



Portrait des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil 2012



La réalisation de ce Portrait a été rendue possible grâce au soutien financier de la **Conférence régionale des élus (CRÉ) de l'agglomération de Longueuil** et du **Secrétariat à la Condition féminine** dans le cadre de l'*Entente administrative en égalité entre les hommes et les femmes dans l'agglomération de Longueuil 2011*.

Femmessor – Montérégie tient à remercier ses partenaires pour leur collaboration à la réalisation de ce Portrait :

- Centre local de développement (CLD) de l'agglomération de Longueuil
- Développement économique Longueuil
- Chambre de commerce et d'industrie de la Rive-Sud
- Association communautaire d'emprunt de la Rive-Sud

Femmessor – Montérégie est financé par le ministère des Finances et de l'Économie.

Table des matières

<u>Introduction</u>	Le contexte, les objectifs et la méthodologie.....	7
	Un rôle de plus en plus marquant	7
<u>Partie 1</u> –	Un survol documentaire – L'évolution des femmes entrepreneures	9
	Des créatrices d'entreprises et d'emplois	9
	Un modèle féminin d'entrepreneuriat	11
<u>Partie 2</u> –	Le portrait statistique – L'entrepreneuriat féminin, un phénomène récent	15
	La définition d'entrepreneure et de travailleuse autonome	15
	L'entrepreneuriat ou l'autonomisation économique des femmes	15
	Le territoire sous observation	17
	Volet 1 – Les données sociodémographiques	19
	Volet 2 – Les données socioéconomiques.....	37
<u>Partie 3</u> –	Les faits saillants du groupe de discussion – Des traits communs.....	57
	Des traits communs et un même besoin d'être bien informée du soutien disponible	57
<u>Partie 4</u> –	Le sondage en ligne – Les résultats du sondage	65
	Des objectifs complémentaires à l'étude	65
	Profil des répondantes	79
	Les éléments à retenir	82
<u>Partie 5</u> –	En résumé – Une vision intégrée de l'analyse	83
	Des attentes et des besoins de plus en plus précis.....	83
<u>Partie 6</u> –	Des recommandations – Pour s'ajuster à l'évolution de l'entrepreneuriat féminin et aux besoins exprimés ...	89
	Stimuler, informer, promouvoir pour progresser	89
<u>Annexe</u>	Sources documentaires	91

Introduction

Le contexte, les objectifs et la méthodologie

Un rôle de plus en plus marquant

Le rôle des femmes entrepreneures dans l'économie québécoise est de plus en plus reconnu. Les chiffres publiés au cours des dernières années dans différentes études portant sur le sujet sont éloquentes, et tout porte à croire que des données récentes accorderaient encore plus d'importance à un phénomène devenu irréversible.

Pour mieux cerner l'entrepreneuriat féminin sur le territoire de l'agglomération de Longueuil et apporter le soutien nécessaire à son développement, il importe de se doter d'un portrait clair. Femmessor-Montérégie, la Conférence régionale des élus (CRÉ) de l'agglomération de Longueuil et leurs partenaires ont donc demandé à IPSÉ (Institut pour le progrès socio-économique) de préparer un profil statistique comparatif et différencié (lorsque pertinent) ainsi qu'un portrait qualitatif dressé à partir de la consultation des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil. Une attention particulière a été accordée aux besoins des entrepreneures afin de soutenir leur développement et de leur permettre de jouer leur plein rôle dans l'économie régionale et québécoise.

UN PORTRAIT ACTUALISÉ

Un premier travail d'analyse documentaire a permis de remonter le temps pour bien saisir l'évolution de l'entrepreneuriat féminin et comprendre comment s'est façonné le modèle féminin avec ses valeurs et ses caractéristiques distinctes.

Ensuite, la compilation et l'interprétation de données du Recensement de 2006 de Statistique Canada ont permis de dégager un portrait sociodémographique et socioéconomique plus précis, d'autant plus que s'est ajoutée aux données de base de Statistique Canada une compilation spéciale de quatre groupes cibles présentant les femmes et les hommes entrepreneurs œuvrant avec ou sans employés dans chacune des villes de l'agglomération de Longueuil.

Un groupe de femmes entrepreneures de l'agglomération a également été consulté dans le cadre d'une table ronde afin de bien saisir leurs traits distinctifs et de faire ressortir leurs aspirations et leurs besoins. Enfin, un sondage en ligne a été mené auprès d'entrepreneures afin de valider les premières pistes de recherche, de les enrichir et de les nuancer. Les résultats ont aussi permis de mettre en évidence des pistes d'action pour adapter et améliorer le soutien entrepreneurial, et ce, à toutes les étapes de la vie de l'entreprise.

LA PRESENTATION DU RAPPORT

Dans ce rapport, nous présentons les résultats de la recherche selon les séquences de la démarche menée par IPSÉ au printemps 2012. Ainsi, une première partie fait un **survol documentaire** en mettant en perspective des éléments pertinents aux fins de la présente étude. Une seconde partie dresse le **portrait statistique**.

La troisième partie présente les faits saillants de la **consultation** qui s'est déroulée en deux temps : d'abord, dans le cadre d'un groupe de discussion réunissant 12 femmes puis, un sondage en ligne s'adressant à 127 femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil.

En conclusion, on retrouve des recommandations d'IPSÉ tant pour faire reconnaître le rôle des entrepreneures de la région et créer un effet d'entraînement que pour s'assurer de bien cibler les besoins exprimés par les femmes entrepreneures.

Nous croyons que Femmessor-Montérégie et leurs partenaires disposent désormais d'une bonne lecture de l'entrepreneuriat féminin dans l'agglomération de Longueuil. Il situe également le profil des femmes entrepreneures dans la grande région de la Montérégie puisque ce portrait constitue l'un des trois volets d'un portrait montérégien, les deux autres couvrant respectivement la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent et la Montérégie Est.

Partie 1- Un survol documentaire

L'évolution des femmes entrepreneures

L'entrepreneuriat féminin a connu une croissance fulgurante depuis les 30 dernières années (OCDE, cité par l'Association internationale de recherche en entrepreneuriat et PME, 7^e Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME), si bien que la réalité d'aujourd'hui est radicalement différente de celle des années 1970, où seulement 5 % des entrepreneurs étaient des femmes (Borges, Filion et Simard, 2008 cité dans Pileava, Kristina et Jérovkska Monica, *Rapport d'enquête pour le Groupe régional d'intervention pour femmes entrepreneures (GRIFE) : Portrait des femmes centricaises*).

Des créatrices d'entreprises et d'emplois

Fait à souligner : entre 1981 et 2001, le nombre de femmes entrepreneures a augmenté de 208 % au Canada.

Voici quelques chiffres éloquentes soulignés par les chercheurs :

- En 2001, 47 % de toutes les petites et moyennes entreprises (PME) au Canada comptaient au moins une femme parmi les actionnaires. (Banque de développement du Canada, Les femmes en affaires : un aperçu général)
- Les PME appartenant majoritairement à des femmes ont produit des revenus commerciaux annuels de 72 milliards de dollars en 2000, ce qui représente environ 8 % de tous les revenus des PME du Canada durant la même année (Industrie Canada, 2005 cité dans Pileava, Kristina et Jérovkska Monica, *Rapport d'enquête pour le Groupe régional d'intervention pour femmes entrepreneures (GRIFE) : Portrait des femmes centricaises*).
- Aujourd'hui, « on estime que 46 % des petites et moyennes entreprises appartiennent au moins en partie à des femmes. Celles-ci détiennent des intérêts majoritaires dans 16 % des PME; 19 % des PME appartiennent à parts égales aux femmes et aux hommes; et les femmes détiennent une minorité des parts dans 11 % des PME » (Industrie Canada 2005, cité dans Pileava, Kristina et Jérovkska Monica, *Rapport d'enquête pour le Groupe régional d'intervention pour femmes entrepreneures (GRIFE) : Portrait des femmes centricaises*).
- Selon d'autres études canadiennes récentes, la courbe des femmes entrepreneures augmente constamment comparativement à celle des hommes.
- Le segment des femmes propriétaires uniques enregistre la croissance la plus rapide de toutes les PME canadiennes (CIBC, Les femmes entrepreneures prennent les devants).
- Le Canada compte aussi plus de travailleuses autonomes que tout autre pays (OCDE, *Pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir*, 2^e conférence de l'OCDE sur les femmes entrepreneures à la tête de PME).

- En 15 ans, soit de 1989 à 2004, le nombre de femmes salariées a augmenté de 30 %, soit plus du double que chez les hommes. Et « cette croissance impressionnante est éclipsée par la hausse fulgurante – de plus de 50 % – du nombre de travailleuses autonomes constatée au cours de la même période » (CIBC - Service à la PME, *Les femmes indépendantes prennent les devants - Profil des PME*).
- Les femmes sont maintenant entrepreneures par choix et non par obligation parce qu'elles ne trouvent pas d'emploi : à preuve, depuis 2002, la reprise du travail autonome et des femmes entrepreneures a eu lieu alors que le marché de l'emploi était relativement dynamique, ce qui permet de penser que les femmes optent pour le travail autonome par choix plus que par nécessité. « En effet, en 2004, seule une travailleuse autonome sur cinq ayant travaillé comme salariée se disait forcée de travailler à son compte en raison d'un marché de l'emploi défavorable, comparativement à un homme sur trois » (CIBC - Service à la PME, *Les femmes indépendantes prennent les devants - Profil des PME*).
- Au Québec aussi, un tiers des entrepreneurs sont des femmes (Ratté, Sylvie, *Les femmes entrepreneures au Québec : Qu'en est-il?*).
- Entre 1989 et 2005, le nombre de femmes entrepreneures est passé de 84 000 à 169 400, soit une croissance de 102 %, comparativement à 26 % chez les hommes (Ratté, Sylvie, *Les femmes entrepreneures au Québec : Qu'en est-il?*)

Si le rythme se poursuit, on peut penser qu'en 2030, il y aura autant de femmes entrepreneures que d'hommes...

DES EMPLOIS CREEES PAR LES FEMMES

Il y a également de plus en plus d'entrepreneures qui emploient des travailleurs, comme le démontrent les données suivantes :

- En 2003, les femmes détenaient une propriété majoritaire dans 18 % des PME, et ces entreprises employaient plus de 570 000 travailleurs (Industrie Canada). Les entreprises dirigées par les femmes créent plus d'emplois (Association des comptables généraux accrédités du Canada, 2003, cité dans le mémoire collectif de Femmessor du Québec, (*Vers un deuxième plan d'action gouvernemental pour l'égalité entre les femmes et les hommes : L'entrepreneuriat féminin comme stratégie à l'atteinte de l'égalité Femme-Homme*).
- De 1986 à 1995, la croissance des entrepreneures qui emploient des travailleurs est de 97 %, alors qu'on n'observe aucune croissance chez les hommes (Richer, F et St-Cyr L, *L'entrepreneuriat féminin au Québec : dix études de cas*).

Un modèle féminin d'entrepreneuriat

La place des femmes dans l'économie canadienne et québécoise est de plus en plus importante, tel que mentionné précédemment. Cette forte présence des femmes entrepreneures dans le monde des affaires a donné le coup d'envoi, au cours des dernières années, à une multitude de recherches visant à approfondir le phénomène de l'entrepreneuriat féminin. On a ainsi pu dégager les grands traits d'un modèle proprement féminin et faire ressortir des besoins différents en soutien.

Ces analyses ont rendu évidente la pertinence d'adapter les outils et les services à l'entrepreneuriat féminin, afin de répondre aux attentes et aux besoins particuliers des femmes, notamment en formation (Forson, 2006 cité dans Pileava, Kristina et Jérovkska Monica, *Rapport d'enquête pour le Groupe régional d'intervention pour femmes entrepreneures (GRIFE) : Portrait des femmes centricoises*). Cependant, pour réussir cette adaptation, les institutions et les organismes ont réalisé qu'ils ont besoin d'une information plus précise et plus récente. Pour agir de façon éclairée, ils doivent avant tout se doter d'une bonne lecture des caractéristiques et des défis des entrepreneures œuvrant sur leur territoire. De plus, il ne faut pas perdre de vue que les entrepreneures ne constituent pas un groupe homogène; les obstacles qu'elles doivent surmonter peuvent donc varier (Forson cité dans Pileava, Kristina et Jérovkska Monica, *Rapport d'enquête pour le Groupe régional d'intervention pour femmes entrepreneures (GRIFE) : Portrait des femmes centricoises*).

Depuis quelques années, on voit apparaître au Québec des portraits régionaux qui ont le mérite de nuancer le portrait de ces entrepreneures québécoises et de faire comprendre leurs différentes réalités. Le présent portrait des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil poursuit les mêmes objectifs. Mais, avant de le dévoiler dans toutes ses nuances, revenons à la base en faisant ressortir les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin.

LE FAMEUX PLAFOND DE VERRE

Plusieurs auteurs soulignent que l'existence d'un plafond de verre serait à l'origine du démarrage d'entreprise par certaines femmes (Acker, J., « From glass ceiling to inequality regimes - *Du plafond de verre aux régimes d'inégalités*). Cette expression sous-entend qu'il y a des obstacles invisibles qui viennent entraver la carrière des femmes; ils peuvent être liés à l'organisation ou aux personnes qui en font partie et peuvent empêcher les femmes de gravir facilement les échelons au sein de l'entreprise. Cette situation peut avoir comme effet de convaincre certaines femmes de devenir entrepreneures (Hall, L.L., *Women in the workforce as organizational leaders and entrepreneurs*). Le désir de contrôler sa carrière, après s'être heurtée à de nombreuses difficultés de parcours ou après avoir été victime de discrimination, inciterait des femmes talentueuses à se lancer en affaires.

DES OBJECTIFS PERSONNELS

Les principales motivations d'être en affaires pour les femmes sont : la satisfaction de voir croître leur entreprise, être sa propre patronne, relever des défis, satisfaire leur besoin d'accomplissement et faire le travail qui les intéresse (Ratté, Sylvie, Les femmes entrepreneures au Québec : Qu'en est-il?).

Par ailleurs, les femmes peuvent décider de créer leur entreprise pour satisfaire des besoins personnels avant de le faire pour des objectifs strictement financiers. Ainsi, 23 % des femmes le font pour s'enrichir comparativement à 36% des hommes, selon un sondage de Ipsos-Reid réalisé pour la Banque royale en 2005, cité dans Diane-Gabrielle Tremblay et Émilie Genin, Choisir le travail autonome : le cas des travailleurs indépendants de l'informatique, Note de recherche de la Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir, No 08-04. Et, selon le même sondage, la conciliation travail-famille constitue également une source de motivation importante (pour 63 % des femmes par rapport à 51 % des hommes), compte tenu de la possibilité d'avoir des horaires plus souples. Les femmes ont le sentiment qu'en devenant leur patron et en contrôlant elles-mêmes leur charge et leur horaire de travail, elles réussiront mieux à équilibrer engagements professionnels et responsabilités familiales.

DES APPROCHES DIFFÉRENTES

Si les réalités du monde des affaires semblent être les mêmes pour tous, les hommes et les femmes ne les abordent pas de la même manière. Il a été démontré que les motivations, les comportements, les styles de gestion diffèrent d'un sexe à l'autre. Les valeurs les plus répandues chez les femmes entrepreneures sont le désir d'indépendance et le souci d'accomplissement (Banque de développement du Canada, *Les femmes en affaires : un aperçu général 2005*). De plus, la volonté de réussir et le besoin de contrôler son environnement deviennent plus importants que le goût du risque chez les femmes entrepreneures (Collerette, Pierre et Aubry, Paul. *Femmes et hommes d'affaires, qui êtes-vous ?*). On observe d'ailleurs l'influence du modèle féminin au moment de créer une entreprise et, plus tard, lors des décisions d'expansion.

Des valeurs sont communes aux deux sexes. Il s'agit du besoin d'accomplissement, de la tolérance, du goût du risque, de l'autonomie et de l'innovation (M. Yudkin et J. Starr cité dans Légaré M.H. et St-Cyr Louise, *L'entrepreneuriat féminin, une force un atout : Portrait statistique des femmes entrepreneures*, Québec, Gouvernement du Québec, ministère de l'Industrie et du Commerce, Chaire de développement et de relève des PME). Leur aptitude à communiquer imprègne également les relations avec les employés, les fournisseurs ou les partenaires.

De façon générale, les femmes entrepreneures ont confiance en leurs habiletés en matière d'innovation, de créativité et d'interaction avec les gens. Par contre, elles ont des inquiétudes quant à leurs capacités en finance (Brush, Candida; Hisrich, Robert D. *The Woman Entrepreneur : Management Skills and Business Problems*). Fait à souligner, selon une étude menée sous l'égide de la Fondation de l'entrepreneurship citée dans le mémoire collectif des FemmeSSOR du Québec, les femmes prennent moins de risques que les hommes mais elles échouent moins.

D'IMPORTANTES BESOINS DE FORMATION ET DE SOUTIEN

Une étude américaine (Loscocco, K.A et Robinson J., *Barriers to women's small-business success in the United States*) fait ressortir que les entrepreneures possèdent les mêmes lacunes en gestion que leurs homologues masculins. Selon les conclusions de l'étude, leurs besoins en formation sont diversifiés, les plus importants étant dans le secteur de la finance et de la comptabilité. À l'instar de leurs consœurs américaines, les Québécoises auraient besoin d'acquérir des connaissances sur les outils financiers et de développer leurs compétences à cet égard (Forget, N., *Entreprendre au féminin : Rapport du groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin*).

Les entrepreneures québécoises semblent partager les mêmes besoins que leurs consœurs américaines (Légaré M.H. et St-Cyr Louise, *L'entrepreneuriat féminin, une force un atout : Portrait statistique des femmes entrepreneures*; Loscocco, K.A. et Robinson J., *Barriers to women's small-business success in the United States*). Non seulement doivent-elles compléter une formation de base insuffisante, mais elles doivent aussi prendre les moyens pour rester à jour dans ce domaine. Par ailleurs, les Québécoises éprouvent également le désir d'enrichir leurs connaissances dans des domaines où elles estiment avoir des lacunes, notamment le domaine juridique. Elles se tournent alors vers des spécialistes pour obtenir du soutien.

De façon générale, confirme-t-on, elles veulent améliorer leurs connaissances et leurs compétences en marketing, finance, comptabilité et commerce international (Lavoie, D., *Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelable*).

Par contre, elles sont peu nombreuses à faire appel aux programmes gouvernementaux (Belcourt M., Burke R.J. et Lee-Gosselin H., *Une cage de verre : Les entrepreneures au Canada*), mais on ne sait pas si c'est par méconnaissance des organismes et des programmes ou par insatisfaction après les avoir expérimentés. Par contre, la littérature nous apprend qu'elles ont confiance en leurs proches pour les conseiller et les soutenir. La recherche ne peut toutefois généraliser ni préciser ces informations (Richer, F et St-Cyr L, *L'entrepreneuriat féminin au Québec : dix études de cas*). Ce que l'on peut retenir, c'est que les entrepreneures québécoises font surtout appel aux sources d'aide suivantes : les comptables, les banques, les gens de loi et les gens d'affaires de leur région, les fournisseurs et les amis, mais peu aux associations et aux instances gouvernementales.

EN RESUME : DES DIFFERENCES

Ainsi, si le modèle féminin se dessine de plus en plus clairement, il faut admettre que le modèle masculin est encore très présent; on le reconnaît dans le goût du risque, la quête de reconnaissance ou l'émulation qui sont des traits marquants des hommes entrepreneurs. Mais il y a des différences à souligner :

- les femmes s'impliquent peu dans les réseaux, contrairement aux hommes ;
- malgré le fait que la situation semble évoluer, on constate que l'accès au financement demeure difficile et qu'il est encore trop souvent lié à un problème de crédibilité ;
- en dépit des progrès observés, les femmes restent concentrées dans des secteurs traditionnellement féminins ;
- elles continuent à gérer la double tâche, ce qui leur fait bien souvent porter seules tout le poids de la conciliation travail-famille.

Partie 2 – Le portrait statistique

L'entrepreneuriat féminin, un phénomène récent

Cette deuxième section trace un portrait statistique des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil et présente une étude comparée avec les hommes entrepreneurs et, lorsque pertinent, une analyse différenciée. On trouvera également un découpage par municipalités pour tenir compte des particularismes territoriaux (agricole ou industriel, rural ou urbain, etc.).

L'entrepreneuriat féminin est un concept relativement récent au Québec. L'arrivée massive des femmes sur le marché du travail au début des années 1970 n'est pas étrangère à l'essor du phénomène. Depuis les années 1980, plusieurs études se sont penchées sur le phénomène, comme nous avons pu le constater brièvement dans la première partie de ce document portant sur la recherche documentaire.

Mais comme tout phénomène nouveau, il faut attendre plusieurs années avant qu'il soit quantifié de façon précise par les organismes nationaux de collecte de données. Statistique Canada a fait un effort louable pour tenir compte de la variable sexe dans ses comptages. La notion d'entrepreneur féminin et masculin reste toutefois indéfinie. Pour obtenir un portrait statistique des femmes entrepreneures, il faut se rabattre sur les données touchant les travailleurs autonomes, que l'on trouve principalement dans le recensement de la population canadienne, ou encore dans l'Enquête sur la population active.

La définition d'entrepreneure et de travailleuse autonome

La définition de travailleur autonome de Statistique Canada englobe tous les individus non salariés. Elle inclut, d'une part, les entrepreneures, soit les femmes qui détiennent ou exploitent une entreprise, une exploitation agricole ou un bureau professionnel. Mais elle inclut aussi, d'autre part, les travailleuses indépendantes (autonomes) qui n'ont pas à créer une entreprise pour travailler (par exemple, les rédactrices pigistes, les gardiennes d'enfants, les vendeuses indépendantes, etc.). Il existe donc une distinction fondamentale entre entrepreneure et travailleuse autonome, distinction qu'il n'est pas possible de faire avec les données disponibles de Statistique Canada.

Qui sont précisément les entrepreneures? Ce sont celles qui, selon Sandra Mamodhoussen du Groupe Femmes Gestion et Entreprises (FGE) de l'École des Hautes Études Commerciales (HÉC Montréal), « fondent une entreprise dans le cadre d'une logique entrepreneuriale, c'est-à-dire qui répond à un processus spécifique comportant différentes étapes (préparation, lancement, développement) et dont les différentes composantes (employés, investissements, maîtrise technologique ou commerciale, etc.) vont s'accroître et se concrétiser dans le développement du chiffre d'affaires. » (Mamodhoussen, Sandra. *L'accès au financement des femmes entrepreneures au Québec*)

Dans cette étude, nous n'avons pas le choix d'inclure comme entrepreneures les femmes qui sont travailleuses autonomes. Même si les données sur les travailleurs autonomes ne permettent pas d'avoir un portrait exhaustif des entrepreneurs, elles demeurent néanmoins, jusqu'à ce jour, les plus pertinentes. Ce sont celles que l'on retrouve dans toutes les études statistiques sur le sujet, autant celles produites par les différents ministères du gouvernement du Québec qui se sont penchés sur le phénomène que les études indépendantes, publiées par des institutions financières ou des associations regroupant les PME.

Pour les fins de la présente étude, nous avons pu obtenir une segmentation des données selon le type économique d'entreprise, soit avec employés, soit sans employés. Bien sûr, pour respecter la logique de Statistique Canada, on parlera de travailleuse autonome avec aide rémunérée (avec employés) ou sans aide rémunérée (sans employés). Cette segmentation nous permet d'établir une distinction, bien que partielle, entre entrepreneure et travailleuse autonome. En effet, le « travailleur autonome avec employés » se rapproche davantage de la notion d'entrepreneure, tandis que la « travailleuse autonome sans aide rémunérée » présente une analogie avec la définition de travailleuse autonome.

L'entrepreneuriat ou l'autonomisation économique des femmes

En définitive, il y a une question importante à se poser : comme une entrepreneure est toujours considérée comme une travailleuse autonome statistiquement parlant, pourquoi une travailleuse autonome avec toutes ses variantes ne pourrait pas être considérée dans les faits comme une entrepreneure ? Est-ce vraiment utile de distinguer les entrepreneures avec un grand « E » et de vouloir les isoler des travailleuses autonomes ? Peut-être aurait-il lieu de parler de « l'autonomisation économique des femmes », comme tendent à le faire la plupart des organismes internationaux, notamment l'OCDE et l'ONU Femmes.

C'est d'ailleurs sous ce thème que s'est tenue à Ottawa en octobre 2011 une conférence internationale intitulée comme telle « L'autonomisation économique des femmes », coprésidée par madame Michelle Bachelet, secrétaire générale adjointe des Nations Unies et directrice exécutive d'ONU Femmes, en collaboration avec le gouvernement canadien. Les participants se sont notamment penchés sur l'investissement dans des moyens pratiques pour appuyer les entrepreneures et créer plus de possibilités d'emplois valorisants pour les femmes.

Le territoire sous observation : Agglomération de Longueuil

L'agglomération de Longueuil est l'une des trois divisions territoriales instituées en 2004 dans la région administrative de la Montérégie. Elle comprend cinq municipalités : Longueuil (la ville fusionnée) ainsi que Boucherville, Brossard, Saint-Bruno-de-Montarville et Saint-Lambert. Voici quelques statistiques générales sur chacune avant d'entrer dans le vif du sujet.

Fiche statistique synthèse des cinq municipalités de l'agglomération de Longueuil

	Longueuil (ville fusionnée)	Boucherville	Brossard	Saint-Bruno-de-Montarville	Saint-Lambert
Superficie (terre ferme) en km ²	115,59 km ²	70,81 km ²	45,20 km ²	43,28 km ²	7,55 km ²
Population totale 2011	231 409 h	40 753 h	79 273 h	26 107 h	21 555 h
Croissance 2006-2011 (recensement)	0,9 %	4,3 %	11,4 %	7,0 %	- 0,2 %
Densité de la population au km ² 2011	2 002 h/km ²	575,5 h/km ²	1 753,9 h/km ²	603,3 h/km ²	2 853,5 h/km ²
% des jeunes de 0-14 ans 2011	14,9 %	16,1 %	15,4 %	17,5 %	15,1 %
% des aînés de 65 ans et plus 2011	15,3 %	17,8 %	15,9 %	18,0 %	26,3 %
Âge médian 2011	41,9 ans	45,6 ans	41,2 ans	44,3 ans	48,5 ans
Perspectives démographiques 2031	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Taux de croissance 2006-2031	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Âge médian 2031	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Total des logements privés 2011	106 499	16 521	32 099	10 166	10 419
Taux d'activité 25-64 ans 2006	66,9 %	68,9 %	67,2 %	68,2 %	59,0 %
Revenu d'emploi médian 15 ans + 2006	26 537 \$	36 938 \$	27 187 \$	34 828 \$	37 655 \$
Revenu total médian 15 ans + 2006	25 061 \$	37 001 \$	26 326 \$	36 147 \$	36 293 \$
Taux de faible revenu population 2006	21,0 %	5,2 %	16,2 %	7,7 %	11,9 %

Source : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec

Portrait statistique - VOLET 1

Les données sociodémographiques

Ce premier volet de l'étude statistique cerne un certain nombre de caractéristiques sociodémographiques des femmes entrepreneures. Qui sont-elles? On y répond grâce à des données quantitatives établissant leur nombre dans l'agglomération de Longueuil ainsi que leur poids démographique dans la région, ensuite des données qualitatives mesurant leur répartition selon l'âge, l'état matrimonial, la situation familiale, la langue parlée, le niveau de scolarité. On trouvera également des données spécifiques sur les femmes entrepreneures immigrantes.

