



# Portrait des femmes entrepreneures de la Montérégie Est 2012





La réalisation de ce Portrait a été rendue possible grâce au soutien financier de la **Conférence régionale des élus (CRÉ) de la Montérégie Est** et du **Secrétariat à la condition féminine** dans le cadre de son *Entente spécifique sur l'égalité entre les femmes et les hommes sur le territoire de la Conférence régionale des élus de la Montérégie Est 2011-2015*.

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

**Les Centres locaux de développement (CLD) de la Montérégie Est :**

- CLD région d'Acton
- CLD Au cœur de la Montérégie
- CLD Brome-Missisquoi
- CLD La Haute-Yamaska
- CLD La Vallée-du-Richelieu
- CLD Le Haut-Richelieu
- CLD Les Maskoutains
- CLD Marguerite-D'Youville
- CLD Pierre-De Saurel

**ainsi que**

- SADC de la région d'Acton
- Les Cercles d'entraide de la Rive-Sud
- CAE Haute-Yamaska et région

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



## Table des matières

---

<b><u>Introduction</u></b>	<b>Le contexte, les objectifs et la méthodologie.....</b>	<b>7</b>
	Un rôle de plus en plus marquant .....	7
<b><u>Partie 1</u></b> –	<b>Un survol documentaire – L'évolution des femmes entrepreneures .....</b>	<b>9</b>
	Des créatrices d'entreprises et d'emplois .....	9
	Un modèle féminin .....	11
<b><u>Partie 2</u></b> –	<b>Le portrait statistique – L'entrepreneuriat féminin, un phénomène récent .....</b>	<b>15</b>
	La définition d'entrepreneure et de travailleuse autonome .....	15
	L'entrepreneuriat ou l'autonomisation économique des femmes .....	16
	Le territoire sous observation .....	17
	<b>Volet 1</b> – Les données sociodémographiques .....	19
	<b>Volet 2</b> – Les données socioéconomiques.....	37
<b><u>Partie 3</u></b> –	<b>Les faits saillants des groupes de discussion.....</b>	<b>57</b>
	Un portrait nuancé et une demande de soutien plus accessible.....	57
<b><u>Partie 4</u></b> –	<b>Les résultats du sondage en ligne – les résultats du sondage .....</b>	<b>67</b>
	Des objectifs complémentaires à l'étude .....	67
	Profil des répondantes .....	81
	Points à retenir.....	85
<b><u>Partie 5</u></b> –	<b>En résumé – Une vision intégrée de l'analyse .....</b>	<b>87</b>
	Des attentes et des besoins de plus en plus précis.....	87
<b><u>Partie 6</u></b> –	<b>Des recommandations – Pour stimuler l'entrepreneuriat féminin et répondre aux attentes exprimées .....</b>	<b>93</b>
	Améliorer la communication .....	93
<b><u>Annexe</u></b>	<b>Sources documentaires .....</b>	<b>95</b>



## 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. Et ceci est également vrai en Montérégie. Pour mieux cerner l'entrepreneuriat féminin en Montérégie Est, prendre acte de l'ampleur du phénomène et s'assurer de bien répondre aux besoins de soutien entrepreneurial des femmes, Femmessor-Montérégie, la Conférence régionale des élus (CRÉ) de la Montérégie Est et leurs partenaires ont voulu se doter d'un portrait actualisé de la situation dans cette région.

Le mandat a été confié à IPSE (Institut pour le progrès socio-économique) qui a préparé un profil statistique comparatif et différencié de l'entrepreneuriat ainsi qu'un portrait qualitatif des femmes entrepreneures des neuf MRC de la Montérégie Est (Brome-Missisquoi, Haut-Richelieu, Haute-Yamaska, Marguerite-d'Youville, Les Maskoutains, Pierre-De Saurel, Rouville, région d'Acton et Vallée-du-Richelieu).

Dans le cadre de cette étude, une attention particulière a été accordée aux besoins de soutien et d'accompagnement des entrepreneures à toutes les étapes de leur développement, ceci afin qu'elles puissent jouer leur rôle à fond dans l'économie régionale et québécoise.

#### UN PORTRAIT ACTUALISE

Un premier travail d'analyse documentaire avait pour but de tracer un cadre de référence, mais également de 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 qu'aux données de base de Statistique Canada s'est ajoutée une compilation spéciale de neuf groupes cibles présentant les femmes et les hommes entrepreneurs de la Montérégie Est (œuvrant avec ou sans employés) de chacune des neuf MRC couvertes par la CRÉ de la Montérégie Est.

Une consultation menée auprès des femmes a permis de bien saisir les caractéristiques et aspirations de ces femmes et de faire ressortir leurs besoins et de mettre en évidence des pistes d'action pour adapter et améliorer le soutien entrepreneurial.

## 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 des quatre groupes de discussion réunissant 33 femmes, puis par un sondage en ligne s'adressant à 218 femmes entrepreneures de la Montérégie Est.

En conclusion, se retrouvent des recommandations d'IPSÉ visant à 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, la CRÉ Montérégie Est et leurs partenaires disposent désormais d'une bonne lecture de l'entrepreneuriat féminin en développement dans cette partie de la Montérégie. Ce rapport situe également le profil des femmes entrepreneures de la Montérégie Est dans l'ensemble de la région montérégienne qui comprend aussi la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent et l'agglomération de Longueuil, ce qui facilite les comparaisons et permet d'obtenir un portrait global pour la région administrative.

## Partie 1- Un survol documentaire

### L'évolution des femmes entrepreneures

#### Des créatrices d'entreprises et d'emplois

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<sup>e</sup> 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 centricoises*).

**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 centricoises*).
- 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 centricoises*).
- 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<sup>e</sup> 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 de 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

La place des femmes dans l'économie canadienne et québécoise est de plus en plus importante, tel qu'il est 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 évidents 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 la Montérégie Est 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 dans les affaires pour les femmes sont : la satisfaction de voir croître leur entreprise, être leur propre patron, 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, n° 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 DISTINCTIONS QUI PERSISTENT ENCORE AUJOURD'HUI

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. Cette situation peut d'ailleurs expliquer certains comportements des femmes en affaires, même si celles-ci commencent à prendre leur place avec leur propre façon de faire.

La revue documentaire permet de mettre en évidence plusieurs traits et façons de faire persistants chez les femmes entrepreneures de la Montérégie Est :

- leur besoin d'être leur propre patron et d'être autonome et leur désir d'accomplissement sont au rang de leurs grandes motivations pour se lancer en affaires;
- elles s'impliquent encore trop peu dans les réseaux, contrairement aux hommes;
- l'accès au financement demeure difficile notamment avec des règles qui manquent de souplesse de l'avis des femmes;

- en dépit des progrès observés, les femmes restent concentrées dans des secteurs traditionnellement féminins;
- la conciliation travail-famille est au centre de leurs préoccupations et la décision d'avoir une entreprise a été influencée par cette situation pour plusieurs d'entre elles : elles croient que ceci leur permettra de gérer plus facilement leurs contraintes d'horaire et remplir la double tâche professionnelle et familiale;
- elles veulent innover et sont créatives;
- elles veulent enrichir leurs connaissances et souhaitent avec un accès facile à l'expertise professionnelle qu'il s'agisse de la comptabilité, du droit ou du marketing.

## Partie 2 – Le portrait statistique

### L'entrepreneuriat féminin, un phénomène récent

**Cette deuxième section trace un portrait statistique des femmes entrepreneures de la Montérégie Est 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 : La Montérégie Est

La Montérégie Est est l'une des trois sous-régions instituées en 2004 dans la région administrative de la Montérégie. Elle comprend neuf municipalités régionales de comté (MRC) : Acton, Brome-Missisquoi, la Haute-Yamaska, la Vallée-du-Richelieu, le Haut-Richelieu, Les Maskoutains, Marguerite D'Youville (Lajemmerais), Pierre-De Saurel et Rouville. Voici quelques statistiques générales sur chacune.

Fiche statistique synthèse des neuf municipalités régionales de comté de la Montérégie Est

	Acton	Brome-Missisquoi	La Haute-Yamaska	La Vallée-du-Richelieu	Le Haut-Richelieu
Superficie (terre ferme) en km <sup>2</sup>	580,73 km <sup>2</sup>	1 651,73 km <sup>2</sup>	636,64 km <sup>2</sup>	588,88 km <sup>2</sup>	936,26 km <sup>2</sup>
Population totale 2011	15 381 h	55 621 h	85 042 h	116 762 h	114 344 h
Croissance 2006-2011 (recensement)	0,6 %	5,4 %	7,2 %	9,4 %	5,0 %
Densité de la population au km <sup>2</sup> 2011	26,5 h/km <sup>2</sup>	33,7 h/km <sup>2</sup>	133,6 h/km <sup>2</sup>	198,3 h/km <sup>2</sup>	122,1 h/km <sup>2</sup>
% des jeunes de 0-14 ans 2011	16,8 %	15,5 %	16,4 %	19,2 %	16,7 %
% des aînés de 65 ans et plus 2011	16,5 %	18,3 %	16,3 %	12,9 %	15,4 %
Âge médian 2011	43,5 ans	46,5 ans	43,3 ans	39,5 ans	41,6 ans
Perspectives démographiques 2031	433 157 h	68 013 h	98 439 h	140 387 h	138 819 h
Taux de croissance 2006-2031	9,5 %	28,7 %	22,4 %	30,1 %	26,3 %
Âge médian 2031	46,4 ans	50,3 ans	47,6 ans	42,4 ans	44,8 ans
Total des logements privés 2011	6 806	29 296	36 707	46 215	50 665
Taux des 25-64 ans au travail 2010	72,3 %	72,8 %	76,8%	84,3%	76,6 %
Revenu d'emploi moyen 25-64 ans 2010	32 106 \$	40 732 \$	39 885 \$	52 967 \$	42 709 \$
Taux de faible revenu des familles 2010	14,2 %	14,9 %	14,1 %	8,9 %	13,4 %

Source : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec

Fiche statistique synthèse des neuf municipalités régionales de comté de la Montérégie Est (suite)

	Les Maskoutains	Marguerite-D'Youville	Pierre-De Saurel	Rouville	
Superficie (terre ferme) en km <sup>2</sup>	1 301,16 km <sup>2</sup>	345,55 km <sup>2</sup>	598,13 km <sup>2</sup>	483,21 km <sup>2</sup>	
Population totale 2011	84 248 h	74 416 h	50 900 h	35 690 h	
Croissance 2006-2011 (recensement)	4,4 %	6,5 %	1,9 %	13,8 %	
Densité de la population au km <sup>2</sup> 2011	64,7 h/km <sup>2</sup>	215,4 h/km <sup>2</sup>	85,1 h/km <sup>2</sup>	73,9 h/km <sup>2</sup>	
% des jeunes de 0-14 ans 2011	15,9 %	19,9 %	12,5 %	17,4 %	
% des aînés de 65 ans et plus 2011	17,0 %	11,0 %	21,1 %	14,5 %	
Âge médian 2011	42,8 ans	38,6 ans	49,0 ans	40,1 ans	
Perspectives démographiques 2031	93 853 h	82 769 h	53 865 h	41 059 h	
Taux de croissance 2006-2031	15,4 %	17,2 %	7,4 %	29,5 %	
Âge médian 2031	46,6 ans	41,4 ans	52,0 ans	44,8 ans	
Total des logements privés 2011	38 387	28 622	24 648	14 819	
Taux des 25-64 ans au travail 2010	77,0 %	85,4,0 %	67,9%	82,6%	
Revenu d'emploi moyen 25-64 ans 2010	39 038 \$	53 144 \$	43 295 \$	40 124 \$	
Taux de faible revenu des familles 2010	14,2 %	7,6 %	15,5 %	11,7 %	

Source : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec

## 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 la Montérégie Est 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 – Proportion totale de femmes et d’hommes entrepreneurs, Montérégie Est, comparaison Québec (QC), Montérégie (MTRG)**

Territoire	Femmes 15 ans et plus	Femmes actives	Femmes entrepreneures	% 15 ans + / femmes actives
Montérégie Est	251 535	148 550	13 765	5,5 / 9,3 %
Acton	6 200	3 775	395	6,4 / 10,5 %
Pierre-De Saurel (Bas-Richelieu)	22 200	10 605	920	4,1 / 8,6 %
Brome-Missisquoi	19 930	11 305	1 315	6,6 / 11,6 %
Le Haut-Richelieu	45 805	27 610	2 385	5,2 / 8,6 %
La Haute-Yamaska	36 270	21 825	2 000	5,5 / 9,2 %
Marguerite-D’Youville (Lajemmerais)	27 680	19 365	1 525	5,5 / 7,9 %
Les Maskoutains	34 990	20 895	1 860	5,3 / 8,9 %
Rouville	12 875	8 070	755	5,9 / 9,4 %
La Vallée-du-Richelieu	45 585	29 175	2 595	5,7 / 8,9 %
<b>Montérégie</b>	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

• **13 765 femmes entrepreneures en Montérégie Est** – Plus de 9 % des femmes actives (9,3 %) sont des entrepreneures, ou 5,5 % de la population féminine de 15 ans et plus. Ces proportions sont équivalentes à celles de la Montérégie (9,1 % et 5,5 %); elles sont cependant supérieures à celles du Québec (8,8 % des femmes actives) et du Canada (8,4 % des femmes actives). La Montérégie Est se classe ainsi au premier rang des trois sous-régions de la Montérégie. C’est dans la MRC de Brome-Missisquoi que l’on retrouve les proportions les plus élevées, à la fois par rapport à la population active (11,6 %) et la population féminine de 15 ans et plus (6,6 %). À noter, au deuxième rang, le dynamisme entrepreneurial du territoire rural d’Acton, la plus petite MRC de toute la Montérégie, qui affiche un taux de 10,5 %. Au troisième rang suit la MRC de Rouville (9,4 %). Toutes les autres MRC se situent légèrement sous la moyenne générale de la Montérégie Est.

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

Selon sexe	Entrepreneurs H et F – Total	% H et F	QC total	% H et F	MTRG total F	% H et F
Hommes	24 900	64,4 %	295 900	64,7 %	57 190	64,5 %
Femmes	13 765	35,6 %	161 435	<b>35,3 %</b>	31 410	<b>35,5 %</b>

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **Deux fois moins de femmes entrepreneures que d’hommes** – Comme c’est généralement le cas, à population pratiquement égale, les femmes entrepreneures sont toujours près de deux fois moins nombreuses (13 765) que les hommes entrepreneurs (24 900). En pour cent, la proportion femmes-hommes est d’environ 35 contre 65. Cette proportion se vérifie autant en Montérégie qu’au Québec.

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

Type d’entreprise	Montérégie Est – Entrepreneures	% F	QC total F	% F	MTRG total F	% F
Avec employés	3 800	27,6 %	44 035	27,3	8 670	27,6 %
Sans employés	9 965	72,4 %	117 400	72,7	22 735	72,4 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **La très grande majorité des femmes entrepreneures sont autonomes** – Un peu plus de 72 % des femmes entrepreneures de la Montérégie Est sont autonomes, en ce sens qu’elles n’ont pas d’employés. À l’inverse, presque 28 % des femmes entrepreneures sont à la tête d’une entreprise ayant des employés. À noter que cette dernière proportion est identique à celles que l’on retrouve pour l’ensemble du territoire de la région administrative de la Montérégie (27,6 %) ainsi que pour 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  
entrepreneures : 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<sup>e</sup> 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, par MRC – Montérégie Est**

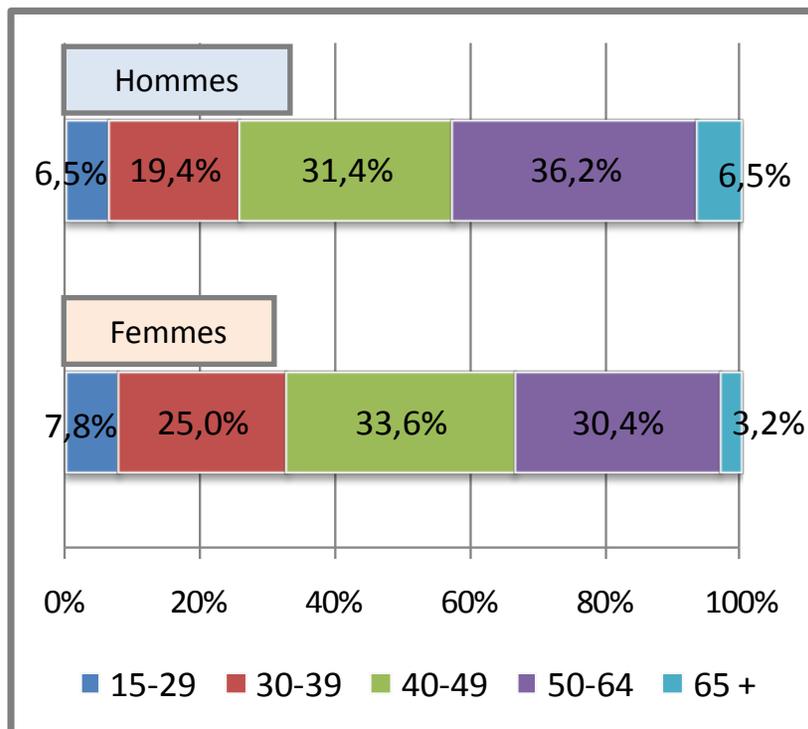
% Femmes entrepreneures	15-29	30-39	40-49	50-64	65 +
<b>Montérégie Est</b>	<b>7,8</b>	<b>25,0</b>	<b>33,6</b>	<b>30,4</b>	<b>3,2</b>
Acton	<b>12,7</b>	19,0	<b>38,0</b>	30,4	<b>0,0</b>
Pierre-De Saurel	<b>6,0</b>	22,8	34,2	35,3	1,1
Brome-Missisquoi	6,5	<b>18,3</b>	29,7	<b>39,9</b>	<b>5,7</b>
Le Haut-Richelieu	9,2	27,7	32,7	26,2	3,8
La Haute-Yamaska	7,0	21,8	33,3	34,3	3,5
Marguerite-D'Youville	6,6	<b>32,1</b>	34,8	<b>24,9</b>	2,0
Les Maskoutains	7,0	24,5	32,3	35,5	3,2
Rouville	<b>11,3</b>	23,2	<b>27,8</b>	31,1	<b>7,3</b>
La Vallée-du-Richelieu	7,9	26,4	37,8	25,6	2,3
Montérégie	9,3	23,1	32,8	31,1	3,7
Québec (PR)	10,2	23,4	31,9	30,5	4,1

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

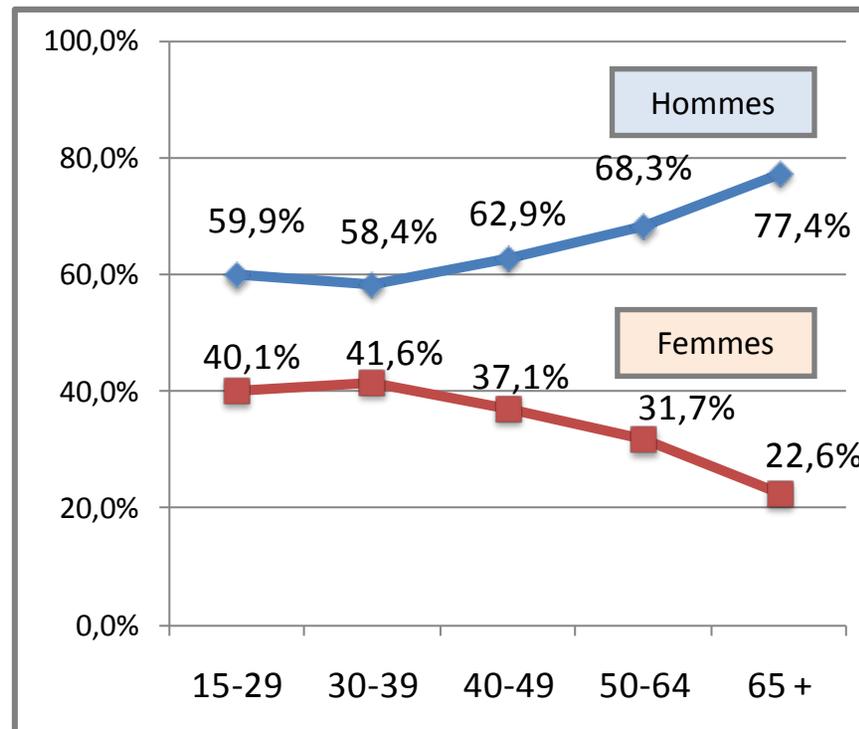
• **La grande majorité des femmes entrepreneures dans la force de l'âge** – La répartition selon l'âge des femmes entrepreneures permet de constater qu'un tiers (33,6 %), soit la plus forte proportion parmi les cinq groupes d'âge, ont entre 40 et 49 ans, un constat que l'on retrouve aussi dans les deux autres territoires de la Montérégie. Vient ensuite, le groupe des 50-64 ans (30,4 %), ce qui fait qu'au total presque les deux tiers (64,0 %) des femmes entrepreneures ont entre 40 et 64 ans. Une exception cependant, la MRC Marguerite D'Youville présente un profil plus jeune : 66,9 % des femmes entrepreneures ont entre 30 et 49 ans. D'autre part, seules les deux MRC de Brome-Missisquoi et de Rouville affichent des proportions supérieures à 10 % de femmes entrepreneures dans le groupe des 15-29 ans.

