

ÉDITION 2006

# BULLETIN DE SANTÉ

## DE MONTRÉAL

Atlanta Boston Calgary Chicago Miami MONTRÉAL New York Ottawa Philadelphie Seattle Toronto Vancouver  
REGARD SUR L'ENTREPRENEURIAT MONTRÉALAIS



Une publication de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain



**Chambre de commerce  
du Montréal métropolitain**

**Board of Trade of Metropolitan Montreal**





# TABLE DES MATIÈRES

## BULLETIN DE SANTÉ DE MONTRÉAL «REGARD SUR L'ENTREPREUNARIAT MONTRÉALAIS»

<b>Mot de la présidente et chef de la direction</b> de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain .....	1	<b>Annexe 1</b> Liste des principaux organismes / associations / ministères et agences .....	39
<b>Chapitre 1</b> Démarche et méthodologie .....	3	<b>Annexe 2</b> INRS Urbanisation, Culture et Société Étude comparative sur la création de nouveaux établissements pour douze métropoles nord-américaines .....	43
<b>Chapitre 2</b> L'entrepreneuriat et les villes étudiées dans le Bulletin de santé .....	7	<b>Annexe 3</b> Statistique Canada – Division de l'analyse microéconomique Rapport technique sur les taux de création et de survie des établissements dans les régions métropolitaines de recensement, 1992-2004 .....	57
<b>Chapitre 3</b> Le diagnostic de la région montréalaise .....	13		
<b>Chapitre 4</b> Pistes d'action .....	31		



# MOT DE LA PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION

## CHAMBRE DE COMMERCE DU MONTRÉAL MÉTROPOLITAIN



Pour cette troisième édition du *Bulletin de santé de Montréal*, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain a choisi la sphère de l'entrepreneuriat pour comparer la performance de Montréal à celle des métropoles qui lui sont concurrentes.

Après l'édition de l'année dernière consacrée à la formation, l'attraction et la rétention du talent, l'entrepreneuriat représentait, de bien des manières, une suite logique. En effet, la création d'entreprises touche à une question fondamentale : qu'advient-il du talent présent sur le territoire métropolitain ? Est-il créateur de richesse ? Porteur d'initiatives ?

Plusieurs raisons nous poussaient l'année dernière à conclure que notre métropole en est une de talents : Montréal possède des atouts exceptionnels en matière de formation universitaire qui contribuent à la fois à accroître la part de diplômés universitaires dans sa population et à y attirer des talents étrangers.

La question qui se pose cette année est maintenant : Montréal est-elle une ville d'entrepreneurs ?

Et la réponse est une sorte de... « oui ».

### DES EFFORTS INDÉNIABLES, DES RÉSULTATS DISCUTABLES

Comme le démontre avec beaucoup de détails notre diagnostic de la situation montréalaise, nos efforts reliés à la création d'entreprises se portent relativement bien : nous ne sommes pas trop loin de la moyenne canadienne et au-dessus de la moyenne américaine. De manière générale, les Montréalais ne sont aucunement démunis quand il s'agit d'essayer de créer leur entreprise.

Malheureusement, il en va autrement de la transition entre l'essai et le succès ; de l'entreprise en démarrage à l'entreprise établie. C'est sur ce dernier point que Montréal se classe derrière la plupart de ses concurrentes. Et c'est là une source de préoccupation majeure.

### DU POTENTIEL ET DES PISTES D'ACTION

La mise en commun de données par Statistique Canada et le *Global Entrepreneurship Monitor – Canada*, de même que la collaboration renouvelée de l'INRS-Urbanisation, Culture et Société pour ce qui est de l'analyse, nous permet de dresser un portrait qui n'est certainement pas satisfaisant sur le plan de la performance, mais qui laisse quand même place à l'optimisme sur le plan du potentiel.

Une fois passé le cap des deux ans d'existence, les entreprises montréalaises survivent aussi bien que les autres. Les diplômés universitaires sont parmi les plus actifs en démarrage d'entreprises. Les ambitions des nouveaux entrepreneurs semblent aussi plus grandes que celles de leurs prédécesseurs : ils aspirent à créer plus d'emplois, sont plus nombreux à recourir aux nouvelles technologies et à vouloir exporter.

D'où cet enjeu incontournable : comment, dorénavant, exploiter au maximum le potentiel montréalais en entrepreneuriat.

Comme pour les précédentes éditions du Bulletin de santé, la Chambre explore dans celui-ci plusieurs pistes d'action en vue d'améliorer la position de Montréal. Plusieurs d'entre elles sont applicables dès maintenant. D'autres ne manqueront pas de lancer des débats. Ce faisant, elles permettront d'atteindre les objectifs que poursuit la Chambre avec la production de cette publication : jeter un regard éclairant sur la réalité montréalaise, confronter nos perceptions et, en bout de ligne, nous lancer de manière résolue dans la recherche de solutions et la prise d'action.

Isabelle Hudon



## CHAPITRE 1

# DÉMARCHE ET MÉTHODOLOGIE

Pour une troisième année, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain publie son *Bulletin de santé de Montréal*. Comme pour les éditions précédentes, l'objectif de cet exercice demeure le même : situer la performance de l'agglomération montréalaise dans son contexte concurrentiel. Autrement dit, comparer Montréal à ses principales concurrentes, à savoir les villes du continent qui sont situées à proximité ou qui lui ressemblent, soit par leur taille, soit par leur structure économique. Onze agglomérations d'Amérique du Nord servent donc, depuis la première édition du Bulletin de santé, de point de repère à la situation montréalaise. Il s'agit des villes d'Atlanta, Boston, Calgary, Chicago, Miami, New York, Ottawa, Philadelphie, Seattle, Toronto et Vancouver.



La première édition du Bulletin de santé a permis de jeter les bases nécessaires à une appréciation générale du dynamisme urbain des différentes agglomérations. À l'aide d'une série d'indicateurs reflétant les dimensions variées du développement urbain – notamment, le pouvoir d'attraction économique, la qualité de vie, la cohésion sociale et le potentiel de croissance –, le premier Bulletin de santé a mis au jour des domaines dans lesquels Montréal se distingue et d'autres où d'importants progrès restent à faire.

À la lumière de cet exercice, la Chambre a choisi d'approfondir dans les éditions subséquentes sa compréhension des domaines où des progrès demeurent à réaliser de manière, justement, à identifier des pistes de solutions susceptibles d'accélérer la progression de Montréal. C'est dans cette optique que la deuxième édition a été consacrée à l'attraction, à la formation et à la rétention du talent et que le thème choisi pour la présente édition est l'entrepreneuriat.

Les raisons de s'intéresser à l'entrepreneuriat sont nombreuses : les entreprises sont le moteur de la croissance économique, de la création de richesse et d'emplois. La création de nouvelles entreprises est également le signe d'une économie dynamique où les entrepreneurs sont aptes à saisir les nouvelles occasions d'affaires et à en tirer profit. Par ailleurs, dans le premier Bulletin de santé, la création de richesse était loin de faire partie des points forts de Montréal. Bien au contraire, Montréal avait alors le plus faible revenu par habitant des douze villes étudiées et se classait au 10<sup>e</sup> rang lorsque le revenu était ajusté au coût de la vie. Enfin, la vigueur de notre entrepreneuriat est souvent vantée, notamment quand on évoque les succès d'affaires des entrepreneurs phares que sont les Joseph-Armand Bombardier, Jean Coutu ou Daniel Langlois. Aussi, la perception que l'entrepreneuriat est l'un des points forts de l'économie québécoise est passablement répandue. Dans ce contexte où, encore une fois, les perceptions ne semblent pas nécessairement concorder avec les réalités statistiques, la Chambre a préparé ce troisième Bulletin de santé avec l'objectif de fournir un portrait approfondi de l'entrepreneuriat montréalais, en misant sur la perspective éclairante que représente la performance des agglomérations qui nous sont concurrentes.



## CONTEXTE MÉTHODOLOGIQUE

La Chambre a bénéficié de la collaboration étroite de deux importants partenaires pour la réalisation de ce rapport. Tout d'abord, Mario Polèse, Richard Shearmur et Sylvie Arbour de l'INRS-Urbanisation, Culture et Société (INRS-UCS) ont produit pour ce Bulletin de santé une analyse de données provenant du registre des entreprises de Statistique Canada et des données comparables compilées par le U.S. Census Bureau. Ce faisant, les chercheurs de l'INRS nous ont permis d'évaluer l'entrepreneuriat montréalais sous l'angle des entreprises elles-mêmes ou, plus précisément, des « établissements » (c'est-à-dire les « places d'affaires », soit l'unité de mesure disponible permettant le mieux d'évaluer le nombre d'entreprises nouvellement créées). Leur rapport complet est présenté en Annexe 2, de même que l'analyse préparée par leurs collègues de Statistique Canada, Desmond Beckstead et Mark Brown (Annexe 3).

Quant à la collaboration de Nathaly Riverin, directrice du Centre de vigie sur la culture entrepreneuriale (Fondation de l'entrepreneuriat) et du volet canadien de l'important projet de recherche du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), elle a permis d'aborder l'entrepreneuriat sous l'angle des entrepreneurs eux-mêmes. Se servant des sondages réalisés depuis 2001 dans le cadre de l'enquête annuelle du GEM au Canada, il a été possible d'extraire les résultats obtenus au sein des régions métropolitaines de recensement (RMR) canadiennes suivies par le Bulletin de santé, afin de comparer Montréal et ses concurrentes canadiennes. Compte tenu des échantillons relativement restreints pour les RMR les moins peuplées (Ottawa et Calgary), les résultats de 2001 à 2003 ont été combinés pour obtenir des données plus représentatives et qui correspondent, par ailleurs, aux dernières années pour lesquelles l'INRS-UCS a pu comparer Montréal aux onze autres villes étudiées dans le Bulletin de santé. Les deux plus récentes enquêtes – de 2004 et 2005 – ont été réalisées avec des échantillons particulièrement importants au Québec répartis selon les territoires des *régions administratives*. Par conséquent, nous ne disposons pas de données correspondant au territoire exact de la RMR, lequel couvre en totalité ou en partie celui de cinq régions administratives. Les données provenant des enquêtes de 2004 et 2005 n'ont donc pas été utilisées à des fins comparatives avec les données des autres RMR ou des enquêtes de 2001 à 2003, mais ont plutôt servi à détailler les caractéristiques actuelles des entrepreneurs dans les régions administratives de Montréal et de Laval (pour ce faire, les échantillons des deux régions ont été combinés et pondérés).

Dans la lignée des précédents bulletins de santé, cette édition s'appuie sur la synthèse des différents résultats de recherche pour explorer et identifier des pistes d'intervention permettant à Montréal d'accroître sa compétitivité. À cet égard, le thème de l'entrepreneuriat pose un défi important : il existe une infinité de facteurs qui peuvent influencer, favoriser ou nuire à la création d'entreprises. Il existe également une très grande variété de types d'entreprises – de services, de proximité, de haute technologie, etc. – qui peuvent requérir des formes de soutien tout aussi variées. Face à cette situation, la Chambre a privilégié les pistes d'action qui semblent le plus répondre aux besoins particuliers de Montréal. Dans la prochaine section, nous faisons un tour d'horizon des différentes initiatives que l'on prend, un peu partout à travers les villes comparées dans le Bulletin de santé, pour soutenir et développer l'entrepreneuriat.



## CHAPITRE 2

# L'ENTREPRENEURIAT ET LES VILLES ÉTUDIÉES DANS LE BULLETIN DE SANTÉ

Faire l'inventaire de toutes les initiatives de soutien à l'entrepreneuriat dans toutes les villes étudiées dans le Bulletin de santé relève presque de l'impossible tant elles sont nombreuses. Chose certaine, toutes les villes sont actives dans ce domaine, et cela, de plusieurs façons et à plusieurs niveaux. C'est en fait l'une des caractéristiques remarquables des interventions qui visent à soutenir l'entrepreneuriat : elles vont des actions à très petite échelle aux grands mouvements qui s'adressent à l'ensemble d'une population. Cela dit, on peut regrouper les interventions en entrepreneuriat sous deux grandes catégories : celles qui viennent en aide directement aux entrepreneurs et celles qui tentent d'en « créer » de nouveaux. En s'inspirant d'exemples issus des différentes villes qui nous intéressent, voici un survol de ces différentes initiatives.



## 2.1. AIDER LES ENTREPRENEURS

### ... À S'Y RETROUVER

Il n'y a pas d'illustration plus claire de la panoplie de programmes et de services qui s'adressent aux entrepreneurs que l'existence même de « services d'orientation » où l'entrepreneur peut se faire guider vers les ressources les plus appropriées pour lui. Cela semble particulièrement le cas dans les métropoles canadiennes où l'on retrouve différentes versions du *one-stop-shop* d'où la personne qui désire démarrer une entreprise pourra ressortir équipée de toute l'information nécessaire à son projet. Enterprise Toronto<sup>1</sup>, le Calgary Business Information Centre<sup>2</sup> et le service Info entrepreneurs<sup>3</sup> offert à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain présentent plusieurs caractéristiques communes. Outre la disponibilité d'information sur les différentes ressources accessibles aux entrepreneurs, ces centres sont le résultat de partenariats entre le secteur public et le secteur privé et font l'objet d'un financement faisant appel généralement à deux, sinon trois paliers de gouvernement.

Des services d'une envergure comparable semblent moins communs dans les villes américaines à l'étude. En fait, dans le contexte où les gouvernements américains sont souvent moins directement interventionnistes dans la création d'entreprises, l'orientation offerte aux entrepreneurs ne porte pas tant sur les ressources à leur disposition que sur les obstacles qu'ils ont à franchir pour établir leur entreprise. Un exemple de cela est le guide mis au point par le *Pioneer Institute* du Massachusetts destiné aux entrepreneurs de la région de Boston et dont le titre est sans équivoque : *Navigating through Regulations and Licensing Requirements : A guide for Boston Entrepreneurs in 20 Business Types*<sup>4</sup>.

### SOUTIEN PAR LES PAIRS

L'entraide entre entrepreneurs est une autre forme de soutien particulièrement répandue dans les différentes métropoles. La forme première de cette entraide est bien évidemment le développement du réseautage entre entrepreneurs. Ainsi, plusieurs regroupements d'affaires – tout particulièrement les chambres de commerce – offrent à leurs membres et à de nouveaux entrepreneurs des occasions d'échanger et de tisser des liens d'affaires.

S'il s'inscrit dans la dynamique du soutien par les pairs, le Northwest Entrepreneur Network<sup>5</sup> de Seattle se distingue cependant de la plupart des autres regroupements d'affaires dans la mesure où le soutien aux nouveaux entrepreneurs est sa seule et unique mission. Profondément ancré localement, ce réseau accorde une grande place aux échanges, au partage d'expériences, à la camaraderie et au développement de réseaux. À bien des égards, l'importance accordée aux contacts directs entre entrepreneurs lui confère des allures d'un grand réseau communautaire de mentorat d'affaires.

<sup>1</sup> Pour plus de détails sur les différents organismes ou initiatives mentionnées dans cette section, nous incluons les adresses des sites Web pertinents en notes de bas de page. Dans ce cas-ci : [www.enterprisetoronto.com](http://www.enterprisetoronto.com)  
Une liste plus complète des principaux organismes, associations, ministères et agences se trouve en page 39.

<sup>2</sup> [www.calgary-smallbusiness.com](http://www.calgary-smallbusiness.com)

<sup>3</sup> [www.infoentrepreneurs.org](http://www.infoentrepreneurs.org)

<sup>4</sup> [www.pioneerinstitute.org/entre/guide/boston\\_guide.cfm](http://www.pioneerinstitute.org/entre/guide/boston_guide.cfm)

<sup>5</sup> [www.nwen.org](http://www.nwen.org)

On retrouve une approche semblable de soutien entre pairs au sein de l'Entrepreneurs' Forum of Greater Philadelphia<sup>6</sup>. La différence cette fois en est d'abord une de portée (métropolitaine plutôt que communautaire) de même que la place de choix qui y est faite aux « vedettes » économiques de la région métropolitaine de Philadelphie. Cette masse critique plus grande leur permet en outre d'organiser un événement de réseautage qui va plus loin que le simple partage d'expérience et qui comporte la présence d'anges financiers.

La forme la plus poussée de soutien de l'entrepreneuriat par un pair est, bien évidemment, la relation de mentorat. Force est de reconnaître que cette relation s'établit de nombreuses façons : de manière informelle, au gré des rencontres, ou encore dans le cadre d'un programme structuré. À cet égard, il importe de mentionner le travail fait par la Fondation de l'entrepreneurship<sup>7</sup> pour développer un ensemble d'outils servant à encadrer et à maximiser les retombées d'une relation mentor-mentoré.

### OFFRE DE SERVICES SPÉCIALISÉS

Tout comme les entreprises établies, celles qui sont en démarrage ont des besoins qui requièrent des services spécialisés : formation, comptabilité, développement des marchés étrangers, propriété intellectuelle, etc. Plusieurs organismes reconnaissent cette réalité et offrent aux entreprises un éventail de services qui, tout en étant spécialisés, sont offerts à des coûts relativement bas – habituellement grâce à une participation financière gouvernementale –, ce qui en assure l'accessibilité.

C'est le cas notamment du Centre d'entrepreneuriat du Centre d'innovation et de recherche d'Ottawa<sup>8</sup> (OCRI – Ottawa Centre for Research and Innovation). Partenariat entre le secteur privé, la Ville d'Ottawa et le gouvernement ontarien, on y offre des services-conseils qui vont de l'orientation préliminaire aux questions légales ou comptables spécialisées. Certains services sont gratuits et d'autres sont proposés à coût abordable. On y trouve en outre des ateliers de formation et des séminaires. Fait à remarquer, plusieurs grandes entreprises établies rendent accessibles, sur une base *pro bono*, leurs services aux clients du centre.

Dans la même veine, l'éventail de services offerts par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain<sup>9</sup> vise également à répondre aux besoins des entreprises, particulièrement celles de petite et de moyenne taille, dans un format et à un coût qui demeurent accessibles. L'une des particularités de la Chambre est l'attention accordée au développement des marchés internationaux à travers les services offerts par son équipe d'experts du World Trade Centre Montréal – services dont le financement est en partie assuré par Développement Économique Canada.

<sup>6</sup> [www.efgp.org](http://www.efgp.org)

<sup>7</sup> [www.entrepreneurship.qc.ca](http://www.entrepreneurship.qc.ca)

<sup>8</sup> [www.entrepreneurship.com](http://www.entrepreneurship.com)

<sup>9</sup> [www.ccmm.qc.ca](http://www.ccmm.qc.ca)

Aux côtés d'organismes plus « généralistes » comme la Chambre ou le Centre d'entrepreneuriat, on retrouve également des organismes qui offrent des services spécialisés qui s'adressent à des clientèles particulières. Les Services d'Aide aux Jeunes Entrepreneurs (SAJE)<sup>10</sup>, dont les services professionnels répondent spécifiquement aux besoins particuliers des jeunes entrepreneurs, sont un exemple type de ce genre de services qui sont disponibles dans la région métropolitaine. Une attention particulière est portée sur les aspects importants d'une entreprise en démarrage : le plan d'affaires, le financement et les états financiers de même que l'étude de marché. L'un des impacts positifs du SAJE est de permettre aux nouveaux entrepreneurs d'apprécier la valeur des services spécialisés qui leur sont proposés par des professionnels pour le développement de leur entreprise.

Une autre clientèle qui fait l'objet d'une offre de services spécialisés est celle des entreprises de haute technologie. Chicago-ITEC<sup>11</sup> et Innovation Philadelphia<sup>12</sup> sont deux organismes dont l'objectif est de soutenir spécifiquement l'émergence d'entreprises technologiques. Dans le premier cas, il s'agit d'un programme financé principalement par l'État de l'Illinois et dont l'offre de service s'adresse aux besoins des entrepreneurs en haute technologie : plan d'affaires, évaluation de marché, mentorat et référence de services professionnels. L'un des aspects originaux de Chicago-ITEC est la participation des universités de la région dans le programme et la possibilité de recourir à leurs infrastructures de recherche. Quant à Innovation Philadelphia, c'est un partenariat public-privé. S'il est possible pour les entrepreneurs d'y trouver un soutien « classique » pour le développement de leurs affaires (études de marché, etc.), on y trouve également du capital de risque et d'autres outils financiers. En outre, Innovation Philadelphia se distingue par ses efforts non seulement pour stimuler l'entrepreneuriat technologique, mais aussi pour attirer à Philadelphie des travailleurs et des entreprises de l'extérieur de la région.

En matière d'appui aux entrepreneurs dans les domaines technologiques, Montréal n'est pas en reste, et cela, tout particulièrement grâce au Centre d'entreprises et d'innovation de Montréal (CEIM)<sup>13</sup>, l'un des plus importants incubateurs d'entreprises au Canada. Organisme sans but lucratif appuyé en partie par les gouvernements du Canada et du Québec, le CEIM cible son intervention auprès d'entreprises innovantes de quatre secteurs, soit les technologies de l'information, le multimédia, les technologies industrielles et les biotechnologies. Le CEIM est en mesure de conseiller les entrepreneurs de ces secteurs, qu'ils soient en prédémarrage, en démarrage ou en développement. Qui plus est, le CEIM est aussi un lieu physique où les nouvelles entreprises peuvent louer des locaux et y établir leurs quartiers. Ainsi, en plus d'avoir accès à plusieurs services à meilleur coût, ces entrepreneurs ont la chance d'évoluer dans un milieu stimulant et de profiter des conseils et de l'expérience des autres entrepreneurs du CEIM.

---

<sup>10</sup> [www.sajemontrealmetro.com](http://www.sajemontrealmetro.com) et [www.sajemontrealcentre.com](http://www.sajemontrealcentre.com)

<sup>11</sup> [www.chicago-itec.org](http://www.chicago-itec.org)

<sup>12</sup> [www.ipphila.com](http://www.ipphila.com)

<sup>13</sup> [www.ceim.org](http://www.ceim.org)

## 2.2. « CRÉER DES ENTREPRENEURS » ET DES ENTREPRISES

Les interventions visant à « créer des entrepreneurs » et des entreprises se distinguent des précédentes dans la mesure où leur but premier n'est pas d'assurer le succès des entreprises dont le démarrage est déjà amorcé, mais bien de contribuer à l'émergence de nouveaux entrepreneurs.

