aux lauréats d'atteindre rapidement des décideurs dans de nombreuses entreprises. C'est son statut d'organisme de bienfaisance qui permet à la Fondation de demander cette implication bénévole et d'obtenir autant de succès dans son recrutement.

Aucun autre organisme ne donne accès à l'expertise bénévole de professionnels de haut niveau et d'entrepreneurs à si grande échelle et de manière si organisée.

Sur la base des commentaires émis par les évaluateurs bénévoles des projets d'affaires et d'une première rencontre avec le nouveau lauréat et 4 membres de l'équipe permanente, la Fondation lui offre **de manière personnalisée**, des services gratuits correspondant à ses besoins dès son entrée. Cet appui se poursuit ensuite

² Selon un sondage mené en mars 2010 par SECOR auprès des lauréats de la Fondation, 88% sont satisfaits et très satisfaits de la bourse, contre 92% de satisfaction à l'égard des services.

et se module selon le stade de vie de son entreprise. Voici la gamme de services à partir de laquelle la Fondation module son offre à chaque entrepreneur.

Coaching

Le service de coaching est le service le plus requis. Il s'agit d'une aide ponctuelle offerte par un bénévole expert sur une problématique précise : explication d'une clause d'un contrat (par un avocat bénévole), aide au calcul du coût de revient d'un produit fabriqué (par un comptable bénévole), appui à une activité de relations publiques (par un spécialiste des communications bénévole), etc. Le jeune entrepreneur en démarrage a besoin d'expertises dans tous ces domaines car il ne les possède pas encore, mais il n'a pas les moyens, à ce stade, de les payer. Nous lui évitons ainsi des erreurs coûteuses. **200 interventions de coaching annuelles.**

Mentorat

Contrairement au caractère ponctuel du coaching, le mentorat est une relation de guide à moyen-long terme. Le mentorat est davantage populaire auprès des lauréats ayant plus de 5 années d'expérience à la tête de leur entreprise. Une dizaine de nouvelles relations de mentorat annuelles.

Comités consultatifs

La Fondation accompagne les entrepreneurs afin qu'ils puissent bien négocier le passage à un niveau supérieur de développement de leur entreprise. Aussi, elle met en place des comités consultatifs formés de plus de 3 bénévoles de haut niveau pouvant accompagner le jeune entrepreneur dans la prise de décisions stratégiques pendant cette transition.

Développement des compétences entrepreneuriales

Le nouveau chef d'entreprise se doit de maîtriser de nombreuses expertises et compétences. Les ateliers offerts par la Fondation sont donnés par des experts qui les ont développés sur mesure pour de jeunes entrepreneurs. Ils sont pratiques, interactifs et dans une formule de co-développement permettant aux entrepreneurs de s'entraider dans leur apprentissage. 200 entrepreneurs bénéficient des ateliers de formation annuellement.

Mises en contact

La Fondation établit des mises en contact entre les jeunes entrepreneurs et les entreprises de son important réseau d'affaire afin d'ouvrir des portes aux lauréats et qu'ils puissent présenter leur produit ou service à des fournisseurs ou des acheteurs potentiels. Une cinquantaine de mises en contact annuelles.

Réseautage

La Fondation s'est associée à la Jeune chambre de commerce de Montréal et au CEIM afin d'offrir des activités de réseautage aux entrepreneurs. 300 entrepreneurs y participent annuellement.

Promotion des jeunes entrepreneurs

La Fondation met de l'avant ses lauréats, sachant à quel point la visibilité est importante au succès de leur entreprise. Les événements-bénéfice sont des occasions de les présenter aux gens d'affaires, deux présentations annuelles des nouveaux lauréats aux donateurs sont tenues annuellement et le concours Prix Banque Nationale du Montréal inc. de demain lancé en 2011 présente les 3 finalistes et le gagnant sur diverses tribunes, dont Génération inc., Les Affaires et le Bal du maire.

