



Portrait des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent 2012



La réalisation de ce Portrait a été rendue possible grâce au soutien financier de la **Conférence régionale des élus (CRÉ) Vallée-du-Haut-Saint-Laurent** et du **Secrétariat à la condition féminine** dans le cadre de l'*Entente spécifique en Égalité 2008-2010*.

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

- Centre local de développement (CLD) Beauharnois-Salaberry
- CLD de Roussillon
- CLD Jardins-de-Napierville
- CLD Haut-Saint-Laurent
- CLD Vaudreuil-Soulanges
- Société d'aide au développement des collectivités (SADC) Suroît-Sud

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

Table des matières

<u>Introduction</u>	Le contexte, les objectifs et la méthodologie.....	7
	Un rôle de plus en plus marquant	7
<u>Partie 1</u>	– Un survol documentaire – L'évolution des femmes entrepreneures	9
	Des créatrices d'entreprises et d'emplois.....	9
	Un modèle féminin.....	11
<u>Partie 2</u>	– Le portrait statistique – L'entrepreneuriat féminin, un phénomène récent	15
	La définition de l'entrepreneur, travailleur autonome.....	15
	L'entrepreneuriat ou l'autonomisation économique des femmes.....	16
	Les données sociodémographiques.....	19
	Les données socioéconomiques	37
	À retenir	56
<u>Partie 3</u>	– Les faits saillants des groupes de discussion – Une consultation sur le terrain couvrant les cinq MRC.....	57
	La population à l'étude.....	57
	Les thèmes abordés	59
	Un consensus sur les priorités d'intervention	68
	À retenir	68
<u>Partie 4</u>	– Les résultats du sondage en ligne – Un profil et des besoins diversifiés	69
	La méthodologie	69
	Les questions posées	69
	Le profil des répondantes.....	82
	À retenir	85
<u>Partie 5</u>	– En résumé – Une vision intégrée de l'analyse	87
<u>Partie 6</u>	– Des recommandations – Pour répondre à des besoins et des attentes mieux définis.....	91
<u>Annexe</u>	Sources documentaires	93

Introduction

Le contexte, les objectifs et la méthodologie

Un rôle de plus en plus marquant

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

Pour mieux cerner l'entrepreneuriat féminin sur le territoire de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent et le soutenir, il importe de prendre appui sur des données complètes et actualisées. Femmessor-Montérégie, la Conférence régionale des élus de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (CRÉ VHSL) et leurs partenaires ont donc demandé à IPSE (Institut pour le progrès socio-économique) de tracer le portrait des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent.

Ce portrait comporte deux volets; le premier est un profil statistique comparatif et différencié (lorsque pertinent); le deuxième présente un portrait qualitatif dressé à partir de la consultation des femmes entrepreneures de la région. Les éléments clés qui se dégagent de cette recherche peuvent fournir des pistes plus précises quant au soutien à apporter aux femmes entrepreneures afin de stimuler leur croissance et de leur permettre de jouer leur plein rôle dans l'économie montréalaise et québécoise.

UN PORTRAIT STATISTIQUE ET QUALITATIF

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

Ensuite, la compilation et l'interprétation de données du Recensement de 2006 de Statistique Canada ont permis de dégager un portrait sociodémographique et socioéconomique plus précis, d'autant plus que s'est ajoutée aux données de base de Statistique Canada une compilation spéciale de quatre groupes cibles présentant les femmes et les hommes entrepreneurs de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (œuvrant avec ou sans employés).

L'équipe d'IPSE a par la suite tenu des tables rondes avec des femmes entrepreneures provenant des cinq MRC de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent afin de bien cerner leur profil, de saisir leurs aspirations et leurs besoins. Enfin, un sondage en ligne a été mené auprès d'entrepreneures afin de valider les premières pistes de recherche, de les enrichir et de les nuancer. Les résultats ont aussi permis de mettre en évidence des pistes d'action pour améliorer le soutien entrepreneurial, et ce, à toutes les étapes du développement de l'entreprise.

LA PRESENTATION DU RAPPORT

Dans ce rapport, nous présentons les résultats de la recherche selon les séquences de la démarche menée par IPSÉ à l'automne 2011. 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, la tenue de trois groupes de discussion réunissant 26 femmes et couvrant les cinq MRC; puis, un sondage en ligne s'adressant à 122 femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent.

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

Nous croyons que Femmessor-Montérégie, la CRÉ VHSL et les partenaires disposent désormais d'une bonne lecture de la situation de l'entrepreneuriat féminin dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent. Nous espérons que ceci les guidera dans l'accompagnement des entrepreneures œuvrant sur leur territoire.