### DÉVELOPPER LA CULTURE ENTREPRENEURIALE

Dans cette optique, la culture entrepreneuriale est le premier champ d'intervention pour favoriser la naissance de nouveaux entrepreneurs. Règle générale, les initiatives dans ce domaine sont d'envergure et s'adressent à un auditoire national plutôt qu'à la population d'une région métropolitaine particulière. On retrouve ainsi au Québec la Fondation de l'entrepreneurship qui fait de la promotion de la culture entrepreneuriale l'essence de sa mission. Les moyens pour y arriver sont multiples et incluent la tenue d'événements publics sur le sujet de l'entrepreneuriat, la diffusion d'information ou encore la mise en valeur d'entrepreneurs.

La promotion de la culture entrepreneuriale est particulièrement forte aux États-Unis auprès des jeunes et des enfants, notamment dans le but de mettre en évidence des modèles de réussite. Junior Achievement<sup>14</sup> est un regroupement de bénévoles et d'enseignants qui s'activent à l'échelle locale pour « faire le pont entre le milieu de l'éducation et celui des affaires ». Dans le cas de Miami, le programme de JA<sup>15</sup> inclut notamment la présentation, aux élèves de maternelle jusqu'à la 12<sup>e</sup> année, des concepts économiques de base leur permettant de mieux comprendre le monde des affaires.

Dans la même veine, la National Foundation for Teaching Entrepreneurship<sup>16</sup> s'adresse également aux enfants et aux jeunes à travers le réseau scolaire. Toutefois, son action est davantage ciblée vers ceux des communautés à faible revenu. Selon leur approche, l'entrepreneuriat peut « s'apprendre » à un très jeune âge et il constitue un moyen de développer les compétences et le talent, en fournissant aux jeunes l'occasion de travailler sur des projets concrets qu'ils peuvent relier directement à la « vraie vie ».

### VENIR EN AIDE AUX COMMUNAUTÉS VULNÉRABLES

À l'opposé des campagnes de portée nationale, on retrouve également des initiatives à l'échelle communautaire qui poursuivent l'objectif de « créer » de nouveaux entrepreneurs. Certes, les organismes qui portent ces initiatives proposent habituellement une forme ou l'autre de soutien pour aider les individus en démarrage d'entreprises à réussir leur projet. Toutefois – et c'est pourquoi nous les présentons dans cette section – leur objectif premier est d'abord de venir en aide à une communauté par le biais du développement de l'entrepreneuriat.

Un exemple de cela est le Eastside Movement for Business & Economic Renewal Society (EMBERS)<sup>17</sup>. Situé dans l'un des quartiers les plus pauvres au Canada, le Downtown Eastside de Vancouver, EMBERS est un organisme à but non lucratif voué à l'amélioration des conditions de vie des résidents, à travers le développement d'entreprises au sein de la communauté. Pour EMBERS, l'entrepreneuriat est une avenue qui permet d'offrir de l'espoir et une forme d'autosuffisance à des individus à faible revenu. Par le biais d'ateliers de formation, de coaching et d'interventions auprès des groupes communautaires, l'objectif d'EMBERS est de permettre à des personnes sans aucune expérience des affaires de devenir propriétaires de micro-entreprises qui soient viables.

<sup>14</sup> [www.ja.org](http://www.ja.org)

<sup>15</sup> [www.jamiami.org](http://www.jamiami.org)

<sup>16</sup> [www.nfte.com](http://www.nfte.com) pour le site national américain et [www.boston.k12.ma.us/stc/nfte.htm](http://www.boston.k12.ma.us/stc/nfte.htm) pour un exemple dans la région de Boston.

<sup>17</sup> [www.embers-dtes.org](http://www.embers-dtes.org)

S'ils n'évoluent pas sur un territoire géographique particulier, certains organismes peuvent cibler les clientèles d'une ville pour lesquelles le développement de l'entrepreneuriat constitue un moyen d'améliorer leur sort. Les femmes, les immigrants et les minorités visibles (principalement aux États-Unis) sont les groupes les plus souvent visés. La formation de base et l'acquisition de compétences préalables au développement d'une micro-entreprise est l'un des axes d'intervention les plus communs, comme c'est le cas au sein du Women's Economic Development Agency d'Atlanta<sup>18</sup>.

Le micro-crédit est un autre outil sur lequel misent ces organismes pour créer de l'entrepreneuriat à petite échelle. À Ottawa, le Fonds d'emprunt communautaire<sup>19</sup> consent des prêts à court terme d'au plus 15 000 \$ pour le démarrage de micro entreprises. Règle générale, il s'agit d'individus ou d'organismes pour qui les mécanismes de financement habituels ne sont pas accessibles, mais dont le dynamisme et la ténacité en font d'excellents candidats à l'entrepreneuriat, notamment parmi les immigrants qualifiés nouvellement arrivés dans la région.

### TRANSFORMER LES UNIVERSITAIRES EN ENTREPRENEURS

Le milieu universitaire est un autre endroit où l'on tente de « créer des entrepreneurs » – cette fois dans le but de transformer en nouvelle richesse le savoir et les connaissances qui y sont développés. Très souvent, les facultés de gestion ou les Business schools sont engagées dans des actions qui peuvent s'adresser à l'ensemble des étudiants d'une institution. C'est le cas de l'Entrepreneurship Center du Albers School of Business and Economics<sup>20</sup> de l'Université de Seattle. Sa mission : développer l'esprit entrepreneurial chez les étudiants et soutenir ceux qui se lanceront dans un projet d'affaires. Une attention particulière est aussi portée à l'éthique et à la responsabilité sociale des étudiants qui seront encouragés à devenir entrepreneurs. Pour atteindre cet objectif, le Centre organise notamment des rencontres entre étudiants et entrepreneurs établis afin que ces derniers puissent partager leurs expériences et, surtout, leurs succès.

Un autre exemple de « création d'entrepreneurs » sur le campus est celui du Engenio Pino and Family Global Entrepreneurship Center de la Florida International University<sup>21</sup>. Ce centre s'adresse à l'ensemble des étudiants de l'université, tous programmes académiques confondus. L'objectif est de leur faire valoir « l'entrepreneuriat en tant qu'approche de vie qui bonifie et qui transcende les expériences académiques », et cela, tant à travers des cours crédités (ouverts aux étudiants de toutes disciplines) qu'à travers des activités informelles de diffusion sur le campus.

### BOURSES ET CONCOURS : UNE BOUGIE D'ALLUMAGE POUR L'ENTREPRENEURIAT

Enfin, l'organisation de concours en entrepreneuriat est un autre moyen par lequel des organismes tentent de provoquer l'étincelle qui mènera au lancement d'un projet par un entrepreneur. À cet égard, les très nombreux concours qui récompensent des entrepreneurs servent également à encourager les gagnants – et, ce faisant, ils fournissent un appui bien concret à la réussite de leur projet – et en font un exemple pouvant en inspirer d'autres.

La Fondation du maire de Montréal pour la jeunesse (FMMJ)<sup>22</sup> est un bel exemple de l'utilisation de concours et de bourses comme moyen de faire naître de nouveaux entrepreneurs. Destinées à des jeunes à faible revenu, les bourses octroyées par la FMMJ servent à financer jusqu'à 25 % des coûts de démarrage d'une entreprise (maximum 20 000 \$). Les gagnants de bourses font ensuite l'objet d'un encadrement important – mentorat, coaching, groupes d'échanges – pendant la réalisation de leur projet. Ainsi, non seulement la FMMJ provoque l'étincelle qui mènera au démarrage, mais son appui se poursuit jusqu'à ce que le moteur de la nouvelle entreprise tourne rondement.

<sup>18</sup> [www.weda-atlanta.org](http://www.weda-atlanta.org)

<sup>19</sup> [www.oclf.org](http://www.oclf.org)

<sup>20</sup> [www.seattleu.edu/asbe/ec](http://www.seattleu.edu/asbe/ec)

<sup>21</sup> [www.entrepreneurship.fiu.edu](http://www.entrepreneurship.fiu.edu)

<sup>22</sup> [www.fondationdumaire.qc.ca](http://www.fondationdumaire.qc.ca)



## CHAPITRE 3

# LE DIAGNOSTIC DE LA RÉGION MONTRÉALAISE

Quel est l'état de santé de l'entrepreneuriat à Montréal ? Voilà la principale question à laquelle cette section tentera d'apporter des réponses, en se basant sur l'examen des entreprises et des entrepreneurs qu'ont réalisé, respectivement, l'INRS-UCS et le GEM Canada.



### 3.1. PORTRAIT DE LA CRÉATION D'ENTREPRISES, À MONTRÉAL ET CHEZ SES CONCURRENTES

#### LA CRÉATION DE NOUVELLES ENTREPRISES

Le premier élément à prendre en considération pour évaluer et comparer la vigueur de l'entrepreneuriat montréalais est, tout naturellement, la part des nouvelles entreprises qui s'ajoute annuellement au groupe d'entreprises existantes. De manière générale, le fait de voir un nombre important de nouvelles entreprises – ou plus précisément, dans le cas des données dont

nous disposons, de nouveaux *établissements* – faire leur arrivée sur le marché est considéré être une bonne chose : il s'agit-là d'un signe d'une économie dynamique, vraisemblablement en croissance, où l'initiative d'entrepreneurs permet de saisir les occasions d'affaires qui se présentent.

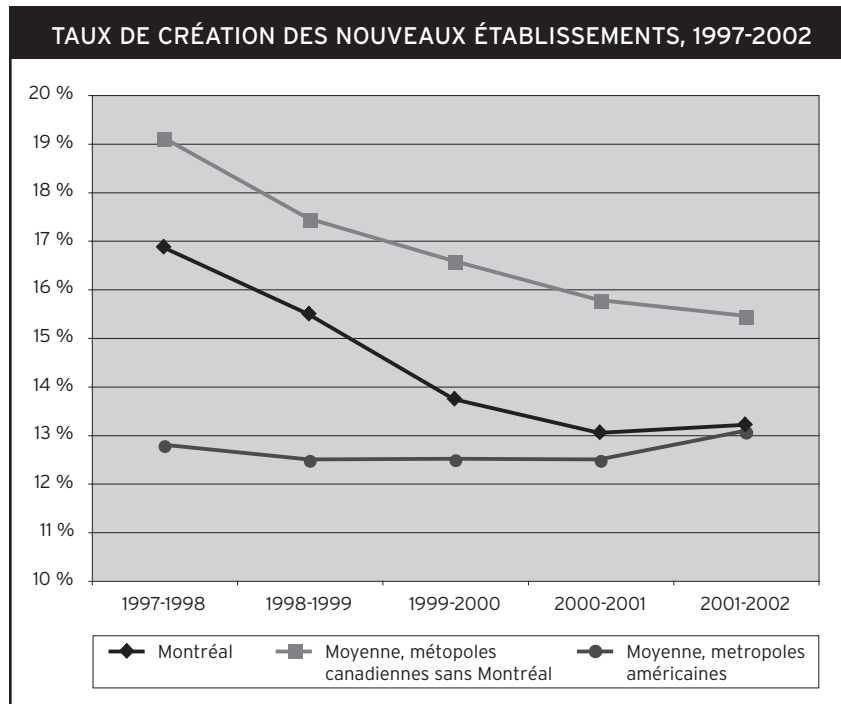
TABLEAU 1

TAUX DE CRÉATION DES NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS, 1997-2002										
Régions métropolitaines	2001-2002		2000-2001		1999-2000		1998-1999		1997-1998	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Calgary	17,28	1	18,26	1	18,37	1	19,01	1	21,17	1
Miami	15,71	2	15,26	3	14,31	6	13,90	7	14,55	7
Atlanta	15,43	3	14,72	4	14,63	5	14,93	6	15,43	6
Toronto	15,14	4	15,44	2	16,07	2	16,91	3	18,51	3
Ottawa-Hull	14,69	5	14,66	5	15,76	4	17,60	2	18,58	2
Vancouver	14,61	6	14,64	6	16,01	3	16,20	4	18,13	4
<b>Montréal</b>	<b>13,18</b>	<b>7</b>	<b>13,02</b>	<b>7</b>	<b>13,71</b>	<b>7</b>	<b>15,46</b>	<b>5</b>	<b>16,84</b>	<b>5</b>
Seattle	12,93	8	12,48	8	12,94	8	12,87	8	13,56	8
New York	12,88	9	12,43	9	12,65	9	12,35	9	13,18	9
Chicago	11,76	10	10,73	11	11,14	11	10,87	10	11,27	10
Boston	11,39	11	10,65	12	11,27	10	11,81	11	10,75	11
Philadelphie	11,30	12	11,04	10	10,45	12	10,57	12	10,69	12

Le tableau 1 présente le taux de création de nouveaux établissements pour la période allant de 1997 à 2002. D'entrée de jeu, ce qui en ressort est la position de Montréal en milieu de peloton, où elle s'est maintenue pour l'ensemble de la période, d'abord au cinquième rang, de 1997 à 1999, puis au septième jusqu'en 2002.

S'il s'agit d'une performance dans la moyenne des villes comparées dans le Bulletin de santé, cette performance demeure inférieure à celle des autres métropoles canadiennes qui occupent toutes un rang supérieur à celui de Montréal. En fait, comme en fait foi la figure 1, l'écart entre Montréal et la moyenne des métropoles canadiennes (sans Montréal) demeure à peu près constant, alors que toutes les courbes présentent une tendance à la baisse durant la période à l'étude. Par ailleurs, la performance montréalaise est demeurée supérieure à la moyenne des villes américaines analysées dans le Bulletin de santé, quoique l'écart se soit réduit tout au long de la période.

FIGURE 1



## LA CROISSANCE NETTE DU NOMBRE D'ENTREPRISES

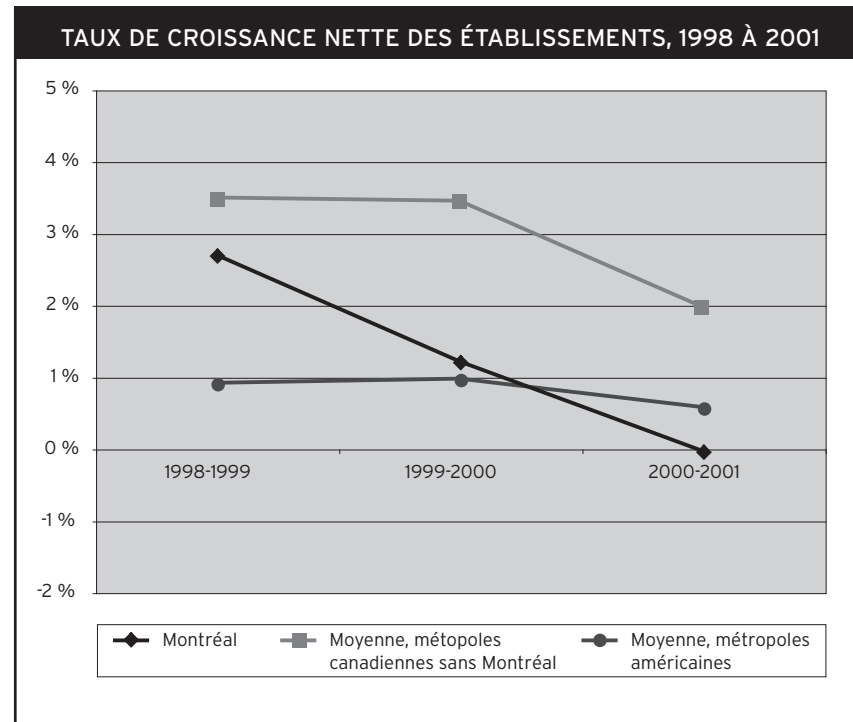
Si les résultats pour Montréal, en ce qui a trait au taux de création d'établissements se situent dans la moyenne, il en va autrement du *taux de croissance nette des établissements*. Cette mesure est importante puisqu'elle indique quelle a été la croissance absolue du nombre d'entreprises au sein de l'économie de chacune des métropoles, en tenant compte des nouvelles entreprises, mais aussi des établissements qui ont fermé leurs portes ou qui ont été relocalisés.

Ce que nous indique le tableau 2, c'est que Montréal a perdu considérablement de terrain entre 1998 et 2001, se retrouvant même avec une décroissance nette du nombre d'établissements sur son territoire en 2000-2001. Durant cette période, la position de Montréal s'est passablement détériorée par rapport à ses concurrentes canadiennes et américaines – ce que la figure 2 met en évidence. Ainsi, même si la majorité des agglomérations à l'étude ont vu leur taux de croissance nette chuter durant ces années, c'est Montréal qui a subi la baisse la plus marquée au classement, passant du 5<sup>e</sup> rang en 1998-1999 au 11<sup>e</sup> en 2000-2001. Ce faisant, l'écart s'est creusé entre Montréal et la moyenne canadienne et, fait à remarquer, la métropole a connu une performance inférieure à la moyenne américaine.

TABLEAU 2

Régions métropolitaines	2000-2001		1999-2000		1998-1999	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Calgary	4,04	1	4,44	1	4,88	1
Ottawa-Hull	1,83	2	3,63	3	4,86	2
Miami	1,80	3	-0,06	12	-0,74	12
Toronto	1,67	4	3,80	2	3,37	3
Atlanta	1,58	5	2,13	4	2,69	4
Philadelphie	0,51	6	0,61	11	0,37	11
Vancouver	0,32	7	1,91	5	0,84	9
New York	0,09	8	1,71	6	0,82	10
Boston	0,03	9	1,52	7	2,15	6
Chicago	-0,01	10	0,85	10	1,08	7
<b>Montréal</b>	<b>-0,04</b>	<b>11</b>	<b>1,21</b>	<b>8</b>	<b>2,69</b>	<b>5</b>
Seattle	-0,25	12	1,07	9	1,04	8

FIGURE 2

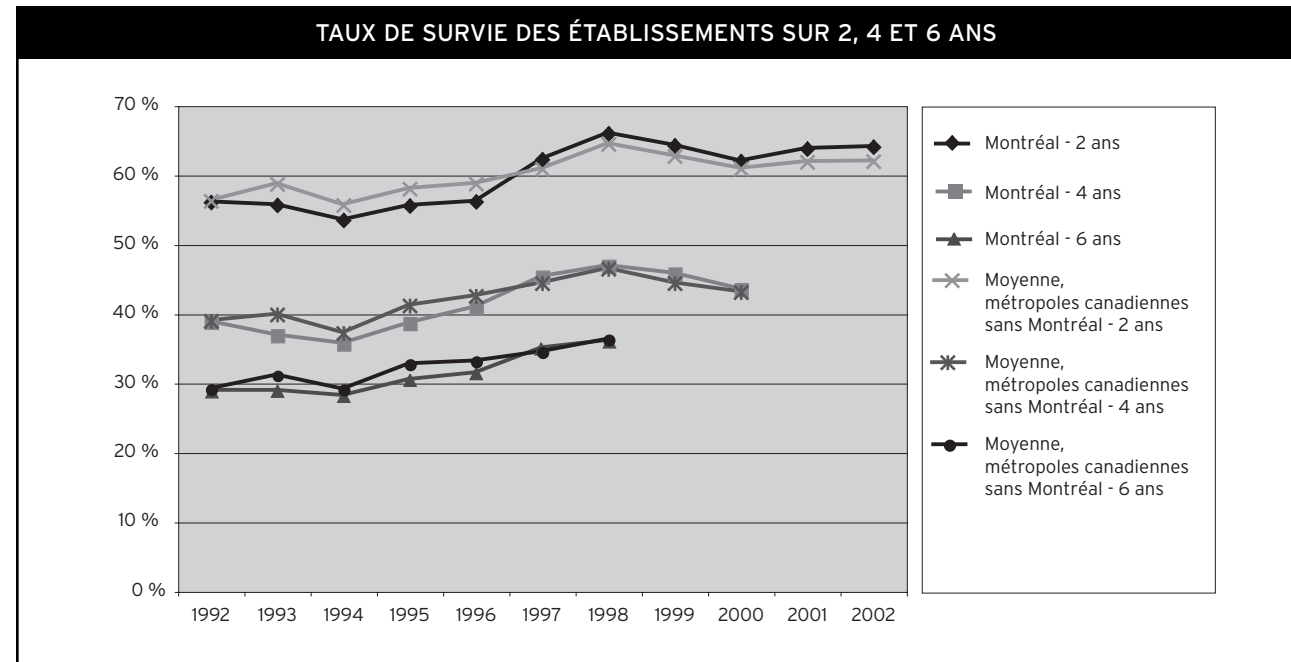


La période pour laquelle nous disposons des taux de croissance demeure relativement restreinte, de sorte qu'il est possible que des événements ponctuels ou propres à un secteur industriel aient pu affecter la performance d'une agglomération plus qu'une autre. Il n'en demeure pas moins que la comparaison des taux de création de nouveaux *établissements* et des taux de croissance nette fait ressortir, dans le cas de Montréal, d'importantes préoccupations. En effet, si le taux de création de Montréal est généralement dans la moyenne, son taux de croissance nette, lui, est systématiquement sous la moyenne, sinon en queue de peloton. Comme le souligne l'INRS-UCS dans son rapport, cet écart « laisse supposer que, si on les compare à ceux des autres régions, les *établissements* de la région métropolitaine de Montréal ont un taux de survie moins élevé ou une tendance plus marquée à être relocalisés dans la première année de leur exploitation<sup>23</sup>. »

### TAUX DE SURVIE À MOYEN ET À LONG TERME

À cet égard, le taux de survie des entreprises mesuré par Statistique Canada pour les métropoles canadiennes permet d'apporter des précisions importantes à cette observation (figure 3). En réalité, Montréal se tire très bien d'affaire lorsqu'on compare le taux de survie à moyen et à long terme de ses entreprises à la moyenne des autres villes canadiennes analysées dans le Bulletin de santé (en excluant Montréal des calculs). Après 1998, on observe que le taux de survie sur 2 et 4 ans des entreprises montréalaises est supérieur à cette moyenne; quant aux années précédentes, Montréal ne s'en éloigne jamais trop.

FIGURE 3



<sup>23</sup> Arbour, Sylvie, Mario Polèse et Richard Shearmur : Étude comparative sur la création de nouveaux établissements pour douze métropoles nord-américaines, 2006, p. 43, Annexe 2

## L'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE, SELON LE GEM

L'activité entrepreneuriale totale (*total entrepreneurial activity ou TEA*) représente l'agrégation des activités des répondants dans les entreprises en création et dans les jeunes entreprises.

### Entreprises en création

**Entreprises pour lesquelles les répondants à l'enquête :**

- > ont participé activement à leur création dans la dernière année;
- > seront propriétaires en tout ou en partie;
- > n'ont pas versé de salaires depuis plus de trois (3) mois.