Tableau 01 Femmes entrepreneures – Longueuil – par ville/arrondissement

Territoire	Femmes 15 ans et plus	Femmes actives	Femmes entrepreneures	% 15 ans + / actives
Agglomération de Longueuil	169 305	102 180	7 760	4,6 / 7,6 %
Longueuil	100 590	60 885	3 735	3,7 / 6,1 %
Brossard	31 205	19 010	1 655	5,4 / 8,7 %
Saint-Lambert	10 460	5 265	700	6,7 / 13,3 %
Boucherville	16 860	10 545	980	5,8 / 9,3 %
Saint-Bruno-de-Montarville	10 195	6 470	690	6,8 / 10,7 %
Montréal	574 545	346 665	31 410	5,5 / 9,1 %
Québec (PR)	3 245 070	1 849 400	161 435	5,0 / 8,8 %
Canada	13 414 410	8 125 540	683 570	5,1 / 8,4 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **7 760 femmes entrepreneures dans l'agglomération de Longueuil** – Presque 8 % des femmes actives (7,6 %) de l'agglomération de Longueuil sont des entrepreneures, ou 4,6 % de la population féminine de 15 ans et plus. Toutefois, ces proportions sont largement inférieures par plus ou moins un point de pourcentage à celles de la Montréal (9,1 % et 5,5 %); elles sont également inférieures à celles du Québec (8,8 % des femmes actives) et du Canada (8,4 % des femmes actives). La ville reconstituée de Longueuil, la plus urbaine des cinq municipalités de l'agglomération, est la moins entrepreneuriale (6,1 %) de ce groupe et de l'ensemble de la grande région montréalaise. À l'opposé, il faut noter la forte présence d'entrepreneures dans la municipalité de Saint-Lambert qui affiche le plus haut taux du groupe (13,3 %) et de toute la Montréal. Vient ensuite la ville de Saint-Bruno-de-Montarville (10,7 %). Au troisième rang, Boucherville (9,3 %) affiche un taux légèrement supérieur aux moyennes générales de la Montréal, du Québec et du Canada, Enfin Brossard se situe légèrement sous la moyenne montréalaise.

Tableau 02 Femmes entrepreneures – Proportion totale de femmes et d’hommes entrepreneurs, Agglomération de Longueuil, comparaison Québec (QC), Montérégie (MTRG)

Selon sexe	Longueuil total	% H et F	QC total	% H et F	MTRG total H et F	% H et F
Hommes	14 130	64,6 %	161 435	64,7 %	57 190	64,5 %
Femmes	7 760	35,4 %	161 435	35,3 %	31 410	35,5 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Deux fois moins de femmes entrepreneures que d’hommes** – À population pratiquement égale, les femmes entrepreneures sont presque deux fois moins nombreuses (7 760) que les hommes entrepreneurs (14 130). En pour cent, la proportion femmes-hommes est d’environ 35 contre 65. Ce rapport proportionnel se vérifie autant pour l’ensemble de la Montérégie que pour l’ensemble du Québec. À noter que même si, en nombre absolu, il y a moins de femmes entrepreneures dans l’agglomération de Longueuil comparativement aux deux autres territoires, la proportion de femmes entrepreneures y demeure très légèrement supérieure.

Tableau 03 Femmes entrepreneures, selon le type d’entreprise (avec/sans employés)

Type d’entreprise	Longueuil total F	% F	QC total F	% F	MTRG total F	% F
Avec employés	2 190	28,2 %	44 035	27,3	8 670	27,6 %
Sans employés	5 570	71,8 %	117 400	72,7	22 735	72,4 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La très grande majorité des femmes entrepreneures sont autonomes** – Presque 72 % des femmes entrepreneures de l’agglomération de Longueuil sont autonomes, en ce sens qu’elles n’ont pas d’employés. À l’inverse, un peu plus de 28 % des femmes entrepreneures (28,2 %) sont à la tête d’une entreprise ayant des employés. À noter que cette dernière proportion est légèrement plus élevée qu’en Montérégie (27,6 %) et que dans l’ensemble du Québec (27,3 %).

Tableau 04 Progression du travail autonome hommes/femmes au Canada, de 1982 à 2010

Année	1982	1985	1990	1995	2000	2005	2010
Total	1 483 200	1 662 700	1 836 600	2 083 100	2 381 000	2 523 100	2 669 800
Hommes	1 056 700	1 148 800	1 263 600	1 381 800	1 543 400	1 654 600	1 736 300
Femmes	426 500	513 900	573 000	701 300	837 600	868 500	933 500
% Hommes	71,2	69,1	68,8	66,3	64,8	65,6	65,0
% Femmes	28,8	30,9	31,2	33,7	35,2	34,4	35,0
Croissance 1982/2010 des femmes entrepreneurs : 118,8 %				Croissance 1982/2010 des hommes entrepreneurs : 64,3 %			

Source : Enquête sur la population active, Statistique Canada.

• **Croissance beaucoup plus rapide de l'entrepreneuriat féminin** – Premier constat, les femmes entrepreneures augmentent nettement leur présence dans l'économie canadienne. Elles ont en effet enregistré une croissance pratiquement deux fois plus élevée (118,2 %) que celle des hommes entrepreneurs (64,3 %) au cours des trente dernières années. En 1982, les femmes représentaient 28,8 % de l'ensemble des entrepreneurs comparativement à 71,2 % pour les hommes. En 2010, elles avaient resserré l'écart, en accaparant 35 % de l'entrepreneuriat, comparativement à 65 % pour les hommes. Il faut noter cependant que durant la première décennie du 21^e siècle, la situation n'a pas du tout progressé, restant relativement stable autour de 65 % d'hommes entrepreneurs et 35 % de femmes entrepreneures.

• **Ralentissement de la croissance depuis l'an 2000** – Deuxième constat, le tableau contredit la croyance qu'en période de récession, la croissance du travail autonome enregistre une hausse plus forte qu'à l'accoutumée. Or, la croissance est restée relativement stable durant la période 1982-2000, période témoin de deux récessions majeures. Malgré les soubresauts annuels, on pourrait même conclure l'inverse en regardant la situation qui a prévalu entre 2000 et 2010 : on constate une relative stabilité par période de cinq ans, sinon un léger ralentissement de la croissance durant la période de morosité qui a suivi les attentats du 11 septembre 2001.

Tableau 05 Répartition des femmes entrepreneures, selon l'âge, Agglomération de Longueuil, par municipalité

% Femmes entrepreneures	15-29	30-39	40-49	50-64	65 +
Agglomération de Longueuil	10,4	20,2	33,3	32,4	3,5
Longueuil	12,6	22,8	31,2	30,8	2,5
Brossard	13,9	17,2	30,8	33,2	5,1
Saint-Lambert	4,3	12,9	41,4	37,9	2,9
Boucherville	4,1	23,5	37,2	32,7	2,6
Saint-Bruno	5,1	18,1	35,5	35,5	6,5
Montréal	9,3	23,1	32,8	31,1	3,7
Québec (PR)	10,2	23,4	31,9	30,5	4,1

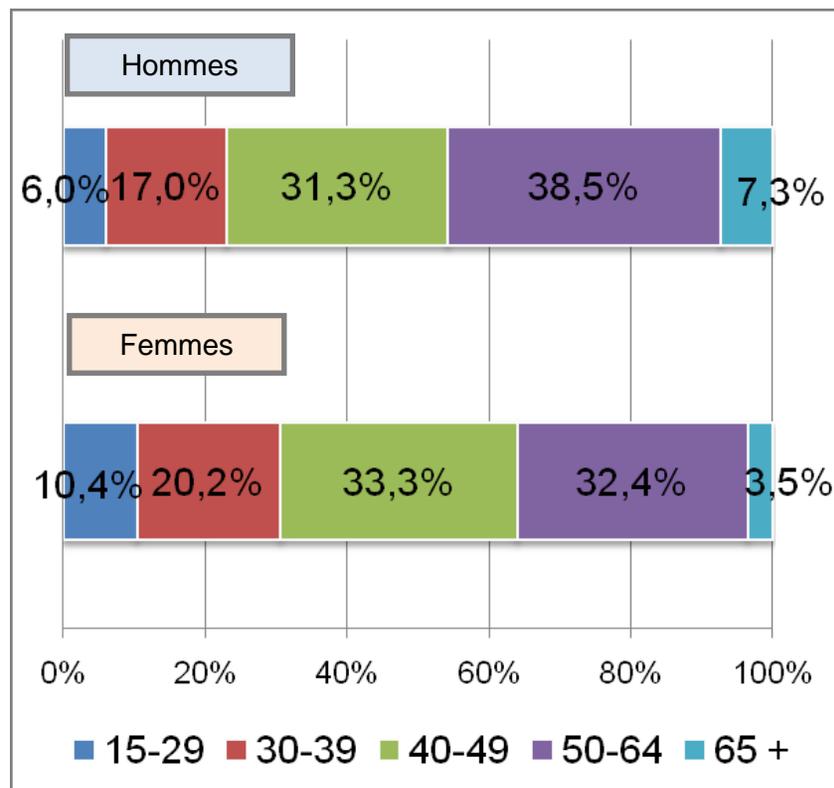
Total femmes 15 ans et +	15-29	30-39	40-49	50-64	65 +
Agglomération de Longueuil	21,4	14,0	19,8	26,6	18,2

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

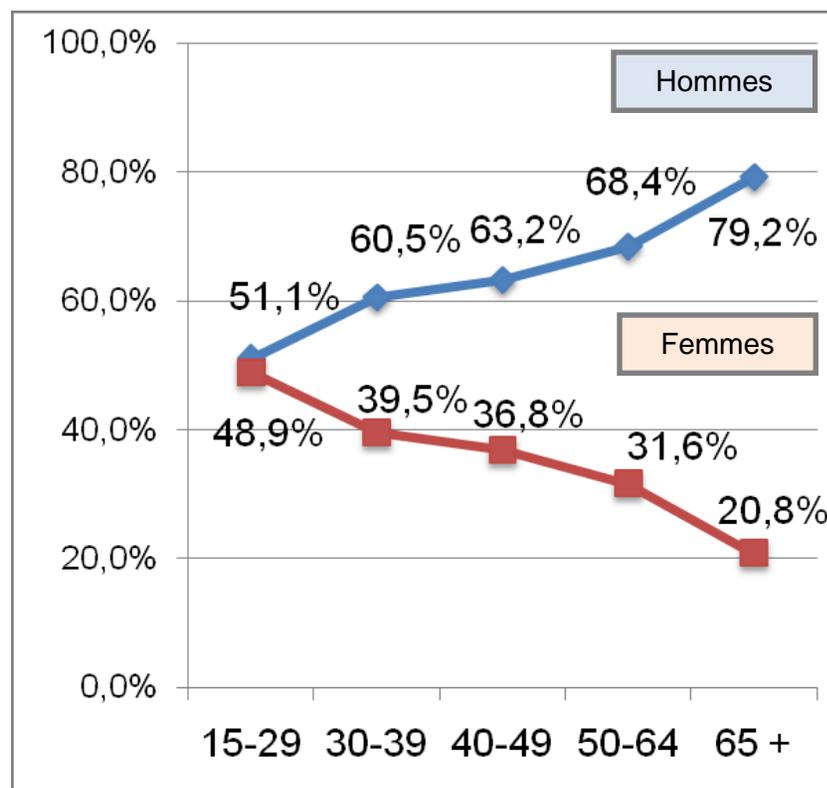
• **La grande majorité des femmes entrepreneures dans la force de l'âge** – La répartition selon l'âge des femmes entrepreneures permet de constater qu'un tiers (33,3 %), soit la plus forte proportion parmi les cinq groupes d'âge, ont entre 40 et 49 ans, un constat que l'on retrouve aussi dans les deux autres régions de la Montérégie. Toutefois, l'élément distinctif se situe dans le groupe des 50-64 ans qui est nettement plus élevé (32,4 %) proportionnellement qu'ailleurs en Montérégie. On peut donc en déduire que l'âge moyen des femmes entrepreneures est plus élevé dans l'agglomération de Longueuil. À ce chapitre, c'est nettement la municipalité de Saint-Lambert qui remporte la palme avec plus des trois quarts des femmes entrepreneures (79,3 %).

Graphique 01 Répartition selon l'âge – Comparaison femmes et hommes, Agglomération de Longueuil

G-01a – Les hommes et les femmes pris séparément



G-01b – Tous les entrepreneurs pris globalement



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

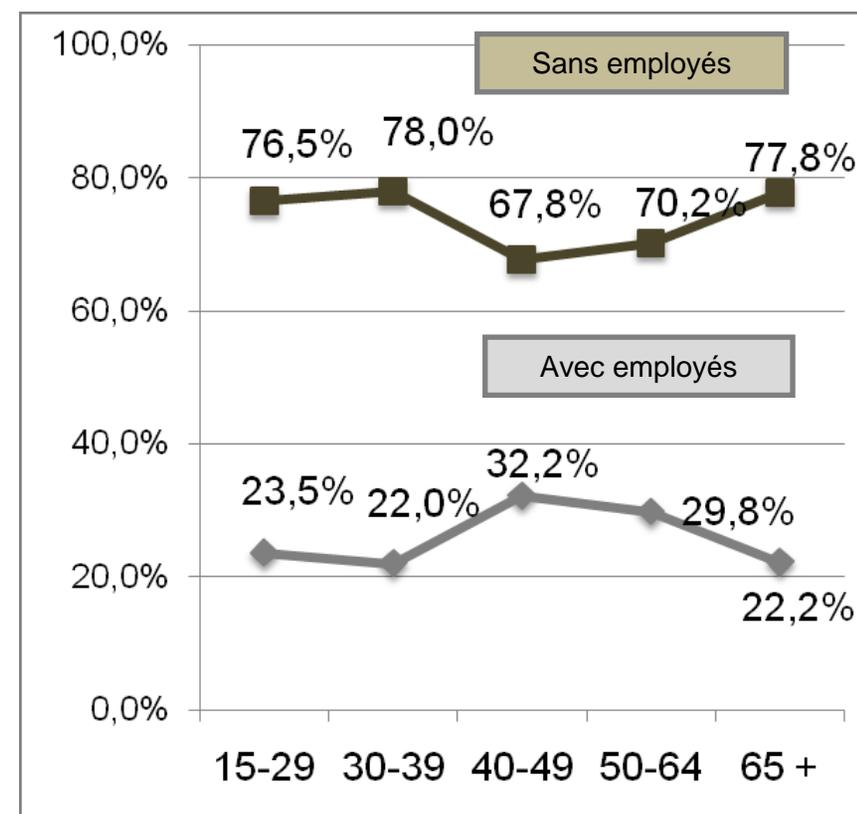
• **La proportion de femmes entrepreneures diminue avec l'âge** – Le graphique de droite (G-01b) montre clairement que plus on avance en âge, plus la proportion de femmes entrepreneures diminue, comparativement à celle des hommes qui ne cesse d'augmenter. Ainsi plus on progresse en âge, plus la présence des femmes entrepreneures sur le marché du travail diminue comparativement à celle des hommes. À noter qu'au départ (groupe des 15-29 ans), les hommes et les femmes sont proportionnellement sur un pied d'égalité (51 contre 49 %). Le graphique de gauche (G-01a) fait ressortir qu'une plus grande proportion (30,6 %) de jeunes femmes (15-39 ans) se lancent en affaires ou s'établissent à leur compte, comparativement aux hommes (23 %). La situation s'inverse à partir de 50 ans.

Graphique 02 Répartition des femmes entrepreneures, selon l'âge, avec ou sans employés

G-02a – Femmes avec ou sans employés prises séparément



G-02b – Femmes entrepreneures prises globalement



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les entrepreneures avec employés majoritairement dans la fleur de l'âge** – Près des trois quarts (72,8 %) des femmes entrepreneures qui gèrent une entreprise avec employés sont dans la fleur de l'âge (entre 40 et 64 ans), selon le graphique de gauche (G-02a). Celui de droite (G-02b) met en relief le fait qu'il n'y a jamais environ plus du tiers (32,2 %) des femmes entrepreneures propriétaires d'une entreprise avec employés. Autrement dit, l'âge et l'expérience qui l'accompagne jouent un rôle certain dans l'évolution vers une entreprise avec employés. Mais de façon générale, dans tous les groupes d'âge, les femmes entrepreneures sont beaucoup plus nombreuses (minimum 67,8 %) à favoriser le travail autonome (entreprise individuelle sans employés).

Tableau 06 État matrimonial des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil par municipalité

Femmes entrepreneures	Célibataire %	Mariée %	Séparée %	Divorcée %	Veuve %
Agglomération de Longueuil	30,9	48,7	3,4	14,1	3,0
Longueuil	38,3	41,6	3,1	14,3	2,8
Brossard	19,7	63,3	3,3	11,5	1,8
Saint-Lambert	24,1	49,6	5,0	15,6	4,3
Boucherville	30,3	48,7	4,1	14,9	3,1
Saint-Bruno	27,5	51,4	2,2	14,5	4,3
Québec (PR)	33,5	46,6	2,5	14,4	2,9

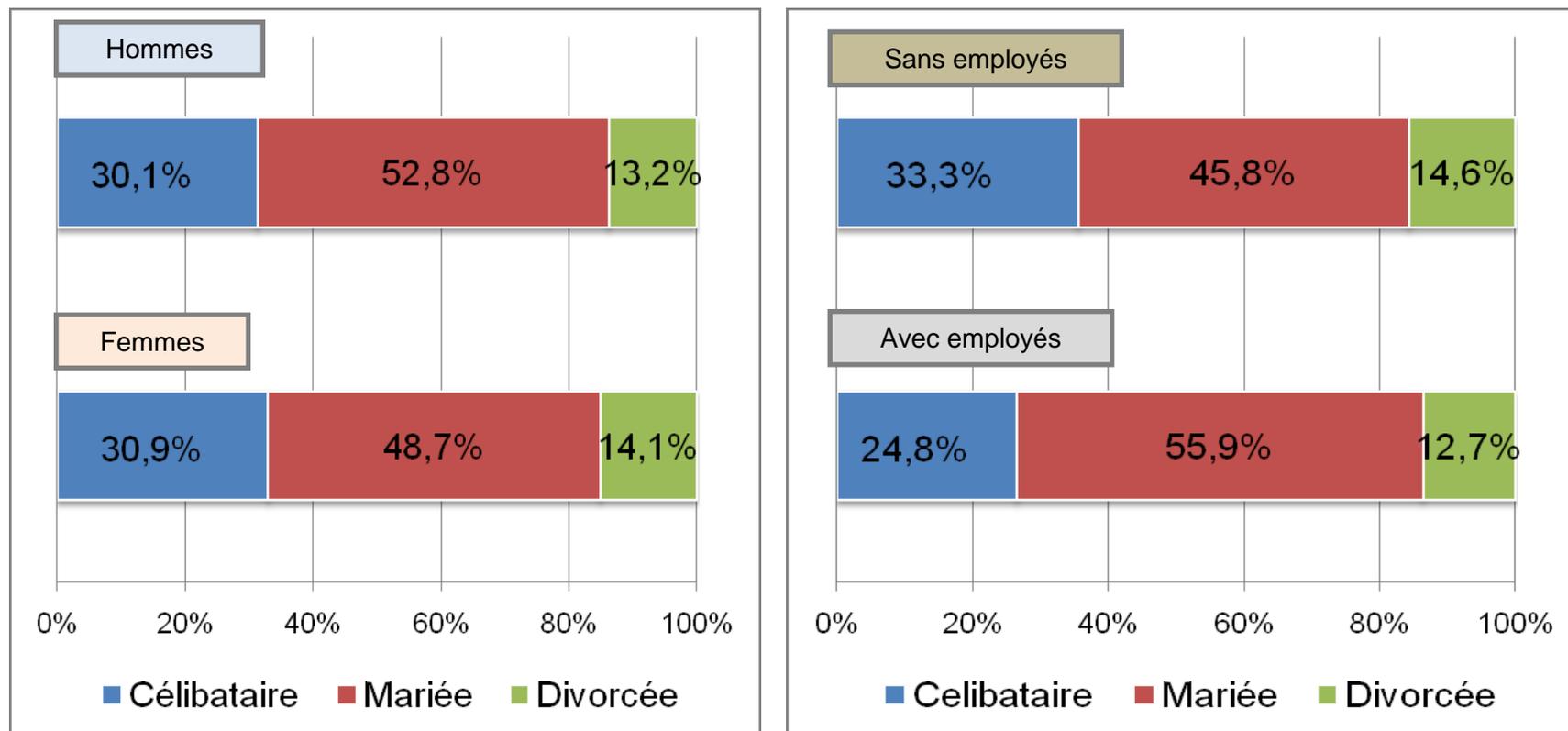
Total femmes 15 ans et +	Célibataire %	Mariée %	Séparée %	Divorcée %	Veuve %
Agglomération de Longueuil	38,4	37,3	2,3	12,6	9,5

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La majorité des femmes entrepreneures sont mariées** – Presque la moitié (49 %) des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil sont mariées, un taux légèrement plus faible que dans la majorité des territoires montérégiens. Il s'agit néanmoins d'une proportion plus élevée que celle de la population des femmes mariées de 15 ans et plus (37,3 %). Autrement dit, le fait d'être mariée semble permettre une plus grande liberté entrepreneuriale. À noter que la proportion de femmes entrepreneures mariées dépasse 60 % dans la municipalité de Brossard, municipalité avec un nombre plus élevé qu'ailleurs de femmes immigrantes ayant choisi l'entrepreneuriat ou le travail autonome.

Graphique 03 État matrimonial – Comparaison femmes/hommes et type d’entreprise, Agglomération Longueuil

G-03a – Les hommes et les femmes pris séparément G-03b – Femmes avec ou sans employés prises séparément



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **L'état matrimonial n'est pas un facteur discriminant** – Dans le graphique de gauche (G-03a), on constate que les proportions d'hommes entrepreneurs et de femmes entrepreneures, sous l'angle de l'état matrimonial, sont à peu près semblables. Dans le graphique de droite (G-03b), il ressort que l'état matrimonial sous l'angle du type d'entreprise, avec ou sans employés, n'est pas non plus un facteur qui empêche les femmes entrepreneures d'assumer de plus grandes responsabilités au sein de leur entreprise. En fait, presque 56 % des femmes ayant une entreprise avec employés sont mariées, comparativement à presque 46 % dans le cas des femmes ayant une entreprise sans employés.

Tableau 07 Présence d'enfants – Femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil, par municipalité

Femmes entrepreneures	Sans enfants à la maison (ménages)	Avec enfants à la maison (ménages)
Agglomération de Longueuil	42,8	57,2
Longueuil	45,9	54,1
Brossard	41,2	58,8
Saint-Lambert	42,9	57,1
Boucherville	41,8	58,2
Saint-Bruno	31,2	68,8
Québec (PR)	45,8	54,2

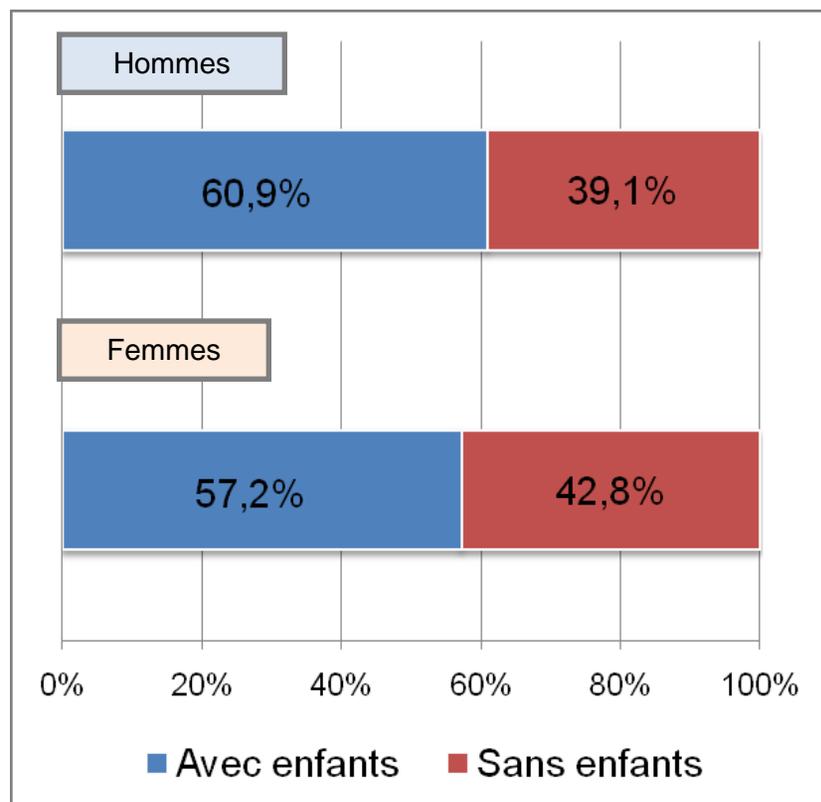
Total femmes 15 ans et plus	Sans enfants à la maison (familles)	Avec enfants à la maison (familles)
Agglomération de Longueuil	52,4	47,6

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

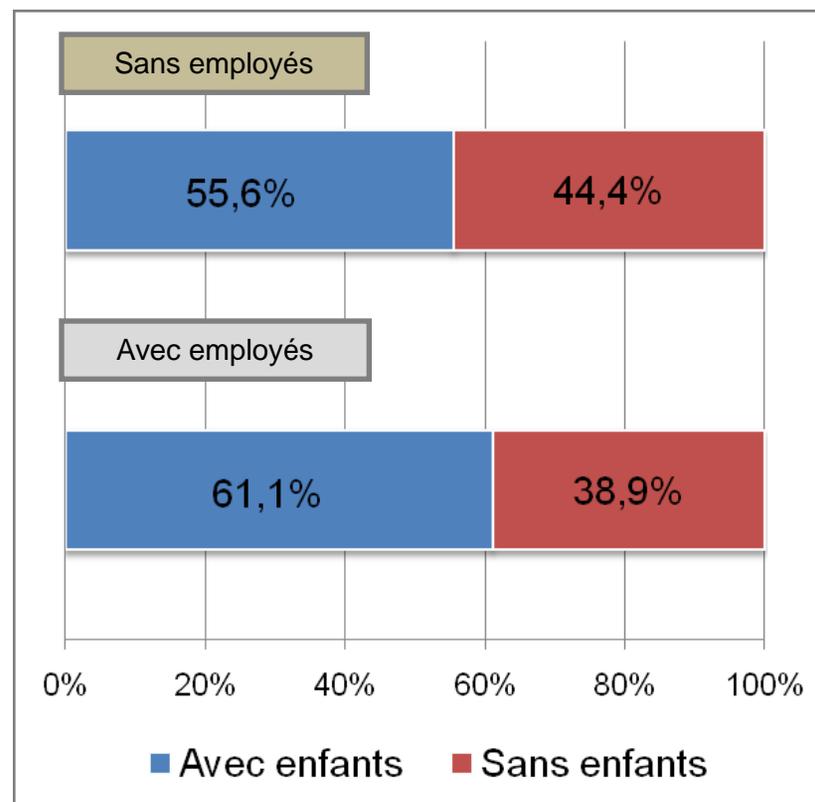
• **Proportion plus élevée de femmes entrepreneures avec enfants que sans enfants** – La présence d'enfants à la maison n'est pas non plus un facteur empêchant une femme de posséder sa propre entreprise. Au contraire, on pourrait même avancer que cela pourrait être un incitatif à l'entrepreneuriat. Les femmes entrepreneures avec enfants à la maison (ménages) sont plus nombreuses (57,2 %) à posséder leur entreprise que celles sans enfants (42,8 %). Toutefois, il faut noter que, contrairement aux deux autres territoires montréalais, la proportion totale de femmes de 15 ans et plus sans enfants à la maison (famille) est plus élevée que celle des femmes avec enfants, mais cela ne change rien au résultat final : partout, la proportion de femmes entrepreneures avec enfants à la maison surpasse celle des femmes sans enfants.

