

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Entreprendre: partout pareil au Québec? Indice entrepreneurial québécois 2015

Marchand, Rina; Chirita, Gabriel; Ibanescu, Mihai; Dejardin, Marcus; Luc, Sylvain

Publication date:
2015

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for published version (HARVARD):

Marchand, R, Chirita, G, Ibanescu, M, Dejardin, M & Luc, S 2015, *Entreprendre: partout pareil au Québec? Indice entrepreneurial québécois 2015*. Fondation de l'Entrepreneurship, Québec, Canada.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Entreprendre: partout pareil au Québec?

INDICE **ENTREPRENEURIAL**
QUÉBÉCOIS 2015

PRÉSENTÉ PAR



Caisse de dépôt et placement
du Québec



RÉALISÉ PAR

fondation de
l'entrepreneurship

EN PARTENARIAT AVEC

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

AUTEURS

RINA MARCHAND
Directrice principale,
Contenus et innovation
**Fondation de
l'entrepreneurship**

GABRIEL CHIRITA, PH. D.
Directeur, Recherche et
transfert de connaissances
**Institut d'entrepreneuriat
Banque Nationale |
HEC Montréal**

MIHAI IBANESCU, PH. D.
Statisticien-économiste
**Institut d'entrepreneuriat
Banque Nationale |
HEC Montréal**

Avec la collaboration spéciale de

MARCUS DEJARDIN, PH.D.
Professeur associé
Université de Namur et Université catholique de Louvain
et

SYLVAIN LUC, PH.D.
Professeur adjoint
Département des Relations Industrielles
Université Laval

Autorisation de reproduction

À moins d'indications contraires, l'information contenue dans ce rapport peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission de la Fondation de l'entrepreneurship, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite. Toute reproduction doit comporter le libellé suivant: «L'Indice entrepreneurial québécois 2015 de la Fondation de l'entrepreneurship est présenté par la Caisse de dépôt et placement du Québec et réalisé en partenariat avec l'Institut d'entrepreneuriat Banque Nationale | HEC Montréal.»

Toute reproduction ne peut être présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec la Fondation de l'entrepreneurship ou avec son consentement. Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, veuillez faire parvenir un courriel à info@entrepreneurship.qc.ca.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	8
INTRODUCTION	9
Le Québec comme « terrain de jeu »	9
Une mosaïque de tendances	9
Tendances urbaines et rurales	9
Un modèle pour appréhender le potentiel entrepreneurial des territoires	9
De nouveaux points de repère	10
Une lecture revisitée du côté des travailleurs autonomes	10
Un enjeu national, des solutions territoriales	12
SYNTHÈSE	13
FAITS SAILLANTS	15
Intentions	15
Démarches	16
Propriétaires	17
Fermetures	17
Milieux urbains vs milieux ruraux	18
Immigrants	19
Jeunes	19
Culture entrepreneuriale	19
SECTION 1 INDICATEURS DU DYNAMISME ENTREPRENEURIAL QUÉBÉCOIS (PROVINCIAL) ET REGARD SUR LES QUATRE ÉTAPES DU PROCESSUS	21
Intentions	21
Démarches	22
Propriétaires	22
Fermetures	23
SECTION 2 REGARD SUR LES ÉTAPES DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL ET PERSPECTIVES RÉGIONALES	24
Les intentions entrepreneuriales	24
Facteurs contextuels régionaux	24
Immigration et entrepreneuriat	26
Famille en affaires	27
Créer ou reprendre une entreprise	28
Horizon de démarrage de l'entreprise	29
Obstacles pour passer à l'action	30
Motivations pour se lancer en affaires	31
Secteurs d'activité convoités	32
Entreprendre dans sa région ou ailleurs?	32
Facteurs déclencheurs pour passer à l'action	33

Démarches pour créer ou reprendre une entreprise.....	35
Des intentions aux démarches: corrélations et concrétisation du passage à l'acte	36
Création d'emploi.....	37
Investissements requis.....	37
Secteurs d'activité convoités par les démarcheurs.....	38
Obstacles rencontrés durant les démarches.....	39
Aide sollicitée par les démarcheurs.....	40
Propriétaires.....	45
Choix d'entrée en affaires selon les régions.....	45
De nouvelles entreprises dans la chaîne.....	45
À quel âge les actuels propriétaires se sont-ils lancés en affaires?.....	45
Taille des entreprises.....	45
Investissements initiaux et chiffres d'affaires lors de la première année en activité.....	45
Évolution du chiffre d'affaires des entreprises.....	46
Satisfaction perçue par rapport aux revenus.....	46
Obstacles à la croissance.....	46
Occupation antérieure des propriétaires d'entreprise.....	47
Types d'aides nécessaires pour croître.....	47
Fermetures.....	49
Durée de vie des entreprises avant fermeture.....	49
Fermeture, et après?.....	49
Raisons de fermeture.....	50
SECTION 3 REGARD SUR LE DYNAMISME ENTREPRENEURIAL QUÉBÉCOIS SELON LE DEGRÉ D'URBANITÉ.....	51
Classification des localités québécoises aux fins du rapport.....	51
Degré d'urbanité et entrepreneuriat.....	53
Des milieux ruraux plus dynamiques que les métropoles.....	53
Dynamisme entrepreneurial des moyennes et grandes villes à la traîne.....	54
Taux élevé d'intentions entrepreneuriales dans les métropoles québécoises.....	54
Modalités adoptées pour se lancer en affaires par les propriétaires actuels.....	57
Même culture entrepreneuriale partout?.....	57
SECTION 4 CULTURE ENTREPRENEURIALE.....	59
Culture et représentations entrepreneuriales.....	59
Accointance des entrepreneurs et intentions de se lancer en affaires.....	59
Perspectives d'emplois dans la région et intentions de se lancer en affaires.....	60
Perceptions à l'égard des entrepreneurs et de leur rôle social.....	62
L'entrepreneuriat comme choix optimal de carrière.....	68
Rôle de l'environnement comme <i>stimulus</i> du désir d'entreprendre.....	70
Perception de l'encouragement à l'entrepreneuriat par les différents paliers du gouvernement.....	74
L'attrait pour l'entrepreneuriat.....	74
Les désavantages perçus de l'entrepreneuriat.....	75
Les facteurs personnels.....	76

SECTION 5 MODÈLE EXPLICATIF DU POTENTIEL ENTREPRENEURIAL DES QUÉBÉCOIS	81
Facteurs contextuels	82
Facteurs sociocognitifs.....	83
La légitimité de l'entrepreneuriat.....	84
La désirabilité de l'acte entrepreneurial	84
La faisabilité de l'acte entrepreneurial.....	84
Sentiment d'efficacité personnelle.....	85
Lieu de contrôle.....	85
CONCLUSION.....	86
Les habitants des villages et des petites villes du Québec : les plus déterminés à entreprendre!.....	86
La reprise d'entreprise : choix privilégié d'entrée en affaires dans les milieux ruraux	87
Au Québec, provenir d'une famille en affaires double les chances de devenir entrepreneur.....	87
L'entrepreneur québécois typique est surtout orienté vers la recherche d'occasions d'affaires et il est plus rarement motivé par la nécessité ou la survie	87
Une majorité de Québécois veulent entreprendre dans leur région de domicile	88
BIBLIOGRAPHIE	89
ANNEXE 1 SYNTHÈSE 2009-2015.....	91
ANNEXE 2 MÉTHODOLOGIE.....	92

TABLE DES GRAPHIQUES

Graphique 1: Synthèse du dynamisme entrepreneurial par groupes de la population – Québec (avril 2015)	14
Graphique 2: Intentions de créer ou reprendre une entreprise selon le groupe d'âge et le sexe, milieu urbain-rural – Québec (avril 2015)	22
Graphique 3: Démarches pour créer ou reprendre une entreprise selon le groupe d'âge et le sexe, milieu urbain-rural – Québec (avril 2015).....	22
Graphique 4: Propriétaires selon le groupe d'âge et le sexe, milieu urbain-rural – Québec (avril 2015)	23
Graphique 5: Fermetures d'entreprise (au moins une fois) selon le groupe d'âge et le sexe, milieu urbain-rural – Québec (avril 2015)	23
Graphique 6: Fréquences régionales des intentions de se lancer en affaires – Québec (avril 2015)	25
Graphique 7: Fréquences régionales de la répartition des répondants immigrants – Québec (avril 2015)	26
Graphique 8: Fréquences régionales des intentions de rachat d'entreprise – Québec (avril 2015)	28
Graphique 9: Fréquences régionales des intentions de relève d'entreprise – Québec (avril 2015)	29
Graphique 10: Fréquences régionales des intentions de se lancer en affaires dans les trois prochaines années – Québec (avril 2015).....	30
Graphique 11: Fréquences régionales des démarches en vue de se lancer en affaires – Québec (avril 2015).....	35
Graphique 12: Fréquences régionales des rapports entre le taux des démarches et celui des intentions – Québec (avril 2015).....	36
Graphique 13: Investissements totaux requis pour démarrer l'entreprise – Québec (avril 2015)	37
Graphique 14: Fréquences régionales du recours aux programmes gouvernementaux comme principale source de financement pour le lancement d'entreprise – Québec (avril 2015)	38
Graphique 15: Fréquences régionales des personnes se trouvant en étape de démarches et ayant déjà sollicité l'aide d'organismes gouvernementaux – Québec (avril 2015)	40
Graphique 16: Fréquences régionales du besoin d'aide en matière de formation et d'information auprès des organismes gouvernementaux – Québec (avril 2015)	41
Graphique 17: Fréquences régionales du besoin d'aide sous forme de conseils des entrepreneurs expérimentés – Québec (avril 2015).....	42

Graphique 18: Fréquences régionales du besoin d'aide sous forme d'accès aux réseaux d'entrepreneurs – Québec (avril 2015)	43
Graphique 19: Satisfaction des entrepreneurs par rapport à leurs revenus – Québec (avril 2015)	46
Graphique 20: Durée de vie de l'entreprise avant fermeture, par groupe d'âge des propriétaires – Québec (avril 2015)	49
Graphique 21: Horizon temporel prévu par les démarcheurs pour le lancement effectif de leur entreprise selon le degré d'urbanité – Québec (avril 2015)	56
Graphique 22: Fréquences régionales des perceptions favorables concernant le rôle des entrepreneurs en tant que créateurs d'emplois et de richesse – Québec (avril 2015)	64
Graphique 23: Fréquences régionales des perceptions favorables de l'implication des entrepreneurs dans leur communauté – Québec (avril 2015)	65
Graphique 24: Fréquences régionales des perceptions favorables du rôle de modèle de l'entrepreneur dans la communauté – Québec (avril 2015)	66
Graphique 25: Fréquences régionales des perceptions favorables quant à la nature saine de l'enrichissement personnel d'un entrepreneur – Québec (avril 2015)	67
Graphique 26: Fréquences régionales des perceptions favorables de l'honnêteté des entrepreneurs – Québec (avril 2015)	68
Graphique 27: Choix optimal de carrière, répondants avec ou sans intentions et ceux n'excluant pas la possibilité d'entreprendre un jour (NSP) – Québec (avril 2015)	69
Graphique 28: Fréquences régionales de la perception de l'entrepreneuriat comme choix optimal de carrière – Québec (avril 2015)	70
Graphique 29: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par des membres de la famille, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)	71
Graphique 30: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par des amis et/ou collègues de travail, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)	72
Graphique 31: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par les gens déjà en affaires, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)	72
Graphique 32: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par les intervenants scolaires, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)	73
Graphique 33: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par les intervenants socioéconomiques, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)	73
Graphique 34: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par les intervenants politiques, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)	74
Graphique 35: Attraits de l'entrepreneuriat, ensemble de la population – Québec (avril 2015)	75
Graphique 36: Éléments les plus indésirables de l'entrepreneuriat, ensemble de la population – Québec (avril 2015)	75

Graphique 37: Propension à prendre des risques, répondants avec ou sans intentions et indécis – Score Z – Québec (avril 2015)	76
Graphique 38: Propension à prendre des risques, selon le degré d'urbanité – Score Z – Québec (avril 2015)	76
Graphique 39: Sentiment d'efficacité personnelle, répondants avec ou sans intentions et indécis – Score Z – Québec (avril 2015)	78
Graphique 40: Modèle explicatif du potentiel entrepreneurial	82
Graphique 41: Distribution des intentions par groupe d'âge – Québec (avril 2015).....	83
Graphique A1: Synthèse du dynamisme entrepreneurial selon le territoire (2009-2015)	91

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1: Principaux indicateurs utilisés – Québec (avril 2015)	11
Tableau 2: Régions administratives du Québec sondées pour l'IEQ 2015 – Québec (avril 2015)	12
Tableau 3: Motivations pour se lancer en affaires – Québec (avril 2015)	31
Tableau 4: Intention d'affaires par secteurs d'activité (codes SCIAN à deux chiffres) – Québec (avril 2015)	32
Tableau 5: Principaux éléments déclencheurs pour passer aux démarches – Québec (avril 2015)	33
Tableau 6: Principaux obstacles à la croissance des entreprises – Québec (avril 2015)	47
Tableau 7: Types d'aides nécessaires pour croître – Québec (avril 2015)	48
Tableau 8: Classification des municipalités québécoises – Québec (avril 2015).....	52
Tableau 9: Synthèse du dynamisme entrepreneurial par degré d'urbanité – Québec (avril 2015)	53
Tableau 10: Influence des immigrants au dynamisme entrepreneurial québécois – Québec (avril 2015)	54
Tableau 11: Éléments déclencheurs pour les démarches selon le degré d'urbanité – Québec (avril 2015)	55
Tableau 12: Modalités des propriétaires pour se lancer en affaires selon le degré d'urbanité – Québec (avril 2015).....	57
Tableau 13: Perceptions à l'égard des perspectives d'emploi dans la région, répondants avec ou sans intentions – Québec (avril 2015).....	60
Tableau 14: Perceptions à l'égard des perspectives d'emploi dans la région, répondants avec ou sans intentions – Québec (avril 2015).....	61
Tableau 15: Perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs (proportion des répondants en accord avec l'énoncé), répondants avec et sans intentions et indécis – Québec (avril 2015).....	63
Tableau 16: Sentiment d'efficacité personnelle, autres freins et motivations, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015).....	77
Tableau 17: Actions souhaitables en vue d'améliorer la culture entrepreneuriale, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015).....	79
Tableau A2: Le nombre de répondants pour chaque région et les marges d'erreur maximales associées à chacune – Québec (avril 2015).....	93

REMERCIEMENTS

La Fondation de l'entrepreneurship (FDE) remercie sincèrement la Caisse de dépôt et placement du Québec de son important soutien dans la publication et la diffusion de l'Indice entrepreneurial québécois (IEQ). Depuis 2010, l'équipe de la Caisse a su appuyer le projet de donner aux Québécois une lecture de leur dynamisme entrepreneurial et une meilleure compréhension de ses rouages et leviers. Un très grand merci à : Michèle Boisvert, Manon Hamel, Jean-Benoît Houde, Louis-Alexandre Lacoste et Caroline St-Jacques.

Voilà déjà deux ans que la FDE réalise l'IEQ avec un partenaire stratégique d'envergure : l'Institut d'entrepreneuriat Banque Nationale | HEC Montréal et son équipe de recherche exceptionnelle formée de Gabriel Chirita et Mihai Ibanescu. Cette édition bénéficie également de la collaboration spéciale de l'Institut avec Marcus Dejardin, professeur associé à l'Université de Namur et à l'Université catholique de Louvain, et Sylvain Luc, professeur à l'Université Laval.

Merci également à Christopher Bryant, professeur associé au département de géographie de l'Université de Montréal.

C'est aussi sur la réputation d'une grande équipe de sondeurs que s'est forgée celle de l'IEQ. Pour leur importante collaboration depuis le tout début : merci à l'équipe de Léger et plus particulièrement à Nyna Ouellet.

Bien sûr, certains collègues de la FDE ne sauraient être en reste... Un grand merci à : Roxane Claessens, Estelle Delattre, Yann Dubor, Stéphanie Gervais et Manon Trépanier.

Bonne lecture,



Rina Marchand
Directrice principale, Contenus et innovation
Fondation de l'entrepreneurship

INTRODUCTION

Le Québec comme « terrain de jeu »

Depuis ses débuts en 2009, l'IEQ s'est défini comme une mesure du dynamisme entrepreneurial de la population québécoise. Bien que certains indicateurs ont été traditionnellement comparés à la population du reste du Canada, le véritable « terrain de jeu » de l'IEQ et ce qui le rend si unique et utile, c'est son regard poussé sur les différents enjeux et tendances de l'entrepreneuriat de la province.

Dans le cadre de l'exploration des facettes de ce grand prisme qu'est l'entrepreneuriat de notre province, la question suivante a été soulevée : « Entreprendre... est-ce partout pareil au Québec? ». C'est cette question qui a guidé la présente édition de l'IEQ et qui nous fait rompre avec la tradition. En effet, pour mieux se pencher sur les différentes réalités régionales, l'IEQ a privilégié une analyse portant uniquement sur les données globales de la province, mises en relation avec celles des régions du Québec.

Une mosaïque de tendances

Avec un thème aussi ambitieux et un tel angle d'approche, difficile de prétendre à une lecture exhaustive du dynamisme entrepreneurial dans toutes les régions du Québec (sinon, l'ouvrage aurait été autrement plus volumineux!). Volontairement, l'analyse ne se présente pas non plus sous forme de palmarès où chaque région se verrait en « compétition » selon sa position, son rang... En effet, il est beaucoup plus juste de voir cette édition de l'IEQ comme la présentation d'une mosaïque de l'entrepreneuriat régional québécois. Nous avons d'ailleurs privilégié l'utilisation de certains indicateurs usuels de l'IEQ présentés sous forme de cartes des tendances régionales de l'entrepreneuriat québécois, tout en nous focalisant parfois sur certains aspects révélateurs ou uniques.

Précisons qu'une région ne figure pas dans les territoires sondés, soit le Nord-du-Québec (tableau 2). Les raisons principales de ce choix sont liées au fait que sa population est grandement dispersée sur un territoire immense et qu'il possède des caractéristiques socioéconomiques qui lui sont propres.

Tendances urbaines et rurales

En plus de présenter une cartographie des tendances régionales, l'IEQ s'attarde aussi à présenter les résultats classifiés par types de zones géographiques. Ainsi, l'analyse des intentions entrepreneuriales se décline également dans une lecture du dynamisme des villes (regroupées dans quatre catégories selon leur taille) et des villages québécois. Cette classification (section 3) a pour principal intérêt d'offrir un point de repère voire de comparaison aux acteurs du développement socioéconomique des différentes localités du Québec.

Un modèle pour appréhender le potentiel entrepreneurial des territoires

Nous le savons, plusieurs facteurs influencent le développement de l'entrepreneuriat des territoires. L'individu et tout ce qu'il a comme bagage (scolaire, familial, social, comportemental) sont une chose. Cependant, son milieu de vie (les facteurs régionaux de nature économique, politique, institutionnelle, la culture d'un territoire, la structure industrielle, la localisation, etc.) fournit tout autant « d'intrants » dans la grande équation

de la formation des intentions entrepreneuriales. L'IEQ offre donc une lecture de cet amalgame de facteurs, par le biais d'un modèle dont l'objectif est d'expliquer et de prédire une phase majeure du processus entrepreneurial : l'intention entrepreneuriale. Dans une perspective processuelle, celle-ci prédit la création d'entreprise susceptible de se concrétiser et constitue une véritable mesure du potentiel entrepreneurial d'un territoire.

Parmi les limites imposées par la structure de l'édition 2015 de l'IEQ, mentionnons tout un pan à explorer, qui s'avère essentiel à la dynamisation de l'entrepreneuriat dans les régions : l'innovation. Cet « élément complémentaire de l'entrepreneuriat pour soutenir la création et encore plus la transformation des entreprises après leur création¹ » est un autre « intrant » des plus importants dans l'équation entrepreneuriale. Mentionnons toutefois qu'au niveau provincial, l'IEQ s'est déjà penché sur cette thématique dans son édition 2013².

De nouveaux points de repère

Toujours soucieux de faire évoluer l'IEQ, nous avons introduit cette année de nouveaux points de repère afin de nous permettre d'enrichir notre lecture de l'entrepreneuriat québécois. Dans la foulée, les indicateurs suivants font partie de l'édition 2015 :

Le taux d'individus immigrants³ dans la chaîne entrepreneuriale. Nous le verrons, ces individus sont parfois très présents au sein de l'entrepreneuriat régional québécois.

La population active. En effet, avec le vieillissement de la population, il peut s'avérer intéressant de comparer la lecture usuelle de l'IEQ (population adulte – 18 ans et plus) avec une lecture focalisée sur le segment dit de la population active (18-64 ans). Une telle lecture a pour effet d'illustrer l'impact relatif au fait de ne prendre en compte que les individus les plus susceptibles de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.

Les individus provenant des familles en affaires. En introduisant cet indicateur, combiné aux taux d'individus dans les différentes étapes de la chaîne, nous avons voulu étudier l'influence, sur le territoire québécois, de ce contexte familial spécifique. Et l'IEQ nous révèle d'ailleurs quelques surprises à cet égard...

Une lecture revisitée du côté des travailleurs autonomes

Depuis la création de l'IEQ, une approche « entrepreneur » a été privilégiée, avec pour objectif de jeter un regard sur le dynamisme de ces individus au sein de la grande chaîne de l'entrepreneuriat. Ainsi le futur est-il examiné (les intentions d'entreprendre et démarches pour se lancer en affaires) tout autant que le présent (les propriétaires actuels) et le passé (les individus ayant déjà fermé une entreprise au cours de leur vie).

En 2015, nous avons voulu raffiner notre lecture lorsqu'il s'agit des travailleurs autonomes (qui ont toujours été inclus dans le taux de propriétaires de l'IEQ et qui continuent de l'être). En effet, certaines personnes peuvent se déclarer travailleurs autonomes sans que leur travail ait nécessairement une nature véritablement entrepreneuriale. Il s'agit surtout d'employés payés à la commission, d'employés contractuels, de pigistes, etc. Cette année, nous avons donc souhaité cerner, au sein des travailleurs autonomes, une tranche plus spécifiquement dynamique (d'un point de vue entrepreneurial) : les autoentrepreneurs.

1 Source : Julien et St-Pierre (2015).

2 *Indice entrepreneurial québécois 2013*. « Les entrepreneurs québécois font-ils preuve d'audace? » Fondation de l'entrepreneurship, avril 2013.

3 Les immigrants sont, selon l'Institut de la statistique du Québec, les personnes nées à l'étranger de parents non canadiens et qui ont détenu ou détiennent le statut d'immigré reçu.

Cette lecture revisitée des travailleurs autonomes se reflète ainsi dans la définition des principaux indicateurs utilisés (tableau 1 – propriétaires) et, dans une certaine mesure également, dans le taux de propriétaires de l'IEQ 2015 (annexe 1).

Tableau 1 : Principaux indicateurs utilisés – Québec (avril 2015)

Intentions
Seul(e) ou avec d'autres personnes, vous avez l'intention de créer un jour une nouvelle entreprise ou de reprendre une entreprise existante.
Démarches
Au cours de la dernière année, seul(e) ou avec d'autres personnes, vous avez réalisé des démarches pour créer une nouvelle entreprise ou reprendre une entreprise existante (ex. : rechercher de l'équipement ou un emplacement, organiser une équipe de travail, élaborer un plan d'entreprise, commencer à épargner de l'argent ou d'autres activités qui aideraient à lancer une entreprise).
Propriétaires
<ul style="list-style-type: none"> • Unique propriétaire d'une entreprise (les travailleurs autonomes y sont inclus) • Propriétaire associé dans une entreprise immatriculée ou incorporée (les coopératives y sont incluses)
Fermetures
Les individus qui ont déjà fermé ou cessé les activités d'une entreprise dont ils étaient propriétaires et qu'ils dirigeaient. La fermeture ou la cessation des activités d'une entreprise ne comprend pas ici la vente d'une entreprise.
Population adulte
Ensemble des répondants représentatifs de la population adulte (18 ans et plus), qu'ils soient actifs ou non dans le processus entrepreneurial.
Population active
Ensemble des répondants représentatifs de la population active (18 à 64 ans), qu'ils soient actifs ou non dans le processus entrepreneurial.
Population immigrante
Les personnes nées à l'étranger de parents non canadiens et qui ont détenu ou détiennent le statut d'immigré reçu.
Population urbaine
Ensemble des répondants habitant dans les métropoles, grandes villes et villes moyennes (voir section 3).
Population rurale
Ensemble des répondants habitant dans les petites villes et villages (voir section 3).

Tableau 2 : Régions administratives du Québec sondées pour l'IEQ 2015 – Québec (avril 2015)⁴

No	Région
1	Bas-Saint-Laurent
2	Saguenay–Lac-Saint-Jean
3	Capitale-Nationale
4	Mauricie
5	Estrie
6	Montréal
7	Outaouais
8	Abitibi-Témiscamingue
9	Côte-Nord
11	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
12	Chaudière-Appalaches
13	Laval
14	Lanaudière
15	Laurentides
16	Montréal
17	Centre-du-Québec

Un enjeu national, des solutions territoriales

Les structures du développement socioéconomique du Québec sont en pleine transformation, mais jamais l'entrepreneuriat n'a trouvé autant grâce aux yeux de tous les chefs de file et acteurs des milieux politique et économique... Jamais le lien entre l'entrepreneuriat et la prospérité du Québec (dans tous les sens du terme) n'a été aussi évident et sur toutes les lèvres. Dans un tel contexte, la poursuite de l'accompagnement des porteurs de projets, de création ou de reprise d'entreprise, s'avère essentielle. Alors que l'enjeu est national, c'est pourtant sur le terrain que tout se joue et où chaque région peut apporter ses solutions. Nous espérons que l'IEQ 2015 puisse nourrir la réflexion de tous ceux et celles qui font partie de ces solutions...

4 La région du Nord-du-Québec (10) n'a pas fait l'objet de notre enquête.

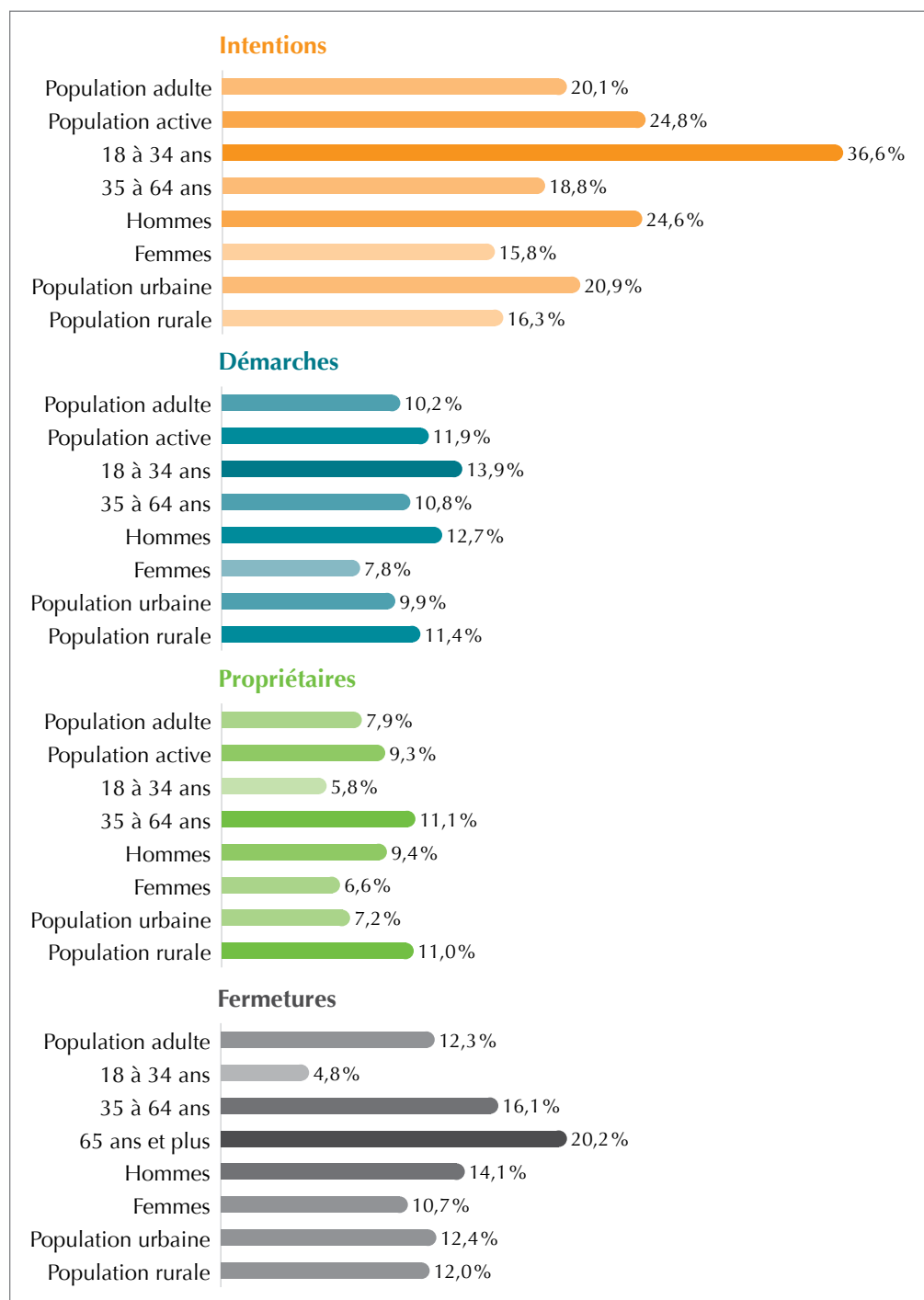
SYNTHÈSE

Le graphique 1 (page suivante) résume les quatre grands indicateurs de la chaîne entrepreneuriale au Québec pour l'année 2015. L'utilisation de cette chaîne se révèle utile pour comprendre les motivations et les obstacles rencontrés par une personne durant son cheminement, depuis l'intention d'entreprendre jusqu'au démarrage et à la pérennité de l'entreprise. Les résultats sont repris et expliqués en détail dans le rapport. Notons qu'une synthèse des quatre grands indicateurs utilisés depuis la première parution de l'IEQ en 2009 est disponible en annexe 1.

Cette année, nous avons ajouté le segment sociodémographique « Population active » (18-64 ans), en complément du segment « Population totale » (qui représente les 18 ans et plus). Le segment « Population active » a été utilisé comme base de calcul pour certains indicateurs, afin de permettre une meilleure comparaison avec des rapports internationaux, tels que le GEM.⁵

La section suivante présente les principaux renseignements tirés de l'analyse des données permettant d'identifier certaines avancées et certains défis en matière d'entrepreneuriat québécois. Leur présentation est proposée sous forme de faits saillants.

⁵ GEM = Global Entrepreneurship Monitor, étude annuelle sur l'activité entrepreneuriale dans plusieurs pays du monde, réalisée par le consortium GEM.



Graphique 1 : Synthèse du dynamisme entrepreneurial par groupes de la population – Québec (avril 2015)

FAITS SAILLANTS

Intentions

Sur l'ensemble du Québec (population adulte), le taux d'intentions entrepreneuriales est de 20,1 % (il était de 19,1 % en 2014).

En région | Montréal et Laval constituent les deux pôles les plus dynamiques, dépassant la moyenne provinciale; des taux notamment teintés par la présence plus forte d'immigrants sur ces territoires. À noter cependant que le taux élevé d'intentions entrepreneuriales au niveau des métropoles québécoises (Montréal, Laval, Québec et Gatineau) ne se traduit pas par des taux supérieurs de propriétaires d'entreprise.

Familles en affaires | Le taux d'intentions entrepreneuriales chez les individus issus de familles en affaires est presque deux fois plus élevé que celui des individus n'ayant pas bénéficié de ce contexte familial (34,0 % vs 17,4 %). Les régions qui concentrent le plus grand nombre de répondants issus de familles en affaires sont le Bas-Saint-Laurent (20,6 %) et le Centre-du-Québec (20,0 %).

Familles en affaires | Les régions où le fait de provenir d'une famille en affaires augmente considérablement les chances de se trouver dans la chaîne entrepreneuriale (intentions, démarches, propriétaires) sont l'Abitibi-Témiscamingue et le Saguenay-Lac-Saint-Jean (2,7 fois plus de chances).

Créer ou reprendre ? | Sur l'ensemble du Québec, la création d'entreprise *ex nihilo* est de 78,2 %. Un répondant sur 10 se montre intéressé par la reprise d'entreprise (5,1 % pour le rachat et 4,6 % pour la relève). La Mauricie et l'Abitibi-Témiscamingue se démarquent, avec 14,0 % des répondants intéressés par le rachat d'entreprise. La relève est, quant à elle, surtout envisagée en Gaspésie (24,3 %), en Mauricie (17,9 %) et encore en Abitibi-Témiscamingue (14,4 %).

Horizon temporel pour démarrer | 52,7 % des répondants de l'ensemble du Québec pensent commencer à entreprendre des démarches pour se lancer en affaires dans un horizon temporel de moins de trois ans. Les répondants les plus déterminés proviennent de la Mauricie (71,9 %), du Centre-du-Québec (67,7 %) et de Laval (61,2 %).

Obstacles pour entreprendre | Pour l'ensemble de la province, le manque d'argent (32,9 %), suivi par le fait d'être aux études (10,2 %) et le manque de temps (9,5 %) sont les principaux obstacles au démarrage d'entreprise. Les variations interrégionales sont assez fortes, le manque d'argent étant l'obstacle principal pour presque la moitié des répondants du Bas-Saint-Laurent (49,8 %), de la région Chaudière-Appalaches (48,8 %) et de l'Outaouais (47,4 %). Au Centre-du-Québec (32,1 %) et à Montréal (21,9 %), être aux études est plus important qu'entreprendre, tandis que le manque de temps est le plus souvent mentionné en Montérégie (22,3 %) et au Saguenay (16,9 %).

Motivations et facteurs déclencheurs pour entreprendre | Les Québécois sont surtout motivés pour se lancer en affaires par le désir d'accomplissement et de réaliser un rêve et par le besoin d'indépendance. L'identification d'une occasion d'affaires est le facteur déclencheur le plus important pour passer à l'acte de création d'entreprise (26,2 %). S'ensuivent de près l'augmentation des compétences personnelles (25,2 %) et la présence d'un mentor (18,3 %).