### Jeunes entreprises

**Entreprises pour lesquelles les répondants à l'enquête :**

- > sont dirigeants ou gestionnaires;
- > seront propriétaires en tout ou en partie;
- > ont été en activité depuis moins de 42 mois.

**En ce sens, l'activité entrepreneuriale diffère des activités de gestion d'une entreprise établie**

### Entreprises établies

**Entreprises pour lesquelles les répondants à l'enquête :**

- > sont dirigeants ou gestionnaires;
- > sont propriétaires en tout ou en partie;
- > ont été en activité depuis plus de 42 mois.

S'il est une chose que ces chiffres illustrent, c'est qu'une fois bien établies, les entreprises montréalaises sont tout aussi durables que celles des autres métropoles canadiennes. Ainsi, ce n'est pas là que se trouve l'explication de l'écart, observé plus haut pour Montréal, entre le taux de création de nouvelles entreprises et le taux de croissance nette. En fait, à la lumière de ce taux de survie, l'INRS-UCS suggère que c'est d'abord la survie à très court terme – à l'intérieur des deux premières années de vie, ce que ne mesurent pas les données de Statistique Canada – qui fait défaut pour les entreprises montréalaises. On déduit en effet que durant cette période critique, un nombre important d'entreprises montréalaises naissantes ferment ou vont s'installer ailleurs.

### DE L'INTENTION D'ENTREPRENDRE À L'ENTREPRISE ÉTABLIE

Les données recueillies pour l'enquête du GEM auprès des populations des métropoles canadiennes à l'étude tendent à refléter le même phénomène mesuré par Statistique Canada : des initiatives d'entrepreneuriat qui, tout en étant inférieures à la moyenne canadienne, ne s'en éloignent pas trop; et des résultats nettement inférieurs à mesure que l'on progresse vers les entreprises établies.

Les tableaux 3, 4, 5 et 6 donnent le classement de Montréal par rapport aux autres métropoles canadiennes pour la participation de la population aux différentes phases de l'activité entrepreneuriale mesurées par le GEM Canada. À l'exception du pourcentage de la population ayant formulé l'intention de créer une entreprise dans les trois prochaines années, Montréal arrive systématiquement au cinquième et dernier rang.

Cela dit, il y a des derniers rangs qui sont plus inquiétants que d'autres et c'est ce que la figure 4 met en évidence. Dans ce graphique, la performance de Montréal pour chacune de ces quatre phases est comparée à la moyenne des autres métropoles canadiennes étudiées dans le Bulletin de santé (sans Montréal). De manière à faciliter la comparaison, la valeur montréalaise est définie par rapport à la moyenne canadienne qui est ici établie à 100. Or, ce que l'on remarque est un écart qui se creuse entre la population montréalaise et celle des autres villes à mesure que l'on avance dans le processus de création d'une entreprise.

TABLEAU 3

% DE LA POPULATION AYANT FORMULÉ L'INTENTION DE CRÉER UNE ENTREPRISE DANS LES TROIS (3) PROCHAINES ANNÉES		
Échantillons consolidés, 2002-2003		
Villes	%	Rang
Vancouver	16,38	1
Toronto	14,46	2
Calgary	13,36	3
<b>Montréal</b>	<b>11,20</b>	<b>4</b>
Ottawa	9,44	5

TABLEAU 5

% DE LA POPULATION IMPLIQUÉE ACTIVEMENT DANS UNE JEUNE ENTREPRISE (DE 3 À 42 MOIS)		
Échantillons consolidés, 2001 à 2003		
Villes	%	Rang
Calgary	6,07	1
Toronto	5,90	2
Ottawa	3,97	3
Vancouver	3,52	4
<b>Montréal</b>	<b>3,33</b>	<b>5</b>

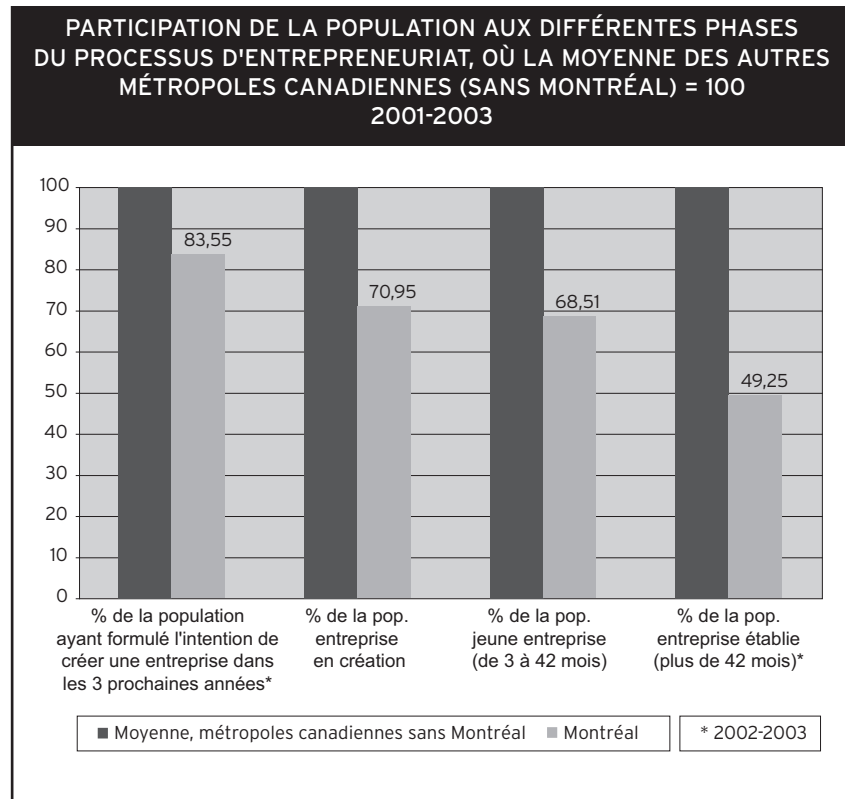
TABLEAU 4

% DE LA POPULATION IMPLIQUÉE ACTIVEMENT DANS UNE ENTREPRISE EN CRÉATION		
Échantillons consolidés, 2001 à 2003		
Villes	%	Rang
Vancouver	8,41	1
Calgary	6,83	2
Ottawa	5,83	3
Toronto	5,43	4
<b>Montréal</b>	<b>4,70</b>	<b>5</b>

TABLEAU 6

% DE LA POPULATION IMPLIQUÉE ACTIVEMENT DANS UNE ENTREPRISE ÉTABLIE (PLUS DE 42 MOIS)		
Échantillons consolidés, 2002-2003		
Villes	%	Rang
Toronto	7,60	1
Vancouver	7,10	2
Ottawa	4,57	3
Calgary	4,55	4
<b>Montréal</b>	<b>2,93</b>	<b>5</b>

FIGURE 4



#### CONSTAT : PASSER DU PROJET D'AFFAIRES À L'ENTREPRISE ÉTABLIE SEMBLE PLUS ARDU À MONTRÉAL

Les données portant sur les entreprises autant que celles témoignant des activités d'entrepreneuriat de la population pointent dans la même direction quand vient le temps de situer la performance de Montréal dans son contexte concurrentiel. Dans l'ensemble, Montréal est la moins dynamique de toutes les villes canadiennes, et cela pour toutes les dimensions de l'entrepreneuriat. Toutefois, on remarque également que, en matière de création d'entreprises (taux de création d'établissements, intentions d'entreprendre, entreprises en création et même jeunes entreprises), Montréal n'est pas trop loin derrière; même que lorsqu'elle est comparée aux métropoles américaines, le métropole se situe dans la moyenne.

Ainsi, c'est le passage entre la phase « démarrage d'entreprise » et celle « entreprise établie » qui ressort comme le point le plus faible : la métropole québécoise peine à traduire sa création de nouveaux établissements en gains nets pour le nombre total d'entreprises; la part de sa population qui se dit propriétaire-dirigeant d'une entreprise établie depuis 42 mois ou plus est la moitié de celle que l'on retrouve, en moyenne, dans les autres métropoles du pays.

Bref, ce n'est pas tant que les Montréalais sont moins entreprenants, mais plutôt que le passage entre le projet d'affaires et l'entreprise établie semble plus ardu ici qu'ailleurs.

Ce constat soulève bien évidemment d'importantes interrogations, à commencer par l'identification des facteurs qui expliquent ces résultats. Forcément, considérant la complexité inhérente au phénomène de l'entrepreneuriat, ces explications sont vraisemblablement multiples. Toutefois, afin de cibler des pistes d'intervention, il importe de lancer cette réflexion. Et dans cette optique, les données recueillies dans le cadre des plus récentes enquêtes du GEM Canada nous permettent de faire un portrait fort éclairant de la population du grand Montréal et de ses entrepreneurs.



## 3.2. PORTRAIT DES MONTRÉALAIS ET DE L'ENTREPRENEURIAT<sup>24</sup>

### LA PERCEPTION DES MONTRÉALAIS FACE À L'ENTREPRENEURIAT

La première observation que nous permet le tableau 7 est que, de manière générale, la perception du statut et du respect accordé à l'entrepreneur dans la société montréalaise ne présente pas de différence marquée avec le reste du Canada. En fait, Montréal demeure la seule des trois plus grandes villes du pays où la perception du statut de l'entrepreneur était à la hausse durant cette période. Cela dit, les personnes sondées de Montréal et de Laval semblent trouver qu'il y a certaines nuances entre le fait de reconnaître l'impact positif sur le statut qu'implique la création d'une entreprise et celui de considérer qu'un tel choix de carrière soit particulièrement recommandable : comme le démontre le tableau 8, la perception quant au désir, pour une personne, de faire de l'entrepreneuriat son choix de carrière est beaucoup plus volatile. Sur ce point, Montréal-Laval a connu une importante variation : 20 % entre 2004 et 2005.

TABLEAU 7

% DE LA POPULATION QUI AFFIRME QUE LA CRÉATION D'UNE ENTREPRISE AMÉLIORE LE STATUT ET LE RESPECT DES AUTRES, 2004-2005		
	2004	2005
Montréal-Laval	72 %	77 %
Toronto	80 %	70 %
Vancouver	68 %	58 %
Moyenne canadienne	77 %	69 %

TABLEAU 8

% DE LA POPULATION QUI ESTIME QUE L'ENTREPRENEURIAT EST UN CHOIX DE CARRIÈRE DÉSIRABLE, 2004-2005		
	2004	2005
Montréal-Laval	85 %	65 %
Toronto	66 %	73 %
Vancouver	74 %	66 %
Moyenne canadienne	74 %	72 %

Certes, il serait risqué de conclure à une quelconque tendance sur la base des résultats de ces deux seules années. Néanmoins, on peut considérer qu'avec 3 personnes sur 4 qui associent la création d'une entreprise à une amélioration de leur statut et du respect des autres, la perception de l'entrepreneuriat est, à Montréal, généralement positive. Toutefois, les données portent également à croire qu'on est beaucoup plus ambivalent quant au fait de se lancer, soi-même, en affaires.

<sup>24</sup> Il est à noter que pour l'ensemble de la section « Portrait des Montréalais et de l'entrepreneuriat », les données proviennent d'un échantillon des populations des régions administratives de Montréal et de Laval, contrairement aux données des sections précédentes qui correspondaient au territoire de la région métropolitaine de recensement. Les échantillons de Montréal et de Laval ont été combinés et pondérés afin d'offrir un portrait se rapprochant le plus de celui de la RMR – sans toutefois lui être directement comparable. Aussi, afin d'alléger le texte, nous continuerons à employer dans ces sections les termes « Montréal » et ses adjectifs dérivés au sens métropolitain, donc en incluant, dans le cas présent, la région lavalloise.

## LES MONTRÉALAIS ET CERTAINES CONDITIONS FAVORABLES À LA CRÉATION D'ENTREPRISES

Les résultats de l'enquête du GEM permettent de constater que la population de Montréal et de Laval n'est pas particulièrement désavantagée en ce qui a trait à certaines des conditions pouvant favoriser la création d'une entreprise. Tout d'abord, il n'existe pas d'écart significatif entre Montréal et la moyenne canadienne pour ce qui est du pourcentage de la population qui estime posséder les capacités et les compétences nécessaires à la création d'une entreprise (tableau 9). Cet écart est également minime par rapport aux régions métropolitaines de Toronto et de Vancouver.

La présence de modèles d'entrepreneuriat dans son réseau de connaissances représente également une condition pouvant favoriser l'émergence d'un nouvel entrepreneur. À cet égard, on remarque que les répondants à l'enquête du GEM Montréal connaissent personnellement un nouvel entrepreneur dans des proportions quasi-identiques à celles de l'ensemble du Canada (tableau 10). Toutefois, la comparaison avec les villes de Toronto et de Vancouver est, quant à elle, moins avantageuse – ce qui n'est pas vraiment surprenant. Puisque la création d'entreprises est un peu plus faible à Montréal que dans les autres grands centres urbains canadiens, on peut se douter que les entrepreneurs soient présents en moins grande concentration dans le réseau des Montréalais.

Par ailleurs, l'évaluation de la présence d'anges financiers (*business angels*) au sein de la population fournit des résultats semblables à la question précédente (tableau 11) : Montréal s'inscrit dans la moyenne canadienne – et l'a même surpassée en 2004. Toutefois, dans la mesure où on peut, de façon réaliste, supposer que les anges financiers sont en plus grande concentration dans les centres urbains, les résultats pour Toronto et de Vancouver mettent encore une fois en évidence un élément pour lequel Montréal est moins favorisée que ses deux grandes concurrentes canadiennes.

TABLEAU 9

% DE LA POPULATION QUI ESTIME POSSÉDER LES CAPACITÉS ET LES COMPÉTENCES POUR CRÉER UNE ENTREPRISE, 2004-2005		
	2004	2005
Montréal-Laval	56 %	60 %
Toronto	58 %	63 %
Vancouver	58 %	60 %
Moyenne canadienne	59 %	61 %

TABLEAU 11

% DE LA POPULATION AYANT ÉTÉ « ANGES FINANCIERS » DANS LES TROIS DERNIÈRES ANNÉES, 2004-2005		
	2004	2005
Montréal-Laval	3,5 %	3,9 %
Toronto	3,9 %	4,5 %
Vancouver	5,5 %	10,6 %
Moyenne canadienne	2,7 %	4,2 %

TABLEAU 10

% DE LA POPULATION QUI CONNAÎT PERSONNELLEMENT UN NOUVEL ENTREPRENEUR, 2004-2005		
	2004	2005
Montréal-Laval	38 %	41 %
Toronto	38 %	46 %
Vancouver	51 %	44 %
Moyenne canadienne	40 %	42 %

TABLEAU 12

% DE LA POPULATION RECONNAISSANT DES OCCASIONS D'AFFAIRES DANS LES SIX PROCHAINS MOIS, 2004-2005		
	2004	2005
Montréal-Laval	45 %	45 %
Toronto	47 %	49 %
Vancouver	47 %	60 %
Moyenne canadienne	48 %	50 %

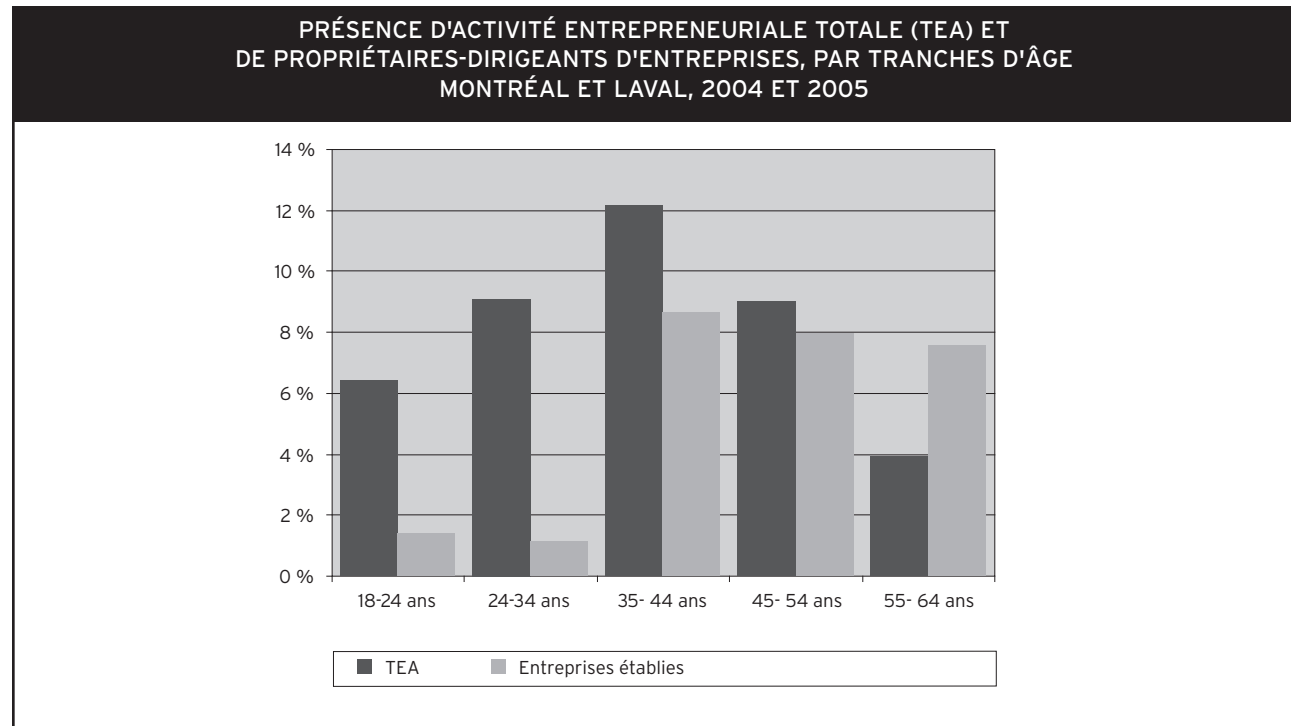
Enfin, même si cela semble aller de soi, la reconnaissance dans son environnement d'occasions d'affaires à exploiter constitue une autre condition préalable à la création d'une entreprise. Or, sur ce point, l'écart entre Montréal et l'ensemble du Canada semble plus marqué et, surtout, plus constant que pour les points précédents (tableau 12). Certes, le fait que Toronto et Vancouver (en 2004) présentent aussi des résultats sous la moyenne canadienne suggère l'hypothèse qu'au sein d'une économie urbaine diversifiée, la reconnaissance d'occasions d'entreprendre relève possiblement d'une dynamique différente des régions périphériques. Toujours est-il qu'ici encore, les comparaisons placent Montréal derrière Toronto et Vancouver.

## LES MONTRÉALAIS ENTREPRENEURS

Un autre point de vue que nous permet l'enquête du GEM est d'en apprendre davantage sur les Montréalais qui tentent de créer une entreprise ou qui sont à la tête d'une entreprise établie (en activité depuis plus de 42 mois).

En ce qui concerne l'âge, la figure 5 démontre que l'activité entrepreneuriale est à son plus fort chez les 35-44 ans : 12 % des répondants dans cette tranche d'âge étaient engagés dans la création d'une entreprise, alors qu'un peu plus de 8 % étaient propriétaires-dirigeants d'une entreprise établie. Cela dit, si la tranche d'âge des 35-44 est celle où l'on est le plus actif, on constate que les plus jeunes générations déploient des efforts appréciables en vue de créer une entreprise, mais que très peu d'entre eux voient l'aboutissement de leur projet d'affaires. Une autre observation est que le pourcentage de répondants actifs dans des entreprises établies tend à se maintenir au sein des groupes d'âge plus élevé. Ainsi, on peut supposer une certaine pérennité chez les entrepreneurs une fois qu'ils sont établis. Enfin, on remarque que pour tous les groupes d'âge, à l'exception des 55-64 ans, le pourcentage de répondants en démarche de création d'une entreprise est toujours plus important que ceux qui sont propriétaires-dirigeants d'une entreprise établie.

FIGURE 5



La figure 6, qui représente l'activité entrepreneuriale en fonction du genre, offre à première vue un portrait qui n'est pas différent de ce que l'on retrouve ailleurs dans le monde, c'est chez les hommes que les activités de création d'entreprises et que l'implication à la tête d'une entreprise établie sont à leur plus fort : 12,1 % des hommes interrogés contre 5,4 % des femmes pour ce qui est des activités de création d'entreprises; 8,1 % des hommes contre 2,7 % des femmes pour ce qui est des entreprises établies. Tout en se rappelant que la figure 6 constitue un portrait statique de la situation dans les villes de Montréal et Laval en 2004-2005, il est quand même intéressant de regarder ces données dans une perspective séquentielle. Analysée sous cet angle, la figure 6 présente un ratio entre propriétaires-dirigeants établis et personnes en démarche de création d'une entreprise beaucoup plus favorable chez les hommes que chez les femmes : 1 entrepreneur établi pour 1,5 en démarche de création, contre 1 entrepreneure établie pour 2 en démarche de création. Ainsi, au-delà du nombre d'entrepreneurs, ces données suggèrent également un taux d'aboutissement des démarches de création d'entreprises plus élevé chez les hommes que chez les femmes.