Graphique 04 Présence d'enfants – Comparaison femmes/hommes, type d'entreprise, Agglomération Longueuil

G-04a – Les hommes et les femmes pris séparément



G-04b – Femmes avec ou sans employés prises séparément



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **La présence d'enfants à la maison n'est pas un facteur discriminant** – Ce serait plutôt un facteur incitatif tel que mentionné précédemment. D'une part, les proportions de femmes et d'hommes entrepreneurs, quant à la présence d'enfants à la maison, sont relativement semblables (graphique de gauche). On peut constater que les hommes avec enfants à la maison sont proportionnellement plus élevés (61 %) que les femmes (57 %). Dans la foulée (graphique de droite), la présence ou non d'enfants à la maison n'est pas non plus un facteur discriminant sur le type d'entreprise (avec ou sans employés) pour les femmes entrepreneures.

Tableau 07 Langue parlée des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil, par municipalité

Femmes entrepreneures	Français seul.	Anglais seul.	Bilingue
Agglomération de Longueuil	31,3	5,0	63,1
Longueuil	44,2	3,6	52,2
Brossard	17,9	13,6	66,1
Saint-Lambert	12,8	3,5	83,0
Boucherville	27,6	0,0	71,4
Saint-Bruno	21,7	1,4	78,3
Québec (PR)	48,8	4,1	46,7

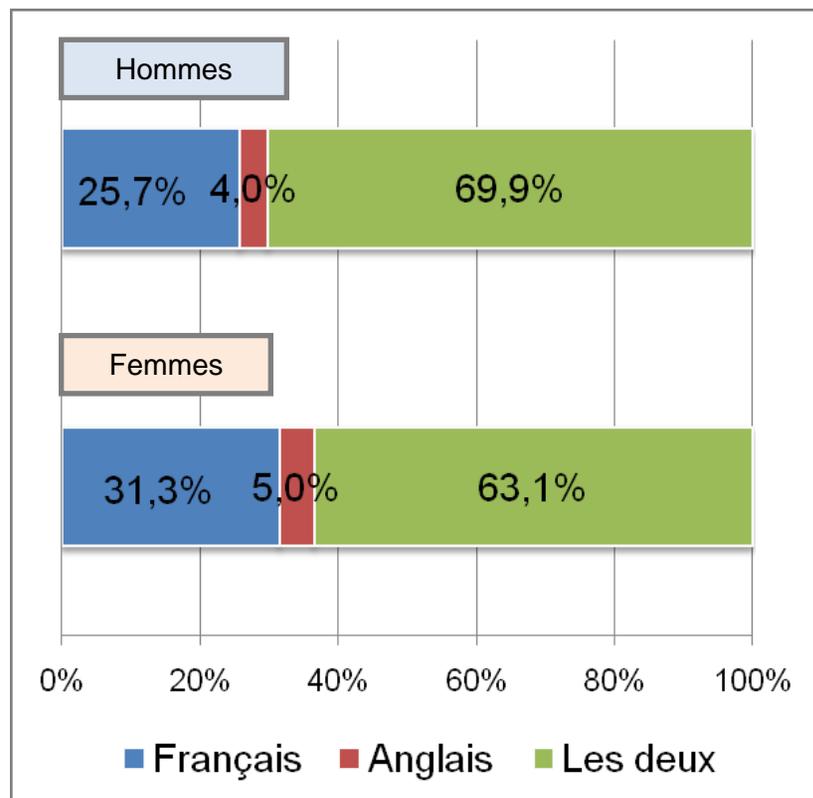
Total femmes 15 ans et +	Français	Anglais	Bilingue
Agglomération de Longueuil	46,0	4,4	48,3

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

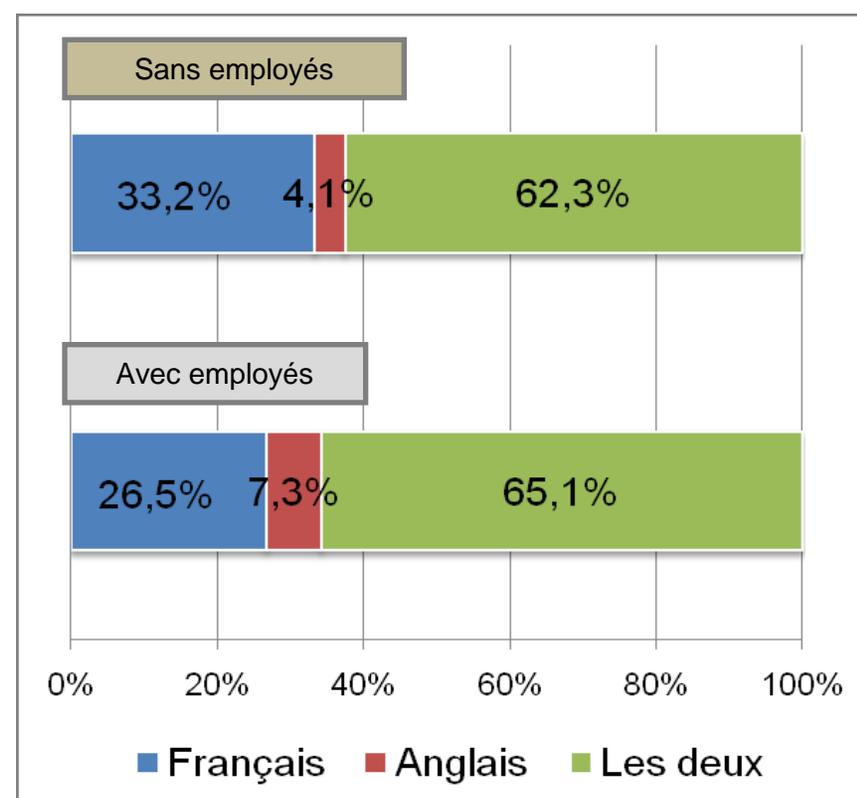
• **Les femmes entrepreneures sont largement bilingues** – Presque les deux tiers (63,1 %) des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil sont bilingues. Le bilinguisme s'avère donc un élément fort de l'entrepreneuriat. Le taux atteint même 83 % à Saint-Lambert et dépasse les 70 % à Boucherville (71,4 %) et Saint-Bruno-de-Montarville (78,3 %). Ces taux de bilinguisme sont tous beaucoup plus élevés que le taux moyen de l'ensemble de la population féminine de 15 ans et plus (48,3 %). C'est dans la ville reconstituée de Longueuil que le taux d'unilinguisme français est le plus élevé (44,2 %) et dans la municipalité de Brossard pour ce qui est de l'unilinguisme anglais (13,6 %).

Graphique 05 Langue parlée – Comparaison femmes/hommes et type d’entreprise, Agglomération de Longueuil

G-05a – Les hommes et les femmes pris séparément



G-05b – Femmes avec ou sans employés prises séparément



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes un peu moins bilingues que les hommes** – L'écart entre les femmes et les hommes n'est que de 6,8 %, favorisant les hommes sur le plan du bilinguisme. Conséquemment, les entrepreneures sont plus nombreuses à être unilingues francophones (31,3 %) ou anglophones (5,0 %) que les hommes. Cela dit, il n'y a pas un grand écart (2,8 %) sur le plan linguistique entre les femmes entrepreneures avec employés ou sans employés. Il n'en demeure pas moins que le bilinguisme est plus répandu dans l'agglomération de Longueuil que dans les deux autres territoires de la Montérégie.

Tableau 08 Immigration - Femmes immigrantes entrepreneures, par municipalité, Agglomération de Longueuil

	Femmes entrepreneures	F. immigrantes entrepreneures	% F. immigrantes entrepreneures / total des F. entrepreneures	% F. immigrantes entrepreneures / F. immigrantes entrepreneures
Agglomération de Longueuil	7 760	1 670	21,5	100
Longueuil	3 735	645	17,3	38,6
Brossard	1 655	750	45,3	44,9
Saint-Lambert	700	110	15,7	6,6
Boucherville	980	80	8,2	4,8
Saint-Bruno	690	75	10,9	4,6
Québec (PR)	161 435	22 470	13,9	100
Montréal	31 410	3 360	10,7	100

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Une femme entrepreneure sur cinq est née à l'extérieur du Canada** – On compte 1 670 femmes immigrantes entrepreneures dans l'agglomération de Longueuil, ce qui représente 21,5 % du total des femmes entrepreneures. Il s'agit d'une proportion beaucoup plus élevée que la moyenne montréalaise (10,7 %) ou québécoise (13,9 %). La municipalité de Brossard regroupe presque 45 % de l'ensemble des femmes immigrantes entrepreneures (44,9 %) de l'agglomération de Longueuil, devançant de peu la ville reconstituée de Longueuil (38,6 %). À l'opposé, Saint-Bruno-de-Montarville est la municipalité qui accueille le moins de femmes immigrantes entrepreneures (4,6 %), presque au même niveau que Boucherville (4,8 %). Notons que les villes de Longueuil et Brossard regroupent plus de 83 % des femmes immigrantes entrepreneures de l'agglomération.

Tableau 09 Immigration – Comparaison femmes/hommes entrepreneurs immigrants, Agglomération Longueuil

Portrait comparé	Nbre total entrepreneurs	Nbre entrepreneurs immigrants	Entrepreneurs immigrants / nbre total entrepr.	Nbre total immigrants	Entrepreneurs immigrants / nbre total immigrants
Hommes	14 130	3 055	21,6 %	29 070	10,5 %
Femmes	7 760	1 670	21,5 %	30 160	5,5 %

Type d'entreprise	Femmes entrepr. Longueuil	Immigrantes entrepreneures Longueuil	% Femmes immigrantes entrepreneures	Hommes entrepreneurs	Immigrants entrepreneurs	% Hommes immigrants entrepreneurs
Avec employés	2 185	600	27,5 %	8 560	1 250	14,6 %
Sans employés	5 570	1 070	19,2 %	5 570	1 805	32,4 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Deux fois moins de femmes immigrantes entrepreneures que d'hommes** – Un peu plus de 21 % des entrepreneurs, hommes et femmes, sont issus de l'immigration. Toutefois, tout comme dans la population en général, on trouve environ deux fois plus d'hommes entrepreneurs (10,5 %) issus de l'immigration que de femmes entrepreneures immigrantes (5,5 %). À noter que les femmes immigrantes ont une propension plus grande à créer une entreprise avec employés (27,5 %) que les hommes (14,6 %) et qu'elles sont proportionnellement plus créatrices d'entreprise (5,5 %) que l'ensemble des femmes de 15 ans et plus (4,6 %) (tableau ci-dessous).

Tableau 10 Immigration – Une propension plus grande à l'autonomie... à créer son entreprise

	Femmes 15 ans+	% de création d'entreprise	Femmes immigrantes	% de création d'entreprise
Agglomération de Longueuil	169 305	4,6 %	30 160	5,5 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

Tableau 11 Scolarité des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil, par municipalité

% Entrepreneures – 25 à 64 ans	Aucun	Secondaire	Métiers	Cégep	Université
Agglomération de Longueuil	8,5	15,0	13,8	15,4	47,4
Longueuil	12,3	17,8	17,6	16,0	35,8
Brossard	9,9	12,6	11,3	16,6	50,0
Saint-Lambert	0,0	9,2	3,1	8,4	80,2
Boucherville	2,1	10,7	15,5	15,0	57,8
Saint-Bruno	1,6	18,1	7,1	18,1	53,5
Québec (PR)	11,4	18,6	20,4	17,7	31,9

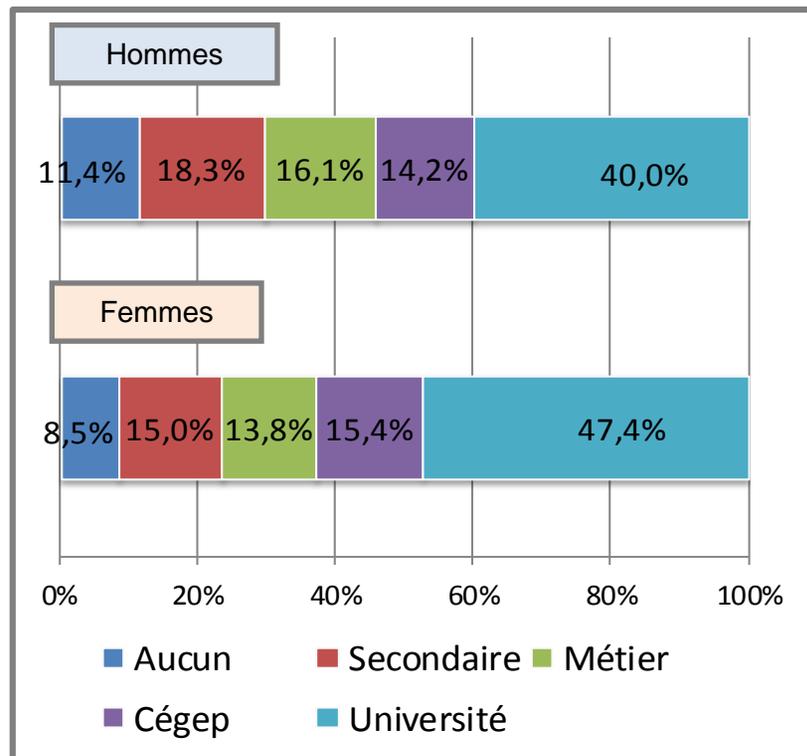
Total femmes– 25 à 64 ans	Aucun	Secondaire	Métiers	Cégep	Université
Agglomération de Longueuil	13,8	21,6	11,7	18,6	34,3

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

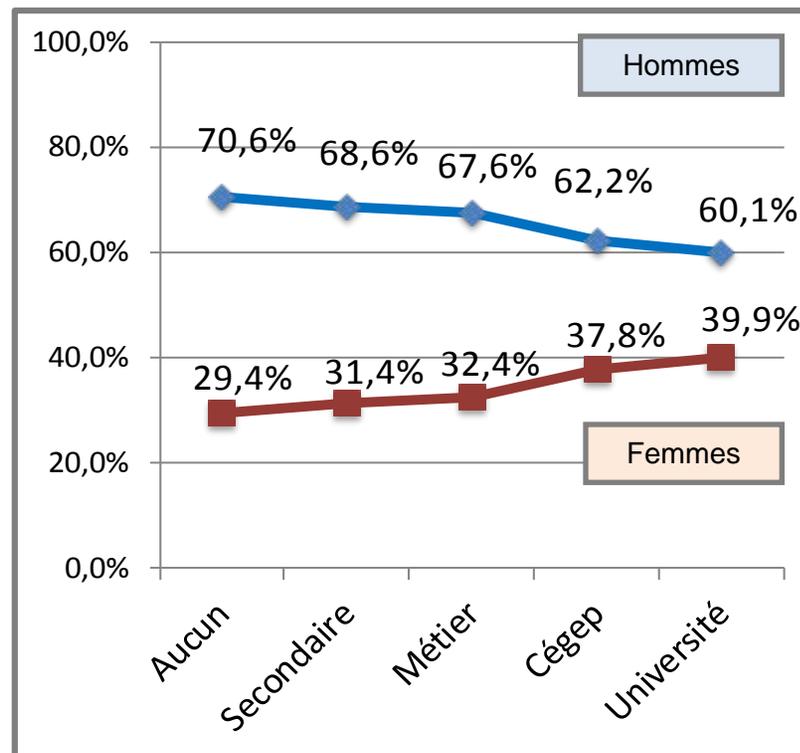
• **Presque la moitié des entrepreneures ont un diplôme universitaire** – Seulement 8,5 % des femmes entrepreneures de 25 à 64 ans n'ont aucun diplôme, comparativement à presque 14 % de la population féminine du même groupe d'âge dans l'agglomération de Longueuil. Mais le fait significatif demeure que presque la moitié des femmes entrepreneures de l'agglomération (47,4 %) détiennent un diplôme universitaire, un taux record par rapport aux deux autres territoires montérégiens. Saint-Lambert arrive au tout premier rang de l'agglomération avec 80 % de femmes entrepreneures qui possèdent un diplôme universitaire. Sauf la ville reconstituée de Longueuil (35,8 %), toutes les autres municipalités affichent des taux supérieurs à 50 %. D'ailleurs, la moyenne de 47,4 % de l'agglomération est de loin supérieure à la moyenne de l'ensemble des Québécoises (31,9 %). D'autre part, la ville reconstituée de Longueuil regroupe le plus haut taux de femmes entrepreneures ayant une formation professionnelle.

Graphique 06 Scolarité – Comparaison des femmes et des hommes entrepreneurs, Agglomération Longueuil

G-06a – Les hommes et les femmes pris séparément



G-06b – Tous les entrepreneurs pris globalement

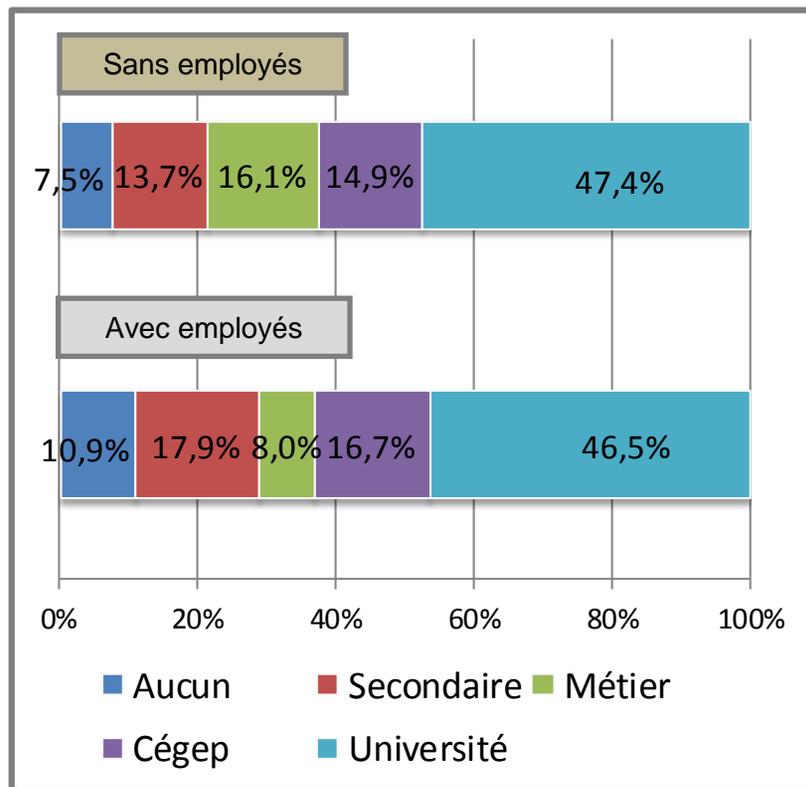


Source : Recensement 2006, Statistique Canada

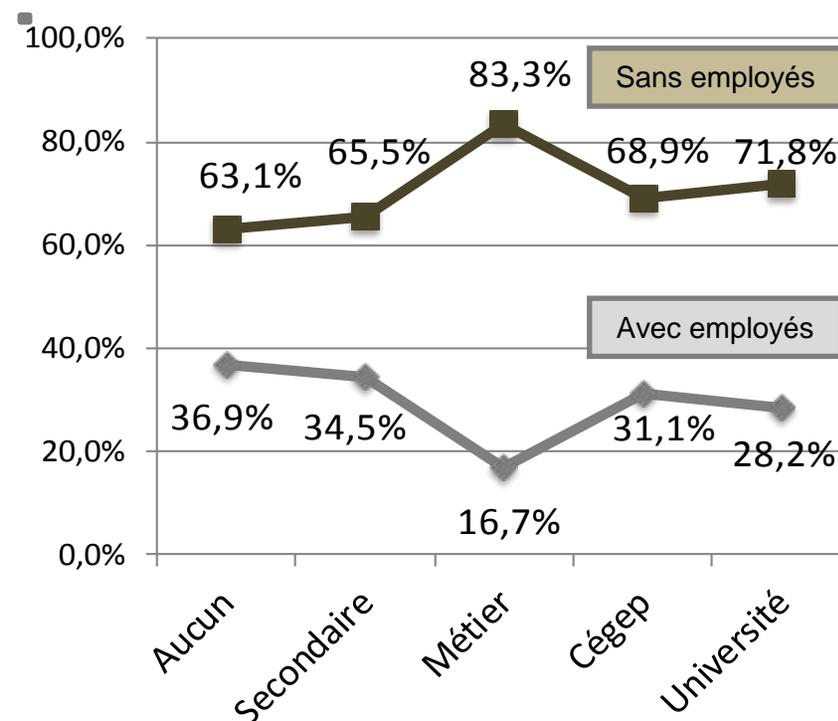
• **Des femmes entrepreneures plus diplômées que les hommes** – Proportionnellement, les femmes sont plus représentées dans tous les domaines d'études, sauf celui des métiers qui appartient aux hommes, selon les données du graphique de gauche (G-06a). Celui de droite (G-06b) met en lumière le fait que les femmes entrepreneures sont proportionnellement plus présentes dans le segment des études collégiales de même que, dans une moindre mesure, au secondaire et à l'université. La population non diplômée est largement constituée d'hommes, dans une proportion de 76,7 %. Au niveau des entrepreneurs ayant un diplôme leur permettant de pratiquer un métier, les proportions sont égales à la distribution hommes-femmes entrepreneurs en général.

Graphique 07 Scolarité – Femmes entrepreneures, entreprise avec ou sans employés

G-07a – Femmes avec ou sans employés prises séparément



G-07b – Femmes entrepreneures prises globalement



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La scolarité n'influence que très peu le type d'entreprise** – Le quart des entreprises avec employés sont dirigées par une femme ayant terminé des études universitaires (G-07a). Toutefois, le graphique de droite (G-07b) montre que presque 36 % de celles n'ayant aucun diplôme gèrent une entreprise avec employés, soit une proportion plus élevée que les 33 % de celles ayant un diplôme universitaire. Autrement dit, contrairement à ce que l'on pourrait croire, la scolarité n'est pas un facteur discriminant sauf dans les cas où la connaissance est obligatoire.

Portrait statistique - VOLET 2

Les données socioéconomiques

Ce deuxième volet de l'étude statistique présente un certain nombre de données socioéconomiques sur les femmes entrepreneures. D'abord, où travaillent-elles ? : dans quel secteur d'activité, dans quelle profession ? Ensuite, combien gagnent-elles ? On détermine leur situation financière en mesurant leur niveau de revenu (total ou de travail), leur temps de travail (plein ou partiel). Enfin, on fait ressortir la fréquence de faible revenu ou d'enrichissement sur la base des ménages.

Tableau 12-a Professions exercées - Femmes entrepreneures, par municipalité (ordre décroissant) 1

% Femmes entrepreneures	Vente et services	Finance et admin.	Sciences sociales	Santé/serv. sociaux	Gestion	Total cinq groupes
Agglomération de Longueuil	22,9	17,0	14,2	13,2	12,6	79,9 %
Longueuil	27,4	15,3	15,4	10,0	11,6	79,7 %
Brossard	24,5	15,5	10,3	13,6	16,4	80,3 %
Saint-Lambert	10,7	14,3	17,1	18,6	12,9	73,6 %
Boucherville	19,5	19,5	14,4	17,4	11,8	82,6 %
Saint-Bruno	12,9	30,2	13,7	18,0	9,4	84,2 %
Québec (PR)	27,9	13,9	14,9	9,8	11,9	78,4 %
Total femmes 15 ans +	Vente/serv.	Fin./admin.	Gestion	Sc. soc.	Santé	Total cinq groupes
Agglomération de Longueuil	25,4	30,7	12,8	9,5	7,7	86,1 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des professions d'abord associées à la vente et aux services** – Presque 23 % des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil exercent une profession liée à la vente et aux services (22,9 %). Au deuxième rang, on trouve les affaires, la finance et l'administration (17,0 %), secteur dominé par Saint-Bruno (30,2 %). Viennent ensuite les trois autres premiers groupes de professions sur dix au total, soit sciences sociales, santé et gestion. Au total, ces cinq groupes professionnels regroupent presque 80 % des femmes entrepreneures, un total supérieur aux deux autres territoires montréalais. L'ordre décroissant est sensiblement le même dans trois des cinq municipalités ; toutefois, Saint-Lambert et Saint-Bruno font bande à part, avec des taux beaucoup plus faibles dans la vente et les services.

Note : La profession exercée réfère au genre de travail exécuté dans le cadre d'un emploi.

