

# **Étude publique du bilan de la stratégie de développement économique 2005-2010**

## **Mémoire présenté à la Commission du conseil d'agglomération sur le développement économique**

Par  
Fondation du maire de Montréal pour la jeunesse  
SAJE Montréal métro

Le 26 août 2009

## INTRODUCTION

La *Stratégie de développement économique 2005-2010* ne tenait pas compte des jeunes Montréalais et du rôle majeur qu'ils ont à jouer dans le développement économique de la ville. Même les constats sur la démographie ignoraient une donnée importante : celle du vieillissement de la population et de l'impact de ce phénomène sur la vitalité économique de la région. Il faut dès maintenant que les stratégies de développement tiennent compte de cette variable. Cela suppose **une prise de position forte en faveur de l'entrepreneuriat jeunesse** que ce soit au niveau de la **création d'entreprise, la reprise d'entreprise, la formation et les services offerts à cette clientèle**. La jeunesse entrepreneuriale est le symbole de la créativité et du dynamisme montréalais, elle est notre relève d'affaires.

### Qui sont la Fondation du maire et le SAJE Montréal métro ?

#### La Fondation du maire de Montréal pour la jeunesse

La Fondation du maire de Montréal pour la jeunesse est un organisme à but non lucratif dont le rôle est d'aider les jeunes Montréalais à faible revenu à démarrer leur entreprise en leur offrant des bourses ainsi que des services. La Fondation cible entre autres, les entrepreneurs issus des communautés culturelles.

Depuis ses débuts, la Fondation du maire a alloué plus de 4,8 millions de dollars en bourses à 879 projets qui ont généré plus de 1 850 emplois à temps plein sur le territoire de l'agglomération de Montréal.

Animée par son désir de bien outiller ses boursiers afin de les aider à intégrer le milieu des affaires, la Fondation du maire leur offre une panoplie de services gratuits, tels du mentorat, du coaching, des ateliers de formation ciblée ainsi que des opportunités de réseautage et de promotion de leurs produits et services.

#### Le Service d'Aide aux Jeunes Entrepreneurs (SAJE) Montréal métro

Créé il y a bientôt 25 ans, le Service d'Aide aux Jeunes Entrepreneurs (SAJE) Montréal Métro est un organisme à but non lucratif dédié aux promoteurs et entrepreneurs, particulièrement les jeunes. Il leur offre un soutien à l'élaboration du plan d'affaires, en développement des compétences entrepreneuriales et en support à la gestion de croissance.

Ainsi, le SAJE Montréal Métro, forme, démarre et accompagne près de 1 500 entrepreneurs par année dont 600 nouveaux entrepreneurs. C'est aussi et surtout une équipe de 40 personnes spécialisées dans le démarrage de petites entreprises, la gestion de la croissance et la formation en gestion d'entreprise. L'objectif ultime est de développer les compétences

entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs par de la formation et du coaching pendant leurs quatre premières années.

Au total, ce sont plus de 5000 personnes/an qui contactent le SAJE Montréal Métro et près de 3000 personnes/an qui se présentent aux sessions d'informations du SAJE, pour connaître les options qui s'offrent à eux en termes de formation et de réalisation de plan d'affaires.

## **Quel est leur intérêt dans cette étude publique ?**

Les deux organisations partenaires ont à cœur de faciliter la création d'entreprise par de jeunes entrepreneurs montréalais et la croissance de ces entreprises. Il s'agit de leur contribution au dynamisme économique local. Ils souhaitent que cet intérêt soit partagé par la Ville de Montréal.

### **1. L'importance des jeunes dans le développement économique**

L'entrepreneuriat est une solution recommandée dans les analyses de l'OCDE comme une solution locale à la création d'emploi notamment l'intégration socio-professionnelle des jeunes<sup>1</sup>.

#### **Les jeunes entrepreneurs ont besoin d'être accompagnés**

Les derniers chiffres montréalais concernant le démarrage d'entreprise sont de 2004. En 2004, 19% des jeunes Montréalais avaient l'intention de démarrer une entreprise, comparativement à 14,2% des 35-64 ans. C'est un potentiel de 90 000 jeunes entrepreneurs! Ils ont d'ailleurs une vision positive du statut d'entrepreneur dans la société et 85% considèrent l'entrepreneuriat comme un choix de carrière désirable. Les efforts de sensibilisation des dernières années semblent donc porter fruits.

Toutefois, seulement 4,1% étaient en processus de création d'entreprises la même année; un taux de création d'entreprise plus faible que la moyenne canadienne de 6,9% et qui place Montréal au 9<sup>e</sup> rang des régions québécoises. Ceci est dû en grande partie à l'anxiété des jeunes Montréalais face au projet d'entreprise et l'évaluation pessimiste qu'ils font de leur capacité de mener à bien un tel projet.