FIGURE 6

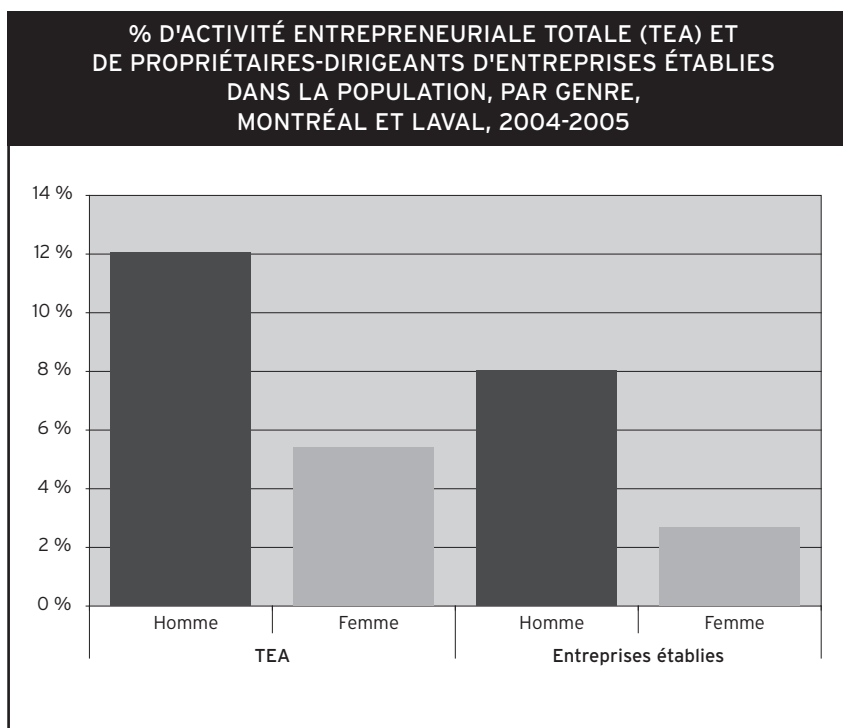
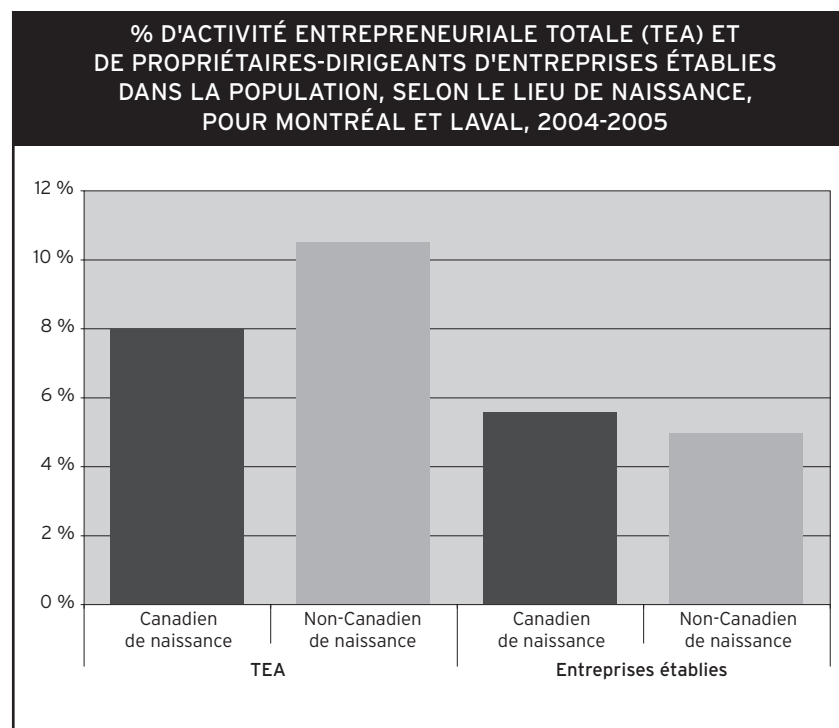
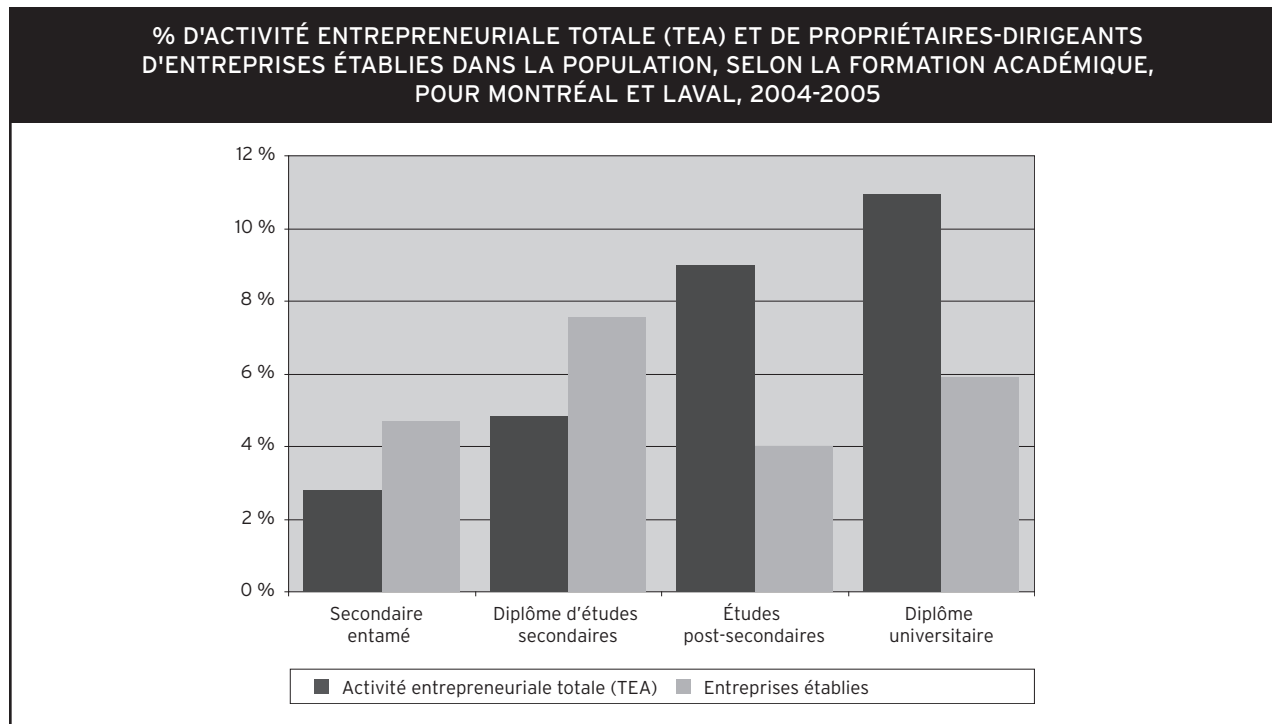


FIGURE 7



Le fait d'être né au Canada ou d'y avoir immigré est une autre caractéristique importante à prendre en considération pour faire le portrait des entrepreneurs de Montréal et de Laval. La figure 7 montre en effet que les immigrants constituent une source importante d'efforts de création d'entreprises : le pourcentage de personnes nées à l'extérieur du Canada et engagés dans une démarche de création d'une entreprise est plus élevé que chez les Canadiens de naissance : 10,5 % contre 8 %. Toutefois, les positions s'inversent quand on mesure la part de propriétaires-dirigeants d'entreprises établies au sein de ces deux groupes : la part des Canadiens de naissance est plus élevée que celle des immigrants, 5,6 % contre 5 %. Comme nous l'avons fait pour la figure précédente, l'évaluation du ratio entrepreneurs établis/personnes en démarche de création d'une entreprise suggère un écart important entre les immigrants et les non-immigrants pour ce qui est de l'aboutissement de leur démarche : on retrouve en effet chez les immigrants 1 entrepreneur établi pour 2,12 en démarche de création, contre 1 entrepreneur établi pour 1,43 en démarche de création chez les Canadiens de naissance.

FIGURE 8



Pour ce qui est de la formation académique des créateurs d'entreprises et des entrepreneurs établis, la figure 8 permet plusieurs observations intéressantes. Tout d'abord, on constate que les efforts de création d'une entreprise tendent à croître avec le niveau académique complété de l'entrepreneur. Ainsi, la part de la population en processus de création d'une entreprise passe de 2,8 % chez ceux qui n'ont pas terminé leur secondaire, à 4,9 % chez ceux qui l'ont terminé, pour passer ensuite à 9 % chez ceux qui ont une formation post-secondaire, avant d'atteindre 11 % chez ceux qui ont obtenu un diplôme universitaire. Fait intéressant, la part d'entrepreneurs établis ne présente pas la même tendance. En fait, c'est parmi ceux qui possèdent comme seule formation un diplôme d'études secondaires que la part de répondants qui se définissent comme propriétaires-dirigeants d'une entreprise établie est la plus forte, à 7,6 %. La part d'entrepreneurs établis est même supérieure à celle des personnes en démarche de création d'une entreprise au sein des deux groupes possédant le niveau de formation le moins avancé. À l'inverse, le ratio entrepreneurs établis/personnes en démarche de création est plutôt bas chez les deux autres groupes, soit 1 entrepreneur établi pour 2,25 individus en démarche chez ceux qui détiennent une formation post-secondaire et 1 pour 1,86 chez ceux qui détiennent un diplôme universitaire.

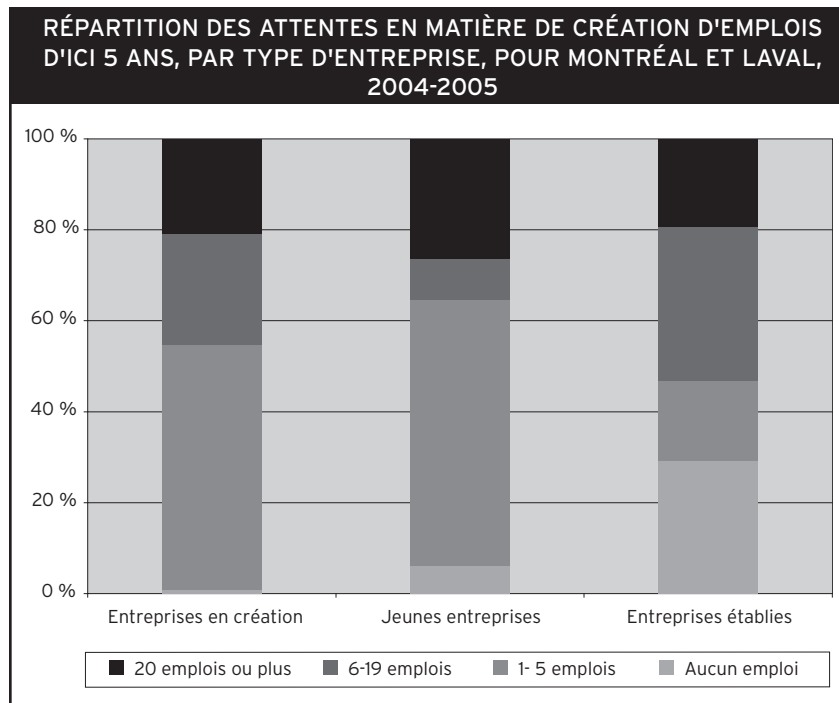
Ces résultats suggèrent certaines hypothèses qui mériteraient de faire l'objet d'études plus poussées. Fort probablement, ils sont influencés par un effet générationnel. Comme nous le constatons dans le Bulletin de santé de l'année dernière, les nouvelles générations tendent à être davantage scolarisées que les précédentes. Selon toute vraisemblance, les jeunes sont, en proportion, plus présents dans les groupes de répondants qui possèdent une formation universitaire. Or, comme nous l'avons vu précédemment, ces jeunes ne connaissent pas de succès immédiat dans leur projet et, s'ils sont nombreux à se lancer en affaires, ce n'est pas instantanément qu'ils atteignent le statut d'entrepreneur établi. À l'inverse, les groupes les moins scolarisés devraient compter dans leur rang une plus forte proportion de gens plus âgés, dont une plus large part d'individus qui ont eu le temps de mener leur projet d'affaires à maturité.

On peut donc légitimement supposer que la nature de l'entreprise varie également selon le niveau académique atteint par l'entrepreneur. Par exemple, il est plausible de croire que les entreprises de services – en autres, dans les différents secteurs de la construction – seront plus répandues au sein des groupes les moins scolarisés; à l'inverse, c'est davantage chez les détenteurs de diplômes universitaires que se trouveront les projets d'entreprises basés sur des technologies complexes et innovantes. Or, sur la base de cette supposition, les données de la figure 8 soulèvent un enjeu important : la réussite des entreprises lancées par des diplômés universitaires. Car s'il est normal que les projets d'affaires de ces derniers comportent un coefficient de difficulté plus élevé, ils représentent également un potentiel particulièrement important de création de richesse. C'est généralement de ce groupe que proviendront les PME globales et innovantes qui sont vitales pour la compétitivité économique de Montréal et du Québec. Ainsi, dans la mesure où la figure 8 suggère qu'au sein des entrepreneurs détenteurs d'un diplôme universitaire, le taux de succès est encore restreint, il y a lieu de s'interroger sur les moyens à prendre pour assurer la réussite et la durabilité des entreprises qu'ils créent.

## NOUVELLES ENTREPRISES MONTRÉALAISES ET POTENTIEL DE CROISSANCE

La création de nouvelles entreprises, nous le mentionnions plus haut, est considérée comme un atout précieux pour une économie. Certaines données de l'enquête du GEM pour Montréal et Laval viennent corroborer cette affirmation et mettent tout particulièrement en évidence le potentiel de croissance que portent en elles ces nouvelles entreprises. Ces données proviennent des réponses données par les répondants qui se disent engagés dans une démarche de création d'une entreprise ou encore qui sont propriétaires-dirigeants d'une jeune entreprise ou d'une entreprise établie. Fait à noter, les échantillons dont proviennent ces données sont passablement fragmentés. Aussi, il y a lieu de les analyser et d'en tirer des impressions générales.

FIGURE 9



De manière générale, on peut apprécier que les entreprises qui commencent leurs activités expriment des ambitions plus importantes que celles qui sont déjà établies. On en trouve une première manifestation dans les attentes exprimées en matière de création d'emplois d'ici les 5 prochaines années. Comme le démontre la Figure 9, la quasi-totalité des entreprises en création et des jeunes entreprises envisagent de créer au moins un emploi d'ici les cinq (5) prochaines années. Un pourcentage beaucoup plus important – 29 % – des propriétaires-dirigeants d'entreprises établies excluent, pour leur part, toute création d'emplois. Fait à souligner, la part des entrepreneurs qui visent la création de 20 emplois ou plus d'ici cinq ans demeure appréciable pour toutes les catégories d'entreprises. Décrits par le GEM comme des entrepreneurs à haut potentiel (*high expectation entrepreneurs*), ils sont considérés particulièrement importants pour une économie puisqu'ils sont responsables d'une part importante des nouveaux emplois créés<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Erkko Autio, GEM 2005 Report on High-Expectation Entrepreneurship.



Le potentiel marqué de croissance des nouvelles entreprises est aussi mis en évidence par l'utilisation plus grande de technologies innovantes et une orientation plus marquée vers les marchés internationaux. Ainsi, on peut voir tout d'abord que dans la figure 10, la part des entreprises utilisant une technologie nouvelle ou intermédiaire est deux fois plus importante au sein des entreprises en création que chez les propriétaires-dirigeants d'entreprises jeunes et établies (26 % contre 12 %). Dans la même veine, la figure 11 démontre un tendance claire où la clientèle internationale tend à représenter une part beaucoup plus importante chez les entreprises en création que chez les entreprises établies.

FIGURE 10

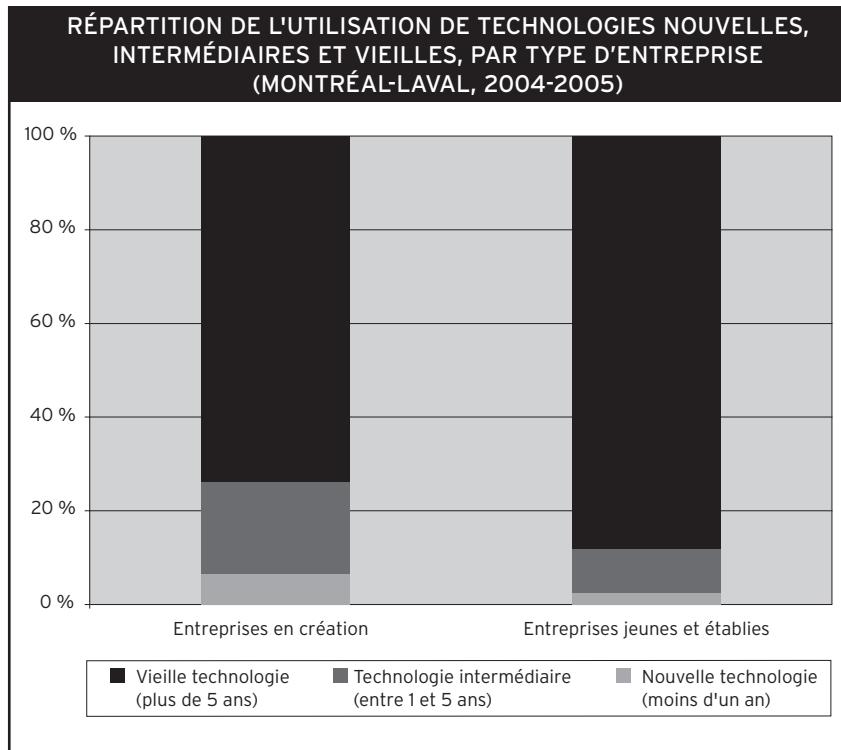
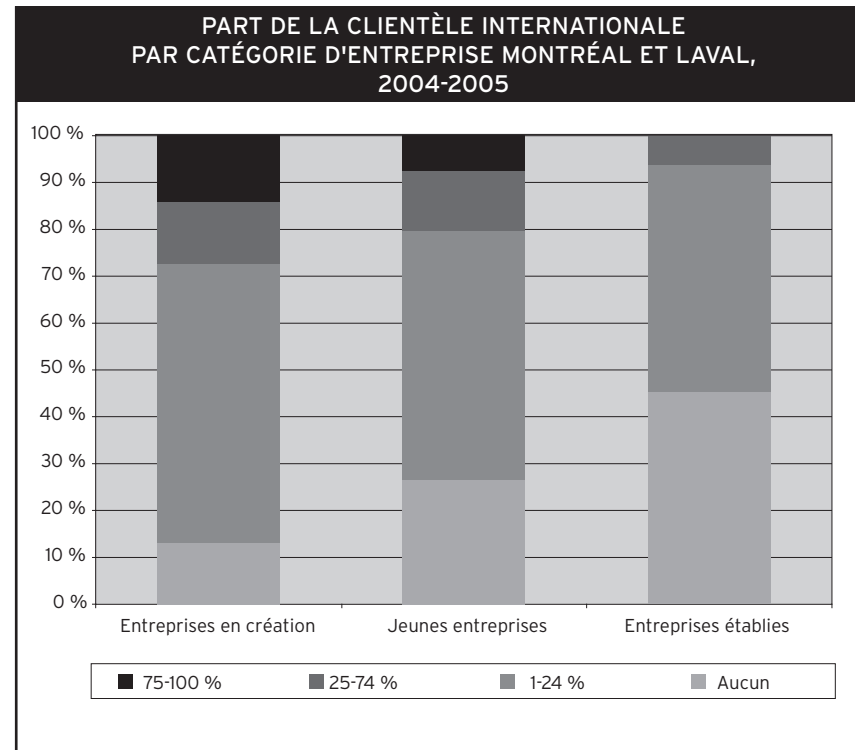


FIGURE 11



## CONSTAT : BEAUCOUP DE POTENTIEL À EXPLOITER

Ce portrait de la population montréalaise et de ses entrepreneurs peut assez bien se résumer par l'image du verre à moitié plein ou à moitié vide. D'un côté, les comparaisons entre Montréal et les autres villes comparées dans le Bulletin de santé font ressortir un retard persistant entre la métropole et ses concurrentes canadiennes. À cet égard, le verre semble clairement à moitié vide.

Toutefois, le diagnostic n'est pas entièrement négatif. Les données disponibles suggèrent notamment que le potentiel de Montréal en matière d'entrepreneuriat est bien réel : la perception qui existe au sein de la population est généralement favorable et on remarque, à travers la présence d'importantes activités de démarrage d'entreprises, que l'entrepreneuriat est bien vivant chez les jeunes, les immigrants et les diplômés universitaires. Plus encore, les nouveaux entrepreneurs semblent être portés par davantage d'ambition que ceux qui ont déjà réussi à s'établir. Bref, sous cet angle, le verre apparaît à moitié plein.

La principale limite du portrait présenté dans cette deuxième section de notre diagnostic est qu'il est figé dans le temps. En effet, le projet de recherche du GEM étant relativement récent, il nous est impossible de remonter plus loin que 2000 et d'évaluer comment, sur une longue période, les perceptions et les attitudes de la population ont évolué face à l'entrepreneuriat. Néanmoins, si l'on situe ces observations dans le contexte historique récent de Montréal, il est raisonnable de suggérer que ce verre – quel que soit son contenu – est tout de même en train de se remplir.

En effet, la région métropolitaine de Montréal est, à certains égards, encore en train d'effectuer sa transition d'une économie basée largement sur le secteur manufacturier vers une économie davantage basée sur le savoir et la créativité. Cette mutation est susceptible d'ouvrir les portes un peu plus grandes pour l'entrepreneuriat montréalais puisque, comme le remarquent les chercheurs de l'INRS-UCS, « lorsque la croissance économique d'un secteur industriel est moins vigoureuse, tel que dans le secteur industriel de fabrication, la spécialisation industrielle semble être un frein à la création de nouveaux établissements ». Ainsi, à mesure que Montréal complète cette transition, son potentiel d'entrepreneuriat devrait s'en trouver augmenté.

Une autre tendance qui devrait favoriser l'entrepreneuriat montréalais est l'attraction, la formation et la rétention du talent au sein de sa population. À cet égard, le précédent Bulletin de santé rapportait que Montréal a connu une progression très rapide (au troisième rang, derrière Toronto et Vancouver) de la part des diplômés au sein de sa population entre 1990 et 2000, cette part augmentant de 36,4 %. Or, dans la mesure où il a été observé qu'à Montréal, l'activité entrepreneuriale tend à augmenter avec le niveau de formation académique terminé, l'accroissement continu du nombre de diplômés universitaires – qu'ils proviennent d'ici ou d'ailleurs – est de bon augure du point de vue de la création d'entreprises.

Enfin, si le « verre » de l'entrepreneuriat se remplit à Montréal, il peut se remplir également – et même plus rapidement – dans les agglomérations concurrentes. Certes, la situation montréalaise comporte des éléments prometteurs, mais il n'en demeure pas moins que la métropole reste en position de rattrapage. Aussi, l'enjeu de la concrétisation des projets d'entreprises, que nous soulevions précédemment, demeure toujours aussi criant. En bref, tendre vers le verre plein est une chose qui est très certainement encourageante; encore faudrait-il ensuite pouvoir amener la coupe à nos lèvres.

CHAPITRE 4

# PISTES D'ACTION



## 4.1. MIEUX COMPRENDRE, DAVANTAGE COMPARER

La première piste d'action qui découle du diagnostic de l'entrepreneuriat dans la métropole va relativement de soi : il s'agit de mieux comprendre et de comparer davantage la performance de Montréal en la matière. À bien des égards, il s'agit même d'une piste d'action prioritaire, puisque c'est à travers des observations encore plus précises qu'il sera possible d'identifier avec plus de certitude les correctifs les plus pressants à apporter.