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^e Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME), si bien que la réalité d'aujourd'hui est radicalement différente de celle des années 1970, où seulement 5 % des entrepreneurs étaient des femmes (Borges, Filion et Simard, 2008 cité dans Pileava, Kristina et Jérokvska 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 Jérokvska 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 Jérokvska 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^e conférence de l'OCDE sur les femmes entrepreneures à la tête de PME).

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

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

DES EMPLOIS CREEES PAR LES FEMMES

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

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

Un modèle féminin

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

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

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

LE FAMEUX PLAFOND DE VERRE

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

DES OBJECTIFS PERSONNELS

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

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

DES APPROCHES DIFFÉRENTES

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

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

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

D'IMPORTANTES BESOINS DE FORMATION ET DE SOUTIEN

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

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

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

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

EN RESUME : DES DIFFERENCES

Ainsi, si le modèle féminin se dessine de plus en plus clairement, il faut admettre que le modèle masculin est encore très présent; on le reconnaît dans le goût du risque, la quête de reconnaissance ou l'émulation qui sont des traits marquants des hommes entrepreneurs. 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 constater que le modèle féminin se relate dans le vécu des femmes entrepreneures à maints égards :

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

Partie 2 – Le portrait statistique

L'entrepreneuriat féminin, un phénomène récent

Cette deuxième section trace un portrait statistique des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (VHSL) et présente une étude comparée avec les hommes entrepreneurs et, lorsque pertinent, une analyse différenciée. On trouvera également un découpage par MRC 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 de l'entrepreneur, travailleur 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 Vallée-du-Haut-Saint-Laurent

La Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (VHSL) est l'une des trois sous-régions instituées en 2004 dans la région administrative de la Montérégie. Elle comprend cinq municipalités régionales de comté : Beauharnois-Salaberry, Le Haut-Saint-Laurent, Les Jardins de Napierville, Roussillon, Vaudreuil-Soulanges. Voici quelques statistiques générales sur chacune avant d'entrer dans le vif du sujet.

Fiche statistique synthèse des cinq municipalités régionales de comté de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent

	Beauharnois-Salaberry	Le Haut-Saint-Laurent	Les Jardins de Napierville	Roussillon	Vaudreuil-Soulanges
Superficie (terre ferme) en km ²	468,6 km ²	1 164,5 km ²	802,2 km ²	421,6 km ²	853,9 km ²
Population totale 2010	61 799 h	24 565 h	25 768 h	171 594 h	134 462 h
Croissance 2006-2011 (recensement)	1,9 %	- 3,4 %	8,8 %	18,9 %	15,7 %
Perspectives démographiques 2031	+ 17,5 %	+ 6,3 %	+ 27,9 %	+ 22,1 %	+ 52,5 %
% des jeunes de 0-14 ans 2010	5,0 %	15,9 %	16,7 %	18,9 %	19,4 %
% des aînés de 65 ans et plus 2010	6,9 %	16,4 %	13,5 %	11,6 %	11,2 %
Taux des 25-64 ans au travail 2010	70,5 %	66,5 %	78,3 %	81,7 %	82,8 %
Revenu d'emploi moyen 2010	41 242 \$	34 930 \$	36 069 \$	50 343 \$	50 156 \$
Taux de faible revenu familles 2008	9,1 %	19,2 %	18,1 %	7,1 %	5,3 %
Revenu personnel disponible 2010	23 519 \$	21 802 \$	25 792 \$	27 208 \$	29 499 \$
Valeur des permis de bâtir 2010	123 917 k\$	17 505 k\$	52 189 k\$	334 824 k\$	366 862 k\$
Valeur moy. maisons unifamiliales 2011	170 302 \$	153 883 \$	205 638 \$	241 375 \$	258 537

Source : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec

Portrait statistique - VOLET 1

Les données sociodémographiques

Ce premier volet de l'étude statistique cerne un certain nombre de caractéristiques sociodémographiques des femmes entrepreneures. Qui sont-elles? On y répond grâce à des données quantitatives établissant leur nombre dans la Vallée du Haut-Saint-Laurent 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 de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, par MRC

Territoire	Femmes 15 ans et plus	Femmes actives	Femmes entrepreneures	% 15 ans +/-actives
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	155 710	95 935	8 305	5,3 / 8,7 %
Vaudreuil-Soulanges	48 475	32 190	3 150	6,5 / 9,8 %
Roussillon	61 575	39 250	2 810	4,6 / 7,2 %
Beauharnois-Salaberry	26 875	14 175	1 115	4,1 / 7,9 %
Les Jardins-de-Napierville	9 615	5 685	705	7,3 / 12,4 %
Le Haut-Saint-Laurent	9 170	4 635	535	5,8 / 11,5 %
Montérégie	574 545	346 665	31 410	5,5 / 9,1 %
Québec (province)	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

• **8 305 femmes entrepreneures dans la VHSL** – Presque 9 % des femmes actives (8,7 %) sont des entrepreneures, ou 5,3 % de la population féminine de 15 ans et plus. Toutefois, ces proportions sont légèrement inférieures à celles de la Montérégie (9,1 % et 5,5 %); elles sont cependant supérieures à celles du Québec et du Canada. Les MRC de Roussillon et de Beauharnois-Salaberry accusent un retard comparativement aux trois autres. À noter, le dynamisme entrepreneurial de la MRC à prédominance agricole des Jardins-de-Napierville (12,4 % des femmes actives).