Secteurs d'activité envisagés | Pour l'ensemble des répondants adultes du Québec, les services professionnels, scientifiques et techniques sont les plus convoités (22,9 %), suivis par le commerce de détail (13,0 %) et les services d'hébergement et de restauration (11,8 %).

Entreprendre dans sa région | Plus des deux tiers des répondants (69,4 %) souhaitent créer ou reprendre une entreprise dans leur région de domicile. Les répondants de la Montérégie (82,2 %) et des Laurentides (81,2 %) sont les plus décidés à rester dans leurs régions respectives. Quitter leur région est l'option la plus envisagée par les répondants de la Côte-Nord (24,4 %) et de Lanaudière (18,8 %).

Démarches

Parmi tous les répondants adultes du Québec, 10,1 % ont entrepris des démarches en vue de créer une nouvelle entreprise ou d'en reprendre une existante (2014: 9,1 %).

Concrétisation du passage à l'acte | Des intentions aux démarches, c'est la région de Chaudière-Appalaches qui se démarque le plus avec un rapport du taux de démarches sur le taux d'intentions de 69,5 %.

Création d'emploi | Les démarcheurs québécois envisagent majoritairement (58,7 %) de créer au moins un emploi (sans compter le leur) tandis que 21,1 % envisagent d'en créer au moins quatre durant la 1^{re} année d'activité de leur entreprise.

Investissements requis pour démarrer | Pour un peu plus d'un quart des répondants démarcheurs (26,7 %), des montants jusqu'à 5 000 \$ suffiraient pour commencer l'exploitation de leur entreprise. Des investissements de plus de 100 000 \$ sont envisagés par un répondant sur cinq, sur l'ensemble du Québec. Les projets ambitieux sont surtout évoqués dans les régions de la Chaudière-Appalaches (où 45,3 % des répondants comptent investir plus de 100 000 \$) ou de Lanaudière (31,6 %).

Sources de financement envisagées | Les démarcheurs comptent surtout sur leurs économies personnelles (50,1 %) pour se lancer. Les prêts bancaires (ou émanant d'autres institutions financières) constituent la 2^e source de financement envisagée (32,3 %). L'aide provenant de la famille arrive en 3^e position (13,9 %).

Secteurs d'activité envisagés | Les démarcheurs envisagent surtout le commerce de détail (17,2 %) et le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques (13,5 %).

Obstacles | Sur l'ensemble du Québec (population active), les obstacles liés au financement sont considérés comme étant les plus importants (39,0 % au total), qu'il s'agisse du manque d'économies (20,9 %), du financement public insuffisant ou inadéquat (10,2 %) ou de la difficulté à obtenir du financement privé (7,9 %). La complexité des procédures administratives, juridiques et fiscales représente un obstacle perçu par 20,4 % des démarcheurs, notamment au Saguenay-Lac-Saint-Jean (33,8 %), dans le Bas-Saint-Laurent (32,0 %) et dans Lanaudière (29,3 %).

Aide sollicitée | 46,3 % de la population active du Québec en démarches a sollicité de l'aide (de nature financière, technique ou en matière de formation, etc.) des organismes publics. La satisfaction par rapport aux services reçus est la plus élevée dans les régions de la Côte-Nord, du Saguenay-Lac-Saint-Jean, de la Mauricie, de la Montérégie et de Laval.

Aide sollicitée | L'accès à des réseaux d'entrepreneurs est mentionné par 17,3 % des démarcheurs québécois, et de façon plus importante dans les régions de Montréal (25,1 %), de Laval (25,8 %) et de la Mauricie (27,1 %).

Propriétaires

Le taux de propriétaires d'entreprise dans la population adulte au Québec est de 7,9% (9,3% pour la population active).

Créateurs ou repreneurs ? | Pour les répondants adultes du Québec, la création d'une nouvelle entreprise a été l'option privilégiée (71,1%), suivie par la relève d'une entreprise existante (18,7%) et ensuite le rachat (10,2%). En région, prendre la relève d'une entreprise a été la forme privilégiée d'entrée en affaires pour plus de 30% des propriétaires de la Gaspésie, de la Côte-Nord et du Centre-du-Québec.

Investissements requis lors du démarrage | 44,7% des actuels propriétaires ont démarré avec moins de 5 000 \$, et 10,2% avec 100 000 \$ et plus. Le début en affaires a été relativement modeste (moins de 50 000 \$) pour plus de la moitié des répondants (53,3%).

Augmentation du chiffre d'affaires | 6,7% des propriétaires ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de plus de cinq fois depuis leur première année d'entrée en affaires. Au total, 57,1% d'entre eux ont affirmé avoir assuré une croissance de leur chiffre d'affaires, et 22,0% ont indiqué avoir maintenu une stabilité. La diminution du chiffre d'affaires est mentionnée par un propriétaire sur dix.

Obstacles à la croissance | Plus d'un quart des entrepreneurs (28,9%) affirment qu'il n'y a pas d'obstacle à la croissance de leur entreprise. Parmi les autres répondants, le principal obstacle réside dans la situation économique instable (48,3%). Cette perception est encore plus forte dans la Côte-Nord (80,0%), l'Outaouais (65,6%) et le Bas-Saint-Laurent (65,0%).

Aide à la croissance | Avoir des contacts influents est mentionné par un tiers des propriétaires (33,6%), ce qui met en évidence un certain degré d'isolement de ceux-ci. Vient ensuite le besoin de subvention, presque à égalité. L'accès à des réseaux d'entrepreneurs est une aide particulièrement demandée en Estrie, en Montérégie et au Centre-du-Québec (plus de 20%).

Fermetures

Le taux de fermetures (personnes ayant fermé au moins une fois une entreprise dont elles étaient propriétaires) en 2015 est de 12,4% (2014: 11,4%).

Durée de vie des entreprises | Une majorité d'entreprises qui ne sont plus en activité (56,1%) ont connu une durée de vie allant jusqu'à 5 ans.

Retour à l'entrepreneuriat | Autant de femmes que d'hommes (30,9%) de 35 à 64 ans ont déjà repris le cycle entrepreneurial après la fermeture de leur entreprise. Songer à revenir un jour à l'entrepreneuriat est particulièrement le cas du groupe des 35-64 ans (hommes: 53,6%; femmes: 35,0%).

Raisons de fermeture | 10,8% des fermetures sont le résultat du départ en retraite du propriétaire. Évidemment, les groupes de 65 ans et plus représentent la quasi-totalité des cas: c'est la motivation principale indiquée par 45,1% des hommes et par 20,4% des femmes de ce groupe d'âge. Le manque de relève est mentionné par 8,2% des hommes et 5,2% des femmes de ce même groupe d'âge. Les difficultés financières (12,7% de l'ensemble des fermetures) concernent surtout les femmes âgées de 35 à 64 ans (22,4%) et les jeunes hommes (17,8%).

Milieus urbains vs milieux ruraux

Dynamisme global | Effet croisé entre les métropoles et les milieux ruraux⁶ ! Les métropoles québécoises⁷, dynamiques en ce qui concerne les intentions (24,2 % vs 13,8 % pour les villages), voient graduellement leur effet « locomotive » perdre de la vitesse. Le taux de démarcheurs dans les métropoles (11,6 %) arrive presque à égalité avec celui des villages⁸ (11,1 %) et des petites villes⁹ (11,7 %). Le rapport de force s'inverse ensuite véritablement, affichant un taux de propriétaires de 7,5 % dans les métropoles alors qu'il se situe à 10,2 % dans les villages et à 11,6 % dans les petites villes.

Horizon temporel pour démarrer | Les villages, et dans une moindre mesure les petites villes, se démarquent nettement par leur volonté d'entreprendre dans un plus court horizon temporel que les métropoles.

Création d'entreprise vs reprise ou relève | La relève a été choisie comme principale modalité pour se lancer en affaires par un tiers des répondants propriétaires au sein des petites villes (32,5 %), des villages (36,5 %) et des grandes villes. Le rachat d'entreprises est également très envisagé dans les petites villes (17,1 %). La relève enregistre aussi des taux élevés dans les grandes villes¹⁰ (29,5 %). Au pôle opposé, la création d'entreprise *ex nihilo* est envisagée par 87,2 % des habitants de villes moyennes¹¹ (par rapport à la moyenne provinciale de 71,1 %).

Propension au risque | Chez les Québécois, la propension au risque est plus élevée dans les métropoles et dans les grandes et moyennes villes que dans les petites villes et les villages.

Sensibilisation à l'entrepreneuriat | La perception du rôle positif des intervenants scolaires dans la sensibilisation à l'entrepreneuriat est plus forte auprès des répondants (ayant des intentions entrepreneuriales) des milieux ruraux, et ceci de façon significative (37,5 %, par rapport à 27,6 % sur l'ensemble des répondants de tous les milieux).

Qualités requises pour se lancer en affaires | Les répondants des milieux ruraux ayant des intentions de se lancer en affaires se distinguent aussi par un plus haut niveau de confiance dans leurs compétences, connaissances et qualités personnelles.

6 Les villages et les petites villes forment ce qu'on a appelé les milieux ruraux (pour plus de détails, voir la section 3 du rapport).

7 Aux fins de notre rapport, on inclut dans la catégorie « métropoles » : Montréal, Laval, Québec et Gatineau.

8 Villages = localités dont la population est inférieure à 2 500 habitants.

9 Petites villes = localités dont la population se situe entre 2 500 et 9 999 habitants.

10 Aux fins de notre rapport, on inclut dans la catégorie « grandes villes » : Longueuil, Sherbrooke, Saguenay, Lévis, Trois-Rivières, Terrebonne. Il s'agit en fait des villes ayant entre 100 000 et 250 000 habitants.

11 Entre 10 000 et 100 000 habitants.

Immigrants

Intentions | Le taux d'intentions entrepreneuriales parmi les immigrants au Québec est de 32,3 %, comparativement à 18,8 % dans le reste de la population adulte.

Immigration et métropoles | Les immigrants fournissent un apport positif au taux d'intentions entrepreneuriales et de démarches dans les métropoles. Montréal et Laval sont les deux régions où cet apport est le plus tangible, d'ailleurs.

Jeunes

Intentions | Plus du tiers (36,6 %) des jeunes Québécois (de 18 à 34 ans) sont tentés par l'entrepreneuriat (2014 : 33,6 %).

Démarches | C'est chez les jeunes que le taux de démarches pour créer ou reprendre une entreprise connaît l'augmentation la plus forte (+ 1,9 %).

Fermetures | Les jeunes ont fermé leurs entreprises près de trois fois plus souvent que le groupe des 35 - 64 ans avant d'en arriver à une année d'existence.

Retour à l'entrepreneuriat | 77,1 % des jeunes hommes ayant fermé une entreprise sont entrés à nouveau dans le cycle entrepreneurial (quelle que soit l'étape), ainsi que 69,0 % des jeunes femmes.

Raisons de fermeture | Le manque de clients est invoqué majoritairement par les jeunes (33,3 % chez les jeunes hommes, 26,9 % chez les jeunes femmes), alors que pour l'ensemble des répondants, le taux se situe à 11,7 %. Le besoin d'aide pour réaliser une meilleure analyse de marché avant de se lancer en affaires se fait clairement sentir.

Culture entrepreneuriale

Connaissance d'un entrepreneur | Au Québec, plus de deux personnes sur trois connaissent, plus ou moins bien, un entrepreneur (69,1 %). Quatre répondants sur cinq ayant des intentions entrepreneuriales déclarent connaître personnellement un entrepreneur, par rapport à 62,7 % des répondants n'ayant pas d'intentions.

Perspectives d'emploi | Étonnamment ou non, les répondants ayant l'intention de se lancer en affaires se sont déclarés plus satisfaits quant aux perspectives d'emploi dans leur région par rapport aux répondants sans intentions. En régions, le niveau le plus élevé de satisfaction par rapport à l'emploi actuel est observé en Mauricie (4,31 sur 5) et en Montérégie (4,28 sur 5), tandis que les niveaux les plus faibles sont enregistrés dans le Bas-Saint-Laurent (3,55 sur 5) et à Montréal (3,68 sur 5), la moyenne provinciale étant de 3,93.

Perception globale à l'égard des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat | Les Québécois ont en général des perceptions positives à l'égard des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat (tout comme en 2014). Le taux de perceptions favorables quant au rôle des entrepreneurs, en tant que créateurs de richesse, varie beaucoup entre les régions. Il est de 92,0 % dans le Centre-du-Québec et de seulement 62,7 % dans les Laurentides.

Implication des entrepreneurs dans leur communauté | Elle est perçue positivement par 71,7 % des répondants de la Côte-Nord, mais par seulement 45,8 % des répondants montréalais.

Perception d'honnêteté des entrepreneurs | Les taux les plus élevés d'opinions favorables sont enregistrés en Gaspésie (59,8 %), au Saguenay–Lac-Saint-Jean (58,4 %) et dans la région de la Capitale-Nationale (58,8 %). Ils sont moins élevés en Montérégie (40,7 %) et à Montréal (41,2 %).

Levier de développement économique | L'importance de l'entrepreneuriat et des PME pour le développement économique et la prospérité de la localité et de la région est reconnue par 94,1 % des répondants.

Choix de carrière optimal | Un tiers de tous les répondants (et presque les trois quarts de ceux ayant déjà des intentions) considèrent le fait de travailler à son compte ou d'avoir sa propre entreprise comme étant un choix optimal de carrière. À cet égard, le taux le plus élevé en région se situe à Montréal (41,9 %).

Sensibilisation à l'entrepreneuriat | Plus du quart des répondants ayant des intentions entrepreneuriales affirment avoir été positivement influencés par les intervenants scolaires, contre 12,4 % parmi les répondants sans intentions, signe d'un impact réel de cette catégorie d'intervenants.

Motivations pour se lancer en affaires | L'indépendance de la prise de décisions constitue le principal attrait de l'entrepreneuriat, suivi par la satisfaction personnelle. L'insécurité, l'incertitude et le risque liés à l'échec représentent les éléments les plus indésirables pour plus de la moitié des répondants (55,6 %), suivis par les revenus instables (39,5 %).

Actions souhaitables en vue d'améliorer la culture entrepreneuriale | L'importance de démystifier les montants financiers et les ressources initiales requis pour se lancer en affaires a été constatée tant en 2014 qu'en 2015 comme étant l'action à mener la plus importante. Cependant, promouvoir davantage les occasions d'affaires se révèle aussi très important dans les régions du Saguenay (38,2 %) et de l'Outaouais (37,7 %); démystifier le travail et les qualités requises est plus important en Mauricie (25,3 %), et accentuer les communications sur l'importance de l'entrepreneuriat pour l'économie du territoire est une mesure mentionnée le plus souvent dans le Bas-Saint-Laurent (21,7 %) et en Montérégie (20,3 %).

1

INDICATEURS DU DYNAMISME ENTREPRENEURIAL QUÉBÉCOIS (PROVINCIAL) ET REGARD SUR LES QUATRE ÉTAPES DU PROCESSUS

Cette section porte sur les principaux indicateurs relatifs au processus entrepreneurial : les intentions de se lancer en affaires, les démarches de création ou de reprise d'entreprises, la propriété d'entreprises ou leurs fermetures. Ces résultats sont présentés pour l'ensemble du Québec, tout en privilégiant les comparaisons entre les jeunes Québécois (âgés de 18 à 34 ans) et le reste de la population active adulte (âgée de 35 à 64 ans). Utiliser la population active (âgée de 18 à 64 ans) plutôt que l'ensemble de la population adulte (âgée de 18 ans et plus) permet, à certains égards, une meilleure comparaison avec les statistiques internationales, de même qu'une analyse plus exacte du potentiel entrepreneurial du groupe des 35-64 ans¹².

Intentions

En ce qui concerne les intentions entrepreneuriales et les démarches, l'évolution positive du dynamisme entrepreneurial observée au Québec en 2014 par rapport à 2013 se poursuit en 2015. Sur l'ensemble du Québec et pour l'ensemble de la population adulte, ce taux atteint 20,1 % (par rapport à 19,1 % en 2014).

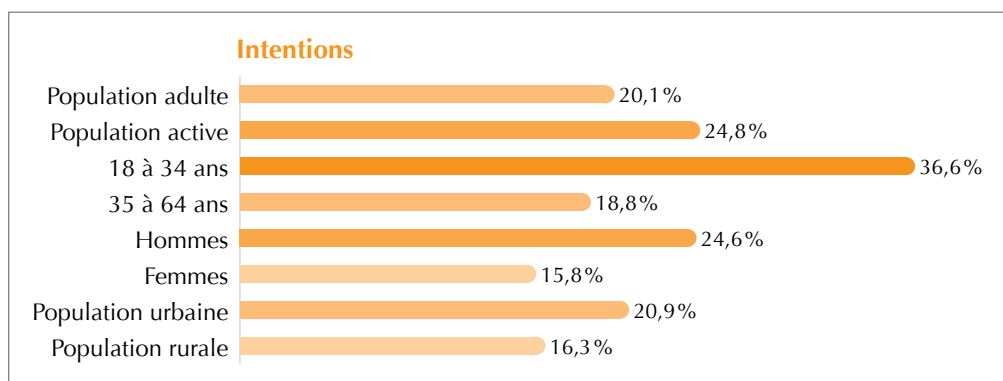
Il convient de noter le taux élevé d'intentions entrepreneuriales des jeunes (de 18 à 34 ans). Plus d'un tiers des jeunes Québécois sont en effet tentés par l'entrepreneuriat (36,6 %). Le taux d'intentions entrepreneuriales des jeunes (de 18 à 34 ans) a aussi connu l'augmentation la plus importante entre 2014 et 2015 (+3 %). Les femmes (de tous âges confondus) constituent un autre groupe ayant enregistré une augmentation notable en ce qui concerne le taux d'intentions entrepreneuriales par rapport à 2014 (+1,8 %). Ainsi, l'écart entre le taux d'intentions des hommes et des femmes s'est réduit de 10,4 % à 8,8 %.

Il faut aussi remarquer que le taux d'intentions entrepreneuriales du groupe d'âge des 35-64 ans est de 18,8 % par rapport à 36,6 % pour les 18-34 ans. Cependant, compte tenu du bassin démographique important de ce groupe d'âge (pratiquement le double par rapport au groupe des 18-34 ans), le nombre total estimé de personnes ayant des intentions entrepreneuriales sur l'ensemble du Québec est à peu près également reparti entre les 18-34 ans et les 35 ans et plus. Ceci représente un élément important à prendre en considération pour bien cibler les politiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises.

Un autre résultat intéressant : la grande proportion de personnes indécises quant à la possibilité de se lancer éventuellement en affaires (16,3 %).

Comme indiqué dans le graphique 1, les gens provenant des centres urbains (de toutes tailles) sont plus portés à l'idée de se lancer en affaires (20,9 %) par rapport à ceux issus des milieux ruraux (16,3 %). Cet écart important pourrait s'expliquer par les perceptions de la taille des marchés, des occasions d'affaires et aussi des dotations en ressources nécessaires pour démarrer une entreprise.

12 Le vieillissement de la population québécoise mène à l'augmentation de l'effectif du groupe d'âge des 65 et plus. Cette augmentation a cependant une influence marginale sur le taux total d'intentions en dépit du taux d'activité entrepreneuriale en croissance de la génération des baby-boomers. Prendre en considération la population active plutôt que la population totale diminue l'éventuel biais induit par les caractéristiques du processus de vieillissement de la population.

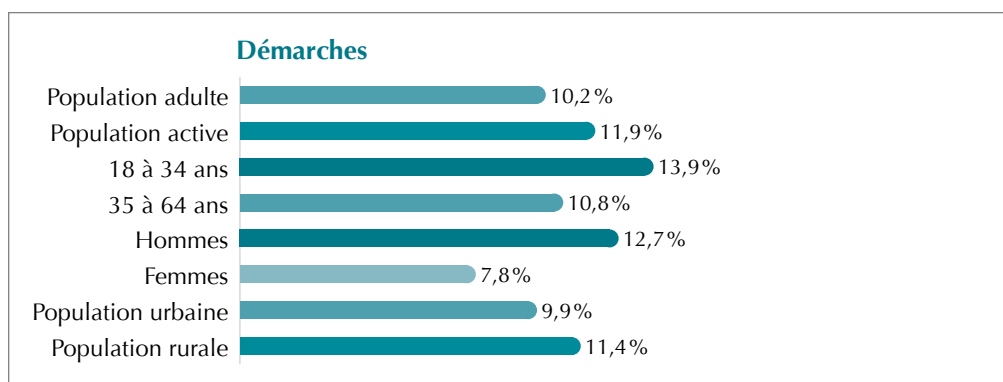


Graphique 2 : Intentions de créer ou reprendre une entreprise selon le groupe d'âge et le sexe, milieu urbain-rural – Québec (avril 2015)

Démarches

Durant la dernière année, 10,2 % du total des répondants adultes du Québec ont entrepris des démarches en vue de créer une nouvelle entreprise ou d'en reprendre une existante (graphique 3). Ceci confirme une tendance ascendante par rapport à 2014 (9,1 %), et surtout, par rapport à 2013 (6,3 %).

C'est chez les jeunes (âgés de 18 à 34 ans) que le taux de démarches pour créer ou reprendre une entreprise connaît l'augmentation la plus forte (+1,9%) par rapport à 2014.



Graphique 3 : Démarches pour créer ou reprendre une entreprise selon le groupe d'âge et le sexe, milieu urbain-rural – Québec (avril 2015)

Propriétaires

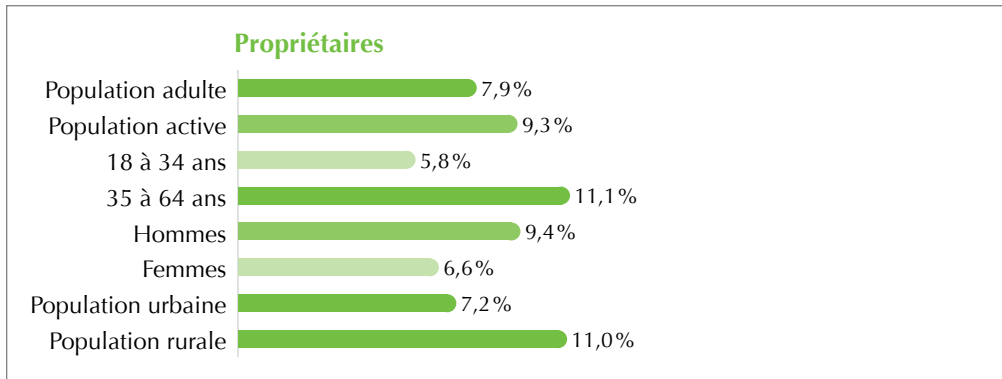
Le taux de propriétaires d'entreprise¹³ dans la population adulte est de 7,9% en 2015, ce qui correspond à 9,3% de la population active.

Bien qu'un comparatif du taux de propriétaires avec l'IEQ 2014 puisse être difficile (voir introduction), il y a lieu de mentionner d'autres données qui fournissent des points de repère intéressants. En effet, selon la méthodologie utilisée par Statistique Canada et l'Institut de la statistique du Québec, il y avait environ 236 000 entreprises¹⁴ (ayant

¹³ Nous avons considéré comme étant propriétaire d'entreprise tout individu qui détient, seul ou avec d'autres personnes, une entreprise immatriculée (entreprise individuelle, en nom collectif ou en commandite simple) ou incorporée (compagnie ou société par actions), une OBNL ou une coopérative.

¹⁴ Source : Industry Canada (2013).

au moins un employé) au Québec à la fin de l'année 2012, tandis qu'en 2008, au Canada, 6,3 % de la population active détenait une entreprise¹⁵, incluant les travailleurs autonomes immatriculés ou incorporés (hors travailleurs autonomes non immatriculés), ainsi que ceux dont le statut était indéterminé (exerçant dans le cadre de différentes formes de travail contractuel, inactifs, etc.).

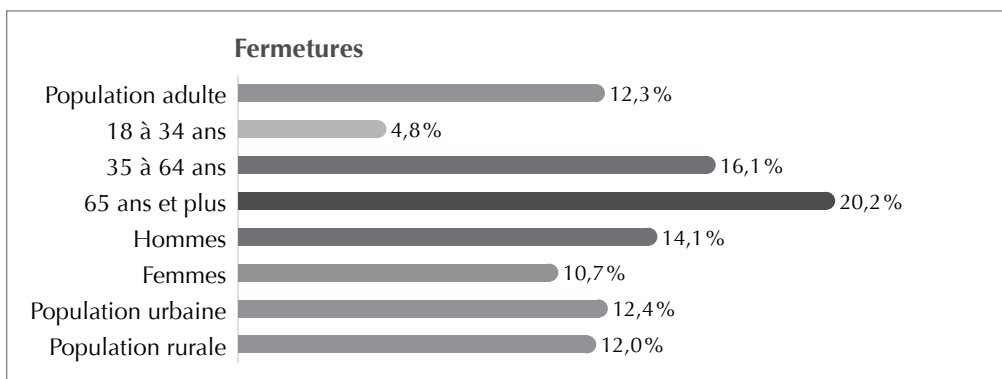


Graphique 4: Propriétaires selon le groupe d'âge et le sexe, milieu urbain-rural – Québec (avril 2015)

Fermetures

Les statistiques, tant au Canada que dans d'autres pays développés, montrent qu'en moyenne, seule la moitié des nouvelles entreprises survivent au-delà de leurs cinq premières années d'activité. Cette proportion connaît bien évidemment des variations en fonction des secteurs et des cycles macro-économiques.

Signe d'un environnement économique de plus en plus turbulent, le taux de fermetures (mesuré par la proportion de personnes ayant fermé au moins une fois une entreprise dont elles étaient propriétaires) est en augmentation par rapport à 2014 (population adulte : 11,4 %) et même aux années antérieures. Ce résultat corrobore les tendances observées durant ces dernières années au Canada¹⁶.



Graphique 5: Fermetures d'entreprise (au moins une fois) selon le groupe d'âge et le sexe, milieu urbain-rural – Québec (avril 2015)

¹⁵ Source : Industry Canada (2010).

¹⁶ Source : Industry Canada (2013).

2 | REGARD SUR LES ÉTAPES DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL ET PERSPECTIVES RÉGIONALES

Cette section présente des données sur les différentes étapes du processus entrepreneurial dans l'ensemble du Québec, tout en offrant des perspectives régionales pour certains indicateurs.

Rappelons que les analyses de l'IEQ 2015 prennent en compte 16 des 17 régions du Québec. En effet, la région du Nord-du-Québec présente des caractéristiques économiques, géographiques et démographiques très différentes de l'ensemble des autres régions, la rendant difficilement comparable. Elle n'est donc pas incluse dans ces analyses.

Soulignons que les 16 autres régions présentent aussi des différences importantes en termes de tissu économique, de poids démographique, de services de proximité et d'occasions d'affaires. Ces éléments sont donc à prendre en considération lors de la lecture des données.

Enfin, dans cette section, une attention plus particulière est portée sur le « futur » entrepreneurial du Québec et de ses régions (les intentions et les démarches). Considérant les transformations actuelles en matière de développement socioéconomique québécois, nous espérons que ces données pourront permettre aux différents acteurs de bien se positionner par rapport aux individus qui souhaitent se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.

Les intentions entrepreneuriales

L'intention entrepreneuriale constitue la première étape dans le processus entrepreneurial. Elle résume la volonté d'une personne de se lancer à son propre compte, et peut être expliquée par les traits individuels de l'entrepreneur potentiel et par le contexte économique, politique et culturel dans lequel il évolue.

Facteurs contextuels régionaux

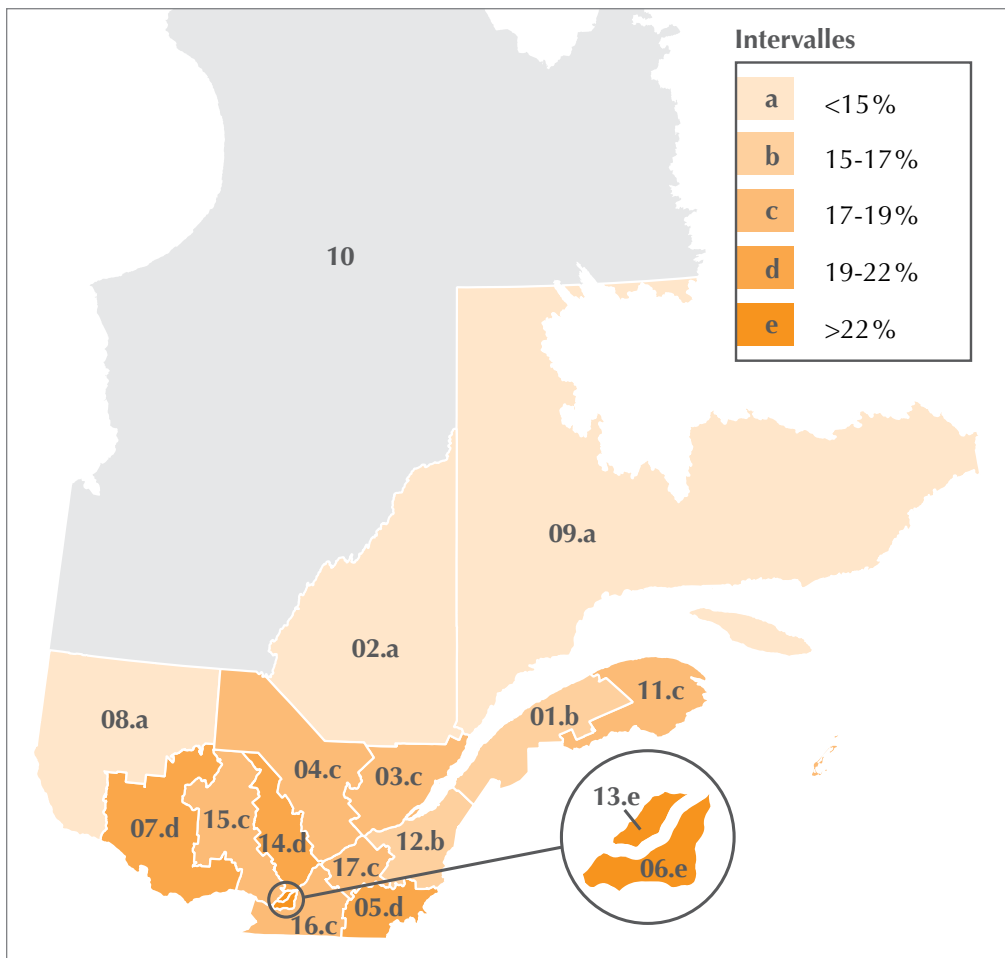
Les conditions locales « objectives » influencent les perceptions des individus et, implicitement, leur intérêt pour une carrière à leur propre compte¹⁷. Il s'agit surtout du soutien des institutions locales, des occasions d'affaires et de la munificence en ressources (financières, qualifications et disponibilité de la force de travail, degré d'isolement). Les régions du Québec sont différentes selon plusieurs indicateurs sociodémographiques, économiques et culturels : tailles et structures démographiques, superficie, taux de chômage, revenu disponible par habitant, tissu économique local, concentration d'établissements d'enseignement supérieur, facilités d'accès au marché international, fonctionnement des institutions locales, etc.

Alors que la moyenne provinciale se situe à 20,1 %, les régions de Montréal et de Laval constituent les deux pôles régionaux les plus dynamiques en matière d'intentions entrepreneuriales au Québec. Montréal, qui a aussi le statut administratif de région, forme avec Laval et les couronnes nord et sud un pôle socioéconomique que l'on appelle la grande région métropolitaine de Montréal. Les liens symbiotiques entre Montréal et sa région métropolitaine, leurs poids démographique et économique, le contexte politique, culturel et éducationnel et l'effet de masse critique créent un potentiel élevé d'occasions d'affaires, qui se traduit aussi par un taux plus élevé d'intentions entrepreneuriales. On

17 Source : Begley et coll. (2005), Sternberg (2009), Stam (2010).

remarque ainsi, au graphique 6, que seules les régions de Montréal et de Laval affichent des taux d'intentions entrepreneuriales au-dessus de la moyenne provinciale.

À noter que ces deux régions détiennent aussi la palme en matière d'immigrants reçus. En effet, d'un point de vue démographique, ces derniers constituent plus de 20% des habitants (33,2% pour la région de Montréal et 24,6% pour la région de Laval¹⁸), tandis que sur l'ensemble de la province, ce taux est de 12,6%. Du côté de l'IEQ 2015, notons que le taux d'intentions parmi les immigrants au Québec est de 32,3%, par rapport à 18,8% pour le reste de la population adulte. La prédominance et le dynamisme entrepreneurial de ce segment sociodémographique apportent sans conteste un éclairage important quant aux résultats obtenus dans les régions de Montréal et de Laval.



Graphique 6 : Fréquences régionales des intentions de se lancer en affaires – Québec (avril 2015)

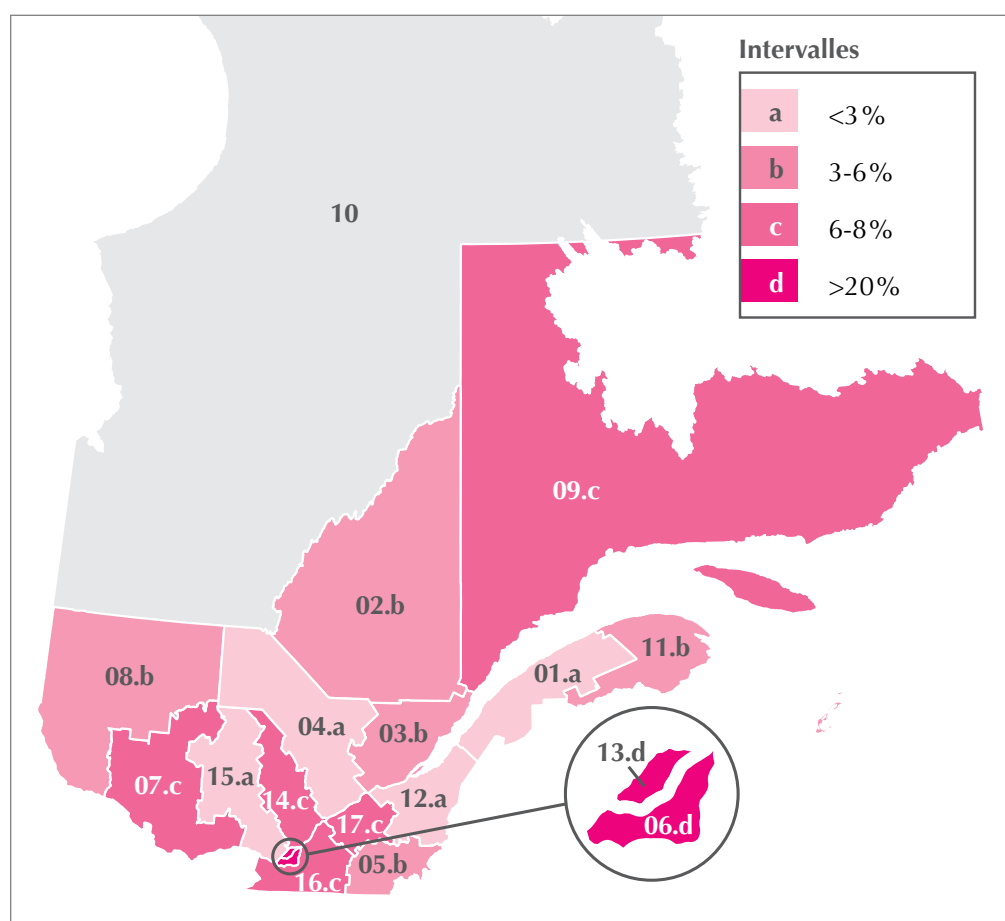
18 Immigration, Diversité et inclusion Québec (2014).