Dans ce contexte, la poursuite – et même l'approfondissement à l'échelle montréalaise – du projet d'étude du Global Entrepreneurship Monitor nous semble particulièrement pertinente. Déjà, les données recueillies par le GEM nous ont permis de dégager un portrait beaucoup plus nuancé de la situation de l'entrepreneuriat dans la région métropolitaine. L'application de la même méthodologie de recherche dans tous les pays où est réalisée l'enquête rend possible de nombreuses comparaisons, particulièrement entre pays, qui pourront être encore plus intéressantes si les échantillons des régions métropolitaines étudiées peuvent gagner en importance. Par ailleurs, la continuité de ce projet devrait éventuellement permettre d'observer des tendances à moyen terme et d'offrir un précieux point de repère pour évaluer l'impact des divers efforts déployés pour soutenir l'entrepreneuriat.

## 4.2. « CRÉER DES ENTREPRENEURS »

Comme nous l'avons observé dans la première partie du diagnostic, les régions métropolitaines à l'étude ont pratiquement toutes connu, entre 1998 et 2002, une baisse du taux de nouveaux établissements créés par année. En d'autres termes, la création de nouvelles entreprises semble être en baisse dans la plupart des métropoles étudiées dans le *Bulletin de santé de Montréal*. C'est d'ailleurs une tendance à laquelle Montréal n'échappe pas.

Dans ce contexte, les initiatives visant à « créer des entrepreneurs » constituent une approche prometteuse pour assurer qu'un nombre suffisant, sinon croissant, de démarches de création d'entreprises seront prises dans les années à venir. D'ailleurs, le fait que Montréal ne présente pas de retard trop prononcé face à ses concurrentes, pour ce qui est de la part de nouveaux établissements créés ou de la perception du statut de l'entrepreneur, est possiblement l'un des effets positifs de ces initiatives. Ainsi, il importe de poursuivre les efforts de valorisation de l'entrepreneuriat.

À cet égard, la promotion de l'entrepreneuriat auprès de l'ensemble de la population est doublement importante : outre le fait de favoriser l'émergence de candidats entrepreneurs, une perception positive de l'entrepreneuriat au sein de la population facilite la mise en place de politiques publiques « pro-entrepreneuriales » – un aspect pour lequel, comme nous le verrons plus loin, le Québec a encore beaucoup de chemin à parcourir. Ainsi, il nous apparaît de poursuivre les efforts de valorisation de l'entrepreneuriat afin, d'une part, de mettre en valeur la carrière d'entrepreneur comme choix de carrière et, d'autre part, de sensibiliser la population autant que les institutions à l'importance de la réussite entrepreneuriale pour notre prospérité. Car, tout compte fait, l'idée n'est pas seulement que les entrepreneurs soient des figures appréciées dans la société, mais que l'environnement dans lequel ils évoluent – autant que le traitement dont ils sont l'objet – soit considéré comme un enjeu collectif d'importance.

Dans cette optique, les réalisations de la Fondation de l'entrepreneurship sont particulièrement importantes puisqu'elle aide non seulement à développer la culture entrepreneuriale, mais ses activités de recherche et de réflexion solidifient encore davantage les assises de l'entrepreneuriat au Québec. Par ailleurs, des activités telles que les Concours québécois en entrepreneuriat sont également utiles – et le seront encore davantage à mesure que s'étendra leur rayonnement auprès du grand public.

Les efforts de promotion de l'entrepreneuriat auprès de clientèles ciblées nous apparaissent également porteurs en regard des clientèles qui présentent un potentiel accru de création de richesse. À la lumière des résultats de l'enquête du GEM, on peut d'ailleurs supposer un certain succès des efforts de promotion, particulièrement auprès des jeunes et des diplômés universitaires, puisque l'activité entrepreneuriale y est davantage répandue. Aussi, ces efforts devraient être poursuivis. En complément, une promotion ciblée et accrue auprès des femmes nous apparaît tout indiquée. Pour le moment, celles-ci sont moins nombreuses à se lancer en affaires. Toutefois, la place dominante qu'elles occupent maintenant dans les rangs universitaires pourrait rapidement s'accompagner d'activités entrepreneuriales accrues. Ainsi, avec un potentiel entrepreneurial en hausse, il y a tout lieu d'encourager les femmes de la région métropolitaine de Montréal à mettre ce potentiel pleinement en valeur.

### 4.3. AIDER LES ENTREPRENEURS À RÉUSSIR

Cela dit, ce n'est pas tant le nombre de personnes qui se lancent en affaires qui est le point faible de Montréal, mais bien que ces entrepreneurs atteignent le stade de l'entreprise établie. Pour cette raison, les mesures qui visent à les aider à réussir ressortent comme étant particulièrement importantes. Plusieurs interventions sont déjà en place dans la région métropolitaine. Comme nous le voyions dans la deuxième section de ce rapport, une panoplie de services sont offerts aux entrepreneurs, et cela, tant par des organismes gouvernementaux que par les organismes privés à but non lucratif.

Néanmoins, les données quant à la croissance nette du nombre d'entreprises dans la région métropolitaine laissent entrevoir que les besoins en matière de soutien aux entrepreneurs ne sont pas, à l'heure actuelle, pleinement comblés. Dans ce contexte, l'enjeu n'est donc pas nécessairement d'en faire beaucoup plus, mais plutôt de faire mieux et d'obtenir de meilleurs résultats.

#### UN SERVICE D'ORIENTATION DE PREMIÈRE LIGNE CONNU ET RECONNU

Inévitablement, la diversité des programmes et des services offerts pose pour l'entrepreneur le défi de s'y retrouver et d'identifier ceux dont il a réellement besoin. Dans ce contexte, un service comme celui d'Info entrepreneurs, membre du réseau Entreprises Canada, apparaît comme fondamental parce qu'il offre un point de départ d'où l'on peut avoir une vue d'ensemble des ressources disponibles et être conseillé quant aux façons d'en bénéficier. Cette approche est d'autant plus pertinente qu'elle transcende les juridictions administratives et regroupe l'information sans égard à l'identité du fournisseur du service. Dans ce contexte, le défi qui demeure est de lui assurer une grande notoriété, de façon à en faire un incontournable pour tout entrepreneur débutant.

#### ENCOURAGER LES ENTREPRENEURS À SE FAIRE AIDER

En fait, l'existence d'un programme d'aide aux entrepreneurs, aussi pertinent soit-il, ne garantit pas nécessairement que ces derniers y auront largement recours. Même s'il s'agit d'observations anecdotiques, il semble que le sens de débrouillardise propre à certains entrepreneurs puisse parfois leur nuire quand, dans le développement de leur projet, ils ont le réflexe de se tirer d'affaire seul plutôt que de chercher à se faire aider.

Sous cet angle, sensibiliser les entrepreneurs à l'importance de chercher des appuis répond à un besoin autant que sensibiliser la population à l'entrepreneuriat. Il faut se rappeler que le nombre de Montréalais qui comptent dans leur réseau un modèle d'entrepreneur est moins grand que dans les autres grandes métropoles canadiennes. Ainsi, en l'absence de modèles immédiats, l'obtention de conseils, même informels, suppose que les entrepreneurs sollicitent un organisme tiers – ce qui demande à la fois des connaissances et des efforts supplémentaires.

## FAIRE DU MENTORAT UNE RESPONSABILITÉ DE L'ENTREPRENEUR

Le mentorat est souvent évoqué, avec raison, comme l'une des interventions efficaces pour accompagner et aider les nouveaux entrepreneurs à mener leur projet à maturité. Toutefois, aussi profitable que puisse être la présence d'un mentor pour un nouvel entrepreneur, la mise en oeuvre de programmes organisés de mentorat demeure un défi, tout particulièrement dans une métropole comme Montréal. D'une part, la formation de bonnes dyades mentor-mentoré n'est pas en soi une chose simple : des affinités humaines autant que professionnelles sont nécessaires. D'autre part, force est de reconnaître que la culture du mentorat n'est pas encore tout à fait développée à Montréal et cela, tant chez les mentors potentiels que chez les nouveaux entrepreneurs : l'offre, autant que la demande, demeure relativement marginale.

Face à cette situation, il pourrait être plus efficace pour les nouveaux entrepreneurs de traiter le mentorat comme un besoin de l'entreprise, au même titre que son financement. Dans cette optique, c'est au nouvel entrepreneur que revient l'initiative de la relation : c'est à lui de chercher son mentor, comme lui incombe la responsabilité de chercher son financement. La logique derrière tout cela est fort simple : l'entrepreneur connaît le mieux ses besoins. Il est souvent le mieux placé pour identifier la ou les personnes qui seraient les plus aptes à le conseiller et à l'accompagner dans son projet.

En effet, rarement les gens d'affaires vont se rendre disponibles « à l'aveugle » pour devenir éventuellement mentor; toutefois, il est tout aussi rare qu'ils déclinent la demande d'un nouvel entrepreneur qui les aura approchés pour une raison bien précise. En bout de ligne, les relations de mentorat qui résulteront de démarches délibérées, initiées par l'entrepreneur, risquent d'être beaucoup plus durables et fructueuses que celles créées de toutes pièces par un organisme tiers.

Dans ce contexte, s'il y a des efforts particuliers à déployer du côté des organismes d'appui, c'est d'abord de convaincre les nouveaux entrepreneurs de la nécessité, pour eux, de se chercher activement un mentor et de leur offrir des outils et un contexte pour que cette recherche soit fructueuse. À titre d'exemple, la Fondation de l'entrepreneurship a mis au point des guides auxquels les mentors et les mentorés peuvent se référer en cours de relation. Une autre initiative intéressante serait, du côté de la Chambre, de mettre le mentorat à l'honneur dans ses activités et tout particulièrement ses activités de réseautage. En effet, en plus d'être présentées comme des occasions privilégiées de tisser des liens d'affaires, ces activités pourraient aussi inscrire le développement de liens mentor-mentoré au nombre de leurs objectifs. Ce faisant, des efforts accrus pourraient être déployés pour augmenter la part de nouveaux entrepreneurs et d'entrepreneurs établis à ces événements.

## DES APPUIS QUI CIBLENT CERTAINES CLIENTÈLES

Le fait d'appuyer les entrepreneurs provenant de groupes ciblés dans leurs efforts de création d'entreprise ressort aussi, comme pour la « création d'entrepreneurs », comme une piste d'action particulièrement pertinente. Les jeunes, les immigrants et les diplômés universitaires sont justement des groupes parmi lesquels on retrouve une forte proportion de personnes en situation de création d'entreprise et, toutes proportions gardées, un nombre passablement inférieur d'entrepreneurs-dirigeants établis. Ces différences sont telles qu'elles supposent que ces groupes connaissent des difficultés ou des obstacles qui leur sont propres. Dans cette optique, il paraît tout à fait logique de les appuyer avec une offre de services taillée sur mesure – comme le font, par exemple, les Services d'aide aux jeunes entreprises (SAJE), notamment dans la région Montréal Métro.<sup>26</sup>

## NE PAS NÉGLIGER LES CHAMPIONS

Néanmoins, aussi appropriée que puisse être l'aide ciblée aux clientèles qui requièrent une aide particulière, il faut en même temps éviter de négliger l'aide aux entrepreneurs les plus importants pour l'économie de la métropole : ceux qui ont un projet d'affaires solide et dont l'avenir semble particulièrement prometteur. En effet, nombre de programmes sont élaborés en fonction de clientèles pour qui l'entrepreneuriat est une voie importante vers l'amélioration de leur situation économique – ce que l'on appelle souvent « l'entrepreneuriat de nécessité ». Sans remettre en question l'à-propos du soutien à ce type d'entrepreneuriat, il importe également de reconnaître les avantages économiques qu'il y a à venir en aide aux futurs entrepreneurs à succès, justement en raison de leur contribution encore plus importante à notre dynamisme économique. Dans cette optique, il y a lieu de s'interroger sur l'accessibilité des services d'aide aux entrepreneurs qui se situent à l'extérieur des clientèles ciblées. Autrement dit, s'il est juste que les nouveaux entrepreneurs dont le projet est particulièrement solide reçoivent un appui adapté, il faut éviter que ces entrepreneurs soient l'objet de moins d'attention. Il est crucial de soutenir activement les entrepreneurs de pointe, que ce soit en réservant une place dans les programmes courants ou, mieux encore, en les abordant comme une clientèle auprès de qui intervenir en priorité.

<sup>26</sup> L'approche SAJE semble, à plusieurs égards, fournir des résultats intéressants : à titre d'exemple, le SAJE Montréal Métro a accompagné, en 2005-2006, 466 entrepreneurs dans le démarrage de leur entreprise et fourni environ 60 000 heures de formation, de services-conseils et de soutien. Fait encore plus remarquable, les entreprises aidées par le SAJE présentent un taux de survie, après quatre ans d'opération, de l'ordre de 74 % – ce qui est bien au-dessus de la moyenne.



## 4.4. FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT D'UNE ÉCONOMIE QUI A BESOIN D'ENTREPRENEURS

Malgré l'éventail de mesures d'aide que l'on peut déployer, le contexte économique dans son ensemble demeure le facteur le plus déterminant pour la création d'entreprises. Une économie en plein essor génère forcément une demande accrue pour des produits et services, ce qui se traduit en une multitude d'occasions d'affaires pour de nouveaux entrepreneurs. À cet égard, Calgary est un exemple éloquent de l'impact qu'une économie en pleine croissance peut avoir sur l'entrepreneuriat.

### ASSURER LE SUCCÈS DES STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE LA MÉTROPOLÉ

La Ville de Montréal et la Communauté métropolitaine de Montréal ont mené en 2002 une réflexion importante en vue de produire une stratégie de développement économique pour notre métropole. Les objectifs mis de l'avant dans ces stratégies sont particulièrement ambitieux, notamment la poursuite d'un niveau de croissance annuelle du PIB de 5,2 %, pendant 20 ans – permettant d'atteindre le 6<sup>e</sup> rang des 26 régions métropolitaines d'Amérique du Nord, en termes de PIB *per capita*.

Indéniablement, l'atteinte de ces objectifs aurait un effet dynamisant important sur l'entrepreneuriat dans la région montréalaise. Il s'agit donc là d'une raison supplémentaire pour laquelle la mise en oeuvre de ces stratégies de développement économique devrait demeurer une préoccupation de premier rang pour les intervenants économiques de la métropole et un enjeu prioritaire pour de nombreuses années encore.

### ÉVOLUER VERS UN ENVIRONNEMENT FISCAL QUI STIMULE L'INVESTISSEMENT...

Cela dit, au-delà des interventions gouvernementales directes, le dynamisme économique de Montréal sera également favorisé par un environnement qui encourage au maximum l'investissement privé. À cet égard, l'environnement fiscal québécois mériterait d'évoluer vers une répartition des charges fiscales qui, justement, encourage davantage l'épargne et le réinvestissement. Pour l'heure, l'ensemble des charges fiscales qui sont assumées par les entreprises fait du Québec l'un des environnements fiscaux les moins compétitifs, au Canada et dans le monde. En effet, lorsqu'on tient compte de l'ensemble des charges fiscales qui s'appliquent aux sociétés (impôt sur les bénéficiaires, taxe sur le capital et taxes sur la masse salariale), l'effort requis des entreprises québécoises est le plus important de toutes les provinces canadiennes<sup>27</sup>.

Qui plus est, la part importante qu'occupe dans l'assiette fiscale l'impôt sur les revenus des particuliers par rapport aux taxes sur la consommation, favorise fortement les activités de consommation au dépend de l'épargne<sup>28</sup>. Certes, cela assure une demande intérieure plus forte pour les produits et services de toute sortes; toutefois, cela encourage peu l'accumulation de capital pour l'investissement – lequel est particulièrement précieux pour la concrétisation de projets d'affaires impliquant de nouvelles technologies ou d'importantes dépenses de recherche et développement. Sur ce point, le Institute for Competitiveness and Prosperity observe que : « *Overall, Canada has the highest marginal tax rates on business investment – dumb taxation – even though our tax rates are in the middle of the pack.* »<sup>29</sup>

<sup>27</sup> Voir à ce sujet « L'impôt des sociétés au Québec : un paradis fiscal ? », une présentation de Luc Godbout, professeur et chercheur à la Chaire en fiscalité et finances publiques de l'Université de Sherbrooke, à l'occasion du colloque sur la fiscalité des entreprises organisé par le Conseil du patronat du Québec, le 17 février 2006.

<sup>28</sup> Les taxes sur la consommation représentent la principale source de revenus pour la grande majorité des pays de l'OCDE (21 sur 30). Au Canada, c'est plutôt l'impôt sur le revenu des particuliers qui est la première source de revenus fiscaux. Ces revenus représentent 35 % du total des revenus fiscaux au Canada, comparativement à une moyenne de 26 % pour l'ensemble des pays de l'OCDE.

<sup>29</sup> The Institute for Competitiveness and Prosperity, « Rebalancing priorities for Canada's prosperity. Report on Canada 2006 », p. 37.

La Chambre partage à bien des égards les recommandations de l'Institute for Competitiveness and Prosperity et considère que Montréal et le Québec pourraient se distinguer en Amérique du Nord en taxant de manière plus « intelligente » : c'est-à-dire, d'une manière qui encourage le plus l'investissement. Il existe sur ce point plusieurs modèles dont le Québec et le Canada pourraient s'inspirer. L'Irlande en est un, particulièrement audacieux, où l'ensemble des charges fiscales et, tout particulièrement l'impôt sur les entreprises, a été réduit de façon spectaculaire. L'une des conséquences de ce changement aura été d'attirer d'importants investissements privés étrangers en Irlande et de propulser l'économie irlandaise de la queue à la tête du peloton européen. Une autre option – vraisemblablement plus près des valeurs des Canadiens – est celle en vigueur au Danemark et en Suède. L'ensemble des revenus fiscaux prélevés en pourcentage du PIB est parmi le plus élevé au monde et permet le financement d'importants services publics. Toutefois, les taux de taxation qui s'appliquent aux investissements privés sont particulièrement bas (c'est principalement par les taxes à la consommation que le déficit est comblé). Bref, sans obligatoirement réduire le fardeau fiscal global, le fait de le répartir de manière à stimuler les investissements au Québec, tant par les entreprises que par les particuliers, pourrait contribuer à créer davantage de richesse – et, ultimement, à alimenter la croissance économique et à multiplier les occasions d'affaires pour les entrepreneurs.

### ... ET QUI RÉCOMPENSE L'ENTREPRENEURIAT

Une revue de l'environnement fiscal nous apparaît également importante dans la perspective de récompenser l'entrepreneuriat. Pour le moment, les interventions en entrepreneuriat se concentrent systématiquement vers la création d'entrepreneurs et le soutien au succès de leur démarche. Cela laisse complètement de côté toute la dimension de la « récompense » des efforts d'entrepreneuriat.

En effet, peu importe le degré d'aide disponible, mener à terme un projet d'affaires requerra toujours des efforts et des investissements importants, un déploiement sans pareil d'audace et de créativité. Dans cette optique, les motivations nécessaires à la poursuite et, surtout, à l'atteinte de l'objectif d'affaires ne peuvent se limiter à l'ambition et à la satisfaction personnelle : le rendement sur l'investissement doit également être au rendez-vous.

Pour ces raisons, il y a tout lieu de se demander si l'environnement fiscal exigeant propre à Montréal et au Québec n'est pas un facteur qui contribue soit à l'abandon de projets d'entreprise, soit à la relocalisation d'entrepreneurs qui souhaitent, justement, obtenir un meilleur rendement sur leur investissement en profitant d'un environnement fiscal plus généreux.