Tableau 02 Femmes entrepreneures – Proportion totale de femmes et d’hommes entrepreneures

Selon sexe	VHSL total	% F	QC total	% F	MTRG total F	% F
Hommes	16 070	65,9 %	161 435	64,7 %	57 190	64,5 %
Femmes	8 305	34,1 %	295 900	35,3 %	31 410	35,5 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Deux fois moins de femmes entrepreneures que d’hommes** – À population pratiquement égale, les femmes entrepreneures sont deux fois moins nombreuses (8 305) que les hommes entrepreneurs (16 070). En pourcent, la proportion femmes-hommes est d’environ 35 contre 65. Cette proportion se vérifie autant en Montérégie qu’au Québec. Cependant, la VHSL accuse un très léger retard (34 % de femmes entrepreneures contre 66 % d’hommes entrepreneurs).

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

Type d’entreprise	VHSL total F	% F	QC total F	% F	MTRG total F	% F
Avec employés	2 430	29,3 %	44 035	27,3 %	8 670	27,6 %
Sans employés	5 875	70,7 %	117 400	72,7 %	22 735	72,4 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La très grande majorité des femmes entrepreneures sont autonomes** – Presque 71 % des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent sont autonomes, en ce sens qu’elles n’ont pas d’employés. À l’inverse, un peu plus de 29 % des femmes entrepreneures sont à la tête d’une entreprise ayant des employés. À noter que cette dernière proportion est légèrement plus élevée qu’en Montérégie (28 %) et que dans l’ensemble du Québec (27 %).

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

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

Source : Enquête sur la population active, Statistique Canada.

- **Croissance beaucoup plus rapide de l'entrepreneuriat féminin** – Premier constat, les femmes entrepreneures augmentent nettement leur présence dans l'économie canadienne. Elles ont en effet enregistré une croissance pratiquement deux fois plus élevée que celle des hommes entrepreneurs au cours des trente dernières années.
- **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. On pourrait même conclure l'inverse en regardant la situation qui a prévalu entre 2000 et 2010 : on constate 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

Femmes entrepreneures	15-29	30-39	40-49	50-64	65 +
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	10,2 %	24,0 %	33,5 %	29,1 %	3,2 %
Vaudreuil-Soulanges	8,6 %	24,8 %	33,1 %	30,7 %	3,2 %
Roussillon	13,5 %	23,8 %	35,8 %	23,7 %	2,8 %
Beauharnois-Salaberry	8,1 %	23,9 %	33,8 %	31,1 %	5,0 %
Les Jardins-de-Napierville	10,0 %	21,4 %	33,6 %	30,7 %	3,6 %
Le Haut-Saint-Laurent	8,4 %	20,6 %	24,3 %	41,1 %	5,6 %
Montérégie	9,3 %	23,1 %	32,8 %	31,1 %	3,7 %
Québec (province)	10,2 %	23,4 %	31,9 %	30,5 %	4,1 %

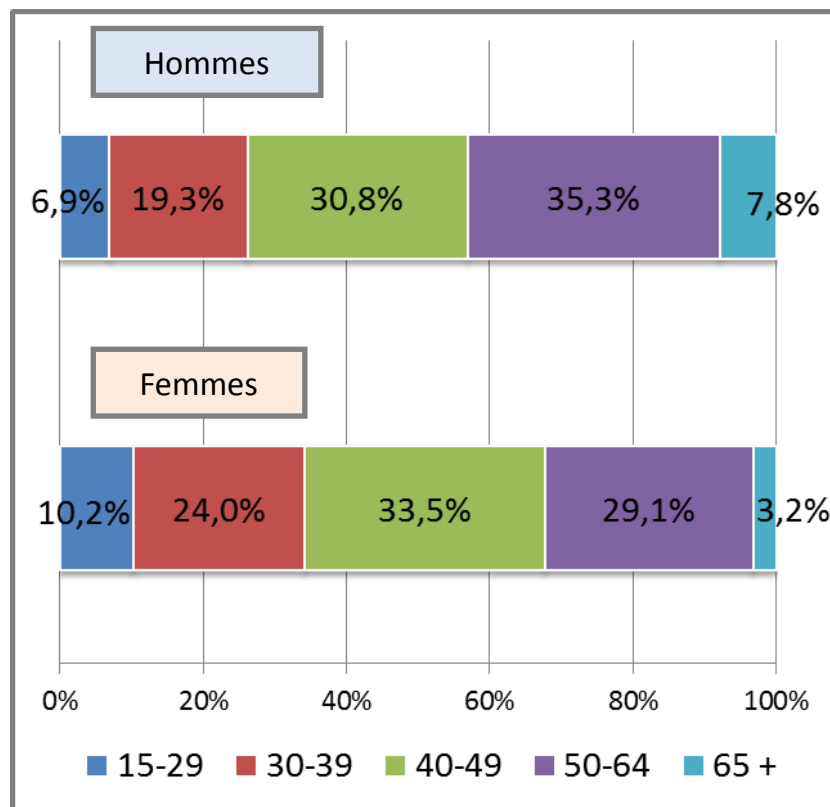
Total femmes 15 ans et +	15-29	30-39	40-49	50-64	65 +
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	21,4 %	17,3 %	22,5 %	24,0 %	14,8 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