## Graphique 01 Répartition selon l'âge – Comparaison femmes et hommes, Montérégie Est

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



**G-01b** – Tous les entrepreneurs pris globalement



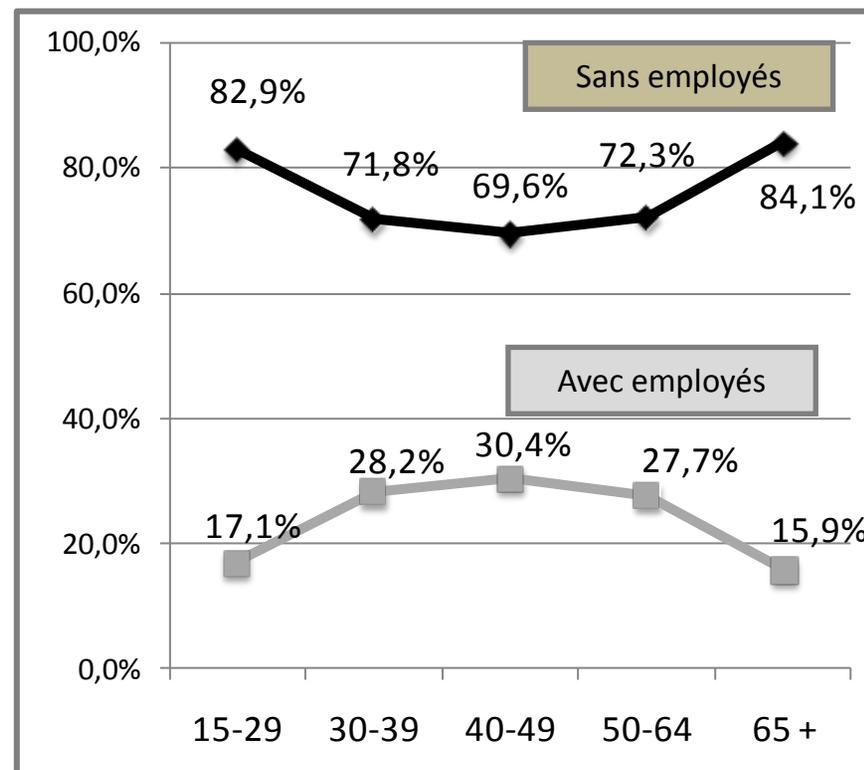
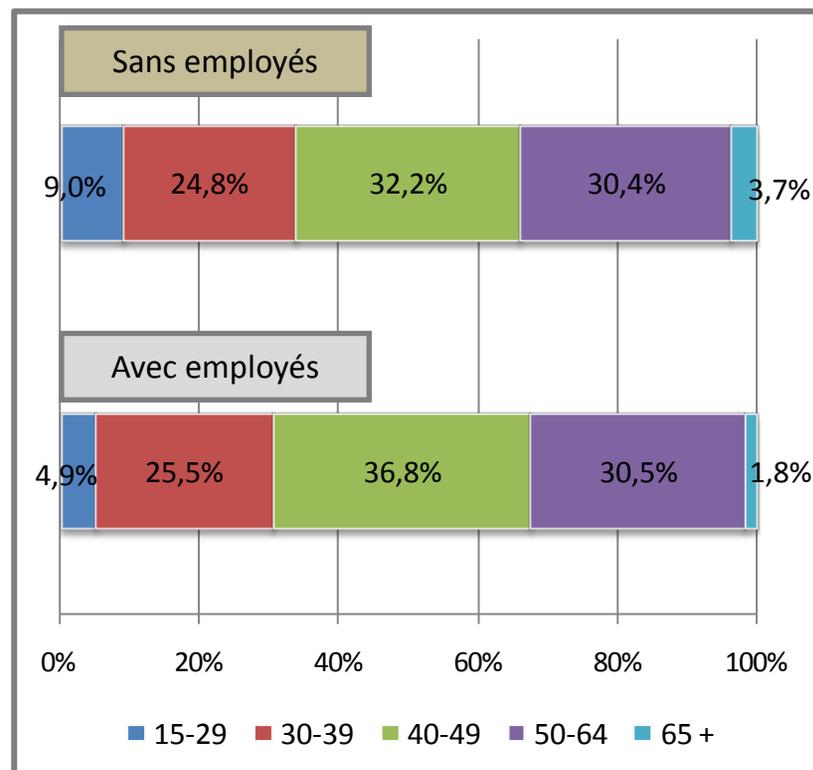
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **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 sur le marché du travail, comparativement à celle des hommes qui ne cesse d'augmenter. À noter qu'au départ (groupe des 15-29 ans et des 30-39 ans) l'écart entre les hommes et les femmes est au plus bas. Le graphique de gauche (G-01a) fait ressortir qu'une plus grande proportion (32,8 %) de jeunes femmes (15-39 ans) se lancent en affaires ou s'établissent à leur compte, comparativement aux hommes (25,9 %). La situation s'inverse à partir de 50 ans, alors que 42,7 % des hommes et 33,6 % des femmes sont entrepreneures.

## Graphique 02 Répartition des femmes entrepreneures, selon l'âge, avec ou sans employés – Montérégie Est

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 deux tiers (62,6 %) 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 plus du tiers environ (30,4 %) des femmes entrepreneures propriétaires d'une entreprise avec employés. Autrement dit, l'âge et l'expérience (ou l'expertise) 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 69,6 %) à favoriser le travail autonome (entreprise individuelle sans employés).

**Tableau 06 État matrimonial des femmes entrepreneures – Portrait de la Montérégie Est par MRC**

Femmes entrepreneures	Célibataire	Mariée	Séparée	Divorcée	Veuve
Montérégie Est	32,5	45,8	2,4	15,6	3,7
Acton	27,5	56,3	0	11,3	6,3
Pierre-De Saurel	34,8	41,8	1,1	17,9	4,9
Brome-Missisquoi	24,3	55,5	1,5	14,8	5,3
Le Haut-Richelieu	35,4	47,2	2,5	11,9	3,4
La Haute-Yamaska	31,3	42,3	3,5	19,0	4,0
Marguerite-D'Youville	33,6	47,6	1,6	14,3	2,6
Les Maskoutains	32,0	42,7	1,9	19,6	3,2
Rouville	36,7	43,3	1,3	14,0	5,3
La Vallée-du-Richelieu	33,5	43,9	3,9	14,8	3,3
Québec (PR)	33,5	46,6	2,5	14,4	2,9

Total femmes 15 ans et +	Célibataire	Mariée	Séparée	Divorcée	Veuve
Montérégie Est	40,3 %	37,2 %	1,9 %	12,6 %	8,1 %

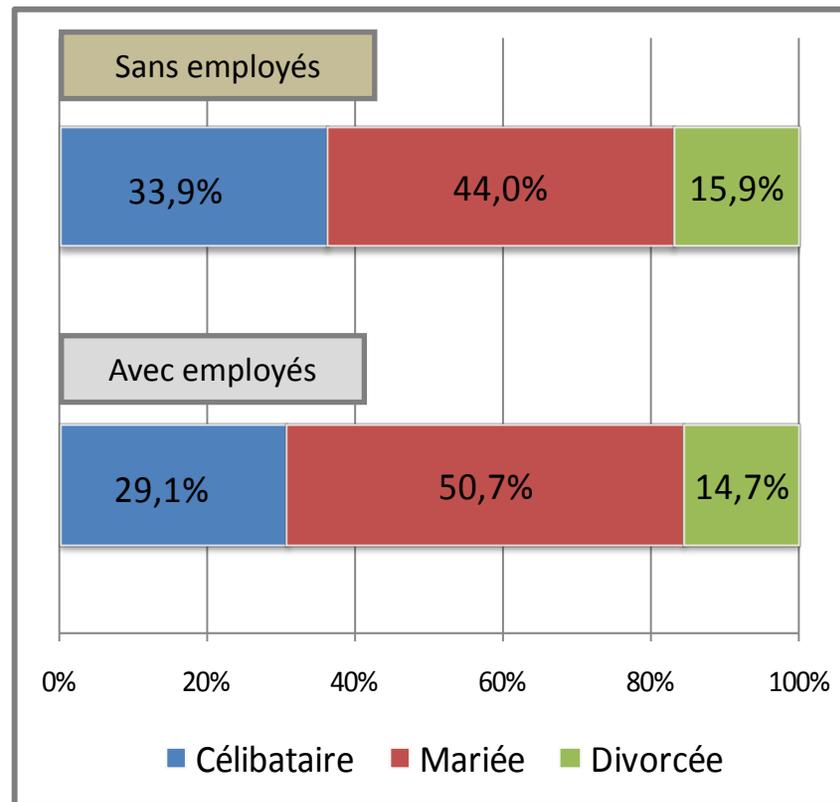
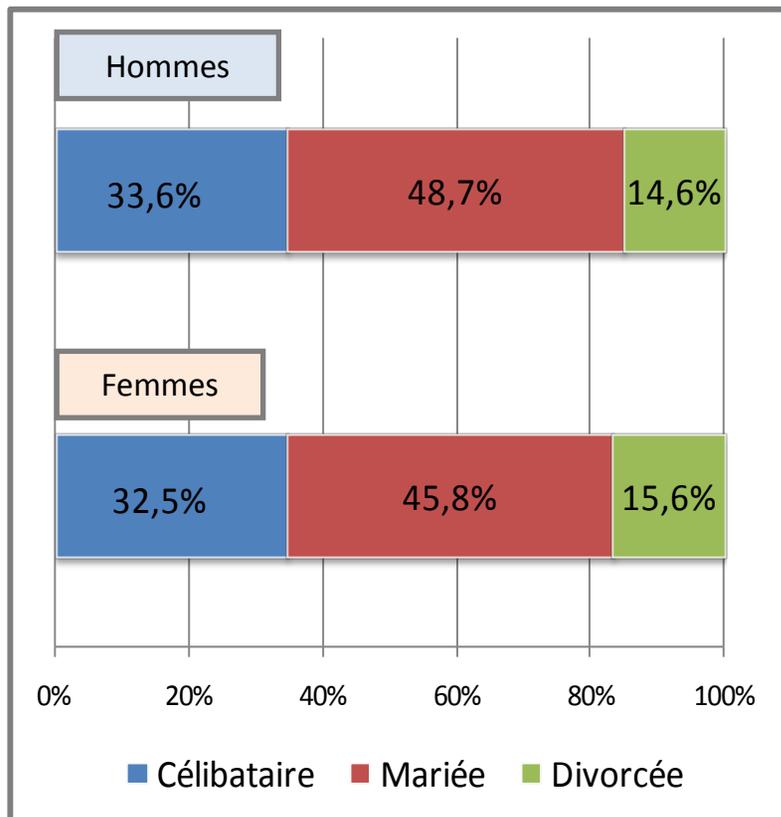
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La majorité des femmes entrepreneures sont mariées** – Presque que la moitié (45,8 %) des femmes entrepreneures de la Montérégie Est sont mariées. Il s'agit d'une proportion plus élevée que celle de la population des femmes de 15 ans et plus (37,5 %). Il s'agit également de la moyenne la plus basse des trois sous-régions montréalaises. D'ailleurs, aucune des MRC de la Montérégie Est, même celles à prédominance agricole, n'atteint les 60 % de femmes mariées entrepreneures, comme c'est le cas dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent. Seules Acton et Brome-Missisquoi dépassent le seuil de 50 %.

### Graphique 03 État matrimonial – Comparaison femmes/hommes et type d'entreprise - Montérégie Est

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 51 % des femmes ayant une entreprise avec employés sont mariées, comparativement à 44,0 % dans le cas des entreprises sans employés.

**Tableau 07 Présence d'enfants – Femmes entrepreneures de la Montérégie Est par MRC**

Femmes entrepreneures	Sans enfants à la maison (ménages)	Avec enfants à la maison (ménages)
<b>Montérégie Est</b>	<b>43,1</b>	<b>56,9</b>
Acton	43,8	56,3
Pierre-De Saurel	48,6	51,4
Brome-Missisquoi	<b>51,7</b>	<b>48,3</b>
Le Haut-Richelieu	40,6	59,4
La Haute-Yamaska	48,4	51,4
Marguerite-D'Youville	36,3	<b>63,7</b>
Les Maskoutains	48,5	51,5
Rouville	43,7	56,3
La Vallée-du-Richelieu	<b>34,9</b>	<b>65,1</b>
Québec (PR)	45,8	54,2
<b>Total femmes 15 ans et plus</b>	<b>Sans enfants</b>	<b>Avec enfants</b>
Montérégie Est	46,4 %	53,6 %

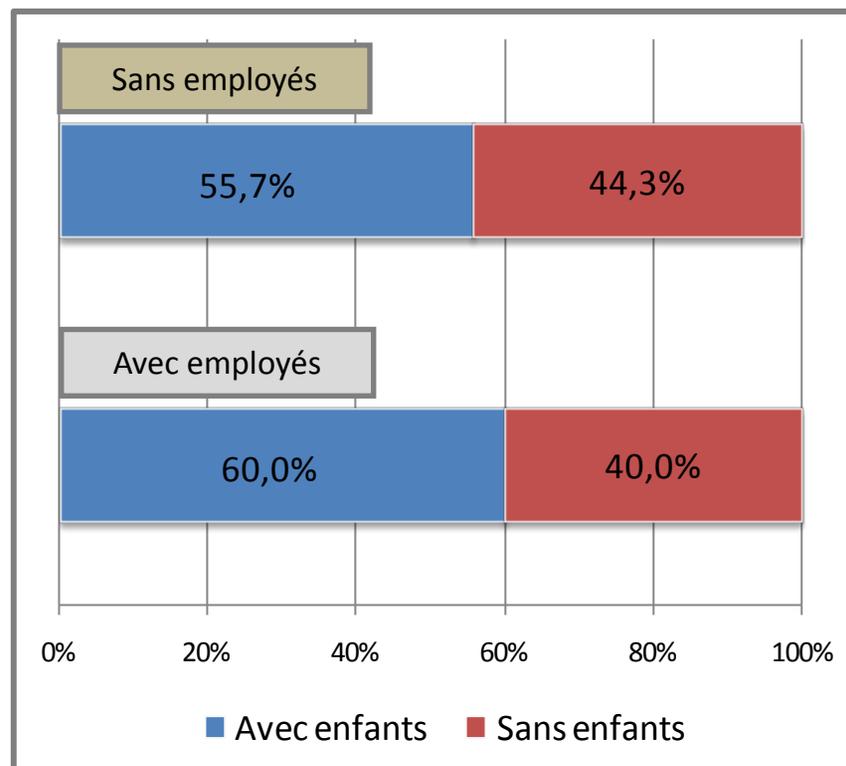
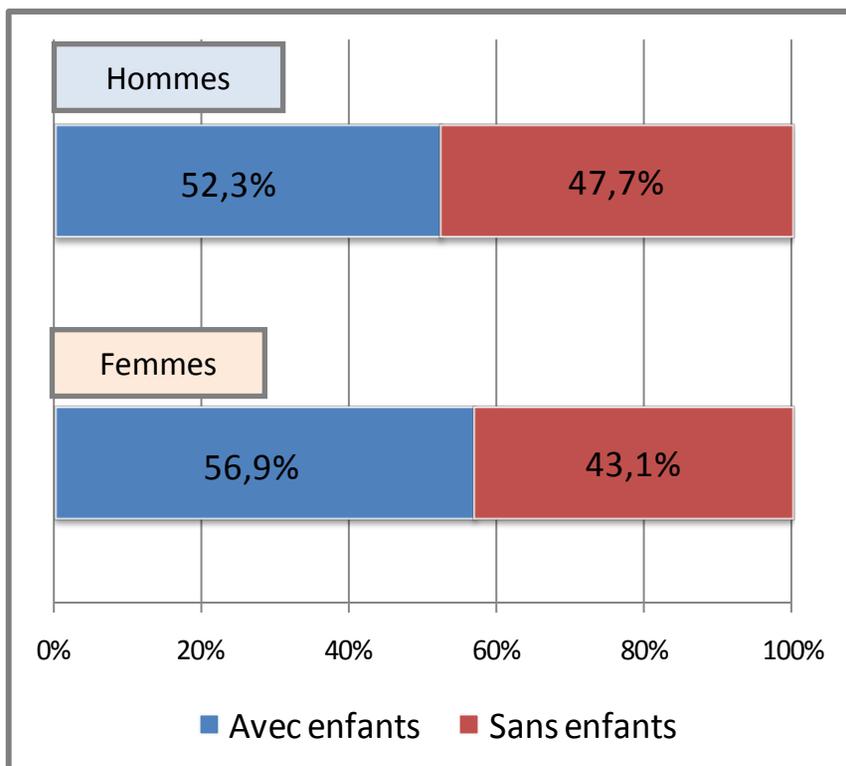
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Proportion plus élevée de femmes entrepreneures avec enfants que sans enfants** – La présence d'enfants à la maison n'est pas un facteur important empêchant de posséder sa propre entreprise. Les femmes entrepreneures avec enfants à la maison sont plus nombreuses (56,9 %) à posséder leur entreprise que celles sans enfants (43,1 %). Ces proportions s'apparentent à celles de la population des femmes de 15 ans et plus de la Montérégie Est (61,6 % contre 38,4 %) et du Québec en général (54,2 % contre 45,8 %).

## Graphique 04 Présence d'enfants – Comparaison femmes/hommes et type d'entreprise - Montérégie Est

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** – 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), même que les femmes seraient légèrement plus nombreuses (56,9 % contre 52,3 %). D'autre part, la présence ou non d'enfants à la maison n'a pas une grande influence sur le type d'entreprise (avec employés : 60 % ou sans employés : 55,7 %).

**Tableau 07 Langue parlée des femmes entrepreneures de la Montérégie Est par MRC**

Femmes entrepreneures	Français seulement	Anglais seulement	Bilingue
<b>Montérégie Est</b>	<b>56,9</b>	<b>1,5</b>	<b>41,7</b>
Acton	<b>83,8</b>	0	<b>15,0</b>
Pierre-De Saurel	74,6	0	25,4
Brome-Missisquoi	<b>25,5</b>	<b>10,3</b>	<b>64,3</b>
Le Haut-Richelieu	57,7	1,0	40,9
La Haute-Yamaska	59,3	1,3	40,3
Marguerite-D'Youville	56,7	0	43,3
Les Maskoutains	77,4	0	22,6
Rouville	63,2	0	36,8
La Vallée-du-Richelieu	43,7	0,8	55,1
Québec (PR)	48,8	4,1	46,7

Total femmes 15 ans et +	Français seul.	Anglais seul.	Bilingue
Montérégie Est	66,3 %	1,1 %	32,3 %

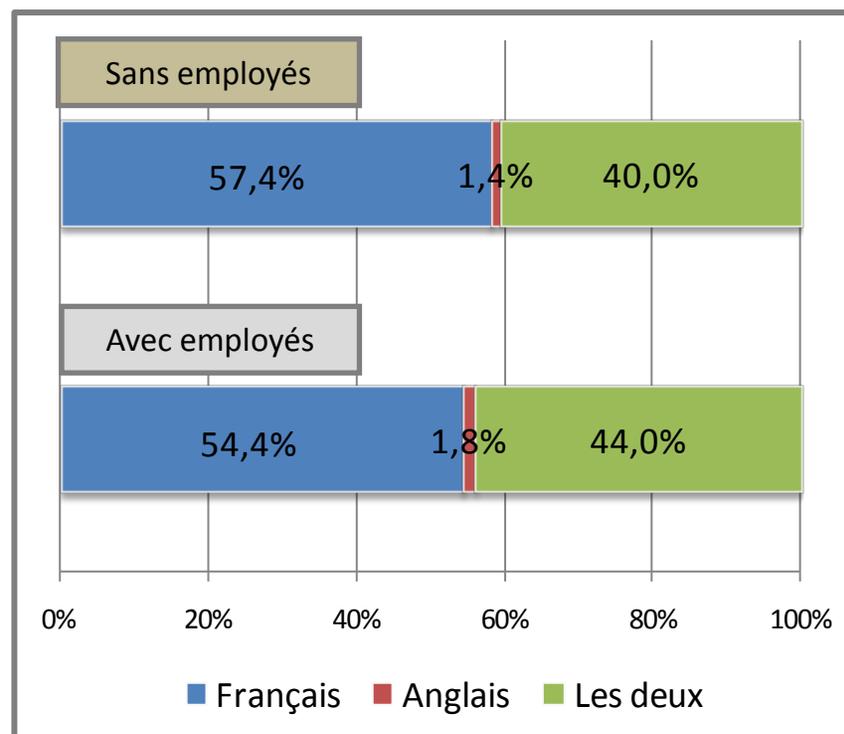
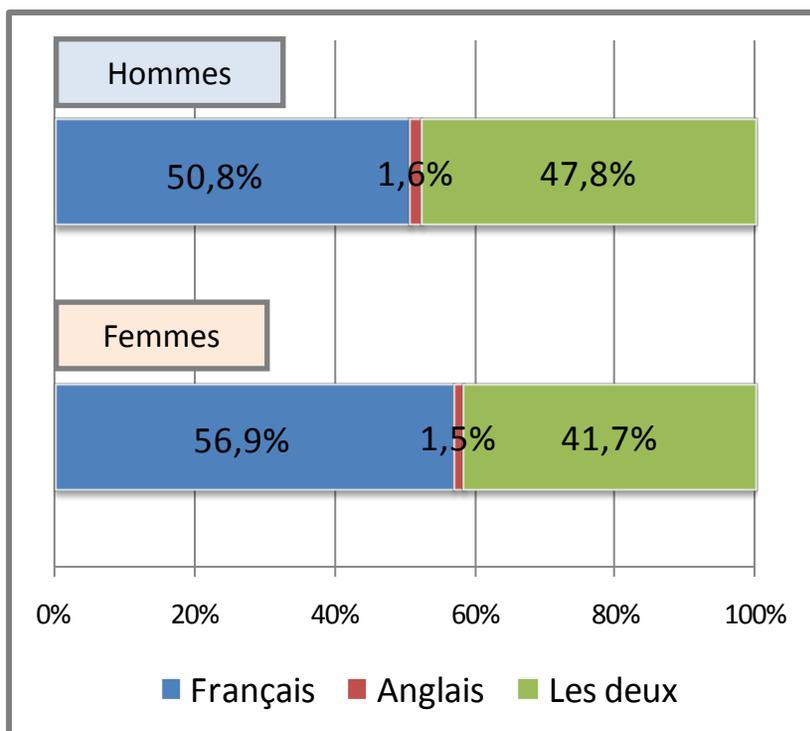
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La majorité des femmes entrepreneures sont bilingues** – Presque 42 % des femmes entrepreneures de la Montérégie Est sont bilingues (41,7 %). Il s'agit d'une proportion plus élevée que celle de la population des femmes de 15 ans et plus de la Montérégie Est (32,3 %). À noter : le faible taux de bilinguisme dans la MRC d'Acton (15,0 %) et, conséquemment, le taux le plus élevé d'unilinguisme français. À l'opposé, c'est dans Brome-Missisquoi que l'on retrouve le plus haut taux de bilinguisme (64,3 %).

## Graphique 05 Langue parlée – Comparaison femmes/hommes et type d'entreprise

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 sont proportionnellement moins bilingues que les hommes** – L'écart entre les femmes et les hommes n'est que de 6,1 %, favorisant les hommes sur le plan du bilinguisme. Conséquemment, les femmes entrepreneures sont plus nombreuses que les hommes à être unilingues français (56,9 %) que les hommes (50,8 %). La proportion d'unilingues anglais est proportionnellement égale entre les femmes et les hommes (environ 1,5 %). Sur le plan du type d'entreprise, il n'y a pas beaucoup de différence sur le plan des capacités linguistiques, approximativement 4 % de plus pour celles qui gèrent une entreprise avec employés.

**Tableau 08 Immigration - Femmes immigrantes entrepreneures, Montérégie Est par MRC**

	Femmes entrepreneures	F. immigrantes entrepreneures	% de F. immigrantes entrepreneures/total des F. entrep.	% de F. Immigrantes entrepreneures/total F. immig. entrep.
<b>Montérégie Est</b>	<b>13 765</b>	<b>660</b>	<b>4,8</b>	<b>100 %</b>
Acton	395	20	5,1	3,0 %
Pierre-De Saurel	920	20	<b>2,2</b>	<b>2,9%</b>
Brome-Missisquoi	1 315	130	<b>9,9</b>	<b>19,7 %</b>
Le Haut-Richelieu	2 385	115	4,8	17,4 %
La Haute-Yamaska	2 000	85	4,2	12,9 %
Marguerite-D'Youville	1 525	65	4,2	9,8 %
Les Maskoutains	1 860	65	3,5	9,8 %
Rouville	755	20	2,6	3,0 %
La Vallée-du-Richelieu	2 595	130	5,0	<b>19,7 %</b>
Québec (PR)	161 435	22 470	13,9	<b>100 %</b>
Montérégie	31 410	3 360	10,7	<b>100 %</b>

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Une femme entrepreneure sur cinq est née à l'extérieur du Canada** – On compte 660 femmes immigrantes entrepreneures dans la Montérégie Est, ce qui représente 4,8 % du total des femmes entrepreneures, soit le plus bas taux des trois territoires montérégiens. Cette proportion représente plus de deux fois moins de femmes entrepreneures immigrantes que la moyenne régionale. Brome-Missisquoi, qui comprend une forte population anglophone (22 %), est la MRC qui compte sur son territoire la plus grande proportion de femmes entrepreneures immigrantes (9,9 %) parmi ses entrepreneures féminines. D'autre part, deux MRC sur neuf, Brome-Missisquoi et la Vallée-du-Richelieu accueillent tout près de 40 % de ces entrepreneures immigrantes de la Montérégie Est.