ANNEXE 1

# LISTE DES PRINCIPAUX ORGANISMES/ASSOCIATIONS/ MINISTÈRES ET AGENCES



- > Alliance Precarn-CRIM : <http://precarn.crim.ca>
- > Alliance numériQC : <http://www.numeriqc.ca>
- > Alliance de recherche universités-communautés en économie sociale (ARUC-ÉS) : <http://www.aruc-es.uqam.ca>
- > Association des maisons de commerce extérieur du Québec (AMCEQ) : <http://www.amceq.org>
- > Association de la recherche industrielle du Québec – ADRIQ : <http://www.adriq.com>
- > Association des inventeurs du Québec (Inventarium) : <http://www.inventarium.com>
- > Association communautaire d'emprunt de Montréal – ACEM : [http://www.acemcreditcommunautaire.qc.ca/f\\_home.htm](http://www.acemcreditcommunautaire.qc.ca/f_home.htm)
- > Association du Jeune Barreau de Montréal : <http://www.ajbm.qc.ca>
- > Association féminine d'éducation et d'action sociale : <http://www.afeas.qc.ca>
- > Autorité des marchés financiers : <http://www.lautorite.qc.ca/accueil.fr.html>
- > Café Jeunesse : <http://www.jeune-youth.cafe.qc.ca>
- > Caisse de dépôt et placement du Québec : <http://www.lacaisse.com//interstitiel.aspx?returnURL=%2fDefault.aspx>
- > Carrefour Capital © : <http://www.carrefour-capital.com>
- > Carrefour jeunesse-emploi (CJE) : <http://www.cjereseau.org/fr/index.asp>
  - CJE Ahuntsic-Bordeaux-Cartierville : [www.ahuntsic.com](http://www.ahuntsic.com)
  - CJE Anjou/Saint-Justin : [www.cjeanjou.com](http://www.cjeanjou.com)
  - CJE Bourassa-Sauvé : [www.cjebourassasauve.com](http://www.cjebourassasauve.com)
  - CJE Centre-sud/Plateau Mont-Royal/Mile End : [www.cjemploi.org](http://www.cjemploi.org)
- CJE Côte-des-Neiges : [www.colba.net/~cjecdn1](http://www.colba.net/~cjecdn1)
- CJE Hochelaga-Maisonneuve : [www.cdest.qc.ca](http://www.cdest.qc.ca)
- CJE Marquette : [www.cjemarquette.qc.ca](http://www.cjemarquette.qc.ca)
- CJE Mercier : [www.cjmercier.org](http://www.cjmercier.org)
- CJE Notre-Dame-De-Grâce : [www.cje-ndg.com](http://www.cje-ndg.com)
- CJE Ouest de l'Île : [www.cjeouestile.qc.ca](http://www.cjeouestile.qc.ca)
- CJE Pointe-aux-Trembles et Montréal Est : [www.sae.net/cje.html](http://www.sae.net/cje.html)
- CJE Rosemont / Petite-Patrie : [www.gcsd.qc.ca](http://www.gcsd.qc.ca)
- CJE Verdun : [www.sipcje.org](http://www.sipcje.org)
- CJE Sud-Ouest de Montréal : [www.cjeso-mtl.org](http://www.cjeso-mtl.org)
- CJE Montréal Centre-Ville : [www.cjemontreal.org](http://www.cjemontreal.org)
- CJE Viger / Jeanne-Mance : [www.cjest-leonard.com](http://www.cjest-leonard.com)
- CJE Saint-Laurent : [www.cjestlaurent.org](http://www.cjestlaurent.org)
- CJE LaSalle : [www.cjelasalle.org](http://www.cjelasalle.org)
- CJE Rivière-des-Prairies : [www.cje-rdp.org](http://www.cje-rdp.org)
- > Centre d'entreprises et d'innovation de Montréal (CEIM) : <http://www.ceim.org>
- > Centre d'entrepreneuriat féminin du Québec : <http://www.cefq.ca>
- > Centre de l'entrepreneurship technologique – Centech : <http://www.etsmtl.ca>
- > Centre francophone d'informatisation des organisations CEFRIO : <http://www.cefrio.qc.ca>
- > Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations (CIRANO) : <http://www.cirano.qc.ca>
- > Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) : <http://www.icriq.com>
- > Centre de recherche informatique de Montréal (CRIM) : <http://www.crim.ca/fr>
- > Centres locaux d'emplois (CLE) : <http://www.mess.gouv.qc.ca/services-a-la-clientele/centre-local-emploi>
  - CLE d'Ahuntsic
  - CLE d'Anjou–Montréal-Est
  - CLE de Crémazie
  - CLE de Fleury
  - CLE de Hochelaga-Maisonneuve
  - CLE de la Côte-des-Neiges
  - CLE de Lachine
  - CLE de LaSalle
  - CLE de Lorimier
  - CLE de l'Ouest-de-l'Île
  - CLE de Mercier
  - CLE de Montréal-Nord
  - CLE de Notre-Dame-de-Grâce
  - CLE de Parc-Extension
  - CLE de Pointe Saint-Charles
  - CLE de Pointe-aux-Trembles
  - CLE de Rivière-des-Prairies
  - CLE de Rosemont–Petite-Patrie (Bureau Avenue du Parc)
  - CLE de Rosemont–Petite-Patrie (Bureau Beaubien)
  - CLE de Rosemont–Petite-Patrie (Bureau Iberville)
  - CLE de Sainte-Marie–Centre-Sud
  - CLE de Saint-Laurent
  - CLE de Saint-Léonard
  - CLE de Saint-Michel
  - CLE de Verdun
  - CLE de Ville-Émard
  - CLE du Plateau-Mont-Royal

- > Centre ePoly : <http://www.epoly.polymtl.ca>
- > Centres locaux de développement (CLD) : <http://www.aclidq.qc.ca>
  - CLD Anjou
  - CLD Montréal-Nord : <http://www.cldmn.qc.ca>
  - CLD de l'Ouest de l'Île / West Island : <http://www.cldwi.com>
  - CLD Les 3 Monts : <http://www.cldles3monts.com>
  - CLD Verdun : <http://www.cldverdun.org>
  - CLD Centre-Ouest / Centre West : <http://www.destl.ca>
  - CDEC Ahuntsic/Cartierville : <http://www.cdec.qc.ca>
  - CDEC Centre-Nord : <http://www.cdec-centrenord.org>
  - CDEC Centre-Sud/Plateau Mont-Royal : <http://www.cdec-csmpmr.org>
  - CDEST (Corporation de développement économique de l'Est) de l'Est : <http://www.cdest.qc.ca>
  - CDEC NDG/CDN : <http://www.cdeccdnndg.org>
  - CDEC Rosemont / Petite Patrie : <http://www.cdec-rpp.ca>
  - CDEC Lasalle Lachine : <http://www.cdec-lasallelachine.ca>
  - CREC de Saint-Léonard : <http://www.crec-stleonard.qc.ca>
  - Corporation de développement économique de LaSalle (CDEL) : <http://www.cdelaquelle.com>
  - RESO du Sud-Ouest : <http://www.resomtl.com>
  - SDE Ville-Marie : <http://www.sdevm.ca>
  - Société de développement économique Rivière-des-Prairies / Pointe-aux-Trembles (SODEC) : <http://www.sodec.qc.ca>
- > Cercles d'emprunt de Montréal : <http://www.cerclesdemprunt.com>
- > Chaire de gestion stratégique des technologies de l'information – HEC : <http://neumann.hec.ca/chairegestionti>
- > Chantier de l'économie sociale : <http://www.chantier.qc.ca>
- > Chambre de commerce du Montréal métropolitain : <http://www.ccmq.qc.ca>
- > Cité du Commerce électronique : <http://www.cce-ecom.com>
- > Cité Multimédia : <http://www.citemultimedia.com/francais/home/home.asp>
- > Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'économie sociale et de l'action communautaire (CSMO-ÉSAC) : <http://www.csmoesac.qc.ca>
- > Compagnie F : <http://compagnie-f.org>
- > Conférence régionale des élus de Montréal (CRÉ) : <http://www.credemontreal.qc.ca>
- > Coopérative de développement régional Montréal-Laval : <http://www.cdr.coop>
- > Convercité : [http://www.convercite.org/convercite/default.asp?lang\\_id=F](http://www.convercite.org/convercite/default.asp?lang_id=F)
- > Détail Formation : <http://www.detailformation.com>
- > Fondation du maire de Montréal pour la jeunesse : <http://www.fondationdumaire.qc.ca/fr/index.php>
- > La Financière des entreprises culturelles (FIDEC) : <http://www.fidecinvest.com>
- > Fédération de l'informatique du Québec (FIQ) : <http://www.fiq.qc.ca>
- > FCEI - Fédération canadienne de l'entreprise indépendante : <http://www.fcei.ca/quebec/index.asp>
- > Fonds d'investissement de la culture et des communications (FICC) : <http://www.ficc.qc.ca>
- > Fonds de solidarité FTQ : <http://www.fondsftq.com>
- > Fondation (CSN) : <http://www.fondation.com>
- > Groupement des chefs d'entreprise : <http://www.groupement.qc.ca>
- > Info entrepreneurs – Membre du Réseau Entreprises Canada : <http://www.infoentrepreneurs.org>
- > Inno-centre : <http://www.inno-centre.com/fr/html/A.html>
- > Info opportunité : <http://www.info-opportunités.qc.ca/gouvernement/index.htm>
- > Institut québécois pour les familles en affaires : <http://iqfa.ca/FRANCAIS/accueil.html>
- > Investissement Infosoft (GTI Capital) : <http://www.gticapital.com>
- > Investissement Québec : <http://www.investquebec.com/fr/index.aspx>
- > Jeunes Entreprises du Québec : <http://www.jequebec.org>
- > Jeune Chambre de Commerce de Montréal : <http://www.jccm.org>
- > Maison des hautes technologies : <http://www.mht.qc.ca>
- > Mentorat Québec : <http://www.mentoratquebec.org/index.php>
- > Montréal International : <http://www.montrealinternational.com>
- > MSBI Capital : <http://www.msbi.ca/index-f.asp>
- > Office franco-québécois pour la jeunesse (OFQJ) : <http://www.ofqj.gouv.qc.ca>
- > PROMPT-Québec : <http://www.promptquebec.com>
- > Réseau Capital : <http://www.reseaucapital.com>
- > Réseau canadien de technologie (RCT) : <http://ctn-rct.nrc-cnrc.qc.ca>

- > Regroupement des jeunes gens d'affaires du Québec (RJGAQ) : <http://www.rjgaq.com/accueil.php>
- > Réseau d'informations scientifiques du Québec (RISQ) : <http://www.risq.qc.ca/index.php?LANG=FR>
- > Réseau inter logiQ : <http://www.interlogiq.ca>
- > Service d'aide aux jeunes entreprises du Montréal (SAJE) : <http://www.sajemontrealcentre.com/home.htm>
- > SAJE Montréal-Métro, Siège social et Centre de suivi : <http://www.sajemontrealmetro.com>
- > Service d'assistance canadienne aux organismes (SACO) : [http://www.cesosaco.com/french/home\\_fr/index.php](http://www.cesosaco.com/french/home_fr/index.php)
- > Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) : [http://www.sodec.gouv.qc.ca/inter\\_exportation.php](http://www.sodec.gouv.qc.ca/inter_exportation.php)
- > Société d'Investissement Jeunesse (SIJ) : <http://www.sij.qc.ca>
- > Sociétés locales d'investissement dans le développement de l'emploi (SOLIDE) :
  - SOLIDE d'Ahuhtsic-Cartierville : <http://www.cdec.qc.ca>
  - SOLIDE du Centre-Sud/Plateau Mont-Royal : <http://www.cdec-csmpmr.org/ta.html#solide>
  - SOLIDE de Côte-des-Neiges/Notre-Dame-de-Grâce
  - SOLIDE de Mercier/Hochelaga-Maisonneuve
  - SOLIDE de Rivière-des-Prairies/Pointe-aux-Trembles
  - SOLIDE de Rosemont/Petite-Patrie
  - SOLIDE du Sud-Ouest de Montréal : <http://www.resomtl.com>

SOLIDE de Ville-Marie  
SOLIDE de Villaray/St-Michel/Parc-Extension

- > Sous-Traitance Industrielle Québec (STIQ) : <http://www.stiq.com/francais/index.cfm>
- > TechnoCompétences : <http://www.technocompetences.qc.ca/site/index.php>
- > Youth Employment Services : <http://www.yesmtl.org/yes.php>
- > Y des femmes de Montréal : <http://www.ydesfemmesmtl.org>
- > World Trade Centre Montréal : <http://www.ccmq.qc.ca>

#### Gouvernement du Québec

- > Affaires municipales et Régions : <http://www.mamr.gouv.qc.ca>
- > Agriculture, Pêcheries et Alimentation (MAPAQ) : <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/accueil>
- > Culture et des Communications (MCC) : <http://www.mcc.gouv.qc.ca>
- > Développement durable, de l'Environnement et des Parcs (MDDEP) : <http://www.mddep.gouv.qc.ca>
- > Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE) : <http://www.mdeie.gouv.qc.ca>
- > Emploi et Solidarité sociale : <http://www.mdeie.gouv.qc.ca>
- > Immigration et Communautés culturelles : <http://www.micc.gouv.qc.ca/fr/index.asp>
- > Ressources naturelles et Faune : <http://www.mrnfp.gouv.qc.ca>
- > Revenu Québec : <http://www.revenu.gouv.qc.ca/fr/ministere/index.asp>

- > Santé et Services sociaux : <http://www.msss.gouv.qc.ca>
- > Tourisme : <http://www.bonjourquebec.com/mto/index.asp>

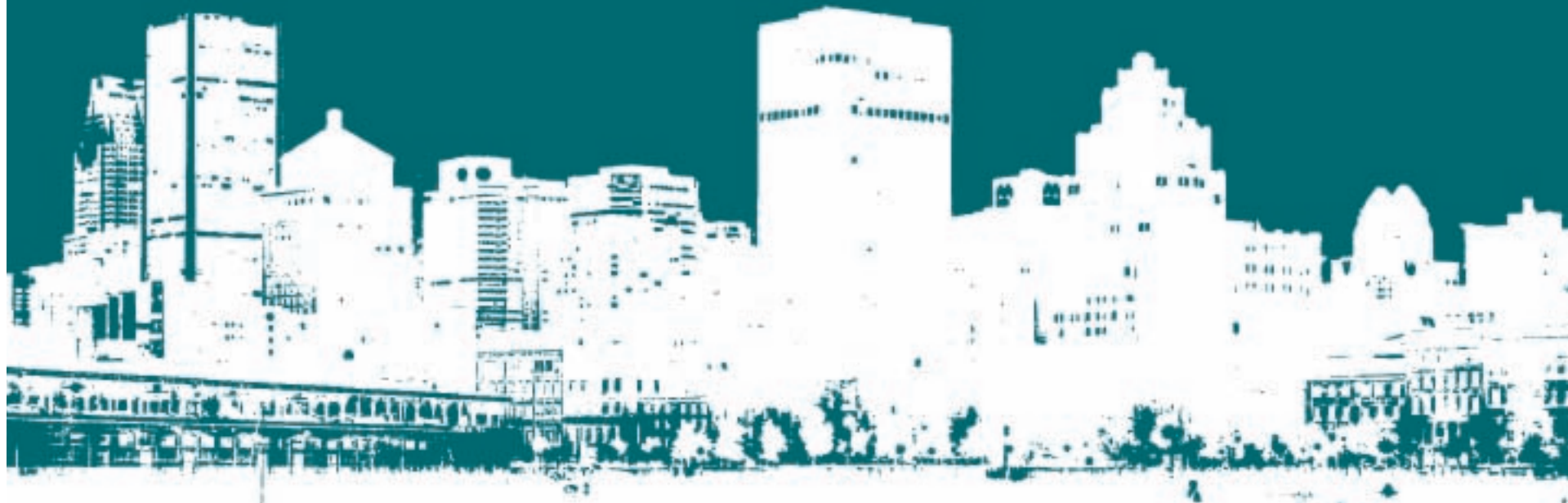
#### Gouvernement du Canada

- > Affaires étrangères et Commerce international Canada : <http://www.international.gc.ca>
- > Agence du revenu du Canada (ARC) : <http://www.cra-arc.gc.ca>
- > Agence spatiale canadienne : <http://www.espace.gc.ca/asc/index.html>
- > Agriculture et Agroalimentaire Canada : <http://www.agr.gc.ca>
- > Banque de développement du Canada : <http://www.bdc.ca/splash.htm?cookie%5Ftest=2>
- > Citoyenneté et Immigration Canada : <http://www.cic.gc.ca>
- > Conseil des Arts du Canada : <http://www.canada-council.ca>
- > Conseil national de recherches Canada : <http://www.nrc-cnrc.gc.ca>
- > Développement économique Canada pour les régions du Québec : <http://www.dec-ced.gc.ca>
- > Environnement Canada : <http://www.ec.gc.ca>
- > Financement agricole Canada : <http://www.fcc-fac.ca>
- > Industrie Canada : <http://www.ic.gc.ca>
- > Ressources humaines et Développement social (RHDS) : <http://www.rhdcc.gc.ca>
- > Service Canada : <http://servicecanada.gc.ca>
- > Services frontaliers du Canada, Agence des (ASFC) : <http://www.cbsa-asfc.gc.ca>
- > Travaux publics et Services gouvernementaux Canada : <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca>

ANNEXE 2 - INRS URBANISATION, CULTURE ET SOCIÉTÉ

# ÉTUDE COMPARATIVE SUR LA CRÉATION DE NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS

POUR DOUZE MÉTROPOLIS NORD-AMÉRICAINES



Étude soumise à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain

Sylvie Arbour, Mario Polèse et Richard Shearmur  
INRS Urbanisation, Culture et Société

sylvie.arbour@ucs.inrs.ca  
mario.polese@ucs.inrs.ca  
richard.shearmur@ucs.inrs.ca

Avec, en annexe, une étude technique sur les villes canadiennes,  
préparée par Desmond Beckstead et Mark Brown de Statistique Canada

Juin 2006



# TABLE DES MATIÈRES

1	MISE EN GARDE MÉTHODOLOGIQUE .....	.46
1.1	COMPARABILITÉ DES DONNÉES AMÉRICAINES ET CANADIENNES .....	.46
1.2	L'ENTREPRENEURSHIP EN CHIFFRES .....	.46
2	ÉVOLUTION DE LA CRÉATION DES NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS ENTRE 1997 ET 2002 .....	.47
2.1	PROPORTION DES EMPLOIS CRÉÉS PAR LES NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS .....	.50
3	CROISSANCE NETTE .....	.51
4	FACTEURS INFLUENÇANT LA CRÉATION DE NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS .....	.53
5	CONCLUSION .....	.54
6	BIBLIOGRAPHIE .....	.54
	ANNEXE A .....	.55
	ANNEXE B .....	.55

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Taux de création des nouveaux établissements, 1997-2002 .....	.48
Tableau 2 : Croissance de l'emploi, 1997-2002 .....	.49
Tableau 3 : Part des emplois créés par les nouveaux établissements, 2002 .....	.50
Tableau 4 : Taux de croissance nette des établissements, 1998 à 2001 .....	.52
Tableau 5 : Résultats des régressions .....	.55

## LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Taux de création des nouveaux établissements à Montréal vs RMR 1M+, 1992-2004 .....	.49
Figure 2 : Taux de survie des établissements sur 2 ans à Montréal vs RMR 1 M+ .....	.52

# 1. MISE EN GARDE MÉTHODOLOGIQUE

## 1.1 COMPARABILITÉ DES DONNÉES AMÉRICAINES ET CANADIENNES

Une mise en garde méthodologique s'impose quant à l'analyse et l'interprétation des données de ce document<sup>1</sup>. Bien que les données concernant la création de nouveaux établissements proviennent de sources statistiques fiables autant aux États-Unis qu'au Canada, elles comportent tout de même des limites importantes. D'abord, la comparabilité des données canadiennes et américaines pose certains problèmes : les établissements qui sont exclus de l'enquête du registre des entreprises ne sont pas tout à fait les mêmes au Canada qu'aux États-Unis (voir annexe A).

Au problème décrit précédemment, il s'en ajoute un autre. La classification des établissements par le SCIAN (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord) peut englober des réalités bien différentes. À titre d'exemple hypothétique, une nouvelle politique américaine visant le développement des établissements du commerce de détail, par le biais de subventions, pourrait inciter certains établissements du commerce de gros à se classifier comme des établissements de commerce de détail. Cela aurait pour effet d'affecter la comparabilité des données américaines et canadiennes même si le même système de classification est utilisé de part et d'autre de la frontière.

## 1.2 L'ENTREPRENEURSHIP EN CHIFFRES

L'entrepreneurship est défini par Hitt, Ireland, Camp et Sexton (2001) comme étant

*[...] the identification and exploitation of previously unexploited opportunities. As such, entrepreneurial actions entail creating new resources or combining existing resources in new ways to develop and commercialise new products, move into new market, and or service new customers (p. 4).*

Pour comprendre l'entrepreneurship, il est alors important d'étudier à la fois l'entrepreneur lui-même (ses compétences et aptitudes), l'établissement, mais aussi le contexte socio-économique dans lequel évoluent l'entrepreneur et l'établissement. Il est important que le lecteur soit conscient que les variables utilisées ici ne sont pas des mesures qui tiennent compte de toutes les dimensions que comporte l'entrepreneurship. Nos données ne nous permettent pas de tirer des conclusions sur les capacités ou habilités entrepreneuriales des Montréalais, comparées à celles des autres. Cela aurait exigé des enquêtes spécifiques dans chacune des douze métropoles, ce qui dépasse largement nos moyens.

---

<sup>1</sup> Pour plus de détails concernant les sources de données canadiennes et américaines, veuillez consulter l'annexe A

## 2. ÉVOLUTION DE LA CRÉATION DES NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS ENTRE 1997 ET 2002

LE TAUX DE CRÉATION DE NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS<sup>2</sup> EST DÉFINI PAR LE RATIO SUIVANT :

$$\frac{\text{NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS SUR LA PÉRIODE } T_0 \text{ } T_1}{\text{ÉTABLISSEMENTS AU TEMPS } T_0}$$

Le tableau 1 nous apprend qu'en général les régions métropolitaines canadiennes ont de meilleures performances que les régions métropolitaines américaines, en ce qui a trait à la création de nouveaux établissements sur la période 1997 à 2002. C'est la région métropolitaine de Calgary, suivie de près par la région métropolitaine de Toronto, qui compte, toutes proportions gardées, davantage de nouveaux établissements. Ainsi, la création de nouveaux établissements dans ces régions est largement le reflet de leur croissance économique. En effet, comme l'indique le tableau 2, les régions métropolitaines de Calgary et Toronto se situent respectivement au premier et second rang des douze régions métropolitaines étudiées, en termes de croissance de l'emploi sur la période 1997-2002. Quant à la région métropolitaine de Montréal, on constate qu'elle se positionne au 7<sup>e</sup> rang des douze régions métropolitaines à l'étude, mais au dernier rang des régions métropolitaines canadiennes sélectionnées, ce qui demeure tout de même une bonne performance si on la compare à celles de Chicago, Philadelphie et Boston. Beckstead and Brown (2006)<sup>3</sup> arrivent d'ailleurs à des conclusions semblables dans leur étude. Comme l'indique la figure 1, il existe un écart persistant entre le taux de création des établissements de la région métropolitaine de Montréal et les autres régions métropolitaines canadiennes de plus d'un million d'habitants. La moins bonne performance de Montréal par rapport aux autres villes canadiennes pourrait d'ailleurs s'expliquer par sa structure industrielle. En effet, les données brutes utilisées sont fortement agrégées, et les résultats doivent être interprétés avec prudence, ces derniers pouvant être affectés, voire biaisés par la structure industrielle des régions métropolitaines. Notamment, il existe beaucoup moins de barrières à l'entrée pour les établissements dans le secteur tertiaire que dans le secteur manufacturier, plus capitalisé. Cela peut d'ailleurs expliquer, du moins en partie, que les régions métropolitaines de Montréal et Philadelphie (deux régions fortement manufacturières) se retrouvent au bas du classement de leurs pays respectifs, tandis que les régions métropolitaines de Calgary et Miami se retrouvent tout en haut.

<sup>2</sup> Il s'agit d'un taux brut de création, ce qui suppose que nous ne tenons pas compte des pertes, mais uniquement des gains.

<sup>3</sup> Vous retrouverez les résultats de cette étude à l'annexe 3.

Durant la période étudiée, la part des nouveaux établissements a diminué, et ce, pour toutes les régions métropolitaines canadiennes. La région métropolitaine de Montréal ne fait pas exception, la part des nouveaux établissements s'est abaissée de deux (2) points de pourcentage. Fait à noter : on retrouve de moins grandes fluctuations pour les régions métropolitaines américaines que pour les régions canadiennes, la part des nouveaux établissements y demeurant assez stable durant la période. Cela pourrait s'expliquer, entre autres, par

le fait que les régions métropolitaines de plus grande taille sont moins sensibles aux cycles économiques. De manière relative, la plupart des régions métropolitaines conservent leur rang durant cette période, à l'exception des régions de Miami et d'Atlanta qui se hissent respectivement du 7<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> rang entre 1997 et 1998, au 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> rang entre 2001 et 2002. Pour ce qui est de la région métropolitaine de Montréal, elle est passée du 5<sup>e</sup> rang entre 1997 à 1999, au 7<sup>e</sup> rang entre 2000 et 2002.