Tableau12-b Professions exercées - Femmes entrepreneures, par municipalité (ordre décroissant) 2

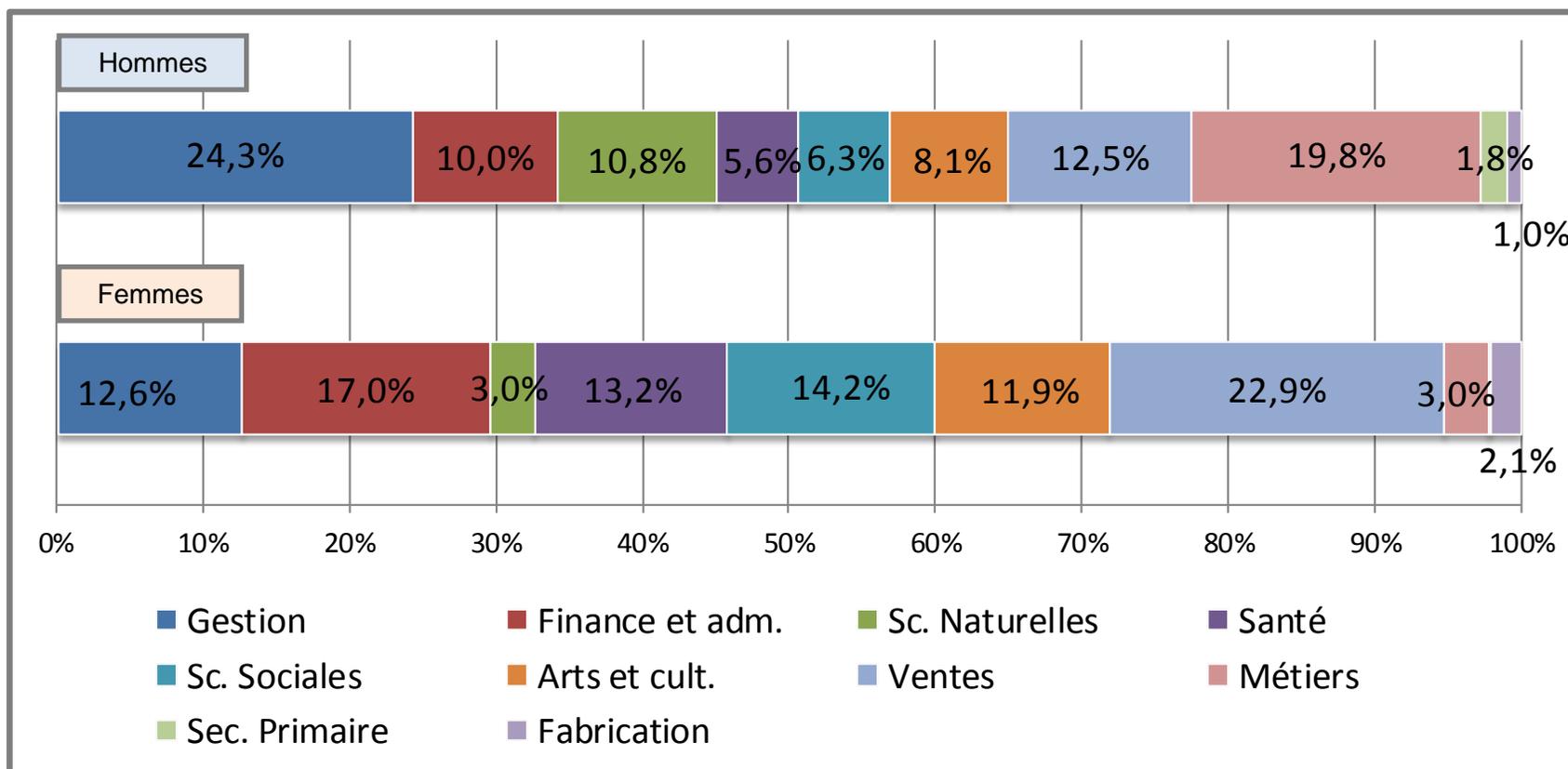
Femmes entrepreneures	Arts et culture	Secteur primaire	Métiers et transport	Sciences naturelles	Fabrication
Agglomération Longueuil	11,9	3,0	3,0	2,1	0,2
Longueuil	11,8	4,4	2,4	2,0	0,0
Brossard	8,8	2,4	3,0	4,5	0,6
Saint-Lambert	20,0	0	3,6	2,9	0,0
Boucherville	14,4	1,5	2,1	0	1,0
Saint-Bruno	7,9	1,4	5,8	0	0,0
Québec (PR)	10,7	2,9	1,9	1,7	4,5
Total femmes 15 ans +	Arts/cult.	Secteur primaire	Métiers et transport	Sciences naturelles	Fabrication
Agglomération Longueuil	4,4	2,3	3,9	3,1	0,2

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les sciences et la fabrication attirent peu les femmes entrepreneures** – Parmi le deuxième groupe de cinq domaines professionnels de la classification des professions, celles se rattachant aux sciences naturelles (2,1 %) ainsi qu’au domaine de la fabrication manufacturière (0,2 %) intéressent très peu les femmes entrepreneures. C’est le même constat dans toutes les municipalités de l’agglomération de Longueuil, sauf Brossard qui affiche un taux de 4,5 % dans le domaine des sciences naturelles. L’attrait des arts et de la culture est plus fort dans l’agglomération de Longueuil (11,9 %) que dans les deux autres territoires montréalais, domaine professionnel que domine Saint-Lambert (20 %).

Note : La profession exercée réfère au genre de travail exécuté dans le cadre d'un emploi.

Graphique 08 Professions exercées – Comparaison proportionnelle femmes/hommes

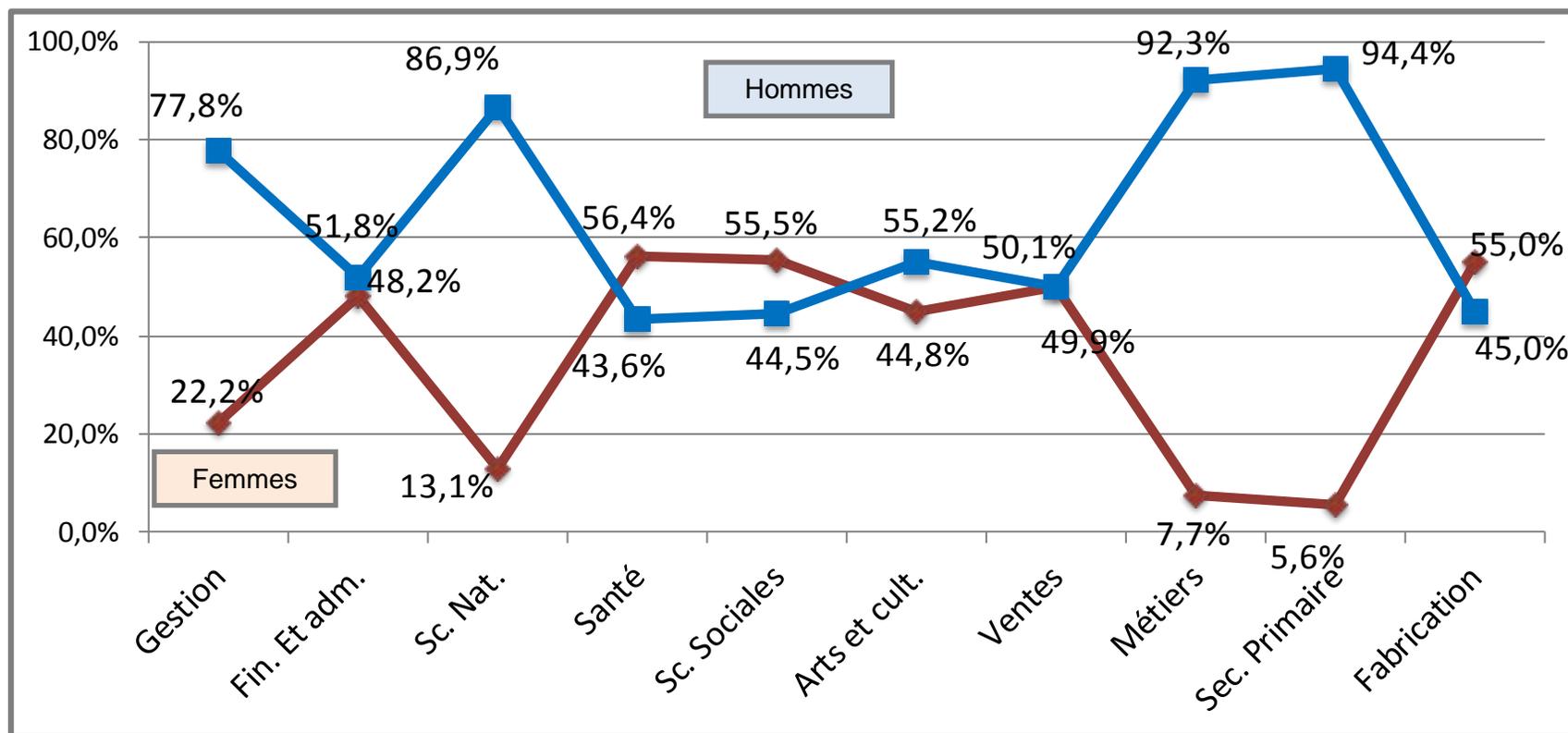


Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les professions liées à la gestion et les métiers arrivent au premier rang chez les hommes** – Les hommes entrepreneurs de l’agglomération de Longueuil exercent d’emblée des professions liées à la gestion (24,3 %) et des métiers (19,8 %), deux domaines qui se démarquent nettement par rapport aux autres domaines professionnels. Viennent ensuite la vente et les services (12,5 %) et les sciences naturelles (10,8 %). À noter que la fabrication n’intéresse pas plus les hommes (1,0 %) que les femmes (0,2 %). Dans le cas des femmes entrepreneures, comme nous l’avons vu précédemment, ce sont la vente et les services (22,9 %), la finance et l’administration (17,0 %) qui sont les professions les plus souvent exercées.

Note : Le transport n’apparaît pas dans le graphique, car les femmes entrepreneures y sont totalement absentes. Nous n’avons conservé que les professions qui permettaient une comparaison significative hommes-femmes.

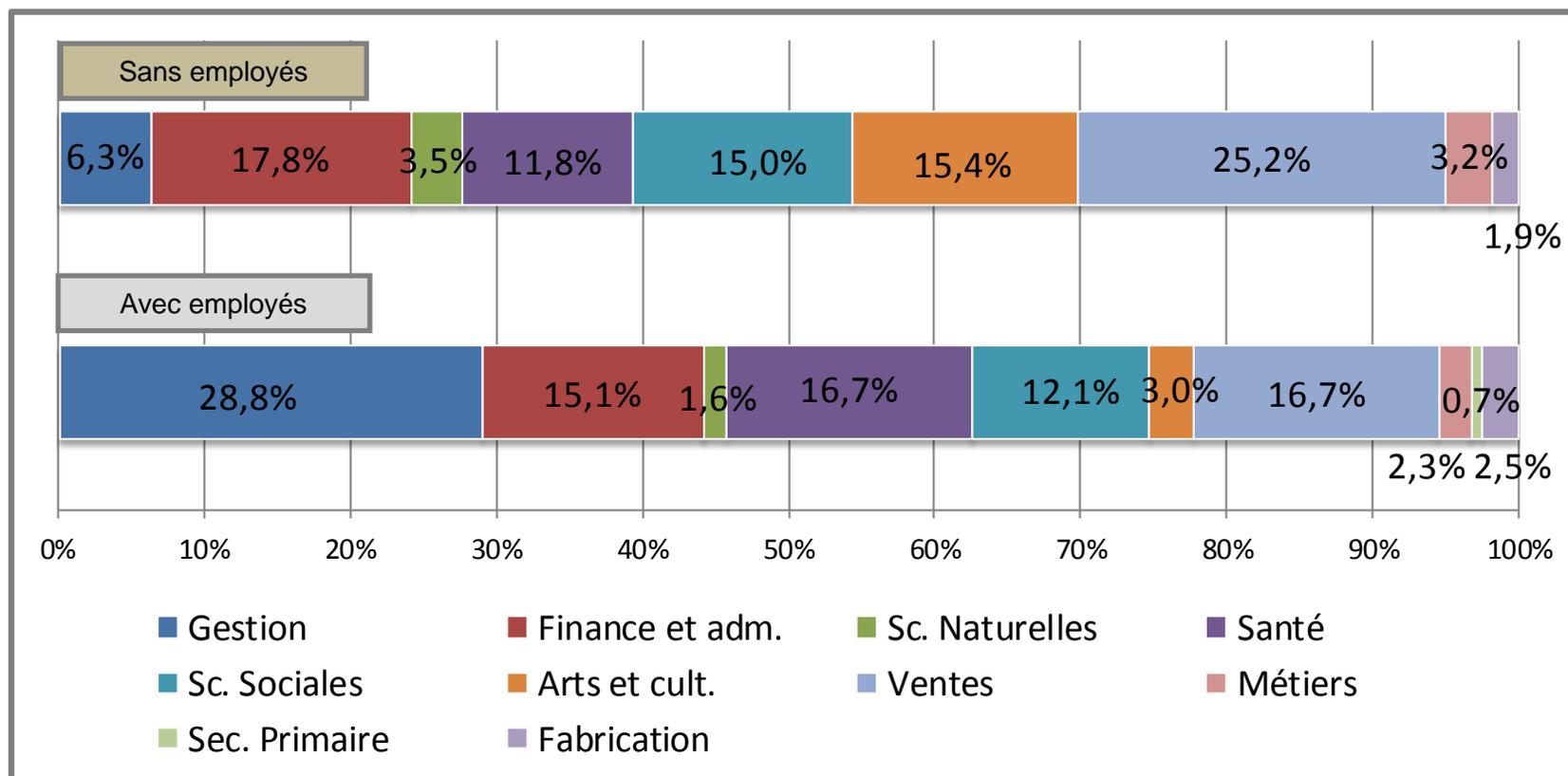
Graphique 09 Professions exercées – Comparaison différenciée femmes/hommes entrepreneurs



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les professions liées à la santé et aux sciences sociales arrivent au premier rang** – Dans une perspective différenciée, les femmes entrepreneures de l’agglomération de Longueuil ne sont en majorité que dans deux groupes de profession : 1) les sciences sociales (55,5 %) et 2) la santé (56,4 %), mais par très peu. Les femmes et les hommes entrepreneurs sont pratiquement nez à nez dans deux domaines, soit les professions liées 1) aux affaires, à la finance et à l’administration ainsi qu’à 2) la vente et aux services. Les hommes entrepreneurs dominent très largement quatre domaines : 1) la gestion, 2) les sciences naturelles, 3) les métiers et 4) le secteur primaire. À noter la légère avance des hommes dans les professions liées aux arts et à la culture.

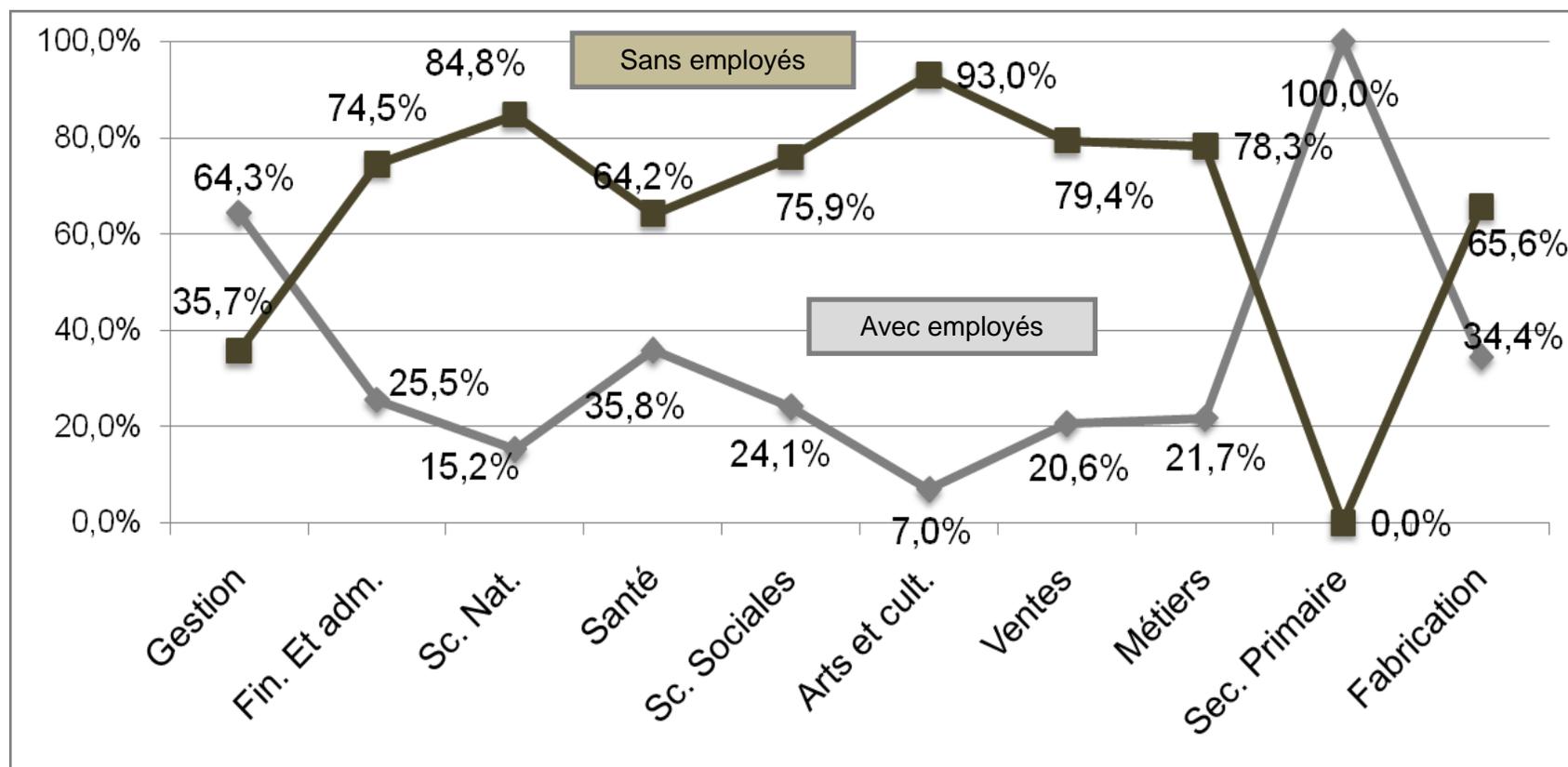
Graphique 10 Professions exercées par les femmes entrepreneures, selon le type d'entreprise



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les professions liées à la vente et aux services s'exercent le plus souvent dans une entreprise sans employés et la gestion dans une entreprise avec employés chez les femmes entrepreneures** – Un peu plus du quart des femmes entrepreneures (25,2%) de l'agglomération de Longueuil qui sont autonomes (entreprise sans employés) exercent une profession associée à la vente et aux services. Viennent ensuite 1) les affaires, la finance et l'administration (17,8 %) et les arts et la culture (15,4 %). Du côté des entreprises avec employés, ce sont les femmes qui pratiquent d'abord la gestion (28,8 %), puis, sur un pied d'égalité, la vente et les services (16,7 %) ainsi que la santé (16,7 %).

Graphique 11 Professions exercées par les femmes, globalement par secteur, selon le type d'entreprise



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Seules les professions liées à la gestion s'exercent majoritairement dans une entreprise avec employés** – Presque les deux tiers (64,3 %) des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil qui exercent une profession liée à la gestion se retrouvent dans une entreprise avec employés. À noter que la domination dans les professions du secteur primaire n'est pas significative compte tenu du très faible nombre de femmes entrepreneures dans ce domaine professionnel. Les huit autres groupes de professions se pratiquent très majoritairement dans une entreprise sans employés dans des proportions supérieures à 65,6 %, le groupe des arts et de la culture étant le plus élevé (93 %).

Tableau13-a Secteur d'activité - Femmes entrepreneures, par municipalité (ordre décroissant) 1

Femmes entrepreneures	Santé/ assist. soc.	Services pro./sc./tech.	Commerce de détail	Agriculture/ foresterie	Services admin.
Agglomération de Longueuil	22,7	21,5	8,4	6,5	6,2
Longueuil	22,8	17,1	9,0	6,5	5,2
Brossard	22,1	20,0	8,5	3,6	7,9
Saint-Lambert	22,1	37,1	5,7	5,8	6,5
Boucherville	23,0	27,0	7,7	11,2	4,1
Saint-Bruno	24,6	23,9	7,2	4,3	8,7
Québec (PR)	21,9	14,2	8,6	5,8	4,1
Montréal	20,2	14,7	8,0	4,8	4,8

Hommes entrepreneurs	Santé/ assist. soc.	Services pro./sc./tech.	Commerce de détail	Agriculture/ foresterie	Services admin.
Agglomération de Longueuil	17,4	n.d.	13,4	n.d.	9,3

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes entrepreneures travaillent dans le secteur de la santé et des services professionnels** – Presque le quart des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil travaillent dans le secteur de la santé et de l'assistance sociale (22,7 %), ensuite dans celui des services professionnels, scientifiques et techniques (21,5 %). Loin derrière suivent le commerce de détail (8,4 %), l'agriculture (6,5 %) et les services administratifs (6,2 %). Les femmes entrepreneures de la municipalité de Saint-Lambert se distinguent particulièrement dans le secteur des services professionnels.

Note : Le secteur d'activité réfère au segment industriel ou économique dans lequel œuvre l'entreprise.

Tableau13-b Secteur d'activité - Femmes entrepreneures, par municipalité (ordre décroissant) 2

Femmes entrepreneures	Finance et immobilier	Hébergement/ restauration	Info./arts et culture	Fabrication	Enseignement
Agglomération de Longueuil	5,4	3,8	3,5	2,6	2,1
Longueuil	6,0	2,8	4,1	1,9	2,9
Brossard	5,8	7,9	4,2	2,1	0,9
Saint-Lambert	1,4	5,0	1,4	4,3	1,4
Boucherville	3,1	1,0	2,6	2,6	1,0
Saint-Bruno	9,4	2,2	2,9	5,8	1,4
Québec (PR)	5,3	4,6	4,6	2,7	1,8
Montérégie	6,0	4,3	4,0	2,8	2,2

Hommes entrepreneures	Finance et immobilier	Hébergement/ restauration	Info./arts et culture	Fabrication	Enseignement
Agglomération de Longueuil	n.d.	7,6	n.d.	8,9	1,3

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La finance et l'immobilier au sixième rang dans l'agglomération de Longueuil** – Les secteurs d'activité touchant la finance et l'immobilier arrivent au sixième rang pour les femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil. Toutefois, Saint-Bruno-de-Montarville se distingue nettement dans ce dernier secteur avec 9,4 % des femmes entrepreneures ; la finance et l'immobilier arrivent au troisième rang des 15 secteurs répertoriés pour la municipalité. D'autre part, Brossard se distingue dans le secteur de l'hébergement et de la restauration (7,9 %), soit au cinquième rang de l'ensemble.

Note : Le secteur d'activité réfère au segment industriel ou économique dans lequel œuvre l'entreprise.

Tableau13-c Secteur d'activité - Femmes entrepreneures, par municipalité (ordre décroissant) 3

Femmes entrepreneures	Commerce de gros	Transport/entrepasage	Construction	Mines/pétrole	Autres services
Agglomération de Longueuil	1,9	1,4	0,5	0	13,5
Longueuil	1,3	2,0	0,4	0	17,8
Brossard	3,3	0,9	0,6	0	10,9
Saint-Lambert	0	0	1,4	0	5,7
Boucherville	2,0	1,0	1,0	0	12,2
Saint-Bruno	3,6	1,4	0	0	5,1
Québec (PR)	1,9	1,4	5,2	0,1	17,7
Montérégie	2,0	2,0	6,5	0,1	17,7

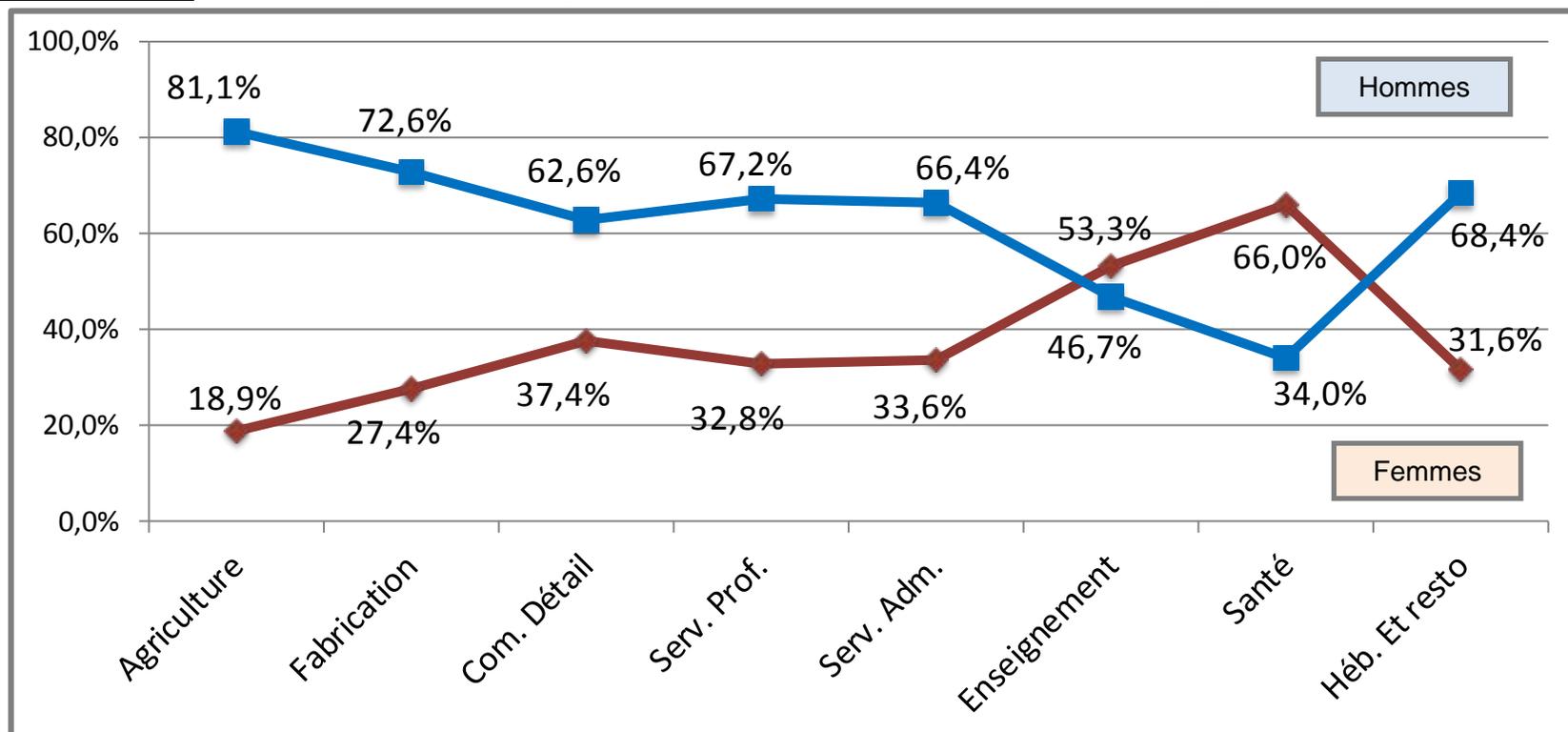
Hommes entrepreneurs	Commerce de gros	Transport/entrepasage	Construction	Mines/pétrole	Autres services
Agglomération de Longueuil	3,2	n.d.	1,2	n.d.	19,5

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes entrepreneures très peu présentes dans les secteurs du transport/entrepasage et de la construction –** Abstraction faite du secteur des autres services (13,5 %), les femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil sont peu présentes dans les quatre autres secteurs présentés ci-dessus. À noter une présence un peu plus soutenue des femmes de Saint-Bruno (3,6 %) et de Brossard (3,3 %) dans le secteur du commerce de gros. Autrement, rien de significatif.