**Tableau 09 Immigration – Comparaison femmes/hommes entrepreneurs immigrants, Montérégie Est**

Portrait comparé	Nbre total entrepreneurs	Nbre entrepreneurs immigrants	Entrepreneurs immigrants/nbre total entrepr.	Nbre total immigrants	Entrepreneurs immigrants/nbre total immigrants
Hommes	24 900	1 360	5,5 %	9 585	14,2 %
Femmes	13 765	660	4,8 %	9 250	7,1 %

Type d'entreprise	Femmes entrepreneures	Femmes Immigrantes entrepreneures	% Femmes immigrantes entrepreneures	Hommes entrepreneurs	Hommes Immigrants entrepreneur	% Hommes immigrants entrepreneurs
Avec employés	3 800	235	6,2 %	10 750	585	5,4 %
Sans employés	9 965	425	4,3 %	14 145	775	5,5 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Deux fois moins de femmes que d'hommes entrepreneurs immigrants** – Environ 5 % des entrepreneurs, hommes ou femmes, sont issus de l'immigration. Toutefois, tout comme dans la population en général, on trouve environ deux fois plus d'hommes entrepreneurs (14,2 %) issus de l'immigration que de femmes entrepreneures immigrantes (7,1 %). À noter que les femmes immigrantes ont une propension plus grande à créer une entreprise avec employés (tableau ci-dessus) et qu'elles sont plus créatrices d'entreprise que l'ensemble des femmes de 15 ans et plus (tableau ci-dessous).

**Tableau 10 Immigration – Comparaison femmes immigrantes et femmes de 15 ans et plus**

	Femmes 15 ans +	% de création d'entreprise	Femmes immigrantes	% de création d'entreprise
Montérégie Est	243 450	5,7 %	9 250	7,1 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

**Tableau 11 Scolarité des femmes entrepreneures de la Montérégie Est, par MRC**

% Entrepreneures – 25 à 64 ans	Aucun	Secondaire	Métiers	Cégep	Université
Montérégie Est	13,5	21,1	24,0	18,9	<b>22,3</b>
Acton	<b>27,2</b>	23,4	23,4	15,6	<b>7,8</b>
Pierre-De Saurel	16,7	16,1	36,7	21,1	<b>9,4</b>
Brome-Missisquoi	10,6	21,2	22,9	17,6	27,8
Le Haut-Richelieu	11,9	25,0	23,4	18,2	21,9
La Haute-Yamaska	15,8	23,5	21,4	17,4	21,9
Marguerite-D'Youville	11,3	20,8	24,9	16,7	21,9
Les Maskoutains	17,2	20,7	25,9	20,1	16,1
Rouville	14,5	26,1	18,8	20,3	21,7
La Vallée-du-Richelieu	<b>9,6</b>	16,5	22,2	21,7	<b>29,9</b>
Québec (PR)	11,4	18,6	20,4	17,7	31,9
Montérégie	16,1	26,5	16,5	21,8	19,1

Total femmes– 25 à 64 ans	Aucun	Secondaire	Métiers	Cégep	Université
Montérégie Est	17,7 %	25,2 %	15,9 %	19,8 %	21,4 %

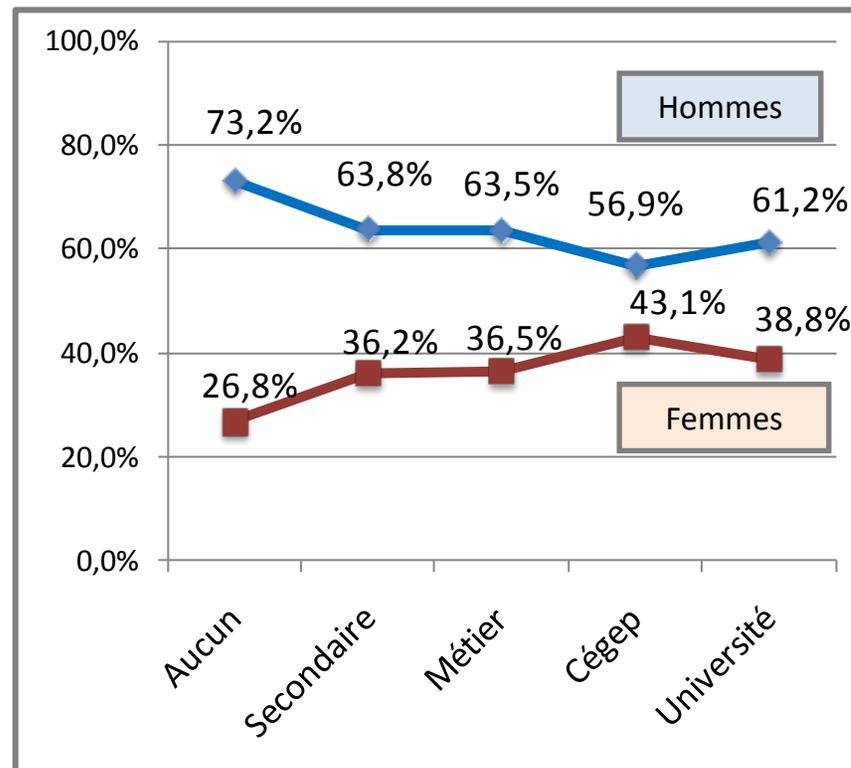
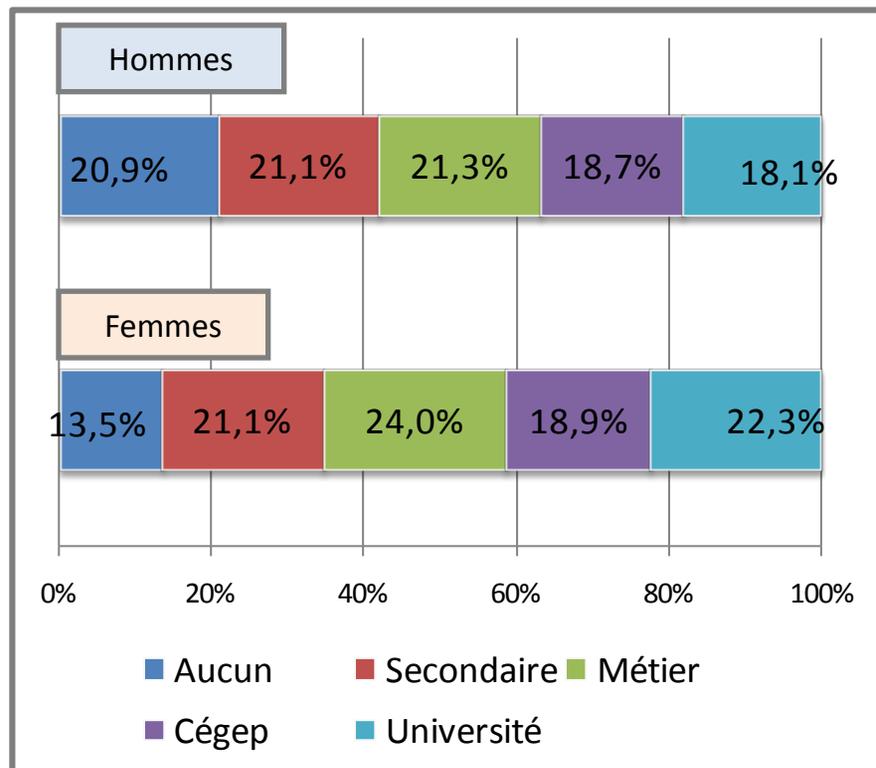
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des femmes entrepreneures un peu plus scolarisées** – Seulement 13,5 % des femmes entrepreneures de 25 à 64 ans n'ont aucun diplôme, comparativement à presque 18 % de la population féminine du même groupe d'âge en Montérégie Est. Dans l'ensemble, elles sont un peu moins scolarisées que les femmes entrepreneures des deux autres sous-régions montérégiennes. Presque les deux tiers des entrepreneures de la Montérégie Est (65,2 %) détiennent un diplôme postsecondaire, soit professionnel (métiers), collégial ou universitaire. À noter qu'au niveau universitaire, elles sont moins présentes (22,3 %), comparativement aux entrepreneures de l'ensemble du Québec (31,9 %). Parmi les MRC, Acton est la moins scolarisée et la Vallée-du-Richelieu, la plus scolarisée de la Montérégie Est.

## Graphique 06 Scolarité – Comparaison des femmes et des hommes entrepreneurs de la Montérégie Est

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

G-06b – Tous les entrepreneurs pris globalement



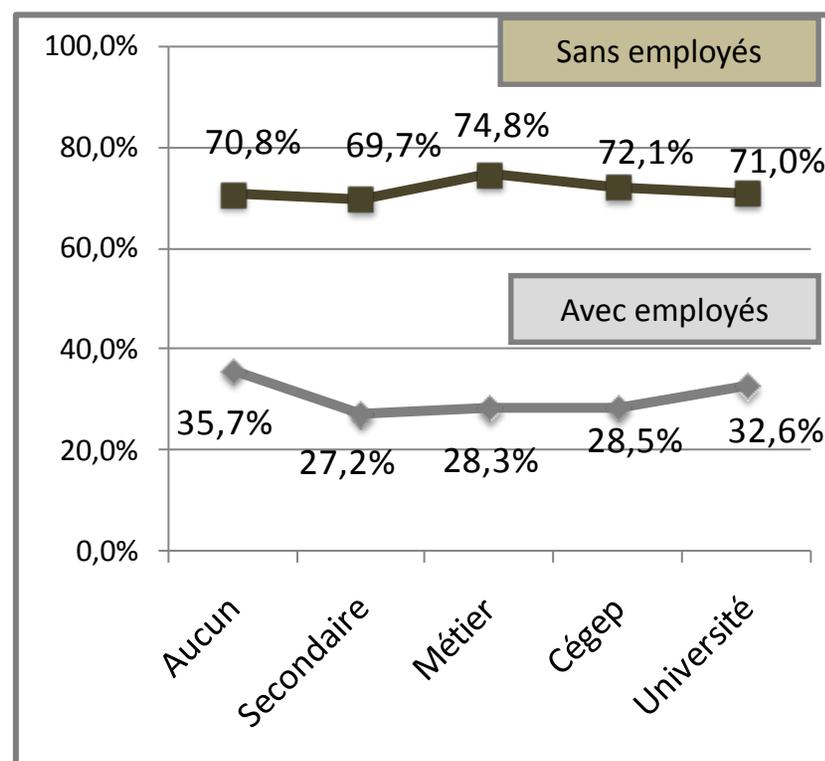
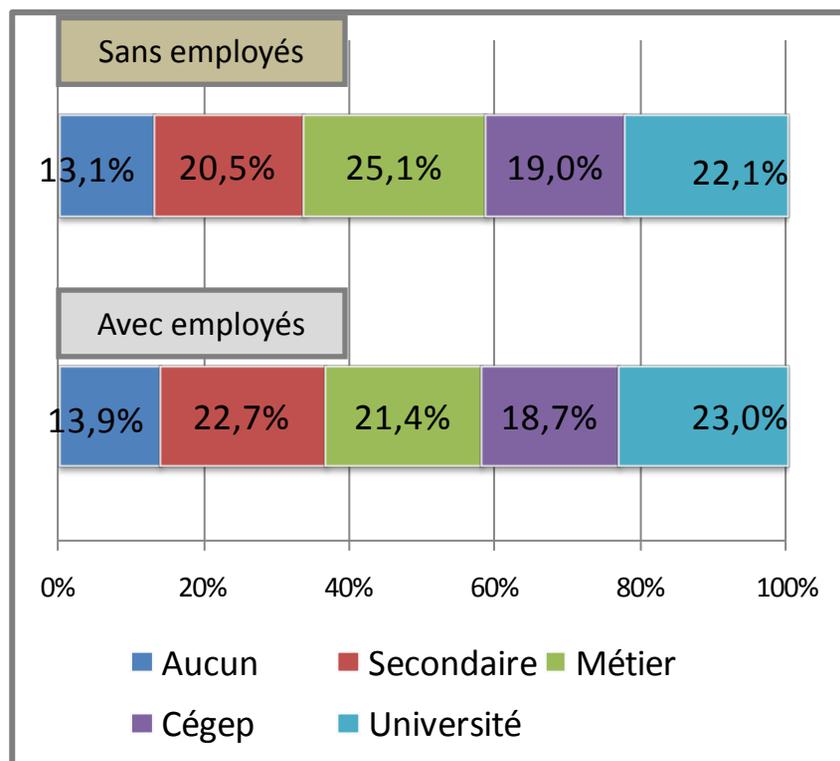
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des femmes entrepreneures plus diplômées que les hommes** – Proportionnellement, les femmes entrepreneures sont plus nombreuses à avoir fréquenté l'université que les hommes entrepreneurs. Même constat du point de vue professionnel (métier), ce qui tranche avec les deux autres territoires montérégiens où les hommes sont plus représentés, selon le graphique de gauche (G-06a). Dans une perspective différenciée, le graphique de droite (G-06b) met en lumière le fait que les femmes entrepreneures sont proportionnellement plus présentes dans le segment des études collégiales (43,1 %), sans toutefois dépasser les hommes. À noter l'écart important dans la catégorie des entrepreneurs sans diplôme où les hommes (73,2 %) sont beaucoup plus nombreux que les femmes (26,8 %).

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

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

G-07b – Femmes entrepreneures prises globalement



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La scolarité influence très peu le type d'entreprise** – Le quart des entreprises avec employés sont dirigées par une femme ayant terminé des études universitaires (23,0 %), selon le tableau de gauche (G-07a). Les proportions sont sensiblement les mêmes dans le cas des entreprises sans employés. 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 % des femmes 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.

## VOLET 2

# Les données socioéconomiques

*Ce deuxième volet de l'étude statistique présente un certain nombre de données socioéconomiques des 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 - Montérégie Est par MRC (ordre décroissant 1)**

% Femmes entrepreneures	Vente et services	Finance et administration	Sciences sociales	Gestion	Santé
<b>Montérégie Est</b>	<b>28,4</b>	<b>14,7</b>	<b>13,5</b>	<b>10,3</b>	<b>9,4</b>
Acton	16,3	16,3	12,5	2,5	5,0
Pierre-De Saurel	34,6	16,2	11,9	9,7	7,6
Brome-Missisquoi	26,6	10,3	10,6	11,8	7,6
Le Haut-Richelieu	29,6	15,5	12,8	9,7	10,9
La Haute-Yamaska	28,2	13,2	12,0	14,7	10,2
Marguerite-D'Youville	24,8	18,3	16,0	14,7	8,2
Les Maskoutains	31,9	14,5	15,5	5,4	7,5
Rouville	25,7	13,2	17,8	6,6	9,9
La Vallée-du-Richelieu	28,3	14,8	13,5	10,2	11,9
Québec (PR)	27,9	13,9	14,9	9,8	11,9

Total femmes 15 ans et +	Vente et services	Finance et administration	Sciences sociales	Gestion	Santé
Montérégie Est	27,2	26,1 %	12,3 %	6,2 %	10,0 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des professions d'abord associées à la vente et aux services** – Presque 30 % des femmes entrepreneures exercent une profession liée à la vente et aux services (28,4 %). Au deuxième rang, on trouve la finance et l'administration (14,7 %), mais dans une proportion beaucoup moindre que l'ensemble des femmes de 15 ans et plus. Viennent ensuite les trois autres premiers groupes de profession sur dix au total. L'ordre décroissant est sensiblement le même dans toutes les MRC, sauf dans celle d'Acton à prédominance agricole où l'on retrouve beaucoup moins de femmes entrepreneures 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 – Montérégie Est par MRC (ordre décroissant 2)**

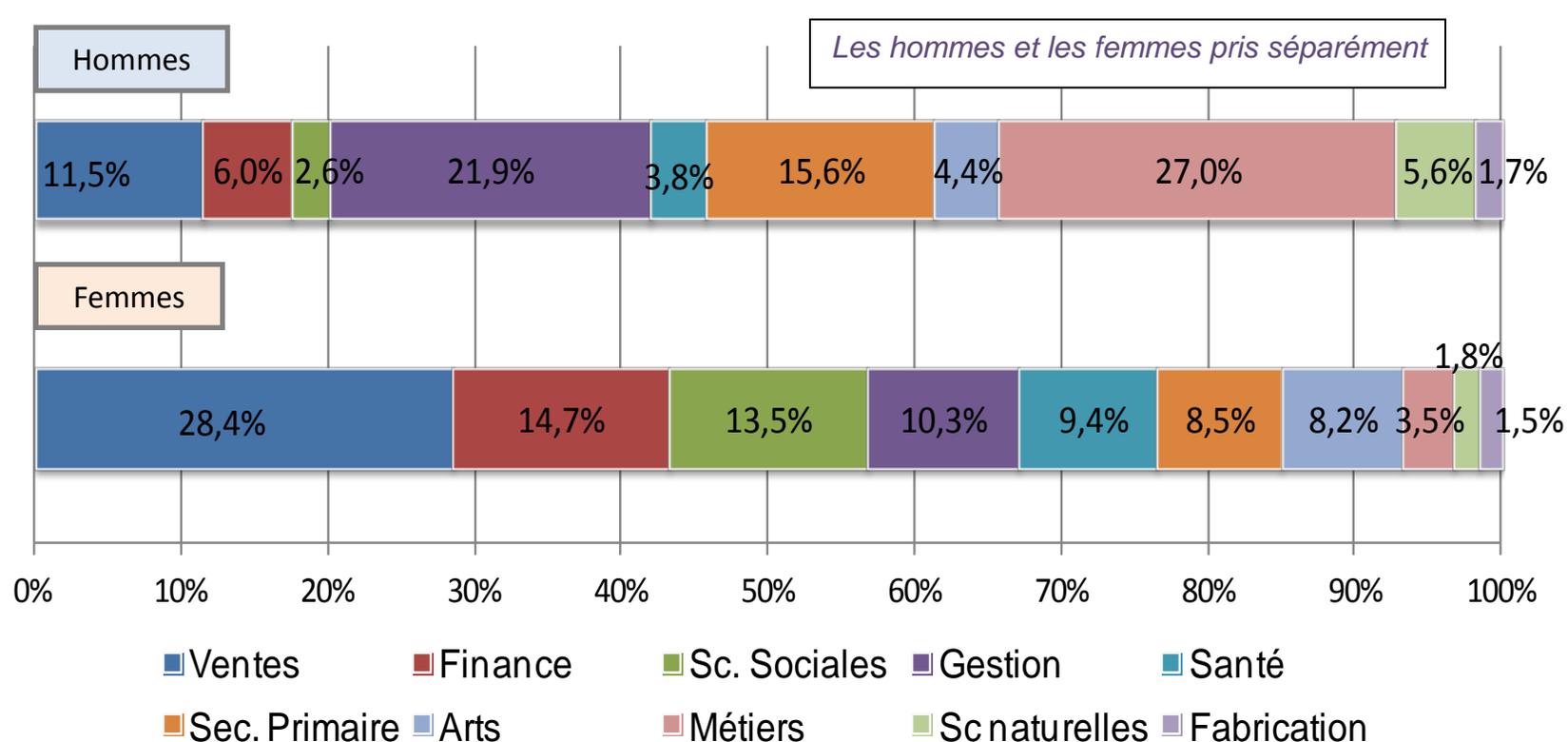
% Femmes entrepreneures	Secteur primaire	Arts et culture	Métiers et transport	Sc. naturelles	Fabrication
<b>Montérégie Est</b>	<b>8,5</b>	<b>8,2</b>	<b>3,5</b>	<b>1,8</b>	<b>1,5</b>
Acton	<b>41,3</b>	<b>3,8</b>	3,8	0	0
Pierre-De Saurel	8,1	4,9	<b>4,9</b>	1,1	0
Brome-Missisquoi	11,4	<b>14,1</b>	3,8	2,3	1,5
Le Haut-Richelieu	7,8	5,7	4,0	2,1	1,5
La Haute-Yamaska	7,0	6,7	3,2	1,5	<b>3,0</b>
Marguerite-D'Youville	3,9	6,2	3,9	2,6	1,3
Les Maskoutains	12,1	6,7	3,2	1,1	1,9
Rouville	11,2	8,6	3,3	2,6	1,3
La Vallée-du-Richelieu	<b>3,3</b>	<b>12,5</b>	2,3	2,1	1,0
Québec (PR)	10,7	2,9	1,9	1,7	4,5

Total femmes 15 ans et +	Secteur primaire	Arts et culture	Métiers et transport	Sc. naturelles	Fabrication
Montérégie Est	2,0 %	2,8 %	2,8 %	3,0 %	7,6 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les sciences et la fabrication attirent peu les femmes entrepreneures** – Parmi les cinq autres grands groupes de la classification des professions, celles se rattachant aux sciences naturelles ainsi qu'au domaine de la fabrication manufacturière intéressent très peu les femmes. C'est sensiblement le même constat dans toutes les MRC. À noter la forte proportion de femmes entrepreneures (41,3 %) dans le secteur primaire (principalement l'agriculture) dans la MRC d'Acton.