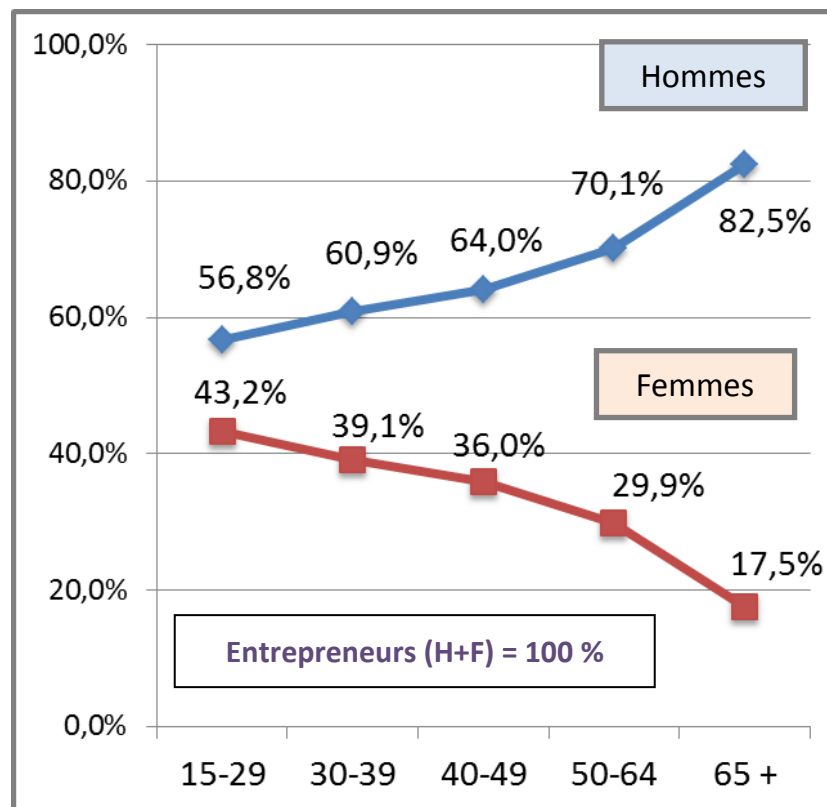
- **La grande majorité des femmes entrepreneures dans la force de l'âge** – La répartition selon l'âge des femmes entrepreneures permet de constater qu'un tiers, soit la plus forte proportion, des femmes entrepreneures ont entre 40 et 49 ans. Suit le groupe des 50-64 ans avec 29 %. Ces deux groupes d'âge rassemblent aussi le plus grand nombre de femmes de 15 ans et plus (46,5 %).