Note : Le secteur d'activité réfère au segment industriel ou économique dans lequel œuvre l'entreprise.

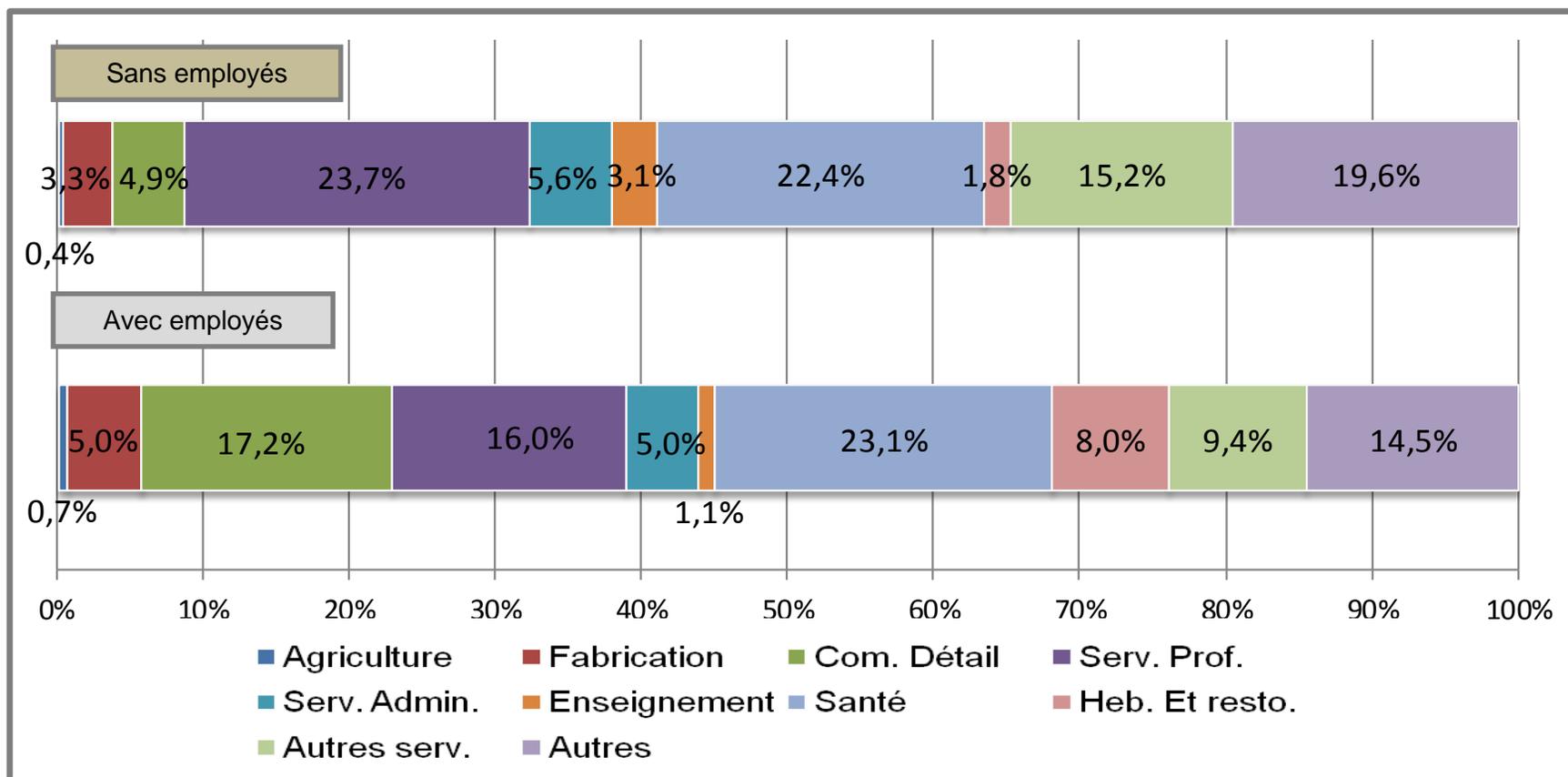
Graphique 12 Secteur d'activité – Comparaison différenciée femmes/hommes entrepreneurs



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes entrepreneures sont plus nombreuses dans la santé et l'enseignement** – Dans une perspective différenciée, les femmes occupent très largement les secteurs de la santé (66,0 %) ; elles devancent légèrement les hommes entrepreneurs dans le domaine de l'enseignement (53,3 %). Dans tous les autres secteurs d'activité, les hommes entrepreneurs sont nettement dominants avec des taux supérieurs à 60 %. À noter que les hommes entrepreneurs occupent majoritairement l'agriculture (81,1 %), ainsi que les domaines de la fabrication manufacturière (72,6 %).

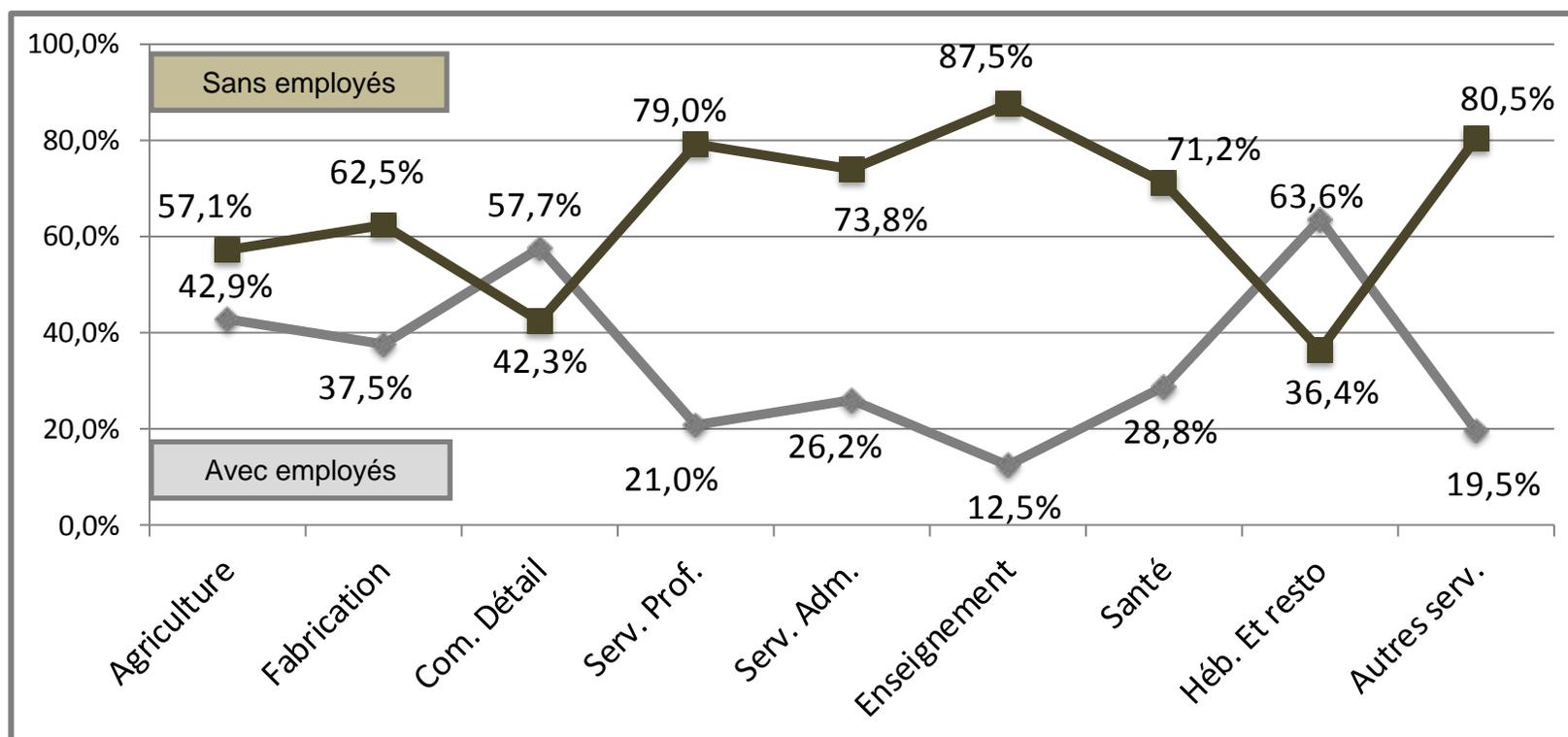
Graphique 13 Secteur d'activité – Femmes entrepreneures, répartition selon type d'entreprise



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes entrepreneures demeurent autonomes dans le secteur des services professionnels** – Presque 24 % des femmes entrepreneures (23,7 %) de l'agglomération de Longueuil qui sont autonomes (entreprise sans employés) travaillent dans le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques. Vient ensuite le secteur de la santé (22,4 %). Du côté des entreprises avec employés, les femmes entrepreneures se retrouvent d'abord dans le secteur de la santé (23,1 %), puis dans les domaines du commerce de détail (17,2 %) ainsi que des services professionnels, scientifiques et techniques (16,0 %).

Graphique 14 Secteur d'activité – Femmes entrepreneures globalement par secteur, selon type d'entreprise



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des entreprises avec employés majoritairement dans le commerce de détail et l'hébergement/ restauration** – Le commerce de détail (57,7 %) et l'hébergement/restauration (63,7 %) sont les deux seuls secteurs qui font appel majoritairement à des entreprises avec employés chez les femmes entrepreneures. Tous les autres secteurs, notamment l'enseignement (87,5 %) les services professionnels, scientifiques et techniques (79,0 %) et les services administratifs (73,8 %) sont dominés majoritairement par des femmes entrepreneures autonomes (entreprises sans employés).

* **Note :** Le secteur de la finance et de l'immobilier n'apparaît pas dans le graphique étant inclus dans le secteur Autres.

Tableau 14 Revenu total avant impôt des femmes entrepreneures, Agglomération de Longueuil, par municipalité

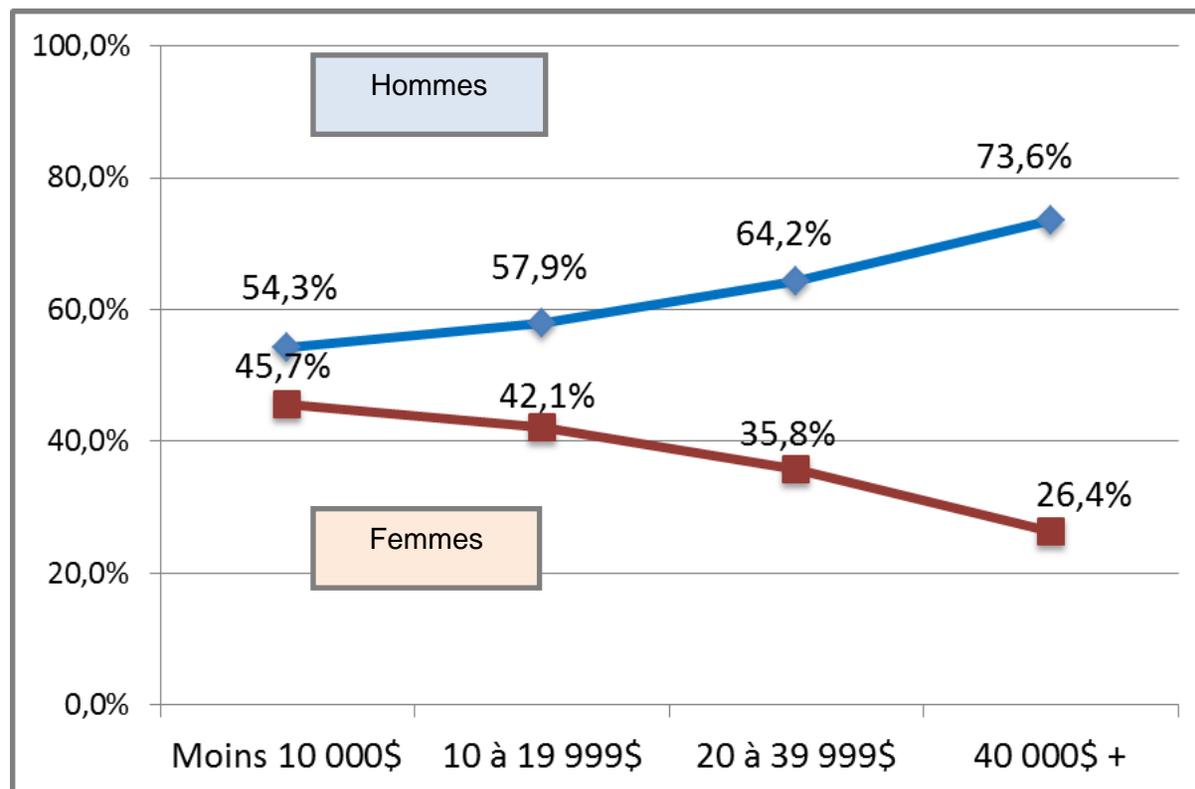
Femmes entrepreneures	Moins de 10 000 \$	10 000 \$ à 19 999 \$	20 000 \$ à 39 999 \$	40 000 \$ et plus	Revenu médian
Agglomération de Longueuil	21,1	23,9	28,0	27,2	22 196 \$
Longueuil	23,5	28,1	30,4	17,9	19 185 \$
Brossard	23,4	23,4	26,8	26,5	20 604 \$
Saint-Lambert	16,2	14,0	26,5	44,1	33 526 \$
Boucherville	15,7	17,8	23,6	43,5	32 978 \$
Saint-Bruno	13,1	21,9	27,0	40,1	29 747 \$
Québec (PR)	23,8	29,7	28,4	18,1	19 323 \$

Hommes entrepreneures	Moins de 10 000 \$	10 000 \$ à 19 999 \$	20 000 \$ à 39 999 \$	40 000 \$ et plus	Revenu médian
Agglomération de Longueuil	13,5	17,9	27,3	41,3	32 373 \$

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Un revenu médian nettement inférieur à celui des hommes entrepreneurs** – Les femmes entrepreneures ont un revenu médian de 22 196 \$, comparativement à 32 373 \$ pour les hommes entrepreneurs, dans l'agglomération de Longueuil. Toutefois, ce revenu médian des femmes entrepreneures se compare avantageusement à celui des femmes entrepreneures du Québec (19 323 \$) ou encore de la Montérégie (19 833 \$). À noter que les femmes entrepreneures des municipalités de Saint-Lambert et de Boucherville ont un revenu médian légèrement supérieur à celui des hommes entrepreneurs, soit 33 526 \$ et 32 978 \$ respectivement. Suivent pas très loin derrière les femmes de Saint-Bruno (29 747 \$).

Graphique 15 Revenu total avant impôt – Comparaison différenciée femmes/hommes, Agglomération Longueuil



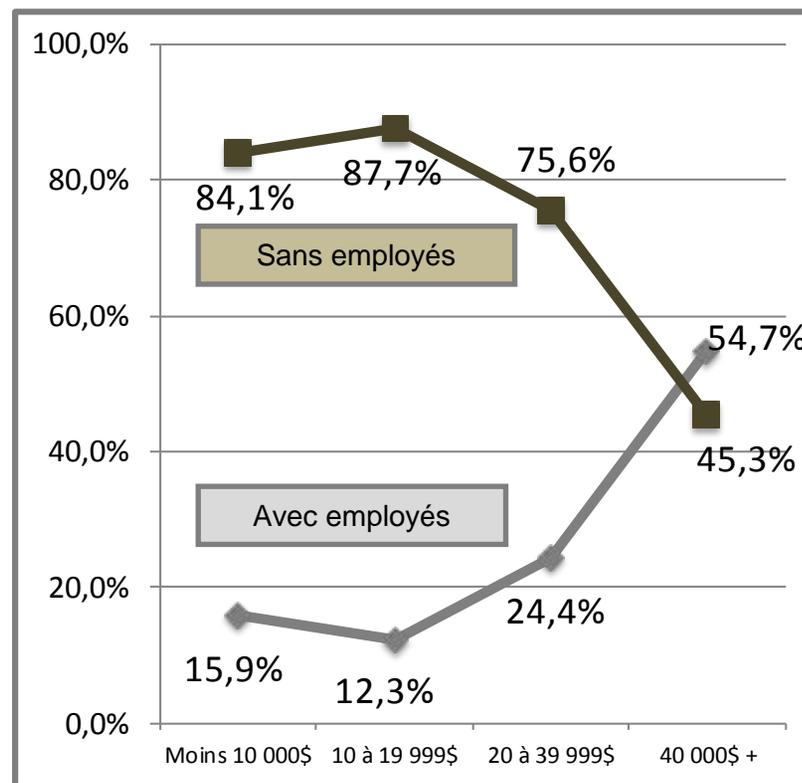
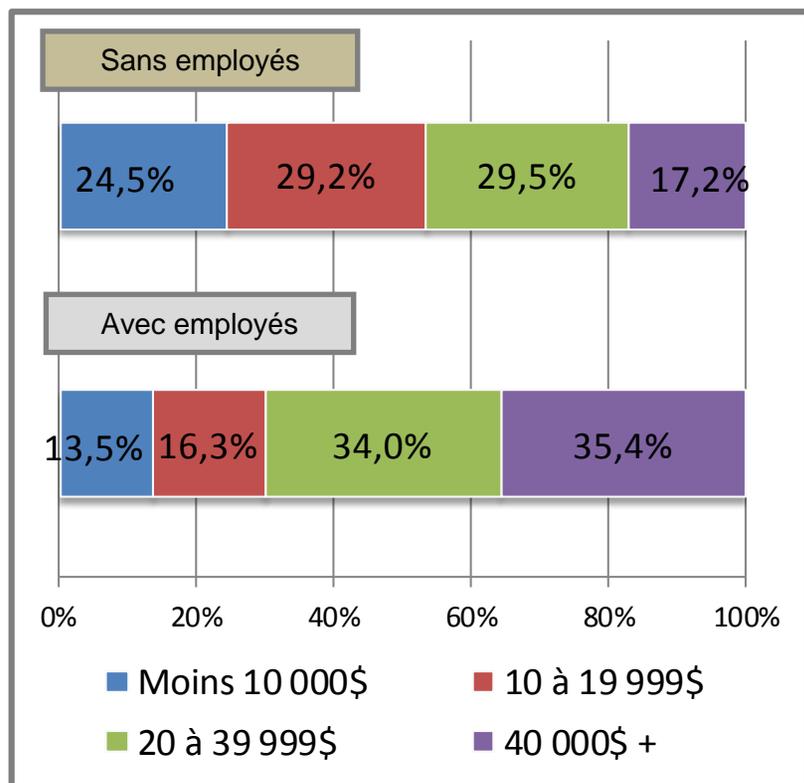
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Plus le revenu augmente, plus l'écart homme/femme s'accroît** – Jusqu'à un revenu total avant impôt de 20 000 \$ annuellement, le nombre d'hommes et de femmes est relativement stable, mais dès qu'on atteint les échelons supérieurs, l'écart entre les sexes se fait davantage sentir. Ainsi, dans le groupe des entrepreneurs qui gagnent un revenu total supérieur à 40 000 \$, on ne trouve guère plus de 26,4 % de femmes entrepreneures comparativement à 73,6 % d'hommes entrepreneurs. Notons que l'écart entre les sexes est moins prononcé que sur les deux autres territoires montérégiens.

Graphique 16 Revenu total avant impôt – Avec employés/sans employés, Agglomération de Longueuil

G-16a – Femmes avec ou sans employés prises séparément

G-16b – Femmes entrepreneures prises globalement



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les entreprises avec employés permettent d'obtenir de meilleurs revenus** – La majorité des femmes entrepreneures sans employés (24,5 % + 29,2 % = 54,7 %) ont un revenu total avant impôt inférieur à 20 000 \$, alors que la majorité de celles avec employés (34,0 % + 35,4 % = 69,4 %) ont un revenu supérieur à 20 000 \$. Le graphique de droite est encore plus éloquent, montrant qu'à l'échelon supérieur de 40 000 \$ et plus, les femmes entrepreneures avec employés (54,7 %) sont plus nombreuses que les femmes entrepreneures sans employés (45,3 %). À tous les autres échelons, c'est l'inverse, les femmes entrepreneures autonomes (sans employés) sont beaucoup plus nombreuses que les femmes avec employés.

Tableau15 Temps de travail et revenu d'emploi – Femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil

Femmes entrepreneures	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nombre %	Revenu d'emploi médian	Nombre %	Revenu d'emploi médian
Agglomération de Longueuil	46,5	23 345 \$	51,7	13 207 \$
Longueuil	48,5	18 058 \$	50,1	10 992 \$
Brossard	46,7	25 700 \$	50,4	14 503 \$
Saint-Lambert	38,4	41 675 \$	58,4	20 027 \$
Boucherville	46,6	36 123 \$	53,6	18 441 \$
Saint-Bruno	44,2	30 090 \$	55,8	15 025 \$
Québec (PR)	46,0	17 466 \$	52,8	11 588 \$

Hommes entrepreneurs	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nombre %	Revenu médian	Nombre %	Revenu médian
Agglomération de Longueuil	48,2	31 345 \$	51,8	19 826 \$

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Un nombre égal de femmes entrepreneures à temps plein et à temps partiel** – 46,7 % des femmes ont travaillé toute l'année à temps plein (revenu d'emploi médian : 23 345 \$), tandis que 51,7 % d'entre elles ont travaillé à temps partiel ou une partie de l'année (revenu d'emploi médian : 13 207 \$). Dans le cas des hommes, 48,2 % ont travaillé à temps plein (revenu d'emploi médian : 31 345 \$) et 51,8 % à temps partiel (revenu d'emploi médian : 19 826 \$). C'est à Saint-Lambert que l'on retrouve le revenu médian le plus élevé, que ce soit à temps ou à temps partiel. À noter que, contrairement aux deux autres territoires montréalais, le revenu d'emploi médian des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil est plus élevé que la moyenne québécoise.

Tableau16 Revenu d'emploi, temps plein et partiel – Comparaison femmes/hommes – Agglomération Longueuil

Entrepreneur(e)s	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nbre %	Revenu moyen	Nbre %	Revenu moyen
Femmes avec employés	60,0 %	54 612 \$	38,7 %	48 387 \$
Hommes avec employés	72,3 %	79 935 \$	27,4 %	74 407 \$
Femmes sans employés	41,1 %	31 153 \$	56,9 %	22 310 \$
Hommes sans employés	48,7 %	36 074 \$	50,4 %	29 318 \$

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Le temps de travail n'explique pas les plus faibles revenus des femmes** – Il ne faut pas croire que le travail à temps partiel des femmes entrepreneures explique à lui seul l'écart de revenu avec les hommes. Le tableau ci-dessus isole le temps plein et le temps partiel et confirme que, dans un cas comme dans l'autre, les femmes affichent des revenus moyens d'emploi très inférieurs, et ce, tant dans des entreprises avec employés que dans celles sans employés.

Tableau17 Revenu d'emploi moyen – Selon le type d'entreprise, femmes/hommes – Agglomération Longueuil

Entrepreneur(e)s	Total femmes		Total hommes	
	Nbre %	Revenu moyen	Nbre %	Revenu moyen
Avec employés	28,4 %	51 711 \$	40,7 %	75 666 \$
Sans employés	71,6 %	25 563 \$	59,3 %	32 553 \$

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des revenus moyens plus faibles des femmes en comparaison avec les hommes** – Le tableau ci-dessus combine le temps plein et le temps partiel pour donner la pleine mesure de l'écart proportionnel des revenus moyens d'emploi des femmes entrepreneures comparativement à leurs confrères masculins. Cet écart du revenu moyen est de 23 955 \$ dans le cas des entreprises avec employés, et de 6 990 \$ dans les entreprises sans employés.

Tableau18 Fréquence de faible revenu (ménages) – Entrepreneurs de l’agglomération de Longueuil

Femmes entrepreneures	%	Hommes entrepreneures	%
Avec employés	13,0 %	Avec employés	9,2 %
Sans employés	23,5 %	Sans employés	21,7 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des taux élevés de faible revenu chez les entrepreneurs** – Chez les femmes entrepreneures comme chez les hommes entrepreneurs, la fréquence de faible revenu est élevée, surtout si on est travailleur autonome (entreprises sans employés). Il s’agit ici d’un taux calculé sur la base des ménages. Le taux calculé sur une base individuelle serait forcément plus élevé. Dans le cas d’une femme entrepreneure, par exemple, si son conjoint gagne un revenu supérieur, elle n’est pas prise en compte dans le calcul de la fréquence, car elle fait partie d’un ménage qui n’est pas considéré à faible revenu.

Tableau19 Fréquence de faible revenu (ménages) – Entrepreneurs de la Montérégie (Québec)

Femmes entrepreneures	Mtrg % (Qc %)	Hommes entrepreneures	Mtrg % (Qc %)
Avec employés	10,2 % (12,5 %)	Avec employés	7,2 % (9,8 %)
Sans employés	19,2 % (21,9 %)	Sans employés	19,5% (23,0 %)

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des taux de faible revenu plus élevés qu’en Montérégie, mais moins élevés au Québec** – La fréquence de faible revenu dans l’agglomération de Longueuil est partout plus élevée, autant pour les hommes entrepreneurs que les femmes entrepreneures, avec ou sans employés. Comparativement à la fréquence de l’ensemble du Québec, celle des femmes entrepreneures de l’agglomération de Longueuil est supérieure, ce qui n’est pas le cas des hommes entrepreneurs.

En somme, l’entrepreneuriat n’est pas automatiquement synonyme d’enrichissement.