**Graphique 08 Professions exercées – Comparaison proportionnelle femmes/hommes – Montérégie Est**

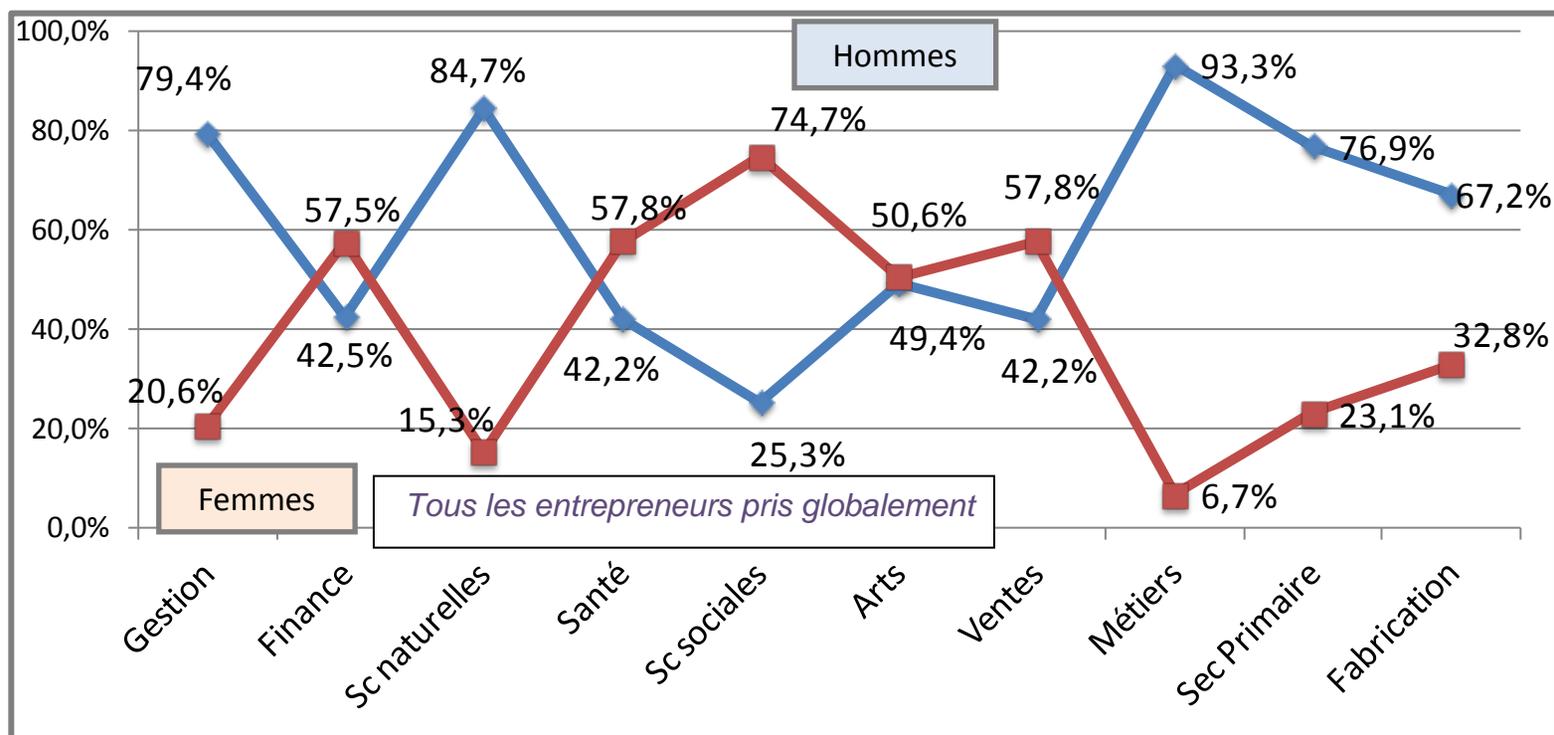


Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les métiers et le transport arrivent au premier rang chez les hommes** – Les hommes entrepreneurs exercent d’emblée des professions liées aux métiers et au transport (27,0 %), domaines suivis de très près par le grand groupe des professions associées à la gestion (21,9 %). À noter que la fabrication manufacturière n’intéresse guère plus les hommes (1,7 %) que les femmes (1,5 %). Le groupe des professions se rattachant à la finance et à l’administration intéresse davantage les femmes (14,7 %) que les hommes (6,0 %). C’est l’inverse dans le cas des sciences naturelles.

Note : Le transport comme tel 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.

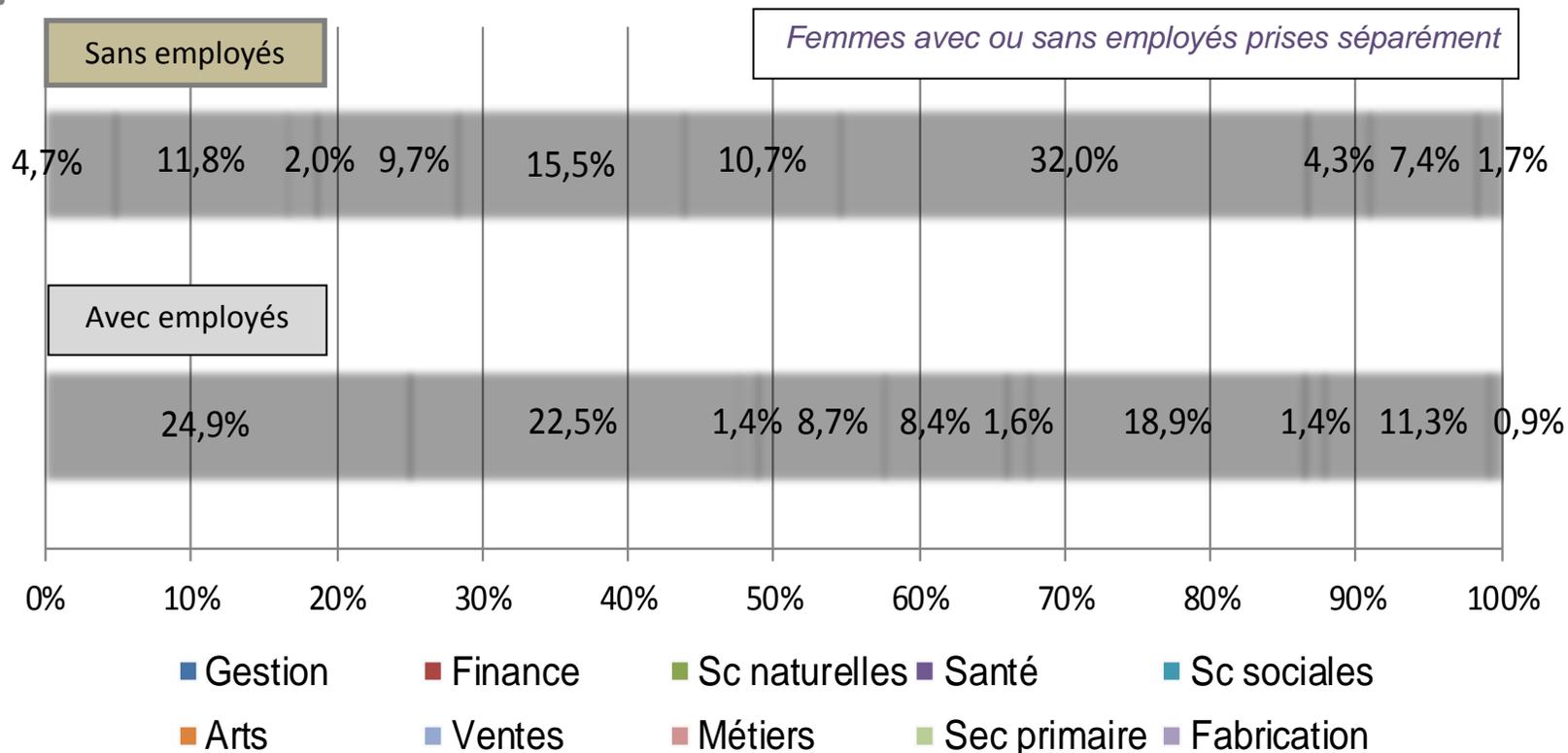
**Graphique 09 Professions exercées – Comparaison différenciée femmes/hommes entrepreneurs**



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les métiers et le transport arrivent au premier rang chez les hommes** – Dans une perspective différenciée, les femmes entrepreneures dominent quatre groupes de profession : 1) les sciences sociales (74,7 %); 2) la santé (57,8 %); 3) la vente et les services (57,8 %), 4) les affaires, la finance et l’administration (57,5 %). Les hommes dominent les six autres groupes; notamment les métiers et le transport (93,3 %), les sciences naturelles (84,7 %), la gestion (79,4 %) et le secteur primaire (76,9 %). On est pratiquement à égalité dans le domaine des arts et de la culture (49,4 % femmes, 50,6 % hommes).

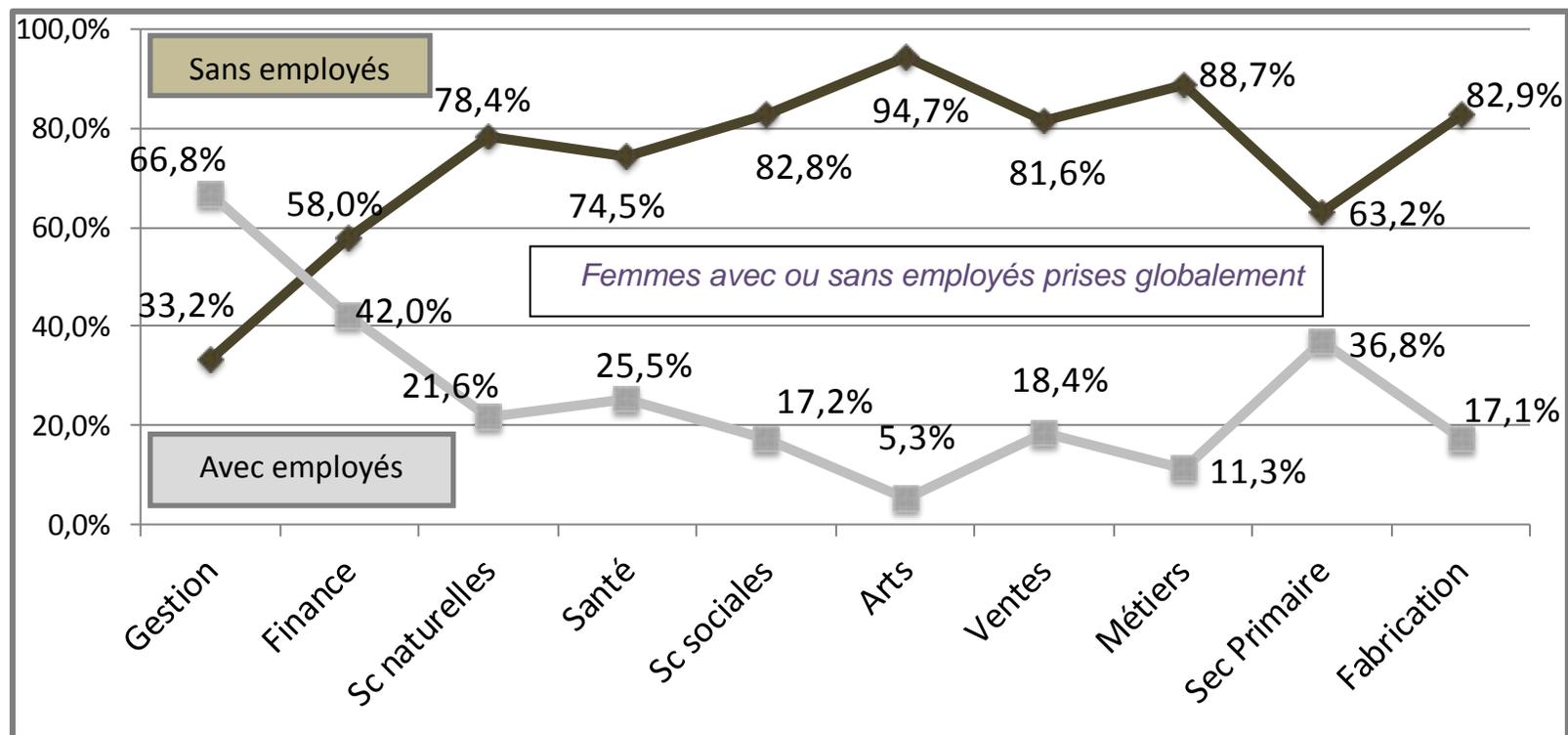
**Graphique 10 Professions exercées par les femmes entrepreneures, selon le type d'entreprise**



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La vente et les services s'exercent le plus souvent dans une entreprise sans employés** – Le tiers des femmes entrepreneures (32,0 %) qui sont autonomes (entreprise sans employés) exercent une profession associée à la vente et aux services. Viennent ensuite les sciences sociales (15,5 %) et les affaires, la finance et l'administration (11,8 %). Du côté des entreprises avec employés, ce sont les femmes entrepreneures qui pratiquent d'abord la gestion (24,9 %), puis les affaires, la finance et l'administration (22,5 %), ensuite la vente et les services (18,9 %).

**Graphique 11 Professions exercées par les femmes selon le type d'entreprise – Montérégie Est**



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Seule la gestion s'exerce majoritairement dans une entreprise avec employés** – Presque les deux tiers (66,8 %) des femmes entrepreneures qui exercent une profession liée à la gestion se retrouvent dans une entreprise avec employés. Les neuf autres groupes de professions se pratiquent très majoritairement dans une entreprise sans employés. Seuls deux groupes de professions s'exercent dans une proportion supérieure à 35 % dans une entreprise avec employés, soit : a) les affaires, la finance et l'administration (42,0 %); b) le secteur primaire (36,8 %). Tous les autres sont sous la barre de 26 %.

**Tableau13-a Secteur d'activité - Femmes entrepreneures – Montérégie Est par MRC (ordre décroissant 1)**

Femmes entrepreneures	Santé/ assist. soc.	Serv. prof./ scient./techn.	Agriculture/ foresterie	Commerce de détail	Services admin.
<b>Montérégie Est</b>	<b>19,5</b>	<b>12,2</b>	<b>9,5</b>	<b>7,8</b>	<b>6,0</b>
Acton	16,5	5,1	<b>43,0</b>	5,1	3,8
Pierre-De Saurel	20,5	9,2	8,1	10,8	4,3
Brome-Missisquoi	14,0	12,1	10,6	6,8	6,8
Le Haut-Richelieu	18,9	13,2	8,4	7,8	5,7
La Haute-Yamaska	18,0	12,7	7,0	11,7	5,7
Marguerite-D'Youville	<b>23,6</b>	13,8	<b>3,9</b>	10,8	5,9
Les Maskoutains	18,8	8,1	16,9	5,6	5,6
Rouville	<b>25,8</b>	10,6	13,9	3,3	9,3
La Vallée-du-Richelieu	20,2	15,8	<b>3,9</b>	6,2	6,6
Québec (PR)	21,9	14,2	8,6	5,8	4,1
Montérégie	20,2	14,7	8,0	4,8	4,8

Hommes entrepreneurs	Santé/ assist. soc.	Serv. prof./ scient./techn.	Agriculture/ foresterie	Commerce de détail	Services admin.
Montérégie Est	3,5	11,6	15,2	7,4	6,3

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes entrepreneures sont majoritairement dans la santé et l'assistance sociale** – Presque le cinquième des femmes entrepreneures œuvrant dans le secteur de la santé et de l'assistance sociale (19,5 %), ensuite dans celui des services professionnels, scientifiques et techniques (12,2 %). Dans la MRC d'Acton, l'agriculture attire le plus grand nombre, soit presque la moitié des femmes entrepreneures (43,0 %). La MRC Les Maskoutains, capitale de l'agroalimentaire, se classe au deuxième rang avec 16,9 %.

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

**Tableau13-b Secteur d'activité - Femmes entrepreneures, Montérégie Est par MRC (ordre décroissant 2)**

% Femmes entrepreneures	Fabrication	Information, culture et arts	Finance et immobilier	Hébergement/ restauration	Enseignement
Montérégie Est	4,5	4,1	3,8	3,6	2,7
Acton	2,5	5,1	3,8	0	2,5
Pierre-De Saurel	3,8	1,1	1,6	6,5	1,1
Brome-Missisquoi	6,8	8,0	3,4	3,8	2,7
Le Haut-Richelieu	4,2	2,5	5,5	3,4	2,1
La Haute-Yamaska	4,7	1,2	2,0	4,2	3,5
Marguerite-D'Youville	4,3	3,3	3,9	2,0	3,0
Les Maskoutains	4,3	4,0	4,0	3,2	2,4
Rouville	4,6	5,3	2,0	6,6	1,3
La Vallée-du-Richelieu	4,2	6,7	4,8	3,1	4,0
Québec (PR)	5,3	4,6	4,6	2,7	1,8
Montérégie	6,0	4,3	4,0	2,8	2,2

% Hommes entrepreneurs	Fabrication	Information, culture et arts	Finance et immobilier	Hébergement/ restauration	Enseignement
Montérégie Est	7,0	1,3	4,4	2,7	0,9

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes dominent la culture, les hommes, la fabrication** – Alors que la fabrication attire davantage les hommes entrepreneurs (7,0 contre 4,5 %), l'information, la culture et les arts attirent davantage les femmes entrepreneures (4,1 % contre 1,3 %). Les secteurs de la finance et de l'immobilier attirent pratiquement autant les hommes (4,4 %) que les femmes (3,8 %). Par contre, l'hébergement et la restauration sont dominés par les femmes entrepreneures (3,6 % contre 2,7 %), notamment dans la MRC Pierre-De Saurel (6,5 %) et dans Rouville (6,6 %).

**Tableau13-c Secteur d'activité - Femmes entrepreneures – Montérégie Est par MRC (ordre décroissant 3)**

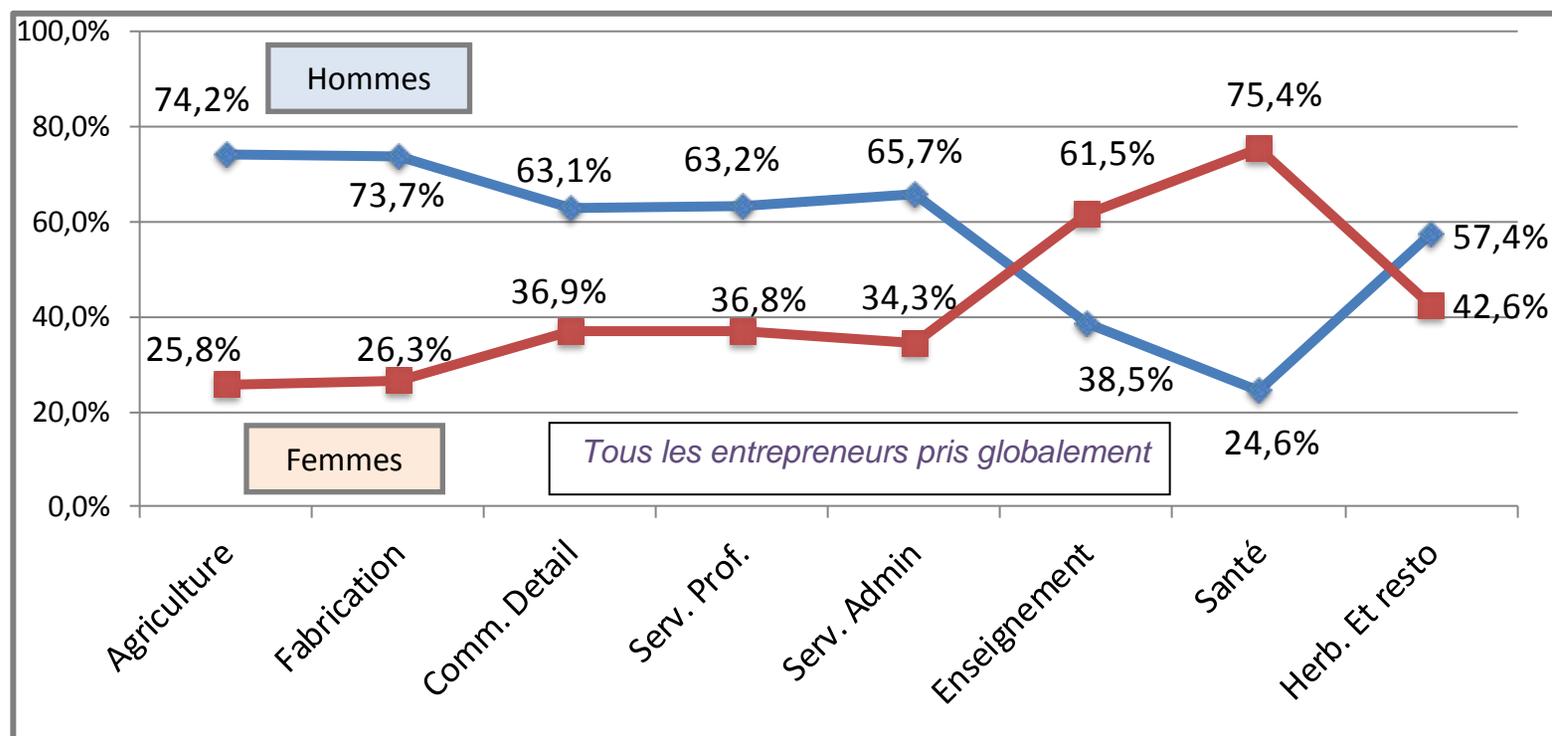
% Femmes entrepreneures	Construction	Transport/entreposage	Commerce de gros	Mines/pétrole	Autres services
Montérégie Est	2,5	2,2	1,9	0,0	19,5
Acton	0,0	3,8	2,5	0,0	8,9
Pierre-De Saurel	2,2	3,2	1,1	0,0	25,4
Brome-Missisquoi	3,0	0,8	0,0	0,0	20,5
Le Haut-Richelieu	2,9	2,7	2,5	0,0	19,5
La Haute-Yamaska	2,5	1,7	2,0	0,0	22,9
Marguerite-D'Youville	3,6	4,6	1,0	0,0	16,7
Les Maskoutains	2,7	0,8	2,2	0,0	22,0
Rouville	2,6	1,3	2,0	0,0	12,6
La Vallée-du-Richelieu	1,5	2,3	2,7	0,0	17,7
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	Construction	Transport/entreposage	Commerce de gros	Mines/pétrole	Autres services
Montérégie Est	17,1	7,1	4,4	0,2	10,9

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les hommes dominent les secteurs de la construction et du transport/entreposage** – Plus du quart des hommes entrepreneurs se trouve dans deux secteurs d'activité : la construction (17,1 %) et le transport et l'entreposage (7,1 %). Dans ces deux secteurs masculins, il faut noter la présence plus élevée des femmes entrepreneures de la MRC Marguerite-D'Youville. De façon générale, ce sont tous des secteurs où les femmes sont beaucoup moins présentes.