Immigration et entrepreneuriat

Les résultats de l'IEQ 2015 confirment un constat souvent souligné par les chercheurs en entrepreneuriat : être un immigrant ou venir d'une famille en affaires constituent deux variables en forte corrélation avec la propension des individus pour l'activité entrepreneuriale¹⁹.

Dans notre échantillon, les immigrants représentent 11,0% des répondants, mais leur répartition territoriale varie beaucoup entre les régions.

Tel que nous pouvons le constater au graphique 7, les répondants immigrants habitent surtout dans les régions de Montréal et de Laval (plus de 20% du total des répondants), tandis qu'au pôle opposé, le Bas-Saint-Laurent affiche le plus faible taux d'immigrants (0,9%), suivi de près par la région Chaudière-Appalaches (1,0%).



Graphique 7 : Fréquences régionales de la répartition des répondants immigrants – Québec (avril 2015)

Les immigrants ont une propension à se lancer en affaires plus marquée par rapport à la population générale. Même s'ils représentent 11 % de l'échantillon, les immigrants comptent pour 18,5% des répondants (population active) affichant des intentions entrepreneuriales.

19 Source : Storey, 1994; Stanworth et Curran, 1973.

Famille en affaires

Maintes études ont montré que le fait de provenir d'une famille en affaires influence grandement les personnes à créer leur propre entreprise. L'IEQ, qui mesure cet indicateur pour la première fois, confirme ce fait au sein de la population québécoise. Le taux d'intentions entrepreneuriales chez les individus issus de familles en affaires est presque deux fois plus élevé que celui des individus n'ayant pas bénéficié de ce contexte familial (34 % vs 17,4 %).

Il convient de noter que la répartition géographique des répondants issus de familles en affaires est plus uniforme que celle des immigrants, ces derniers étant surtout concentrés dans les grands centres urbains. Les régions qui regroupent le plus grand nombre de répondants issus de familles en affaires sont le Bas-Saint-Laurent (20,6 %) et le Centre-du-Québec (20,0 %). Au pôle opposé se situe la Côte-Nord, avec 8,8 % de répondants issus de familles en affaires. Sur l'ensemble du Québec, ce taux se situe à 15,9 %.

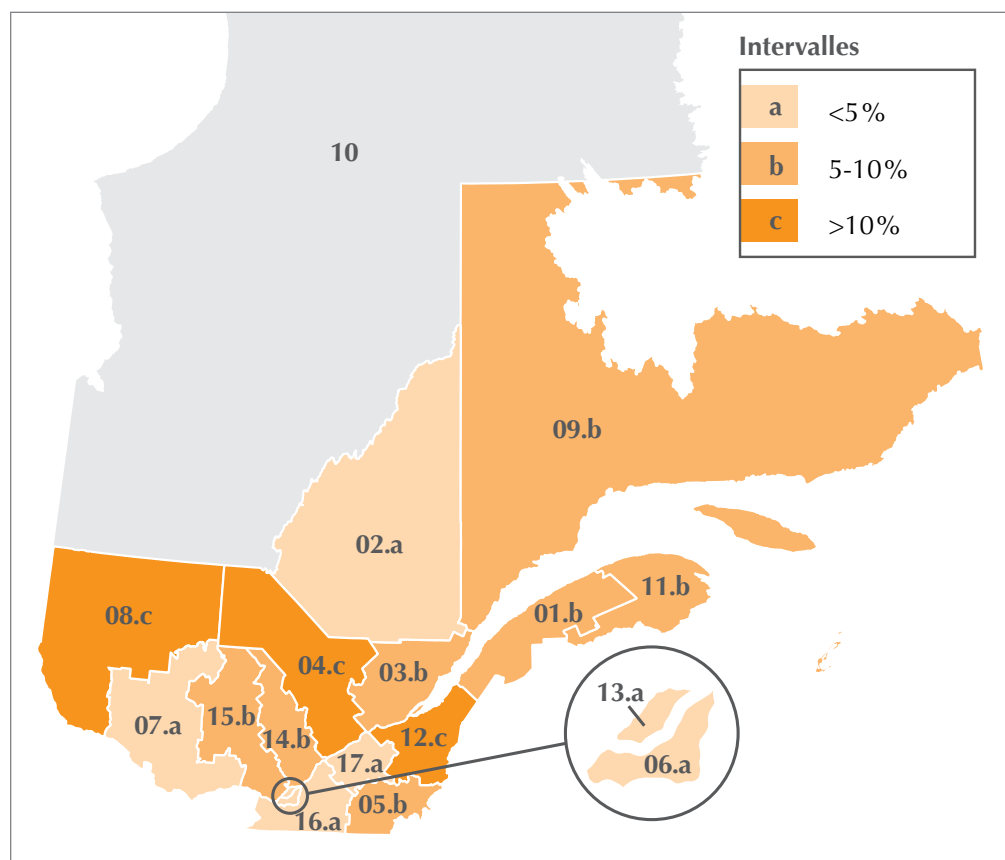
Il existe des régions au Québec où les taux d'intentions entrepreneuriales des répondants issus de familles en affaires sont encore plus élevés que le taux moyen de 34 % pour cette catégorie. Ainsi, dans les Laurentides, le taux d'intention des répondants issus de familles en affaires est de 47,2 % par rapport à 14,5 % (taux d'intention des individus de la région qui ne proviennent pas de familles en affaires). Les individus de cette région provenant de familles en affaires sont 3,2 fois plus susceptibles de vouloir devenir entrepreneurs que ceux qui ne bénéficient pas du même contexte familial. Deux autres régions présentent aussi des taux d'intentions élevés chez les répondants issus de familles en affaires : Lanaudière (2,8 fois plus de chances) et la Côte-Nord (2,6 fois plus de chances). Cependant, il convient de noter également que le fait de venir d'une famille en affaires n'est pas toujours la garantie d'une propension élevée pour l'entrepreneuriat, preuve que d'autres facteurs entrent aussi en jeu. Ainsi, en Montérégie, les répondants issus de familles en affaires affichent un taux d'intentions entrepreneuriales de 19,6 % par rapport à 17,5 % pour ceux qui n'ont pas bénéficié de ce contexte familial.

Quant au taux d'individus issus de familles en affaires et qui se trouvent dans une autre étape du processus entrepreneurial (démarches, propriétaires actuels ou ayant déjà fermé une entreprise), il est 2,1 fois plus élevé que celui des personnes n'ayant pas d'antécédents entrepreneuriaux dans leur famille. Les régions où le fait de provenir d'une famille en affaires augmente considérablement les chances de se trouver dans la chaîne entrepreneuriale sont l'Abitibi-Témiscamingue et le Saguenay-Lac-Saint-Jean (les deux avec 2,7 fois plus de chances).

Créer ou reprendre une entreprise

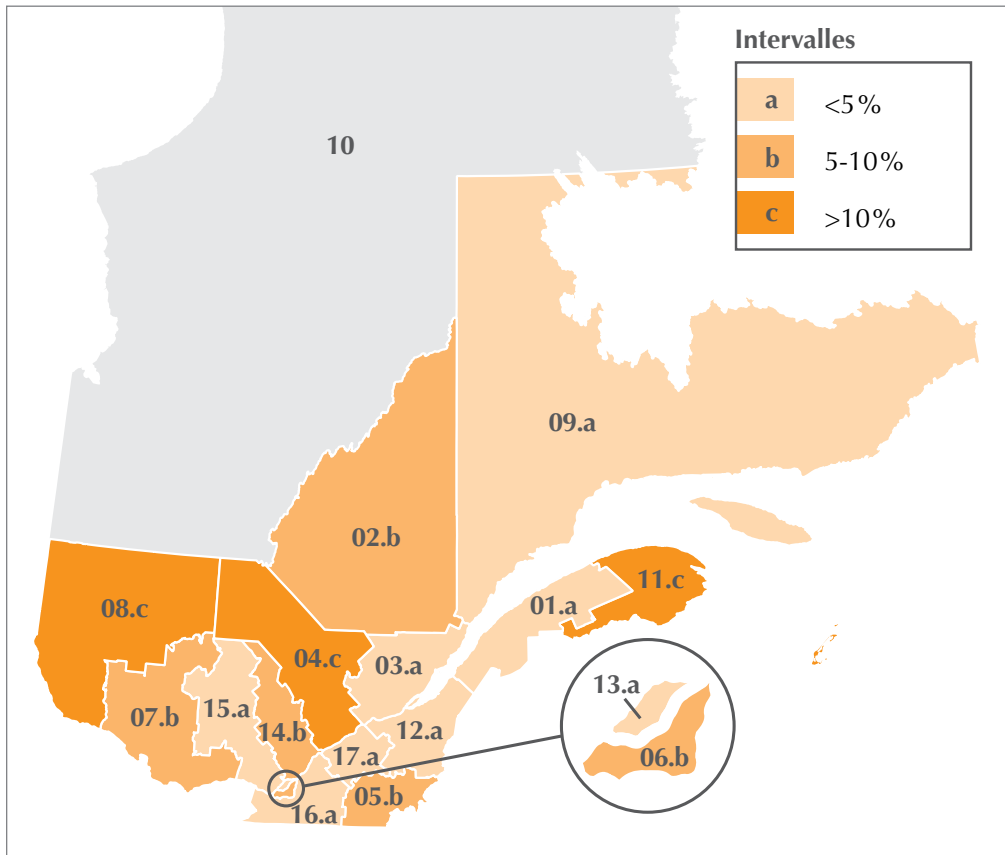
L'accession à la carrière entrepreneuriale passe soit par la création de toute pièce ou par la reprise d'entreprise (relève ou rachat). Créer une entreprise *ex nihilo* reste le principal choix pour se lancer en affaires dans toutes les régions. Sur l'ensemble du Québec, la création d'entreprise est en effet le moyen d'accès au monde des affaires envisagé par 78,2% des répondants ayant des intentions entrepreneuriales.

Dans l'ensemble de la province, un répondant sur dix se montre intéressé par la reprise d'entreprise (5,1% du total des répondants sont intéressés par un rachat d'entreprise avec laquelle ils n'ont pas des liens, tandis que 4,6% se montrent intéressés par la relève)²⁰. Il est intéressant de remarquer les variations régionales: en Mauricie et en Abitibi-Témiscamingue, 14,0% des répondants souhaitent se lancer en affaires au moyen d'un rachat d'entreprise (graphique 8); quant à la relève, elle est surtout envisagée en Gaspésie (24,3%), en Mauricie (17,9%) et encore en Abitibi-Témiscamingue (14,4%) (graphique 9).



Graphique 8: Fréquences régionales des intentions de rachat d'entreprise – Québec (avril 2015)

20 À noter que 12,1% des répondants n'ont pas encore fait leur choix entre création ou reprise d'entreprise comme modalité de se lancer en affaires.

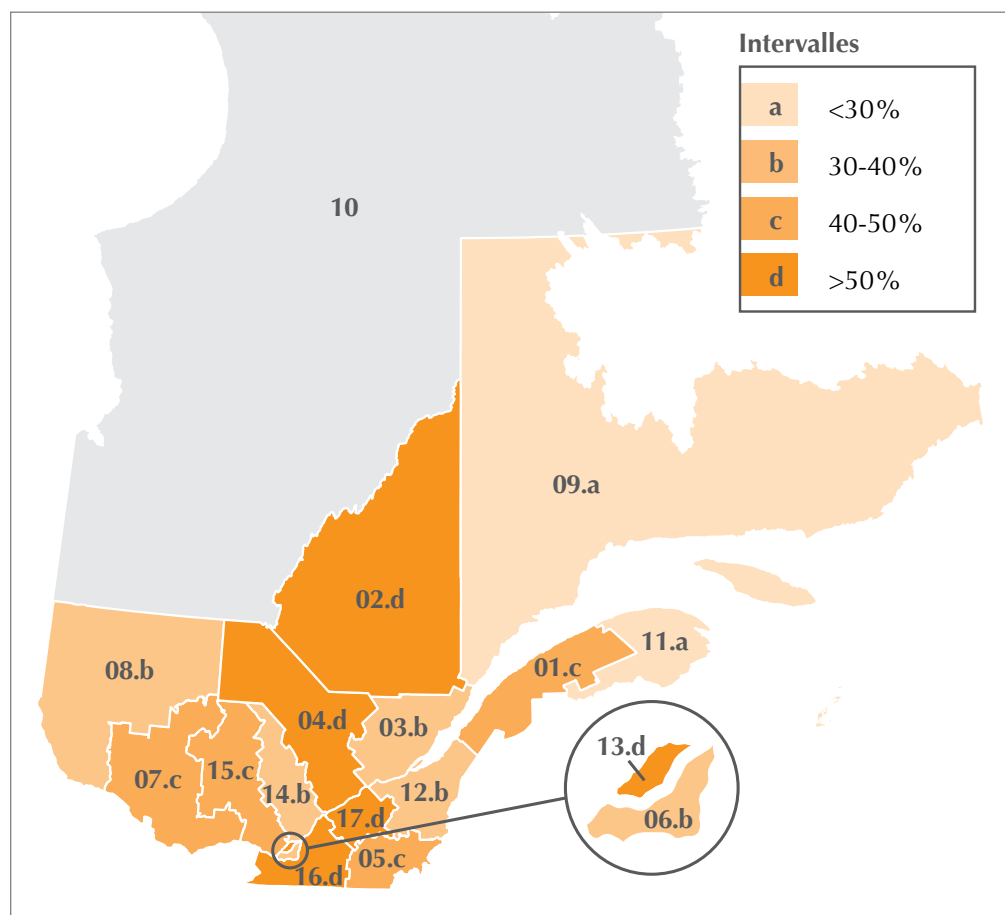


Graphique 9: Fréquences régionales des intentions de relève d'entreprise – Québec (avril 2015)

Horizon de démarrage de l'entreprise

Parmi les répondants québécois ayant des intentions entrepreneuriales, une légère majorité (52,7%) pense commencer à entreprendre des démarches pour se lancer en affaires dans un horizon temporel de moins de trois ans. Les répondants les plus déterminés proviennent de la Mauricie (71,9%), du Centre-du-Québec (67,7%) et de Laval (61,2%).

Questionnés sur le moment où l'entreprise envisagée deviendra opérationnelle, 44,5% des répondants ayant des intentions pensent arriver à cette étape dans moins de trois ans. Les variations interrégionales de ce taux vont du simple au double, c'est-à-dire de moins de 30% dans la Côte-Nord et en Gaspésie à plus de 60% en Mauricie (graphique 10).



Graphique 10: Fréquences régionales des intentions de se lancer en affaires dans les trois prochaines années – Québec (avril 2015)

Obstacles pour passer à l'action

Pour les répondants qui ont l'intention d'entreprendre, l'obstacle le plus souvent mentionné les empêchant de commencer les démarches immédiatement, dans l'ensemble de la province, est le manque d'argent (32,9%), suivi par le fait d'être aux études (10,2%) et le manque de temps (9,5%). La « peur » de se lancer constitue l'obstacle le plus important pour seulement 3,2% des répondants²¹.

Les variations interrégionales sont assez fortes, le manque d'argent étant l'obstacle principal pour presque la moitié des répondants des régions du Bas-Saint-Laurent (49,8%), de Chaudière-Appalaches (48,8%) et de l'Outaouais (47,4%). Le manque d'argent est moins souvent mentionné comme premier obstacle pour passer de l'intention à l'étape des démarches dans les régions du Saguenay–Lac-Saint-Jean (17,3%), de la Côte-Nord, de la Gaspésie (18,2%) ou de la Montérégie (21,7%).

Être aux études est plus important qu'entreprendre dans le Centre-du-Québec (32,1%) ainsi qu'à Montréal (21,9%). Quant au manque de temps, il s'agit de la raison la plus souvent mentionnée en Montérégie (22,3%) et au Saguenay–Lac-Saint-Jean (16,9%).

21 Une explication serait que la « peur » a été neutralisée dans le processus de construction d'une intention. Si un individu commence à envisager de se lancer en affaires, c'est parce que sa « peur » a été rationalisée et donc, elle n'est plus un obstacle.

Motivations pour se lancer en affaires

Sur l'ensemble de l'échantillon, les répondants ont déclaré que la motivation la plus importante pour se lancer en affaires est leur désir d'accomplissement personnel, de réaliser un rêve (avec une moyenne de 4,44 sur une échelle de 5). Le besoin d'indépendance et de prise de contrôle sur leur vie constituent également de puissantes motivations (tableau 3).

Tableau 3 : Motivations²² pour se lancer en affaires – Québec (avril 2015)

Motivations pour se lancer en affaires	Moyenne
Désir d'accomplissement personnel, de réaliser un rêve	4,44
Pour être en contrôle de ma vie	4,13
Pour augmenter mes revenus	4,10
Le besoin d'indépendance (ne pas avoir un patron)	4,07
Pour exploiter une bonne idée d'affaires	3,99
Pour faire quelque chose d'utile pour la société	3,86
Pour gagner beaucoup d'argent	3,69
Le besoin d'avoir un revenu suffisant pour survivre	3,66
Pour arriver à une meilleure position dans la société	3,62
Pour continuer la tradition familiale – famille en affaires	3,10
Insatisfaction avec mon ancien emploi	2,91
Difficultés de faire imposer mes idées autrement	2,88
Pour suivre l'exemple d'une personne que j'admirais	2,83

À noter que les raisons qui poussent les futurs entrepreneurs à se lancer en affaires par nécessité (et non pas pour l'exploitation d'une opportunité) semblent être moins invoquées et de moindre importance. Nous pouvons tout de même souligner, à cet égard, le besoin de disposer d'un revenu suffisant pour survivre (3,66) et l'insatisfaction ressentie dans un ancien emploi (2,91). Pour les répondants ayant exprimé un accord total avec ces réponses, la création d'entreprise est sans aucun doute une réponse au problème du sous-emploi et de la précarité. En effet, 26,4 % des répondants se sont déclarés « totalement en accord » avec le besoin d'un revenu suffisant pour survivre, respectivement 11,5 % déclarant leur accord total sur l'insatisfaction au travail). L'accord total ou partiel avec cet énoncé (besoin d'un revenu pour survivre) affiche une proportion supérieure à la moyenne provinciale (61,1 %) dans ces régions notamment : la Mauricie (79,6 %), le Bas-Saint-Laurent (72,4 %) et Montréal (66,5 %).

²² Les répondants ont noté toutes les motivations proposées sur une échelle Likert de 5 points, de 1 (totalement en désaccord) à 5 (totalement en accord avec l'énoncé).

Secteurs d'activité convoités

Du côté des secteurs d'activité envisagés pour se lancer en affaires, les services professionnels, scientifiques et techniques sont les plus convoités (22,9%)²³, suivis par le commerce de détail (13,0%) et les services d'hébergement et de restauration (11,8%). En quatrième position, le secteur des arts, spectacles et loisirs attire 7,7% des intentions. La fabrication intéresse 4,1% des répondants ayant des intentions entrepreneuriales, surtout en Mauricie (15,6%) et au Centre-du-Québec (16,0%). Le secteur primaire (agriculture, foresterie et pêche) est envisagé par très peu de répondants (1,7%). Dans certaines régions, comme le Bas-Saint-Laurent, la Côte-Nord ou les Laurentides, le secteur primaire est convoité, sans grande surprise, par plus de 10% des répondants.

Tableau 4 : Intention d'affaires par secteurs d'activité (codes SCIAN à deux chiffres) – Québec (avril 2015)

Secteurs d'activité	QC
Services professionnels, scientifiques et techniques	22,9%
Commerce de détail	13,0%
Hébergement et services de restauration	11,8%
Arts, spectacles et loisirs	7,7%
Autres services, sauf les administrations publiques	4,9%
Soins de santé et assistance sociale	4,9%
Fabrication	4,1%
Construction	3,5%
Services immobiliers et services de location et de location à bail	2,6%
Industrie de l'information et industrie culturelle	1,9%
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1,7%

Entreprendre dans sa région ou ailleurs ?

Plus des deux tiers des répondants (69,4%) souhaitent créer ou reprendre une entreprise dans leur région de domicile. Les répondants de la Montérégie (avec 82,2%) et des Laurentides (81,2%) sont les plus décidés à rester dans leurs régions respectives. Quitter leur région est l'option la plus envisagée par les répondants de la Côte-Nord (24,4%) et de Lanaudière (18,8%). Au niveau provincial, 9,0% des répondants ayant des intentions entrepreneuriales envisagent de se lancer en affaires dans une autre région (les autres, soit 21,6% d'entre eux n'étant pas encore décidés).

23 De tous ceux qui ont indiqué le secteur d'activité envisagé. À noter que 12,3% des répondants n'ont pas précisé le secteur d'activité envisagé pour leurs entreprises.

Facteurs déclencheurs pour passer à l'action

Sur l'ensemble de la province, l'identification d'une occasion d'affaires est l'élément déclencheur le plus souvent mentionné (26,2 %), suivi de près par l'augmentation des compétences personnelles (25,2 %). La présence d'un mentor est quant à elle invoquée par 18,3 % des répondants. Ce besoin est surtout ressenti dans le Bas-Saint-Laurent (32,3 %), en Gaspésie (36,7 %), en Abitibi-Témiscamingue (31,8 %) et dans Lanaudière (28,1 %). Le fait d'avoir de l'information sur le processus de démarrage (6,9 % sur l'ensemble du Québec) est plus souvent mentionné comme facteur déclencheur en Abitibi-Témiscamingue (10,1 %) et dans Lanaudière (11,2 %), suggérant un plus grand besoin de conseils et d'accompagnement pour les entrepreneurs potentiels de ces régions.

Tableau 5 : Principaux éléments déclencheurs pour passer aux démarches – Québec (avril 2015)

Éléments déclencheurs	QC
Une opportunité d'affaires	26,2 %
L'augmentation des compétences	25,2 %
Un partenaire d'affaires	22,3 %
La présence d'un mentor	18,3 %
L'aide gouvernementale/le financement	16,7 %
La motivation personnelle à passer à l'action	15,8 %
L'information sur le démarrage	6,9 %
L'aide aux entreprises/le financement privé	6,3 %
La perte de l'emploi	6,2 %
Le changement dans le contexte économique	4,5 %
L'accompagnement d'un conseiller	3,8 %
Information sur des entreprises existantes	2,7 %
Le soutien de l'entourage	2,3 %

Remarque : Les répondants pouvaient cocher jusqu'à deux choix. Le total excède donc 100 %.

Retenons que...

Les régions de Montréal et de Laval sont les plus dynamiques en matière d'intentions entrepreneuriales, un constat qui s'appuie principalement sur la prédominance et le dynamisme des immigrants reçus, ainsi que sur le poids démographique et économique et le contexte politique, culturel et éducationnel de ces deux territoires limitrophes.

Les individus issus de familles en affaires sont environ deux fois plus présents dans la chaîne entrepreneuriale (au stade des intentions, mais aussi des démarches, et parmi les propriétaires) que ceux qui n'ayant pas bénéficié de ce contexte familial. Les régions qui concentrent le plus grand nombre de répondants issus de familles en affaires sont le Bas-Saint-Laurent et le Centre-du-Québec. En Abitibi-Témiscamingue et au Saguenay, le fait de provenir d'une famille en affaires augmente de près de 3 fois les chances de se trouver dans la chaîne entrepreneuriale.

La création d'entreprise demeure le moyen d'accès au monde des affaires privilégié pour une grande majorité des individus ayant des intentions entrepreneuriales (seul un répondant sur dix envisage la reprise d'une entreprise existante).

Près de la moitié des répondants québécois ayant l'intention d'entreprendre envisagent un horizon temporel de moins de trois ans, la Côte-Nord étant la moins « pressée » à cet égard, alors que la Mauricie et le Centre-du-Québec sont les plus véloces.

De tous les obstacles perçus pour passer à l'acte entrepreneurial, le manque d'argent constitue sans surprise le problème majeur. Du côté des motivations pour se lancer en affaires, les répondants de l'ensemble du Québec invoquent leur désir d'accomplissement personnel dans une très forte proportion.

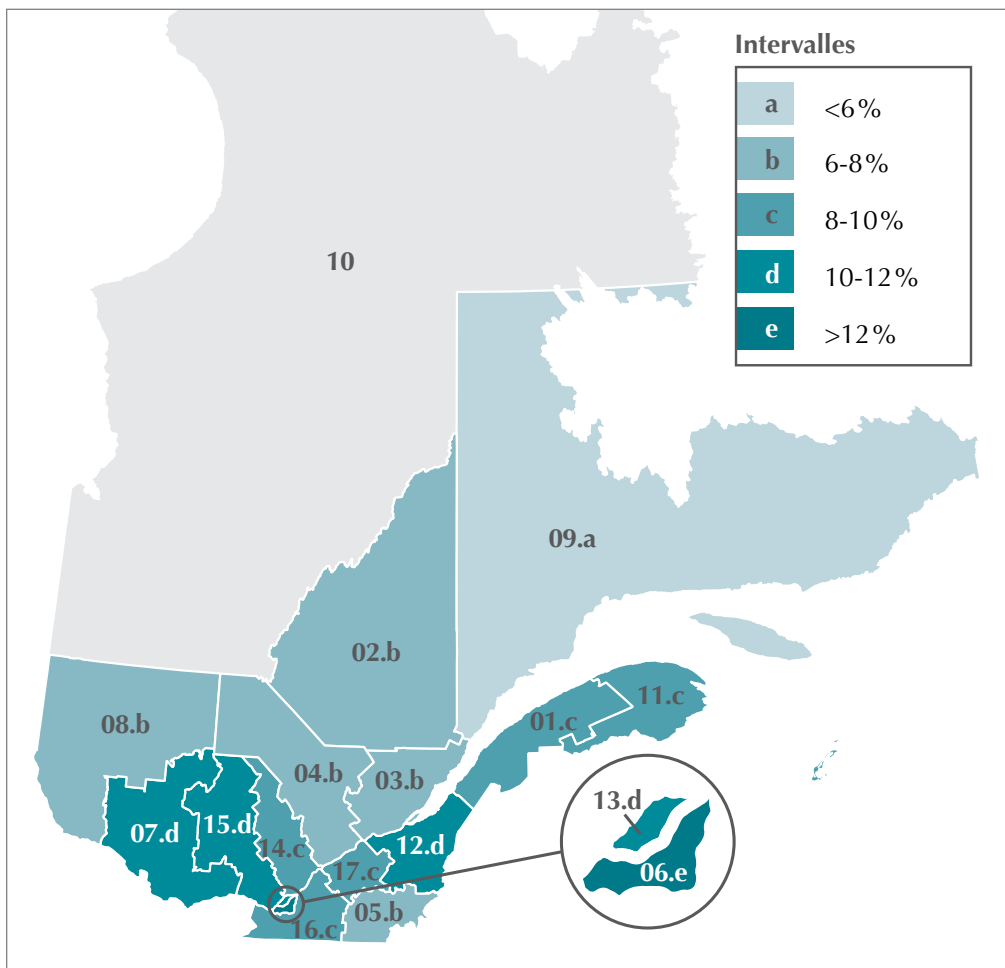
Près des trois quarts des répondants souhaitent créer ou reprendre une entreprise dans leur région de domicile. Un constat encore plus fortement établi chez les répondants de la Montérégie et des Laurentides.

Pour passer des intentions à l'action, environ un quart des répondants évoquent presque à égalité l'identification d'une occasion d'affaires et l'augmentation des compétences.

Démarches pour créer ou reprendre une entreprise

L'étape subséquente à l'intention est celle de la démarche de création ou de reprise d'entreprise. Les démarches se traduisent, entre autres, par l'accumulation de capital, la rédaction d'un plan d'affaires, la recherche de partenaires d'affaires, et elles constituent le deuxième indicateur permettant de jeter un regard sur l'avenir de la création d'entreprises au Québec. En outre, le passage de l'intention à la concrétisation implique que l'individu devienne le porteur d'un véritable projet entrepreneurial. À cette étape, il collige les informations dont il a besoin, évalue les ressources nécessaires ainsi que la faisabilité de son projet.

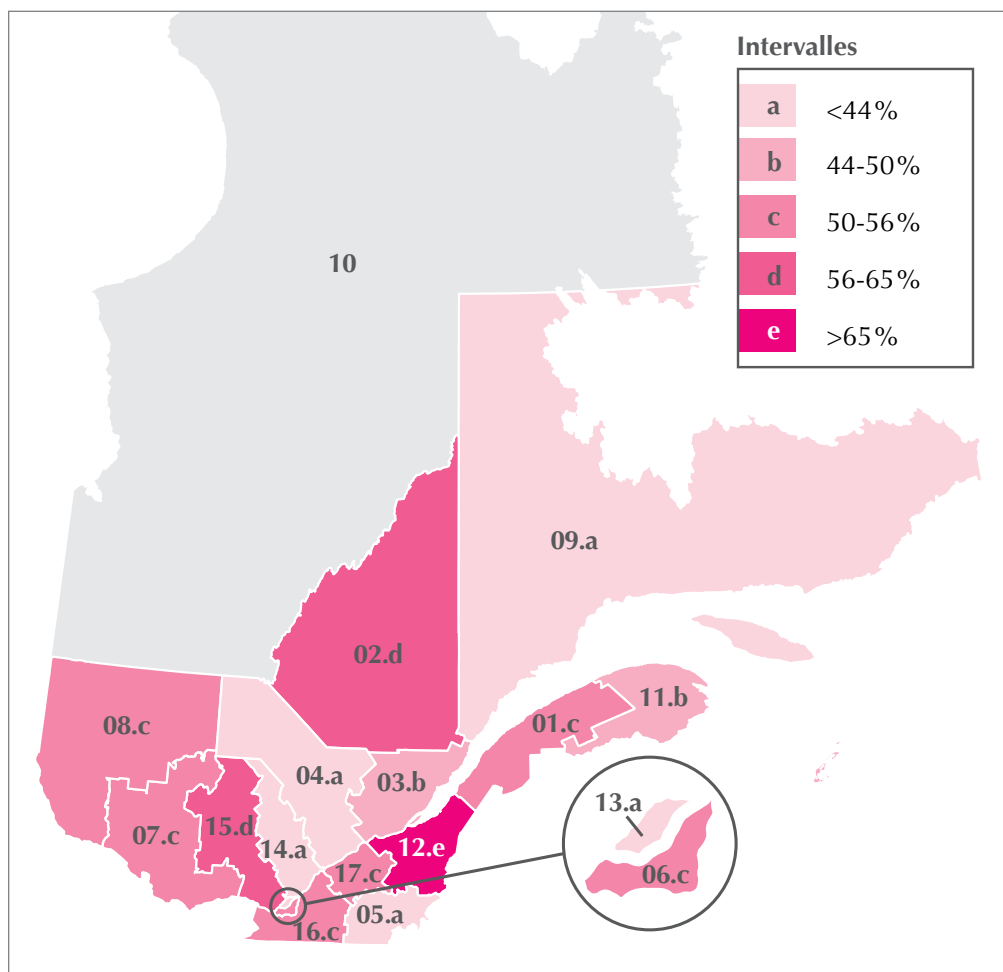
Le prochain graphique expose la fréquence régionale des individus faisant présentement des démarches en vue de créer ou de reprendre une entreprise. Notons qu'à cette étape de la chaîne, la région de Montréal conserve son statut de région la plus dynamique alors que Laval vient plutôt côtoyer les régions de l'Outaouais, de Chaudière-Appalaches et des Laurentides.



Graphique 11 : Fréquences régionales des démarches en vue de se lancer en affaires – Québec (avril 2015)

Des intentions aux démarches: corrélations et concrétisation du passage à l'acte

Il faut noter, entre les graphiques 6 et 11, une forte corrélation²⁴ (0,68) entre les taux d'intentions et ceux des démarches dans les régions (c'est-à-dire des taux élevés d'intentions à l'échelle régionale correspondant à des taux élevés de démarches et vice-versa). Comparativement aux taux d'intentions où une forte variation peut être constatée d'une région à l'autre, les taux de démarches, eux, présentent beaucoup moins d'écart²⁵. La carte suivante (graphique 12) fait ressortir les variations, selon les régions, du rapport entre le taux de démarches et celui des intentions. Les valeurs plus élevées (couleurs foncées) indiquent soit un niveau de détermination plus fort dans la région, soit une meilleure adéquation entre les intentions et les occasions d'affaires, soit une combinaison plus efficace de facteurs aidant à la concrétisation des intentions. La région de Chaudière-Appalaches se démarque nettement par le plus fort rapport entre les taux (69,5 %).



Graphique 12: Fréquences régionales des rapports entre le taux des démarches et celui des intentions – Québec (avril 2015)

24 La corrélation mesure l'intensité de la liaison entre deux variables. Une corrélation de plus de 0,5 signifie une forte liaison.

25 La variance des taux de démarches régionaux est beaucoup plus faible (quatre fois et demie) que celle des taux d'intentions.