À retenir

De ce portrait statistique, on peut retenir un certain nombre de constats sociodémographiques et socioéconomiques généraux :

- Le profil statistique des femmes de l'agglomération de Longueuil se compare favorablement à celui de l'ensemble de la Montérégie et du Québec. Le bilan se distingue également de façon avantageuse par rapport aux deux autres territoires de la grande région montréalaise, soit la Vallée du Haut-Saint-Laurent et la Montérégie Est.
- À population égale, les femmes entrepreneures sont presque deux fois moins nombreuses que les hommes entrepreneurs.
- Il y a trois fois plus de femmes entrepreneures autonomes (sans employés) que de femmes entrepreneures (avec employés).
- La croissance de l'entrepreneuriat féminin est deux fois plus rapide que celle des hommes depuis les années 1980.
- C'est dans le groupe des 40-49 ans et 50-64 ans que l'on retrouve le plus grand nombre de femmes entrepreneures.
- Les jeunes femmes sont proportionnellement plus enclines à se lancer rapidement en affaires ou à leur compte que les hommes qui, par contre, restent en affaires jusqu'à un âge plus avancé.
- C'est surtout à partir de 40 ans et jusqu'à 59 ans que les femmes entrepreneures gèrent une entreprise avec employés.
- L'état matrimonial, la présence d'enfants et la langue parlée ne sont pas des facteurs discriminants pour entreprendre.
- Les femmes entrepreneures sont généralement plus instruites et bilingues que la population féminine dans son ensemble et aussi, dans le cas particulier de l'agglomération de Longueuil, comparativement aux deux autres territoires montréalais.
- Une entrepreneure sur cinq est une femme immigrante et elle est plus encline à lancer une entreprise avec employés.
- La scolarité n'a que très peu d'impact sur le choix de lancer une entreprise avec ou sans employés.
- Les entrepreneures exercent une profession surtout liée à la vente et aux services, ensuite à la finance et à l'administration.
- Les professions qui se rattachent aux sciences naturelles et au secteur manufacturier n'attirent presque pas les femmes.
- Dans une perspective différenciée, les femmes prédominent dans les professions liées aux sciences sociales et à la santé, tandis que les hommes prédominent dans les professions liées aux sciences naturelles, aux métiers et à la gestion.
- Les femmes qui exercent une profession liée à la gestion se retrouvent plus nombreuses dans une entreprise avec employés.
- Quant au secteur d'activité, les femmes entrepreneures dominent ceux de la santé et de l'assistance sociale ainsi que des services professionnels, scientifiques et techniques.
- Dans une perspective différenciée, les entrepreneures prédominent dans les secteurs de la santé et de l'enseignement.
- Les femmes ont un revenu médian moindre que celui des hommes quel que soit le temps de travail (plein ou partiel).
- La fréquence élevée de faible revenu confirme que l'entrepreneuriat n'est pas automatiquement synonyme d'enrichissement.

Partie 3 – Les faits saillants du groupe de discussion

Des traits communs et un même besoin d’être bien informée du soutien disponible

Un groupe de discussion auquel ont participé 12 entrepreneures œuvrant dans l’une ou l’autre des villes et municipalités l’agglomération s’est tenu en avril 2012. Cette consultation visait à jeter les bases d’un portrait qualitatif ; un sondage en ligne a permis par la suite d’élargir cette consultation et valider certaines pistes.

La population à l’étude

Les participantes à ces groupes de discussion ont été invitées par le CLD de Longueuil, la Chambre de commerce et d’industrie de la Rive-Sud (CCIRS), Développement économique Longueuil et l’Association communautaire d’emprunt de la Rive-Sud. Les tableaux ci-dessous présentent leur profil.

Méthode de collecte des données	Groupe de discussion
Univers	Femmes entrepreneures avec ou sans employés
Marché	Agglomération de Longueuil
Sélection des participants	Aléatoire à partir des listes du CLD, de la CRÉ, de DEL et de la CCIRS – Envoi d’une lettre d’invitation par courriel
Date	18 avril 2012
Nombre de participantes	12

Note méthodologique : puisqu’il s’agit d’une étude qualitative, les résultats ne peuvent être considérés comme étant statistiquement représentatifs de toute la population. Cependant, la grande convergence des opinions sur les différents sujets confère un niveau élevé de confiance quant à la validité des résultats du présent rapport.

Profil des participantes

Critères	Participant(e)s (n=12)
Nombre employés	
Aucun	7
1 à 2 employés	3
3 à 10 employés	1
Plus de 10 employés	1
Catégorie d'âge	
Entre 18 et 34 ans	4
Entre 35 et 44 ans	3
Entre 45 et 54 ans	5
55 ans et plus	0
Secteur d'activité économique	
Commerce de détail	3
Services aux entreprises	5
Santé et services sociaux	1
Transport	1
Industrie manufacturière	2
Nombre d'années comme entrepreneure	
1 an	9
2 à 5 ans	3
6 ans et plus	0

Les thèmes abordés

Plusieurs thèmes ont été abordés pendant les deux heures de discussion : les motivations pour se lancer en affaires, les avantages et les inconvénients, les modèles d'affaires, les obstacles au démarrage, les stratégies de développement, les défis à relever pour rester en affaires, les différences femmes-hommes en gestion, les perceptions sur les femmes entrepreneures dans le monde des affaires et, finalement, les principaux besoins de soutien entrepreneurial ainsi que les pistes d'amélioration suggérées à cet égard.

Sont présentés, dans les pages qui suivent, les principaux faits saillants qui ressortent de ces échanges.

LES PRINCIPALES MOTIVATIONS POUR SE LANCER EN AFFAIRES

Plusieurs facteurs ont incité les femmes entrepreneures de Longueuil à se lancer en affaires, qu'il s'agisse de réaliser un projet à la mesure de leur ambition et sans contraintes ou pour concilier les priorités familiales et professionnelles. Cependant, une grande motivation réunit la majorité du groupe, celui de répondre à un besoin particulier du marché. Voici en résumé les motivations évoquées durant la table ronde :

- Sortir de la grande entreprise, ne plus être plafonnée ou freinée par l'autorité
- Satisfaire son goût d'entreprendre (fibre entrepreneuriale), son côté inventif
- Concrétiser sa vision, réaliser un projet, répondre à ses aspirations,
- Répondre à un besoin clairement identifié et ressenti soi-même
- Saisir une opportunité grâce à sa connaissance du marché
- Concilier travail et famille, notamment avec un enfant malade
- Se réaliser dans un projet professionnel après le départ des enfants
- Acquérir une autonomie financière après la perte d'un emploi

LES AVANTAGES PERÇUS

Une fois à la tête de leur entreprise, les entrepreneures ressentent de multiples avantages bien que certains se retrouvent également dans la colonne des inconvénients. Les plus grands avantages semblent être la reconnaissance dans son champ d'expertise et le sentiment d'être libre d'agir. Voici plus précisément l'ensemble des avantages :

- Reconnaissance professionnelle, sentiment de fierté
- Autonomie, indépendance, entière responsabilité face à son travail
- Avantage financier par rapport à une échelle salariale limitée en emploi
- Assurance d'un nouveau cycle de vie professionnelle vs. les impacts liés à l'âge
- Pouvoir d'exprimer sa créativité

- Capacité et sentiment d'être précurseur dans un domaine
- Goût de travailler chaque jour
- Choisir son entourage professionnel (employés, partenaires, fournisseurs)
- Qualité de vie au travail
- Souplesse des horaires, conciliation travail-famille

LES INCONVENIENTS PERÇUS

Les principaux inconvénients cités par les femmes entrepreneures sont liés à l'insécurité, au sentiment de solitude et à la complexe gestion du temps qui exige de nombreux compromis... surtout sans le soutien des siens. Voici ceux qui ont été cités maintes fois durant la discussion:

- Difficultés et insécurité liées aux problèmes de santé qui peuvent survenir
- Insécurité financière, baisse de revenu notamment au démarrage
- Manque de temps, tâche lourde, difficulté à décrocher, liés aux caractéristiques de la « Super Woman »
- Difficile conciliation des responsabilités parentales et professionnelles
- Manque de support de l'entourage, du conjoint (sacrifices, risques, exigences)
- Discipline personnelle essentielle quand on est à son compte
- Sentiment d'échec quand on n'obtient pas un contrat
- Solitude, notamment dans les périodes difficiles où l'on aurait tant besoin d'échanger avec des proches
- Manque de relève, de soutien professionnel

LES MODELES D'AFFAIRES

Quand on a demandé aux femmes entrepreneures si elles avaient réfléchi à différents modèles d'affaires au moment de lancer leur entreprise, la majorité a répondu avoir retenu d'emblée le statut d'entreprise individuelle. Plus spécifiquement :

- Quelques-unes se sont informées auprès du conseiller du CLD
- Quelques-unes se sont incorporées compte tenu de leur secteur d'activité
- Mais aucune n'a pensé à une formule d'entreprise collective ou coopérative

LES OBSTACLES AU DEMARRAGE

Au démarrage, les entrepreneures ont dû faire face à plusieurs obstacles, notamment pour la structuration de leur projet d'entreprise, le financement et le développement de marché. Plusieurs ont le sentiment d'avoir eu tout à gérer et à maîtriser en même temps sans afficher son essoufflement et ses craintes vis-à-vis les clients. Voici les obstacles soulignés :

- Devoir tout faire seule: production, marketing, vente, promotion, recouvrement
- Malaise au moment de fixer des tarifs, de faire reconnaître sa véritable valeur
- Difficulté à projeter une image crédible (même si on est une travailleuse autonome)
- Incapacité à miser sur une relève motivée et bien formée (rotation de personnel)
- Complexité pour établir les bonnes règles du jeu (facturation, contrats)
- Manque de connaissance et de ressources sur les aspects juridiques, la fiscalité
- Ne pas pouvoir avoir de stagiaire ou de subvention salariale en vertu de différents programmes étant travailleuse autonome
- Peu de revenus au démarrage de l'entreprise

LES STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT

Outre le réseautage, les entrepreneures utilisent différentes stratégies de développement, mais elles émettent certaines craintes quant au partage de leurs idées ou de leurs recettes gagnantes. Voici les principales stratégies qu'elles mettent en œuvre pour assurer leur développement:

- Faire partie de réseaux mais en restant prudentes lors des échanges sur ses stratégies d'affaires et ses marchés; préférence pour les « lunch and learn »
- Cibler les invitations reçues en fonction de ses besoins, de son secteur
- Faire des « cold calls »
- Assurer un suivi auprès de ses clients pour assurer leur fidélisation
- Alimenter positivement le bouche-à-oreille
- Consulter les médias, notamment les médias d'affaires pour déceler des occasions, suivre les tendances
- Participer à des événements, des colloques, des salons pour s'informer et se former
- Avoir des agents commerciaux ou manufacturiers sur la scène internationale pour faire la promotion de l'entreprise et développer des marchés extérieurs.

LES DEFIS POUR RESTER EN AFFAIRES

Les défis exprimés par les femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil reflètent les conditions de succès essentielles pour assurer la survie et la croissance de leur entreprise. Plusieurs de ces conditions représentent les valeurs qui les animent:

- Être à l'écoute de ses clients pour orienter son développement d'affaires
- Faire preuve de ténacité, de patience et de détermination
- Garder constamment sa confiance en soi et en son projet
- Se maintenir au rang des meilleures
- Savoir bien s'entourer en complémentarité avec ses propres compétences
- Travailler en réseau

LES MODES DE GESTION DIFFERENTS FEMME/HOMME

Les femmes reconnaissent être différentes des hommes dans certains aspects de leur gestion ou de leur développement d'affaires. Voici les aspects qu'elles ont soulignés:

- Gérer le personnel en se laissant guider par son cœur; on a évoqué la fibre maternelle
- Développer son entreprise en suivant son intuition
- Manquer de confiance en soi pour affirmer sa valeur, contrairement aux hommes
- Être plus directe et transparente, c'est-à-dire avoir recours à moins de jeux ou de stratégies que les hommes
- Avoir la capacité de faire plusieurs choses à la fois

LES PERCEPTIONS DIFFERENTES FEMMES/HOMMES

Les femmes consultées ont observé certaines différences de perceptions entre les femmes et les hommes, mais les perceptions négatives semblent plus tenaces dans certains secteurs traditionnellement réservés aux hommes, par exemple les secteurs manufacturier et le transport.

- Crédibilité professionnelle plus facile à obtenir pour les hommes
- Plus de difficultés à s'affirmer dans un monde d'hommes
- Perception qu'une mère de famille est moins disponible qu'un père

LES PRINCIPAUX BESOINS DE SOUTIEN ENTREPRENEURIAL

Les participantes du groupe de discussion ne connaissent pas bien les ressources en soutien entrepreneurial offert dans l'agglomération de Longueuil. Elles déplorent toutes le manque d'informations à cet égard. Elles souhaitent également que le soutien soit adapté à différentes situations. Voici comment elles ont exprimé leurs besoins :

- Une meilleure connaissance des ressources offertes aux femmes entrepreneures
- Un repérage plus facile et un accès simple aux ressources
- Un portail destiné aux femmes d'affaires
- Des critères d'admissibilité plus souples pour les programmes
- Un réseau de certification des femmes d'affaires
- Plus d'information et de promotion sur les concours en entrepreneuriat
- Une offre de soutien adaptée aux entrepreneures du secteur manufacturier

LES PISTES D'AMELIORATION SOUHAITEES

Outre l'accent à mettre sur la diffusion efficace de l'information, notamment sur les ressources, les femmes consultées ont émis le souhait que l'accompagnement soit plus constant et proactif et que les mesures soient plus flexibles. Elles ont retenu des actions prioritaires à inscrire dans le plan d'action des organismes de développement. Les voici:

- Offrir du soutien adapté au secteur manufacturier
- Donner facilement accès aux intervenants via un guichet unique d'information et de référence
- Augmenter le budget consacré au soutien entrepreneurial
- Enrichir l'offre de formation aux nouvelles entrepreneures
- Assouplir les critères d'admissibilité, notamment pour le financement
- Offrir des subventions pour l'emploi de ressources

À retenir

- Les femmes consultées dans ce groupe de discussion saisissent bien les besoins de leur marché et sont à l'affût des tendances.
- Elles notent des inconvénients liés à l'insécurité, à la lourdeur de la tâche, au manque de relève et à l'isolement professionnel.
- Le réseautage fait partie de leurs stratégies de développement, notamment comme source d'apprentissage.
- Le développement de la clientèle se fait aussi grâce à des appels directs, une revue de presse régulière, des agents de commercialisation.

TROIS PRIORITES : COMMUNICATIONS, SOUPLESSE, ACCES A L'EXPERTISE

- Les entrepreneures de l'agglomération de Longueuil souhaitent que les ressources de soutien entrepreneurial soient mieux diffusées et répertoriées et qu'on les retrouve facilement via un guichet unique ou un portail. C'est l'une des priorités qu'elles ont ciblée.
- Elles constatent aussi que les mesures et programmes manquent de souplesse et peuvent être mal adaptés à leurs besoins (ex. manufacturier). Elles en font une piste d'amélioration prioritaire.
- Elles ont besoin qu'on leur facilite l'accès à des expertises dans certains domaines notamment, fiscal, juridique et marketing. Elles ont font également une priorité.

Partie 4 - Le sondage en ligne

Les résultats du sondage

Des objectifs complémentaires à l'étude

- Déterminer l'importance des défis et besoins et des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil
- Donner un ordre de priorité aux suggestions de pistes d'amélioration portant sur le soutien entrepreneurial

Méthodologie

Méthode de collecte des données	Sondage Internet
Univers	Femmes entrepreneures
Marché	Agglomération de Longueuil
Sélection des répondantes	Invitation à participer envoyée par courriel
Date de collecte des données	14 au 28 mai 2012
Échantillon	127 répondantes
Taux de réponse	22 %
Marge d'erreur	8,7 % à un niveau de confiance de 95 %

Principales motivations

Les 3 principaux facteurs incitant à devenir entrepreneures (Q3) – N = 126



- Le facteur n° 1 pour 30% des femmes demeure la **passion pour un projet ou un domaine**.
- Autres = 0%

ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

Avec employés vs sans employés

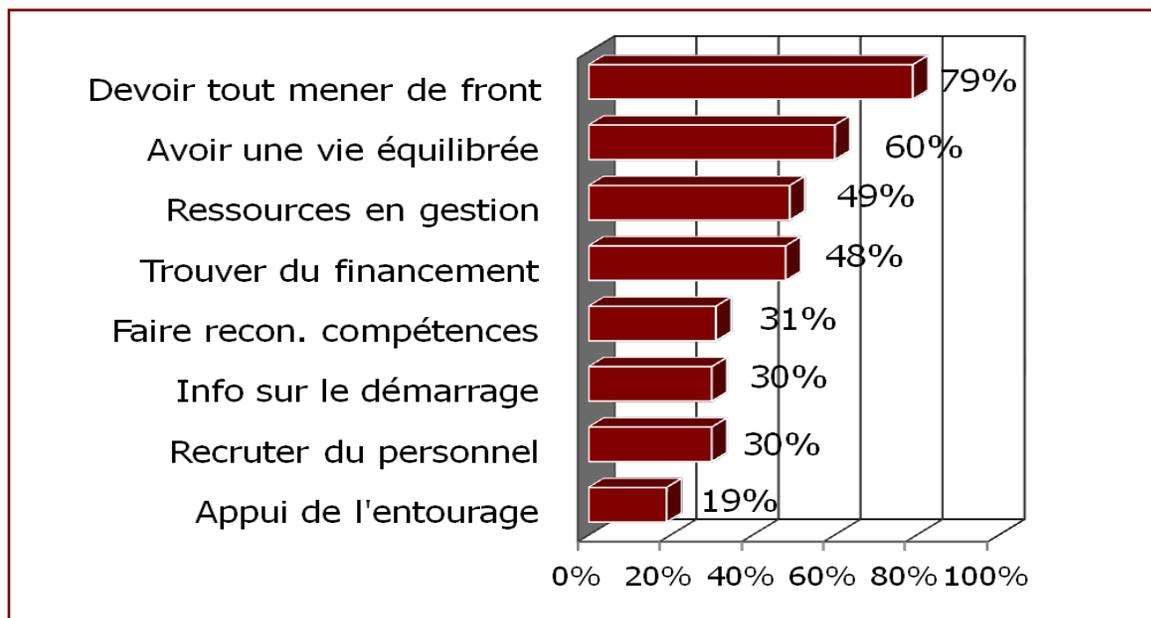
- « **Relever un défi** » est une motivation pour 47% des entrepreneures avec employés vs seulement 29% pour celles sans employés.

Avec garde d'enfants vs sans garde d'enfants

- Sans surprise, la **conciliation travail-famille** est un facteur de motivation pour davantage de femmes ayant la garde d'enfants à temps plein (49%) que pour celles qui n'ont pas la garde d'enfants (12%).

Difficultés lors du démarrage

Difficultés éprouvées lors du démarrage (Q4) – N = 119



- On constate qu'il y a de nombreuses difficultés au démarrage pour les femmes entrepreneures.
- Autres = 3%

ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

Par groupe d'âge

- Aucune des femmes de 55 ans et plus ne dit avoir eu de la difficulté à obtenir **l'appui de l'entourage**.

Par niveau de scolarité

- 46% des non-universitaires ont eu de la difficulté à **faire reconnaître leurs compétences** vs 19% des universitaires.

Par nombre d'employés

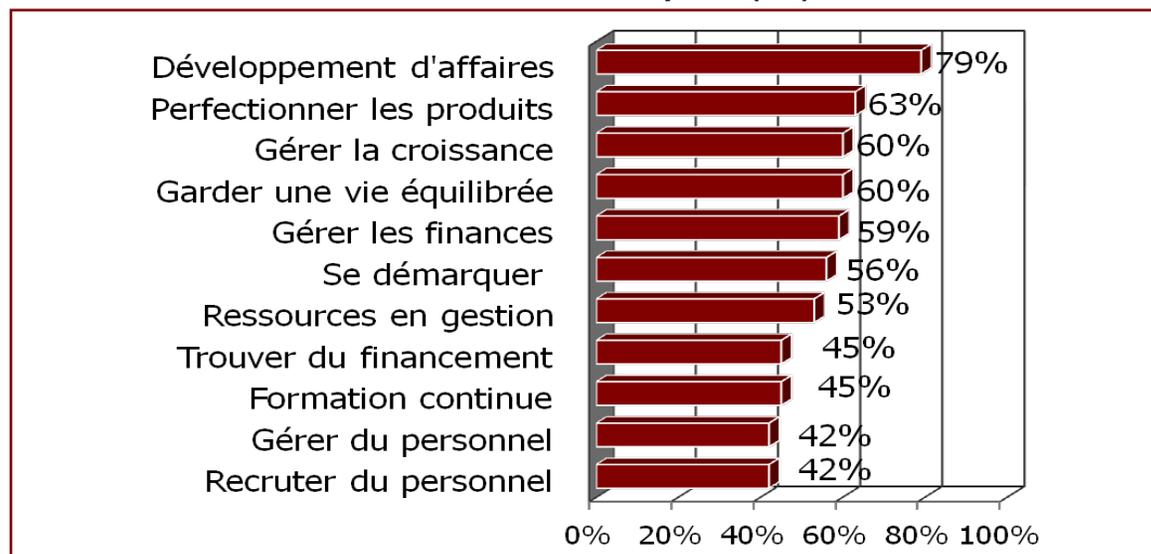
- 65% des entrepreneures ayant des employés éprouvent de la difficulté à avoir **une vie équilibrée** vs 44% des entrepreneures sans employés.

Par nombre d'années de l'entreprise

- 35% des entreprises de 6 ans et plus éprouvent des difficultés à recruter du **personnel** vs 14% des autres.

Défis actuels des entrepreneures

Les défis actuels à relever dans votre entreprise (Q5) – N = 115



- Tous ces éléments représentent des défis actuels pour près de la moitié des femmes.
- Autres = 3%

ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

Par groupe d'âge

- Les femmes de 55 ans et plus ont moins de difficultés à **gérer les aspects financiers** (11% vs 61% des autres) et à miser sur des ressources de gestion (9% vs 55% des autres).

Par scolarité

- 70% des non-universitaires font face au défi de **gérer les aspects financiers** vs 46% des universitaires.

Nombre d'années de l'entreprise

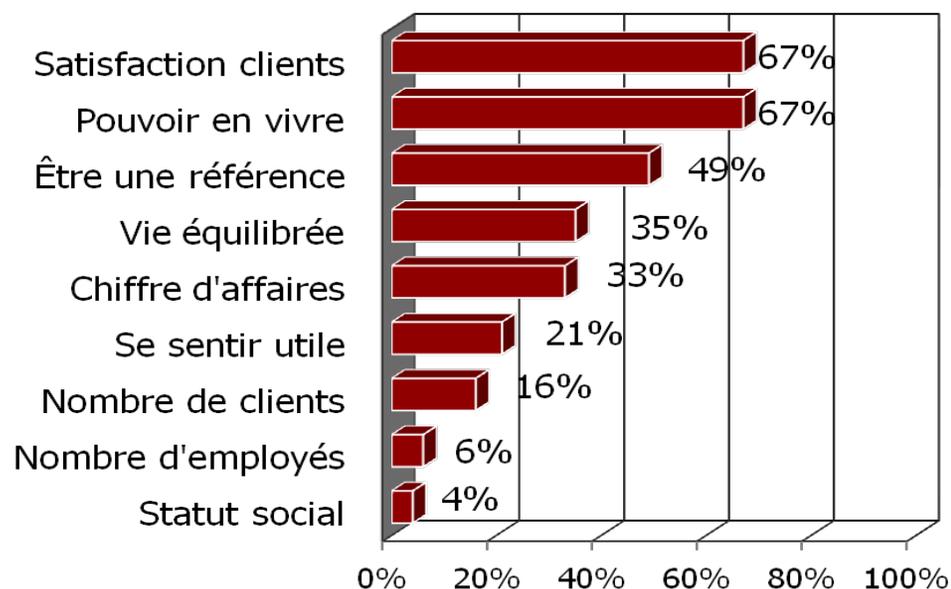
- Le défi de **recruter du personnel** se retrouve plus souvent dans les entreprises de 6 ans et plus (50%) que dans celles de 1 à 5 ans (32%).
- Même chose pour **la gestion du personnel**, un défi pour 54% des entreprises de 6 ans et plus vs 30% de celles de 1 à 5 ans.

Avec employés vs sans employés

- 63% des femmes avec employés font face au défi de **gérer la croissance** vs 44% de celles sans employés.

Critères de réussite

Les 3 principaux critères de réussite de votre entreprise (Q6) – N = 118



- La satisfaction de la clientèle constitue l'un des principaux critères de réussite pour la grande majorité (67%) des femmes entrepreneures.
- Autres = 2%

ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

Par groupe d'âge

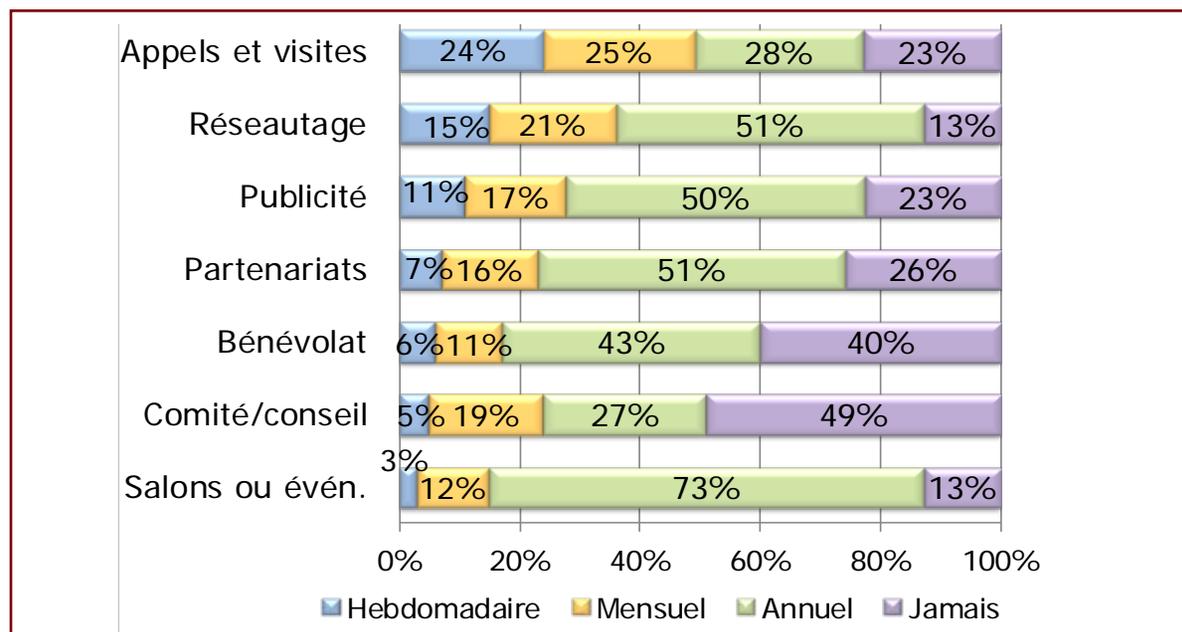
- 32% des moins de 35 ans considèrent le **nombre de clients** comme critère de réussite vs seulement 10% des 35 ans et plus.