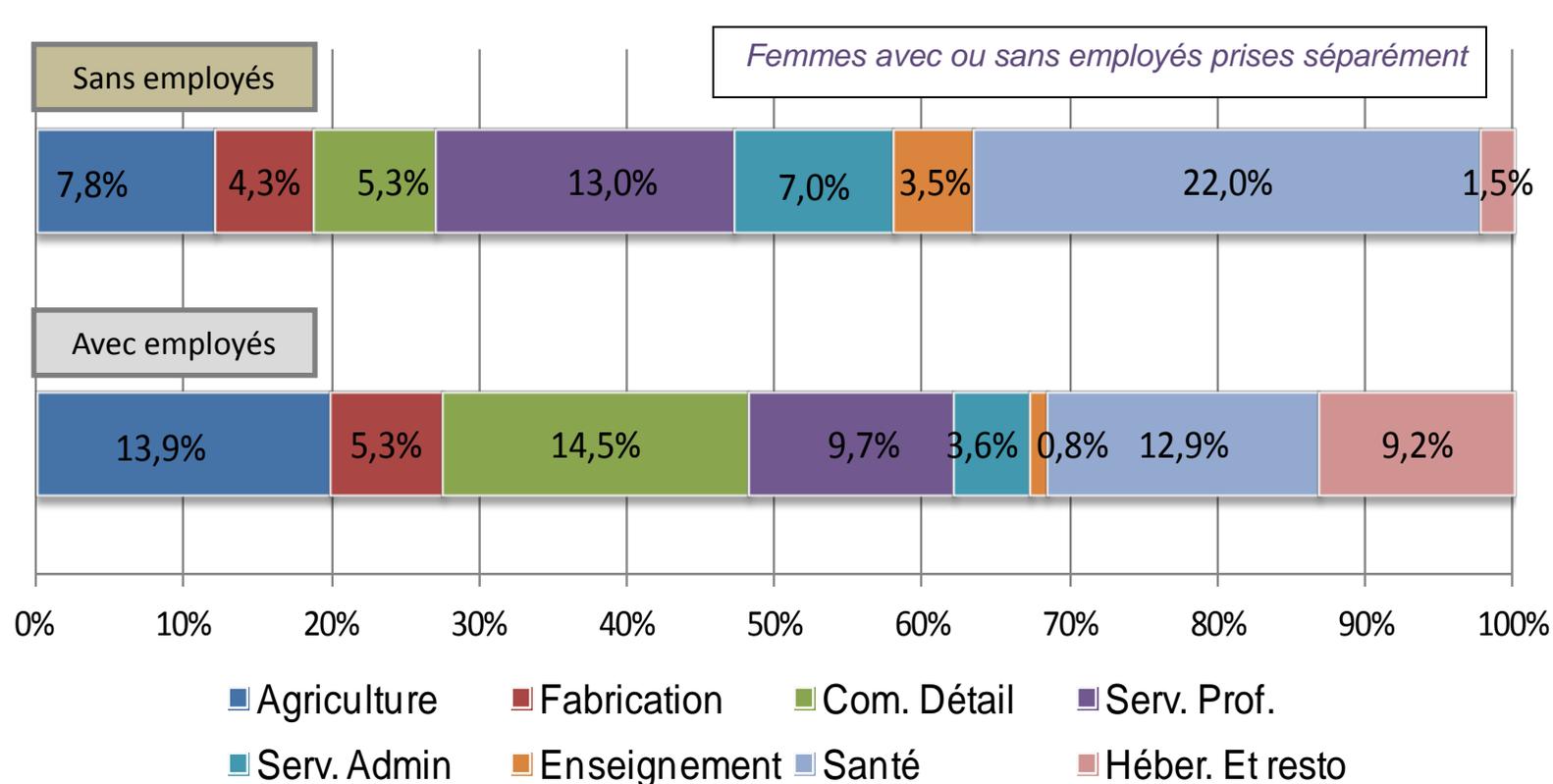
**Graphique 12 Secteur d'activité – Comparaison différenciée des entrepreneurs – Montérégie Est**



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes entrepreneures sont plus nombreuses dans la santé et l'enseignement** – Dans une perspective différenciée, les femmes entrepreneures occupent très largement les secteurs de la santé (75,4 %) et de l'enseignement (61,5 %). Elles ne sont pas très loin de l'égalité dans les domaines de la restauration et de l'hébergement (42,6 % contre 57,4 %). À noter que les hommes occupent majoritairement l'agriculture (74,2 %), le commerce de détail (63,1 %) et, comme on peut s'y attendre, le secteur de la fabrication (73,7 %). Dans les secteurs jumelés des autres services, ils sont très largement représentés dans le transport/entreposage et la construction.

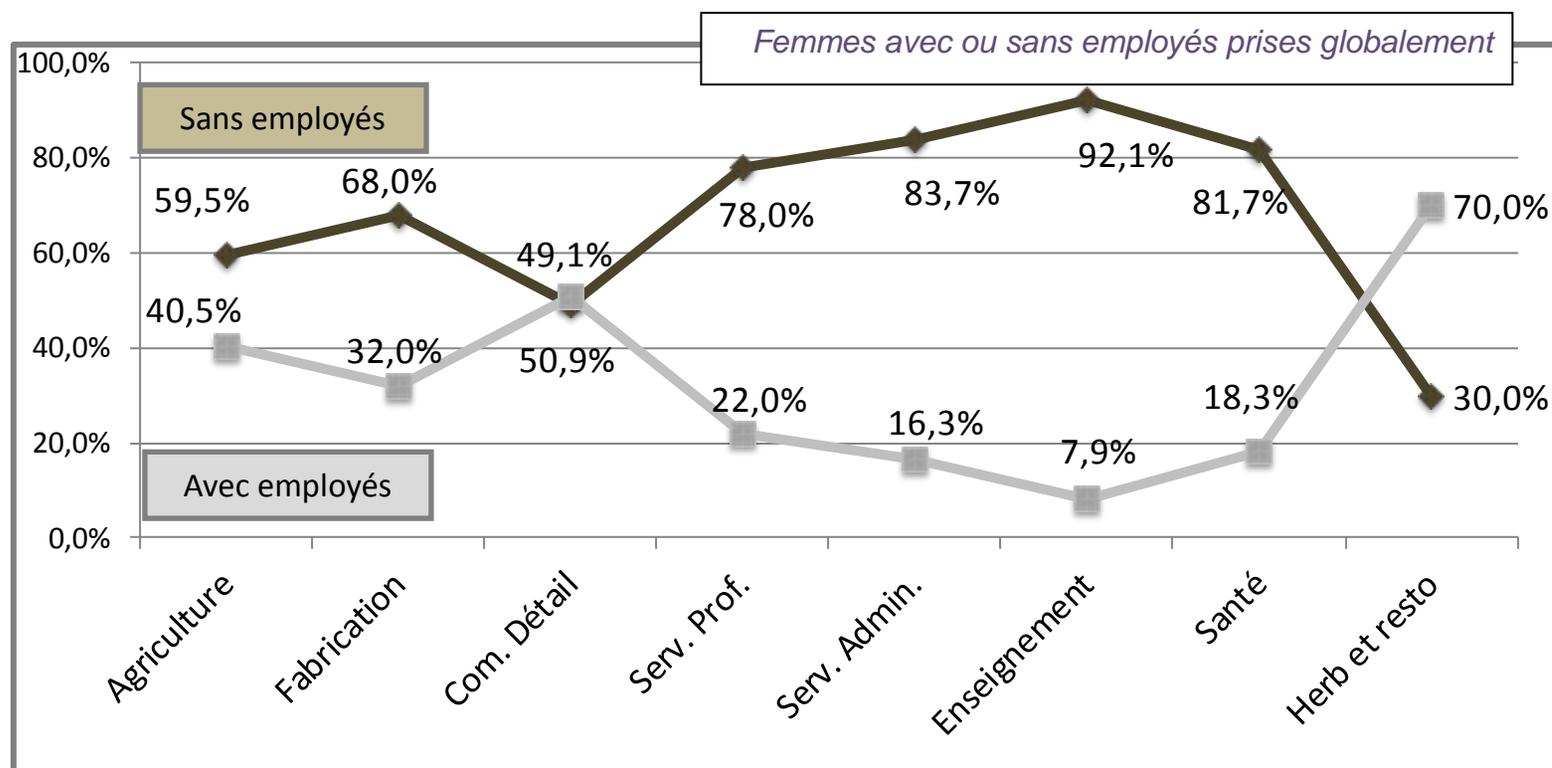
**Graphique 13** Secteur d'activité – Femmes entrepreneures, répartition selon type d'entreprise



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **Les femmes entrepreneures demeurent autonomes dans le secteur de la santé** – Quelque 22 % des femmes entrepreneures qui sont autonomes (entreprise sans employés) travaillent dans le secteur de la santé. Viennent ensuite les services professionnels, scientifiques et techniques (13 %). Du côté des entreprises avec employés, ce sont les femmes qui travaillent d'abord dans le secteur du commerce de détail (14,5 %), ensuite dans ceux de l'agriculture (13,9 %) et de la santé (12,9 %) et des services professionnels, scientifiques et techniques (9,7 %).

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



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des entreprises avec employés majoritairement dans le commerce et l'hébergement** – Le commerce de détail (70 %) et l'hébergement/restauration (50,9 %) sont les deux seuls secteurs qui font appel majoritairement à des entreprises avec employés. Tous les autres secteurs, notamment l'enseignement (92,1), les services administratifs (83,7 %), la santé (81,7 %) et les services professionnels, scientifiques et techniques (78,0 %), ont recours majoritairement à des femmes entrepreneures autonomes (sans employés). C'est le cas aussi de la finance, des assurances et de l'immobilier\*.

\* Note : Le secteur financier n'apparaît pas comme tel dans le graphique étant inclus dans le secteur Autres.

**Tableau14 Revenu total avant impôt des Femmes entrepreneurs de la Montérégie Est, par MRC**

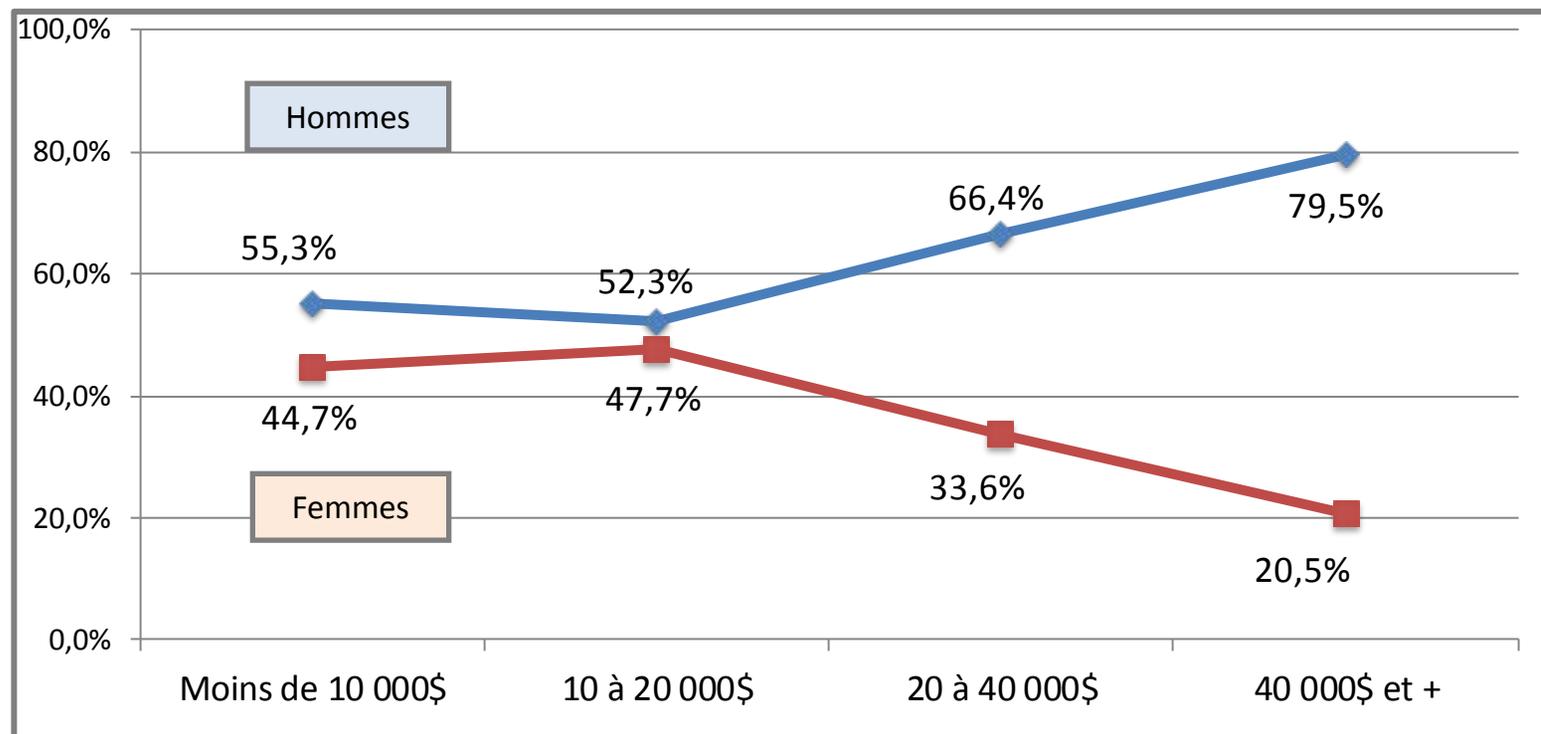
Femmes entrepreneures %	Moins de 10 000 \$	10 000 \$ à 19 999 \$	20 000 \$ à 39 999 \$	40 000 \$ et plus	Revenu médian
Montérégie Est	22,2	31,7	29,7	15,5	18 561 \$
Acton	15,0	31,3	46,3	7,5	21 147 \$
Pierre-De Saurel	31,9	29,2	24,9	11,4	14 950 \$
Brome-Missisquoi	26,5	33,0	25,8	13,6	17 509 \$
Le Haut-Richelieu	20,6	31,7	29,8	17,2	18 494 \$
La Haute-Yamaska	23,3	30,8	26,8	16,5	18 623 \$
Marguerite-D'Youville	23,9	36,6	29,0	17,3	19 017 \$
Les Maskoutains	20,7	36,6	29,0	12,6	17 325 \$
Rouville	19,9	40,4	28,5	10,6	17 542 \$
La Vallée-du-Richelieu	19,7	27,6	32,6	19,7	20 883 \$
Québec (PR)	23,8	29,7	28,4	18,1	19 323 \$

Hommes entrepreneurs	Moins de 10 000 \$	10 000 \$ à 19 999 \$	20 000 \$ à 39 999 \$	40 000 \$ et plus	Revenu médian
Montérégie Est	15,2	19,2	32,0	33,2	28 264 \$

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **Un revenu médian des femmes entrepreneures très inférieur à celui des hommes entrepreneurs** – Les femmes entrepreneures ont un revenu médian de 18 561 \$, comparativement à 28 264 \$ pour les hommes entrepreneurs, en Montérégie Est. Ce revenu médian des femmes est aussi légèrement plus bas (18 561 \$) que celui des femmes entrepreneures du Québec (19 323 \$) ou encore de la Montérégie (19 833 \$).

**Graphique 15 Revenu total avant impôt – Comparaison différenciée femmes/hommes, Montérégie Est**



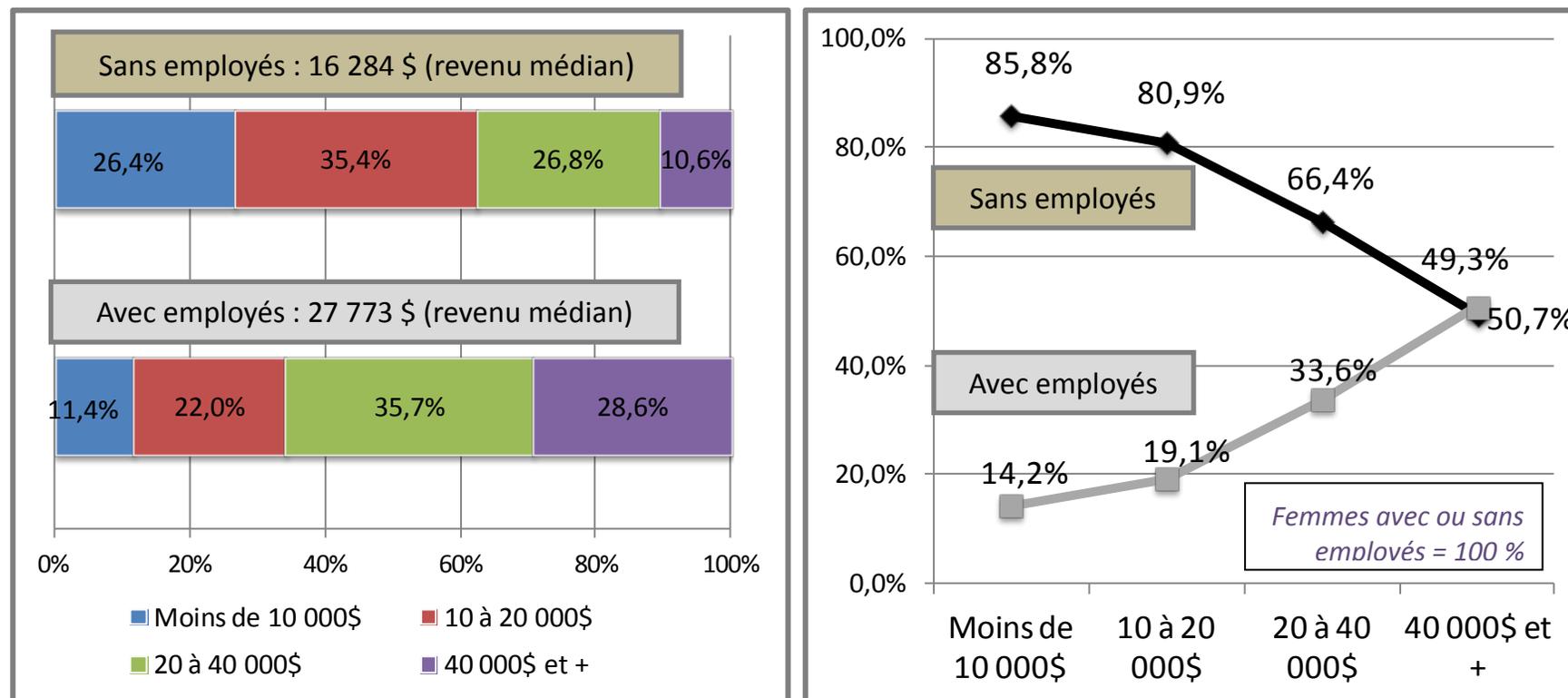
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **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 20 % de femmes comparativement à 80 % d'hommes.

## Graphique 16 Revenu total avant impôt – Avec employés/sans employés, Montérégie Est

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'offrir de meilleurs revenus aux femmes entrepreneures** – La majorité des femmes entrepreneures sans employés (61,8 %) ont un revenu total inférieur à 20 000 \$, alors que la majorité de celles avec employés (64,3 %) ont un revenu supérieur à 20 000 \$. Le graphique de droite est encore plus éloquent, montrant qu'à l'échelon supérieur, les femmes entrepreneures avec employés (50,7 %) ont un revenu supérieur aux femmes entrepreneures sans employés (49,3 %). À noter que le revenu médian des hommes sans employés s'établit à 21 666 \$, un écart de 5 382 \$ comparativement aux femmes, tandis que celui des hommes avec employés atteint 37 935 \$, un écart significatif de 10 162 \$.

**Tableau15 Temps de travail et revenu d'emploi – Femmes entrepreneures de la Montérégie Est**

Femmes entrepreneures	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nombre %	Revenu d'emploi médian	Nombre %	Revenu d'emploi médian
Montérégie Est	50,7	16 463 \$	48,4	10 216 \$
Acton	71,1	15 106 \$	27,6	11 778 \$
Pierre-De Saurel	50,6	14 982 \$	49,4	5 866 \$
Brome-Missisquoi	47,7	15 110 \$	51,9	9 259 \$
Le Haut-Richelieu	50,3	16 989 \$	49,0	10 005 \$
La Haute-Yamaska	51,5	17 385 \$	47,3	10 836 \$
Marguerite-D'Youville	51,6	17 133 \$	48,1	9 453 \$
Les Maskoutains	57,8	14 733 \$	41,6	10 618 \$
Rouville	42,7	13 604 \$	57,3	10 810 \$
La Vallée-du-Richelieu	46,0	17 244 \$	52,5	12 295 \$
Québec (PR)	46,0	17 466 \$	52,8	11 588 \$

Hommes entrepreneurs	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nombre %	Revenu d'emploi médian	Nombre %	Revenu d'emploi médian
Montérégie Est	64,5	26 562 \$	34,8	18 417 \$

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Un nombre égal de femmes entrepreneures à temps plein et à temps partiel** – 50,7 % des femmes entrepreneures ont travaillé toute l'année à temps plein (revenu d'emploi médian : 16 463 \$), tandis que 48,4 % d'entre elles ont travaillé à temps partiel ou une partie de l'année (revenu d'emploi médian : 10 216 \$). Dans le cas des hommes, 64,5 % ont travaillé à temps plein (revenu d'emploi médian : 26 562 \$) et 34,8 % à temps partiel (revenu d'emploi médian : 18 417 \$). À noter que le revenu d'emploi médian (temps plein ou temps partiel) des femmes entrepreneures de la Montérégie Est est légèrement plus bas que la moyenne québécoise.

**Tableau16 Revenu d'emploi, temps plein ou partiel – Comparaison femmes/hommes – Montérégie Est**

Entrepreneur(e)s	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nbre %	Revenu moyen	Nbre %	Revenu moyen
Femmes avec employés	67,3	39 564 \$	32,0	31 027 \$
Hommes avec employés	73,9	50 389 \$	25,5	54 512 \$
Femmes sans employés	44,2	19 163 \$	54,8	13 910 \$
Hommes sans employés	57,0	27 835 \$	42,1	21 784 \$

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 – Montérégie Est**

Entrepreneur(e)s	Total femmes		Total hommes	
	Nbre %	Revenu moyen	Nbre %	Revenu moyen
Avec employés	72,1	36 570 \$	44,2	51 303 \$
Sans employés	27,9	16 237 \$	55,8	25 195 \$

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 des revenus moyens d'emploi des entrepreneures comparativement à leurs collègues masculins. Cet écart est de 40,3 % dans le cas des entreprises avec employés, et de 55,2 % dans les entreprises sans employés, en faveur des hommes.

**Tableau18** Fréquence de faible revenu (ménages) – Femmes et hommes entrepreneurs - Montérégie Est

Femmes entrepreneures	%	Hommes entrepreneures	%
Avec employés	8,2	Avec employés	6,3
Sans employés	18,3	Sans employés	16,7
Moyenne	15,5	Moyenne	12,2

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des taux élevés de faible revenu chez tous les entrepreneurs** – Chez les femmes entrepreneures comme chez les hommes entrepreneurs, la fréquence de faible revenu est élevée, soit environ 15,5 % en moyenne dans le premier cas et 12,2 % dans le second. Il s’agit ici d’un taux calculé sur la base des ménages. Le taux individuel réel serait sûrement 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	%	Hommes entrepreneurs	%
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 semblables en Montérégie, mais plus élevés au Québec** – Dans tous les cas, femmes ou hommes avec ou sans employés, les taux de faible revenu sont légèrement moins élevés que dans l’ensemble de la Montérégie Est. La principale différence avec la Montérégie touche les hommes entrepreneurs sans employés, dont la fréquence de faible revenu est plus basse de 3 %. Pour l’ensemble du Québec, les taux sont partout plus élevés. À mentionner que les femmes entrepreneures, que ce soit avec ou sans employés, affichent des fréquences de faible revenu plus élevées que les hommes.

**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 :

- Le profil statistique des femmes entrepreneures de la Montérégie Est se compare positivement à celui de l'ensemble du Canada et du Québec.
- Mis à part l'immigration, les entrepreneures de la Montérégie Est ressemblent fort à celles de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent;
- À population égale, les femmes entrepreneures sont presque deux fois moins nombreuses que les hommes entrepreneurs;
- Il y a 2,5 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 et 49 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;
- Une entrepreneure sur cinq est une femme immigrante, soit deux fois moins que dans les deux autres sous-régions;
- Mais comme partout ailleurs, les femmes entrepreneures sont un peu plus enclines à lancer une entreprise avec employés;
- Le niveau de 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 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 les professions liées aux sciences sociales et à la santé, tandis que les hommes prédominent les professions liées aux métiers et au transport, ainsi qu'aux sciences naturelles;
- Ni les hommes ni les femmes n'exercent des professions qui se rattachent à la fabrication manufacturière;
- Parmi les secteurs d'activité, ce sont ceux de la santé et de l'assistance sociale ainsi que des services professionnels, scientifiques et techniques qui attirent le plus de femmes entrepreneures;
- Le commerce de détail et l'hébergement/restauration sont les deux principaux secteurs d'entreprises avec employés;
- Les femmes ont un revenu médian moindre que celui des hommes quel que soit le temps de travail (plein ou partiel);
- Le bas niveau de revenu et la fréquence élevée de faible revenu confirment que l'entrepreneuriat n'équivaut pas à richesse.