2.5 La complémentarité tout au long du parcours du jeune entrepreneur

La Fondation agit en complémentarité avec les divers acteurs du développement économique montréalais. L'action des CLD et du SAJE s'inscrit dans un premier temps en amont de la bourse de la Fondation puisqu'ils aident à la préparation du plan d'affaires, ce que la Fondation ne fait pas. À l'inverse, un entrepreneur se présentant à la Fondation sans plan d'affaire se voit référer à sa CLD et au SAJE pour la mesure STA et la formation. La Fondation offrant du financement gratuit, rare et recherché, elle n'a aucun mal à rejoindre les jeunes entrepreneurs, ceux-ci la trouvant d'abord sur le Web.

L'entrepreneur lauréat de la Fondation sera également dirigé vers les CLD pour le programme Jeunes promoteurs, les FLI et vers la Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs au moment du démarrage afin de l'aider à compléter son montage financier. Les CLD et leurs FLI et le FDEM interviennent aussi dans le cheminement, pour le financement additionnel offert aux entrepreneurs et le SAJE par la mesure de suivi.

Piste à explorer identifiée dans le document de consultation : favoriser davantage les collaborations

La collaboration ne se force pas. Elle se bâtit sur la base d'une vision commune et de relations interpersonnelles des individus en poste au sein des organisations. Nos nombreux partenariats et collaborations avec d'autres organisations sont présentés en annexe C. Nous ne nous limitons pas au réseau traditionnel, mais entretenons des collaborations avec, par exemple, Génération inc. (projet de TELUS Québec), l'École d'entrepreneurship de Beauce, le Journal Les Affaires et La Presse, nos quelques 60 grandes entreprises donatrices, etc.

Pragmatique, la Fondation vit avec les organisations en place, collabore sur des projets avec les partenaires les plus efficaces et ceux partageant le même focus sur l'entrepreneur. Elle ne s'intéresse pas au débat de structures.

Cheminement du jeune entrepreneur

La Fondation a schématisé le cheminement de l'entrepreneur en considérant les organisations les plus couramment utilisés par ses lauréats en Annexe B. On y voit que la Fondation n'intervient pas aux stades de la sensibilisation et du pré-

démarrage, elle arrive au démarrage et continue à appuyer les lauréats même en phase d'expansion par ses services.

Piste non identifiée dans le document de consultation : aider les entrepreneurs à s'y retrouver

La Fondation assure une veille sur tous les concours et services offerts par d'autres organisations, d'autant plus qu'elle est présente dans les jurys et comités de plusieurs d'entre elles (Annexe C). Elle informe les entrepreneurs lauréats des opportunités correspondant à leur profil.

Pour que les entrepreneurs s'y retrouvent dans la panoplie des services offerts, il y a un pari à prendre : celui de la **transparence et de la diffusion d'une information la plus complète possible**, traitant l'entrepreneur de manière intelligente et lui permettant de pouvoir clairement et rapidement savoir si une organisation peut l'aider ou non.

2.6 Un nouveau partenariat CCMM (Info-Entrepreneurs), SAJE accompagnateur d'entrepreneurs et Fondation du maire : le Montréal inc. de demain

Présentement, même nos conseillers ont du mal à s'y retrouver, car les programmes changent (les nôtres, ceux des autres), les priorités évoluent. C'est la raison pour laquelle le SAJE accompagnateur d'entrepreneurs, la Fondation et la CCMM via Info-entrepreneurs ont décidé de s'associer pour faciliter le parcours de l'entrepreneur. Cette entente permet entre autre, de diriger les entrepreneurs vers Info-Entrepreneurs, cette organisation ayant le mandat de colliger et rendre disponible l'information sur les divers programmes. L'information y est toutefois seulement utile dans la mesure où les organismes offrant programmes et services y transmettent une information claire, complète et à jour. Info-Entrepreneurs est la meilleure réponse à la difficulté qu'ont les entrepreneurs à s'y retrouver. Tous doivent l'alimenter et communiquer son existence.