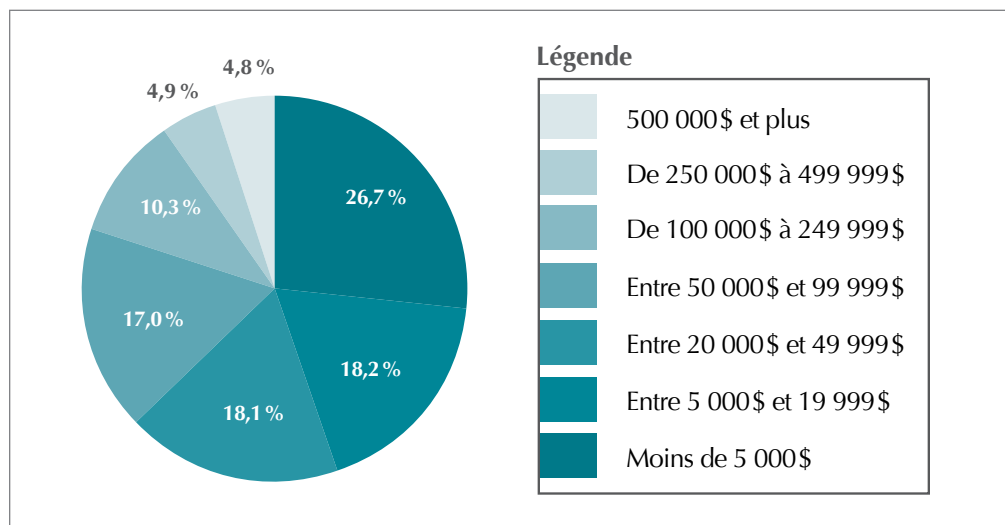
Création d'emploi

Les individus en phase de démarches ont une vision plus claire de leur projet d'entreprise par rapport à ceux qui se trouvent à l'étape des intentions; leurs estimations concernant le nombre d'emplois qu'ils souhaitent créer sont, par conséquent, plus exactes. Il convient de noter que le démarrage de nouvelles entreprises constitue la principale source de création nette d'emploi dans l'économie nord-américaine (statistiques du NBER²⁶, et étude d'Industrie Canada²⁷), sinon la seule, au moins depuis 1975.

Les démarcheurs québécois envisagent majoritairement (58,7 %) de créer au moins un emploi (sans compter le leur) tandis que 21,1 % envisagent d'en créer au moins quatre durant la 1^{re} année d'activité de leur entreprise.

Investissements requis

Pour un peu plus d'un quart des répondants démarcheurs (26,7 %), des montants jusqu'à 5 000 \$ suffiraient pour initier l'exploitation de leur entreprise. Les écarts interrégionaux ne sont pas significatifs. Des investissements de plus de 100 000 \$ sont envisagés par un répondant sur cinq, sur l'ensemble du Québec. Les projets ambitieux sont surtout évoqués dans les régions de la Chaudière-Appalaches (45,3 % des répondants souhaitent investir plus de 100 000 \$) ou de Lanaudière (31,6 %). À mentionner que ces projets impliquent, généralement, l'achat d'entreprises existantes, et concernent surtout les secteurs de l'agriculture, la foresterie et la pêche (Chaudière-Appalaches) ou de l'hébergement et de la restauration (Lanaudière).



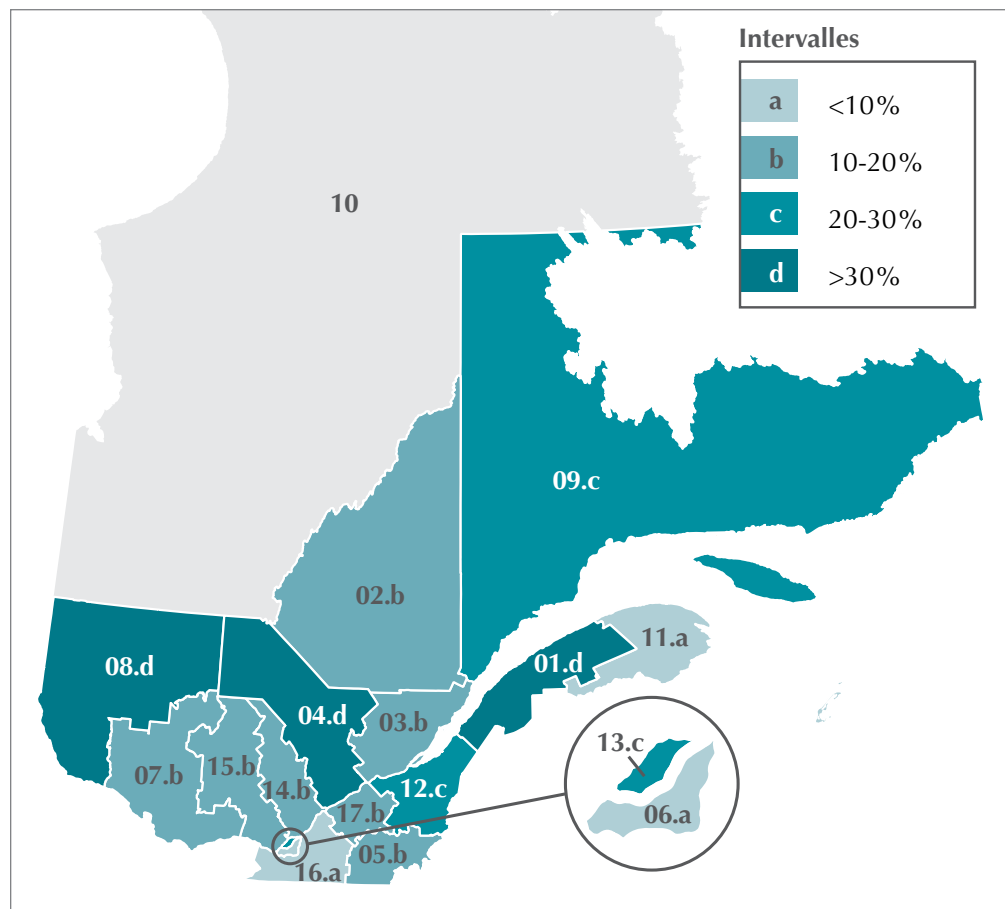
Graphique 13 : Investissements totaux requis pour démarrer l'entreprise – Québec (avril 2015)

Étant donné les difficultés rencontrées pour obtenir du financement, il n'est pas surprenant de constater que les démarcheurs comptent surtout sur leurs économies personnelles (50,1 % des répondants). Les prêts bancaires (ou émanant d'autres institutions financières) constituent la 2^e source de financement envisagée par les démarcheurs (32,3 %). L'aide provenant de la famille arrive en 3^e position (13,9 %).

26 Données disponibles sur le site Web du NBER (Bureau national de recherche économique).

27 Source : Industrie Canada (2012).

Comme sources de financement potentiel, les programmes publics arrivent en 4^e position, mentionnés par 12,4% des répondants à l'étape des démarches. Pour ce type de financement, les variations interrégionales sont importantes (graphique 14).



Graphique 14: Fréquences régionales du recours aux programmes gouvernementaux comme principale source de financement pour le lancement d'entreprise – Québec (avril 2015)

Secteurs d'activité convoités par les démarcheurs

Les secteurs d'activité les plus convoités par les démarcheurs sont le commerce de détail (17,2%) et le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques (13,5%).

Il est intéressant de comparer les préférences sectorielles des démarcheurs avec celles avancées par les répondants qui se trouvent à l'étape des intentions. Pour ces derniers, les services professionnels, scientifiques et techniques sont les plus convoités (22,2%)²⁸, suivis par le commerce de détail (13,0%).

Un autre changement par rapport à l'étape des intentions concerne l'augmentation de l'intérêt pour le secteur primaire (agriculture, foresterie et pêche) qui arrive à 3,9%²⁹, avec des taux supérieurs à 15% dans le Bas-Saint-Laurent, en Gaspésie et en Chaudière-Appalaches.

28 De tous ceux qui ont indiqué le secteur d'activité envisagé. À noter que 12,3% des répondants n'ont pas précisé le secteur d'activité qu'ils envisagent pour leurs entreprises.

29 Le taux est à 1,7% à l'étape des intentions entrepreneuriales

Obstacles rencontrés durant les démarches

Sur l'ensemble du Québec (population active), les obstacles reliés au financement sont considérés comme étant les plus importants (39,0% au total), qu'il s'agisse du manque d'économies (20,9%), du financement public insuffisant ou inadéquat (10,2%) ou de la difficulté à obtenir du financement privé (7,9%).

Ensuite, les obstacles les plus souvent rencontrés sont le manque de temps (20,5%) et la complexité administrative (20,4%). Pour ce qui est des régions, ce dernier obstacle est le plus souvent mentionné au Saguenay–Lac-Saint-Jean (33,8%), dans le Bas-Saint-Laurent (32,0%) et dans Lanaudière (29,3%), ce qui peut témoigner de besoins impératifs d'accompagnement pour les futurs entrepreneurs dans ces régions, afin de les aiguiller rapidement vers les bonnes ressources.

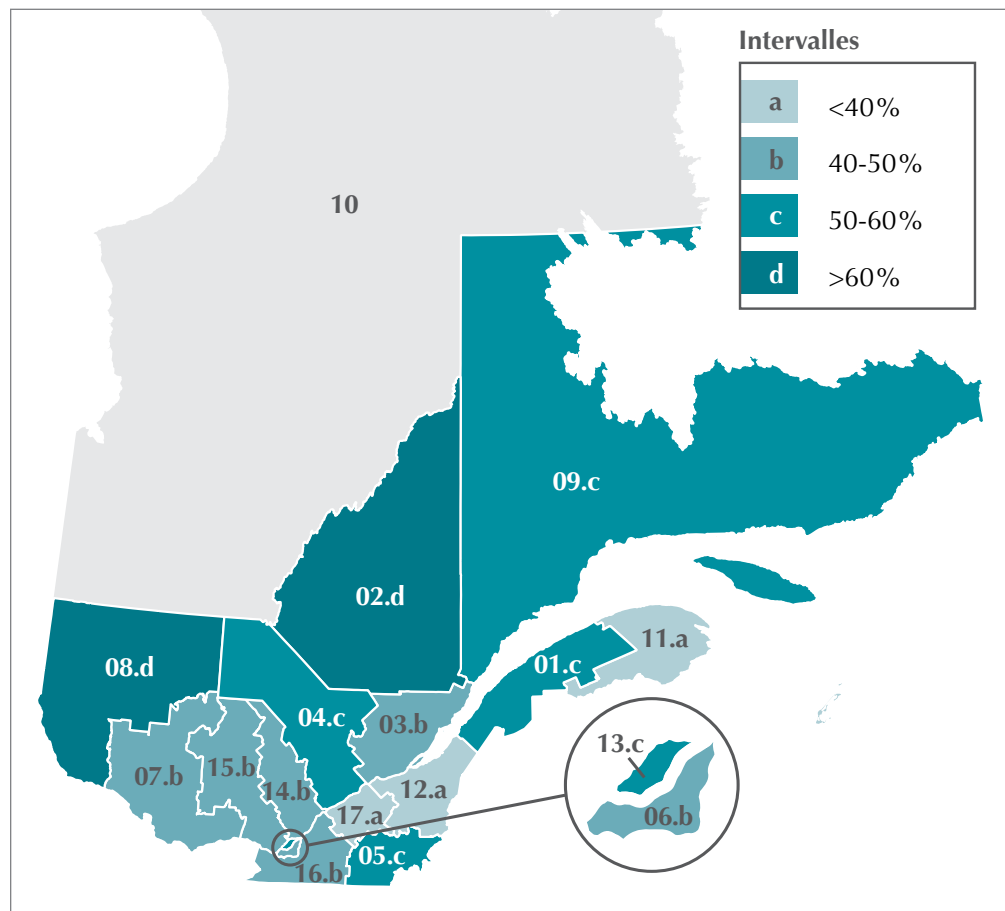
Le manque de soutien technique (plan financier, étude de marché) représente un des deux obstacles principaux pour 6,6% des démarcheurs, étant plus souvent mentionné en Mauricie (13,4%), dans Lanaudière (12,7%), en Gaspésie (11,7%) et au Saguenay–Lac-Saint-Jean (10,8%).

L'absence d'accompagnement d'un entrepreneur expérimenté (5,7% sur l'ensemble du Québec) est plus souvent mentionnée en Abitibi-Témiscamingue (15,3%) et en Mauricie (10,8%). Un taux supérieur à la moyenne (9,5%) est même enregistré dans la région de Montréal, territoire où nous aurions pu croire à une plus forte présence naturelle de ce type d'accompagnement, mais il semble qu'un nombre assez significatif de répondants en étape de démarche n'ont pas accès à ce type de ressource.

La complexité des procédures administratives, juridiques et fiscales représente un obstacle perçu par 20,4% des démarcheurs, notamment au Saguenay (33,8%), dans le Bas-Saint-Laurent (32,0%) et dans Lanaudière (29,3%). Du soutien pour ce type de procédure semble donc souhaité dans ces régions.

Aide sollicitée par les démarcheurs

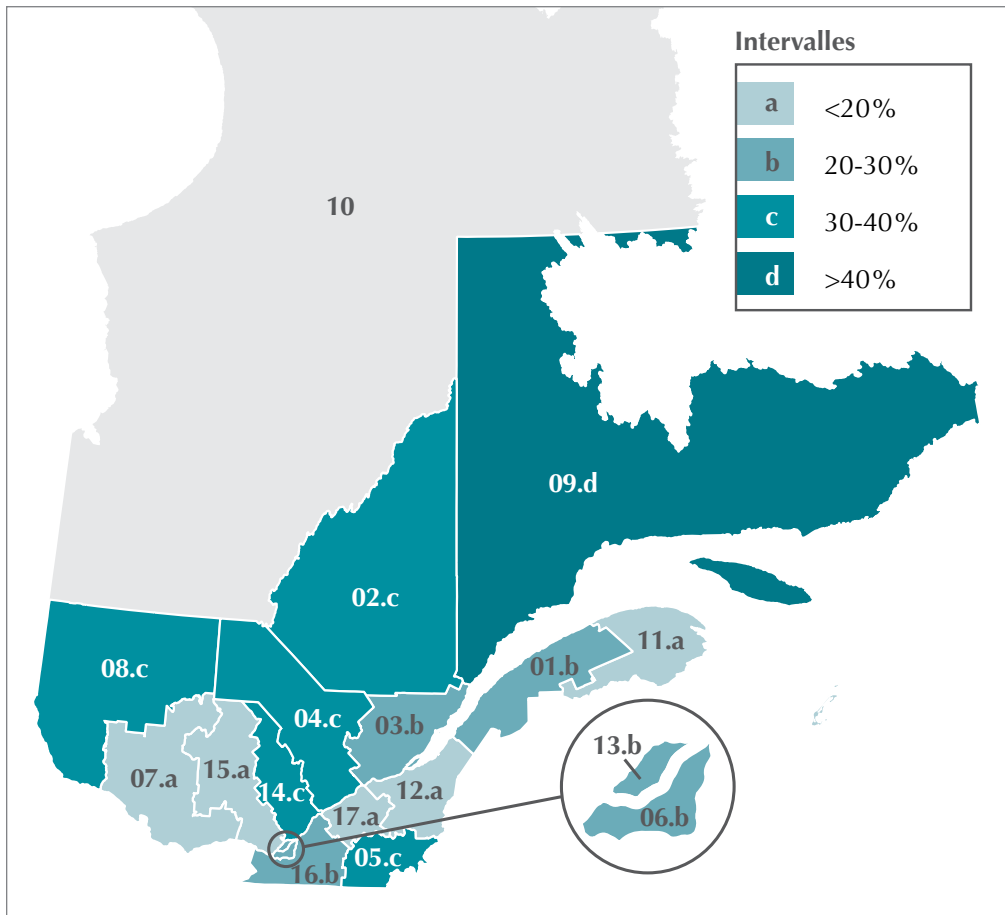
Les personnes se trouvant à l'étape de démarches ont sollicité l'aide (de nature financière, technique ou en matière de formation, etc.) des organismes publics en proportion de 46,3 % (pour l'ensemble de la population active du Québec). Les variations interrégionales sont importantes.



Graphique 15: Fréquences régionales des personnes se trouvant en étape de démarches et ayant déjà sollicité l'aide d'organismes gouvernementaux – Québec (avril 2015)

La satisfaction par rapport aux services reçus est la plus élevée en Côte-Nord, au Saguenay–Lac-Saint-Jean, en Mauricie, en Montérégie et à Laval. Il convient de noter que pour l'ensemble des régions, une très large majorité des répondants (79,2 %) affirme que les services reçus ont été satisfaisants (56,9 %) ou excellents (22,3 %).

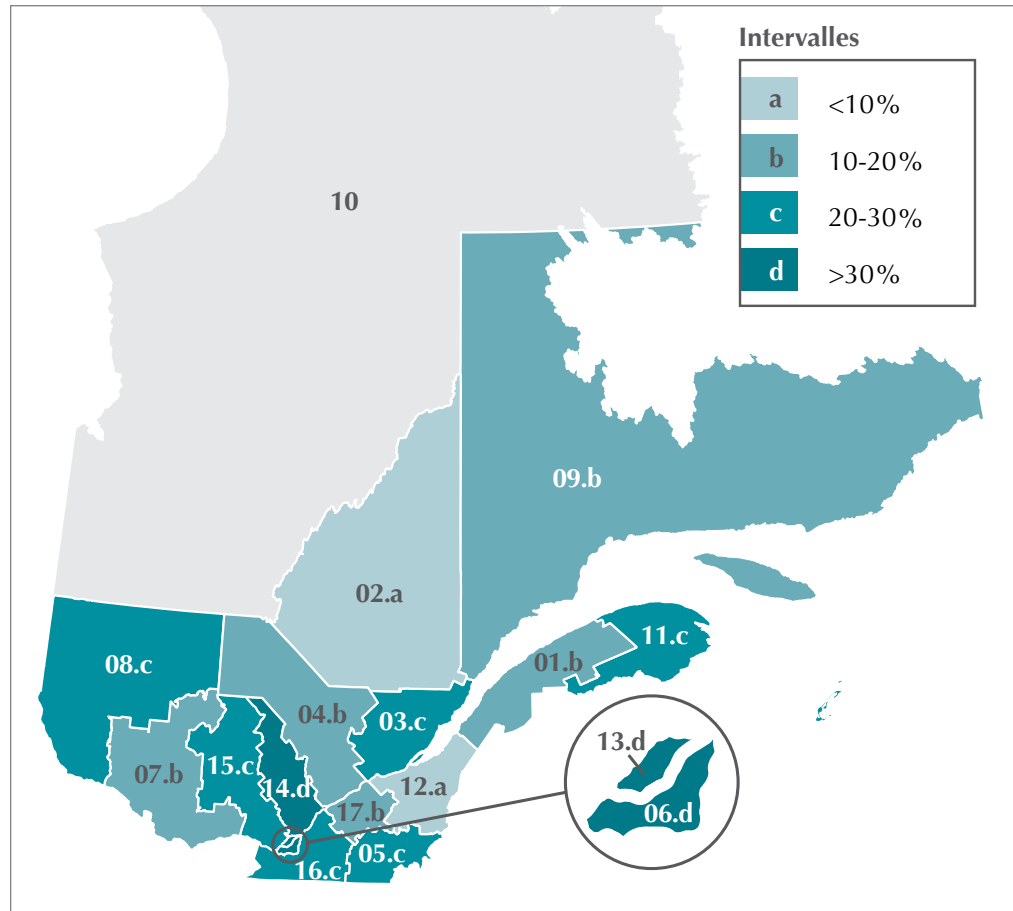
Concernant les types d'aides demandés auprès d'organismes gouvernementaux, c'est la formation et l'information qui ont été le plus souvent mentionnées (dans 25,1% des cas). Le graphique 16 montre les variations entre les régions; notons d'ailleurs que la Côte-Nord, le Saguenay–Lac-Saint-Jean, l'Abitibi-Témiscamingue, la Mauricie et l'Estrie sont les régions où ce type d'aide a été le plus mentionné (affichant plus de 30% dans chaque cas).



Graphique 16: Fréquences régionales du besoin d'aide en matière de formation et d'information auprès des organismes gouvernementaux – Québec (avril 2015)

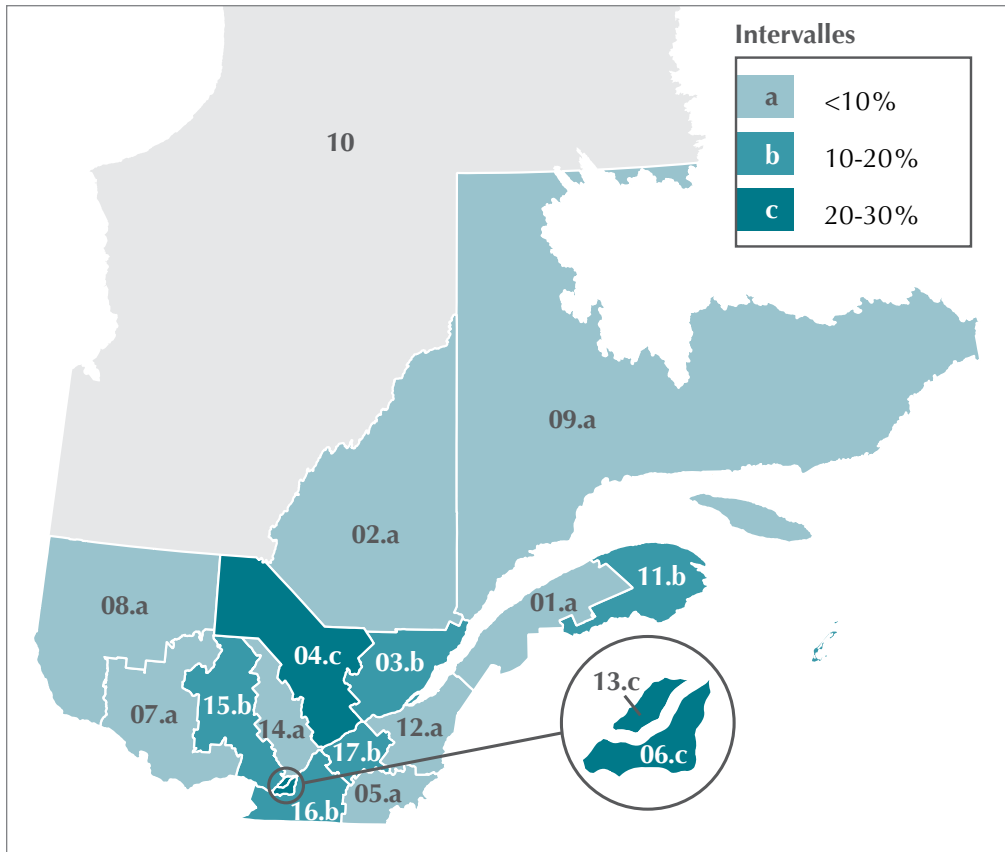
En dépit du taux élevé de satisfaction par rapport à l'aide publique reçue, les démarcheurs ressentent le besoin de soutien supplémentaire. L'aide financière est importante, sous forme de prêts des instances publiques et de financement privé (chacune des deux formes étant mentionnée par 16,4% des répondants).

Il convient de noter que le fait de pouvoir recourir à des entrepreneurs expérimentés est aussi souhaité par 27,1 % des démarcheurs québécois. Les régions de Montréal (33,5 %), de Laval (37,8 %) et de la Lanaudière (34,0 %) concentrent les répondants qui font le plus état de ce besoin.



Graphique 17: Fréquences régionales du besoin d'aide sous forme de conseils des entrepreneurs expérimentés – Québec (avril 2015)

L'accès à des réseaux d'entrepreneurs est mentionné par 17,3 % des démarcheurs québécois, et de façon plus importante, dans les régions de Montréal (25,1 %), de Laval (25,8 %) et de la Mauricie (27,1 %). Ces résultats nous indiquent que la concentration d'entrepreneurs n'est pas toujours une garantie de facilité d'accès à ce type d'aide.



Graphique 18: Fréquences régionales du besoin d'aide sous forme d'accès aux réseaux d'entrepreneurs – Québec (avril 2015)

Quant au besoin d'aide sous forme de conseils techniques, il est indiqué par 24,5 % des démarcheurs québécois, surtout dans les régions les plus isolées: la Côte-Nord (55,0%), l'Abitibi-Témiscamingue (39,6 %) et les Laurentides (38,7 %).

Retenons que...

De l'étape des intentions aux démarches, c'est la région de Chaudière-Appalaches qui présente le plus fort taux de concrétisation du passage à l'acte.

Près de trois démarcheurs sur cinq souhaitent créer au moins un emploi durant la première année d'activité de leur entreprise, un sur cinq envisage quant à lui d'en créer au moins quatre.

Près d'un démarcheur sur quatre indique avoir besoin de montants inférieurs à 5 000 \$ pour se lancer en affaires, alors qu'un démarcheur sur cinq situe ses besoins à 100 000 \$ et plus. Les projets ambitieux sont surtout le fait des régions de la Chaudière-Appalaches et de Lanaudière. Pour la moitié des répondants, les sources de financement pour y arriver sont les économies personnelles.

Les secteurs d'activité les plus convoités sont un peu différents de ceux des individus qui en sont à l'étape des intentions. Le commerce de détail prévaut à ce stade, suivi des services professionnels, scientifiques et techniques. Habituellement boudé au Québec, le secteur primaire (agriculture, foresterie et pêche) s'affiche à des taux vraiment supérieurs dans le Bas-Saint-Laurent, en Gaspésie et en Chaudière-Appalaches.

Sur l'ensemble du Québec, les obstacles aux démarches sont d'abord liés au financement et au manque d'économies personnelles, le manque de temps figure comme un obstacle important également.

Concernant l'aide gouvernementale, plus de deux répondants sur cinq en phase de démarches ont affirmé y avoir recours (la formation et l'information étant les types les plus souvent mentionnés). De façon générale, près de quatre démarcheurs sur cinq ont qualifié l'aide reçue d'excellente ou de satisfaisante.

Pour près d'un démarcheur sur cinq, l'accès à des réseaux d'entrepreneurs est important. Étonnamment, Montréal, Laval et la Mauricie affichent des taux nettement supérieurs à cet égard (plus d'un démarcheur sur quatre), ce qui indique que la concentration d'entrepreneurs n'est pas toujours une garantie de facilité d'accès à ce type d'aide!

Propriétaires

Choix d'entrée en affaires selon les régions

Pour les répondants (population adulte du Québec) qui sont présentement propriétaires, la modalité dominante pour se lancer en affaires est la création d'une nouvelle entreprise (71,1 %), suivie par la relève d'une entreprise existante (dans laquelle l'actuel propriétaire avait travaillé), avec 18,7 %; le rachat étant le moins souvent invoqué (10,2 %). Du côté des régions, l'option de prendre la relève d'une entreprise constitue la forme privilégiée d'entrée en affaires pour plus de 30 % des propriétaires en Gaspésie, en Côte-Nord et au Centre-du-Québec. D'autre part, Montréal est la seule région où le rachat est le plus fréquemment invoqué, comparativement à la relève.

De nouvelles entreprises dans la chaîne

Pour établir s'il y a une activité entrepreneuriale notable et récente au Québec, il y a lieu d'examiner la structure par âge des entreprises. Cette structure est le résultat combiné du taux annuel d'entrées et de mortalité des groupes d'âge spécifiques des entreprises. Sur l'ensemble des entreprises, notons le bon taux enregistré par celles affichant moins d'une année d'existence (14,4 %) et par celles affichant moins de trois années d'existence (32,9 %), ce qui suggère une bonne activité entrepreneuriale récente.

À quel âge les actuels propriétaires se sont-ils lancés en affaires ?

Bien que ce soit le groupe des 25-29 ans qui est le plus dynamique pour ce qui est des intentions de se lancer en affaires, les propriétaires ont démarré leurs entreprises actuelles dans une plus grande proportion alors qu'ils avaient entre 30 et 34 ans (21,8 %), suivi par le groupe d'âge des 35-39 ans (16,5 %). Nous le verrons lorsque nous évoquerons les fermetures, les jeunes affichent un taux élevé d'échec, mais ils reviennent aussi (en bonne proportion) dans le cycle entrepreneurial après cet échec. La maturité des individus est indéniablement un ingrédient important à la création d'entreprises plus viables...

Taille des entreprises

La structure de l'échantillon de l'IEQ 2015, par groupes établis selon la taille des entreprises, suit les distributions connues dans les économies développées, avec un léger biais vers les petites entreprises³⁰. En effet, un peu plus de la moitié des répondants-proprétaires (51,1 %) n'a pas d'employés à sa charge. Les propriétaires de microentreprises (jusqu'à 5 employés) représentent 39,5 % du total.

Investissements initiaux et chiffres d'affaires lors de la première année en activité

La petite taille de la majorité des entreprises se reflète aussi dans les investissements initiaux réalisés lors de la création (ou reprise): 44,7 % des actuels propriétaires ont démarré avec moins de 5 000 \$ et seulement 10,2 % avec 100 000 \$ et plus. Le début en affaires a donc été relativement modeste (moins de 50 000 \$) pour plus de la moitié des répondants (53,3 %).

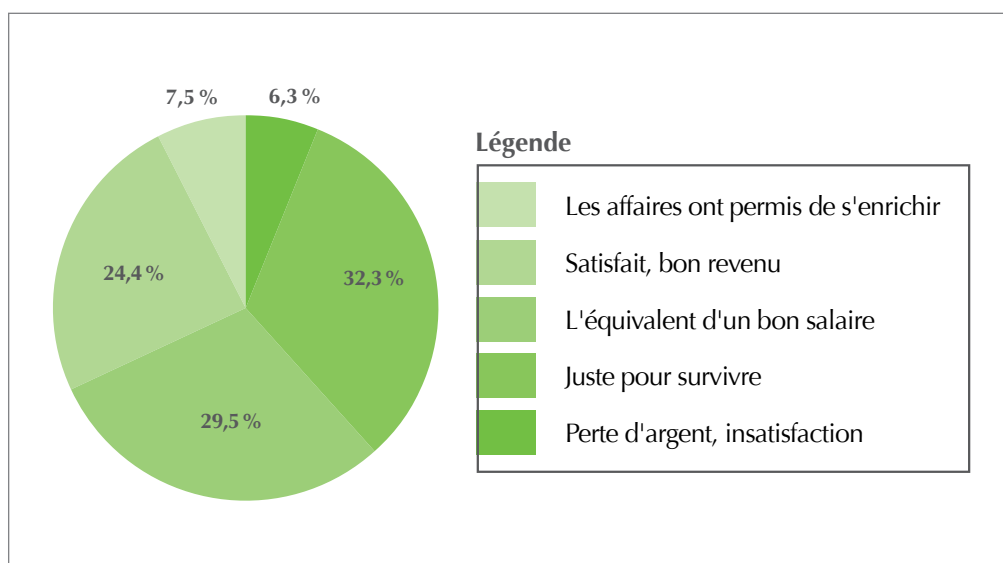
³⁰ Ce biais a trois explications principales: la propriété d'entreprises plus grandes est diluée entre les actionnaires, les propriétaires des entreprises moyennes et plus grandes qui ont une plus forte probabilité de détenir plusieurs entreprises et aussi, les entreprises avec plus d'employés ont une plus grande probabilité d'être des succursales des firmes avec le siège social ailleurs au Canada ou dans le monde.

Évolution du chiffre d'affaires des entreprises

Assurer la survie de son entreprise est une chose, voir son chiffre d'affaires augmenter en est une autre! Parmi les propriétaires d'entreprise, 6,7% ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de plus de cinq fois depuis leur année d'entrée en affaires. Au total, 57,1% des propriétaires d'entreprise ont affirmé avoir assuré une croissance de leur chiffre d'affaires et 22,0% ont indiqué avoir maintenu une stabilité. La diminution du chiffre d'affaires est quant à elle mentionnée par 10,2% des propriétaires.

Satisfaction perçue par rapport aux revenus

Le niveau de satisfaction par rapport aux revenus générés en tant qu'entrepreneur n'est pas toujours à la hauteur des attentes... Les répondants sont nombreux (32,3%) à déclarer gagner seulement ce qui est nécessaire pour survivre. En effet, plus des deux tiers d'entre eux atteignent des chiffres d'affaires de moins de 50 000 \$, ce qui confirme une certaine précarité dans une frange importante d'entrepreneurs.



Graphique 19: Satisfaction des entrepreneurs par rapport à leurs revenus – Québec (avril 2015)

Obstacles à la croissance

Plus d'un quart des entrepreneurs (28,9%) affirment qu'il n'y a pas d'obstacle à la croissance de leur entreprise. Parmi les autres répondants, le principal obstacle réside dans la situation économique instable (48,3%). Cette perception est encore plus forte dans la Côte-Nord (80,0%), en Outaouais (65,6%) et dans le Bas-Saint-Laurent (65,0%).

Tableau 6 : Principaux obstacles à la croissance des entreprises – Québec (avril 2015)

Obstacles à la croissance	QC
La situation économique instable	48,3 %
Le manque de liquidité	26,9 %
La taxe sur la masse salariale (RRQ, AE, etc.)	15,1 %
Le financement public insuffisant ou inadéquat	14,6 %
La crainte de ne pas rentabiliser les investissements	14,4 %
L'endettement encouru par les investissements nécessaires	13,7 %
Le financement privé insuffisant ou inadéquat	12,6 %
Le manque d'expertise, de savoir-faire	7,2 %
Le manque de soutien technique	5,1 %

Remarque: jusqu'à trois choix possibles par répondant, le total dépasse 100 %.

Occupation antérieure des propriétaires d'entreprise

La majorité des répondants s'affichant actuellement comme étant propriétaires d'entreprise affirment qu'ils étaient salariés avant de se lancer en affaires (72,6 %). Passer directement de chômeur à propriétaire d'entreprise (incluant le travail autonome) est le fait de 6,9 % des propriétaires actuels, surtout en Abitibi-Témiscamingue (22,2 %) ou en Côte-Nord (34,9 %).

Types d'aides nécessaires pour croître

Une large majorité d'entrepreneurs (68,9 %) espèrent faire croître leur entreprise en ayant recours à différentes formes de soutien. Avoir des contacts influents est la forme la plus souvent mentionnée (33,6 %), ce qui met en évidence un certain degré d'isolement des propriétaires. Vient ensuite le besoin de subvention, presque à égalité.