## Partie 3 – Les faits saillants des groupes de discussion

### Un portrait nuancé et une demande de soutien plus accessible

Quatre groupes de discussion réunissant 33 entrepreneures de l'une ou l'autre des MRC de la Montérégie Est se sont tenus le 26 avril 2012 à Chambly, le 1<sup>er</sup> mai à Granby, le 2 mai à Saint-Hyacinthe et le 16 mai à Sorel. Cette consultation a permis de dégager un portrait qualitatif et d'appréhender les besoins en termes de soutien entrepreneurial.

### La population à l'étude

Les participantes à ces quatre groupes de discussion ont été invitées par Femmessor-Montérégie, les CLD de chacune des MRC, la SADC de la région d'Acton, les Cercles d'entraide de la Rive-Sud et le CAE Haute-Yamaska. Les tableaux ci-dessous présentent la méthodologie et le profil des femmes consultées.

<b>Univers</b>	Femmes entrepreneures avec ou sans employés
<b>Marché</b>	Montérégie Est
<b>Sélection des participantes</b>	Aléatoire à partir des listes de Femmessor, des CLD, de la SADC, des Cercles d'entraide et du CAE – Envoi d'une lettre d'invitation par courriel
<b>Date</b>	Du 26 avril au 16 mai 2012
<b>Nombre de participantes</b>	33

## Profil des participantes

Critères (série 1)	Participantés (n=33)	Critères (série 2)	Participantés (n=33)
<b>Nombre d'employés</b>		<b>Secteur d'activité</b>	
Aucun	22	Services	10
1 à 2 employés	6	Services aux entreprises	7
3 à 10 employés	2	Commerce de détail	5
Plus de 10 employés	3	Restauration / hébergement	4
<b>Catégorie d'âge</b>		Industrie manufacturière	<b>3</b>
Entre 18 et 34 ans	7	Santé et services sociaux	<b>3</b>
Entre 35 et 44 ans	12	Agriculture	<b>1</b>
Entre 45 et 54 ans	10	<b>Années comme entrepreneure</b>	
55 ans et plus	4	1 an	<b>14</b>
		2 à 5 ans	<b>8</b>
		6 ans et plus	<b>11</b>

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.

## Les thèmes abordés

Plusieurs thèmes ont été abordés dans chacun des quatre groupes : les motivations pour se lancer en affaires, les avantages et les inconvénients, les obstacles et défis au démarrage, les stratégies de développement, les différences entre le modèle entrepreneurial des femmes et celui des hommes, les conditions de succès et les critères de performance retenus, les principaux besoins de soutien entrepreneurial ainsi que les pistes d'amélioration suggérées à cet égard.

Les principaux faits saillants qui ressortent de ces échanges sont énoncés dans les lignes qui suivent.

### LES PRINCIPALES MOTIVATIONS POUR SE LANCER EN AFFAIRES

**Plusieurs facteurs ont incité les femmes entrepreneures de la Montérégie Est à se lancer en affaires : satisfaire leur fibre entrepreneuriale, réaliser un rêve, assurer la relève familiale ou encore faciliter la conciliation travail-famille.**

**Cependant, on retrouve une motivation commune au sein de chacun des groupes : nourrir une passion. Voici en résumé les motivations évoquées lors des quatre tables rondes :**

- Être autonome, avoir la liberté de créer, d'innover
- Travailler pour soi sans patron qui engrange tout ce qu'on rapporte...
- Satisfaire son goût d'entreprendre, réaliser un rêve
- Réaliser un projet avec un partenaire qui nous complète ou avec un conjoint
- Reprendre la suite d'une entreprise déjà implantée
- Concilier travail et famille, profiter de ses jeunes enfants
- Créer son propre emploi à la suite d'une perte de travail ou d'un changement de vie

### LES AVANTAGES PERÇUS

**Une fois en affaires, les entrepreneures retrouvent plusieurs des avantages souhaités... notamment le goût de travailler et la fierté, la reconnaissance des clients, le choix des mandats voire une plus grande indépendance financière.**

**Par ailleurs, selon la majorité « l'avantage des avantages » semble être de pouvoir mener sa barque selon ses valeurs, ses intérêts, ses perspectives de développement et ses choix de vie. Voici en bref des avantages cités dans les groupes de discussion :**

- Reconnaissance professionnelle, sentiment de fierté
- Liberté d'action, d'organisation et d'horaire
- Assurance financière (« dans mes poches plutôt que dans celles du patron »)
- Cohérence avec sa vision et ses valeurs
- Épanouissement, sentiment de se réaliser, de pouvoir se dépasser
- Enthousiasme, envie d'aller travailler chaque jour
- Capacité d'être créative
- Sentiment de faire une différence et d'aider les gens

### **LES INCONVENIENTS PERÇUS**

**Les principaux inconvénients soulignés par les femmes entrepreneures sont largement partagés qu'il s'agisse du stress financier, de la lourdeur des tâches, de l'isolement professionnel, des difficultés à concilier le travail et les responsabilités familiales, et de l'équilibre fragile entre le développement d'affaires et la réalisation des commandes.**

Notons que la solitude professionnelle, le manque de soutien et de compréhension de la part des proches ont été souvent mentionnés.

Voici en résumé les inconvénients ressentis par les femmes de la Montérégie Est :

- Difficulté d'être une femme-orchestre qui doit tout faire en même temps
- Surcharge de travail et peu de temps pour soi, ses loisirs, etc.
- Insécurité financière (salaire, fonds de pension, assurances collectives), incertitude du contexte d'affaires
- Difficile conciliation travail-famille et faible soutien du conjoint à cet égard
- Solitude de chef d'entreprise
- Incompréhension de l'entourage par rapport à ce que l'on vit
- Perceptions négatives des employés
- Manque de confiance en soi pour se vendre et justifier ses tarifs
- Complexité de mener de front développement, production et formation

## **LES OBSTACLES ET DEFIS AU DEMARRAGE**

**Lors du démarrage, les entrepreneures ont rencontré plusieurs obstacles, notamment pour obtenir du soutien financier et de l'information claire sur les ressources en entrepreneuriat et sur l'accompagnement disponible.**

**Le développement de la clientèle a aussi constitué un important défi de même que le recrutement d'employés fiables. Voici en résumé les obstacles et défis soulignés par les femmes consultées :**

- Difficultés à obtenir du soutien financier et obstacles de règles rigides, mal adaptées
- Défis importants pour bien définir son projet d'entreprise et le mettre en marche (organisation, promotion, production)
- Problèmes à recruter et à fidéliser des ressources humaines motivées et compétentes
- Complexité de bâtir son réseau et sa base de clientèle
- Manque de compétences liées aux aspects juridiques, comptables, gestion de personnel
- Accès complexe et inégal aux ressources techniques, au coaching et à la formation
- Lourdeurs bureaucratiques
- Inexistence d'un guichet unique et accessible au besoin

## **LES STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT**

**Le réseautage tant réel que virtuel semble être la stratégie de développement privilégiée, qu'il s'agisse de la participation à des réseaux d'affaires ou le partenariat. Chose certaine, les femmes consultées reconnaissent de plus en plus le rôle des médias sociaux pour positionner leurs produits et services.**

**Cependant, le bouche à oreille et l'implication au sein d'instances sont des approches qu'elles favorisent encore. Voici en résumé leurs stratégies :**

- Faire partie de réseaux sectoriels bien choisis et ciblés
- S'impliquer au sein de conseils d'administration ou de comités
- Partager son expertise dans les médias et faire des échanges (ex. chroniques, capsules radio contre gratuité de ses produits ou services)
- Donner des commandites ou du temps bénévole pour des projets du milieu
- Compter sur le bouche à oreille

- Miser sur ses alliés stratégiques
- Se servir des médias sociaux pour faire sa promotion : Facebook, LinkedIn, blogues
- Se donner de la visibilité lors de conférences, salons, concours en entrepreneuriat

### **UN MODELE ENTREPRENEURIAL FEMME ET HOMME DIFFERENT**

**Les entrepreneures consultées sont très nuancées quand on leur demande s'il y a un modèle entrepreneurial féminin différent de celui des hommes. Plusieurs parlent d'un côté masculin et féminin dans chaque personne.**

**Cependant, elles ressentent des différences dans la gestion du personnel, les relations avec les clients ainsi que dans le développement d'affaires. Voici en synthèse ce qu'elles ont dit :**

- La crédibilité des femmes est difficile à faire valoir dans certains secteurs réservés aux hommes, auprès des banquiers ou encore quand on est jeune
- Les valeurs des femmes commencent à s'imposer, notamment la transparence
- Les femmes gèrent avec leur cœur, comme « des mères de famille », avec empathie
- Les femmes sont plus structurées, ont davantage le souci du détail
- Elles se fient davantage à leur intuition
- Elles sont davantage soucieuses de la satisfaction du client, sont plus à leur écoute
- Les hommes sont plus agressifs dans le développement d'affaires
- Il y a des différences de personnalité, mais non selon les sexes
- Il faut des hormones masculines pour être entrepreneur

## **LES CONDITIONS DE SUCCES POUR REUSSIR**

**Les femmes entrepreneures de Montégérie Est ont noté plusieurs conditions essentielles pour réussir. La persévérance est sur toutes les lèvres.**

**Oser, innover, rester centrée sur les besoins du client et bien s'entourer en sont d'autres qui sont souvent mentionnés.**

**Voici donc résumées les principales conditions à partir des constats des quatre groupes de discussion :**

- Rester centrée sur son objectif
- Avoir une philosophie d'affaires : « on gère une entreprise »
- Maintenir sa motivation, ne pas seulement penser au gain à court terme
- Être convaincue et convaincante
- Être patiente et tenace
- Ne pas arrêter de faire du développement d'affaires
- Bien comprendre les attentes des clients
- Miser sur un bon réseau de mentors, de partenaires, de fournisseurs et de ressources
- Accepter de sortir de sa zone de confort
- Adopter une bonne gestion du temps en se fixant des limites

## **LES CRITERES DE PERFORMANCE**

**Les femmes entrepreneures évaluent la performance de leur entreprise à partir d'un ensemble de critères. En tête, la satisfaction de la clientèle suivies de la reconnaissance professionnelle, puis de la rentabilité de l'entreprise. Voici les principaux critères identifiés par les femmes consultées :**

- Excellent service à la clientèle
- Satisfaction des employés
- Reconnaissance dans son domaine
- Produit ou service de qualité et authentique
- Rentabilité et durabilité de l'entreprise

- Bon niveau de croissance
- Saine gestion
- Innovation constante

### **LES PRINCIPAUX BESOINS DE SOUTIEN ENTREPRENEURIAL**

**En grande majorité, les participantes ne connaissent pas les ressources disponibles en soutien entrepreneurial. Elles se disent mal informées. L'idée d'un guichet unique a souvent été évoquée.**

**De plus, le besoin d'être guidée par une ressource compétente, proactive qui saisit bien leur réalité tant au démarrage qu'à d'autres étapes de croissance ressort clairement. Voici les principaux besoins exprimés par les femmes de la Montérégie Est :**

- Un guide d'information au démarrage facile à trouver et à consulter
- Un cheminement bien expliqué sur le processus de lancement d'une entreprise
- Un outil d'information bien intégré sur l'ensemble des ressources (bottin)
- Un apport de souplesse dans les règles et les programmes (ex. : sans contrainte d'âge)
- Des ateliers de formation abordables sur des sujets précis
- Une brigade d'experts professionnels accessible (avocat, notaire, comptable)
- Des échanges avec d'autres entrepreneures (partage d'expériences, encouragement)
- Du coaching et du mentorat, idéalement féminin

### **LES PISTES D'AMELIORATION SOUHAITEES**

**Plusieurs des femmes consultées souhaitent que les organismes de soutien entrepreneurial travaillent davantage en partenariat afin de bénéficier d'une offre de services mieux intégrée.**

**Elles aimeraient également sentir les intervenants davantage animés par une philosophie entrepreneuriale et faisant preuve d'une plus grande ouverture d'esprit. Conséquemment, elles ont lancé plusieurs pistes d'amélioration :**

- Adapter les règles et les assouplir pour tenir compte de créneaux innovateurs
- Offrir un soutien plus dynamique et plus soutenu (suivi proactif)

- Multiplier les cellules de mentorat
- Avoir une ligne d'info-référence spécialisée pour les entrepreneurs
- Mieux diffuser la trousse de démarrage et surtout mieux la faire connaître
- Constituer un guichet unique des services en entrepreneuriat
- Faciliter les échanges entre les femmes entrepreneures (rencontres, colloques)
- Adapter la stratégie d'information des organismes aux médias sociaux
- Offrir davantage d'ateliers de formation pratique, des cliniques d'information

### **A retenir**

- Les femmes consultées sont animées par leur passion, le goût de réaliser leur rêve et de faire une différence.
- Elles sont prêtes à oser, à innover en ayant en tête la satisfaction du client.
- Elles souhaitent briser leur isolement et se sentir davantage soutenues tant par leurs proches et amis que par leurs employés.
- Elles trouvent difficile de jouer la femme-orchestre et de concilier leur vie professionnelle et leurs responsabilités familiales.
- Elles sont ouvertes à toutes les formes de réseautage tant classiques que virtuelles.

### **TROIS PRIORITES POUR LE SOUTIEN : INFORMATION, ACCESSIBILITE, CONCERTATION**

- Elles veulent être davantage informées des ressources existantes, des programmes et des possibilités de formation et de ressourcement.
- Elles aimeraient aussi un accès plus facile aux experts-conseils (comptabilité, gestion, marketing, juridique, etc.).
- Elles souhaitent que les conseillers en soutien soient proactifs, les guident tant au démarrage qu'aux étapes de la croissance.
- Elles demandent plus de souplesse dans les règles du jeu qu'elles jugent souvent mal adaptées à leurs besoins.
- Elles prônent le partenariat et la concertation entre les organismes de soutien afin de bénéficier d'une offre intégrée de soutien.



## Partie 4 - Le sondage en ligne

### Les résultats du sondage

#### Des objectifs complémentaires à l'étude

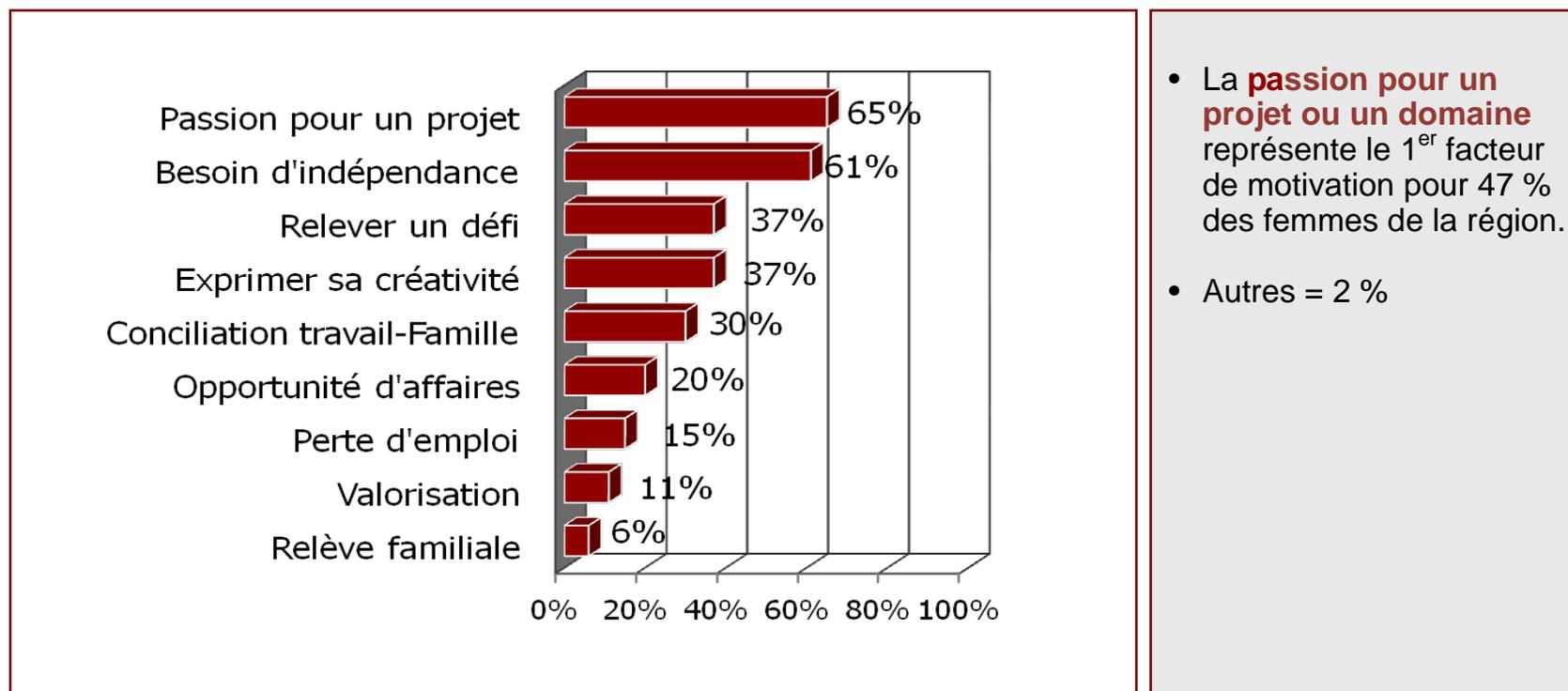
- Déterminer l'importance des besoins et des défis des femmes entrepreneures
- Identifier l'ordre de priorité des pistes d'amélioration proposées pour le soutien entrepreneurial

#### Méthodologie

<b>Méthode de collecte des données</b>	Sondage Internet
<b>Univers</b>	Femmes entrepreneures
<b>Marché</b>	CRÉ de la Montérégie Est
<b>Sélection des répondantes</b>	Invitation à participer envoyée par courriel
<b>Date de collecte des données</b>	24 mai au 10 juin 2012
<b>Échantillon</b>	218 répondantes
<b>Taux de réponse</b>	17 %
<b>Marge d'erreur</b>	6,6 % à un niveau de confiance de 95 %

## Principales motivations

Les 3 principaux facteurs incitant à devenir entrepreneures (Q3) – N = 218



### ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

#### Avec employés vs sans employés

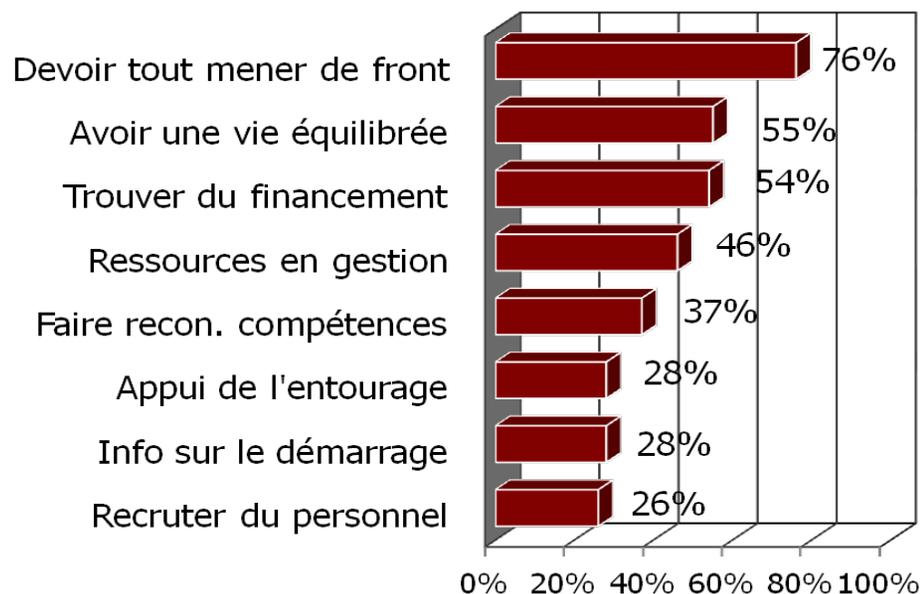
- « **Relever un défi** » est une motivation pour 49 % des entrepreneures avec employés vs seulement 24 % pour celles sans employés.

#### 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 (54 %) que pour celles qui n'ont pas la garde d'enfants (16 %).
- « **Exprimer ma créativité** » constitue un facteur de motivation pour 46 % des femmes n'ayant pas la garde d'enfants vs seulement 24 % pour celles avec la garde d'enfants à temps plein.

## Difficultés lors du démarrage

Difficultés éprouvées lors du démarrage (Q4) – N = 211



- Il y a de nombreuses difficultés au démarrage pour les femmes entrepreneures.
- Autres = 0 %

### ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

#### Par niveau de scolarité

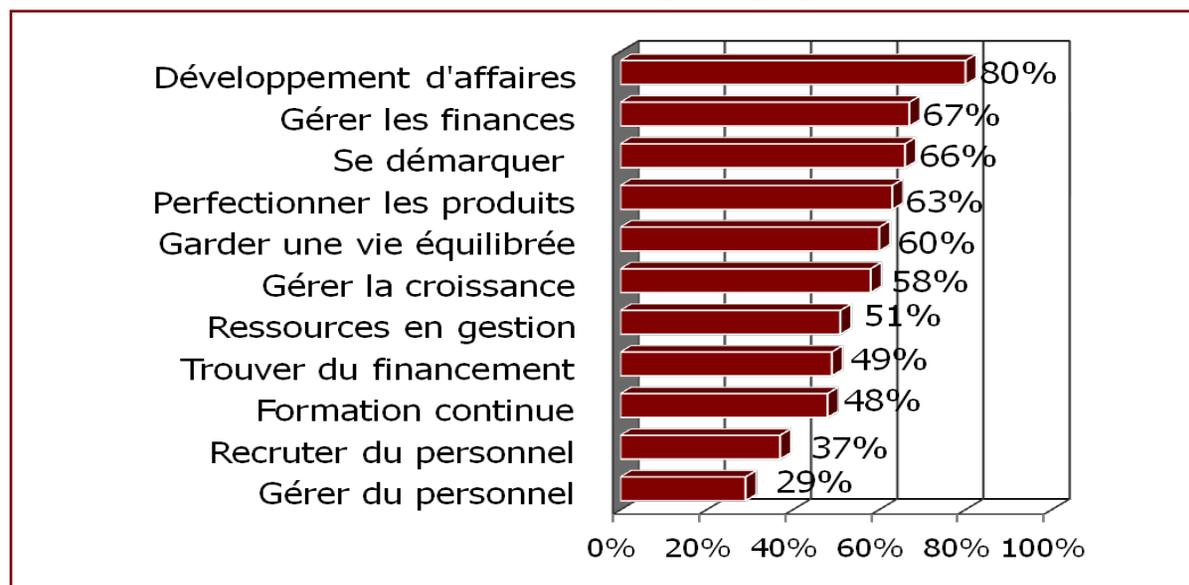
- 91 % des universitaires de deuxième cycle (maîtrise ou doctorat) ont eu de la difficulté à **devoir tout mener de front** vs 72 % des autres.