Piste identifiée dans le document de consultation : Vers un Réseau développement économique Montréal : un logo, un numéro, une adresse courriel, un site web

La source d'information sur tous les programmes et services pour les entrepreneurs existe : il s'agit d'Info-Entrepreneurs. L'outil doit être alimenté par une information complète et il doit être largement communiqué pour faciliter le parcours de l'entrepreneur.

Les entrepreneurs se plaignent à raison d'une multiplication de formulaires à compléter pour accéder aux divers services. Ce partenariat vise aussi à développer un formulaire commun et à simplifier l'accès aux services. Enfin, 5 activités concrètes seront organisées ensemble annuellement, offrant la force des réseaux des 3 organisations au service des entrepreneurs.

Piste à explorer identifiée dans le document de consultation : augmenter l'efficacité et la cohésion du réseau

Des efforts importants ont été faits au cours des dernières années dans le cadre du Projet entrepreneuriat Montréal (PEM). La directrice générale de la Fondation, Liette Lamonde, a fait partie du comité qui a élaboré la stratégie et le plan d'action du PEM, elle en a été la porte-parole au moment de son lancement, puis elle a poursuivi sa participation au sein du comité directeur lorsque le dossier a été repris à la CRÉ de Montréal. Le PEM proposait parmi ses volets d'action, le renforcement du réseau, entre autres par la mise en place d'un outil de communication entre les divers intervenants : l'intranet REM.

L'intranet s'est développé à partir du constat que les conseillers en poste dans les diverses organisations souhaitaient avoir plus d'occasions de se rencontrer et d'échanger. La prémisse était que l'intranet, couplé à des rencontres annuelles en personne, pouvait favoriser le développement de liens entre les conseillers et une meilleure connaissance des programmes et services offerts par chacun. On peut grandement faciliter le parcours de l'entrepreneur en le référant non pas seulement au bon organisme, mais en le connectant avec la bonne personne au sein de cet organisme.

De plus, les travaux du PEM ont permis le développement d'une section montréalaise d'Info-Entrepreneurs.

Le site web existe : il s'agit de celui d'Info-Entrepreneurs. La poursuite de l'intranet et des occasions de rencontres offertes par le REM entre les organisations et leurs conseillers est un des moyens déjà en place permettant d'accroître l'efficacité et la cohésion du réseau.

Enjeu identifié dans le document de consultation – à Montréal, le rattrapage ne s'est pas fait par rapport aux principales métropoles nord-américaines

2. Les jeunes entrepreneurs : une réponse évidente

Le document de consultation de la Commission relève la nécessité d'un rattrapage économique pour Montréal par rapport aux principales métropoles nord-américaines et la stratégie de développement économique 2011-2017 de la ville retient le développement de l'entrepreneuriat parmi ses enjeux collectifs. Si Montréal et le Québec misent sur l'entrepreneuriat comme facteur de succès économique, souhaitant ainsi voir la création de nouvelles entreprises enrichir notre métropole, est-il réellement nécessaire d'expliquer l'importance des jeunes Montréalais dans cette stratégie? Par définition, la relève entrepreneuriale passe en très grande partie par les jeunes et une nouvelle génération d'entrepreneurs.

En favorisant le démarrage d'entreprises par des jeunes, on apporte en plus des solutions à plusieurs des problématiques identifiées pour le développement économique de Montréal. Mais cette clientèle présente des particularités nécessitant qu'on s'y intéresse spécifiquement.

Enjeu structurel identifié dans le document de consultation : la démographie

Nous connaissons tous le défi démographique québécois des prochaines années. **La création de PME par les jeunes entrepreneurs est un moyen de création de richesse d'autant plus nécessaire** considérant la situation démographique dans laquelle nous évoluerons au cours des prochaines années. Les PME représentent 99% des entreprises québécoises. Elles contribuent à la création d'emplois en engageant 54% des salariés au Québec et au PIB à hauteur de 25%³.