Par nombre d'années de l'entreprise

- Plus l'entreprise compte d'années et plus la **satisfaction de la clientèle** a tendance à devenir le premier critère de réussite.

Stratégies de développement

Dans quelle mesure utilisez-vous les stratégies suivantes (Q7) – N = 114



- 36% des femmes entrepreneures participent au moins une fois par mois à des **activités de réseautage**.
- Et 13% des entrepreneures n'y participent **jamais**.

ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

Avec employés vs sans employés

- 21% des entrepreneures sans employés **écrivent des articles** dans les journaux ou sur Internet toutes les semaines vs 4% de celles avec employés.

Par nombre d'années de l'entreprise

- Plus l'entreprise compte d'années d'existence et moins on a tendance à **faire de réseautage**.

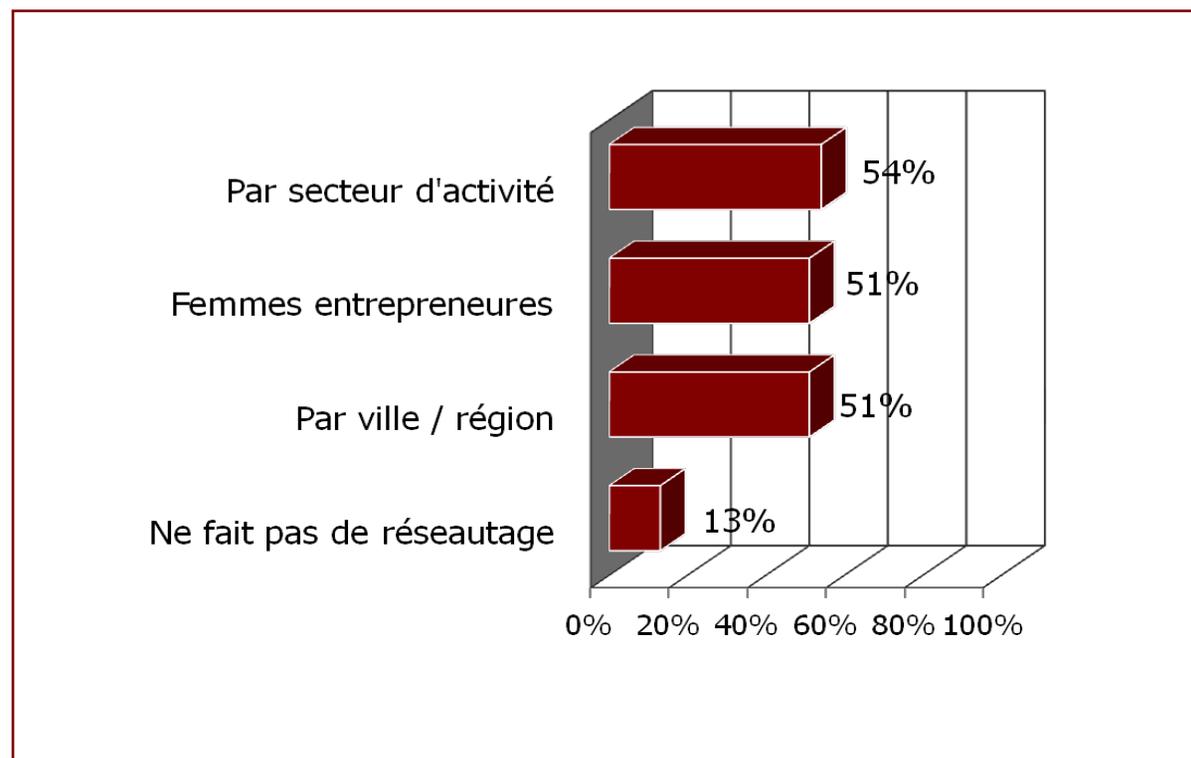
Par niveau de scolarité

- 25% des diplômées du secondaire ne font jamais de **réseautage** vs 0% des diplômées de maîtrise ou de doctorat.

Il n'y a pas de différence significative dans les stratégies utilisées par les femmes avec garde d'enfants vs celles sans garde d'enfants.

Type de réseautage

Quel type de réseautage vous intéresse (Q10) – N = 111



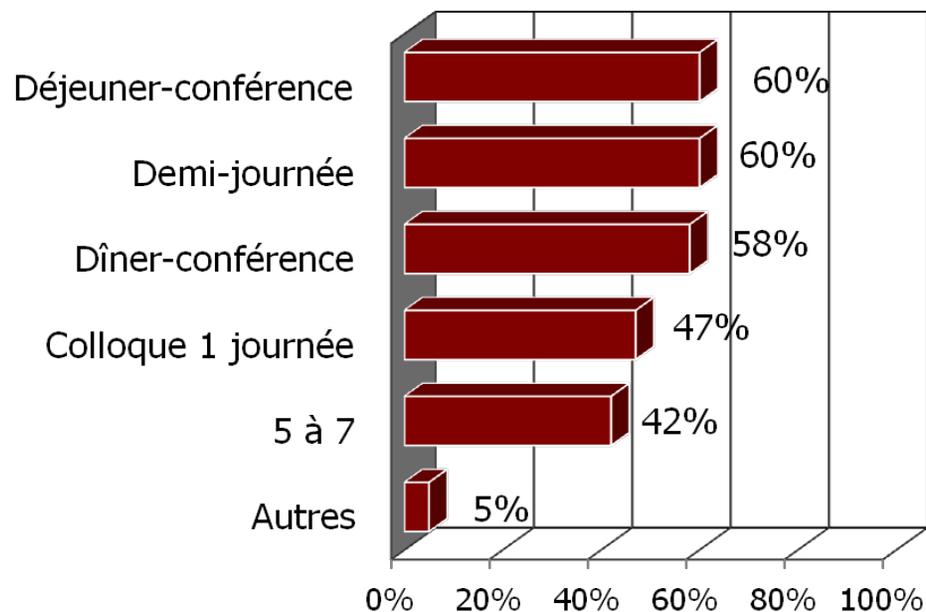
- 13% des femmes entrepreneures ne souhaitent pas faire de réseautage.

Par scolarité :

- Elles sont 23% à ne pas faire de réseautage chez les diplômées du **secondaire**.

Activités de réseautage

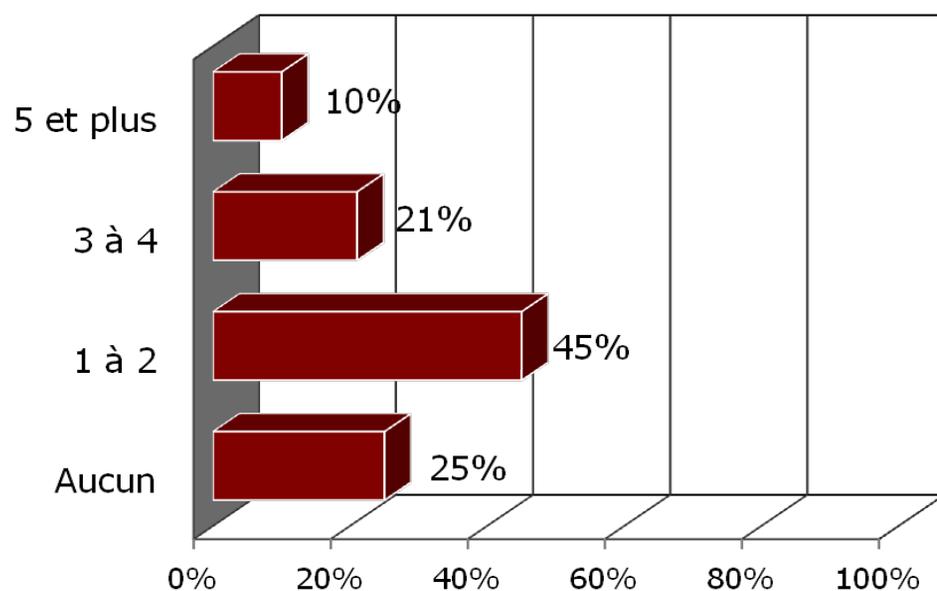
Quel type d'activité de réseautage vous intéresse (Q11) – N = 97



- La majorité des femmes entrepreneures préfèrent les activités de réseautage de **courte durée** : atelier d'une demi-journée, déjeuner ou dîner-conférence.

Atelier de formation

Inscrite à un atelier de formation – 12 derniers mois (Q12) – N = 110

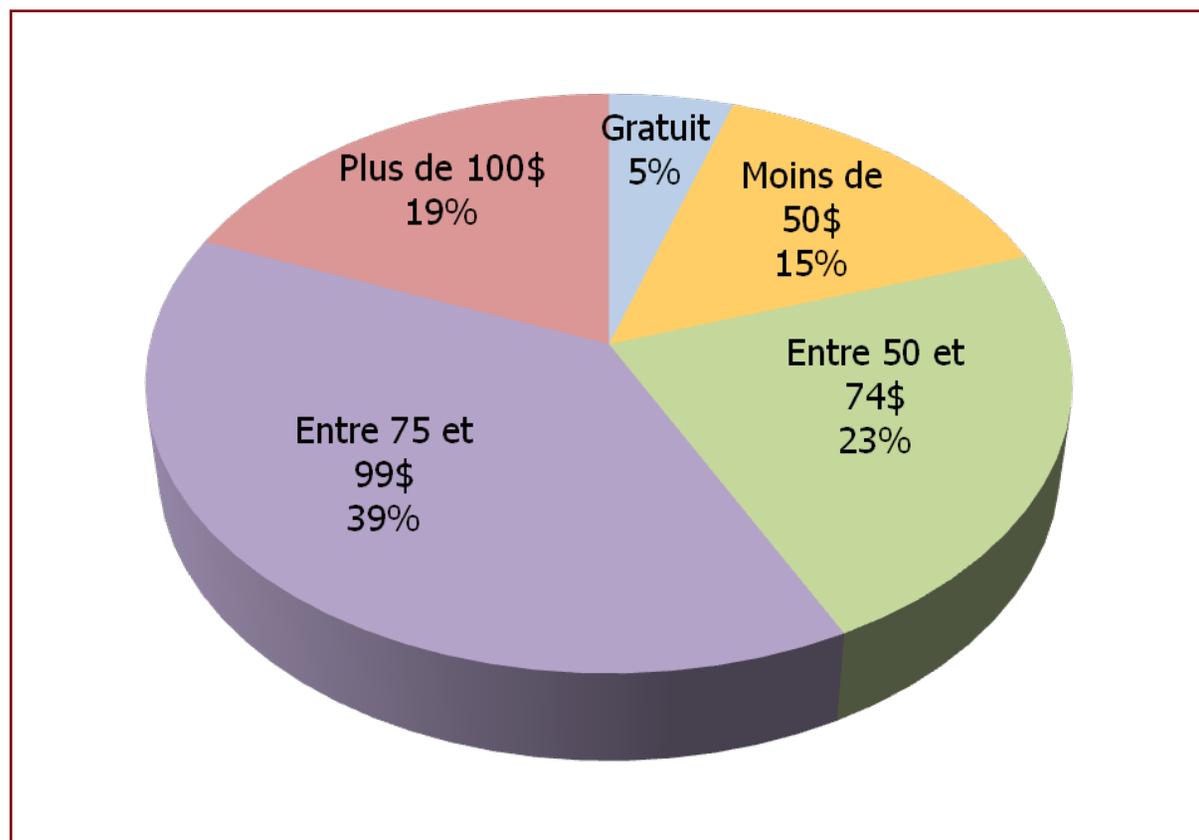


- Trois femmes sur quatre (75%) se sont inscrites à **au moins un atelier de formation** au cours des 12 derniers mois.

- 62% des diplômées du **secondaire** ne se sont inscrites à aucun atelier de formation vs 18% des diplômées du collégial et 21% des universitaires.

Coût pour un atelier de formation

Prix raisonnable pour un atelier de formation de 3 h (Q13) – N = 110

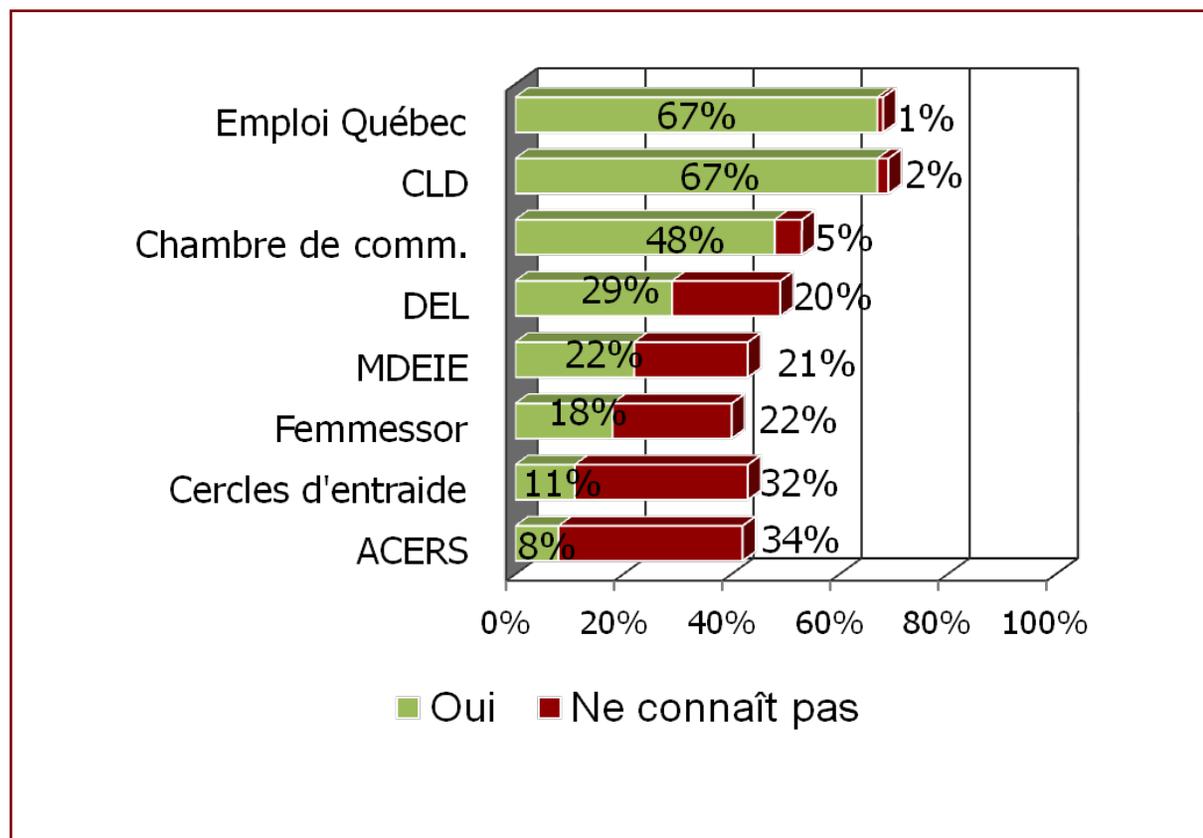


- Un atelier de formation entre 50\$ et 74\$ rejoint le budget de la majorité des femmes (81%).

- 53% des diplômées universitaires de deuxième cycle s'attendent à payer plus de 100\$ pour une formation.

Organismes pour les entrepreneurs

Services des organismes suivants déjà utilisés (Q8) – N = 113

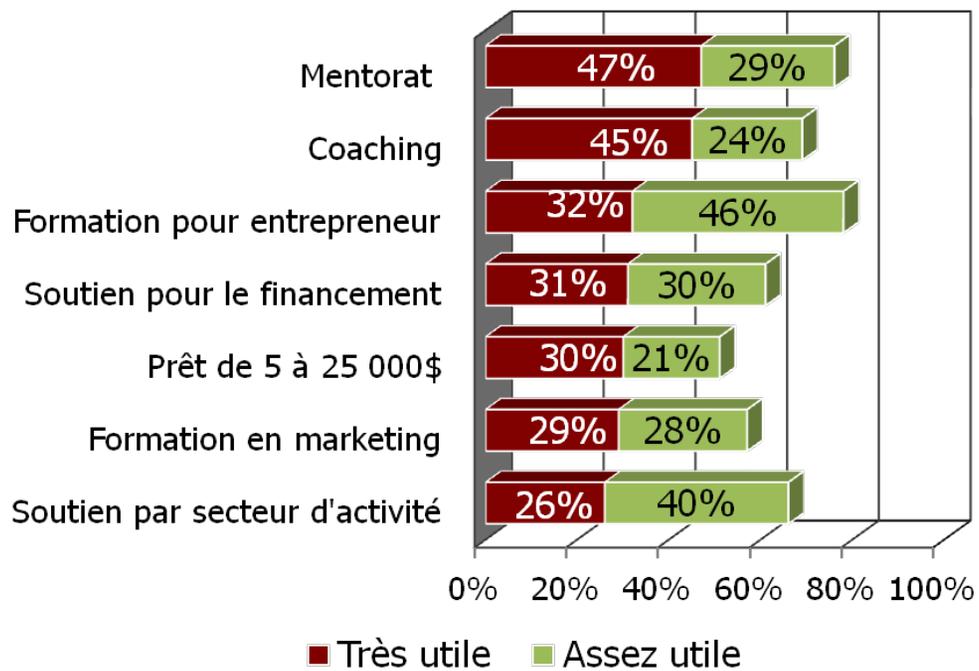


Les taux de notoriété :

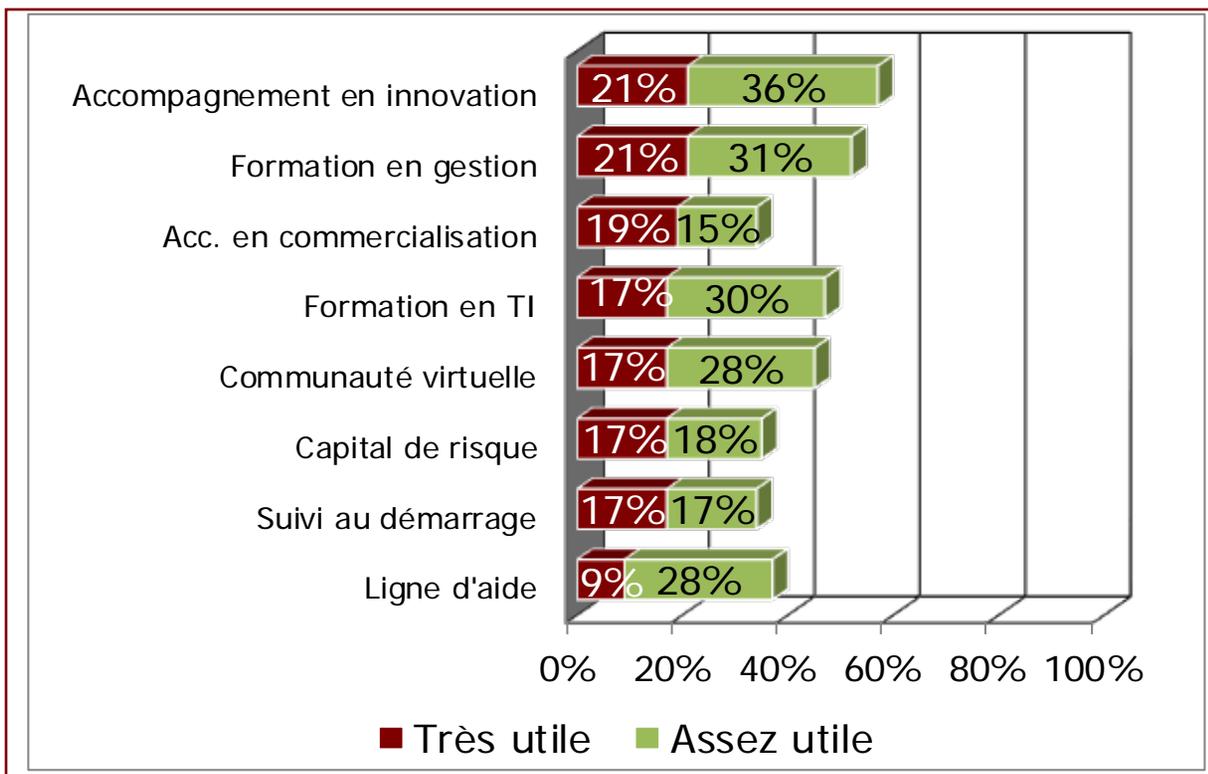
- CLD : 98%
- CC : 95%
- DEL : 80%
- Femmessor : 78%

Outils et services utiles

Services utiles pour VOTRE entreprise (Q9) – N = 111



- Près d'une femme entrepreneure sur deux trouverait TRÈS UTILES les services de mentorat ou de coaching.



- La **ligne d'aide** téléphonique obtient le plus faible taux d'intérêt.

ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

Par nombre d'employés

- Les **prêts de 5 000 \$ à 25 000 \$** sont jugés très utiles pour davantage de PME de 10 employés et moins (36%) que pour les entrepreneures avec plus de 10 employés (13%).
- Le suivi et **support au démarrage** est davantage très utile pour les entrepreneures sans employés (34%) que pour celles avec employés (8%).

Par scolarité

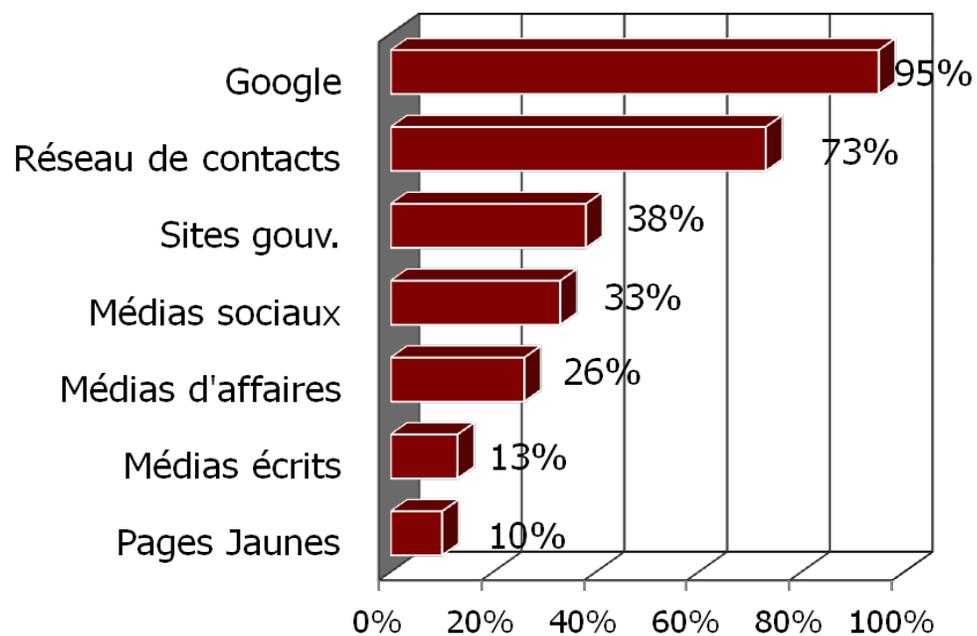
- 30% des non-universitaires trouveraient très utile **l'accompagnement en innovation** vs 13% des universitaires.

Par nombre d'années de l'entreprise

- À l'exception du suivi et du **support au démarrage**, le nombre d'années de l'entreprise n'est pas un facteur de différenciation au niveau des services.

À la recherche d'informations

Chercher des informations sur des services offerts (Q14) – N = 109



- Lorsque les femmes entrepreneures désirent obtenir de l'information sur un service, elles font une recherche sur **Google** et consultent leur **réseau** de contacts.

Profil des répondantes

Critères	
Nombre d'années comme entrepreneure	N = 127
1 ^{re} année	14 %
2 à 5 ans	35 %
6 à 9 ans	20 %
10 ans et plus	31 %
Secteur d'activité économique	N = 107
Services aux entreprises	30 %
Commerce de détail	15 %
Industries manufacturières	9 %
Santé et services sociaux	8 %
Restauration et hébergement	6 %
Entreprises de distribution	6 %
Nombre d'employés (Q22)	N = 107
Aucun	33 %
1 à 2 employés	17 %
3 à 10 employés	28 %
Plus de 10 employés	22 %

Heures par semaine consacrées à l'entreprise (Q23)	N = 107
Moins de 30 heures	11 %
Entre 30 et 40 heures	16 %
Entre 40 et 50 heures	35 %
Entre 50 et 60 heures	22 %
Plus de 60 heures	17 %
Arrondissement/ville où se situe l'entreprise	N = 107
Arrondissement du Vieux-Longueuil	26 %
Arrondissement de Saint-Hubert	14 %
Boucherville	14 %
Brossard	14 %
Saint-Lambert	8 %
Saint-Bruno-de-Montarville	5 %
Arrondissement de Greenfield Park	3 %
Catégorie d'âge (Q15)	N = 109
Moins de 35 ans	17 %
Entre 35 et 44 ans	32 %
Entre 45 et 54 ans	38 %
Entre 55 et 64 ans	11 %

Niveau de scolarité (Q16)	N = 109
Secondaire	12 %
Collégial	30 %
Universitaire (certificat ou baccalauréat)	44 %
Universitaire (maîtrise ou doctorat)	14 %
Avec enfants de 0 à 15 ans (Q17)	N = 108
Oui, à temps plein	42 %
Oui, en garde partagée	6 %
Oui, en garde une fin de semaine sur deux	0 %
Non	53 %
État familial (Q18)	
Célibataire/divorcée sans enfants	13 %
Couple sans enfants	19 %
Couple avec enfants	57 %
Monoparentale	11 %
Revenu d'entreprise (Q26)	N = 106
Moins de 30 000\$	26 %
Entre 30 000\$ et 100 000\$	25 %
Entre 100 000\$ et 250 000\$	10 %
Entre 250 000\$ et 1M\$	11 %
Plus de 1M\$	13 %

Entrepreneuriat	N = 107
Deuxième carrière (Q21)	69 %
Premier projet d'entreprise (Q20)	69 %
Revenu du ménage (Q25)	N = 104
Seul revenu du ménage	28 %
Revenu principal	20 %
Revenu secondaire	52 %

Les éléments à retenir

Des défis constants

- Les résultats du sondage démontrent à quel point les femmes entrepreneures doivent relever de nombreux défis lors du démarrage de l'entreprise, et même plusieurs années plus tard.
- Leurs principaux défis demeurent de tout devoir mener de front, de faire constamment du développement d'affaires, de garder une vie équilibrée et de gérer la croissance.
- Comme les femmes gèrent avec le cœur et la tête, la majorité d'entre elles fondent leur entreprise par passion pour un projet ou un domaine.
- C'est d'ailleurs aussi pour cette raison qu'elles évaluent leur succès en affaires avant tout par la satisfaction de leurs clients.