L'accompagnement par des entrepreneurs d'expérience, reflétant le besoin d'être conseillé dans le processus pour améliorer les décisions d'affaires, est surtout demandé dans les métropoles: c'est à nouveau un signe que ce ne sont pas toujours les grandes agglomérations qui fournissent et facilitent l'accès à des réseaux de contacts. Soulignons aussi le même constat dans Lanaudière, en Chaudière-Appalaches et en Abitibi-Témiscamingue.

L'accès à des réseaux d'entrepreneurs – c'est-à-dire un besoin de réseautage reconnu pour l'influence sur la croissance des entreprises dans le cadre l'identification de nouvelles occasions d'affaires – constitue une aide particulièrement demandée en Estrie, en Montérégie ou au Centre-du-Québec (plus de 20 %).

Tableau 7 : Types d'aides nécessaires pour croître – Québec (avril 2015)

Types d'aides nécessaires pour croître	QC
Contacts influents	33,6%
Subventions	32,0%
Financement privé (investisseurs privés)	22,5%
Conseil technique	22,2%
Meilleur support des organismes publics	16,8%
Accès à des réseaux d'entrepreneurs	16,7%
Accompagnement auprès d'entrepreneurs d'expérience	13,5%

Remarque: jusqu'à trois choix possibles par répondant, le total dépasse 100%.

Retenons que...

Bien que la création d'entreprise *ex nihilo* soit le choix d'entrée en affaires privilégié des propriétaires au sein de la population québécoise, les régions de la Gaspésie, de la Côte-Nord et du Centre-du-Québec se démarquent par leur prédominance à avoir choisi la relève comme modalité.

La structure par âge des entreprises révèle une entrée récente et notable d'entreprises dans la chaîne entrepreneuriale.

Près de la moitié des propriétaires actuels ont démarré leur entreprise avec moins de 5 000 \$. Un répondant sur dix affirme toutefois avoir eu besoin de 100 000 \$.

Plus de la moitié des propriétaires d'entreprise indiquent avoir assuré la croissance de leur chiffre d'affaires. Un peu plus d'un répondant sur cinq a plutôt connu une stabilité à cet égard. La diminution du chiffre d'affaires est quant à elle le fait d'un répondant sur dix.

Plus d'un quart des entrepreneurs affirment ne pas connaître d'obstacle à la croissance de leur entreprise, une bonne nouvelle. Le principal obstacle mentionné pour l'ensemble du Québec est la situation économique instable. Une perception encore plus forte dans la Côte-Nord, l'Outaouais et le Bas-Saint-Laurent.

Près des trois quarts des entrepreneurs affirment avoir été des salariés avant de se lancer en affaires. Le fait de passer du chômage à l'entrepreneuriat est invoqué de façon beaucoup plus importante par les répondants de l'Abitibi-Témiscamingue et de la Côte-Nord.

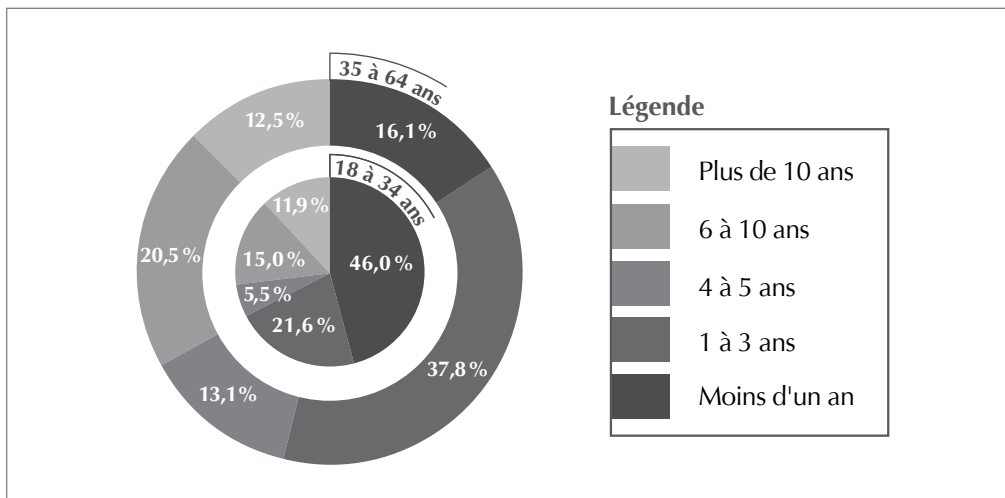
Afin de faire croître leur entreprise, un tiers des propriétaires estiment avoir besoin de contacts influents, ce qui souligne une certaine forme d'isolement de ces derniers. Par ailleurs, l'accès à des subventions est mentionné presque à égalité.

Fermetures

Cette section porte sur la proportion de la population ayant déjà fermé une entreprise et cessé ses activités au cours d'une vie, sans égard à l'endroit où l'entreprise était située. Seul un regard d'ensemble sur la population du Québec a été privilégié à cette étape. Par ailleurs, il convient de souligner que la fermeture ou la cessation des activités d'une entreprise ne comprend pas la vente de cette dernière.

Durée de vie des entreprises avant fermeture

Une majorité d'entreprises qui ne sont plus en activité (56,1 %) ont connu une durée de vie allant jusqu'à 5 ans. Les différences selon l'âge des propriétaires sont importantes : les jeunes ont fermé leurs entreprises près de trois fois plus souvent que les 35-64 ans avant d'en arriver à une année d'existence (graphique 20), ce qui démontre un important besoin d'accompagnement pour cette clientèle.



Graphique 20: Durée de vie de l'entreprise avant fermeture, par groupe d'âge des propriétaires – Québec (avril 2015)

Fermeture, et après ?

Il est important de noter qu'avoir fermé une entreprise ne signifie pas l'abandon de l'entrepreneuriat, plus particulièrement pour les jeunes. Ainsi, 77,1 % des jeunes hommes ayant fermé une entreprise sont entrés à nouveau dans le cycle entrepreneurial (quelle qu'en soit l'étape : intentions, démarches ou déjà propriétaires), de même que 69,0 % des jeunes femmes. Au sein du groupe des 35-64 ans, les répondants ayant déjà réintégré le cycle entrepreneurial affichent une proportion identique (30,9 %, autant pour les femmes que pour les hommes de ce groupe d'âge). Ceux qui n'ont pas réintégré ce cycle ne ferment néanmoins pas la porte pour plus tard, même s'ils n'ont pas d'intentions maintenant. C'est notamment le cas du groupe des 35-64 ans, chez les hommes surtout (53,6 %), mais aussi chez les femmes (35,0 %).

Raisons de fermeture

Pour l'ensemble des répondants, 10,8 % des fermetures sont le résultat du départ en retraite du propriétaire. Évidemment, le groupe des 65 ans et plus représente la quasi-totalité des cas : c'est la motivation principale indiquée par 45,1 % des hommes et par 20,4 % des femmes de ce groupe d'âge.

Le manque de relève est indiqué par 8,2 % des hommes et 5,2 % des femmes de ce même groupe d'âge. Les deux raisons suggèrent des difficultés rencontrées dans le cadre de la succession de leur entreprise.

Les difficultés financières (12,7 % de l'ensemble des fermetures) concernent surtout les femmes âgées de 35 à 64 ans (22,4 %) et les jeunes hommes (17,8 %).

Fait à noter, le manque de clients (11,7 % pour l'ensemble des répondants ayant déjà fermé une entreprise) concerne surtout les jeunes : pour 33,3 % des hommes, le manque de clients représente la motivation principale de fermeture; c'est le cas pour 26,9 % des femmes. Ces valeurs très élevées dans ce groupe d'âge peuvent signifier que ce sont surtout les jeunes qui ont besoin d'aide de la part d'organismes spécialisés afin d'obtenir une meilleure analyse de marché avant de se lancer en affaires.

Les motifs personnels (divorce, maladie, enfants en bas d'âge) ont été indiqués par 14,2 % des répondants, surtout par les femmes de 35 à 64 ans (34,2 %).

Retenons que...

Un peu plus de la moitié des entreprises fermées n'ont pas dépassé le cap de leurs cinq ans d'existence.

Près de trois fois plus de jeunes que d'individus de 35 à 64 ans ont fermé leur entreprise avant que celle-ci ne passe le cap de la première année d'existence, ce qui souligne le besoin en accompagnement de cette clientèle.

Près de huit jeunes hommes sur dix se sont relancés dans l'aventure entrepreneuriale après avoir fermé leur entreprise (du côté des jeunes femmes : près de sept sur dix).

Environ un tiers des jeunes hommes (un peu moins pour les jeunes femmes) affirment avoir fermé leur entreprise par manque de clients. Ce constat souligne la nécessité d'une meilleure définition du marché et d'une évaluation réaliste et exhaustive des besoins de leur clientèle potentielle.

3 | REGARD SUR LE DYNAMISME ENTREPRENEURIAL QUÉBÉCOIS SELON LE DEGRÉ D'URBANITÉ

Entreprendre près d'un grand centre urbain ou au contraire en région rurale influence-t-il le dynamisme entrepreneurial des individus québécois? Et entre ces deux pôles, y a-t-il des nuances qui se dégagent? En plus de cartographier les tendances régionales, l'édition 2015 de l'IEQ tente également de répondre à ces questions.

La littérature suggère que le dynamisme entrepreneurial (le taux de création de nouvelles entreprises ou le lancement en affaires comme travailleur autonome) est influencé, au niveau régional, par différents facteurs comme: le taux de chômage, la densité de la population, la présence des grappes industrielles, la croissance de la population ou le capital humain (Armington et Acs³¹, 2002). Certaines études ont trouvé une relation positive entre le taux d'immigrants et le dynamisme entrepreneurial (Reynolds et coll.³², 1994), les immigrants étant des preneurs de risque dans une plus grande proportion que les habitants « natifs ». D'autre part, la diversification économique, en fournissant la possibilité d'apparition de nouvelles combinaisons de technologies (Desrochers³³, 2001) ou de nouvelles niches de marché (van Widen et coll.³⁴, 2007), favorise l'apparition d'occasions d'affaires dans les agglomérations urbaines par rapport au milieu rural.

L'IEQ 2015 porte donc un regard sur une classification en fonction du degré d'urbanité des zones géographiques où habitent les répondants et du dynamisme entrepreneurial de ces individus. La classification, en cinq strates telles que décrites ci-dessous, offre notamment un point de repère voire de comparaison aux acteurs du développement socioéconomique des différentes localités du Québec. Bien que chaque localité ait ses particularités, les données observées en fonction du degré d'urbanité présentent en effet des balises intéressantes et pourraient bien nous révéler quelques surprises...

Classification des localités québécoises aux fins du rapport

La population du Québec est répartie dans pas moins de 1 287 municipalités³⁵. Les municipalités de plus de 100 000 habitants sont au nombre de 10, soit moins de 1 % de l'ensemble des municipalités du Québec, mais elles regroupent près de la moitié de la population de la province (47,7%).

Aux fins de l'édition 2015 de l'IEQ, notre analyse va au-delà de la dichotomie « urbain-rural », une conception bipolaire qui n'aurait pas fait état de plusieurs nuances intéressantes. L'analyse s'est donc davantage inscrite dans un continuum échelonné selon le degré d'urbanité (les localités ont été classifiées en cinq catégories).

Répartir les localités dans une catégorie ou une autre n'est pas une tâche facile, car il n'y a pas de critères précis sur lesquels se baser pour classer les municipalités québécoises. En général, plusieurs critères sont conjointement utilisés: la taille, le rôle régional et la population desservie, le système urbain³⁶. Pour notre classification des municipalités québécoises (en métropoles, grandes villes, villes moyennes, petites villes et villages), nous avons tenu compte de facteurs tels que le poids démographique, mais aussi de la

31 Source : Armington et Acs (2002).

32 Source : Reynolds et Westhead (1994).

33 Source : Desrochers (2001).

34 Source : van Widen et coll. (2007).

35 Source : Institut de la statistique du Québec (2015).

36 Source : Desmarais (1984).

fonction de centre local rayonnant sur une région ou même sur d'autres villes (le cas de Montréal et de la ville de Québec).

Ainsi, aux fins de l'exercice, nous avons choisi de qualifier les quatre plus grandes villes du Québec de métropoles. Il s'agit de Montréal, Laval, Québec et Gatineau.

Montréal est de loin la municipalité la plus peuplée, comptant pour 21 % de la population de la province. Elle regroupe 1 744 323 de personnes en 2014³⁷, soit plus du triple de la population de la ville de Québec (537 859), qui occupe le second rang. Suivent dans l'ordre, Laval (420 870) et Gatineau (276 338) (tableau 8). Laval est une ville fortement intégrée, du point de vue économique et social, avec Montréal. Ainsi, plus de 50 %³⁸ de la population active lavalloise ne travaille pas dans sa ville, la plupart des habitants faisant la navette journalière à Montréal. À son tour, Gatineau forme, avec Ottawa, la région métropolitaine d'Ottawa-Gatineau, qui est d'ailleurs la quatrième agglomération du Canada³⁹.

Les localités de moins de 2 500 habitants ont été considérées comme des villages, selon le seuil établi par Dugas (1996)⁴⁰, plus adapté à la réalité québécoise.

Tableau 8 : Classification des municipalités québécoises – Québec (avril 2015)

Milieu	Catégorie	Localités incluses	Nombre d'habitants
Urbain	Métropoles	Montréal, Laval, Québec, Gatineau	Plus de 250 000 habitants
	Grandes villes	Longueuil, Sherbrooke, Saguenay, Lévis, Trois-Rivières, Terrebonne	Entre 100 000 et 249 999 habitants
	Villes moyennes		Entre 10 000 et 99 999 habitants
Rural	Petites villes		Entre 2 500 et 9 999 habitants
	Villages		Moins de 2 500 habitants

37 *Idem*.

38 *Source* : Institut de la statistique du Québec (2014a).

39 *Source* : Institut de la statistique du Québec (2014b).

40 *Source* : Dugas (1996).

Degré d'urbanité et entrepreneuriat

Le tableau suivant présente les principaux indicateurs de la chaîne entrepreneuriale au Québec pour chaque catégorie de la classification des localités québécoises.

Tableau 9 : Synthèse du dynamisme entrepreneurial par degré d'urbanité – Québec (avril 2015)

	Intentions	Démarches	Propriétaires	Fermetures
Métropoles	24,2 %	11,6 %	7,5 %	13,6 %
Grande villes	17,5 %	7,1 %	6,5 %	11,1 %
Villes moyennes	17,2 %	8,3 %	7,1 %	11,1 %
Petites villes	18,2 %	11,7 %	11,6 %	11,1 %
Villages	13,8 %	11,1 %	10,2 %	13,2 %
Total	20,1 %	10,2 %	7,9 %	12,3 %

Des milieux ruraux plus dynamiques que les métropoles

Notons, au tableau 9, que ce sont les métropoles qui détiennent la palme du taux d'intentions entrepreneuriales le plus élevé avec 24,2 %, alors qu'à l'autre pôle se situent les villages, avec un taux de 13,8 %. Cependant, le taux de démarcheurs dans les métropoles (11,6 %) est quant à lui presque à égalité avec celui des villages (11,1 %). Quant au taux de propriétaires, le rapport de forces s'inverse, les métropoles affichant un taux de propriétaires de 7,5 % alors que les villages se situent à 10,2 %. La raison pouvant expliquer ce contraste « métropole – milieu rural » pourrait résider dans le fait que les occasions d'affaires en milieu rural – bien que plus rares et moins diversifiées – soient plus faciles à identifier et à saisir. Du côté du taux de propriétaires, la concentration de grandes entreprises dans les grandes villes, et surtout dans les métropoles, tend également à influencer plus lourdement sur les choix individuels de carrière.

Cette lecture d'un dynamisme accru dans les petites villes et villages est d'autant plus intéressante qu'elle fait aussi écho à de nombreuses observations sur le terrain. En effet, nous constatons depuis quelques années les efforts accrus des chefs de file de petits territoires québécois afin de prendre en charge leur développement, mettant ainsi de plus en plus l'entrepreneuriat à l'ordre du jour. Ils le font notamment par la mesure de leur dynamisme entrepreneurial, par le recensement de leurs pratiques en entrepreneuriat, par l'établissement d'objectifs et de moyens d'action communs. Pour plusieurs de ces territoires, cette synergie est d'ailleurs stimulée voire animée par la présence des Tables d'action en entrepreneuriat⁴¹.

41 Les Tables d'action en entrepreneuriat ont été mises en place dans chacune des régions du Québec par le ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations du gouvernement du Québec en 2010 et visent notamment à dynamiser la culture entrepreneuriale de toutes les régions en contribuant à la concertation des acteurs économiques.

Dynamisme entrepreneurial des moyennes et grandes villes à la traîne

Dans les grandes et moyennes villes, il est intéressant de noter que les trois grands indicateurs relatifs aux étapes du processus entrepreneurial (les taux d'intentions, de démarches et de propriétaires) affichent des valeurs inférieures à celles enregistrées dans les métropoles, les petites villes et les villages. Ainsi, les proportions de répondants ayant des intentions entrepreneuriales, effectuant des démarches pour démarrer une entreprise ou étant propriétaires d'entreprise sont inférieures aux moyennes provinciales. Il serait intéressant d'explorer ce qui « ralentit » ces territoires. Est-ce la présence suffisante, voire abondante, de ressources (occultant ainsi la volonté ou le besoin d'entreprendre des individus)?

Taux élevé d'intentions entrepreneuriales dans les métropoles québécoises

Nous avons pu constater que le taux d'intentions entrepreneuriales dans les métropoles est très élevé (24,2 % par rapport à la moyenne provinciale de 20,1 %). Peut-on expliquer cet écart par la contribution des immigrants?

Contribution des immigrants au taux élevé d'intentions dans les métropoles

D'après les éléments constatés à la section précédente, les immigrants affichent des taux d'intentions entrepreneuriales plus élevés par rapport à la population dite « native ». Étant donné que ces derniers sont surtout concentrés dans les métropoles (76,3 % des répondants immigrants y résident), nous avons examiné la variation des taux d'intentions et de démarches selon le degré d'urbanité, pour la population adulte totale ainsi que pour la population sans immigrants.

Tableau 10: Influence des immigrants au dynamisme entrepreneurial québécois – Québec (avril 2015)

Catégorie	Intentions		Démarches	
	Population adulte totale	Population adulte sans immigrants	Population adulte totale	Population adulte sans immigrants
Métropoles	24,2 %	22,1 %	11,6 %	10,1 %
Grandes villes	17,5 %	16,5 %	7,1 %	6,9 %
Villes moyennes	17,2 %	16,8 %	8,3 %	8,3 %
Petites villes	18,2 %	17,4 %	11,7 %	11,7 %
Villages	13,8 %	12,8 %	11,1 %	11,4 %
Total	20,1 %	18,5 %	10,2 %	9,5 %

Nous remarquons l'importance de la contribution des immigrants au taux d'intentions entrepreneuriales dans les métropoles. Cet apport positif est également observable dans les démarches, à un degré moindre.

Autres facteurs expliquant le taux élevé d'intentions dans les métropoles

Nous constatons cependant que même après l'élimination de la contribution des immigrants, le taux d'intentions entrepreneuriales dans les métropoles reste considérablement plus élevé par rapport à la moyenne provinciale: 22,1 % vs 18,5 % (colonne population adulte sans immigrants du tableau 10).

Cependant, ce taux élevé d'intentions entrepreneuriales dans les métropoles ne se reflète pas dans des taux supérieurs de propriétaires d'entreprise. En fait, le taux de propriétaires dans les grandes métropoles est légèrement inférieur à la moyenne québécoise (7,5 % vs 7,9 %).

Les données nous indiquent que pour le tiers (32,4 %) des répondants provenant des métropoles, le facteur déclencheur principal pour passer des intentions au démarrage d'entreprises réside dans l'identification d'une occasion d'affaires intéressante. Ceci est valable juste pour un quart des répondants (26,2 %) de l'ensemble du Québec. On constate également que les répondants provenant des métropoles sont stimulés en moindre proportion, comparativement aux autres Québécois, par l'obtention de l'aide publique (14,0 % vs 16,7 %) ou des institutions financières (5,5 % vs 6,3 %).

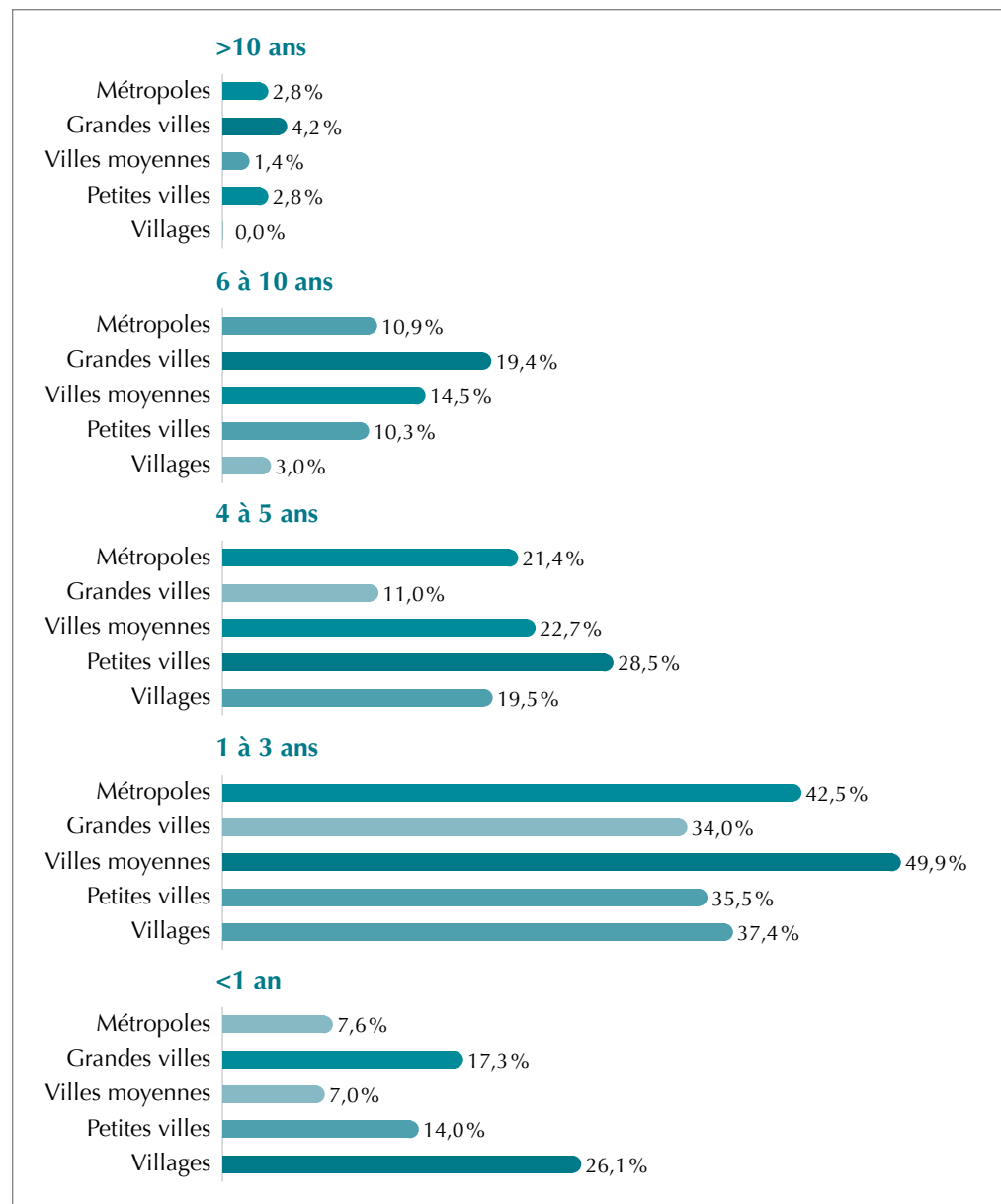
Tableau 11 : Éléments déclencheurs pour les démarches selon le degré d'urbanité – Québec (avril 2015)

	Présence d'un mentor	Occasion d'affaires	Aide publique	Aide aux entreprises/ financement privé
Métropoles	18,0%	32,4%	14,0%	5,5%
Grandes villes	24,4%	22,3%	18,8%	7,4%
Villes moyennes	14,0%	18,9%	16,0%	3,9%
Petites villes	21,3%	26,4%	31,9%	11,5%
Villages	27,5%	13,9%	15,2%	13,9%
Total	18,3%	26,2%	16,7%	6,3%

Ce taux d'intentions entrepreneuriales supérieur dans les métropoles pourrait notamment s'expliquer par la présence d'occasions d'affaires qui seraient plus nombreuses sur ces territoires, et ce, notamment grâce à leur diversification économique, à un accès facile aux ressources (matérielles, financières et humaines) et à de meilleures facilités de transport.

En contrepartie, les occasions d'emploi sont certainement plus intéressantes à Montréal, à Québec, à Gatineau ou à Laval qu'ailleurs dans la province. Ceci pourrait expliquer pourquoi les habitants des métropoles semblent moins pressés pour passer de l'étape des intentions au démarrage d'entreprises. Ainsi, seulement 7,6 % d'entre eux estiment pouvoir commencer les démarches pour se lancer en affaires dans les douze prochains mois, la moyenne québécoise étant de 10 % (graphique 21). À l'inverse, les villages se démarquent nettement par leur volonté d'entreprendre dans un court horizon temporel (plus du quart dans un horizon de moins d'un an). Il y aurait lieu de voir s'il s'agit du pragmatisme des habitants des villages ou de leurs perceptions de l'environnement d'affaires comme étant moins complexe ou peut-être de la proximité des ressources aiguillant de ce fait plus rapidement les individus vers l'étape des démarches.

Rappelons que plus l'horizon de temps prévu pour les démarches est éloigné, plus la probabilité d'un démarrage réel diminue. Retour aux études, nouvelles opportunités de carrière, stabilité de l'emploi sont autant de raisons qui pourraient aussi expliquer pourquoi le taux élevé d'intentions entrepreneuriales dans les métropoles québécoises ne se matérialise pas dans des taux élevés de démarches et de propriétaires. D'ailleurs, une recherche menée en France par Moreau et Raveleau⁴² montre que l'intention entrepreneuriale n'est pas stable dans le temps. Certains individus montrent un intérêt croissant, tandis que d'autres voient leur désir stagner, fluctuer et même décroître. D'autres études ont aussi montré que plus on s'éloigne de la période de sensibilisation, plus l'enthousiasme pour la création d'entreprise s'estompe.



Graphique 21 : Horizon temporel prévu par les démarcheurs pour le lancement effectif de leur entreprise selon le degré d'urbanité – Québec (avril 2015)

42 Source : Moreau et Raveleau (2006).

Modalités adoptées pour se lancer en affaires par les propriétaires actuels

Il est intéressant de relever le lien entre le degré d'urbanité et la volonté de prendre la relève d'une entreprise existante (plutôt que d'en créer une de toutes pièces). Ainsi, pour les répondants propriétaires, la relève a été choisie comme principale modalité pour se lancer en affaires par un tiers des répondants provenant des petites villes (32,5 %) et des villages (36,5 %). La relève enregistre également des taux élevés dans les grandes villes (29,5 %). Le rachat d'entreprises est une modalité par ailleurs fortement envisagée dans les petites villes (17,1 %). Au pôle opposé, la création d'entreprise *ex nihilo* a été utilisée par 87,2 % des habitants de villes moyennes.

Tableau 12 : Modalités des propriétaires pour se lancer en affaires selon le degré d'urbanité – Québec (avril 2015)

	Création <i>ex nihilo</i>	Rachat d'entreprise	Relève d'entreprise
Métropoles	73,5%	10,6%	15,9%
Grandes villes	62,4%	8,2%	29,5%
Villes moyennes	87,2%	6,7%	6,1%
Petites villes	50,4%	17,1%	32,5%
Villages	53,5%	10,0%	36,5%
Total	71,1%	10,2%	18,7%

Même culture entrepreneuriale partout ?

Bien que la culture entrepreneuriale soit le sujet de la section suivante, quelques différences notables sont présentées ici. Les répondants des villages et des petites villes ont de bien meilleures appréciations pour certains éléments de culture entrepreneuriale, notamment la perception du rôle et de l'implication des entrepreneurs dans la communauté. Une différence significative concerne aussi le choix de carrière, les répondants du milieu rural préférant de loin travailler dans les petites entreprises devant les autres options. C'est une façon indirecte de manifester leur attachement au terroir, bien que d'autres explications puissent être apportées. Il faut aussi mentionner que cette différence (par rapport au milieu urbain) est significative seulement pour les répondants ne faisant pas partie du processus entrepreneurial.

Autre constat notable, le rôle des intervenants scolaires dans la sensibilisation à l'entrepreneuriat est plus fort auprès des répondants (ayant des intentions entrepreneuriales) du milieu rural (37,5 %, par rapport à 27,6 % sur l'ensemble des répondants de tous les milieux). Toujours parmi les répondants ayant des intentions, une influence positive est exercée par les amis ou les collègues : 75,7 % des répondants du milieu rural et 73,4 % de ceux des petites villes (65,6 % sur l'ensemble des répondants ayant des intentions). Les autres potentiels agents d'influence, incluant la famille, enregistrent des taux inférieurs à la moyenne provinciale⁴³.

⁴³ Le paragraphe sur la culture entrepreneuriale concerne les répondants qui ont déclaré avoir des intentions de se lancer en affaires. Ceux qui ne se trouvent pas dans une des étapes du processus entrepreneurial sont analysés dans la section suivante.

Les répondants du milieu rural ayant des intentions de se lancer en affaires se distinguent aussi par un plus haut niveau de confiance dans leurs compétences, connaissances et qualités personnelles requises pour se lancer en affaires. Il est fort possible que cette confiance, bien qu'elle soit reliée à la complexité des tâches à réaliser, soit aussi en liaison avec le court horizon de démarrage observé dans ce milieu ainsi qu'une détermination plus forte des individus qui y habitent.

Retenons que...

Les métropoles québécoises affichent un taux d'intentions entrepreneuriales élevé (par rapport à la moyenne provinciale) laissant présager qu'il s'agit d'une locomotive en matière de démarches et pour les propriétaires de ces territoires. Or nous constatons un « effet croisé » où le taux des villages et petites villes prend le pas en ce qui a trait aux propriétaires, plus nombreux dans ces petits territoires.

Alors que les immigrants semblent contribuer plus significativement aux taux d'intentions entrepreneuriales des métropoles, cette contribution semble vraiment moins évidente dans les autres étapes de la chaîne. Les intentions entrepreneuriales élevées dans les métropoles pourraient aussi s'expliquer par la présence plus importante d'occasions d'affaires et par l'existence d'un contexte socioéconomique plus propice (diversification économique, accès plus facile aux ressources et facilités de transport).

Les individus provenant de villages se démarquent très nettement par leur volonté de se lancer en affaires plus rapidement (que la moyenne provinciale) et sont aussi très fortement attirés par le fait de vouloir prendre la relève ou de procéder au rachat d'entreprises existantes (comparativement à la création *ex nihilo*).

Enfin, même du côté de la culture entrepreneuriale, les villages et petites villes se démarquent par leur meilleure perception, notamment, du rôle et de l'implication des entrepreneurs dans la communauté. Les intervenants scolaires de ces milieux semblent aussi jouer un rôle encore plus positif dans la sensibilisation à l'entrepreneuriat, comparativement à la moyenne provinciale.

4 | CULTURE ENTREPRENEURIALE

Culture et représentations entrepreneuriales

La création d'entreprise est un processus de décisions et d'actions, déclenché sous l'effet de l'ensemble des représentations que se fait un porteur de projet du processus entrepreneurial⁴⁴. Cet ensemble de représentations comprend notamment les aspirations de l'entrepreneur, sa perception des ressources et des compétences dont il dispose actuellement et dont il pourra probablement bénéficier à l'avenir, sa perception des opportunités et des possibilités qu'offre l'environnement.

Même si elles sont propres à chaque individu, ces représentations entrepreneuriales sont socialement construites, car ancrées dans la culture, l'histoire et les pratiques quotidiennes d'un groupe social.⁴⁵ C'est pourquoi les normes sociales et culturelles d'un groupe peuvent favoriser le potentiel entrepreneurial et ainsi expliquer les différences entre les pays et même les régions. Ainsi, les activités de création d'entreprise sont encouragées lorsque les normes sociales et culturelles favorisent l'autonomie, la créativité, la prise de risque, l'esprit d'innovation, la solidarité, la résilience devant l'échec, etc. On peut dire dans ce cas que la culture entrepreneuriale du groupe est favorable à l'entrepreneuriat.

Nous définissons donc la **culture entrepreneuriale comme étant un ensemble de valeurs et de convictions communes qui orientent plus ou moins consciemment les perceptions et les comportements des individus appartenant à un groupe**⁴⁶ à l'égard de l'entrepreneuriat.

L'objectif de cette section est de présenter les représentations reliées à la culture entrepreneuriale au Québec et de faire des comparaisons interrégionales ou en fonction des différents contextes urbains et ruraux. Afin de mieux avoir accès aux représentations et perceptions des Québécois par rapport à l'entrepreneuriat et au processus de création d'entreprise, nous avons fait appel à un échantillon composé d'individus ayant des intentions entrepreneuriales ainsi que d'individus ne faisant pas partie du processus entrepreneurial (qui n'ont pas d'intentions ou sont indécis). Ainsi, les éléments qui différencient les personnes ayant développé des intentions entrepreneuriales par rapport à celles sans intentions entrepreneuriales seront présentés⁴⁷.

Accointance des entrepreneurs et intentions de se lancer en affaires

Comme démontré précédemment, les résultats de l'IEQ 2015 indiquent que le fait de provenir d'une famille en affaires, et donc d'avoir côtoyé des entrepreneurs, augmente de façon considérable la probabilité qu'un individu s'oriente vers l'entrepreneuriat.

Au Québec, deux personnes sur trois connaissent, plus ou moins bien, un entrepreneur (69,1 %). La connaissance de l'entrepreneur peut constituer un *stimulus* important pour déclencher le désir d'entreprendre. On remarque d'ailleurs que quatre répondants sur cinq ayant des intentions entrepreneuriales déclarent connaître personnellement un entrepreneur par rapport à 62,7 % des répondants qui n'en ont pas.

44 Ce que Christian Bruyat (2001) appelle « Configuration Stratégique Instantanée Perçue » (CSIP).

45 D'après Serge Moscovici (1997), les représentations sociales des individus ont un double déterminant : le contexte culturel et historique et la rationalité.

