



IMPACTE | *Affaires*

Centre des gens d'affaires des communautés culturelles du Québec

Une personne qui choisit d'immigrer abandonne consciemment un environnement connu, sa culture, des relations sociales et, éventuellement, sa langue maternelle et ses codes communicationnels.

Une personne qui fait un tel choix se distingue en général par des traits de personnalité qui laissent entrevoir une propension à la prise de risque et la persévérance. Des traits de caractère personnel qui sont propices à l'entrepreneuriat.

MÉMOIRE

présenté à la Commission permanente
sur le développement économique et urbain et l'habitation

dans le cadre de l'examen public sur la valorisation
du développement économique local à Montréal

10 mai 2012

Monsieur le président,

Mesdames et messieurs les Commissaires,

Au nom de l'équipe d'Impacte Affaires je profite de cette occasion de vous remercier de l'opportunité offerte à la population montréalaise de s'exprimer sur les besoins de la population entrepreneuriale de Montréal et sur les avenues possibles à augmenter l'efficacité de nos efforts communs en ce qui a trait au développement économique de notre Métropole.

Le Québec accueille environ 14 000 nouveaux arrivants chaque trimestre. Près de 70 % de ces nouveaux arrivants sont associés à la catégorie économique de l'immigration. Ce sont donc des personnes qui détiennent pour la plupart un savoir avancé et incarnent soit une main d'œuvre qualifiée, soit des projets d'affaires et d'entreprises. Montréal est la destination projetée de plus de 7 immigrants sur 10 qui choisissent le Québec comme province d'accueil. La population montréalaise est de ce fait composée à plus de 31 % d'immigrants. La propension entrepreneuriale de ces immigrants en général assez élevée (17,5% contre 14,5% pour les natifs) à en croire plusieurs études. **Par ailleurs, les statistiques démontrent pour certaines communautés, qu'ils sont nombreux (jusqu'à 30 %), à quitter la province durant les cinq premières années d'intégration dans la nouvelle société.**

À Montréal, plusieurs organismes conduisent des initiatives isolées en ce qui a trait au support aux gens d'affaires immigrants. Par contre, pour informer la population immigrante de l'existence des services ou projets isolés, ces organismes ne disposent ni d'un mécanisme de promotion auprès des communautés, ni d'un réseau bien organisé et fonctionnel. Actuellement, **aucun acteur n'a le mandat ni les moyens qui lui permettraient d'intervenir sur l'ensemble des problématiques touchant les entrepreneurs immigrants.** Ceci pose problème, puisque l'urgence d'agir est croissante et que les besoins des entreprises québécoises gérées par les entrepreneurs immigrants sont bien réels.

Dans ce contexte, *IMPacte Affaires* a pour vocation de mettre sur pied des services de référencement et d'accompagnement qui feront un trait d'union entre les ressources gouvernementales et privées et les entrepreneurs visés. La particularité de ces services réside dans le fait que nous recensons nous-mêmes les gens d'affaires, les sensibilisons et les formons à l'égard des programmes existants, là où ces derniers devaient autrefois rechercher eux-mêmes l'information, sans trop souvent savoir où s'informer. « Francisation des entreprises et des commerces », un exemple de projets que nous réalisons présentement auprès des commerces ethnoculturels en partenariat avec le Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition Féminine du Québec, l'Office de la langue française et la Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

Cette solution plus globale, de par la proximité, la pédagogie et le soutien continu dont elle fait preuve, vont à terme améliorer le taux de réussite des projets d'entreprises des gens d'affaires des communautés culturelles de Montréal et d'une certaine façon à une meilleure intégration des communautés.

En vous remerciant de l'intérêt que vous voudriez bien porter à cet examen public, je vous prie d'agréer, monsieur le président, mesdames et messieurs les Commissaires, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Au nom de l'équipe :
Svetlana Litvin, PDG

Les expressions « Communautés culturelles » ou « Groupes ethnoculturels » que nous emploierons invariablement tout au long de cette étude, indiquent l'origine ethnique et revêtent la définition de Statistique Canada¹ qui fait référence à des groupes culturels d'appartenance par la race, la langue ou la religion à la naissance.