« Montréal se situe au 2<sup>e</sup> rang des régions québécoises quant à l'anxiété ressentie par les jeunes qui envisagent de se lancer en affaires. En 2004, 36% des jeunes Montréalais déclaraient que la peur de l'échec les freinait dans leur volonté de créer leur propre entreprise, comparativement à 31% pour le Québec et 27% pour l'ensemble du Canada. <sup>2</sup>»

---

<sup>1</sup> L'entrepreneuriat et le développement économique local, OCDE 2003.

<sup>2</sup> Entreprendre à Montréal – L'urgence d'agir ensemble, Projet entrepreneuriat Montréal, 2007.

Moins de la moitié des jeunes (47%) considèrent qu'ils possèdent les capacités requises pour créer une entreprise, comparativement à 60,5% pour les Montréalais âgés de 35 à 64 ans.

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.

La génération X présente plusieurs caractéristiques dites entrepreneuriales. Ils sont motivés par un grand besoin d'accomplissement, d'autonomie et d'indépendance. Ils sont aussi ambitieux, tolérants à l'ambiguïté et ouverts au changement. Mais ils se démarquent surtout par leur grande capacité à résoudre des problèmes. D'ailleurs, selon une étude, la génération X est la plus entrepreneuriale des générations, en ce qui a trait aux caractéristiques de ses membres<sup>3</sup>.

La génération Y serait elle aussi particulièrement prédisposée à l'entrepreneuriat. Elle présente en effet, comme la génération X, plusieurs traits associés à l'entrepreneuriat. Mais encore plus que les X, les Y se démarquent par leur grand besoin d'accomplissement, leur confiance et leur créativité. Évitant la routine, ils sont constamment à la recherche de changement. Le caractère entrepreneurial des Y a d'ailleurs déjà été soulevé<sup>4</sup> (Audet, 2004). Ainsi, la génération Y 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, contrairement à leurs prédécesseurs, la voie entrepreneuriale devait être marquée par le choix et non par la nécessité.<sup>5</sup>

### **La démographie qui nous rattrape**

En 2007, à Montréal, les 65 ans et plus représentaient 15,4 % de la population; les 30-64 ans, 48,5 % et les 15-29 ans, 21,2 %. En 2007, le rapport de dépendance était de 55,2. Ce rapport indique le fardeau démographique que représentent les personnes dites « à charge » par rapport aux personnes dites « en âge de travailler ». Plus le rapport de dépendance est élevé, plus nombreuse est la population dite « dépendante » par rapport à celle qui est en âge de travailler. Bien que la situation soit présentement avantageuse pour Montréal, on sait qu'un renversement est à

---

<sup>3</sup> Szamosi, L.. Just what are tomorrow's SME employees looking for?. Education and Training, 48(8/9), 654-665, 2006.

<sup>4</sup> Audet, M., La gestion de la relève et le choc des générations. Gestion, 29(3), 20-26, 2004.

<sup>5</sup> 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.

prévoir avec l'arrivée des baby boomers à l'âge de la retraite au cours des prochaines années. Le fardeau sera alors porté par les jeunes Montréalais.

## **2. Favoriser le démarrage d'entreprises par des jeunes**

En favorisant le démarrage d'entreprises par des jeunes, on apporte des solutions à plusieurs des problématiques identifiées pour le développement économique de Montréal

### **2.1 La démographie**

Les petites entreprises sont les moteurs de la création d'emplois, soit 80 % des nouveaux emplois créés annuellement. En 1992, les entreprises comptant moins de 50 employés représentaient 35 % de l'emploi total dans le secteur privé, comparativement à 26 % en 1978, soit un taux de croissance de 54 %. Aujourd'hui, elles sont responsables d'environ la moitié du produit intérieur brut (PIB) et emploient environ 6 Québécois sur 10<sup>6</sup>.

**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.**

### **2.2 La capacité d'innover**

Les jeunes adoptent plus rapidement et plus intensément les nouvelles technologies. Cela se vérifie entre autres dans l'utilisation du Web 2.0. À titre d'exemple, en 2008, 31,0% des 18 à 34 ans ont consulté des blogues (comparativement à 19,3% de tous les adultes) et 9,2% ont écrit sur des blogues (comparativement à 5,5% de tous les adultes). Les jeunes de 18 à 34 ans diffusent en plus grand nombre des vidéos sur des sites réservés à cette fin (17,3%) que l'ensemble des adultes québécois (7,6%)<sup>7</sup>.