46 Par groupe, on peut comprendre une nation, les gens habitant dans un territoire défini, les membres d'une minorité ethnique, etc.

47 Les individus qui en sont à l'étape de démarrage d'entreprise (démarches), les propriétaires ou ceux qui ont déjà fermé une entreprise pourraient induire un biais favorable (ou très défavorable!) à l'égard de l'entrepreneuriat. Afin d'éviter ce biais, nous les avons exclus de notre échantillon.

Les variations régionales sont faibles. Il convient toutefois de noter les valeurs moindres suivantes : un peu plus de la moitié des répondants de l’Abitibi-Témiscamingue (53,0%) et de Laval (52,6%) déclarent connaître personnellement plus ou moins bien un entrepreneur.

Si l’on compare les résultats en fonction du type de localité, alors nous observons que le critère de proximité entre en jeu, car ce sont les habitants des petites municipalités qui sont les plus nombreux à connaître personnellement un entrepreneur (77,5%), suivis par ceux provenant des villages (77,0%).

Lorsqu’il résulte de relations fréquentes, le fait de connaître personnellement un entrepreneur peut constituer un lien fort, offrant un niveau de connaissance ou de confiance réciproque élevée. Il peut aussi s’agir d’un lien faible, lorsque les entrepreneurs ont été sporadiquement rencontrés et les échanges avec eux sont plutôt rares. Sur l’ensemble du Québec, les résultats de notre rapport montrent que les individus qui ne proviennent pas d’une famille en affaires et qui connaissent relativement peu un entrepreneur ont une propension plus élevée à développer des intentions de se lancer en affaires (45,2%), par rapport à ceux qui connaissent très bien au moins un entrepreneur (34,2%). Un constat qui confirme d’ailleurs certaines études sociologiques⁴⁸.

Perspectives d’emplois dans la région et intentions de se lancer en affaires

Les répondants ayant l’intention de se lancer en affaires se sont déclarés plus satisfaits quant aux perspectives d’emploi dans leur région par rapport aux répondants n’affichant pas d’intentions entrepreneuriales (tableau 13).

Tableau 13 : Perceptions à l’égard des perspectives d’emploi dans la région, répondants avec ou sans intentions – Québec (avril 2015)

Réponse	Intentions	Sans intentions
Totalement en accord	18,0%	12,9%
Assez en accord	41,2%	37,9%
Total des deux réponses	59,2%	50,8%
Moyenne pondérée*	3,6	3,3

* La moyenne pondérée, dans ce tableau et les autres de la section, est calculée en utilisant une échelle d’accord en cinq points de type Likert (5 pour les fréquences de la réponse « totalement d’accord », 4 pour la réponse « assez en accord » et ainsi de suite jusqu’à 1 pour « totalement en désaccord »). Une moyenne plus proche de 5 signifie une fréquence accrue des répondants en accord avec la question. Pour l’ensemble des répondants, cette moyenne est de 3,4, signifiant que la fréquence de l’accord avec l’énoncé est supérieure à celle du désaccord.

48 Granovetter (1973) a trouvé que les liens faibles ont la force de permettre à une personne de pénétrer des réseaux sociaux difficilement accessibles par l’intermédiaire des liens forts.

Le tableau 14 montre les perceptions⁴⁹ des répondants à l'égard des perspectives d'emploi dans leur région.

Tableau 14 : Perceptions à l'égard des perspectives d'emploi dans la région, répondants avec ou sans intentions – Québec (avril 2015)

Région	Moyenne
Bas-Saint-Laurent	2,75
Saguenay–Lac-Saint-Jean	3,28
Capitale-Nationale	3,84
Mauricie	2,81
Estrie	3,25
Montréal	3,29
Outaouais	3,73
Abitibi-Témiscamingue	3,75
Côte-Nord	2,93
Gaspésie/Iles-de-la-Madeleine	2,90
Chaudière-Appalaches	3,67
Laval	3,50
Lanaudière	3,43
Laurentides	2,56
Montréal	3,70
Centre-du-Québec	3,62

Sans surprise, en comparant les perceptions des perspectives d'emploi selon le type de localité, les répondants résidant dans les métropoles sont les plus satisfaits (avec le score moyen de 3,49 sur 5) tandis que les habitants des villages sont les moins satisfaits (avec le score moyen de 2,98 sur 5).

Insatisfaction dans l'emploi actuel

Une orientation de carrière vers l'entrepreneuriat peut également survenir lorsque l'individu est insatisfait par son emploi actuel. Pour décider s'il s'agit d'un entrepreneuriat par nécessité ou par opportunité, il faut examiner les raisons pour lesquelles un individu décide de se lancer à son propre compte en réponse à son désintérêt pour l'emploi salarié. D'un côté, l'individu peut être « poussé » vers l'entrepreneuriat par la nécessité d'augmenter ses revenus, ces derniers étant insuffisants. D'un autre côté, le désir pour la

49 Mesurées à l'aide d'une échelle Likert de 5 points, de 1 (totalement en désaccord) à 5 (totalement en accord avec l'énoncé).

création d'entreprise peut être lié à un sentiment d'efficacité personnelle et à un besoin de réussite, et non pas nécessairement à un besoin d'enrichissement économique.

Qu'il s'agisse de raisons liées à la nécessité ou à l'opportunité, force est de constater que l'insatisfaction avec l'emploi actuel constitue une motivation forte pour se lancer en affaires. Ainsi, nos résultats indiquent qu'il y a trois fois plus d'individus parmi les répondants sans intentions entrepreneuriales (48,2 %) qui se déclarent « très satisfaits » de leur emploi actuel par rapport aux répondants affichant des intentions entrepreneuriales (15,0%). À noter également que la moyenne pondérée des perceptions de la satisfaction dans l'emploi actuel est de 3,27 sur 5 chez les répondants ayant des intentions et de 4,16 sur 5 parmi ceux qui n'en ont pas. Ceci confirme le lien entre le niveau de satisfaction par rapport à l'emploi actuel et les intentions de se lancer en affaires.

Par régions, le niveau le plus élevé de satisfaction par rapport à l'emploi actuel se trouve en Mauricie (4,31 sur 5) et en Montérégie (4,28 sur 5), tandis que les niveaux les plus faibles sont enregistrés dans le Bas-Saint-Laurent (3,55 sur 5) et à Montréal (3,68 sur 5), la moyenne provinciale étant de 3,93.

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

Les éditions précédentes de l'IEQ ont démontré que les Québécois ont en général des perceptions positives à l'égard des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat. Cette tendance se maintient en 2015, mais il faut toutefois noter une légère baisse, de l'ordre de 2-3 %, pratiquement pour tous les indicateurs pris en compte⁵⁰.

50 À noter cependant que cette baisse est à la limite des marges d'erreur pour l'échantillon des répondants.

Tableau 15 : Perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs (proportion des répondants en accord avec l'énoncé), répondants avec et sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)

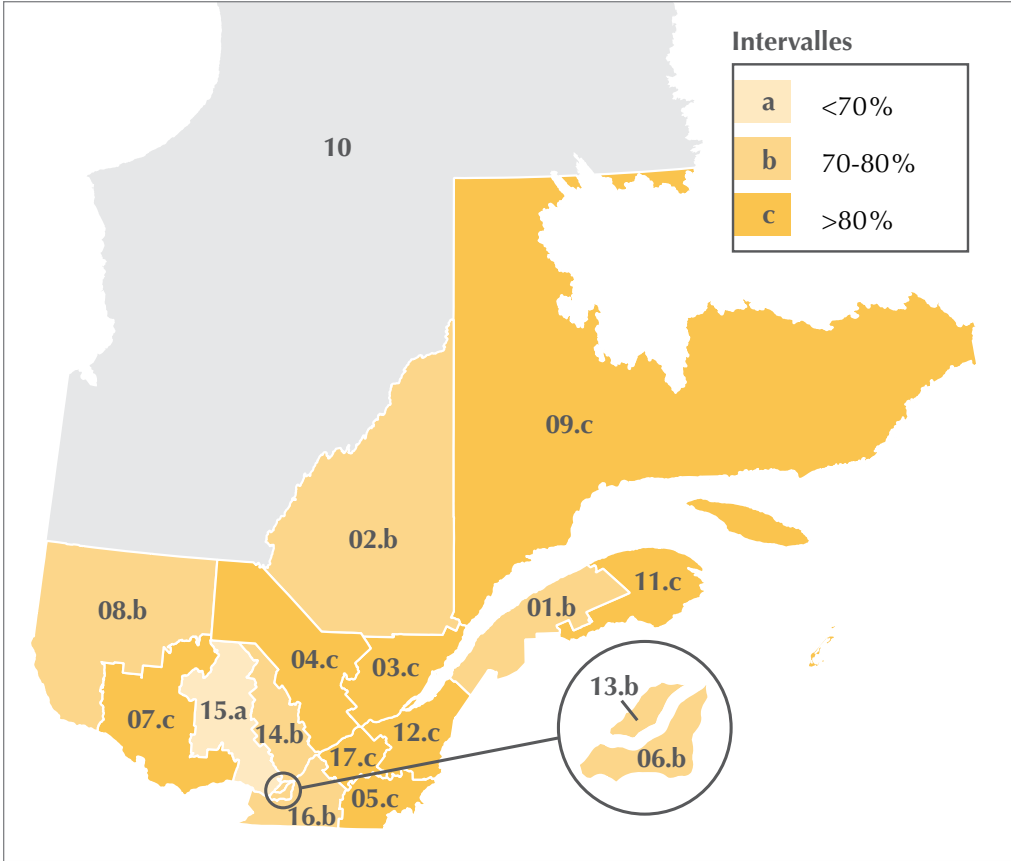
Indicateurs de perception	Intentions	Sans intentions	Indécis	Total Qc
Il est possible de s'enrichir de façon juste et équitable en étant en affaires (à titre de propriétaire-dirigeant)	88,8%	80,3%	70,9%	79,9%
L'entrepreneuriat est un choix de carrière désirable	79,4%	65,7%	64,0%	67,4%
Les entrepreneurs sont des créateurs d'emplois et de richesse	84,1%	79,7%	74,0%	79,4%
Les gens qui réussissent en affaires sont des modèles pour la communauté	72,3%	73,6%	71,2%	73,0%
Les entrepreneurs s'impliquent dans leur communauté (investissement en temps, en argent, etc.)	60,7%	52,5%	51,3%	53,5%
Les entrepreneurs qui ont subi un revers en affaires conservent mon respect	76,9%	75,2%	67,8%	74,2%
L'enrichissement personnel d'un entrepreneur est sain	73,6%	70,3%	62,5%	69,5%
Les entrepreneurs sont généralement honnêtes	47,3%	49,4%	36,0%	46,9%

Nous observons que la perception des entrepreneurs comme étant des personnes honnêtes est le seul indicateur dont le taux de réponses favorables est en dessous de 50%. Ainsi, la tendance à la baisse enregistrée depuis 2014 se maintient également en 2015. Il s'agit du même constat quant à la perception de l'implication des entrepreneurs dans leur communauté.

On remarque que les perceptions à l'égard des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat chez les répondants ayant des intentions de se lancer en affaires sont généralement plus positives par rapport à celle des autres répondants⁵¹. Ce qui surprend, ce sont les valeurs plus faibles des perceptions positives, pour tous les indicateurs, chez les répondants qui n'envisagent pas une carrière entrepreneuriale pour le moment, mais qui n'excluent pas cette possibilité à l'avenir. Il se peut donc que leur indécision quant à une carrière entrepreneuriale soit en lien avec leurs représentations mitigées de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat.

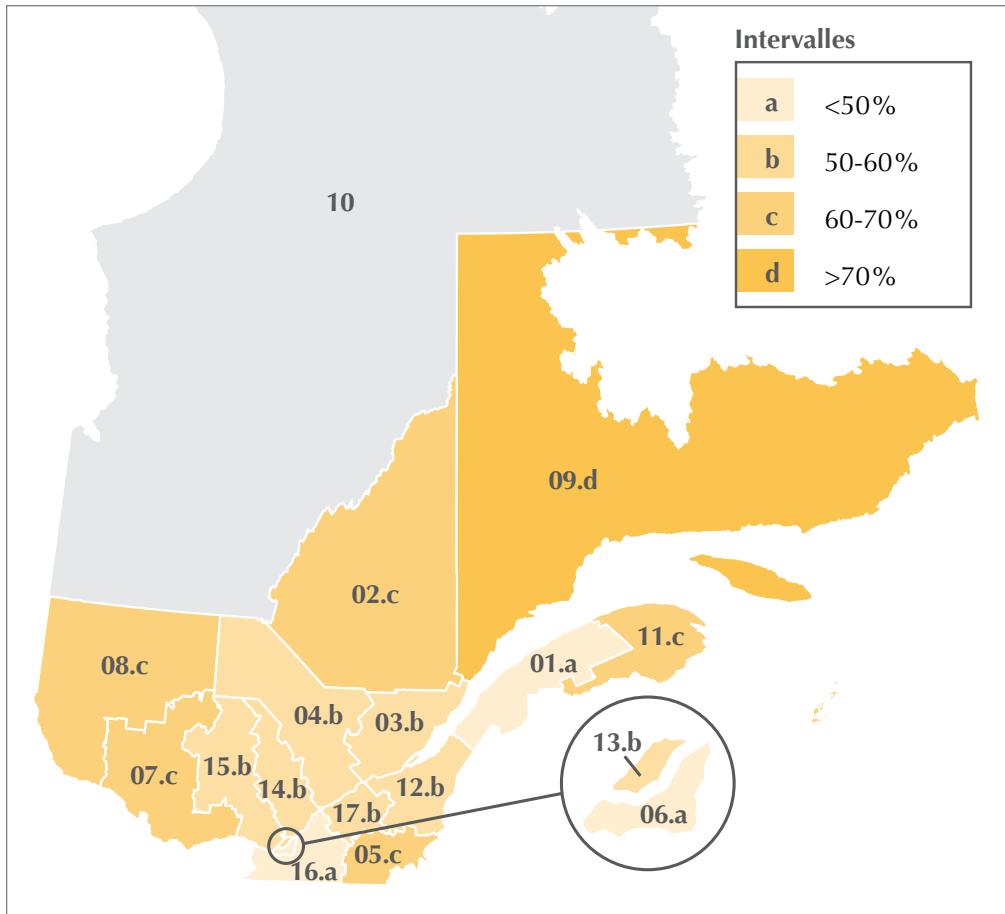
51 La seule exception concerne la perception du rôle de modèle de l'entrepreneur.

En ce qui concerne les variations interrégionales des perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat, on remarque que le taux de perceptions favorables, quant au rôle des entrepreneurs en tant que créateurs de richesse, varie beaucoup. Il est de 92,0% dans le Centre-du-Québec et de seulement 62,7% dans les Laurentides.



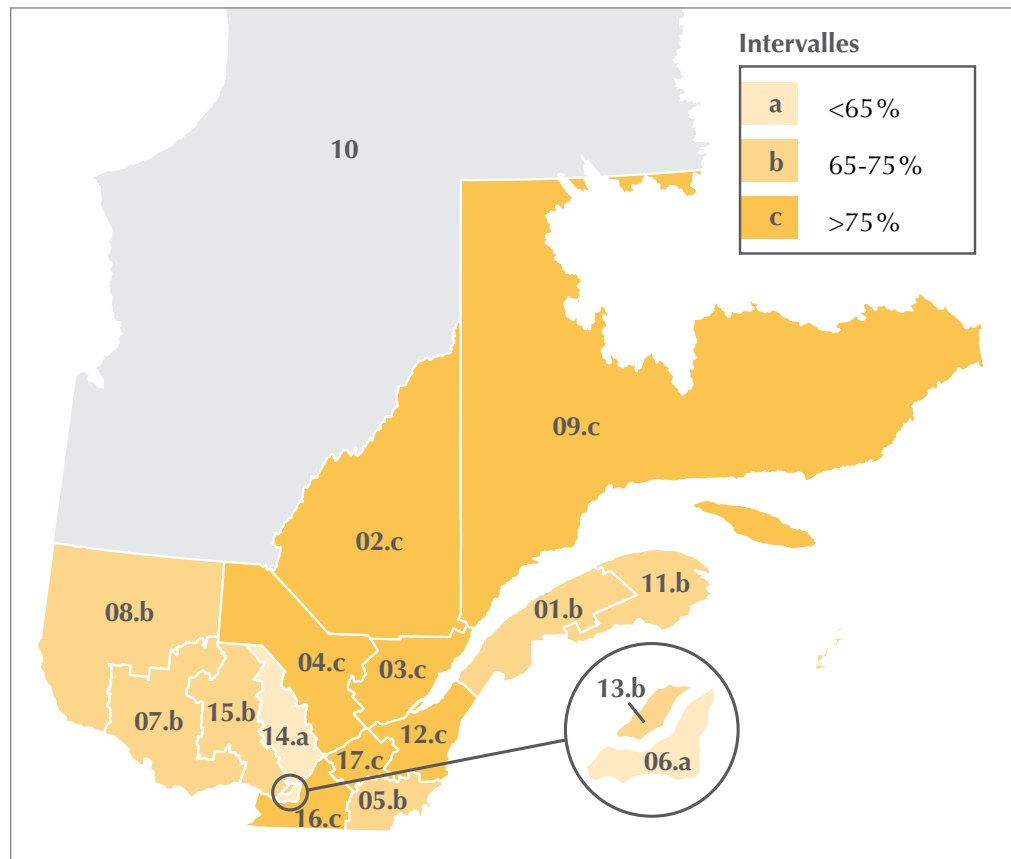
Graphique 22 : Fréquences régionales des perceptions favorables concernant le rôle des entrepreneurs en tant que créateurs d'emplois et de richesse – Québec (avril 2015)

L'implication des entrepreneurs dans leur communauté est perçue positivement par 71,7% des répondants de la Côte-Nord, mais par seulement 45,8% des répondants montréalais.



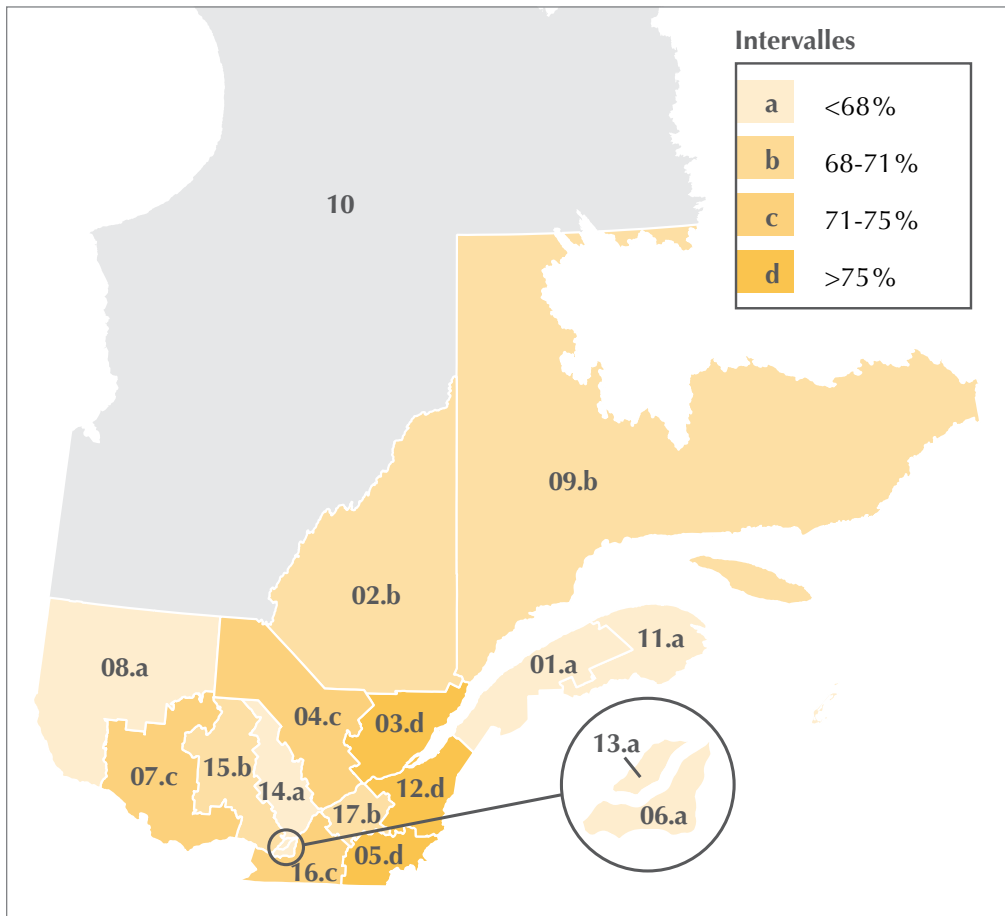
Graphique 23: Fréquences régionales des perceptions favorables de l'implication des entrepreneurs dans leur communauté – Québec (avril 2015)

Les perceptions du rôle de modèle de l'entrepreneur pour la communauté connaissent des variations un peu plus fortes entre les régions, de 59,4 % dans les Laurentides à 87,1 % en Montérégie.



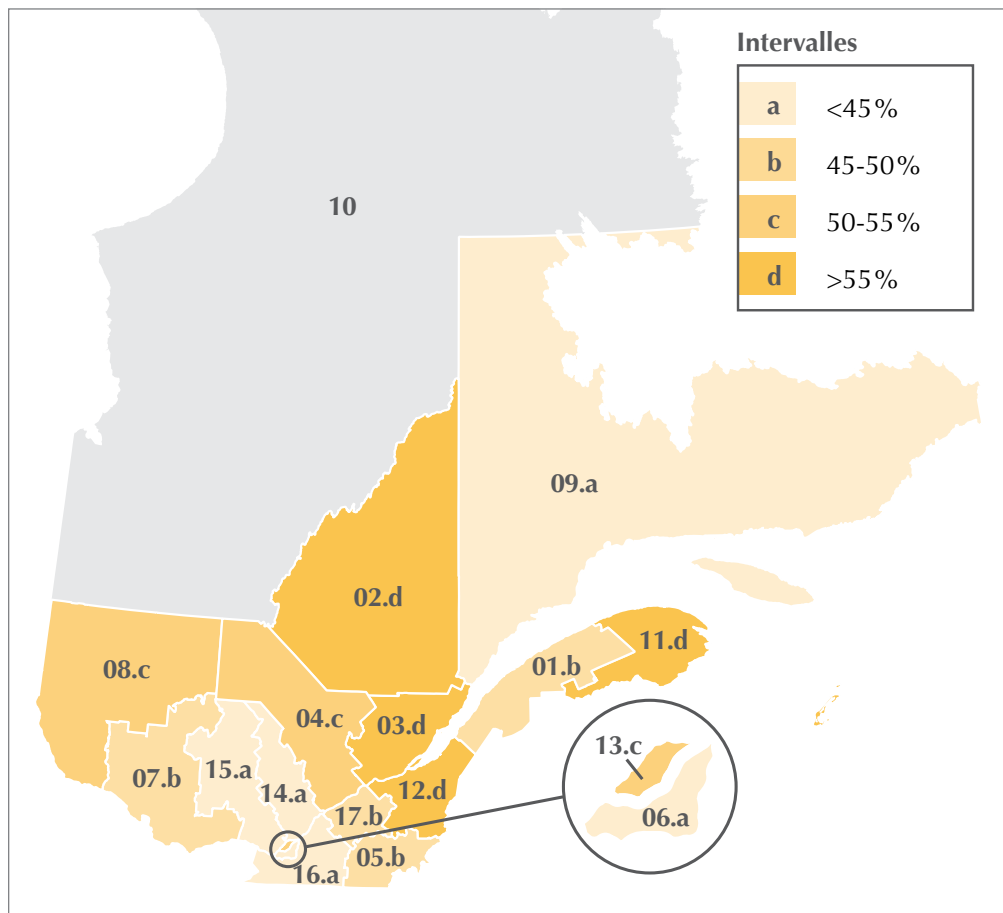
Graphique 24: Fréquences régionales des perceptions favorables du rôle de modèle de l'entrepreneur dans la communauté – Québec (avril 2015)

L'affirmation selon laquelle l'enrichissement des entrepreneurs est sain est appuyée par 82,8% des répondants en Estrie contre 57,5% en Abitibi-Témiscamingue.



Graphique 25: Fréquences régionales des perceptions favorables quant à la nature saine de l'enrichissement personnel d'un entrepreneur – Québec (avril 2015)

Les perceptions concernant l'honnêteté des entrepreneurs enregistrent les taux les plus élevés d'opinions favorables en Gaspésie (59,8%), au Saguenay-Lac-Saint-Jean (58,4%) et dans la région de la Capitale-Nationale (58,8%) et les moins élevés, en Montérégie (40,7%) et à Montréal (41,2%).



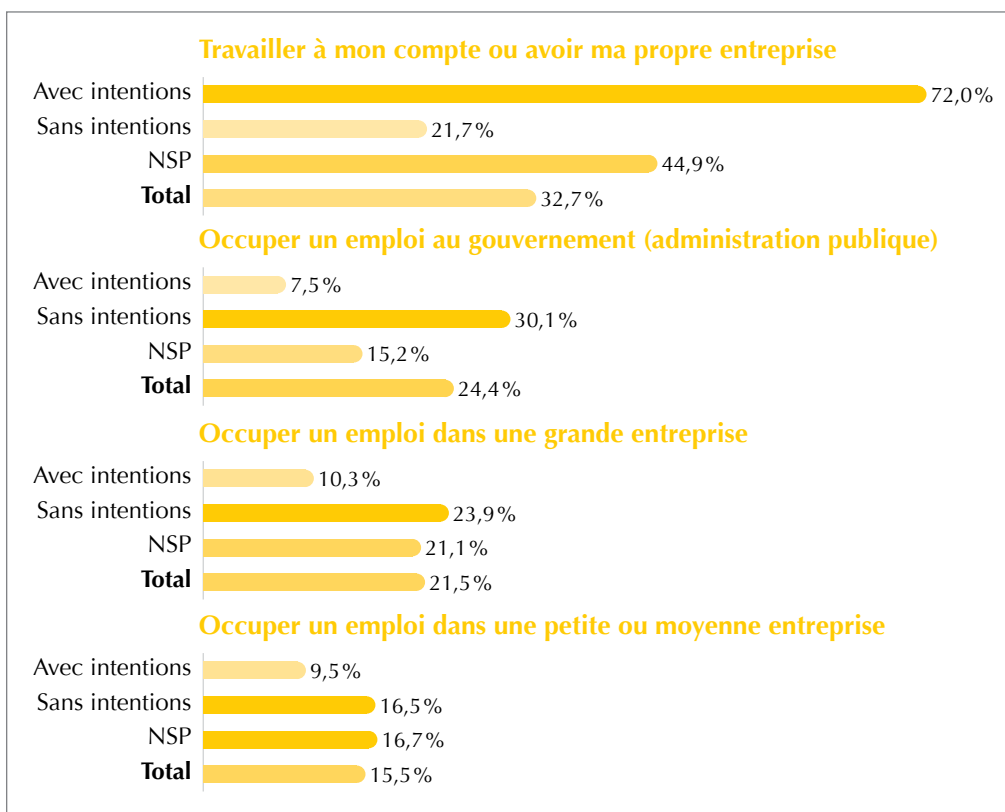
Graphique 26: Fréquences régionales des perceptions favorables de l'honnêteté des entrepreneurs – Québec (avril 2015)

Les Québécois perçoivent la création d'entreprise comme un facteur de développement économique régional. Ainsi, sur l'ensemble de la province, 94,1% des répondants ont des avis favorables ou très favorables quant au rôle de l'entrepreneuriat pour le développement local. Les taux les plus élevés des avis très favorables ont été enregistrés dans la Côte-Nord (70,7%), la Montérégie (61,5%) et le Centre-du-Québec (61,9%).

L'entrepreneuriat comme choix optimal de carrière

Le choix principal de carrière est un indicateur des représentations (ou perceptions) sociales à l'égard de l'entrepreneuriat par rapport au travail salarié. En 2014, l'IEQ faisait état du changement de la culture entrepreneuriale des Québécois, qui commencent à valoriser l'entrepreneuriat comme un choix idéal de carrière. À noter aussi que l'IEQ a montré que les Québécois perçoivent l'entrepreneuriat comme une activité réalisable et légitime.

En 2015, un tiers de tous les répondants et presque les trois quarts (72,0 %) des répondants ayant déjà des intentions de se lancer en affaires considèrent le fait de travailler à son compte ou d’avoir sa propre entreprise comme étant un choix optimal de carrière.

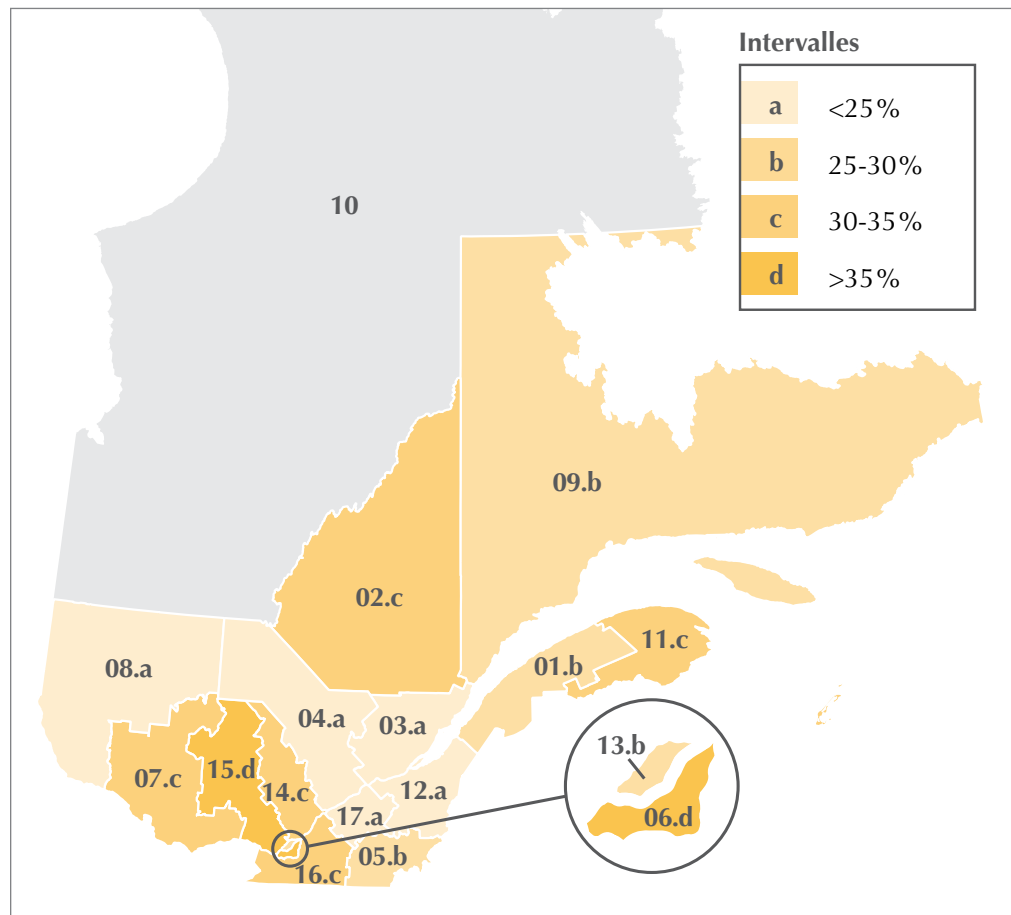


Graphique 27: Choix optimal de carrière, répondants avec ou sans intentions et ceux n’excluant pas la possibilité d’entreprendre un jour (NSP)⁵² – Québec (avril 2015)

Nos résultats indiquent une forte corrélation⁵³ entre la perception de l’entrepreneuriat comme choix optimal de carrière et l’existence des intentions entrepreneuriales. Cependant, seule une étude longitudinale permettrait d’identifier si le choix de travailler à son compte est un précurseur ou une conséquence de la formation des intentions ou bien si les deux se développent et se renforcent ensemble. Au niveau des régions, le coefficient de corrélation ci-dessus mentionné est fort: 0,51.

52 NSP = les répondants qui n’ont pas actuellement l’intention de se lancer en affaires, mais qui n’excluent pas cette possibilité à l’avenir.

53 La corrélation mesure l’intensité de la liaison entre deux variables. Une corrélation de plus de 0,5 signifie une forte liaison.



Graphique 28: Fréquences régionales de la perception de l'entrepreneuriat comme choix optimal de carrière – Québec (avril 2015)

Ce sont les Montréalais qui sont les plus nombreux (41,9%) à favoriser l'entrepreneuriat comme choix de carrière. Ce résultat doit être souligné étant donné que pour les autres indicateurs de perception de la culture entrepreneuriale, Montréal se trouve souvent en queue de peloton. Il serait intéressant de pouvoir mesurer ici l'effet sur la population, de la couverture médiatique des entrepreneurs qui, ces dernières années, s'est rapprochée de celle qu'ont les vedettes en tous genres. La « glamourisation » de l'entrepreneuriat, en quelque sorte!

Rôle de l'environnement comme *stimulus* du désir d'entreprendre

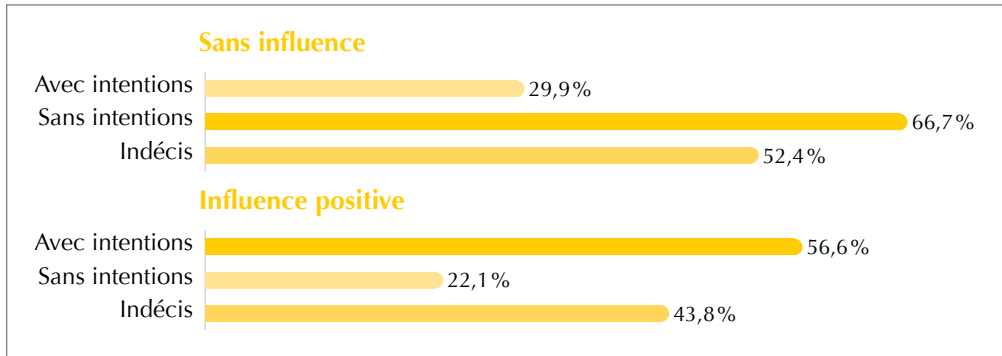
Dans la théorie du comportement planifié⁵⁴, le comportement de l'individu est déterminé par ses intentions et prédit par sa perception de son efficacité personnelle en vue de réaliser ce comportement ainsi que par des attitudes et des normes subjectives (le fait de croire que d'autres approuvent ou désapprouvent le comportement). De cette façon, le comportement de l'individu est influencé par les messages (et leur force), que différents acteurs de son environnement proche ou lointain lui envoient. Ainsi, la présence de facteurs externes peut faciliter ou contraindre la réalisation d'un comportement donné.