Des besoins d'accompagnement et de formation

- Plusieurs des services et des outils proposés dans le sondage intéressent beaucoup les femmes entrepreneures, entre autres : les services de mentorat et de coaching, les ateliers de formation en entrepreneuriat et en marketing de courte durée et à un prix se situant entre 50 \$ et 74 \$, les prêts de 5 000 \$ à 25 000 \$ et le soutien et conseil pour le financement.
- Le coaching et la formation pourraient d'ailleurs les aider dans leurs démarches de développement; démarches qu'elles font malheureusement rarement et souvent de façon incomplète, comme en témoignent les résultats du sondage.

Partie 5 – En résumé

Une vision intégrée de l'analyse

Le portrait des femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil a été réalisé à partir de trois sources d'analyse : une revue de la littérature récente de l'entrepreneuriat féminin, notamment des études portant sur le phénomène au Canada et au Québec, l'analyse et l'intégration des données du Recensement 2006 de Statistique Canada ainsi que les résultats d'une consultation menée auprès des entrepreneures de la région durant les deux premiers trimestres de 2012.

Des attentes et des besoins de plus en plus précis

En faisant des liens entre les trois volets de cette étude, il est possible de dresser des constats intéressants permettant de nuancer ou de renforcer certains traits du portrait réalisé. Comme nous l'avons observé dans les autres parties de la Montérégie, soit dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent et dans la Montérégie Est, on assiste aussi dans l'agglomération de Longueuil à la montée d'un modèle d'entrepreneuriat féminin avec des attentes et des besoins précis.

Des motivations et des objectifs qui se ressemblent

Certains éléments-clés retenus par IPSÉ au moment de la recherche documentaire et de la consultation lors du groupe de discussion et du sondage en ligne montrent bien que les motivations qui incitent les femmes québécoises et canadiennes à se lancer en affaires ne sont pas très différentes de celles des entrepreneures de l'agglomération de Longueuil. En effet, toutes désirent avoir une pleine liberté d'action dans la réalisation de leur projet professionnel, ne pas être limitées (le fameux plafond de verre) et pouvoir concilier travail et famille.

Toutefois, il faut souligner que le sondage en ligne a révélé que la passion pour un projet ou un domaine constitue la principale source de motivation. De plus, on a noté chez les femmes de Longueuil une volonté de répondre à un besoin particulier du marché, un besoin qu'elles ont souvent éprouvé auparavant comme consommatrice.

Par ailleurs, plusieurs des valeurs des entrepreneures longueuilloises reflètent celles des entrepreneures canadiennes et américaines, notamment l'accomplissement, l'autonomie et l'innovation.

Une incertitude financière partagée et des obstacles communs

Les entrepreneures de l'agglomération de Longueuil éprouvent des craintes similaires à celles de leurs consœurs québécoises et canadiennes quant à leurs capacités et à leur sécurité financières. Par exemple, l'accès au financement leur semble difficile et elles ont souligné que les mesures et les programmes de financement étaient limitatifs et complexes, tout comme l'avaient mentionné avant elles d'autres femmes québécoises.

Par ailleurs, le sentiment d'avoir à porter seule leur projet d'entreprise, sans le soutien des proches et des conjoints constitue une difficulté soulevée par les femmes de Longueuil, tout comme par les entrepreneures canadiennes et québécoises.

Même chose du côté de l'essoufflement professionnel qui découle de leur rôle de femme-orchestre. Lors du sondage en ligne réalisé dans l'agglomération de Longueuil, « tout devoir mener en même temps » constituait l'un des obstacles soulevés par 70 % des entrepreneures consultées.

De plus, le sentiment d'avoir à assumer une double tâche, professionnelle et familiale, persiste encore aujourd'hui : la responsabilité parentale est encore portée principalement par les mères entrepreneures.

Développement d'affaires et réseautage : mêmes hésitations

Les entrepreneures de l'agglomération de Longueuil font du réseautage, mais elles émettent des réserves quand il s'agit d'échanger sur le projet d'entreprise ou sur leurs stratégies d'affaires. Ce n'est pas leur approche de développement privilégiée, tout comme pour l'ensemble des femmes entrepreneures consultées dans les recherches portant sur l'entrepreneuriat. Lors du sondage en ligne réalisé à Longueuil, le développement d'affaires a d'ailleurs été cité comme l'un des défis actuels par 79 % des répondantes.

Les entrepreneures longueuilloises misent beaucoup sur la fidélisation de la clientèle et, à l'instar de plusieurs de leurs consœurs ailleurs au Québec, elles font de l'écoute client une priorité. Notons que dans l'agglomération de Longueuil, la satisfaction de la clientèle a été mentionnée comme l'un des principaux critères de réussite pour 67 % des femmes qui ont participé au sondage en ligne.

Besoin de soutien, mais faible utilisation des ressources en entrepreneuriat

Comme plusieurs entrepreneures consultées au Québec, les femmes de l'agglomération de Longueuil ne semblent pas beaucoup recourir au soutien offert par les organismes de développement économique de leur région ou par les instances gouvernementales. Elles souhaiteraient, comme d'autres entrepreneures, avoir accès à de l'expertise en droit, en finance et fiscalité ainsi qu'en marketing. Elles déplorent la rigidité de certaines mesures qui ne sont pas adaptées à leur réalité.

Il y a probablement un lien entre le faible recours au soutien et leur méconnaissances des services existants. Chose certaine, la majorité des femmes consultées ont exprimé leur souhait d'être mieux informées et suggèrent un regroupement des efforts en communication à cet égard : l'idée d'un portail constituant un centre de références sur les ressources et programmes existants a d'ailleurs été soulevée dans les trois parties de la Montérégie.

Croissance de l'entrepreneuriat féminin

Si certaines données du Recensement 2006 présentées dans le portrait statistique confirment la croissance de l'entrepreneuriat féminin, déjà mise en évidence dans la littérature, d'autres données permettent de constater que les femmes sortent progressivement des champs d'occupation traditionnels (santé, services, commerces de détail, restauration, etc.). Ceci est particulièrement vrai dans l'agglomération de Longueuil, davantage encore que dans les deux autres territoires montérégiens, soit la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent et la Montérégie Est, deux territoires où la dominante rurale (agricole) a un impact important.

Il faut cependant souligner que, dans le cas de l'agglomération de Longueuil, un territoire à dominante urbaine en banlieue de Montréal, les femmes entrepreneures sont moins nombreuses en proportion des femmes actives (7,6 %) que dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (8,7 %) et la Montérégie Est (9,3 %). Toutefois deux municipalités de l'agglomération sortent du lot ayant des proportions supérieures à 10 %, soit Saint-Lambert (13,3 %) et Saint-Bruno-de-Montarville (10,7 %).

Sous ce rapport, il est intéressant de souligner que cinq MRC des deux autres territoires montérégiens ont également des proportions supérieures à 10 % : Pierre-De Saurel (14,1 %), Les Jardins-de-Napierville (12,4 %), Le Haut-Saint-Laurent (11,5 %), Brome-Missisquoi (11,6 %) et Acton (10,5 %),

Ces cinq dernières MRC ont en commun d'être des MRC limitrophes de la Montérégie, donc d'être les plus éloignées de Montréal ou de Longueuil. Elles ont aussi en commun d'avoir traversé récemment ou d'être toujours, selon le cas, dans une situation socioéconomique difficile. Leurs voisines immédiates, Les Maskoutains, La Haute-Yamaska et Le Haut-Richelieu, trois MRC ont l'avantage de pouvoir miser sur une capitale régionale (Saint-Hyacinthe, Granby, Saint-Jean-Iberville) jouant un rôle de locomotive. Enfin, les cinq MRC qui sortent du groupe ont aussi en commun d'être des territoires à dominante rurale ou agricole.

Tout l'inverse de l'agglomération de Longueuil qui gravite davantage dans le giron de la métropole. Des deux municipalités ayant une proportion plus élevée de femmes entrepreneures, Saint-Lambert demeure un cas à part. Il s'agit d'une municipalité ayant un accès très rapide vers Montréal, reconnue pour sa population bien nantie, jeune en âge, très scolarisée et l'une des plus bilingues de la Montérégie. Saint-Bruno-de-Montarville demeure la plus éloignée de l'agglomération, mais ses caractéristiques sociodémographiques se rapprochent de celles de Saint-Lambert.

Il y a là certes matière à réflexion : plus on est éloigné de Montréal, mieux est l'affirmation entrepreneuriale. Même que l'on pourrait ajouter que les difficultés économiques locales semblent être un fort stimulant entrepreneurial, si l'on se fie aux données du portrait statistique. À l'opposé, plus on est près de la métropole, plus semble s'affaiblir l'intérêt entrepreneurial... un phénomène probablement dû à la présence d'un bon bassin d'emploi. On pourrait ajouter cependant qu'un élément compensatoire joue un rôle important pour le choix entrepreneurial : des caractéristiques sociodémographiques avantageuses.

Percée dans des secteurs en croissance

Par ailleurs, un certain nombre de constats se dégagent avec plus ou moins d'intensité, non seulement pour les municipalités sous observation de l'agglomération de Longueuil, mais aussi pour les MRC des deux autres territoires montérégiens.

Dans la foulée de certains changements marquants, dont un niveau de scolarité plus élevé, les femmes entrepreneures ne se cantonnent plus uniquement dans des secteurs traditionnellement féminins, mais elles jouent dorénavant un rôle important dans d'autres domaines où elles augmentent graduellement en nombre. Il s'agit là, semble-t-il, du début d'un changement significatif.

Malgré tout, les femmes entrepreneures demeurent largement dominantes dans le secteur combiné de la santé et de l'assistance sociale. Cette situation est conforme à ce que l'on constate sur le marché canadien du travail où les femmes occupent plus de 80 % des emplois dans ce secteur.

Autre fait intéressant, c'est qu'au deuxième rang viennent les services professionnels, scientifiques et techniques. Ceci se vérifie sur les trois territoires montréalais, mais avec beaucoup plus d'acuité dans l'agglomération de Longueuil où les femmes dépassent déjà les hommes entrepreneurs. On retrouve dans ce grand secteur, les services juridiques, comptables, le design, le génie, la publicité, les relations publiques, le marketing, les services de recherche et développement scientifique, pour ne nommer que les principaux.

Il s'agit d'un fait significatif dans ce domaine des services, domaine parmi ceux qui affichent une croissance soutenue depuis quelques années. Probablement que cette percée est liée au fait que les femmes entrepreneures affichent des taux et des niveaux de scolarité de plus en plus élevés, davantage que la population féminine dans son ensemble et que les hommes entrepreneurs en particulier.

Soulignons que ceci est contraire à ce que l'on observe sur le marché canadien du travail. Dans le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques, les emplois masculins enregistrent une plus forte croissance que les emplois féminins. De plus, on constate également que la proportion relative de femmes dans ce secteur d'activité a tendance à décliner (en comparaison avec la proportion globale de femmes sur le marché du travail).

Toutefois, il faut reconnaître que les femmes entrepreneures dans ce grand secteur que sont les services professionnels, scientifiques et techniques, se retrouvent davantage dans les professions autres que celles qui sont proprement scientifiques ou techniques. Elles sont principalement présentes dans les services juridiques et comptables, la publicité, les communications, etc.

En effet, les données compilées au chapitre des professions exercées, c'est-à-dire le genre de travail exécuté par les femmes entrepreneures dans le cadre de leur entreprise ou de leur secteur d'activité en travail autonome, suggèrent plutôt qu'elles ne sont que très faiblement présentes dans les professions reliées aux sciences naturelles et appliquées comprenant notamment le génie, les sciences physiques, l'informatique et les sciences de la vie ; ceci contrairement aux hommes entrepreneurs.

D'autres constats sur les secteurs et professions

La collecte de données socioéconomiques a permis, par ailleurs, un certain nombre de constats qui se dégagent avec plus ou moins d'intensité, non seulement pour les municipalités sous observation de l'agglomération de Longueuil, mais aussi pour celles des deux autres territoires montréalais.

Le commerce de détail et le secteur agricole arrivent respectivement au troisième et quatrième rang, après les secteurs de la santé et de l'assistance sociale et celui des services professionnels, scientifiques et techniques, comme on l'a vu précédemment. Mentionnons que le secteur agricole demeure malgré tout très présent dans l'agglomération de Longueuil, un territoire beaucoup plus urbanisé que la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent ou la Montérégie Est.

Sur le plan des professions, ce sont toujours celles liées à la vente et aux services que les femmes entrepreneures dominent, devant les hommes entrepreneurs. Viennent ensuite le groupe des affaires, de la finance et de l'administration (vérification, comptabilité, assurances, immobilier, placement financier, ressources humaines, services aux entreprises, etc.). Puis suivent les professions liées aux sciences sociales, à la santé et aux services sociaux.

Finalement, la gestion (services administratifs et législatifs, enseignement, services sociaux et communautaires, associations, tourisme, restauration, radio télédiffusion, etc.) arrive au cinquième rang des professions exercées par les entrepreneures.

Les travailleuses autonomes restent également plus nombreuses que les entrepreneures avec employés. À ce chapitre, il est intéressant de noter que les femmes entrepreneures de l'agglomération de Longueuil, gèrent des entreprises avec employés notamment dans les secteurs de la santé, de l'enseignement et des services professionnels, scientifiques et techniques. Ce sont aussi des secteurs importants pour les entrepreneures autonomes, secteurs auxquels s'ajoutent prioritairement le commerce de détail ainsi que l'hébergement et la restauration.

Il faut de plus souligner que les femmes se lancent en affaires plus jeunes que leurs confrères masculins : serait-ce pour des objectifs personnels, c'est-à-dire pour répondre à une priorité de conciliation travail-famille, tel que constaté dans la littérature? Toutefois, quel que soit le territoire sous observation, on note qu'elles se retirent du marché du travail beaucoup plus rapidement que les hommes entrepreneurs.

Enfin, il faut reconnaître que l'on ne s'enrichit pas nécessairement en étant entrepreneure. Là comme ailleurs, les revenus sont inférieurs à ceux des hommes, autant pour celles qui travaillent à temps plein qu'à temps partiel. On constate également que la fréquence de faible revenu est élevée, surtout dans le cas des entrepreneures sans employés.

Partie 6 – Des recommandations

Pour s'ajuster à l'évolution de l'entrepreneuriat féminin et aux besoins exprimés

Stimuler, informer, promouvoir pour progresser

ENCOURAGER L'INNOVATION

Cette étude sur l'entrepreneuriat féminin dans l'agglomération de Longueuil fait ressortir l'évolution du modèle entrepreneurial féminin et le rayonnement des femmes dans plusieurs domaines. Les entrepreneures sont de mieux en mieux formées et tendent à sortir des secteurs traditionnels. On observe que plusieurs sont innovatrices et sont à l'affût des tendances du marché tout en s'assurant de continuer à satisfaire leurs clients et à les fidéliser. Il est essentiel que les organismes de développement accompagnent les femmes qui veulent s'ouvrir à de nouveaux créneaux en créant, par exemple, des occasions de s'informer et d'échanger sur le développement des marchés à saisir.

FAIRE MIEUX CONNAITRE LES MESURES ET SERVICES OFFERTS

Plusieurs entrepreneures disent ne pas bien connaître l'ensemble des mesures et outils qui leur sont offerts, tant au démarrage que pendant leur croissance. De plus, certains organismes sont moins bien connus que d'autres. C'est le cas de Femmessor-Montérégie. Enfin, si certaines semblent connaître l'existence des organismes œuvrant sur leur territoire, elles ne sont pas clairement informées sur les programmes, outils, services qui leur sont accessibles.

Il y a donc une priorité à accorder aux communications, tant sur le plan du contenu que de la diffusion. Certes, le défi est de rejoindre les femmes entrepreneures au bon moment avec le bon moyen de communication. Internet, les médias sociaux et les multiples applications du 2.0 viennent changer la donne. On se retrouve devant plusieurs choix pour s'informer. Certaines femmes consultées ont suggéré un portail d'information et de référence. Il s'agit d'une approche de plus en plus recherchée, mais avant de se lancer dans un tel projet, il faut s'assurer de pouvoir maintenir l'information à jour, de la renouveler fréquemment de façon conviviale et dynamique.

Les occasions d'échanges et de transfert de connaissances sont certes une autre voie à développer davantage. Les pistes expérimentées par Femmessor et ses partenaires à ce chapitre vont certainement dans la bonne direction.

CONSIDERER LES PISTES D'AMÉLIORATION PROPOSÉES PAR LES ENTREPRENEURES CONSULTÉES

La préparation de ce portrait a été une belle occasion de sonder les femmes sur les pistes d'amélioration qu'elles souhaiteraient retrouver en soutien entrepreneurial. Elles méritent que Femmessor et ses partenaires y réfléchissent et s'en inspirent dans leur prochain plan stratégique. Les voici en rappel :

- Mieux communiquer et répertorier les ressources de soutien entrepreneurial. Faire en sorte qu'on les retrouve facilement dans un guichet unique ou un portail.

- Assouplir et adapter les mesures et programmes à leurs besoins (ex. manufacturier).
- Faciliter l'accès à des expertises dans certains domaines notamment, fiscal, juridique et marketing.

PROMOUVOIR LE MODELE FEMININ

Tel qu'il a été mentionné dans la première étude d'IPSE menée dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, il serait des plus pertinents de diffuser largement le modèle montérégien, afin de stimuler une relève, mais également d'encourager celles qui se sont déjà lancées dans l'aventure. Lors de la consultation, les entrepreneures de l'agglomération de Longueuil ont exprimé vouloir s'inspirer de modèles et se comparer à des profils qui leur ressemblent. Les colloques, concours et portraits présentés par Femmessor et ses partenaires sont certes des moyens idéaux pour mettre en valeur des cas de succès et des parcours novateurs. Il y a lieu de poursuivre dans cette direction.

MAINTENIR LES DONNEES A JOUR ET ÉTABLIR DES BASES DE COMPARAISON

Avec ce deuxième portrait portant spécifiquement sur l'agglomération de Longueuil, Femmessor s'apprête à boucler la boucle d'une trilogie montérégienne qui sera complète avec la Montérégie Est. L'organisme disposera alors de données à jour et précises sur la région. Ainsi, Femmessor et ses partenaires pourront non seulement promouvoir trois modèles entrepreneuriaux distincts de la grande région de la Montérégie, mais ils pourront plus clairement mettre en évidence l'apport des femmes dans le développement économique de la région.

Si, en plus on établit des liens entre ces trois portraits et entre les MRC, les intervenants pourront prendre appui sur des données des plus pertinentes pour accompagner les femmes de leur région sur la voie entrepreneuriale et assurer un soutien plus ciblé. Ceci constitue une excellente nouvelle. Enfin, si on y intègre des données différenciées à jour, on vient de doter les femmes de la Montérégie et les intervenants en développement entrepreneurial d'un outil de référence qui devrait inspirer d'autres régions.

ANNEXE

Sources documentaires

- ACKER, J. « From glass ceiling to inequality regimes - Du plafond de verre aux régimes d'inégalités », *Sociologie du travail*, 2009.
- ASSOCIATION INTERNATIONALE DE RECHERCHE EN ENTREPRENEURIAT ET PME. 7^e congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 27 au 29 octobre 2004, Montpellier, www.airepme.org
- BANQUE DE DÉVELOPPEMENT DU CANADA. *Les femmes en affaires : un aperçu général*, 1992.
- BRUSH, Candida, Robert D. HISRICH. «The Woman Entrepreneur : Management Skills and Business Problems », *Journal of Small Business Management*, vol.22, no.1, janvier 1984.
- BECKERT-BLEASE, J.R. et J.E. SOHL., « Do women-owned businesses have equal access to angel capital? », *Journal of Business Venturing*, 2007.
- BELCOURT M., R.J. BURKE. et Hélène LEE-GOSSELIN. *Une cage de verre : Les entrepreneures au Canada*, Montréal, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, 1991.
- BULTE, S.D., C. CALLBECK, C. DUPLAIN, R. FITZPATRICK et K. REDMAN. *Groupe de travail du premier ministre sur les femmes entrepreneures : Rapport et recommandations*, Ottawa, Bureau du premier ministre, 2003.
- BURKE, R.J., M.L. BELCOURT et Hélène LEE-GOSSELIN, *Work and family in the lives of female entrepreneurs : Having it all?*, Centre national de recherche et développement en administration, 1989.
- CARRINGTON, C. *Profils de financement des petites entreprises*, Gouvernement du Canada, 2004, <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection>
- CENTRE FOR WOMAN IN BUSINESS. *The Growth of Self-Employed Women in Canada and Demographic Shifts*, 1991,
- CHAIRE DE DÉVELOPPEMENT ET DE RELÈVE DE LA PME. *Sources d'information pour femmes entrepreneures*, École des Hautes études commerciales, Gouvernement du Québec, 2000.
- CHAMBRE DE COMMERCE DE QUÉBEC. *Femmes entrepreneures de la grande région de Québec*, rapport du groupe de discussion organisé aux fins des travaux du Groupe de travail du premier ministre sur les femmes entrepreneures, Gouvernement du Canada, présenté en audition publique le 9 mai 2003.
- CIBC - Service à la PME. *Les femmes indépendantes prennent les devants - Profil des PME*, Banque CIBC, 2004.
- COLLINS, T.Y. *Gender differences in entrepreneurship : A study of entrepreneurship in two midwestern counties*, Minneapolis, Capella University, 2007.

- CONVERGENCE coopérative d'expertes conseils, *Singulières et plurielles : enquête sur les femmes entrepreneures et les travailleuses en Outaouais*, comité de travail sur l'entrepreneuriat féminin, 2005.
- COHEN, Gary L. *L'entrepreneuriat au féminin*, Perspectives, Printemps 1996, p. 25-31.
- COLLERETTE, Pierre et Paul AUBRY. *Femmes et hommes d'affaires, qui êtes-vous ?*, Agence d'Arc, 1988.
- CURRIE, Helen M. et Shirley F. OLSON. *Female Entrepreneurs : Personal Value Systems and Business Strategies in a Male-Dominated Industry*, Journal of Small Business Management, vol.30, no.1, janvier 1992.
- EDWARDS, V. A quality study of female small business owners : Perceptions of meaningful work, Des Moines, Drake University, 2005.
- FEMMESSOR du Québec, *Vers un deuxième plan d'action gouvernemental pour l'égalité entre les femmes et les hommes : L'entrepreneuriat féminin comme stratégie à l'atteinte de l'égalité Femme-Homme*, mémoire collectif présenté dans le cadre des consultations particulières et auditions publiques, janvier 2011.
- FORGET, N. *Entreprendre au féminin : Rapport du groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin*, Québec, 1997.
- HALL, L.L. *Women in the workforce as organizational leaders and entrepreneurs*, New York, State University of New York, 2007.
- HUGHES, K.D. « Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership », *Gender, Work & Organization*, 2003.
- LAVOIE, D. *Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelable*, Montréal, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, 1988.
- LAFORTUNE, Andrée et Louise St-CYR. *La perception de l'accès au financement chez les femmes entrepreneures*, Montréal, Écoles des hautes études commerciales, Montréal, Gouvernement du Québec, 2000.
- LÉGARÉ, M.H. et Louise St-CYR. *Portrait statistique des femmes entrepreneures : Les indicateurs de l'entrepreneuriat féminin et la disponibilité des données sur les femmes et leur entreprise*, Montréal, École des hautes études commerciales Montréal, 2000.
- LÉGARÉ, M.H. et Louise St-CYR. *L'entrepreneuriat féminin, une force un atout : Portrait statistique des femmes entrepreneures*, Québec, Gouvernement du Québec, ministère de l'Industrie et du Commerce, Chaire de développement et de relève des PME, École des hautes études commerciales, Montréal, 2000.
- LEE-GOSSELIN, Hélène, Caroline HOUSSEAU et Martin VILLENEUVE. *Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-nationale*, Québec, 2010.
- LOSCOCCO, K.A. et J. ROBINSON. *Barriers to women's small-business success in the United States*, *Gender Society*, 1991.
- MAMODHOUSSEN, Sandra. *L'accès au financement des femmes entrepreneures au Québec*, École des Hautes Études Commerciales, décembre 1997.

MENZIES, T., G. BRENNER et L.J. FILION. Derogatory myths about women entrepreneurs : Is there any substance to the myths in relation to visible minority women entrepreneurs in Canada?, Chaire d'entrepreneuriat Rogers — J.-A.-Bombardier, cahier 9, 2006.

MOORE, D.P. et E.H. BUTTNER. *Women entrepreneurs : moving beyond the glass ceiling*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1997.

OCDE. *Pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir*, 2^e conférence de l'OCDE sur les femmes entrepreneures à la tête de PME, Paris, novembre 2000.

ORSER, B.J., A. RIDING, M. DATHAN et J. STANLEY. *Gender challenges of women in the canadian advanced technology sector*, Ottawa, École de gestion Telfer, 2007.

PILEAVA, Kristina et Monica JÉROKVSKA. Rapport d'enquête pour le Groupe régional d'intervention pour femmes entrepreneures (GRIFE) : Portrait des femmes centricaises, 2010.

RATTÉ, Sylvie. *Les femmes entrepreneures au Québec : Qu'en est-il?*, Montréal, Fédération de l'entreprise indépendante, mars 1999.

RICHER, F. et Louise ST-CYR. *L'entrepreneuriat féminin au Québec : dix études de cas*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2007.

TREMBLAY, Diane-Gabrielle et Émilie GENIN. *Choisir le travail autonome : le cas des travailleurs indépendants de l'informatique*, Note de recherche de la Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir, No 08-04.

ST-CYR, Louise et Stéphanie GAGNON. *Les entrepreneures québécoises : taille des entreprises et performance*, Montréal, École des hautes études commerciales, 2006.

STATISTIQUE CANADA, Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes - 2008, [en ligne]. [<http://www.statcan.gc.ca>]

STATISTIQUE CANADA, *Profil des communautés de 2001* [en ligne]. [<http://www.statcan.gc.ca>]

STATISTIQUE CANADA, *Profil des communautés de 2006* [en ligne]. [<http://www.statcan.gc.ca>]

STATISTIQUE CANADA, *Recensement de 2006*, [en ligne]. [<http://www.statcan.gc.ca>]

STATISTIQUE CANADA, *Recensement de la population de 2001*, [en ligne]. [<http://www.statcan.gc.ca>]

STATISTIQUE CANADA, *Profil personnalisé des femmes et des hommes employeurs avec employés par MRC*, compilation spéciale, recensement de 2006.

STATISTIQUE CANADA, *Profil personnalisé des femmes et des hommes employeurs sans employés par MRC*, compilation spéciale, recensement de 2006.

STATISTIQUE CANADA, *Profil personnalisé des femmes immigrantes*, compilation spéciale, recensement de 2006.