La génération X est familière avec les environnements changeants et compétitifs. Cette génération a aussi été la première à se familiariser dès le jeune âge avec la technologie. Ils sont avides d'information et arrivent à trier et à digérer rapidement de grandes masses d'information. La génération Y est aussi appelée les *Millennials*, ou génération « internet ». Ils ont donc une très grande aisance avec la technologie et les ordinateurs. Ils s'accommodent aussi très bien dans des environnements d'urgence et sont multifonctionnels<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Mémoire de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante à la Commission d'examen des normes du travail fédérales

<sup>7</sup> NETendances 2008 : l'utilisation d'Internet au Québec, CEFRIQ, Léger Marketing, mars 2009

<sup>8</sup> McGlynn, A.P.. Teaching Millenials, Our Newest Cultural Cohort. The Hispanic Outlook in Higher Education ([www.hispanicoutlook.com](http://www.hispanicoutlook.com)), 2005.

Pour les entrepreneurs, le changement est nécessaire pour parvenir au succès. Ils sont donc ouverts à s'adapter, à changer et souvent ils provoquent eux-mêmes les occasions de changement, desquelles ils savent tirer des opportunités<sup>9</sup> (Drucker, 1985).

**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.**

### **2.3 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 activités. Mais la dimension collective étant importante pour eux, ils favorisent les interactions sociales et le réseautage. Ils sont continuellement en quête de nouvelles idées et de changement<sup>10</sup>.

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 Montréalais et les encadrer dans l'adoption systématique de politiques et de pratiques de développement durable permettra de voir l'émergence d'un grand nombre d'entreprises responsables à Montréal.**

### **2.4 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 constituent la génération la plus populeuse depuis les baby-boomers. Ils ont été exposés à plusieurs styles de vie et cultures, et ce dès leur jeune âge. Ils respectent donc les races, les groupes ethniques et les orientations sexuelles et sont à l'aise avec la diversité<sup>11</sup>.

**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**

---

<sup>9</sup> Drucker, P.F., Innovation and Entrepreneurship. New York: Harper & Row, 1985.

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> Downing, K., Next Generation: What leaders need to know about the Millennials. LIA, 26(3), 2006.

**aussi une façon de s'assurer d'avoir ici des leaders d'entreprises ouverts sur le monde et la diversité.**

## **2.5 Formation des individus et des talents**

*« Être entrepreneur est une façon de penser. Cela ne s'improvise pas, mais cela s'apprend. »*

Louis Jacques Fillion, professeur titulaire à HEC Montréal et directeur de la Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A.-Bombardier

*« 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 d'expérience en gestion d'une entreprise. Il leur manque une ou plusieurs des compétences associées au succès en affaires.

**Appuyer le démarrage d'entreprises par de jeunes entrepreneurs comportent aussi une responsabilité : celle de les aider à développer les compétences entrepreneuriales diverses qu'ils doivent posséder.**

Les deux organisations partenaires de ce mémoire offrent des formations à divers stades de vie du projet d'entreprise et visant l'amélioration ou le développement de ces compétences entrepreneuriales. Le SAJE Montréal métro, en collaboration avec la Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys travaille présentement à l'élaboration d'un profil des compétences entrepreneuriales qui facilitera l'appui au développement des entrepreneurs.

## **3. Les jeunes immigrants – le démarrage d'une entreprise comme mode d'intégration économique**

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 %<sup>12</sup>.

Plus des trois quarts (77,6 %) des immigrants admis de 1998 à 2007 et toujours présents au Québec en janvier 2009 résident dans la région métropolitaine de Montréal (RMM). L'île de Montréal, accueillant une proportion d'immigrants de 64,3 %, constitue le principal pôle d'attraction<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Institut de la statistique Québec, 7 juillet 2009

<sup>13</sup> Institut de la statistique Québec, 7 juillet 2009

En 2007, 37 % ou 1,2 million d'immigrants du principal groupe d'âge actif, soit ceux âgés de 25 à 54 ans, avaient un grade universitaire, comparativement à seulement 22 % des personnes de ce groupe d'âge nées au Canada. La différence était encore plus prononcée chez ceux ayant immigré entre 2002 et 2007. Plus de la moitié de ces immigrants, soit 320 000, avaient un grade universitaire<sup>14</sup>.

Au Québec, le taux de chômage des immigrants arrivés depuis moins de cinq ans est de 17,8 % alors que la moyenne pan-canadienne est de 11,5 %.