#### Par nombre d'employés

- 42 % des entrepreneures sans employés ont éprouvé de la difficulté à **faire reconnaître leur compétence** vs 28 % des entrepreneures avec employés.
- Par contre, 68 % des entrepreneures avec employés ont éprouvé des difficultés à **avoir une vie équilibrée** vs 46 % de celles sans employés.
- Aucun universitaire de deuxième cycle n'a eu de la difficulté à **obtenir l'appui de son entourage**.

## Défis actuels des entrepreneures

Les défis actuels à relever dans votre entreprise (Q5) – N = 205



- Une entrepreneure sur deux fait face à la plupart de ces défis.
- Autres = 0 %

### ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

#### Par groupe d'âge

- Les femmes de moins de 45 ans sont plus nombreuses à avoir de la difficulté à : **garder une vie équilibrée** (70 % vs 44 % des 45 ans et plus), **gérer du personnel** (36 % vs 19 %), **gérer les aspects financiers** (74 % vs 56 %) et miser sur des ressources de gestions (58 % vs 41 %).

#### Nombre d'années de l'entreprise

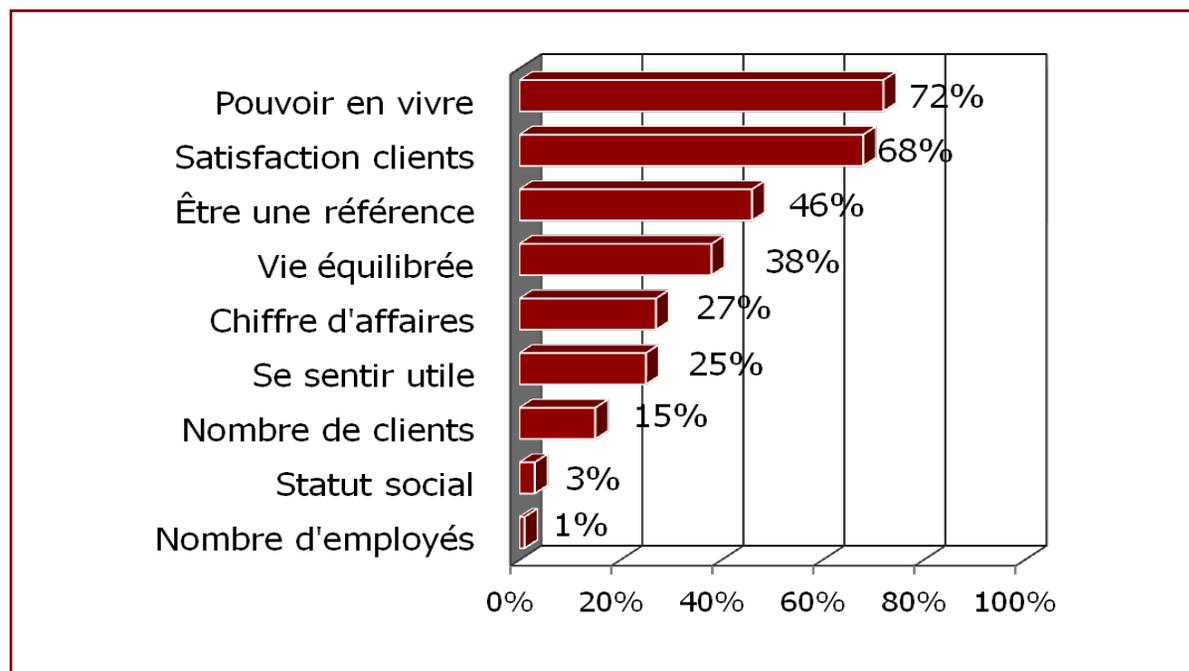
- Le défi de **gérer la croissance** se retrouve plus souvent dans les entreprises de 2 ans et plus (63 %) que dans celles de 1 an (43 %).
- Même chose pour **le recrutement** et **la gestion du personnel**, un défi pour davantage d'entreprises de plus d'un an.

#### Avec employés vs sans employés

- Il semble plus difficile de **trouver du financement pour investir ou croître** lorsque l'on a entre 1 et 10 employés (61 % vs 42 % des autres).
- Les difficultés de **recruter** et **gérer du personnel** représentent augmentent avec le nombre d'employés.

## Critères de réussite

Les 3 principaux critères de réussite de votre entreprise (Q6) – N = 202



- La rentabilité de l'entreprise qui permet d'en vivre représente le premier critère de réussite pour 44 % des femmes entrepreneures.
- Autres = 1 %

### ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

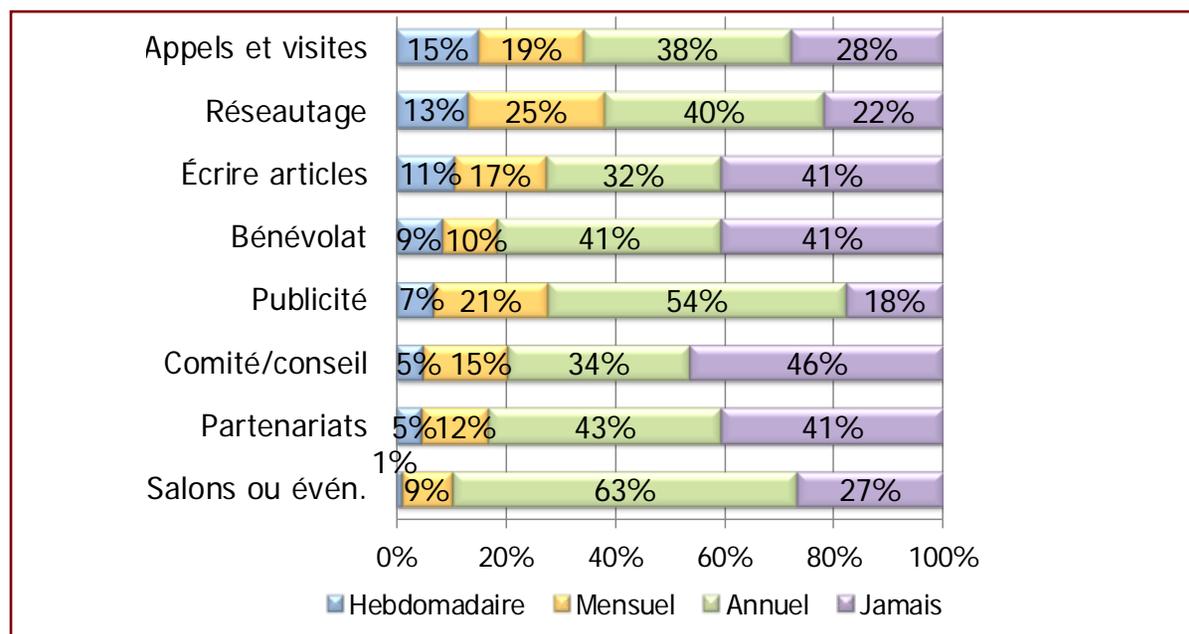
#### Par nombre d'années de l'entreprise

- Plus l'entreprise compte d'années et moins elle a tendance à considérer le **respect d'un équilibre de vie** comme étant un critère de réussite.
- C'est la tendance inverse pour être une **référence dans son domaine**.

Il n'y a pas de différence significative selon le groupe d'âge ou selon la scolarité.

## Stratégies de développement

Dans quelle mesure utilisez-vous les stratégies suivantes (Q7) – N = 199



- 38 % des femmes entrepreneures participent au moins une fois par mois à des **activités de réseautage**.
- Près d'une entrepreneure sur quatre (22 %) n'y participe jamais.

### ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

#### Avec employés vs sans employés

- 28 % des entrepreneures sans employés ne font **jamais de publicité** (vs 8 % de celles avec employés) et 49 % **n'écrivent jamais d'articles** (vs 32 % 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**.

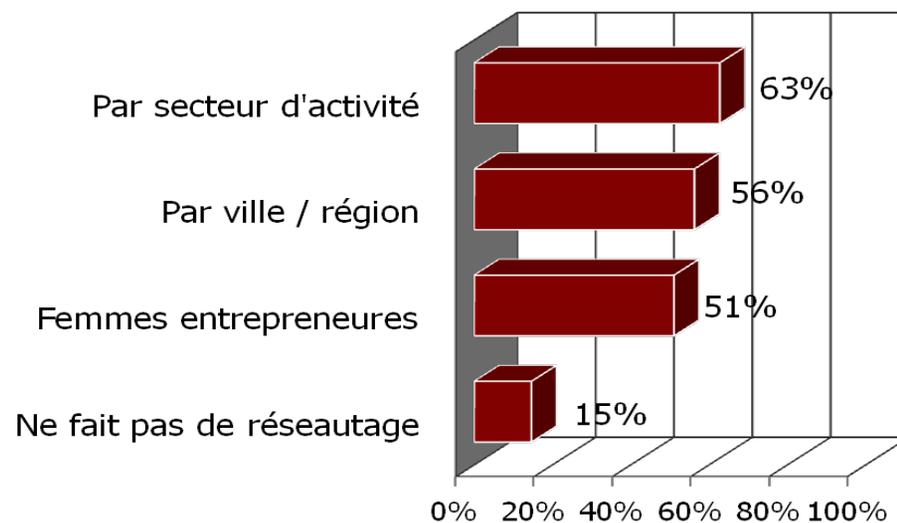
#### Par niveau de scolarité

- 19 % des universitaires de deuxième cycle (maîtrise ou doctorat) s'impliquent toutes les semaines à des **comités ou CA** vs seulement 3 % des autres.

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 = 185



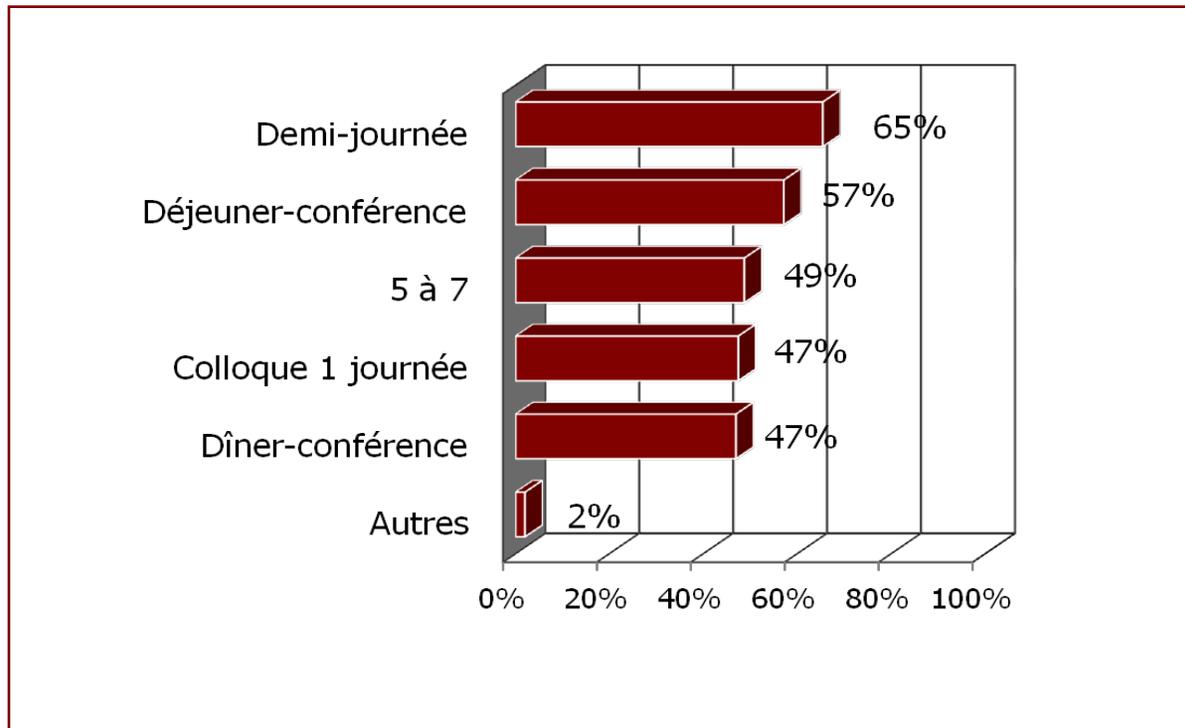
- 15 % des femmes entrepreneures ne souhaitent pas faire de réseautage.

Par scolarité :

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

## Activités de réseautage

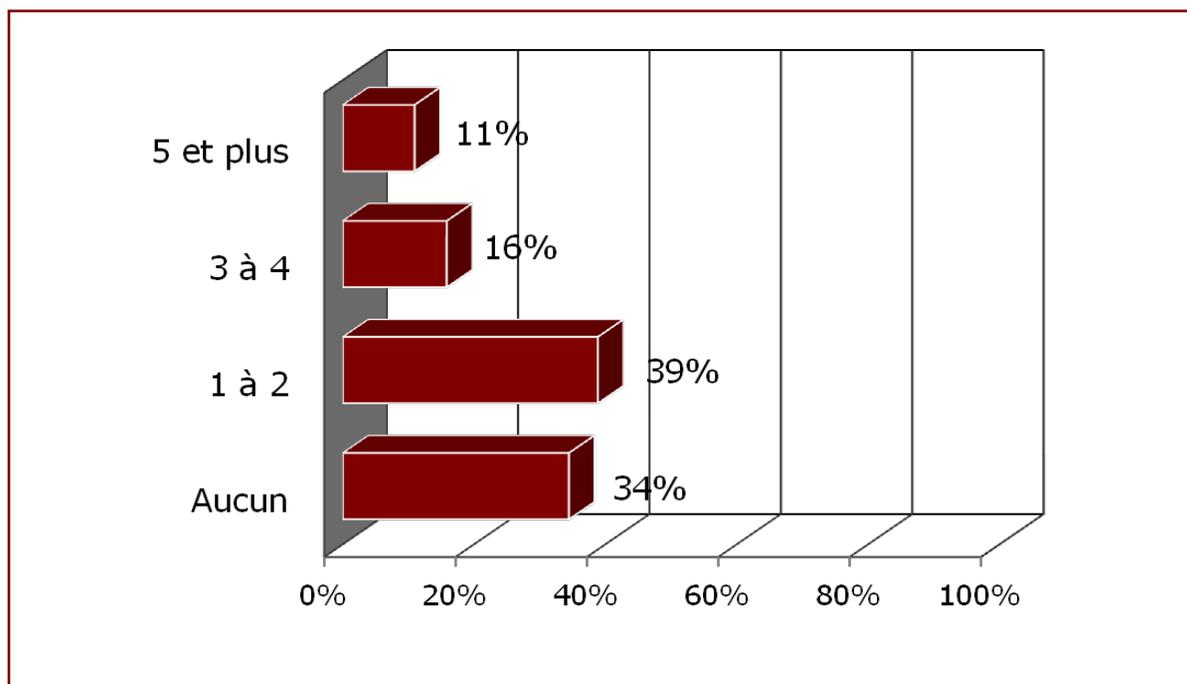
Quel type d'activité de réseautage vous intéresse (Q11) – N = 156



- La majorité des femmes entrepreneures préfèrent les activités de réseautage de **courte durée** : atelier d'une demi-journée ou déjeuner-conférence.
- Dans « autres » on retrouve le réseautage par Internet.

## Atelier de formation

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

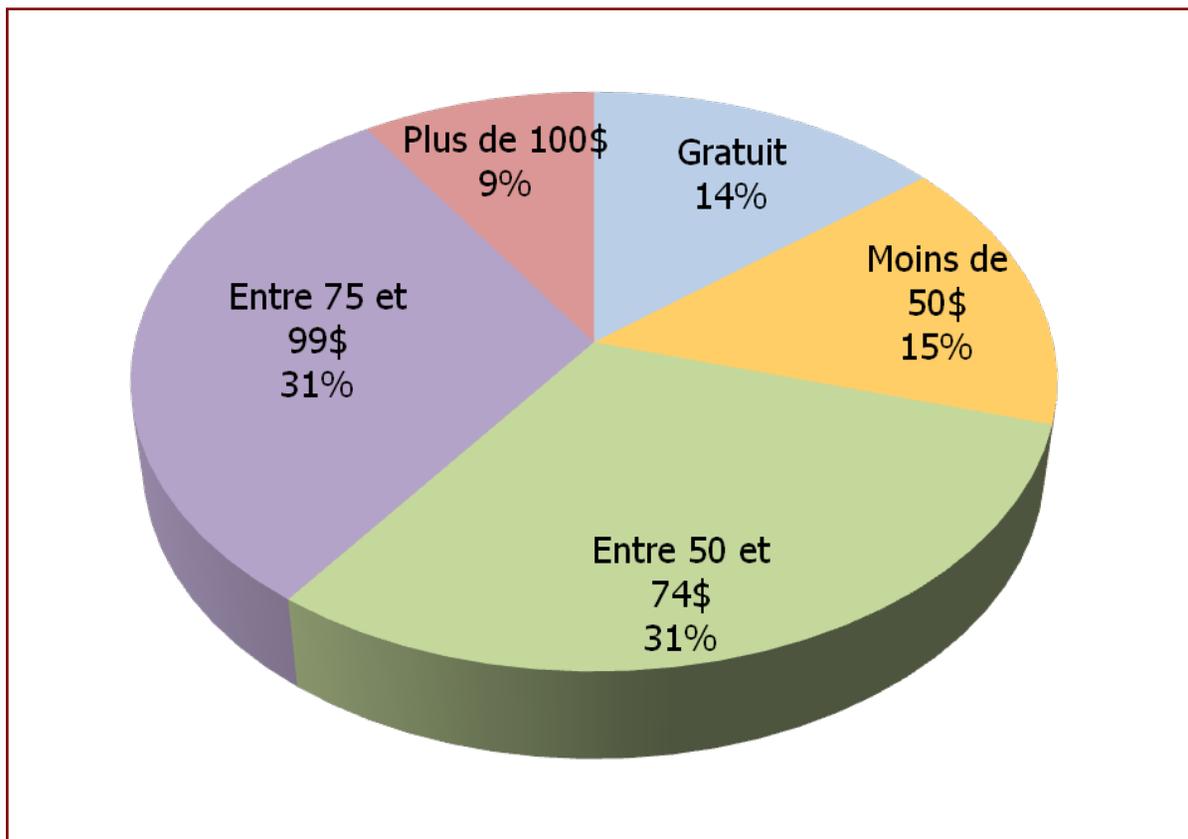


- Deux femmes sur trois (66 %) se sont inscrites à **au moins un atelier de formation** au cours des 12 derniers mois.

- Il n'y a pas de différence significative en fonction du niveau de scolarité.

## Coût pour un atelier de formation

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

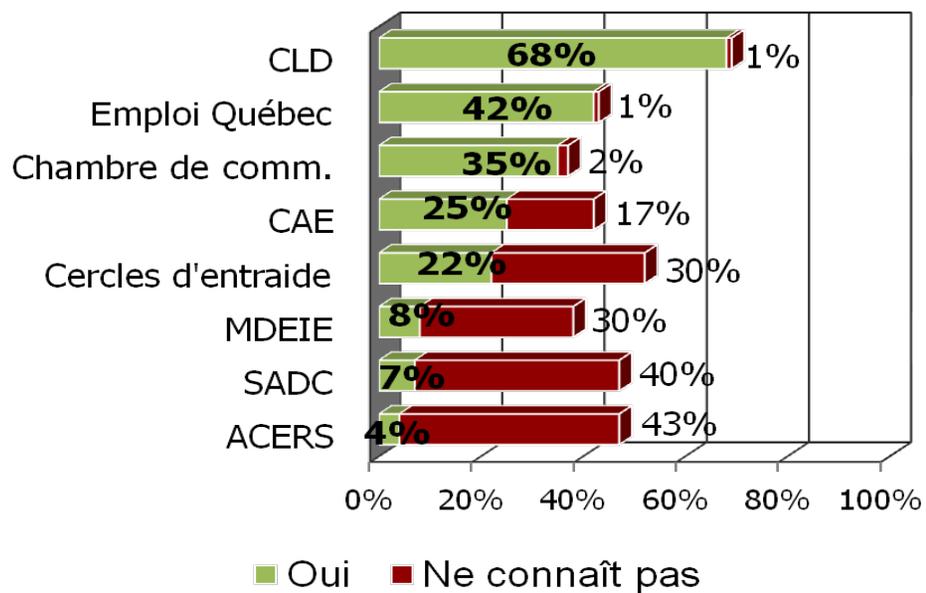


- Un atelier de formation **entre 50 \$ et 99 \$** rejoint le budget de la majorité des femmes (62 %).

- Il n'y a pas de différence significative en fonction du niveau de scolarité.

## Organismes pour les entrepreneurs

Services des organismes suivants déjà utilisés (Q8) – N = 198

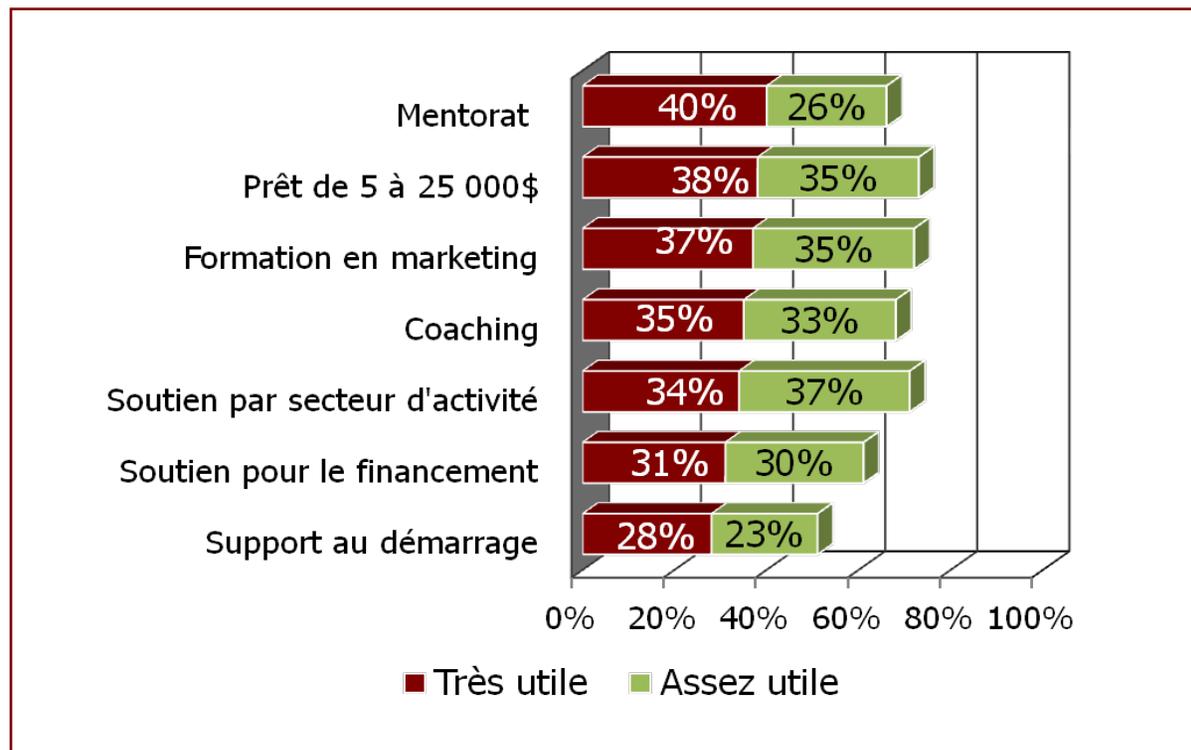


Les taux de notoriété :

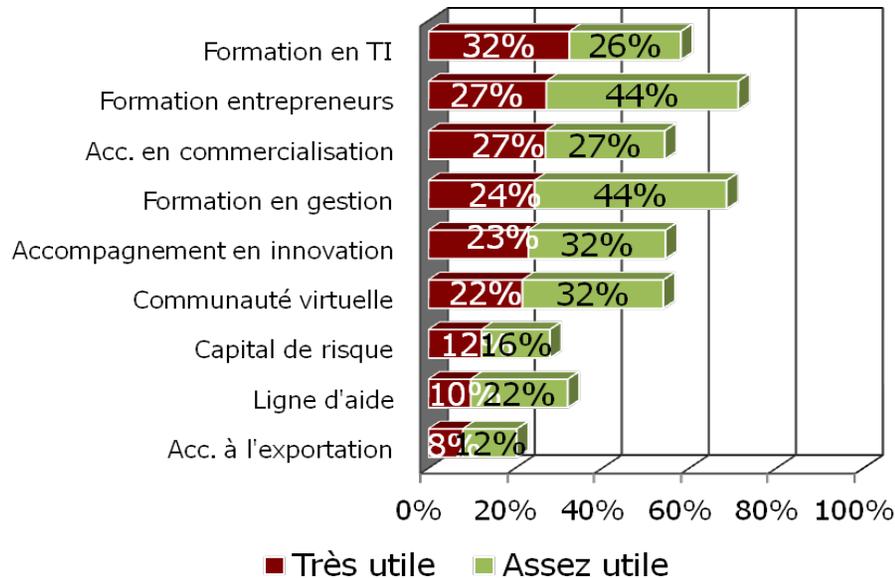
- CLD : 99 %
- CAE : 83 %
- Cercles : 70 %
- SADC : 60 %
- Femmessor : 57 %

## Outils et services utiles

Services utiles pour VOTRE entreprise (Q9) – N = 185



- Les services les plus utiles pour les entrepreneures de la région sont le **mentorat**, les **prêts** et la **formation en marketing**.