Présentation de l'organisme

IMPACTE Affaires est un organisme à but non lucratif créé en 2008 qui a pour mission d'offrir des services de référence et d'accompagnement aux gens d'affaires issus de l'immigration. L'idée est d'accompagner ces entrepreneurs ethnoculturels en tenant compte de leurs spécificités et de leur distance culturelle à l'égard des pratiques, coutumes et usages ayant cours au Canada.

Clientèle

La clientèle principale provient des onze communautés culturelles les plus représentatives en nombre s'étant établies au Québec au cours des 15 dernières années, population estimée à près 1 000 000 de personnes au Québec. Notamment les communautés : arabophone, africaine, latino-américaine, chinoise, russophone, roumaine, indienne, philippine, vietnamienne, cambodgienne-laosienne et pakistanaise.

Problématique à résoudre

Malgré leur plus grande propension à se lancer en affaires et en dépit du fait qu'ils font partie de ceux qui présentent de plus grandes réussites d'entreprise, les gens d'affaires issus des communautés culturelles affrontent des difficultés particulières et font pour beaucoup de moins bons résultats que des non-immigrés en raison entre autres des difficultés d'accès aux différentes ressources dans le pays d'accueil. (Raijman, 2004).

¹ <http://www12.statcan.ca/francais/census01/Products/Reference/dict/appendices/92-378-XIF02002.pdf>

Pour *Industrie Canada*², 10 % des PME canadiennes sont détenues par des ressortissants de communautés culturelles, et exercent pour une bonne majorité dans les activités du savoir, l'hôtellerie et la restauration. Les secteurs primaire et secondaire ne font pas vraiment partie de leurs aspirations d'affaires. Seulement 0,2 % de ces entreprises comptent plus de 100 employés, et se trouvent majoritairement en Ontario et en Colombie-Britannique. Ce qui traduit bien une difficulté dans l'expansion et le développement de leurs affaires.

Les entrepreneurs immigrants sont plus susceptibles de financer leurs entreprises à partir de sources informelles et obtiennent moins de prêts bancaires que les autres entrepreneurs. On note d'ailleurs chez eux une forte dépendance aux capitaux propres pour financer la création de petites entreprises. Un problème de financement souvent associé à une absence ou une faiblesse d'historique de crédit dans le pays d'accueil.

Une étude réalisée par *Impacte Affaires* révèle que les entrepreneurs issus des communautés culturelles font face à divers obstacles spécifiques, avec entre autres : la méconnaissance des services et programmes de soutien à l'entrepreneuriat offerts par les institutions publiques et privées, la barrière linguistique et la complexité administrative, légale et fiscale.

Nos résultats montrent que les entreprises ayant le meilleur potentiel de croissance et de réussite sont celles qui ont des activités à l'international et celles qui investissent dans la recherche et le développement. Celles-ci n'ont pourtant pas bénéficié d'une quelconque aide. Ces entreprises font toutefois partie de celles qui devraient faire l'objet d'une priorité en matière d'accompagnement, avec un soutien plus accru.

Le confinement des entrepreneurs immigrants à l'autofinancement et d'autres formes de financement informel, leur difficulté à accéder à n'importe quelle forme d'aide publique ou privée, et leur investissement en majorité dans des activités du secteur tertiaire montrent bien qu'ils font face à des problèmes bien spécifiques et particuliers dans le développement de leurs affaires. La difficulté d'obtention de financement restreint nombre d'entre eux à des activités à faible potentiel de rentabilité. La concurrence dans ces segments qui est de nature à réduire considérablement des

² Principales statistiques sur le financement des petites entreprises — Décembre 2009

marges bénéficiaires ne leur fournit pas de meilleurs arguments pour être éligible à un emprunt auprès d'une institution financière. C'est ainsi qu'ils se retrouvent quasiment dans un cercle vicieux.