En ce qui a trait à la création d'entreprise, différentes catégories d'intervenants peuvent influencer les comportements des individus. Les résultats de notre rapport (pour

54 Source : Ajzen (1988).

l'ensemble des répondants avec ou sans intentions) indiquent que la plus forte influence est celle exercée par les amis ou les collègues de travail (35,3 %) et celle exercée par d'autres gens d'affaires (33,0 %) et des membres de la famille (30,7 %). Une moindre influence est exercée par les intervenants scolaires (15,6 %), socioéconomiques (10,8 %) et politiques (8,1 %).

Les perceptions concernant l'influence des différents intervenants sur l'attrait de l'entrepreneuriat varient significativement entre les individus qui ont des intentions et ceux qui n'en ont pas (graphiques 29 à 34).



Graphique 29: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par des membres de la famille, répondants avec ou sans intentions et indécis⁵⁵ – Québec (avril 2015)

Sans surprise, la famille joue un rôle important, en influençant de façon positive la formation des intentions entrepreneuriales. Dans le cas des répondants provenant de familles en affaires, l'influence positive est mentionnée par 76,1 % d'entre eux, notamment par 82,0 % de ceux qui ont maintenant des intentions.

Il convient aussi de rappeler que le taux d'intentions entrepreneuriales chez les individus issus de familles en affaires est presque deux fois plus élevé que celui des individus n'ayant pas bénéficié de ce contexte familial (34,0 % vs 17,4 %)⁵⁶.

À noter que la famille exerce une influence positive importante même dans le cas des répondants qui ne sont pas issus de familles en affaires, étant donné qu'un tiers d'entre eux (32,3 %) se déclarent positivement influencés par leurs familles dans le choix éventuel d'une carrière entrepreneuriale.

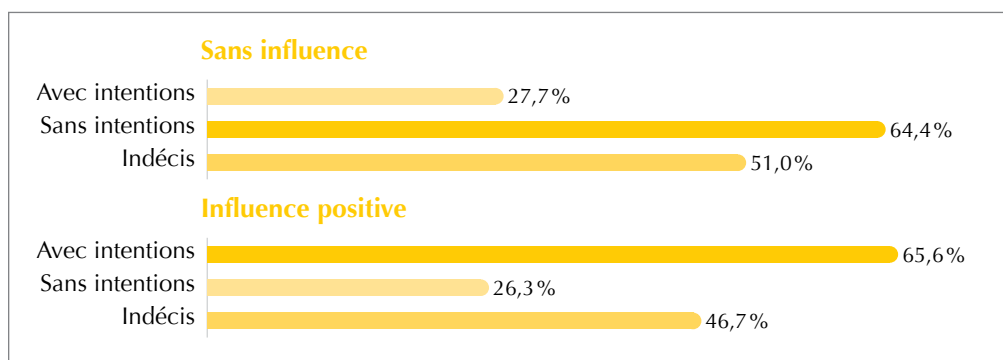
Bien évidemment, les membres de la famille peuvent aussi avoir une influence négative sur la perception de l'entrepreneuriat des répondants (pour 13,5 % des répondants avec des intentions, la famille a plutôt agi comme un obstacle).

Quant aux régions, la Montérégie affiche le taux le plus élevé d'influence positive de la famille (41,5 %), et l'Abitibi-Témiscamingue, le taux le plus faible (21,0 %).

Les résultats de notre rapport montrent que l'influence exercée par les amis ou les collègues de travail est légèrement plus élevée par rapport à celle de la famille chez les répondants ayant des intentions entrepreneuriales (65,6 % vs 56,6 %) (graphiques 29 et 30).

55 Les influences négatives, non affichées, représentent la différence jusqu'à 100 %.

56 Voir section 2.



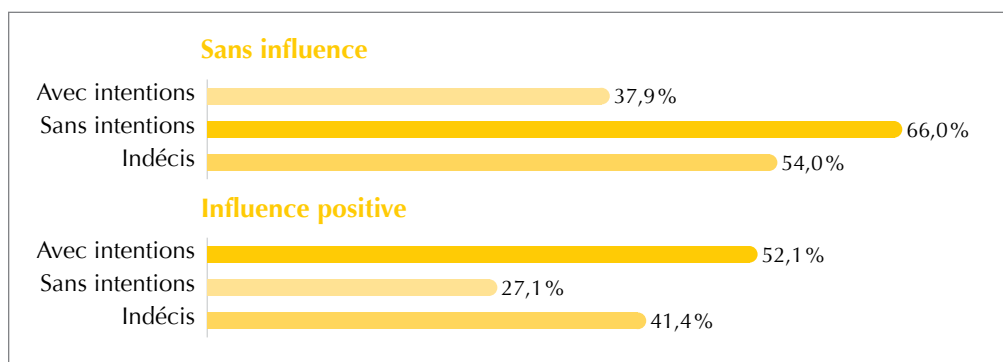
Graphique 30: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par des amis et/ou collègues de travail, répondants avec ou sans intentions et indécis⁵⁷ – Québec (avril 2015)

C'est dans les Laurentides que les amis et les collègues jouent le rôle le plus important quant à l'attrait pour l'entrepreneuriat (47,0%). Au pôle opposé, en Abitibi-Témiscamingue, l'influence des amis et des collègues n'a touché que 21 % des répondants.

Les répondants habitant le milieu rural sont les plus influencés (44,4%) par leurs amis et collègues dans la poursuite d'une éventuelle carrière entrepreneuriale.

L'influence des gens d'affaires dans la sensibilisation à l'entrepreneuriat n'est pas aussi forte que celle des amis, notamment chez les répondants ayant des intentions entrepreneuriales (graphique 31). Cette influence positive a été surtout ressentie en Montérégie (39,0%) et dans une moindre mesure, dans la Côte-Nord (21,0%).

À nouveau, cette influence positive a été légèrement plus forte dans les milieux ruraux (36,1%).



Graphique 31: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par les gens déjà en affaires, répondants avec ou sans intentions et indécis⁵⁸ – Québec (avril 2015)

Ce qui retient l'attention est le taux relativement élevé de l'influence négative exercée par les gens déjà en affaires dans la région de Montréal (13,1%), ce qui représente presque le double de la moyenne provinciale (7,0%).

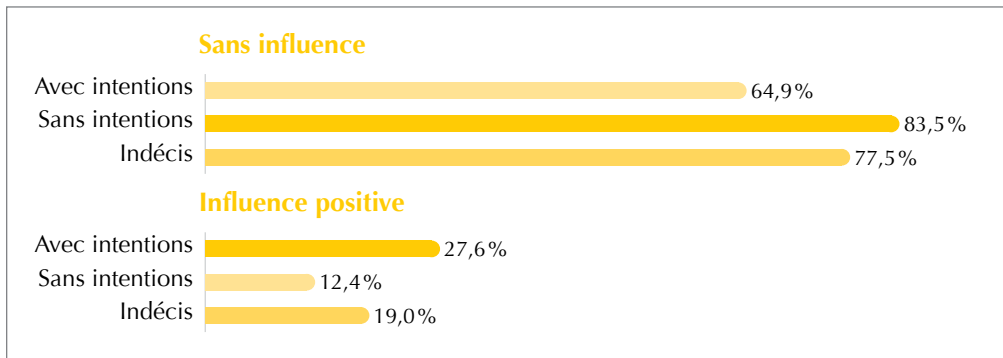
Le rôle des intervenants scolaires comme agents de sensibilisation à l'entrepreneuriat a récemment commencé à prendre de l'importance. Sur l'ensemble de la population québécoise, l'influence des intervenants scolaires est moins significative que celle exercée par la famille, les collègues ou les amis et par les gens d'affaires. Cependant, plus du quart (27,6%) des répondants ayant des intentions entrepreneuriales affirment avoir été positivement

57 Les influences négatives, non affichées, représentent la différence jusqu'à 100%.

58 Idem.

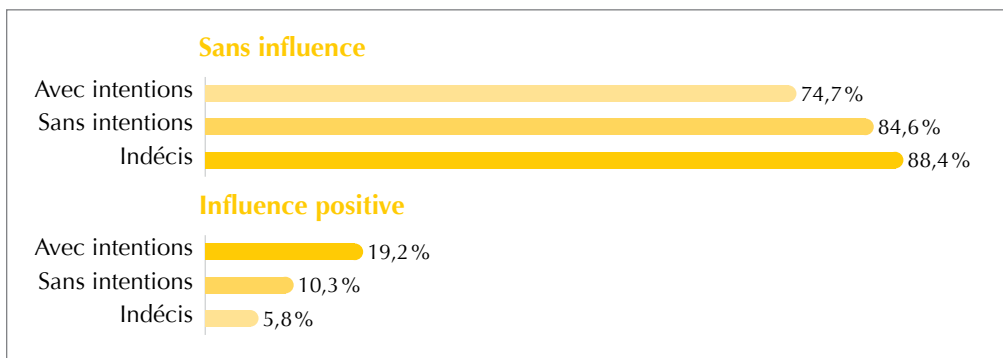
influencés par les intervenants scolaires, contre 12,4 % parmi les répondants sans intentions, signe d'une efficacité réelle de cette catégorie d'intervenants (graphique 32).

L'influence des intervenants scolaires dans le Bas-Saint-Laurent a été la plus marquée (un taux de 31,7 % d'influence positive). Au pôle opposé se situe la région des Laurentides, où l'influence des intervenants scolaires affiche un taux de 7,9 %.



Graphique 32 : Sensibilisation à l'entrepreneuriat par les intervenants scolaires, répondants avec ou sans intentions et indécis⁵⁹ – Québec (avril 2015)

Les effets des actions de sensibilisation des intervenants socioéconomiques sont moins visibles que ceux des intervenants scolaires (graphique 33).



Graphique 33 : Sensibilisation à l'entrepreneuriat par les intervenants socioéconomiques, répondants avec ou sans intentions et indécis⁶⁰ – Québec (avril 2015)

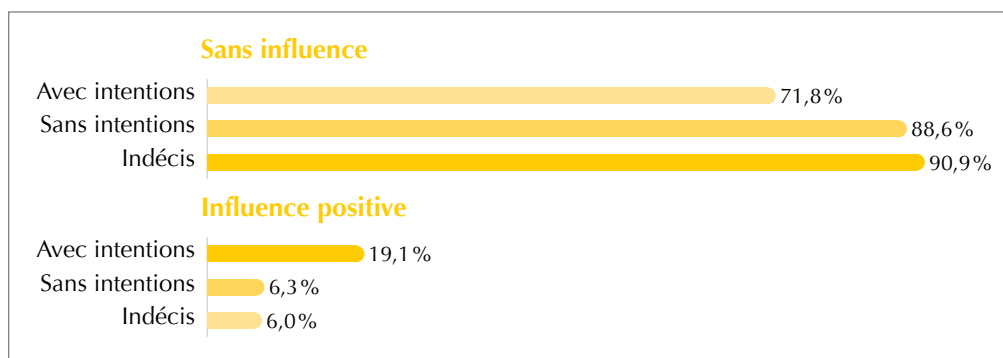
D'un point de vue régional, les intervenants socioéconomiques ont été les plus influents quant à la sensibilisation à l'entrepreneuriat, surtout dans le Bas-Saint-Laurent (18,9%). Selon la catégorie de localité, l'influence des intervenants socioéconomiques est plus forte dans les grandes villes et moins marquée dans les villages.

Un rôle positif dans le processus de sensibilisation à l'entrepreneuriat est aussi joué par les intervenants politiques, tous paliers confondus, surtout chez les répondants ayant des intentions de se lancer en affaires (19,1%). Les régions où les intervenants politiques ont fait sentir le plus leur influence sont l'Outaouais (13,1%), la Lanaudière (12,1%) et la Gaspésie (12,4%). Des taux très bas de sensibilisation positive (et en même temps, des taux de sensibilisation négative supérieurs à ceux de la sensibilisation positive, donc un effet total négatif) sont enregistrés en Chaudière-Appalaches (3,8% d'influences positives et 7,3% d'influences négatives) et en Estrie (3,0% positives et 3,3% négatives).

59 Idem.

60 Idem.

Le maximum des taux d'influence négative est atteint à Montréal, avec 9,9 % (contre une influence positive pour 7,2 % des répondants).



Graphique 34: Sensibilisation à l'entrepreneuriat par les intervenants politiques, répondants avec ou sans intentions et indécis⁶¹ – Québec (avril 2015)

Perception de l'encouragement à l'entrepreneuriat par les différents paliers du gouvernement

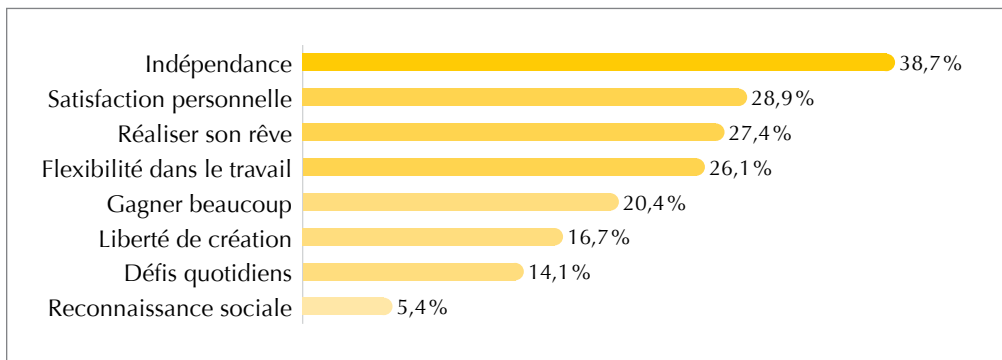
Les efforts des différents paliers du gouvernement pour encourager l'entrepreneuriat, tels que perçus par les répondants, sont partie prenante de la sensibilisation des individus. Ces perceptions diffèrent selon l'implication des répondants (le fait d'avoir ou non des intentions), ceux ayant des intentions de se lancer en affaires étant, naturellement, plus en mesure de se prononcer de façon plus tranchante (moins de réponses du type « Je ne sais pas »). Les gouvernements tant provincial que fédéral obtiennent plus d'opinions négatives que positives. Seul le palier municipal recueille plus d'appréciations positives que négatives.

Du point de vue des régions, c'est en Mauricie que les efforts des municipalités sont les plus appréciés (53,3 %) et à Montréal qu'ils le sont le moins (13,2 %). C'est en Montérégie que les efforts du gouvernement provincial sont les plus appréciés (32,3 %) et au Saguenay–Lac-Saint-Jean qu'ils le sont le moins (17,7 %). Quant à ceux du gouvernement fédéral, ils connaissent un maximum d'appréciations positives en Lanaudière (30,6 %) et en Outaouais (30,0 %) et un minimum dans le Bas-Saint-Laurent (14,7 %).

L'attrait pour l'entrepreneuriat

L'indépendance de la prise de décisions constitue le principal attrait de l'entrepreneuriat, suivi par la satisfaction personnelle, tandis que la reconnaissance sociale est la raison la moins souvent mentionnée par les répondants (graphique 35).

61 Idem.



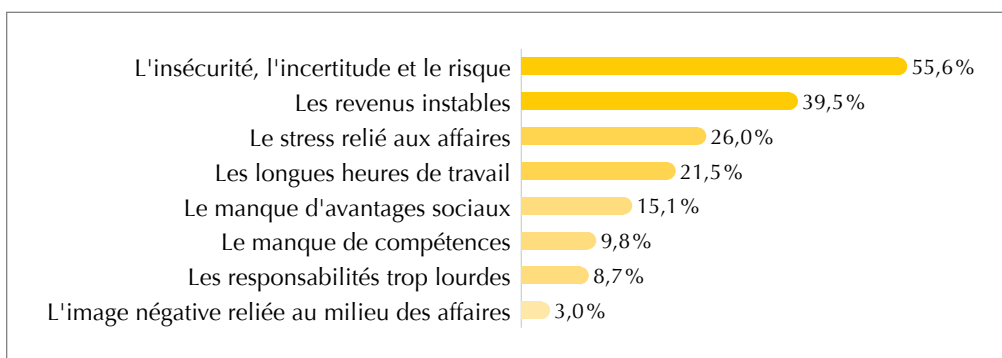
Graphique 35: Attraits de l'entrepreneuriat, ensemble de la population⁶² – Québec (avril 2015)

Le principal élément qui différencie les répondants ayant des intentions entrepreneuriales par rapport à ceux qui n'en ont pas est la possibilité de réaliser leurs rêves et leurs ambitions. Un tiers des répondants ayant des intentions entrepreneuriales (33,8%) considèrent que la réalisation de leurs rêves constitue l'un des deux éléments les plus importants les attirant vers l'entrepreneuriat, contre un quart (23,9%) des répondants n'affichant pas de telles intentions. La reconnaissance sociale, sensiblement moins souvent mentionnée, présente quand même un écart statistiquement significatif entre les deux catégories de répondants (8,3% pour ceux qui ont des intentions, contre 4,0% pour ceux qui n'en ont pas).

Quant aux variations régionales, il faut noter que l'indépendance de la prise de décisions est plus motivante en Montérégie (46,2%) qu'au Saguenay–Lac-Saint-Jean (29,1%); la possibilité de gagner beaucoup d'argent motive davantage les Lavallois (31,0%) que les Gaspésiens (16,0%); et la liberté de création est plus fréquemment invoquée à Montréal (24,5%) et le moins souvent invoquée dans les Laurentides (5,4%).

Les désavantages perçus de l'entrepreneuriat

L'insécurité, l'incertitude et le risque reliés à l'échec représentent les éléments les plus indésirables pour l'ensemble des répondants (55,6%), suivis par les revenus instables (39,5%). L'insécurité est l'élément le plus indésirable dans toutes les régions, notamment en Estrie (66,4%), tandis que les revenus instables font surtout peur aux Lavallois (48,5%) et aux Montréalais (43,0%).



Graphique 36: Éléments les plus indésirables de l'entrepreneuriat, ensemble de la population⁶³ – Québec (avril 2015)

62 Idem.

63 Idem.

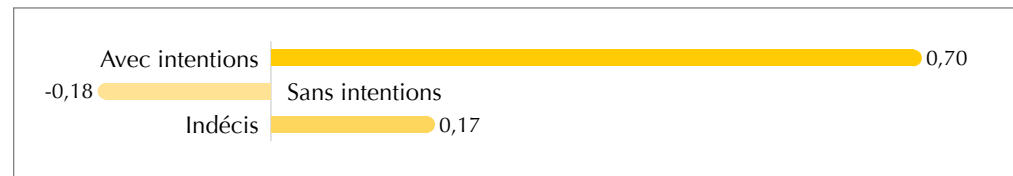
Les éléments non désirables invoqués le plus fréquemment par les répondants n'ayant pas d'intentions entrepreneuriales sont le stress relié aux affaires (27,6 % vs 17,0%), ainsi que les longues heures de travail (23,3 % vs 16,7 %). Les répondants ayant des intentions sont plus sensibles à l'instabilité des revenus (43,9 % vs 38,4 %) et au manque d'avantages sociaux (19,8 % vs 12,8 %).

Les facteurs personnels

La propension au risque et la perception de l'efficacité personnelle⁶⁴ et de l'accès aux ressources nécessaires sont des facteurs qui ont une importance clé dans la formation des intentions entrepreneuriales, selon les théories comportementales ou celles fondées sur les ressources. Les perceptions des répondants diffèrent beaucoup, selon le fait d'avoir ou non des intentions de se lancer en affaires.

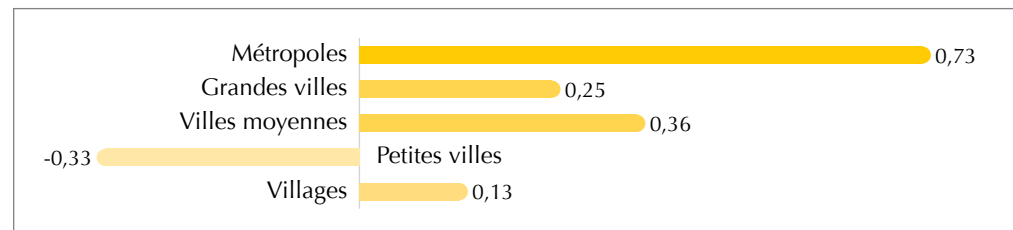
L'attitude des Québécois face au risque

La prise de risque comprend deux composantes : le degré de risque des situations et la volonté des individus à prendre des risques⁶⁵ ou, en d'autres mots, la perception du risque et la propension au risque. Les recherches en la matière ont montré que les individus ayant une forte propension à prendre des risques ont plus de chances de s'orienter vers une carrière entrepreneuriale. Nos résultats⁶⁶ confirment ce constat (graphique 37). Notons que les indécis sont très proches, au regard de leur propension face au risque, des répondants sans intentions entrepreneuriales.



Graphique 37 : Propension à prendre des risques, répondants avec ou sans intentions et indécis – Score Z⁶⁷ – Québec (avril 2015)

Les résultats nous indiquent aussi que la propension à prendre des risques des Québécois est plus élevée dans les métropoles et dans les grandes et moyennes villes que dans les petites villes et dans les villages.



Graphique 38 : Propension à prendre des risques, selon le degré d'urbanité – Score Z – Québec (avril 2015)

64 Le sentiment d'efficacité personnelle (*self-efficacy*) représente la croyance d'un individu en sa capacité de réaliser ou non une tâche (Bandura, 1982, 1993).

65 MacCrimmon et Wehrung (1985).

66 La propension des répondants à prendre des risques a été mesurée à l'aide de deux questions : l'une en référence aux risques financiers et l'autre, en référence aux risques de nature entrepreneuriale (incluant ceux liés à l'image personnelle en cas d'échec).

67 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.

Le sentiment d'efficacité personnelle

Est-ce que les Québécois estiment posséder les capacités, les connaissances, les qualités et la situation financière qui leur permettraient de se lancer et de survivre dans le monde des affaires?

Pour répondre à cette question, l'IEQ2015 a mesuré les perceptions des répondants à l'aide de plusieurs critères relatifs à leur sentiment d'efficacité personnelle dans une situation de création d'entreprise.

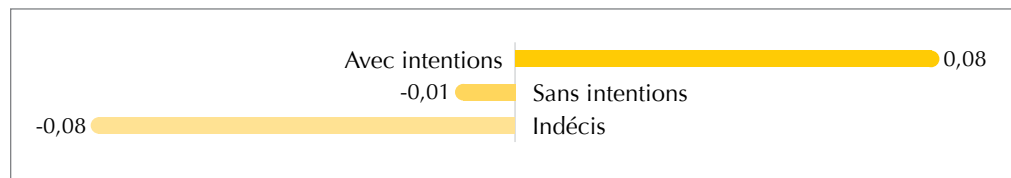
Tableau 16 : Sentiment d'efficacité personnelle, autres freins et motivations, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)

	% en accord	Moyenne
Capacités et compétences		
Avec intentions	62,7 %	3,64
Sans intentions	29,1 %	2,83
Indécis	45,1 %	3,31
Qualités personnelles		
Avec intentions	85,2 %	4,17
Sans intentions	45,7 %	3,16
Indécis	59,1 %	3,64
Situation financière		
Avec intentions	24,2 %	2,53
Sans intentions	17,3 %	2,24
Indécis	5,3 %	2,08
Réseau de contacts		
Avec intentions	32,2 %	2,96
Sans intentions	18,6 %	2,41
Indécis	21,6 %	2,58
Compréhension du monde des affaires		
Avec intentions	52,8 %	3,50
Sans intentions	30,6 %	2,76
Indécis	34,3 %	3,08
Entouré de gens positifs		
Avec intentions	60,4 %	3,65
Sans intentions	35,1 %	2,98
Indécis	47,8 %	3,37

À noter le taux très faible de répondants estimant avoir une situation financière leur permettant de se lancer en affaires, surtout chez les indécis (juste 5,3 % en accord)⁶⁸. Un autre aspect délicat est l'intégration à un réseau de contacts. Ainsi, seulement un tiers des répondants ayant des intentions entrepreneuriales considèrent avoir le réseau leur permettant de se lancer en affaires. Les autres catégories de répondants (sans intentions, indécis) affichent des taux inférieurs.

Sur l'ensemble des répondants (avec ou sans intentions), les perceptions à l'égard de leurs capacités et compétences atteignent des valeurs maximales en Estrie (42,5 %) et minimales dans le Bas-Saint-Laurent (25,4 %). Les perceptions relatives au fait de posséder les qualités personnelles nécessaires pour se lancer en affaires sont à leur maximum en Mauricie (64,7 %) et à leur minimum en Abitibi-Témiscamingue et dans la Côte-Nord (41,9 %), ou encore, dans le Bas-Saint-Laurent (42,0 %), tandis que celles relatives au fait d'avoir une situation financière propice au lancement en affaires sont meilleures en Montérégie (23,3 %) que dans les Laurentides (10,0 %).

Notons que dans l'ensemble, la perception de l'efficacité personnelle montre des variations beaucoup moins importantes entre les répondants avec intentions, sans intentions ou indécis (graphique 39). Il faut pourtant noter que les indécis affichent le plus faible niveau de perception d'efficacité personnelle, ceci étant probablement l'une des explications principales de leur attitude par rapport à l'entrepreneuriat.



Graphique 39: Sentiment d'efficacité personnelle, répondants avec ou sans intentions et indécis – Score Z – Québec (avril 2015)

Acquisition des capacités et compétences

Quant aux meilleures façons d'acquérir les capacités et les compétences jugées nécessaires pour se lancer en affaires, les répondants ont mentionné l'expérience personnelle (46,0 %), suivie par la famille (22,5 %), les gens déjà en affaires (10,5 %) et l'école (10,4 %).

Actions censées améliorer la culture entrepreneuriale

L'importance de démystifier les montants financiers et les ressources initiales requis pour se lancer en affaires a été constatée en 2014 comme la principale action souhaitable dans le sens de cette amélioration. Cette tendance se maintient en 2015, et il est important de noter que les répondants ayant des intentions (et qui en savent déjà probablement plus à cet égard) lui accordent plus d'importance (39,1 %) que ceux qui n'en ont pas (27,7 %).

68 D'ailleurs, la situation financière est le seul critère pour lequel les répondants indécis quant à la possibilité d'une carrière entrepreneuriale affichent des valeurs inférieures aux répondants sans intentions.

Tableau 17 : Actions souhaitables en vue d'améliorer la culture entrepreneuriale, répondants avec ou sans intentions et indécis – Québec (avril 2015)

Actions souhaitables	Avec intentions	Sans intentions	Indécis
Démystifier les sommes financières et ressources initiales pour se lancer en affaires	39,1 %	27,7 %	31,5 %
Promouvoir davantage les occasions de carrière qu'offre l'entrepreneuriat	19,7 %	26,4 %	29,1 %
Démystifier le travail et les qualités requises pour être un entrepreneur	11,9 %	12,4 %	7,4 %
Travailler davantage sur la perception du public face à l'entrepreneuriat	10,6 %	8,6 %	7,9 %
Accentuer les communications sur l'importance de l'entrepreneuriat pour l'économie du territoire	9,0 %	15,2 %	12,3 %
Accentuer les communications au sujet de la réussite d'entrepreneurs nationaux/locaux	8,1 %	7,1 %	8,5 %

Cependant, on remarque des variations interrégionales notables : promouvoir davantage les occasions d'affaires est très important au Saguenay–Lac-Saint-Jean (38,2 %) et en Outaouais (37,7 %), démystifier le travail et les qualités requises est plus important en Mauricie (25,3 %), et accentuer les communications sur l'importance de l'entrepreneuriat pour l'économie du territoire est une action principalement mentionnée dans le Bas-Saint-Laurent (21,7 %) et en Montérégie (20,3 %).

Selon le type de localité de domicile, les habitants des petites municipalités et des villages accordent plus d'importance que la moyenne provinciale au fait de travailler davantage sur la perception du public par rapport à l'entrepreneuriat (respectivement 14,2 % et 11,2 %, contre 8,7 % sur l'ensemble de la province). D'autre part, « accentuer la communication au sujet de la réussite d'entrepreneurs nationaux ou locaux » semble moins nécessaire dans les grandes villes (2,8 %) et dans les petites municipalités (4,7 %), par rapport à 7,5 % pour l'ensemble de la province.

Retenons que...

Les éditions précédentes de l'IEQ ont démontré que les Québécois ont en général des perceptions positives à l'égard des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat. Une tendance qui se maintient en 2015 malgré une légère baisse de pratiquement tous les indicateurs pris en compte. La perception des entrepreneurs comme étant des personnes honnêtes est le seul indicateur dont le taux de réponses favorables se situe sous la barre des 50 %.

Le taux de perceptions favorables quant au rôle des entrepreneurs en tant que créateurs de richesse, varie beaucoup entre les régions. Neuf répondants sur dix l'affirment dans le Centre-du-Québec et seulement six sur dix dans les Laurentides. L'implication des entrepreneurs dans leur communauté est quant à elle perçue positivement par sept répondants sur dix de la Côte-Nord, contre quatre sur dix à Montréal.

Les perceptions concernant l'honnêteté des entrepreneurs enregistrent les taux les plus élevés d'opinions favorables (près de six répondants sur dix) en Gaspésie, au Saguenay–Lac-Saint-Jean et dans la région de la Capitale-Nationale. Ce sont environ quatre personnes sur dix qui l'affirment en Montérégie et à Montréal.

L'importance de l'entrepreneuriat et des PME dans le cadre du développement économique et la prospérité de la localité et de la région est reconnue par presque la totalité des répondants. Dans les régions, la Côte-Nord, la Montérégie et le Centre-du-Québec sont les endroits où les répondants accordent plus souvent le maximum d'importance à l'entrepreneuriat pour le développement local.

En 2015, un tiers de tous les répondants considèrent le fait de travailler à son compte ou d'avoir sa propre entreprise comme étant un choix optimal de carrière. Ce sont les Montréalais qui sont les plus nombreux (quatre personnes sur dix) à favoriser l'entrepreneuriat comme choix de carrière.

Environ un tiers des répondants affirment que la plus forte influence positive à l'entrepreneuriat est celle exercée par les amis ou les collègues de travail et les gens d'affaires. Vient ensuite, dans une moindre mesure, celle des membres de la famille.

Plus du quart des répondants ayant des intentions entrepreneuriales affirment avoir été positivement influencés par les intervenants scolaires, contre une personne sur dix parmi les répondants sans intentions. Le Bas-Saint-Laurent est la région affichant le taux d'influence positive le plus élevé à cet égard; au pôle opposé se trouve la région des Laurentides.

L'insécurité, l'incertitude et le risque reliés à l'échec représentent les éléments les plus indésirables liés à l'entrepreneuriat pour plus de la moitié de l'ensemble des répondants, suivis par les revenus instables (quatre répondants sur dix).

La propension à prendre des risques des Québécois est plus élevée dans les métropoles et dans les grandes et moyennes villes que dans les petites villes et les villages.

Sans surprise, peu d'individus estiment avoir une situation financière leur permettant de se lancer en affaires (un peu plus d'un répondant sur dix parmi ceux n'ayant pas d'intentions entrepreneuriales). Seulement le tiers des répondants ayant l'intention d'entreprendre possède un réseau de contacts, un élément pourtant essentiel en vue d'améliorer la pérennité de leur future entreprise.

L'importance de démystifier les montants financiers et les ressources initiales requis pour se lancer en affaires a été constatée en 2014 comme la principale action souhaitée. Cette tendance se maintient en 2015.

5 | MODÈLE EXPLICATIF DU POTENTIEL ENTREPRENEURIAL DES QUÉBÉCOIS

L'importance de miser localement sur l'entrepreneuriat pour contribuer à un Québec plus entrepreneurial a été soulignée à maintes reprises dans les initiatives de la Fondation de l'entrepreneurship. Dans l'analyse du dynamisme entrepreneurial d'une communauté ou d'un territoire, la question de l'intention entrepreneuriale est primordiale, car il s'agit d'un premier indice de la création (ou reprise) d'entreprise.

L'IEQ 2015 s'est proposé d'analyser les réalités entrepreneuriales régionales et nous avons profité de cette occasion pour examiner de plus près deux questions intrinsèques à l'explication du dynamisme entrepreneurial québécois : 1) Quels sont les facteurs pouvant expliquer la formation des intentions entrepreneuriales des Québécois? 2) Quel est le lien entre l'intention et le passage à l'acte : les individus qui ont actuellement des intentions entrepreneuriales seront-ils vraiment les créateurs de demain ?

La deuxième question a été traitée dans la section 2 portant sur les indicateurs du dynamisme entrepreneurial québécois (provincial) et le regard sur les quatre étapes du processus. Nous y avons examiné les facteurs contribuant à la matérialisation des intentions entrepreneuriales ainsi que les obstacles perçus par les répondants.