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

*« Il ne suffit pas d'attirer des populations et de les accueillir pour enrichir une société. Les nouveaux arrivants et les personnes issues des communautés culturelles installées à Montréal éprouvent de nombreuses difficultés d'intégration. Avant tout, on ne peut penser l'intégration sociale des personnes immigrantes indépendamment de leur intégration économique. Sur cette question, les chiffres sont alarmants. On observe, depuis une vingtaine d'années, un phénomène d'appauvrissement des personnes immigrantes et un accroissement de la difficulté pour une grande partie d'entre elles à trouver un emploi. »*  
(CRÉ Montréal, 2006)

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 financement<sup>15</sup>.

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. Ils seront alors des modèles dans la société et renforceront la capacité d'agir et la fierté de l'ensemble des communautés.

*« ...l'instauration de programmes séparés pour les membres des communautés ethniques peut présenter des inconvénients. Il pourrait toutefois être utile d'apporter des adaptations et des spécialisations appropriées à l'intérieur de programmes généraux de soutien, en*

---

<sup>14</sup> Les immigrants sur le marché du travail canadien en 2007 : analyse selon la région d'obtention des études postsecondaires, Statistique Canada, 18 juillet 2008.

<sup>15</sup> Entreprendre à Montréal, L'urgence d'agir ensemble, Projet Entrepreneuriat Montréal, 2007.

*tenant compte en particulier de la méconnaissance par les immigrants des mesures pratiques à prendre pour créer une entreprise.<sup>16</sup> »*

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

#### **4. Acquéreur....et vite**

Le phénomène de la dénatalité et du vieillissement de la population affectera prochainement les entreprises. Selon le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE), 16% des propriétaires de PME prendront leur retraite d'ici les cinq prochaines années et environ 33% d'ici les dix prochaines années. De même, 37% ont l'intention de vendre leur entreprise à une personne avec laquelle ils n'ont aucun lien.

Une étude de la FCEI est encore plus alarmante :

*« La majorité des propriétaires (71 pour cent) prévoient se retirer de leur entreprise ou en transférer le contrôle au cours des dix prochaines années. »*

Rapport FCEI-La Relève : clé de la Réussite, juin 2005

Au-delà de cette tendance, ce même rapport soulève que 65 % des PME ne planifient pas leur relève et qu'il y a un réel manque d'encadrement au niveau technique (évaluation de l'entreprise, mode transitoire avec les parties prenantes de l'entreprise) et au niveau financier (montage financier pour l'acquisition).

Ce sont donc des centaines d'entreprises montréalaises qui sont menacées de disparaître si rien n'est entrepris pour assurer leur relève !

**Appuyer les jeunes entrepreneurs ayant un intérêt à acquérir des entreprises en opération et faciliter le transfert avec le vendeur est un moyen d'assurer la survie de ces entreprises et la poursuite des retombées économiques qu'elles génèrent à Montréal.**

---

<sup>16</sup> OCDE; l'entrepreneuriat et le développement économique local : quels programmes et quelles politiques? 2003, page 122

## **Conclusion – Recommandations**

Les partenaires présentant ce mémoire ont une expertise de l'aide aux jeunes entrepreneurs, incluant les jeunes Montréalais issus de communautés culturelles. Ils sont fiers du travail qu'ils accomplissent et ont fait leur preuve.

Les jeunes entrepreneurs ont des besoins particuliers afin d'améliorer leur chance de succès tel que :

- Le développement de leurs connaissances en gestion;
- L'aide à la recherche de financement et ;
- Le développement de leur réseau d'affaires.

La Ville de Montréal possède les outils nécessaires pour répondre à ces besoins spécifiques. Pour cela, elle doit tenir compte des jeunes entrepreneurs dans l'élaboration de la prochaine stratégie de développement économique de Montréal. Elle doit mettre de l'avant l'entrepreneuriat jeunesse et plus particulièrement le démarrage d'entreprise comme une option économique attrayante pour les jeunes Montréalais d'origine ou d'adoption.

Montréal doit s'assurer que ceux qui décident de passer à l'action et de se lancer en affaires auront accès à un encadrement adéquat afin de maximiser les chances de succès de leur entreprise et leur pérennité.

La stratégie de développement économique de Montréal doit reconnaître l'importance d'appuyer et de faciliter le démarrage d'entreprises par des jeunes Montréalais et leur croissance par la suite.

En retour, l'entrepreneuriat jeunesse permettra de répondre à plusieurs défis de la nouvelle Stratégie de développement économique tels que :

- De contribuer au développement durable et économique
- D'améliorer le déficit démographique par une meilleure intégration des immigrants
- De contribuer au développement par l'innovation
- De développer de nouveaux talents par le métier d'entrepreneur.