- L'intérêt est plus faible pour l'accès à du capital de risque, la ligne d'aide téléphonique et l'accompagnement à l'exportation.

#### ANALYSE PAR SOUS-GROUPES :

##### Par nombre d'employés

- La **ligne d'aide téléphonique** serait très utile pour davantage d'entrepreneures sans employés (14 %) que de celles avec employés (5 %).
- Le suivi et **support au démarrage** est davantage très utile pour les entrepreneures de 0 à 2 employés (33 %) que pour celles avec 3 employés et plus (12 %).

##### Par scolarité

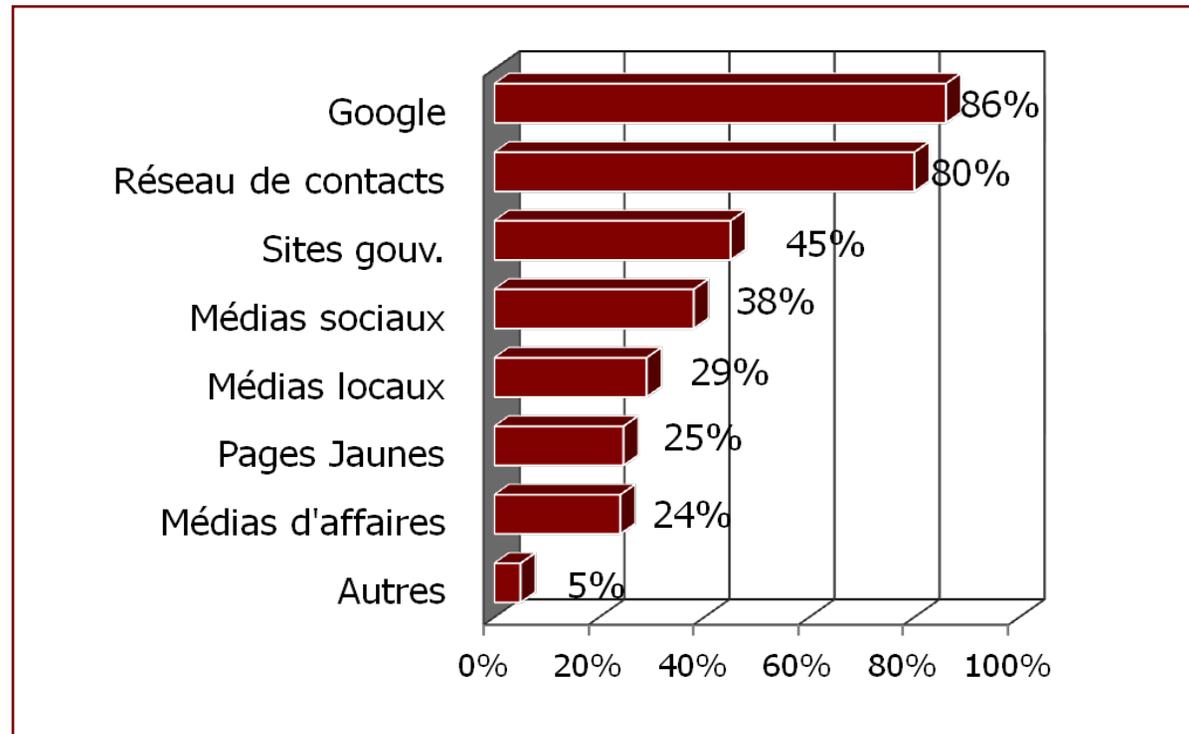
- 44 % des non-universitaires trouveraient très utile la **formation en marketing** vs 29 % des universitaires.

##### Par nombre d'années de l'entreprise

- Le **mentorat** et le **coaching** sont plus utiles pour les entrepreneures de moins de 10 ans.
- Le **soutien par secteur d'activité** serait très utile pour 42 % des entrepreneures de 5 ans de moins vs seulement 23 % des 6 ans et plus.
- Même chose pour la **formation continue** qui serait très utile pour davantage d'entreprises de 5 ans et moins (36 % vs 13 % des 6 ans et +).

## À la recherche d'informations

Chercher des informations sur des services offerts (Q14) – N = 183



- 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 entrepreneure (Q2)	N = 221
1 <sup>re</sup> année	24%
2 à 5 ans	34%
6 à 9 ans	17%
10 ans et plus	25%
Secteur d'activité économique (Q19)	N = 183
Services aux entreprises	20%
Commerces de détail	19%
Services aux particuliers	18%
Santé et services sociaux	13%
Industries manufacturières	10%
Restauration et hébergement	9%
Agriculture	6%
Nombre d'employés (Q22)	N = 183
Aucun	55%
1 à 2 employés	20%
3 à 10 employés	19%
Plus de 10 employés	7%

Heures par semaine consacrées à l'entreprise (Q23)	N = 183
Moins de 20 heures	14%
Entre 20 et 30 heures	17%
Entre 30 et 40 heures	20%
Entre 40 et 50 heures	24%
Entre 50 et 60 heures	9%
Plus de 60 heures	17%
MRC où se situe l'entreprise (Q24)	N = 183
Brome-Missisquoi	33%
Haut-Richelieu	14%
La Haute-Yamaska	13%
La Vallée-du-Richelieu	9%
Pierre-De Saurel	7%
Rouville	6%
Acton	6%
Marguerite-D'Youville	4%
Les Maskoutains	2%
Autres	6%

Catégorie d'âge (Q15)	N = 183
Moins de 35 ans	26%
Entre 35 et 44 ans	30%
Entre 45 et 54 ans	28%
Entre 55 et 64 ans	16%
Niveau de scolarité (Q16)	N = 183
Secondaire	14%
Collégial	36%
Universitaire (certificat ou baccalauréat)	37%
Universitaire (maîtrise ou doctorat)	13%
Avec enfants de 0 à 15 ans (Q17)	N = 183
Oui, à temps plein	39%
Oui, en garde partagée	6%
Oui, en garde une fin de semaine sur deux	0%
Non	55%
État familial (Q18)	N = 183
Célibataire/divorcée sans enfants	12%
Couple sans enfants	29%
Couple avec enfants	50%
Monoparentale	9%

Revenu d'entreprise (Q26)	N = 179
Moins de 30 000\$	46%
Entre 30 000\$ et 100 000\$	22%
Entre 100 000\$ et 250 000\$	11%
Entre 250 000\$ et 1M\$	8%
Plus de 1M\$	12%
Entrepreneuriat	N = 183
Deuxième carrière (Q21)	69%
Premier projet d'entreprise (Q20)	77%
Revenu du ménage (Q25)	N = 183
Seul revenu du ménage	28%
Revenu principal	20%
<b>Revenu secondaire</b>	<b>52%</b>

## Points à retenir

- Les résultats du sondage démontrent que c'est par passion pour un projet ou un domaine qu'un grand nombre de femmes se lancent en affaires.
- Lors du démarrage, celles-ci rencontrent plusieurs difficultés. Elles trouvent surtout difficile de tout devoir mener de front, de garder une vie équilibrée et d'avoir accès à du financement.
- Une fois l'entreprise démarrée, le principal défi demeure de devoir faire constamment du développement d'affaires tout en menant à bien les activités de l'entreprise.
- Leurs stratégies de développement se limitent principalement à faire quelques activités de réseautage et/ou des visites et appels chez les clients.
- Femmes de cœur, il demeure que pour la grande majorité d'entre elles, les principaux critères de succès en affaires consistent à pouvoir vivre de leur revenu d'entreprise et obtenir la satisfaction des clients.
- Les services et les outils à offrir aux entrepreneures en priorité sont des services de mentorat, des prêts de 5 000 \$ à 25 000 \$ et des ateliers de formation en marketing de courte durée et à un tarif se situant entre 50 \$ et 99 \$.



## Partie 5 – En résumé

### Une vision intégrée de l'analyse

Le portrait des femmes entrepreneures de l'agglomération de la Montérégie Est 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 qui permettent de nuancer ou de préciser 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 l'agglomération de Longueuil, on assiste à la montée d'un modèle d'entrepreneuriat féminin avec des attentes et des besoins précis. Ceci est particulièrement vrai dans les MRC de la Montérégie Est.

### Des motivations et des valeurs communes

Certains éléments-clés retenus par IPSE au moment de la recherche documentaire, de la tenue des groupes de discussion et du sondage en ligne montrent bien que les motivations qui incitent les femmes québécoises et canadiennes à se lancer en affaires rejoignent celles des entrepreneures de la Montérégie Est à maints égards. En effet, la très grande majorité d'entre elles désirent être leur propre patron, réaliser leur projet sans contraintes, ne pas être plafonnées (le fameux plafond de verre) et pouvoir mener de front vie professionnelle et vie familiale.

Par ailleurs, plusieurs des valeurs des entrepreneures de la Montérégie Est reflètent celles des entrepreneures canadiennes et américaines, notamment le désir d'accomplissement, l'autonomie et l'innovation.

### Des obstacles et des contraintes de femme-orchestre.

À l'instar de leurs consœurs canadiennes, les entrepreneures de la Montérégie Est ont eu des difficultés à obtenir du financement lors du démarrage de leur entreprise.

Par ailleurs, la solitude professionnelle et la complexité d'être une femme-orchestre tant au bureau qu'à la maison font partie des grands inconvénients qu'elles ont soulevés, comme c'est le cas pour les entrepreneures canadiennes. Elles déplorent elles aussi le manque de soutien et d'encouragement de leurs proches.

## **Développement d'affaires : réseautage et satisfaction clientèle**

Les entrepreneures de la Montérégie Est croient à l'approche réseau qu'il soit réel ou virtuel et elles s'intéressent aux médias sociaux pour se faire connaître. Cependant, comme stratégie de développement, elles préfèrent encore le bouche à oreille. Elles font de la fidélisation des clients une condition de succès. Le développement de la clientèle est d'ailleurs l'un des grands défis qu'elles ont identifiés lors de la consultation.

## **Des attentes précises en soutien**

À l'instar de plusieurs entrepreneures consultées au Québec, les femmes de la Montérégie Est ne semblent pas avoir une bonne connaissance des organismes de développement économique de leur région et de leur offre de soutien. Elles militent elles aussi pour un guichet unique, mais comme valeur ajoutée, elles suggèrent aux organismes locaux de développer une offre concertée misant sur la complémentarité.

## **Croissance de l'entrepreneuriat féminin**

Si certaines données du Recensement de 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 de professions ou de métiers traditionnels (santé, services, commerces de détail, restauration, etc.). Le principal secteur témoin de cette tendance est celui des services professionnels, scientifiques et technologiques, secteur où la présence des femmes entrepreneures s'accroît. Mais cette percée se fait beaucoup plus lentement en Montérégie Est, comme on le verra un peu plus loin que dans les deux autres territoires montérégiens, soit l'agglomération de Longueuil et la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent.

Toutefois, c'est en Montérégie Est que l'on trouve la plus grande proportion de femmes entrepreneures (9,3 %) en regard de la population féminine active. Viennent ensuite la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (8,7 %) et l'agglomération de Longueuil (7,6 %). Sur le plan individuel des territoires administratifs, c'est la MRC Pierre-De Saurel en Montérégie Est qui arrive en tête de toute la Montérégie avec une proportion de 14,1 %. Deux autres MRC de la Montérégie Est ont également des proportions supérieures à 10 % : Brome-Missisquoi (11,6 %) au troisième rang, et Acton (10,5 %) au sixième rang.

Mentionnons aux fins de comparaison que quatre autres territoires montérégiens, sur 19 au total, présentent des proportions supérieures à 10 %. Il s'agit de deux MRC de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, soit les Jardins-de-Napierville (12,4 %) et le Haut-Saint-Laurent (11,5 %) ainsi que deux municipalités de l'agglomération de Longueuil, soit Saint-Lambert (13,3 %) et Saint-Bruno-de-Montarville (10,7 %).

Mis à part l'agglomération de Longueuil, un territoire à dominante urbaine, très près de la ville de Montréal, les cinq MRC citées auparavant ont en commun d'être principalement rurales et, de surcroît, limitrophes de leur sous-région montérégienne, donc d'être les plus éloignées du centre métropolitain. Elles ont aussi en commun d'avoir traversé récemment – ou d'être toujours – dans une situation socioéconomique difficile, du moins plus que leurs voisines immédiates en Montérégie Est. Ce sont cinq MRC qui n'ont pas non plus de capitale régionale, comme Les Maskoutains (Saint-Hyacinthe), La Haute-Yamaska (Granby) et Le Haut-Richelieu (Saint-Jean-Iberville), pouvant jouer un rôle de locomotive économique.

Dans le cas de l'agglomération de Longueuil, les deux municipalités (Saint-Lambert et Saint-Bruno-de-Montarville) font partie d'un ensemble majoritairement urbanisé ayant un accès plus rapide vers Montréal, surtout dans le cas de Saint-Lambert. Elles jouissent également de caractéristiques sociodémographiques et socioéconomiques qui se ressemblent. Elles ont notamment en commun une population bien nantie et hautement scolarisée.

Il y a là matière à réflexion sur le plan de l'affirmation entrepreneuriale. Autour de Montréal, ce sont les MRC parmi les plus rurales de la Montérégie Est et de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent qui prennent davantage goût à l'entrepreneuriat malgré un taux de scolarité généralement plus faible que leurs voisines. À l'inverse, ce sont les deux municipalités aux populations les plus riches et les plus scolarisées de l'agglomération urbaine de Longueuil qui tirent le mieux leur épingle du jeu entrepreneurial.

Les motivations à se lancer en affaires sont évidemment différentes ; dans le cas des MRC agricoles, plus pauvres et moins scolarisées, la nécessité fait loi, tandis que dans les municipalités urbaines, la richesse donne droit à l'audace... du moins en ce qui concerne les femmes entrepreneures. Dans un cas comme dans l'autre, des éléments différents, mais logiques avec ce qui a été démontré dans les autres parties de ce profil jouent un rôle important pour le choix ou non d'une carrière entrepreneuriale. Rappelons aussi que le simple fait de trouver un emploi à proximité ou tout au moins dans sa région est un élément déterminant de l'affirmation entrepreneuriale. De même que l'on pourrait ajouter que les difficultés économiques locales stimulent l'entrepreneuriat.

### **Percée dans des secteurs en croissance**

Par ailleurs, un certain nombre de constats généraux se dégagent avec plus ou moins d'intensité, non seulement pour les MRC de la Montérégie Est, mais aussi pour celles de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent ainsi que pour les municipalités en observation de l'agglomération de Longueuil.

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 maintenant un rôle important dans d'autres domaines, notamment les services professionnels, scientifiques et techniques qui arrivent désormais au deuxième rang des secteurs les plus prisés des femmes entrepreneures de la Montérégie. Il s'agit d'un secteur où elles augmentent graduellement en nombre, témoin 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, secteur qui se classe toujours au premier rang. 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.

Au deuxième rang vient désormais le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques, secteur en forte croissance depuis quelques années. À ce chapitre, la Montérégie Est (12,2 %) arrive sur un pied d'égalité avec la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (12,3 %). C'est cependant l'agglomération de Longueuil qui vole la vedette en Montérégie avec une présence qui atteint 21,5 % presque nez à nez avec la santé et les services sociaux (22,7 %). 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 le vaste domaine des services, domaine qui a pris beaucoup d'importance au cours des deux dernières décennies de l'ère postindustrielle. Il semble bien que cette présence accrue des femmes entrepreneures dans le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques aille de pair avec l'intégration de plus en plus grande des femmes dans des secteurs d'emploi traditionnellement masculins. Plus précisément, cette percée est très certainement 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.

Mais, 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, soit les services juridiques, comptables, la publicité, les communications, etc.

En effet, les données compilées au chapitre des professions exercées, soit 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.

Soulignons, par ailleurs, que cette percée des femmes entrepreneures de la Montérégie dans le secteur des services professionnels, scientifiques et technologiques tranche avec ce qu'on observe sur le marché global de l'emploi au Canada. Dans ce secteur, 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.

### **D'autres constats sur les secteurs et les professions**

Parmi les autres secteurs d'activité, le secteur agricole et le commerce de détail arrivent respectivement au troisième et quatrième rang en Montérégie Est, après le secteur de la santé et de l'assistance sociale et celui des services professionnels, scientifiques et techniques, comme on l'a vu précédemment. Élément distinctif en Montérégie Est, la présence des femmes entrepreneures dans le secteur agricole est plus forte (9,5 %) que dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (7,1 %) et l'agglomération de Longueuil (6,5 %). Sur ces deux derniers territoires, c'est le commerce de détail qui arrive au troisième rang devant l'agriculture. Viennent ensuite au cinquième rang les services administratifs.

Sur le plan des professions, ce sont toujours celles liées à la vente et aux services que les femmes entrepreneures dominent en premier, devant les hommes entrepreneurs. À remarquer qu'en Montérégie Est, l'exercice de cette profession (28,4 %) est beaucoup plus répandu que dans l'agglomération de Longueuil (22,9 %), mais légèrement moins que dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (29,7 %). Viennent ensuite dans les trois territoires montérégiens, le groupe des affaires, de la finance et de l'administration (vérification, comptabilité, assurances, immobilier, placement financier, ressources humaines, services aux entreprises, etc.).

Au troisième rang, ce sont les professions liées aux sciences sociales qui devancent la gestion (services administratifs et législatifs, enseignement, services sociaux et communautaires, associations, tourisme, restauration, radio et télédiffusion, etc.).

Les entrepreneures autonomes sans employés restent, comme partout ailleurs au Québec, plus nombreuses que les entrepreneures avec employés. Dans le cas des entreprises avec employés, il est intéressant de noter que les femmes entrepreneures de la Montérégie Est sont très présentes dans le commerce de détail (14,5 %), l'agriculture (13,9 %), la santé (12,9 %) et les services professionnels, scientifiques et techniques (9,7 %). Sur le plan du travail autonome (sans employés), ce sont les secteurs de la santé (22,0 %) et celui des services professionnels, scientifiques et techniques (13,0 %) qui arrivent en tête de liste.

### **Plus jeunes en affaires, mais pas plus riches**

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 ainsi que confirmé par la consultation qui a été menée dans les trois territoires régionaux de la Montérégie? Toutefois, quel que soit le territoire en 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 des femmes 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 stimuler l'entrepreneuriat féminin et répondre aux attentes exprimées

#### Améliorer la communication

##### PROMOUVOIR LE MODELE QUEBECOIS

Ce troisième volet du Portrait de l'entrepreneuriat féminin en Montérégie fait ressortir la pertinence de promouvoir le modèle québécois avec ses caractéristiques distinctes afin d'agrandir le cercle des entrepreneures. Il y a des femmes innovatrices qui commencent à sortir des sentiers battus et qui font leur marque. Il faut les mettre en valeur pour inciter d'autres entrepreneures à se distinguer.

##### FAIRE MIEUX CONNAITRE LES ORGANISMES ET LEURS SERVICES

C'est un constat général : les organismes et leurs services sont méconnus. La priorité à accorder aux communications est on ne peut plus claire, tant pour rejoindre les femmes que pour leur donner une information claire. Les stratégies sont à revoir d'autant plus qu'Internet, les médias sociaux, les téléphones intelligents et de multiples applications sont en en train de révolutionner les façons de s'informer. L'idée d'un guichet unique d'info référence reste pertinente, surtout si l'on veut miser sur la complémentarité des organismes de développement sur le territoire. Mais il faut être prêt à y mettre les ressources nécessaires, car la mise à jour constante de l'information et le dynamisme d'une telle plateforme sont exigeants.

Il y aurait lieu également de favoriser le transfert des expériences entre les femmes entrepreneures. Les ateliers, les colloques en sont de bons exemples. À cet égard, les initiatives de Femmessor sont à souligner.

##### FAIRE UNE REFLEXION SUR LES PISTES D'AMELIORATION PROPOSEES

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 faire connaître les ressources de soutien entrepreneurial. Les mettre en évidence dans un guichet unique.
- Faciliter l'accès à des expertises dans certains domaines notamment, fiscal, juridique et marketing.
- Développer le partenariat entre les organismes pour offrir un éventail de services et de ressources complémentaires.

## **MAINTENIR LES DONNEES A JOUR ET ETABLIR DES BASES DE COMPARAISON**

Avec ce troisième portrait portant spécifiquement sur la Montérégie Est, Femmessor boucle la boucle d'une trilogie montérégienne. L'organisme dispose maintenant de données à jour et précises sur la région. Ainsi, Femmessor et ses partenaires pourront non seulement promouvoir trois modèles entrepreneuriaux distinctifs 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 la région sur la voie entrepreneuriale et assurer un soutien plus ciblé. Ceci constitue une excellente nouvelle. Enfin, si l'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 excellent 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<sup>e</sup> congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 27 au 29 octobre 2004, Montpellier, [www.airepme.org](http://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.
- LEE-GOSSELIN, Hélène, Caroline HOUSSEAU et Martin VILLENEUVE. *Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-Nationale*, Québec, 2010.
- 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.
- 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<sup>e</sup> 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 J. *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.

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.

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, N° 08-04.