La génération Y (18-34 ans, années 1977-1993) représente 1,8 millions d'individus au Québec. Elle serait la plus prédisposée à entreprendre, du moins celle qui présente naturellement plusieurs traits associés à l'entrepreneuriat. Toutefois, on se rappellera que les Y se retrouvent dans un contexte où ils sont peu nombreux devant une offre grandissante d'emploi. Ainsi, pour eux, **la voie entrepreneuriale devra être marquée par le choix et non par la nécessité.**⁴ Il faut stimuler ce choix et une façon de le faire est de rassurer les jeunes en leur démontrant que c'est possible et qu'ils seront accompagnés dans cette aventure.

Défi collectif identifié dans le document de consultation : mieux capitaliser sur les atouts de savoir et de créativité

Les jeunes adoptent plus rapidement et plus intensément les nouvelles technologies. La génération Y compte 96% d'internautes, 60% possède un téléphone cellulaire et 93% sont actifs sur les médias sociaux⁵.

Miser sur ces nouvelles générations d'entrepreneurs, c'est également investir dans l'innovation et leur tendance naturelle à adopter les nouvelles technologies et à innover. **On doit toutefois pouvoir les rejoindre là où ils sont : sur la toile et les réseaux sociaux et s'adapter à leurs moyens privilégiés de communication.**

Autres considérations : La prise en compte du développement durable

La génération Y donne priorité à l'action collective, s'adapte à la complexité et à la simultanéité des activités⁶. Cette génération transpose ses valeurs dans la mise en place d'une entreprise, cherchant autant à adopter des pratiques de développement durable qu'à les diffuser et à inciter leurs réseaux d'affaires et sociaux à les imiter. **Appuyer le démarrage d'entreprises par de jeunes**

³ L'ossature économique du Québec en péril?, Gilles Drouin, Desjardins entreprises, hiver 2009, pp. 6-8.

⁴ Comprendre les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales des nouvelles générations : un projet de recherche, Université Laval, Faculté des sciences de l'administration, janv. 2009, 15 p.

⁵ NETendances 2011: Cinq générations d'internautes, profil d'utilisation des TIC en 2011, Vol 2 – numéro 7, CEFRIQ, Léger Marketing, 2012

⁶ Comprendre les conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales des nouvelles générations : un projet de recherche, Université Laval. Faculté des sciences de l'administration, janv. 2009, 15 p.

Montréalais permettrait de voir l'émergence d'un grand nombre d'entreprises responsables à Montréal.

Autres considérations : L'ouverture sur le monde et la rétention des cerveaux

L'exode de personnes formées et talentueuses du Canada vers les États-Unis et ailleurs préoccupe les analystes de la politique sociale canadienne depuis les deux dernières décennies. Les nouvelles générations sont mobiles et ouvertes sur le monde. Les Y ont été exposés à plusieurs styles de vie et cultures, et ce dès leur jeune âge. Ils sont à l'aise avec la diversité (races, les groupes ethniques et les orientations sexuelles)⁷. Appuyer les jeunes Montréalais dans le démarrage d'une entreprise à Montréal est un moyen d'assurer **que les retombées économiques de leurs activités se concrétisent au Québec plutôt qu'ailleurs**. C'est aussi une façon de s'assurer d'avoir ici **des leaders d'entreprises ouverts sur le monde et la diversité**.

Autres considérations : L'intégration économique des jeunes immigrants

La population immigrante est jeune. Sur l'ensemble des périodes, la répartition des immigrants ayant moins de 35 ans est relativement stable, soit entre 70 % et 72 %⁸. C'est dans la région métropolitaine de Montréal que la grande majorité – près de 87 % – de la population immigrante se trouve⁹. À Montréal, en 2010, selon Statistique Canada, le taux de chômage des immigrants était de 12,8 % alors que la moyenne pour ceux qui sont nés au Canada était de 7,3 %.