Graphique 01 Répartition selon l'âge – Comparaison femmes et hommes, VHSL

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



G-01b – Tous les entrepreneurs pris globalement

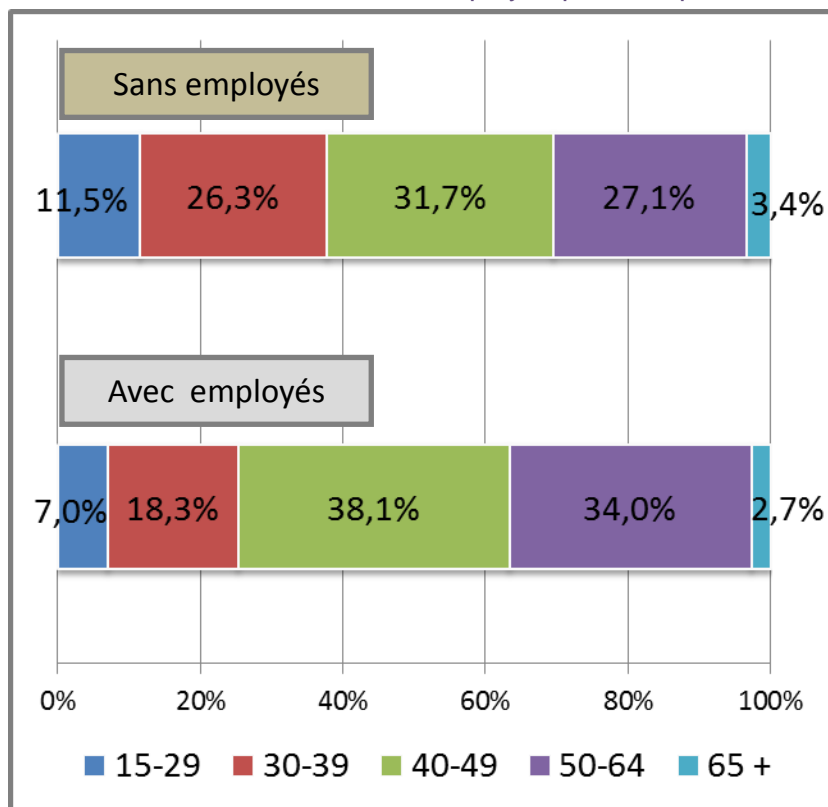


Source : Recensement 2006, Statistique Canada

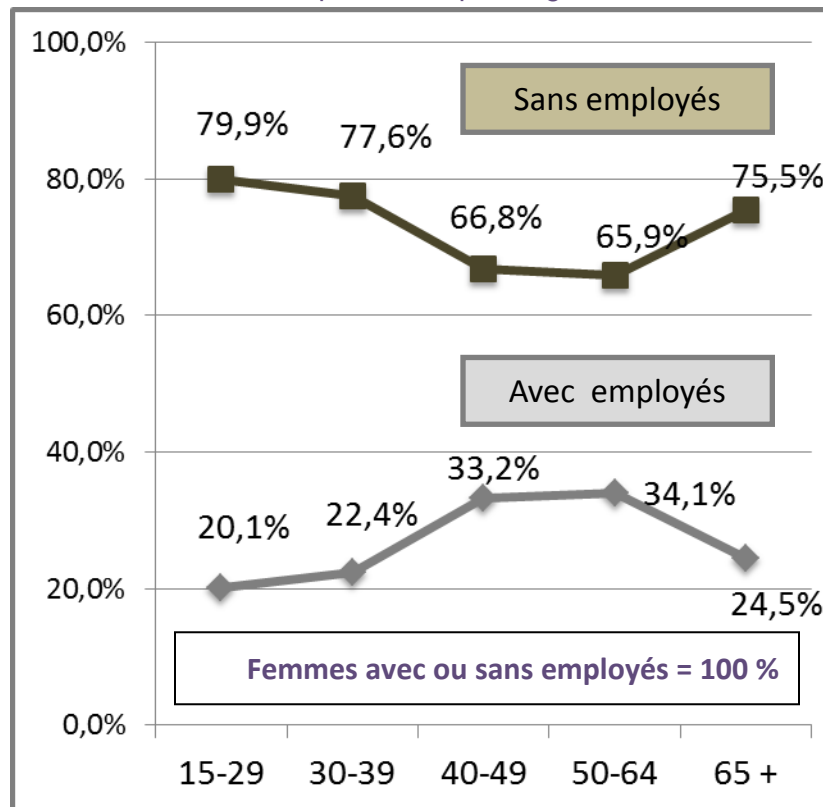
- **La proportion de femmes entrepreneures diminue avec l'âge** – Le graphique de droite (G-01b) montre clairement que plus on avance en âge, plus la proportion de femmes entrepreneures diminue, comparativement à celle des hommes qui augmente nettement. Le graphique de gauche (G-01a) fait ressortir qu'une plus grande proportion (34 %) de jeunes femmes (15-39 ans) se lancent en affaires ou se lancent à leur compte, comparativement aux hommes (26 %).

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

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



G-02b – Femmes entrepreneures prises globalement



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **Les entrepreneures avec employés majoritairement dans la fleur de l'âge** – Près des trois quarts (72 %) 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 (34 %) des femmes entrepreneures propriétaires d'une entreprise avec employés. Autrement dit, l'âge et l'expérience qui l'accompagne jouent un rôle certain dans l'évolution vers une entreprise avec employés.