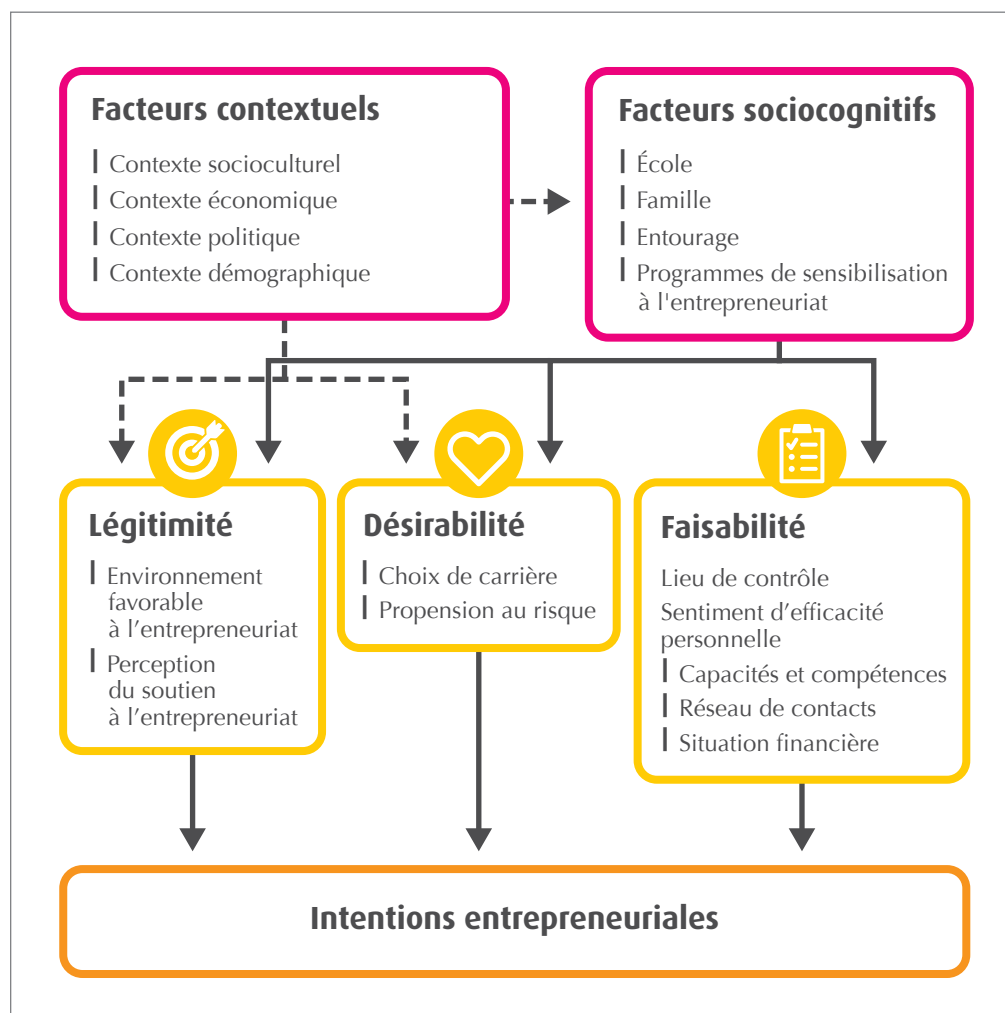
Nous allons revenir maintenant sur notre première question (*voir ci-dessus*) portant sur les facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale. À partir du modèle de formation de l'événement entrepreneurial⁶⁹ et à la lumière de la théorie du comportement planifié⁷⁰, nous proposons un modèle explicatif et prédictif du potentiel entrepreneurial des individus qui se base sur trois piliers : 1) la légitimité de l'acte de création d'entreprise, 2) sa désirabilité et 3) sa faisabilité. Plus les représentations ou perceptions individuelles concernant ces trois aspects sont positives, plus la probabilité qu'un individu développe des intentions entrepreneuriales est élevée.

Afin de comprendre comment l'acte entrepreneurial peut être perçu comme étant à la fois légitime, désirable et faisable, il est primordial d'analyser les facteurs contribuant à la formation et à la transformation de ces perceptions. Pour ce faire, nous partons du constat souvent relevé dans la littérature en entrepreneuriat selon lequel l'intention entrepreneuriale est le résultat d'une « volonté individuelle qui s'inscrit au sein d'un processus cognitif conditionné par le contexte socioculturel, politique et économique »⁷¹. C'est pourquoi nous avons donc considéré deux catégories des facteurs (c'est-à-dire contextuels et sociocognitifs) participant à la construction et à la modification des représentations et perceptions concernant l'acte entrepreneurial.

69 Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial a été proposé par Shapero et Sokol (1982).

70 La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991).

71 Source : Tounés A. (2006).



Graphique 40: Modèle explicatif du potentiel entrepreneurial

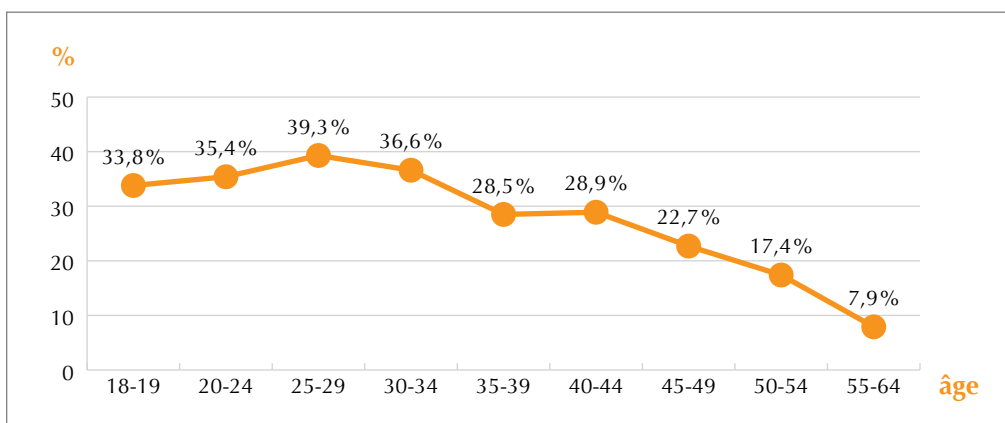
Facteurs contextuels

Les intentions entrepreneuriales d'un individu dépendent largement du contexte (c'est-à-dire de l'environnement) dans lequel il évolue. Les facteurs contextuels peuvent être socioculturels, économiques, politiques et institutionnels ou démographiques.

Dans la section 4 portant sur la culture entrepreneuriale, nous avons analysé l'importance des facteurs socioculturels dans l'évolution des intentions entrepreneuriales. Nous avons également abordé la perception du rôle des institutions politiques dans l'appui à l'entrepreneuriat.

Quant aux facteurs démographiques, nous avons souligné un taux élevé d'intentions entrepreneuriales chez les immigrants au Québec (32,3%), par rapport à 18,8% pour le reste de la population adulte.

La structure par groupe d'âge montre aussi l'importance de cette variable sur le taux d'intentions entrepreneuriales. Nous observons, dans le tableau ci-dessous, que les jeunes sont plus portés vers l'entrepreneuriat par rapport aux individus plus âgés.



Graphique 41 : Distribution des intentions par groupe d'âge – Québec (avril 2015)

Une autre variable démographique que nous avons prise en considération pour notre rapport est le degré d'urbanité. Les constats ont été intéressants, car nous avons découvert des taux très élevés d'intentions dans les métropoles québécoises (24,2 % vs 20,1 % pour la moyenne provinciale). Cependant, lorsqu'il s'agit de passer à l'acte, le taux de démarcheurs dans les métropoles (11,6 %) arrive presque à égalité avec celui des villages (11,1 %) et des petites villes (11,7 %). Le rapport de force s'inverse ensuite véritablement avec un taux de propriétaires dans les métropoles de 7,5 % alors qu'il se situe à 10,2 % pour les villages et à 11,6 % pour les petites villes.

Facteurs sociocognitifs

Les facteurs sociocognitifs prennent forme, entre autres, à partir des normes et des valeurs de la communauté à laquelle l'individu appartient et peuvent donc être différents selon les régions. Ces facteurs permettent à l'individu de classer les signaux et les informations qu'il reçoit de la part de ses proches (familles, collègues, amis, etc.) et de la société en général. Ceci se fait par le moyen de deux processus : *l'assimilation et l'accommodation*⁷². Le processus d'assimilation est celui par lequel l'individu intègre, dans ses attitudes et ses comportements, les stimuli reçus de son environnement externe. L'accommodation constitue, quant à elle, la capacité de l'individu à modifier ses perceptions ou ses représentations pour intégrer une nouvelle situation rencontrée.

En ce qui a trait aux représentations de l'acte entrepreneurial, leur genèse, leur évolution et leur modification, elles sont le résultat des processus d'assimilation et d'accommodation sous l'influence de la famille, de l'entourage, mais aussi de l'école et de tous les autres intervenants œuvrant dans le cadre de la sensibilisation à l'entrepreneuriat. Les résultats de notre rapport indiquent que nombre de Québécois ont déjà été en contact avec l'entrepreneuriat ou la création d'entreprise, que ce soit par l'intermédiaire de l'école, de l'expérience de proches ou grâce à leur entourage entrepreneurial. Ainsi, pour l'ensemble des répondants (avec ou sans intentions), la plus forte influence concernant l'attrait pour l'entrepreneuriat a été exercée par l'entourage proche (amis ou collègues de travail : 35,3 %), par les gens d'affaires (33,0 %) et par les membres de la famille (30,7 %). Une moindre influence a été exercée par les intervenants scolaires (15,6 %), les intervenants socioéconomiques (10,8 %) et politiques (8,1 %). Il convient également de noter que le taux d'intentions entrepreneuriales chez les individus issus des familles en affaires a presque doublé (34,0 % vs 17,4 %) par rapport aux autres.

⁷² Ces deux processus d'adaptation cognitive (c.-à-d., l'assimilation et l'accommodation) ont été mis en évidence par Piaget (1975).

L'adaptation cognitive (par assimilation et accommodation) aux réalités du processus entrepreneurial continue aussi après le démarrage de l'entreprise, un rôle significatif étant joué par les accompagnateurs, notamment les mentors.

La légitimité de l'entrepreneuriat

Les éditions précédentes de l'IEQ ont démontré que les Québécois ont en général des perceptions positives à l'égard des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat⁷³. Les perceptions à l'égard des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat sont généralement plus positives chez les répondants ayant des intentions de se lancer en affaires par rapport aux autres répondants⁷⁴. Ce qui surprend, ce sont les valeurs plus faibles de perceptions positives⁷⁵ chez les répondants qui n'envisagent pas encore une carrière entrepreneuriale, sans toutefois rejeter cette possibilité. Leur indécision quant à une carrière entrepreneuriale est possiblement liée à leurs représentations mitigées de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat.

La désirabilité de l'acte entrepreneurial

La désirabilité à l'égard de l'entrepreneuriat a été principalement mesurée à l'aide de questions portant sur le choix de carrière et la propension au risque. En ce qui concerne le choix de carrière, nous avons constaté que l'écart entre les répondants avec ou sans intentions entrepreneuriales est significatif : 72,0 % des premiers indiquent que travailler à leur compte était leur premier choix de carrière, contre seulement 21,7 % chez les autres.

La propension à la prise de risque a été mesurée à l'aide de plusieurs questions. Les répondants ayant des intentions entrepreneuriales manifestent une propension au risque considérablement plus élevée (score Z de +0,70) que les répondants qui n'en ont pas (score Z de -0,18). Nous avons remarqué que le degré d'urbanité (facteur démographique) a une forte influence sur la propension au risque. Ainsi, la propension à prendre des risques des Québécois est plus élevée dans les métropoles et dans les grandes et moyennes villes que dans les petites villes et les villages.

La faisabilité de l'acte entrepreneurial

La perception sur la faisabilité de la création d'entreprise a été mesurée à partir de l'auto-évaluation par les répondants de leur efficacité personnelle et en considérant leur lieu de contrôle⁷⁶.

73 Voir tableau 15 : Perceptions à l'égard de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs.

74 La seule exception concerne la perception du rôle de modèle de l'entrepreneur.

75 Pour tous les indicateurs de perception à l'égard des entrepreneurs et de l'entrepreneuriat.

76 Le concept de lieu ou locus de contrôle constitue la représentation des individus par rapport aux déterminants de la réussite de leurs actions. Si un individu considère que la réussite de ses actions dépend surtout de lui-même, son lieu de contrôle est interne. S'il considère, par contre, que la réussite de ses actions est avant tout déterminée par des facteurs extérieurs sur lesquels il n'a pas d'influence, tels que les institutions, les fluctuations de l'économie, les agissements des concurrents, alors on dira que son lieu de contrôle est externe.

Sentiment d'efficacité personnelle

L'auto-évaluation de l'efficacité personnelle a porté sur plusieurs aspects :

Les capacités et les compétences nécessaires pour se lancer en affaires | Ceux qui estiment les posséder sont deux fois plus nombreux parmi les répondants ayant des intentions entrepreneuriales (62,7%) que les répondants sans intentions (29,1%).

Le réseau de contacts | Les répondants ayant des intentions entrepreneuriales mentionnent plus souvent avoir accès à un tel réseau qui pourrait les aider (32,2% contre 18,6% parmi les répondants sans intentions)

La situation financière | Avec une différence significative, les répondants ayant des intentions estiment avoir une situation financière favorable dans une proportion de 24,2% contre 17,3% chez ceux qui ne sont pas tentés par l'entrepreneuriat.

Lieu de contrôle

Nous avons remarqué que les répondants ayant des intentions entrepreneuriales ont un lieu de contrôle interne plus élevé (de façon statistiquement significative) que celui des répondants qui n'en ont pas. Ce lieu de contrôle interne a été mesuré avec une échelle composée de cinq items⁷⁷ (« se sentir en contrôle de sa vie », « sa vie dépend avant de ses actions », quand la personne « décide de faire quelque chose, rien ne l'empêcher d'y arriver », quand la personne « fait quelque chose, elle déploie tout son énergie », et « être sûr de pouvoir réussir tout ce qu'on se propose »). Le score Z des répondants ayant des intentions (0,33) est supérieur à celui des individus sans intentions (-0,08). Ainsi, pour les individus ayant des intentions entrepreneuriales et dont le lieu de contrôle est davantage interne, nous pouvons envisager un passage à l'acte beaucoup plus probable.

⁷⁷ Items dérivés de l'échelle de Rotter (1966).

CONCLUSION

Pour la première fois depuis sa création, l'IEQ a pu jeter un regard des plus englobants sur le Québec. Tout en demeurant une lecture orientée vers le dynamisme entrepreneurial des individus, l'édition 2015 a su prendre un certain recul afin d'examiner la dynamique de ces Québécois au sein de leurs régions respectives, d'observer leur propension à entreprendre (ou non !), leurs freins, leurs besoins et leurs motivations...

L'édition 2015 a aussi été l'occasion de jeter un regard sur le dynamisme entrepreneurial du Québec en fonction du degré d'urbanité de ses territoires, des villages jusqu'aux métropoles, en passant par les villes de petite, moyenne et grande taille. C'est d'ailleurs de cette lecture additionnelle que des constats extrêmement intéressants sont apparus...

Les habitants des villages et des petites villes du Québec : les plus déterminés à entreprendre !

L'analyse de la chaîne entrepreneuriale (intentions, démarches, propriétaires et fermetures) des cinq catégories de territoires nous a en effet permis d'observer un « effet croisé » entre les métropoles et les milieux ruraux ! D'abord très dynamiques au stade des intentions, les métropoles québécoises voient graduellement leur effet « locomotive » perdre de la vitesse, le taux de démarcheurs dans les métropoles arrivant presque à égalité avec celui des villages. Le rapport de force s'inverse ensuite véritablement, avec un taux de propriétaires dans les villages surpassant de façon notable celui des métropoles !

Nous constatons aussi dans les villages une nette volonté d'entreprendre plus rapidement, avec un horizon temporel de démarrage plus court que celui des répondants des métropoles. Les répondants des villages ayant des intentions de se lancer en affaires se distinguent aussi par un plus haut degré de confiance dans leurs compétences, connaissances et qualités personnelles jugées nécessaires pour entreprendre.

L'immigration, plus importante dans les métropoles, est l'une des explications quant au plus fort taux d'intentions, mais ce n'est pas la seule. Mentionnons aussi que l'IEQ relève une propension au risque plus élevée dans les milieux urbains que ruraux. Alors que l'identification d'une occasion d'affaires intéressante constitue le facteur déclencheur principal pour passer des intentions aux démarches dans les métropoles, force est d'accepter que les opportunités de carrière y sont aussi plus nombreuses. Ainsi, il peut arriver que les occasions d'affaires espérées soient remplacées par des occasions d'emploi trop intéressantes. À l'autre bout du spectre, nous pouvons aussi penser aux habitants des régions rurales qui, de par leur proximité avec des ressources facilement identifiables (et peut-être faisant preuve d'un certain « pragmatisme » ou percevant l'environnement d'affaires comme étant moins complexe...), amorceront plus rapidement et directement des démarches en vue de se lancer en affaires.

Soulignons cependant que l'examen des secteurs d'activité privilégiés par les individus qui désirent se lancer en affaires démontre que les secteurs à haute valeur ajoutée (le secteur manufacturier et les technologies de l'information) sont boudés à toutes les étapes de la chaîne entrepreneuriale. Il semble important de miser davantage sur l'orientation, la sensibilisation et l'accompagnement des entrepreneurs, hommes et femmes, vers ces choix.

Notons que ces résultats à propos du dynamisme des milieux ruraux ne sont pas sans faire écho à une réalité grandissante au Québec : la volonté des territoires de prendre en charge leur « destinée entrepreneuriale ». Réflexion des décideurs et acteurs socioéconomiques d'un territoire, établissement d'un langage et d'objectifs communs, convergence des

pistes d'action ne sont que quelques-uns des moyens dont se dotent celles qu'il est maintenant convenu d'appeler les « communautés entrepreneuriales » du Québec...

La reprise d'entreprise: choix privilégié d'entrée en affaires dans les milieux ruraux

Alors que dans l'ensemble du Québec, la création *ex nihilo* d'une entreprise est le fait de plus de sept répondants sur dix, presque la moitié des propriétaires d'entreprise provenant de milieux ruraux (villages et petites villes) se sont lancés en affaires au moyen de la relève ou de la reprise d'une entreprise existante. Quelques pistes mériteraient d'être éventuellement explorées face à ce constat significatif, la première étant la taille évidemment plus petite des marchés locaux (et donc une demande inexistante ou trop faible pour assurer la rentabilité des entreprises orientées vers des types de services particuliers). La tentation de s'orienter vers des secteurs « viables », qui ont fait leur preuve, est alors très grande. Le désir de perpétuer ce type d'entreprises est fort compréhensible. Une autre piste serait la présence assez marquée, dans certaines régions, de familles en affaires, facilitant – voire orientant – ainsi le choix d'entrée en affaires des jeunes ou nouveaux entrepreneurs vivant dans un tel contexte familial.

Alors que bien des efforts fournis par les acteurs socioéconomiques convergent vers le transfert d'entreprise et le repreneuriat, ce constat saura sans doute nourrir leur réflexion et leurs pistes d'action.

Au Québec, provenir d'une famille en affaires double les chances de devenir entrepreneur

Pour la première fois, l'IEQ a en effet mesuré le contexte familial des répondants, afin de déterminer si ceux-ci provenaient ou non d'une famille en affaires. Dans un deuxième temps, cette lecture a été croisée avec la présence de ces individus à une des étapes de la chaîne entrepreneuriale. Il en résulte que le taux d'intentions entrepreneuriales chez les répondants issus des familles en affaires est presque deux fois plus élevé que celui des répondants n'ayant pas bénéficié de ce contexte familial! Certaines régions (l'Abitibi-Témiscamingue et le Saguenay-Lac-Saint-Jean) sont même plus remarquables à cet égard; en effet, le fait de provenir d'une famille en affaires sur ces territoires augmente de près de trois fois les chances de se trouver dans la chaîne entrepreneuriale!

L'entrepreneur québécois typique est surtout orienté vers la recherche d'occasions d'affaires et il est plus rarement motivé par la nécessité ou la survie

En effet, l'ensemble des répondants adultes du Québec ont déclaré que la motivation la plus importante pour se lancer en affaires est leur désir d'accomplissement personnel, de réaliser un rêve. Ensuite, un tiers de tous les répondants (et presque les trois quarts de ceux ayant déjà des intentions) considèrent le fait de travailler à son compte ou d'avoir sa propre entreprise comme étant un choix optimal de carrière. De plus, l'indépendance de la prise de décisions constitue le principal attrait de l'entrepreneuriat, suivi par la satisfaction personnelle. Ajoutons enfin que les répondants ayant l'intention de se lancer en affaires se sont déclarés plus satisfaits quant aux perspectives d'emploi dans leur région par rapport aux répondants n'affichant pas d'intentions d'entreprendre. Ces résultats indiquent clairement la prédominance de l'entrepreneuriat par opportunité par rapport à l'entrepreneuriat par nécessité, et ce, sur l'ensemble du Québec.

Une majorité de Québécois veulent entreprendre dans leur région de domicile

Près de sept répondants sur dix ayant des intentions entrepreneuriales souhaitent créer ou reprendre une entreprise dans leur région de domicile. Pour ces individus, il semble clair que leur territoire fournit les éléments essentiels à la réalisation de leur projet. Il s'agit d'une excellente nouvelle pour presque la totalité des régions dont les taux avoisinent cette moyenne provinciale.

Nous l'avons vu grâce au modèle explicatif du potentiel entrepreneurial présenté dans cette édition de l'IEQ, le désir d'entreprendre repose sur une série de facteurs interreliés et qui, surtout, n'émanent pas que des individus. En effet, les régions fournissent aussi un environnement qui sera plus ou moins propice (de par les diverses ressources dont il est composé) à l'émergence d'intentions entrepreneuriales chez les individus qui y habitent. Ainsi, comprendre les dynamiques en jeu et avoir une lecture de ce qui sous-tend les intentions et la culture entrepreneuriales peut s'avérer crucial dans la poursuite des efforts et stratégies déployés par ces territoires. À cet égard, nous espérons que cette édition de l'IEQ a su apporter un nouvel éclairage pouvant fournir matière à réflexion aux régions, de même que la preuve qu'elles ont toutes le pouvoir de contribuer à un Québec plus prospère!

BIBLIOGRAPHIE

Ajzen, I. (1988). *Attitudes, Personality and Behavior*, Milton Keynes, UK: Open University Press.

Ajzen, I. (1991). « Theory of Planned Behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, p. 179-211.

Armington, C. et Acs, Z. (2002). « The Determinants of Regional Variations in New Firm Formation », *Regional Studies*, 36, p. 33-45.

Bandura, A. (1982). « Self-Efficacy Mechanism in Human Agency », *American Psychologist*, 37(2), p. 122-147.

Bandura, A. (1993). « Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning », *Educational Psychologist*, 28(2), p. 117-148.

Begley, T.M., Tan, W-L. et Schoch, H. (2005). « Politico-economic factors associated with interest in starting a business: A multi-country study », *Entrepreneurship Theory & Practice*, 29(1), p. 35-55.

Bruyat, C. (2001) « Créer ou ne pas créer? Une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », *Revue de l'Entrepreneuriat*, 1(1), p. 25-42.

Desmarais, R. (1984). « Considérations sur les notions de petite ville et de ville moyenne », *Cahiers de géographie du Québec*, 28(75), p. 355-364

Desrochers, P. (2001). « Local Diversity, Human Creativity, and Technological Innovation », *Growth and Change*, 32, p. 369-394.

Dugas, C. (1996). *L'espace rural canadien*, Sainte-Foy, QC: Presses universitaires du Québec.

Fondation de l'entrepreneurship (2013). « Les entrepreneurs québécois font-ils preuve d'audace? », *Indice entrepreneurial québécois 2013*.

Granovetter, M. (1973). « The Strength of Weak Ties », *American Journal of Sociology*, 78(6), p. 1830-1860.

Immigration, Diversité et Inclusion Québec. (2014). « Population immigrée au Québec et dans les régions en 2011 : caractéristiques générales ».

Industrie Canada (2012, juillet). « Firms Dynamic: Employment Growth Rates of Small versus Large Firms in Canada ».

Industry Canada. (2010). « The state of Entrepreneurship in Canada ».

Industry Canada. (2013). « Key Small Business Statistics ».

Institut de la statistique du Québec. (2014a) *Bulletin statistique régional, Laval*.

Institut de la statistique du Québec. (2014b) *Bulletin statistique régional, Outaouais*.

Institut de la statistique du Québec. (2015). « *La population des régions administratives, des MRC et des municipalités du Québec en 2014* par Martine St-Amour, Anne Binette Charbonneau et Dominique André.

Julien, P.-A. et St-Pierre, J., avec la collaboration de Frédéric Laurin et Michel Trépanier. (2015). *Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat – mesures et clés pour agir*, Québec: Presses de l'Université du Québec.

MacCrimmon K. R., Wehrung D.A. (1985). « A portfolio of risk measures », *Theory and Decision*, 19, p. 1-29.

Moreau, Régis et Raveleau, Benoît. (2006), « Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale », *Revue internationale PME*, 19(2), p. 101-131.

Moscovici, S. (1997). « Des représentations collectives aux représentations sociales: éléments pour une histoire », *Les représentations sociales*, Éd. D. Jodelet, p. 79-103. Paris: Presses universitaires de France.

Piaget, J. (1975). *L'équilibration des structures cognitives*. Paris: Presses universitaires de France.

Reynolds, P.D., Storey, D. et Westhead, P. (1994). « Cross-National Comparison of the Variation in New Firm Formation Rates », *Regional Studies*, 28, p. 443-456.

Rotter, J. B. (1966). « Generalized Expectancies for Internal versus External Control of Reinforcement », *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), p.1-28.

Shapero. A., et Sokol, L. (1982). « The Social Dimension of Entrepreneurship ». Dans C. Kent, Sexton, D., Vesper, K. (Ed.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

Stam, E. (2010). « Entrepreneurship, Evolution and Geography ». Dans R. et Martin, R.L., Boschma *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*, p. 307–348. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Stanworth, M.J.K. et Curran, J. (1973). *Management Motivation in the Smaller Business*, London: Gower Press.

Sternberg, R. (2009). « Regional Dimensions of Entrepreneurship », *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5, p. 211–340.

Storey, D.J. (1991). « The Birth of New Firms: Does Unemployment Matter? A review of the evidence », *Small Business Economics* 3(3), p. 167–178.

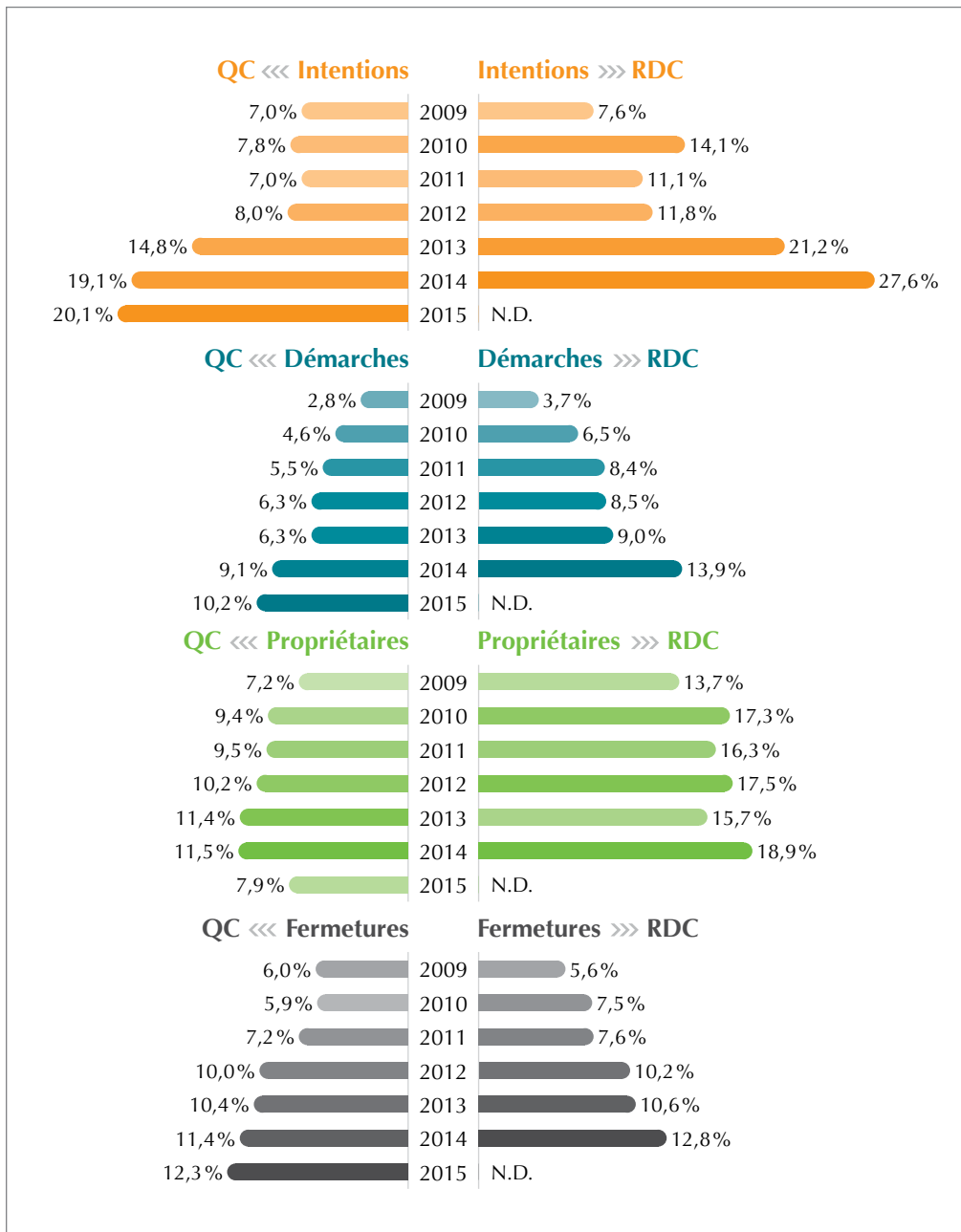
Storey, D.J. (1994.) *Understanding the Small Business Sector*, London: Routledge.

Tounés, A. (2006). « L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français », *Revue des sciences de gestion*, no 219, p. 57-65.

Van Widen, W., Van den Berg, L. et P. Pol. (2007). « European Cities in the Knowledge Economy: Towards a Typology », *Urban Studies*, 44, p. 1-25.

ANNEXE 1 | SYNTHÈSE 2009-2015

Le graphique A1 se veut une synthèse des quatre grands indicateurs de base du dynamisme entrepreneurial de l'IEQ depuis la parution du premier rapport en 2009. Il convient de souligner l'évolution, en 2013, de la question destinée à mesurer le taux d'individus ayant l'intention d'entreprendre, et en 2015, de la question destinée à mesurer le taux de propriétaires (voir la section Introduction pour plus de détails). De plus, l'IEQ 2015 a strictement porté sur les répondants québécois, les données du reste du Canada ne sont donc pas disponibles pour cette édition en particulier.



Graphique A1 : Synthèse du dynamisme entrepreneurial selon le territoire (2009-2015)

ANNEXE 2 | MÉTHODOLOGIE

L'étude provinciale a été réalisée au moyen d'un sondage Web auprès d'un échantillon de 2 587 répondants dans toute la province, âgés de 18 ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais. La collecte de données s'est déroulée du 5 au 22 janvier 2015. La durée moyenne du questionnaire était d'environ 13 minutes.

Des quotas minimums ont été fixés afin d'obtenir un minimum de 150 répondants par région et 320 pour la région de Montréal. Des quotas ont aussi été appliqués afin d'avoir un minimum de répondants issus de différentes catégories entrepreneuriales, soit 40 propriétaires d'entreprise (80 à Montréal), 40 personnes ayant l'intention d'entreprendre (80 à Montréal), 30 personnes en phase de démarches (60 à Montréal) et 30 personnes hors processus (60 à Montréal). Finalement, un quota minimum de 150 répondants ayant fermé une entreprise a été établi au total (à travers le Québec).

Pour établir les incidences s'appliquant aux différentes catégories entrepreneuriales au début du sondage, nous avons initialement sondé 9 656 répondants. Pour un échantillon probabiliste de 9 656 répondants, la marge d'erreur maximale aurait été de $\pm 1,00\%$, 19 fois sur 20.

Le tableau A2 présente les marges d'erreur maximales, par région, de l'évaluation des incidences, et ce, pour des échantillons probabilistes de la même taille.

Finalement, le sondage a été réalisé auprès de 2 587 répondants, dont 1 727 étaient impliqués dans 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 $\pm 2,36\%$, 19 fois sur 20.

À l'aide des plus récentes données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon les régions du Québec, le sexe, l'âge, la langue parlée à la maison, la présence d'enfants dans le foyer, 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 chacune des régions du Québec.

Enfin, les données collectées ont été traitées dans le logiciel SPSS. Des analyses de distribution simple et croisée ont été ensuite effectuées afin de réaliser des graphiques pour les fréquences des variables mesurées. Des analyses factorielles et de fiabilité ont également été utilisées dans le but d'identifier les variables latentes (non observées) caractérisant la formation des intentions entrepreneuriales, ainsi que des corrélations entre les variables.

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 international, représente la garantie du haut niveau de professionnalisme de l'ensemble des membres de l'association.

Le tableau A2 présente le nombre de répondants par région ainsi que les marges d'erreur maximales associées à chacune.

Tableau A2 : Le nombre de répondants pour chaque région et les marges d'erreur maximales associées à chacune – Québec (avril 2015)

	Nombre maximal de répondants	Marge d'erreur maximale
Bas-Saint-Laurent	648	±3,85 %
Saguenay–Lac-Saint-Jean	709	±3,68 %
Capitale-Nationale*	6136	±1,25 %
Mauricie	890	±3,28 %
Estrie	694	±3,72 %
Montréal	1101	±2,95 %
Outaouais	608	±3,97 %
Abitibi-Témiscamingue	416	±4,80 %
Côte-Nord	290	±5,75 %
Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine	290	±5,75 %
Chaudière-Appalaches	744	±3,59 %
Laval	753	±3,57 %
Lanaudière	706	±3,69 %
Laurentides	470	±4,52 %
Montérégie	783	±3,50 %
Centre-du-Québec	554	±4,16 %

* Pour plus de précision sur la région administrative de la Capitale-Nationale, se référer à la méthodologie de ce projet indépendant. Dans le cadre de l'IEQ 2015, les données de cette région ont été pondérées afin d'avoir un poids reflétant celui de ses structures démographiques dans l'ensemble de la province, tout comme pour les autres régions du Québec.

PRÉSENTÉ PAR



Caisse de dépôt et placement
du Québec

RÉALISÉ PAR

fondation de
l'entrepreneurship 

SANS FRAIS | 1.800.661.2160
COURRIEL | info@entrepreneurship.qc.ca
SITE WEB | www.entrepreneurship.qc.ca

EN PARTENARIAT AVEC

**INSTITUT
D'ENTREPRENEURIAT**

 BANQUE NATIONALE | HEC MONTRÉAL

COURRIEL | gabriel.chirita@hec.ca
SITE WEB | iebn.hec.ca

DATE DE PUBLICATION | Avril 2015
CONCEPTION GRAPHIQUE | Terminus Création
ISBN | 978-2-89521-178-5