Selon Statistiques Canada, c'est au Québec que les immigrants ont le plus de difficulté à percer le marché du travail, quel que soit le nombre d'années passées ici.

Les entrepreneurs issus de l'immigration ou issus des minorités visibles se confronteraient à des difficultés particulières : préjugés, différences culturelles, méconnaissance des ressources disponibles, des marchés, des réseaux d'affaires et difficulté d'accès au financement¹⁰.

La création d'une entreprise, c'est autant la création de son propre emploi que la réalisation de son rêve. C'est une source d'estime de soi, de motivation, d'apprentissage et d'intégration dans le monde du travail avec toutes les responsabilités inhérentes à un chef d'entreprise.

L'immigration est nécessaire pour lutter contre le déficit démographique et elle attire ici une population jeune. **La réussite d'un plus grand nombre de jeunes entrepreneurs issus de communautés culturelles, grâce notamment à une**

⁷ Downing, K., Next Generation: What leaders need to know about the Millennials. LIA, 26(3), 2006.

⁸ Institut de la statistique Québec, 7 juillet 2009.

⁹ La population immigrante dans la région métropolitaine de Montréal, Ville de Montréal, mars 2010.

¹⁰ Entreprendre à Montréal, L'urgence d'agir ensemble, Projet Entrepreneuriat Montréal, 2007.

intégration, un soutien et un accompagnement adaptés à leur réalité est un moyen d'intégration économique que nous ne pouvons pas négliger.

Autres considérations : La formation des individus et des talents

« L'un des moyens d'améliorer la performance des entreprises est de faciliter leur accès à la formation. Nombre d'entre elles échouent pour des raisons qui ne tiennent pas à la viabilité intrinsèque de l'activité choisie ; une grande part de la mortalité des entreprises nouvelles ou petites tient au manque de compétences en matière de gestion des entreprises ». (OCDE, 2003)

Étant donné leur jeune âge, les jeunes entrepreneurs ont généralement peu ou pas d'expérience en gestion d'une entreprise. Il leur manque une ou plusieurs des compétences associées au succès en affaires. **Il est essentiel d'aider les jeunes entrepreneurs à développer les compétences entrepreneuriales diverses qu'ils doivent posséder.** Des efforts particuliers doivent donc porter sur l'appui et l'encadrement des jeunes entrepreneurs dans la réalisation de leurs projets d'entreprises afin qu'ils se sentent prêts à se lancer et qu'ils développent les habiletés qui leur manquent une fois lancés.

CONCLUSION

Un appui spécifique aux jeunes entrepreneurs n'est pas un éparpillement de ressources. Il est justifié par l'importance de cette relève entrepreneuriale dans le développement de l'entrepreneuriat montréalais, les défis que la métropole a à relever et par les besoins de développement de compétences, d'expertises et de financement propres à cette clientèle.

Le modèle unique de la Fondation du maire : le Montréal inc. de demain et les résultats obtenus reposant sur la mobilisation des gens d'affaires peut inspirer d'autres organisations et la ville à faire un jouer un rôle de premier plan au Montréal inc. dans l'appui à l'entrepreneuriat de sa ville.

Des initiatives existantes telles que Info-Entrepreneurs et le Réseau entrepreneuriat Montréal sont des outils à alimenter et à appuyer afin d'appuyer une vision métropolitaine du développement économique et faciliter le parcours de l'entrepreneur.

Annexes

Annexe A – Conseil d’administration

Annexe B – Cheminement de l’entrepreneur

Annexe C – Partenariats et collaborations

Annexe A – Conseil d’administration

Président

Andrew T. Molson

Président du conseil, Groupe conseil RES PUBLICA
Président du conseil d’administration, Molson-Coors

Secrétaire-trésorière

Elizabeth Clot

Avocate, Clot & Associés

Administrateurs

Isabelle Bettez

Présidente et chef de la direction, 8D Technologies inc.

Andrew Bolton

Directeur, Letko, Brosseau & Associés Inc.