Tableau 06 État matrimonial des femmes entrepreneures, portrait par MRC

Femmes entrepreneures	Célibataire	Mariée	Séparée	Divorcée	Veuve
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	28,6 %	53,3 %	2,1 %	13,6 %	2,4 %
Vaudreuil-Soulanges	25,5 %	56,7 %	2,1 %	14,3 %	1,8 %
Roussillon	31,9 %	48,1 %	1,8 %	15,5 %	2,5 %
Beauharnois-Salaberry	33,0 %	44,2 %	3,6 %	13,8 %	4,9 %
Les Jardins-de-Napierville	27,9 %	62,9 %	0,3 %	8,6 %	0,3 %
Le Haut-Saint-Laurent	20,4 %	66,7 %	4,6 %	5,6 %	3,7 %
Québec (province)	33,5 %	46,6 %	2,5 %	14,4 %	2,9 %

Total femmes 15 ans et +	Célibataire	Mariée	Séparée	Divorcée	Veuve
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	30,4 %	47,0 %	2,2 %	12,8 %	7,5 %

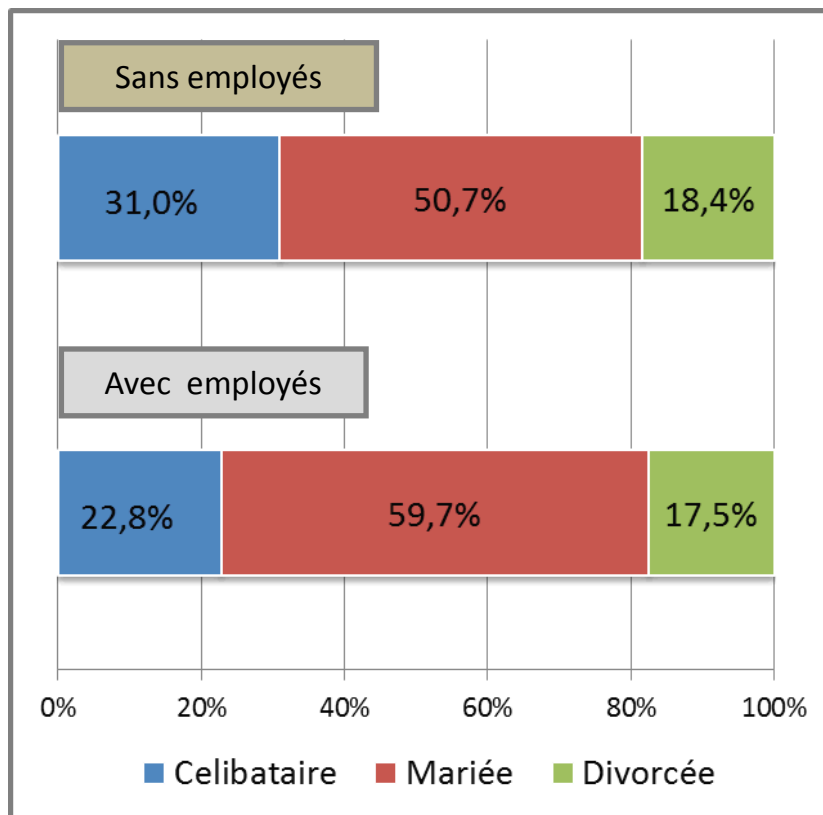
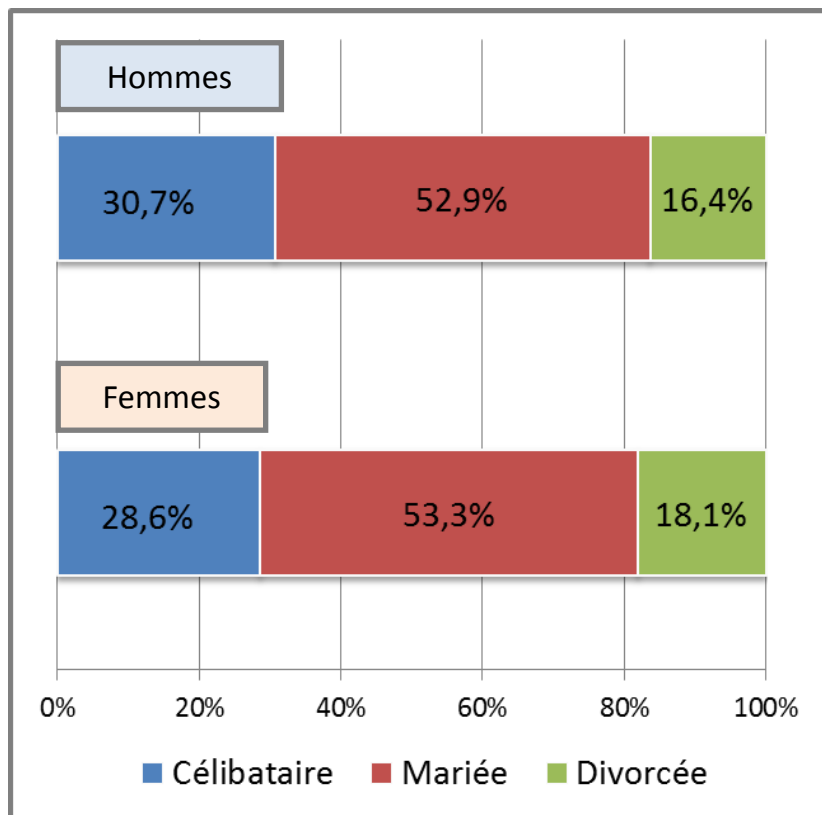
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La majorité des femmes entrepreneures sont mariées** – Plus de la moitié (53,3 %) des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent sont mariées. Il s'agit d'une proportion plus élevée que celle de la population des femmes de 15 ans et plus. À noter que cette proportion dépasse 60 % dans les deux MRC à prédominance agricole des Jardins-de-Napierville et du Haut-Saint-Laurent.