Le résultat le plus frappant est sans conteste le taux de méconnaissance des programmes et services d'aide aux entreprises chez la population entrepreneuriale des communautés culturelles. Bien qu'un nombre important de services, programmes ou ressources soient offerts par divers paliers de gouvernement, force est de constater que cette information n'est pas à la portée des entrepreneurs ethnoculturels la plupart du temps, et lorsqu'ils en ont connaissance, ils ne sont très souvent pas suffisamment outillés pour en tirer profit. De ce fait, les traditionnelles structures d'aide à l'entrepreneuriat ne rejoignent pas tout à fait leurs préoccupations.

La principale mesure à prendre pour endiguer les difficultés de ces gens d'affaires serait de mettre sur pied des services de référencement et d'accompagnement qui feront un trait d'union entre les ressources gouvernementales et les entrepreneurs visés. La particularité de ces services ou structures résiderait dans le fait qu'ils devront recenser eux-mêmes les gens d'affaires, les sensibiliser et les former à l'égard des programmes existants, là où ces derniers devaient autrefois rechercher eux-mêmes l'information, sans trop souvent savoir par où débiter. En plus d'atteindre les gens d'affaires par l'entremise des médias communautaires et des responsables de communautés, les services de référencement et d'accompagnement devront aider à ceux d'entre eux qui éprouvent des difficultés techniques dans le montage de leurs dossiers, en vue de bénéficier d'une ressource disponible à leur égard, ou de se qualifier pour un crédit bancaire. De plus, le service de référencement et d'accompagnement devra opérer pour le suivi de la gestion des compagnies en question. Cette solution plus globale, de par la proximité, la pédagogie et le soutien continu dont elle fait preuve, devrait à terme améliorer le taux de réussite des projets d'entreprises des gens d'affaires des communautés culturelles du Grand Montréal, contribuant au développement socioéconomique de la région métropolitaine, et d'une certaine façon à une meilleure intégration des communautés.

Forces de l'équipe promotrice

Compétences pluridisciplinaires, expérience en développement des affaires et expertise en intégration des membres des différentes communautés culturelles dans la société d'accueil.

Potentiel de l'entrepreneuriat ethnoculturel à développer

Fairlie (2008) affirme que les entreprises à propriétaires ethnoculturels apportent une contribution importante à l'économie américaine. Une contribution que l'on perçoit davantage dans des domaines spécifiques de l'économie américaine, notamment dans l'industrie des arts, des spectacles et loisirs, des services, du commerce de gros et de détail, ainsi que dans le transport.

L'entrepreneuriat ethnoculturel peut également contribuer en termes d'innovation (ces entrepreneurs étant en général bien instruits) et stimuler le commerce, par l'abaissement des coûts de transaction, en raison de leurs réseaux de contacts et de la connaissance qu'ils ont des marchés de leurs pays de départ. Ils sont donc dans une bonne position pour stimuler le commerce en direction de leur pays d'origine ou préparer une plateforme pour d'autres entreprises qui voulant s'engager dans des échanges avec leur pays d'origine.

Recommandations

Afin de faciliter aux entrepreneurs ethnoculturels à contribuer au développement économique de Montréal nous recommandons de :

- Faire la promotion des services et solutions disponibles aux gens d'affaires.
- Offrir des services de référence et d'accompagnement;
- Faire la diffusion pédagogique des lois qui régissent le fonctionnement des petites et moyennes entreprises;
- Aider les entreprises à se conformer à des lois québécoises et canadiennes;
- Avoir un impact ciblé, mesurable et durable sur les intentions d'entreprendre, la création, la survie et la croissance des entreprises.

Solution proposée par *Impacte Affaires*

À Montréal, plusieurs organismes conduisent des initiatives isolées en ce qui a trait au support aux gens d'affaires immigrants. Certains de ces organismes engagent des professionnels issus de l'immigration afin de résoudre les problèmes rencontrés en affaires, inhérents à cette distance culturelle. Mais en général lorsque ce professionnel change d'emploi, la compétence ainsi gagnée par l'organisme dans ce projet disparaît avec lui. D'autre part, pour informer la population immigrante de l'existence des services ou projets isolés, ces organismes ne disposent ni d'un mécanisme de promotion auprès des communautés, ni d'un réseau bien organisé et fonctionnel. Actuellement, **aucun acteur n'a le mandat ni les moyens qui lui permettraient d'intervenir sur l'ensemble des problématiques touchant les entrepreneurs immigrants**. Ceci pose problème, puisque l'urgence d'agir est croissante et que les besoins des entreprises québécoises gérées par les entrepreneurs immigrants sont bien réels.