Hugo Delorme

Associé-Directeur, Relations gouvernementales, NATIONAL

Pierre Duhamel

Journaliste, conférencier, consultant

Loraine Dumas

Directrice principale marketing, Québec, Barrett XPlore Inc

Camille Gagnon

Président, Innovitech

Monsieur Jonathan Garnier

Chef et propriétaire, La Guilde culinaire, lauréat de la Fondation

Francois Gratton

Premier vice-président Ventes et Marketing, Solutions d’affaires, Telus Québec

Mohamed Hage

Président-fondateur, Les Fermes Lufa, lauréat de la Fondation

Philippe Johnson

Associé, Davies Ward Phillips & Vineberg LLP

Stéphanie Kennan

Présidente, Bang! Marketing, lauréat de la Fondation

Jacques Laplante

Président, Wal immobilier inc.

Pierre LeBlanc

Chef bénévole, Fondation du maire : le Montréal inc. de demain

Rémi Racine

Président et chef de la direction, Behaviour Interactif

Pierre Rodrigue

Vice-président Affaires gouvernementales et relations avec l'industrie
Astral Média

Erik Ryan

Vice-président principal, Communications et relations externes, Rio Tinto Alcan

Mario Tremblay

Vice-président aux affaires publiques et communications, Fonds de solidarité FTQ

Gérald Tremblay

Maire de Montréal

Alain Trudeau

Associé directeur - Est du Canada Services de certification, Ernst & Young

Annexe B – Cheminement de l'entrepreneur



Le pré-démarrage

Les principaux acteurs



Le démarrage

Les principaux acteurs





L'expansion

Les principaux acteurs

Financement

CLD/CDEC (prêt FLI et FLS)

Anges financiers

FDEM (prêt)

Capital de risque

SIJ (garantie de prêt)

Investissement Québec
MDEIE
Développement
économique Canada

BDC (prêt)

Banques et Caisses
populaires

Fonds de solidarité
FTQ

Services

fondation
du maire  LE MONTRÉAL INC.
DE DEMAIN

SAJE (mesure de suivi)

BDC (services conseils)

Incubateurs (CEIM,
Inno-Centre, CTS,
Centres universitaires
d'entrepreneurship)

Emploi- Québec

Annexe C – Partenariats et collaborations

Nos partenariats avec d'autres organisations liées au développement économique :

Bénévoles d'affaires – recrutement de bénévoles

CCMM - Semaine de la PME – intervenants lors de la journée du financement

CCMM (Info-Entrepreneurs) et SAJE accompagnateur d'entrepreneurs – nouveau partenariat

CEIM – intervenants lors de la journée de financement d'entreprises

Centre d'entrepreneuriat HEC-Poly-UdeM – membre du jury du concours

Compagnie F – membre du comité organisateur du Concours d'entrepreneuriat féminin

Concours québécois en entrepreneuriat – partenaire pour le Prix Jeune entrepreneur, jury du concours local du Sud-ouest, jury du concours local du centre-ville, Jury des prix spéciaux régionaux

CRÉ de Montréal – membre du comité Projet entrepreneuriat Montréal

Défi des Anges financiers de la JCCM – membre du comité de sélection

École d'entrepreneurship de Beauce – partenaire exclusif de sessions d'entraînement en avant-première à Montréal

Femmessor Montréal – membre du comité d'investissement (mensuel)

Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs – membre du Comité FCJE pour Montréal (mensuel)

Génération inc. – un des 3 finalistes du Prix Banque Nationale du Montréal inc. de demain est retenu dans la série télévisée

JCCM/CEIM – partenaires de 3 activités de réseautage annuelles

RÉSO – membre du Comité FLI du Sud-Ouest (4 fois/année)

Référencement avec le Campus des technologies de la santé, le Centech, le CEIM, le Centre NAD, Emploi-Québec, les Centres d'entrepreneurship McGill et HEC-Poly-UdeM, FounderFuel et Capital innovation