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

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 60% des femmes ayant une entreprise avec employés sont mariées, comparativement à presque 51% dans le cas des entreprises sans employés.

Tableau 07 Présence d'enfants – Femmes entrepreneures de la VHSL, par MRC

Femmes entrepreneures	Sans enfants à la maison (ménages)	Avec enfants à la maison (ménages)
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	40,9 %	59,1 %
Vaudreuil-Soulanges	41,5 %	58,5 %
Roussillon	37,4 %	62,4 %
Beauharnois-Salaberry	46,6 %	53,4 %
Les Jardins-de-Napierville	41,4 %	59,3 %
Le Haut-Saint-Laurent	46,2 %	55,8 %
Québec (province)	45,8 %	54,2 %

Total femmes 15 ans et plus	Sans enfants à la maison (familles)	Avec enfants à la maison (familles)
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	38,4 %	61,6 %

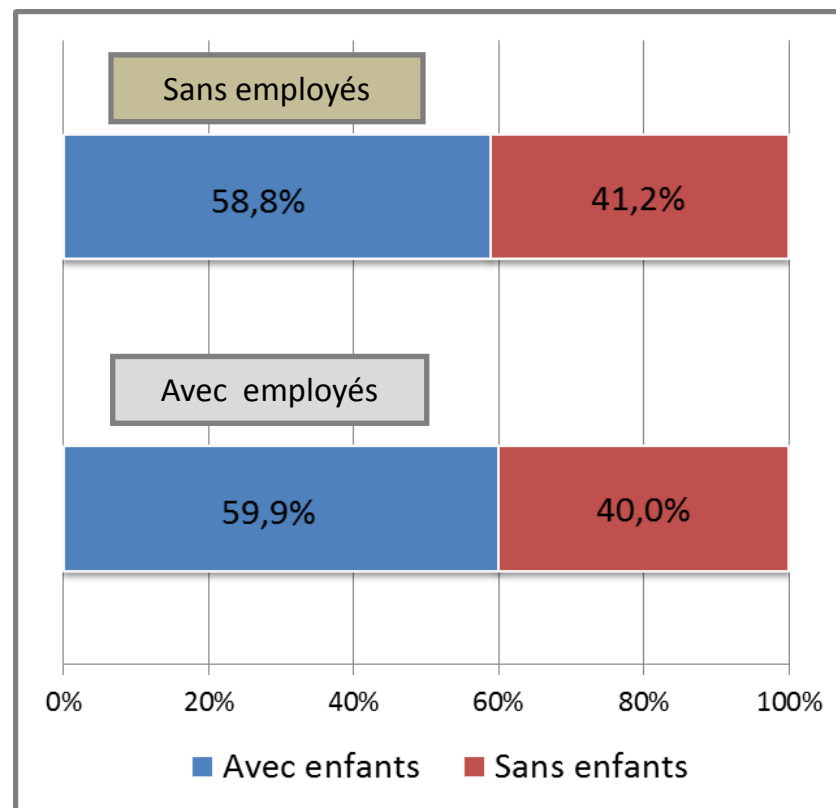
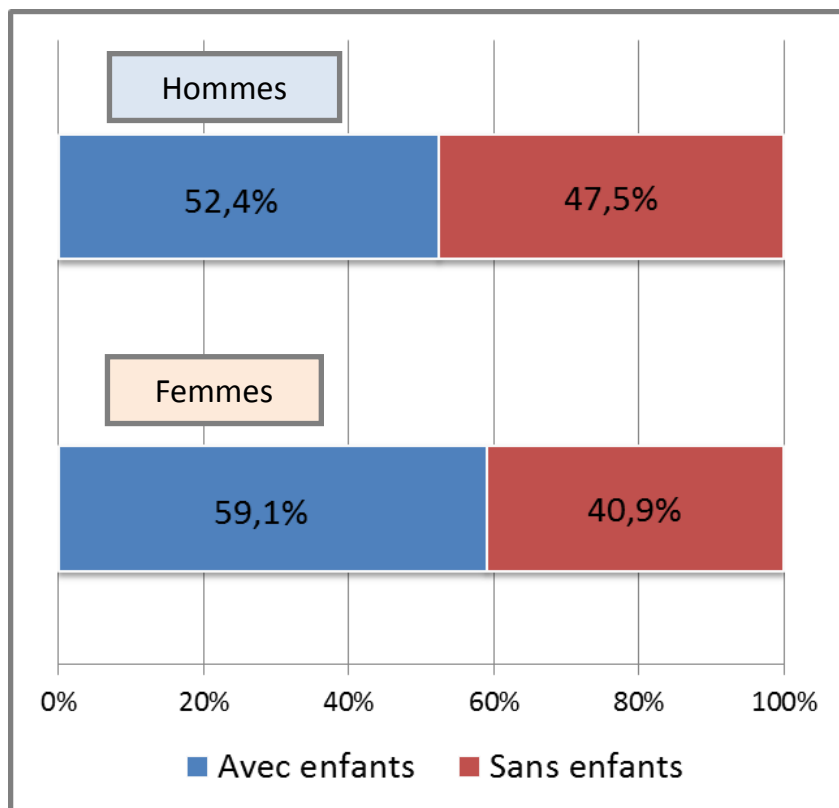
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Proportion plus élevée de femmes entrepreneures avec enfants que sans enfants** – La présence d'enfants à la maison n'est un facteur empêchant de posséder sa propre entreprise. Les femmes entrepreneures avec enfants à la maison sont plus nombreuses (59,1 %) à posséder leur entreprise que celles sans enfants (40,9 %). Ces proportions s'apparentent à celles de la population des femmes de 15 ans et plus de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent (61,6 % contre 38,4 %).