Dans ce contexte, *Impacte Affaires* a pour vocation de mettre sur pied des services de référencement et d'accompagnement qui feront un trait d'union entre les ressources gouvernementales et privées et les entrepreneurs visés. La particularité de ces services réside dans le fait que nous recensons nous-mêmes les gens d'affaires, les sensibilisons et les formons à l'égard des programmes existants, là où ces derniers devaient autrefois rechercher eux-mêmes l'information, sans trop souvent savoir où s'informer. « Francisation des entreprises et des commerces », un exemple de projets que nous réalisons présentement auprès des commerces ethnoculturels en partenariat avec le Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition Féminine du Québec, l'Office de la langue française et la Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

En plus d'atteindre les gens d'affaires par l'entremise des médias communautaires à travers les articles informatives et pédagogiques, et des membres corporatifs de notre réseau, les services de référencement et d'accompagnement qu'*Impacte Affaires* propose, aident à ceux d'entre eux qui éprouvent des difficultés techniques dans le

montage de leurs dossiers, en vue de bénéficier d'une ressource disponible à leur égard, ou de se qualifier pour un crédit bancaire. De plus, le service de référence et d'accompagnement opère dans le suivi de la gestion des compagnies en question. Grande particularité : les conseillers en développement d'affaires, en plus de leurs compétences techniques intrinsèques, et de leur connaissance nuancée de fonctionnement de la société canadienne où ils sont bien intégrés, sont respectivement issus eux-mêmes des communautés culturelles d'où proviennent les promoteurs qu'ils accompagnent. Ils sont donc le mieux placés de leur apporter l'aide personnalisée dont ceux-ci ont grand besoin, entre autre, les accompagner dans la processus d'analyse des réalités qui les entour, dans le processus de réflexion et prise de décisions d'affaires.

Cette solution plus globale, de par la proximité, la pédagogie et le soutien continu dont elle fait preuve, vont à terme améliorer le taux de réussite des projets d'entreprises des gens d'affaires des communautés culturelles de Montréal.

Plus concrètement, notre plan d'action 2012-2013 consiste :

- à offrir des services de référence, d'accompagnement et d'aide à plus de 330 entreprises de 11 communautés immigrantes ;
- renforcer le réseau d'affaires des communautés desservies et établir un mécanisme efficace de fonctionnement de ce réseau ;
- bâtir un outil d'information et de promotion efficient auprès de ces communautés en partenariat avec les leurs médias communautaires ;
- mobiliser des réseaux québécois et canadiens d'aide aux entrepreneurs autour des projets structurants répondant aux besoins spécifiques de membres de communautés culturelles.

CONCLUSION

Impacte Affaires est particulièrement fier de bâtir une équipe des professionnels compétents et un réseau solide des partenaires responsables et de produire une solution adéquate à un besoin criant de la partie importante de population entrepreneuriale de Montréal.

D'ici mars 2013 un centaine de commerces et d'entreprises ethnoculturelles de Montréal afficheront leurs efforts concrets en ce qui a trait leur politique d'affichage et de la promotion d'affaire ainsi que le service à la clientèle, tout en respectant le Loi 101.

Impacte Affaires encourage la Ville de Montréal à adapter son réseau de 1ère ligne de soutien à l'entrepreneuriat aux réalités de la population montréalaise d'aujourd'hui en incluant Impacte Affaires dans son réseau.

Votre soutien aidera *Impacte Affaires* à :

- Contribuer au développement économique de Montréal,
- Enrichir la communauté d'affaire de Montréal,
- Transmettre un message puissant au public de votre engagement envers les communautés culturelles et la société en général.

L'équipe d'*Impacte Affaires* et son solide réseau des partenaires présents et futurs sont prêts à relever le défi.

Nous vous remercions de votre attention.