TABLEAU 1

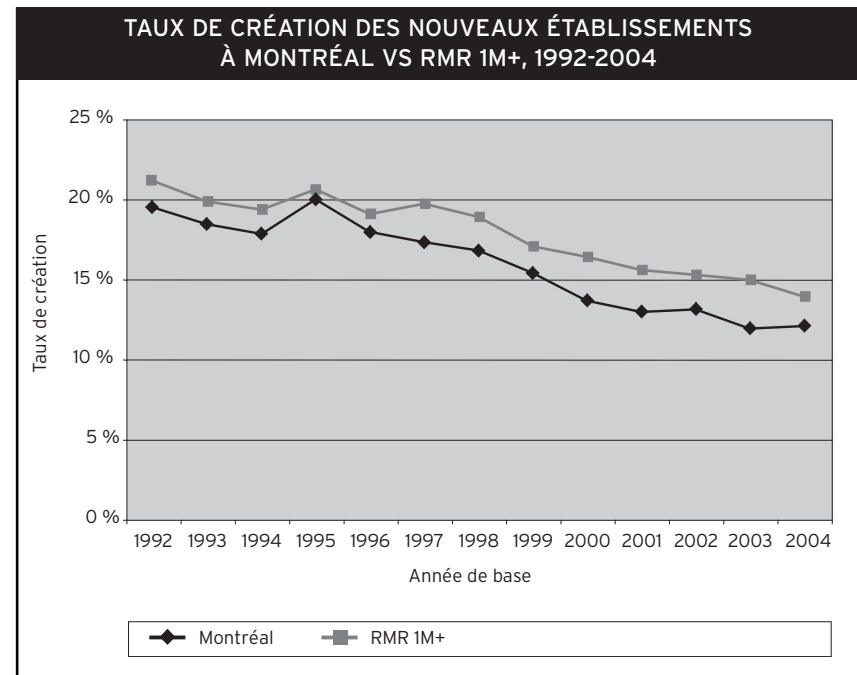
TAUX DE CRÉATION DES NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS, 1997-2002										
Régions métropolitaines	2001-2002		2000-2001		1999-2000		1998-1999		1997-1998	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Calgary	17,28	1	18,26	1	18,37	1	19,01	1	21,17	1
Miami	15,71	2	15,26	3	14,31	6	13,90	7	14,55	7
Atlanta	15,43	3	14,72	4	14,63	5	14,93	6	15,43	6
Toronto	15,14	4	15,44	2	16,07	2	16,91	3	18,51	3
Ottawa-Hull	14,69	5	14,66	5	15,76	4	17,60	2	18,58	2
Vancouver	14,61	6	14,64	6	16,01	3	16,20	4	18,13	4
<b>Montréal</b>	<b>13,18</b>	<b>7</b>	<b>13,02</b>	<b>7</b>	<b>13,71</b>	<b>7</b>	<b>15,46</b>	<b>5</b>	<b>16,84</b>	<b>5</b>
Seattle	12,93	8	12,48	8	12,94	8	12,87	8	13,56	8
New York	12,88	9	12,43	9	12,65	9	12,35	9	13,18	9
Chicago	11,76	10	10,73	11	11,14	11	10,87	10	11,27	10
Boston	11,39	11	10,65	12	11,27	10	11,81	11	10,75	11
Philadelphie	11,30	12	11,04	10	10,45	12	10,57	12	10,69	12

TABLEAU 2

CROISSANCE DE L'EMPLOI, 1997-2002	
Régions métropolitaines	% emplois
Calgary	22,85
Toronto	16,24
Ottawa-Hull	13,15
Atlanta	12,19
<b>Montréal</b>	<b>10,30</b>
Vancouver	9,94
Boston	6,74
Philadelphie	5,64
New York	5,26
Seattle	5,08
Chicago	2,71
Miami	0,49

Source : Beckstead and Brown (2006)

FIGURE 1



## 2.1 PROPORTION DES EMPLOIS CRÉÉS PAR LES NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS

En ce qui concerne la proportion des emplois créés par les nouveaux établissements entre 2001 et 2002, nous constatons dans le tableau 3 qu'encore une fois les régions métropolitaines canadiennes ont en général de meilleures performances que les régions métropolitaines américaines. La région métropolitaine de Montréal, quant à elle, se positionne au 6<sup>e</sup> rang; les nouveaux établissements permettent d'y créer 7,9 % des emplois entre 2001 et 2002. Mais la région métropolitaine de Montréal se positionne encore au dernier rang des régions métropolitaines canadiennes.

TABLEAU 3

PART DES EMPLOIS CRÉÉS PAR LES NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS, 2002	
Régions métropolitaines	%
Calgary	10,91
Toronto	9,50
Vancouver	9,19
Ottawa-Hull	8,71
Atlanta	8,19
<b>Montréal</b>	<b>7,90</b>
New York	7,08
Miami	6,99
Boston	6,17
Chicago	6,15
Philadelphie	6,11
Seattle	5,60

### 3. CROISSANCE NETTE

Le taux de croissance nette représente le nombre de nouveaux établissements moins ceux qui ont cessé leurs activités, moins ceux qui se sont relocalisés à la fin de l'année t, le tout divisé par le nombre d'établissements en début de période. Compte tenu des données dont nous disposons, ce taux peut être calculé de la façon suivante :

$$\frac{\text{ÉTABLISSEMENTS AU TEMPS } T_1 - \text{ÉTABLISSEMENTS AU TEMPS } T_0}{\text{ÉTABLISSEMENTS AU TEMPS } T_0}$$

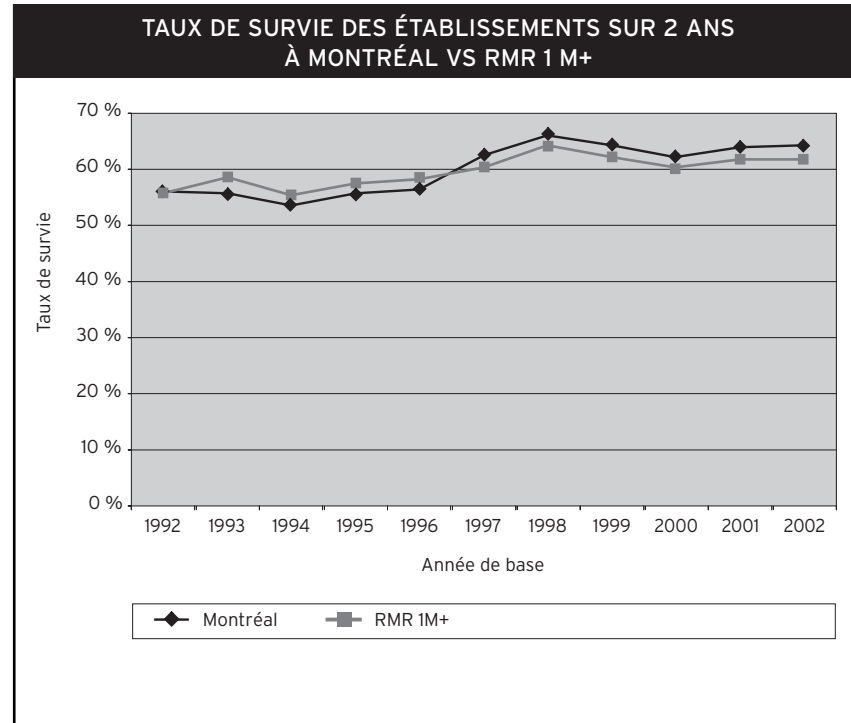
On constate dans le tableau 4 qu'entre 2000 et 2001, ce sont les régions métropolitaines de Calgary, Ottawa et Toronto qui se démarquent en termes de croissance nette. Pour ce qui est de la région métropolitaine de Montréal, on constate qu'elle se situe au 11<sup>e</sup> rang, et ce, malgré le fait qu'elle soit au 7<sup>e</sup> rang en termes de taux de création de nouveaux établissements, ce qui laisse supposer que, si on les compare à ceux des autres régions, les établissements de la région métropolitaine de Montréal ont un taux de survie moins élevé ou une tendance plus marquée à se relocaliser dans la première année de leur exploitation. L'analyse effectuée par Beckstead et Brown, qui exclut les établissements n'ayant pas survécu une année complète, montre toutefois que les établissements de la région métropolitaine de Montréal ont en moyenne un taux de survie sur deux années équivalent à celui des établissements situés dans les autres régions métropolitaines canadiennes (figure 2). Cela laisse donc entendre que, si on les compare à ceux des autres régions, les établissements de la région métropolitaine de Montréal ont un taux de survie à très court terme moins élevé ou une tendance plus marquée à se relocaliser, ce qui pourrait expliquer, entre autres, la différence entre Montréal et les autres régions métropolitaines. Cependant, soulignons que les données dont nous disposons ne nous permettent pas de comparer le taux de survie des établissements américains et canadiens. On constate aussi que pour la région métropolitaine de Montréal, l'effet net diminue sur la période 1998 à 2001; le pourcentage passe de 2,69 % entre 1998 et 1999 pour atteindre 0,04 % entre 2000 et 2001. Cependant, il s'agit d'une tendance que l'on retrouve dans l'ensemble des régions métropolitaines canadiennes, sauf que, contrairement à ce que l'on constate à Montréal, il n'y a pas de décroissance dans les autres régions métropolitaines canadiennes. D'ailleurs la région métropolitaine de Montréal est passée du 5<sup>e</sup> rang, entre 1998 et 1999, au 11<sup>e</sup> rang, entre 2000 et 2001.

TABLEAU 4

TAUX DE CROISSANCE NETTE DES ÉTABLISSEMENTS, 1998 À 2001						
Régions métropolitaines	2000-2001		1999-2000		1998-1999	
	%	Rang	%	Rang	%	Rang
Calgary	4,04	1	4,44	1	4,88	1
Ottawa-Hull	1,83	2	3,63	3	4,86	2
Miami	1,80	3	-0,06	12	-0,74	12
Toronto	1,67	4	3,80	2	3,37	3
Atlanta	1,58	5	2,13	4	2,69	4
Philadelphie	0,51	6	0,61	11	0,37	11
Vancouver	0,32	7	1,91	5	0,84	9
New York	0,09	8	1,71	6	0,82	10
Boston	0,03	9	1,52	7	2,15	6
Chicago	-0,01	10	0,85	10	1,08	7
<b>Montréal</b>	<b>-0,04</b>	<b>11</b>	<b>1,21</b>	<b>8</b>	<b>2,69</b>	<b>5</b>
Seattle	-0,25	12	1,07	9	1,04	8

Source : Beckstead and Brown (2006)

FIGURE 2





## 4. FACTEURS INFLUENÇANT LA CRÉATION DE NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS

Dans cette partie, nous allons tenter d'analyser quelle structure industrielle est la plus propice à la création de nouveaux établissements. Pour ce faire, nous avons effectué des régressions simples où la variable indépendante correspond au taux de création des nouveaux établissements en 2001-2002 et où les variables dépendantes correspondent au niveau de spécialisation industrielle définie comme suit :

$$\text{SPEC}_{i,m,t} = \frac{E_{i,m,t}}{E_{i,t}} \cdot \frac{E_{m,n,t}}{E_{n,t}}$$

$E_{i,m,t}$  emploi dans la région métropolitaine  $i$ , dans le secteur industriel  $m$

$E_{i,t}$  emploi total dans la région métropolitaine  $i$

$E_{m,n,t}$  emploi dans le secteur industriel  $m$  au niveau national

$E_{n,t}$  emploi total au niveau national

### LES SECTEURS INDUSTRIELS SONT LES SUIVANTS (SELON LA CLASSIFICATION SCIAN) :

1. Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz
2. Services publics
3. Construction
4. Fabrication
5. Commerce de gros
6. Commerce de détail
7. Transport et entreposage
8. Industrie de l'information et industrie culturelle
9. Finance et assurances
10. Services immobiliers et services de location et de location à bail
11. Services professionnels, scientifiques et techniques
12. Gestion de sociétés et d'entreprises
13. Services administratifs, services de soutien, de gestion des déchets et services d'assainissement
14. Services d'enseignement
15. Soins de santé et assistance sociale
16. Arts, spectacles et loisirs
17. Hébergement et services de restauration
18. Autres services, sauf les administrations publiques
19. Administrations publiques

Comme nous n'avons que 12 observations, il est difficile d'obtenir des résultats statistiquement significatifs : ils doivent donc être vus comme des approximations et traités avec beaucoup de prudence. Parmi l'ensemble des grandes catégories industrielles, seules les spécialisations industrielles des secteurs de l'extraction minière, de l'extraction de pétrole et de gaz et de la fabrication ont un effet significatif sur la part de nouveaux établissements créés. Dans le premier cas, la spécialisation industrielle a un effet significativement positif sur la création de nouveaux établissements tandis que, dans le second cas, la spécialisation industrielle a un effet significativement négatif. Cette situation laisse croire – et cela est tout à fait logique – que la spécialisation industrielle dans les secteurs en forte croissance économique permet de créer un environnement propice à la création de nouveaux établissements. En contrepartie, lorsque la croissance économique d'un secteur industriel est moins vigoureuse, comme c'est le cas dans le secteur de la fabrication, la spécialisation industrielle semble être un frein à la création de nouveaux établissements.

## 5. CONCLUSION

La région métropolitaine de Montréal affiche une performance somme toute bonne en ce qui a trait à la création de nouveaux établissements, si on la compare aux régions métropolitaines telles que Chicago, Philadelphie et Boston. Elle se retrouve cependant au bas du classement des régions métropolitaines canadiennes, ce qui pourrait s'expliquer, entre autres, par sa structure industrielle. En ce qui a trait à la croissance nette des établissements, la région métropolitaine de Montréal se retrouve au bas du classement des régions étudiées, ce qui pourrait probablement s'expliquer par un taux de survie plus faible dans la première année d'exploitation. De plus, nos résultats laissent croire que la spécialisation industrielle dans les secteurs en forte croissance économique permet de créer un environnement propice à la création de nouveaux établissements et, en contrepartie, lorsque la croissance économique d'un secteur industriel est moins vigoureuse, la spécialisation industrielle semble être un frein à la création de nouveaux établissements.

## 6. BIBLIOGRAPHIE

Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M. & Sexton, D.L. (2001). « *Guest editors' introduction to the special issue strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation* », 22, 479-491.

## ANNEXE A

Les données canadiennes proviennent de l'enquête du registre des entreprises. L'étude sur le taux de création et de survie des établissements effectué par Statistique Canada (Technical Report on Census Metropolitan Area Establishment, Birth and Survival Rates, 1992-2004) exclut les établissements qui ne sont pas employeurs et les établissements des secteurs de la santé, de l'éducation et de l'administration publique. Les données américaines, quant à elles, proviennent du Statistics of U.S. Businesses (SUSB), issu du registre des entreprises. Les établissements qui ne sont pas employeurs y sont exclus ainsi que les établissements des secteurs de l'agriculture, des chemins de fer ainsi que la plupart des établissements des secteurs gouvernementaux.

## ANNEXE B

Nous avons énoncé, au tableau 5, les résultats de régressions simples où la variable indépendante était le taux de création des nouveaux établissements pour 2001-2002 et les variables dépendantes, la spécialisation industrielle. Les régressions ont été estimées par la méthode des moindres carrés ordinaires (MCO). Les paramètres **en gras** représentent la valeur des paramètres estimés, et les valeurs entre parenthèses représentent la probabilité qu'une variable aléatoire tirée d'une distribution student-t soit supérieure à la statistique obtenue pour le paramètre. Plus la valeur est faible et plus le niveau de confiance est élevé envers la valeur du paramètre obtenue empiriquement. On retrouve, au tableau 5, les deux seuls cas pour lesquels le paramètre estimé est significatif à un niveau de confiance de 90 %.

TABLEAU 5

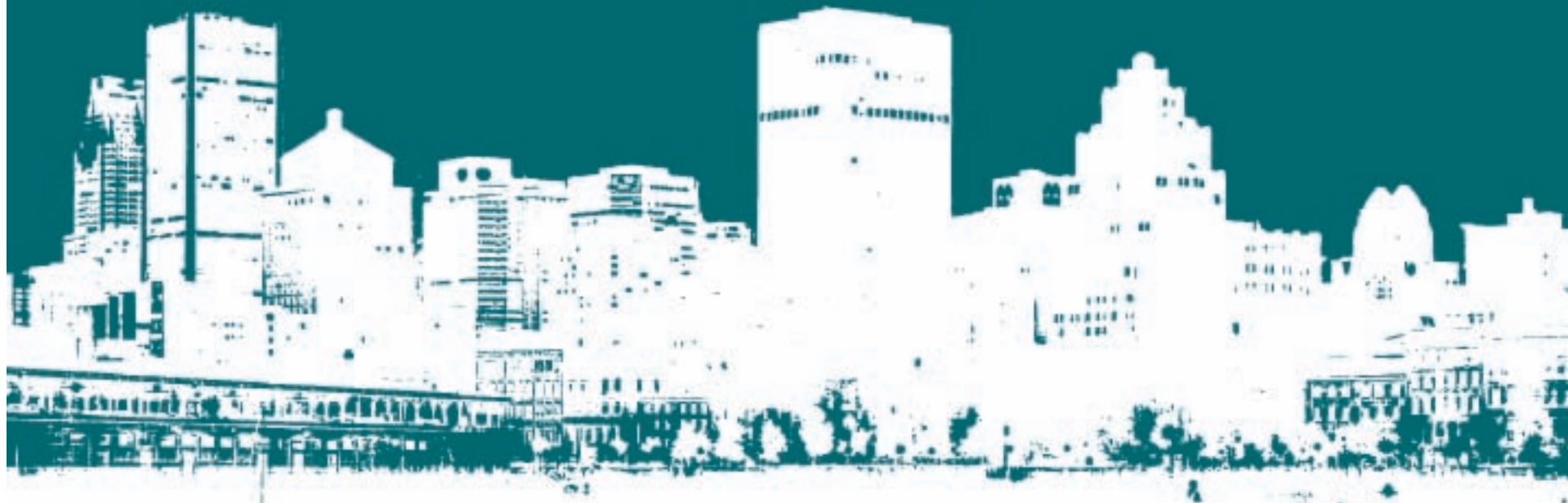
RÉSULTATS DES RÉGRESSIONS	
Spécialisation extraction	Spécialisation fabrication
<b>2,85</b>	<b>-0,089</b>
(0,0660)	(0,0442)



ANNEXE 3

# RAPPORT TECHNIQUE SUR LES TAUX DE CRÉATION ET DE SURVIE DES ÉTABLISSEMENTS

DANS LES RÉGIONS MÉTROPOLITAINES DE RECENSEMENT, 1992-2004



Par Desmond Beckstead\* et Mark Brown\*\*  
Division de l'analyse microéconomique

Téléphone : 613 951-6199  
des.beckstead@statcan.ca  
Téléphone : 613 951-7292  
mark.brown@statcan.ca

**Statistique Canada**  
Édifice RH Coats, 18<sup>e</sup> étage, section G  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

10 février 2006

## INTRODUCTION

L'objectif de ce rapport est de présenter un bref aperçu des données et des mesures contenues dans le document Excel ci-joint : il comprend deux fiches de données et une série de figures. Nous proposons également une interprétation limitée des résultats pour aider les utilisateurs à comprendre les données présentées.

## DESCRIPTION DU REGISTRE DES ENTREPRISES

Les données présentées dans les tableaux sont toutes tirées du Registre des entreprises (RE) de Statistique Canada. Le RE est un répertoire central d'information sur les entreprises, qu'elles fassent ou non partie du secteur commercial et qu'elles soient ou non des employeurs. Comme le thème de cette étude est l'entrepreneuriat, nous ne visons que les établissements du secteur commercial<sup>1</sup>. Nous avons également restreint notre échantillon d'établissements aux employeurs.

Les établissements commerciaux constituent l'unité d'analyse de base des taux de création et de survie. Techniquement, un établissement est un groupe organisationnel ou plus petit d'unités de production appartenant à une firme (a) qui produit un ensemble de biens et/ou de services le plus uniformément possible, (b) dont les activités se déroulent à l'intérieur des frontières d'une province et (c) qui peut fournir des données pour mesurer la valeur ajoutée, y compris des renseignements sur la production, les principaux intrants intermédiaires ainsi que le coût et la quantité de la main-d'œuvre. Nous utilisons les intrants de main-d'œuvre pour calculer les données sur l'emploi. Comme ces données sur la main-d'œuvre sont recueillies de façon individuelle pour chaque entreprise, il se peut que certains individus soient employés par plusieurs entreprises. Par conséquent, le terme le plus approprié serait « poste » mais, dans ce rapport, les termes « emploi » et « interchangeabilité des emplois » sont utilisés.

Les mesures présentées ne tiennent pas compte des données du RE pour distinguer (a) la création de nouvelles entreprises (firmes) et (b) l'expansion des firmes existantes par la création de nouveaux établissements au sein des firmes. Il faut cependant souligner que, en grande partie, la création de nouveaux établissements est reliée à la création de nouvelles firmes.

Comme le recensement des établissements commerciaux du RE est constamment mis à jour<sup>2</sup>, il permet de mesurer à la fois les taux d'entrée et de survie. Nous pouvons donc déterminer si un établissement est nouveau (il est entré ou a été créé) et s'il a existé jusqu'à un moment précis.

Pour les années 1991 à 2004, nous utilisons des graphiques du RE qui permettent de visualiser le taux de création pour la période allant de 1992 à 2004 et le taux de survie pour la période allant de 1994 à 2004.

---

<sup>1</sup> Ce sous-ensemble ne tient pas compte des établissements appartenant aux secteurs de la santé, de l'éducation ou de l'administration publique.

<sup>2</sup> Dans le cas des firmes à établissement simple, les mises à jour se font sur une base mensuelle tandis que, dans les firmes complexes à établissements multiples, les mises à jour sont effectuées moins fréquemment (habituellement à tous les un à trois ans)

## GÉOGRAPHIE

En plus de constituer un moyen d'identifier les nouveaux établissements et de déterminer leur durée de vie, le RE permet également de connaître leur situation géographique. Dans cette étude, nous présentons les données recueillies dans 27 régions métropolitaines de recensement (RMR) en utilisant les frontières de recensement de 1996 pour les années 1992 à 2002, et celles de 2001 pour les années 2003 à 2004. Des données concernant 27 agrégats et deux sous-agrégats sont également fournies. Ces sous-agrégats sont :

- > 1 million et + : les RMR comptant plus d'un million d'habitants (selon l'estimation de la population durant la période intercensitaire de 2004), à l'exception de Montréal. Ce groupe de RMR comprend Toronto, Vancouver, Ottawa, Calgary et Edmonton; et
- > 500 000 et + : les RMR comptant plus de 500 000 habitants (selon l'estimation de la population durant la période intercensitaire de 2004), à l'exception de Montréal. Ce groupe de RMR comprend Toronto, Vancouver, Ottawa, Calgary, Edmonton, Winnipeg, Québec et Hamilton.

## TAUX DE CRÉATION

Nous calculons deux types de taux de création : (1) le taux de création d'établissements et (2) le taux de création d'établissements en termes d'emplois créés.

- > Le taux de création d'établissements est défini comme le nombre d'établissements présents au cours de l'année t, qui n'étaient pas présents au cours de l'année t-1, divisé par le nombre total d'établissements pour l'année t. À titre d'exemple, 20 % des établissements employeurs de Montréal présents en 1992 n'existaient pas ou n'étaient pas employeurs en 1991.
- > Le taux de création d'établissements en termes d'emplois créés est le nombre total d'emplois dans les établissements pour l'année t qui n'existaient pas au cours de l'année t-1, divisé par le nombre total d'emplois pour l'année t. Par exemple, en 1992, environ 12 % des emplois à Montréal étaient situés dans des établissements qui n'existaient pas ou n'étaient pas employeurs en 1991.

Veuillez noter que nous avons assoupli le taux de création d'établissements en termes d'emplois créés en utilisant une moyenne mobile sur trois ans. Cette procédure permet d'évaluer plus facilement les tendances à long terme au lieu des variations idiosyncrasiques des données.



Le taux de création d'établissements et d'emplois sont calculés pour la période allant de 1992 à 2004 inclusivement. La Figure 1 représente les taux de création d'établissements et d'emplois de Montréal pour une période donnée. Les deux mesures indiquent un taux de création à la baisse. Cependant, cette tendance ne se limite pas à Montréal. La Figure 2 représente le taux de création d'établissements de Montréal par rapport à celui des sous-agrégats d'un million d'habitants et plus. Les deux mesures montrent un taux de création à la baisse, bien qu'on puisse observer une baisse constante du taux de création pour Montréal.

## TAUX DE SURVIE

Le taux de survie est la proportion des établissements créés au cours de l'année  $t$  ayant survécu jusqu'à l'année  $t+n$ . La période de référence  $n$  correspond à une période de survie de 2 ans, 4 ans, 6 ans et 12 ans. Comme dans le cas du taux de création, le taux de survie est calculé en fonction du nombre d'établissements qui ont survécu (taux de survie des établissements) et de la proportion des emplois créés par les nouveaux établissements qui ont survécu (taux de survie en termes d'emplois créés).

Différentes périodes de référence sont utilisées dans le calcul du taux de survie à court, moyen et long terme.

- > Une période de référence de 2 ans, plutôt que d'un an, est utilisée pour calculer le taux de survie à court terme ce qui assure que les établissements ont existé durant au moins un an. Un taux de survie d'un an tiendrait compte des établissements qui n'existent que depuis un ou deux mois. Il ne permettrait donc pas d'obtenir un calcul du taux de survie pour une période et une proportion significatives.
- > Le taux de survie à moyen terme (4 ans) est utilisé pour calculer la survie sur une période suffisamment longue pour évaluer un segment précis du cycle économique. Par exemple, on pourrait calculer l'effet du redressement économique de Montréal après 2000 en utilisant le taux de survie de 4 ans pour l'année de base 2000 et en comparant les résultats au taux de survie de 4 ans pour l'année de base 1996.
- > Les taux de survie à long terme (de 6 ans et 12 ans) sont calculés, en partie, pour faciliter la comparaison entre les taux de survie (en termes de niveau) dans les différentes villes. Notre recherche indique que, sur une longue période, les différences entre les taux de survie disparaissent. Par conséquent, nous avons moins à nous soucier de l'effet des différences structurelles entre les industries des différentes villes sur leur taux de survie à long terme.

La Figure 3 (interprétation du taux de survie) présente le taux de survie de 2 ans des établissements de Montréal. Ce taux de survie de 2 ans pour 1992 représente la proportion des établissements créés en 1992 (l'année de base) qui ont existé pendant 2 ans (jusqu'en 1994). De la même façon, le taux pour 1993 représente la proportion des établissements créés cette année-là et qui ont existé jusqu'en 1995. L'illustration du taux de survie de 2 ans sur une période déterminée montre le rendement des cohortes entrées au cours d'années différentes. Les variations du taux de survie reflètent les conditions variables auxquelles chaque cohorte est confrontée (p. ex. macroéconomie) et la nature indéterminée de la cohorte elle-même (p. ex. les changements qui relèvent des compétences en gestion ou la structure industrielle des entreprises de TCI). On observe donc des conditions favorables à la survie à court terme (2 ans) des établissements de Montréal après 1996.

La Figure 3 illustre également les taux de survie de 4, 6, et 12 ans. Comme on pouvait s'y attendre, le taux de survie est inversement proportionnel à la durée de la période de référence. La Figure 4 illustre le taux de survie en termes d'emplois créés à Montréal au cours de la période observée. Comme dans le cas du taux de création en termes d'emplois créés, nous avons assoupli le taux de survie en termes d'emplois créés en utilisant une moyenne mobile sur trois ans. Les tendances sur 2 ans diffèrent selon le taux de survie des établissements, lequel est en baisse (au lieu d'être constant) jusqu'en 1998. Le taux de survie des établissements en termes d'emplois créés déclinera alors que le taux de survie des établissements demeurera constant si la structure des établissements existants tend à aller vers des employeurs de plus grande envergure et/ou des établissements dont les emplois régressent plus rapidement.

Tout comme nous l'avons fait pour le taux de création, il est possible de comparer le taux de survie à Montréal à celui des autres villes. La Figure 5 représente le taux de survie des établissements sur 2 ans et la Figure 6, le taux de survie en termes d'emplois créés pour Montréal et les sous-agrégats de plus d'un million d'habitants. Dans la Figure 5, on peut observer un rapprochement étroit entre le taux de survie des établissements de Montréal et celui des régions métropolitaines de même taille. Cependant, dans la Figure 6, on peut observer que, entre 1993 et 2001, le taux de survie en termes d'emplois créés à Montréal est demeuré à un niveau inférieur comparativement à celui des agrégats de plus d'un million d'habitants.

## COMPTE DES ÉTABLISSEMENTS

Comme il a été convenu, nous avons ajouté, dans le document Excel, le compte des établissements commerciaux employeurs pour chaque RMR, de même que pour chaque agrégat et sous-agrégat. Ces données couvrent la période allant de 1992 à 2004.

FIGURE 1

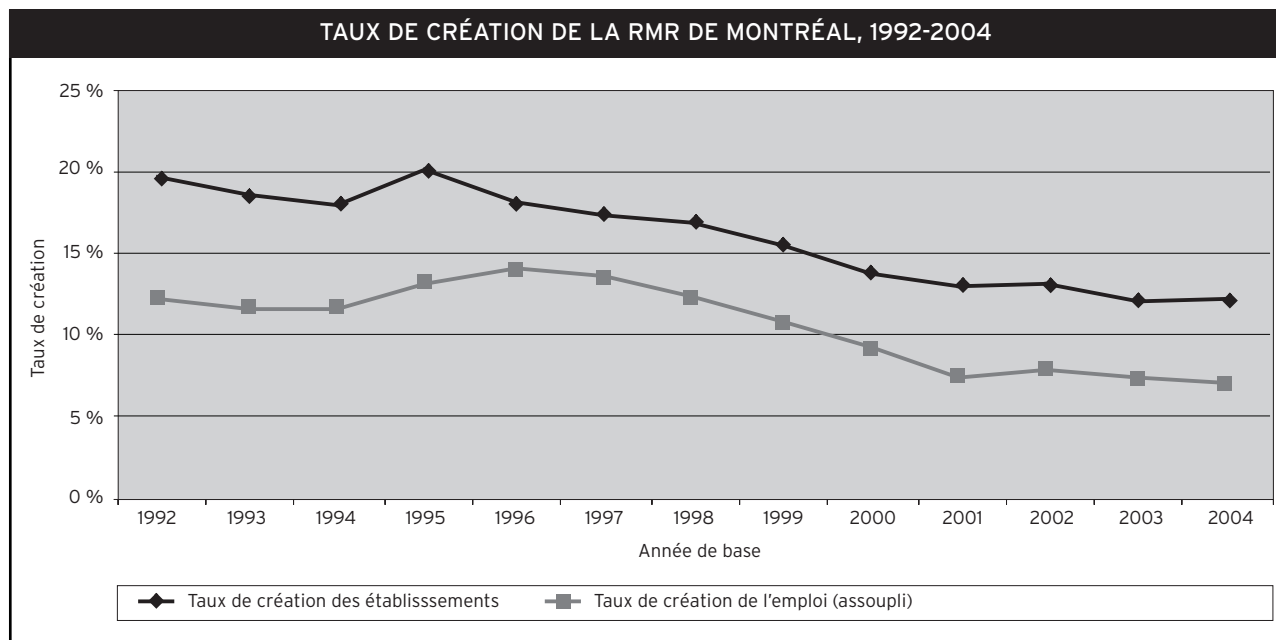


FIGURE 2

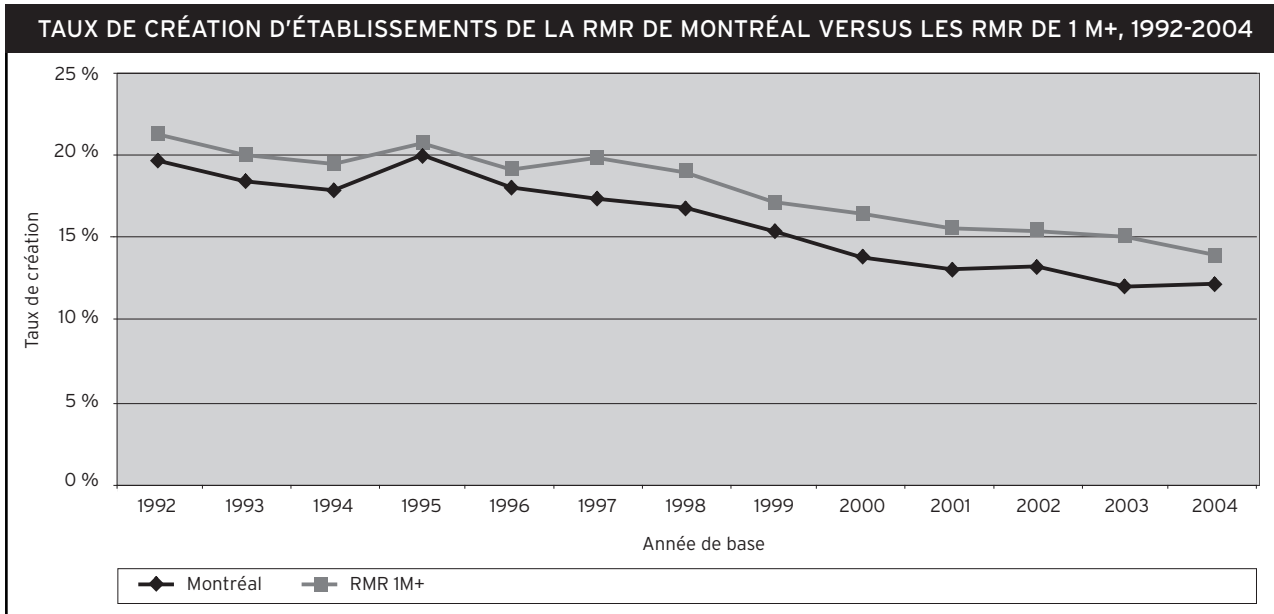


FIGURE 3

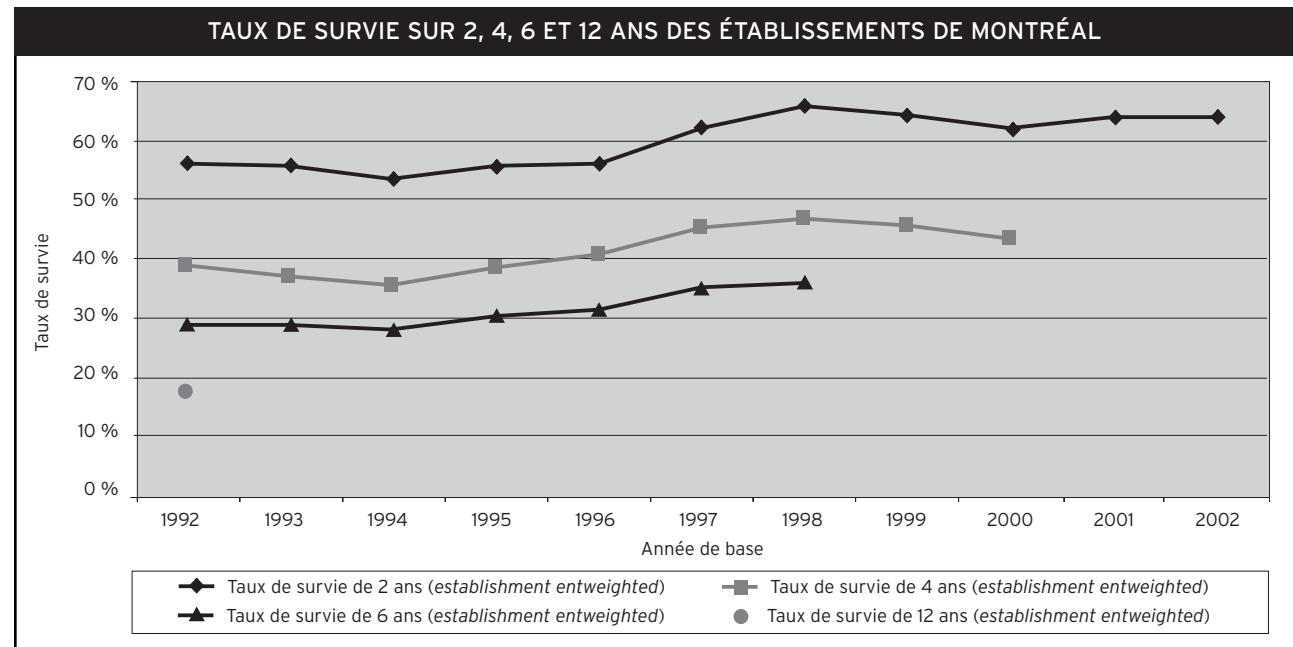


FIGURE 4

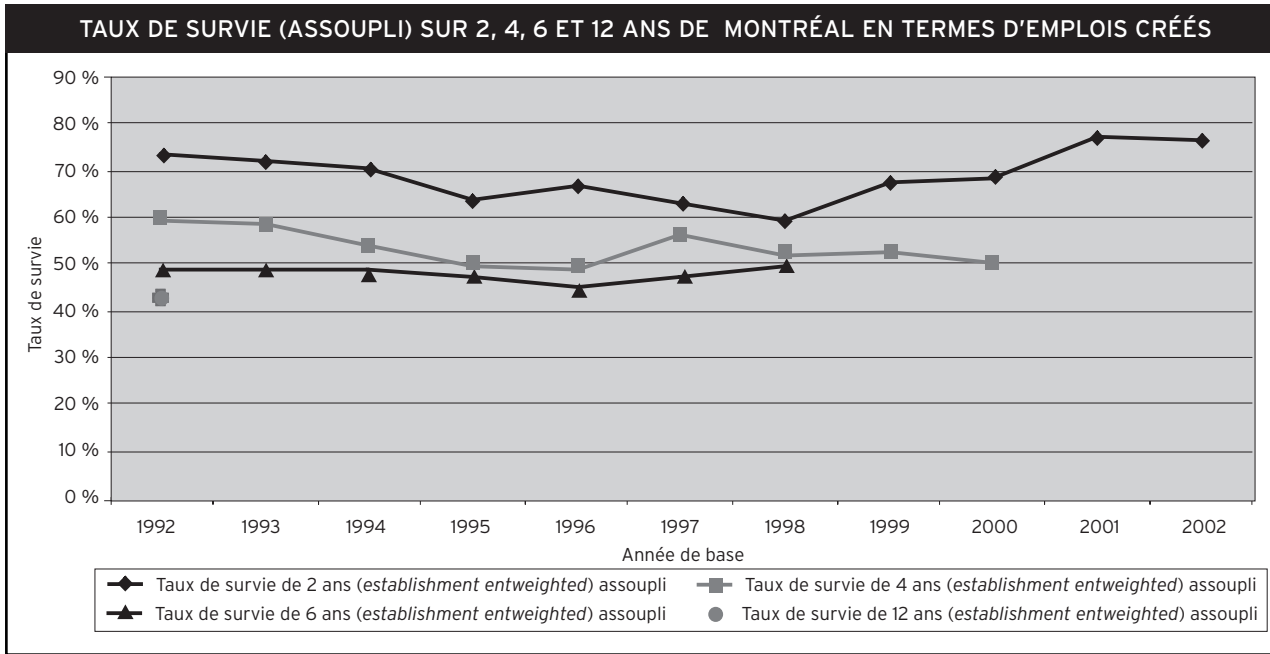


FIGURE 5

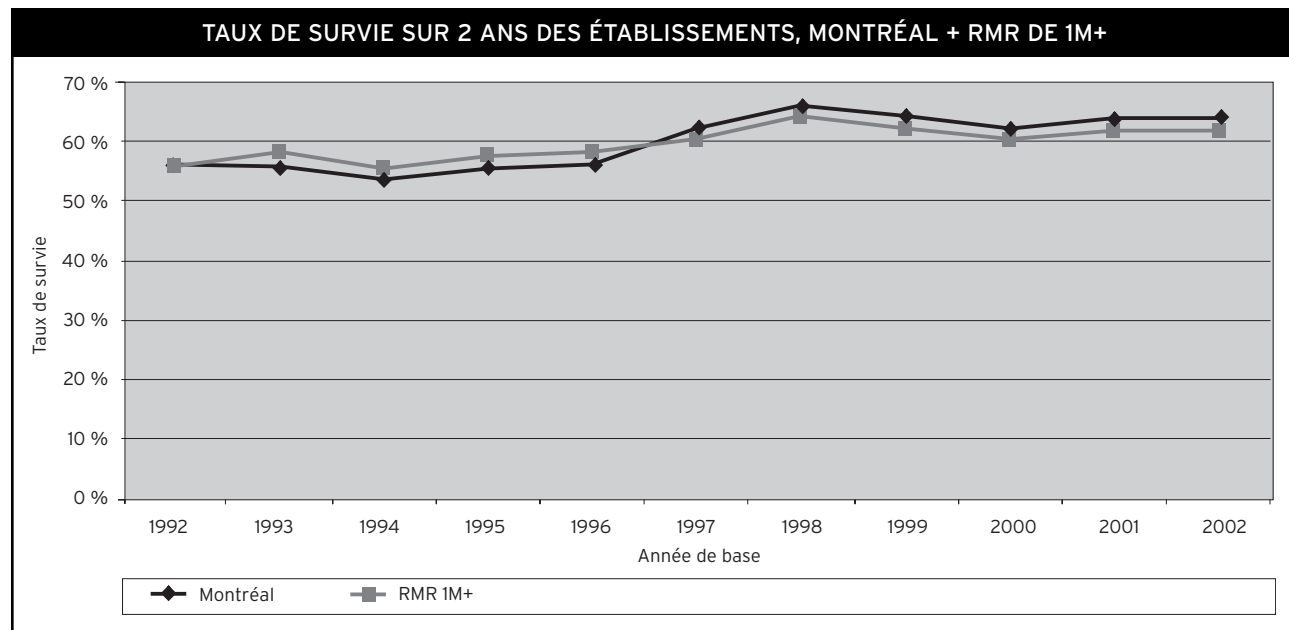
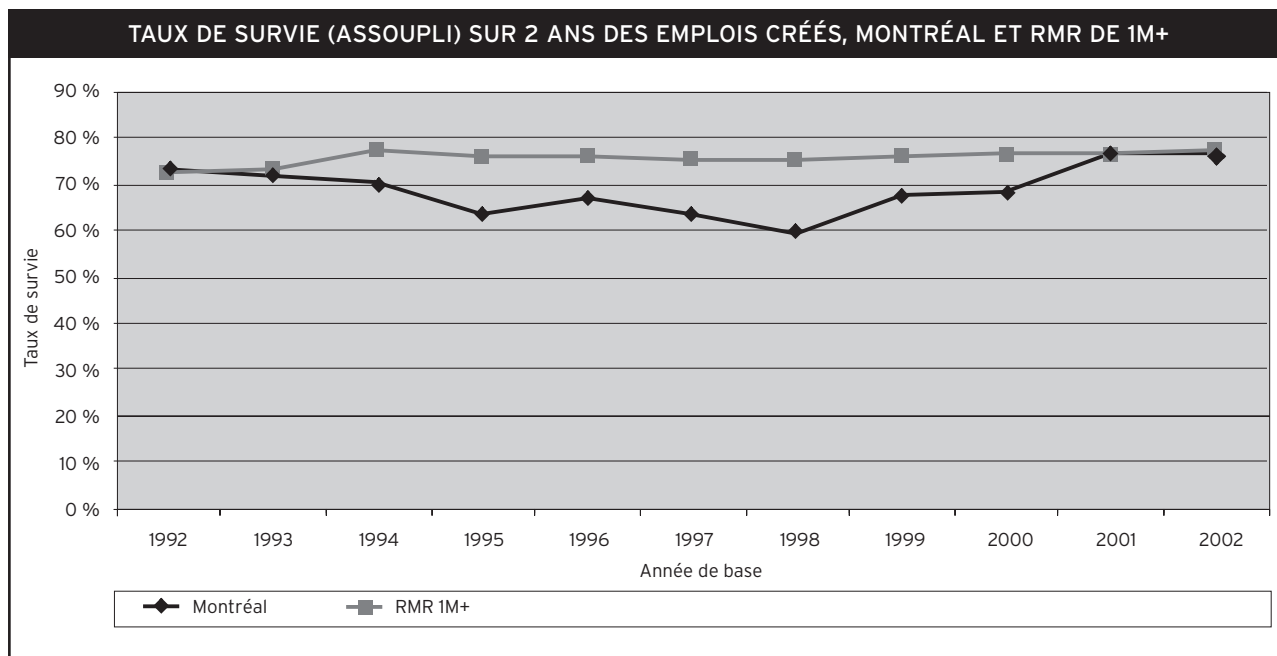


FIGURE 6





Chambre de commerce du Montréal métropolitain

380, St-Antoine Ouest, bureau 6000, Montréal (Québec) Canada H2Y 3X7

☎ 514 871-4000 📠 514 871-1255

[www.ccm.ca](http://www.ccm.ca)