Graphique 04 Présence d'enfants – Comparaison femmes/hommes et type d'entreprise

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 favorisées (59 %). D'autre part, la présence ou non d'enfants à la maison n'a pas une grande influence sur le type d'entreprise (avec ou sans employés).

Tableau 07 Langue parlée des femmes entrepreneures de la VHSL, par MRC

Femmes entrepreneures	Français seul.	Anglais seul.	Bilingue
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	37,1 %	5,6 %	57,3 %
Vaudreuil-Soulanges	24,2 %	7,9 %	68,0 %
Roussillon	41,4 %	3,2 %	55,6 %
Beauharnois-Salaberry	53,8 %	0,9 %	46,2 %
Les Jardins-de-Napierville	65,0 %	3,6 %	31,4 %
Le Haut-Saint-Laurent	20,6 %	17,8 %	61,7 %
Québec (province)	48,8	4,1 %	46,7 %

Total femmes 15 ans et +	Français	Anglais	Bilingue
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	47,8 %	5,2 %	46,8 %

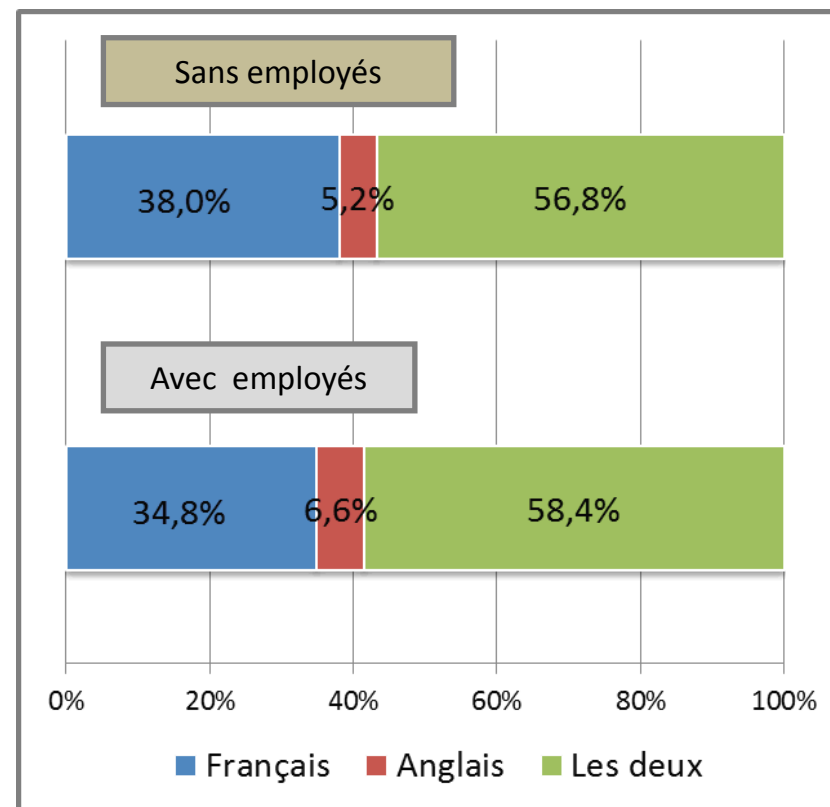
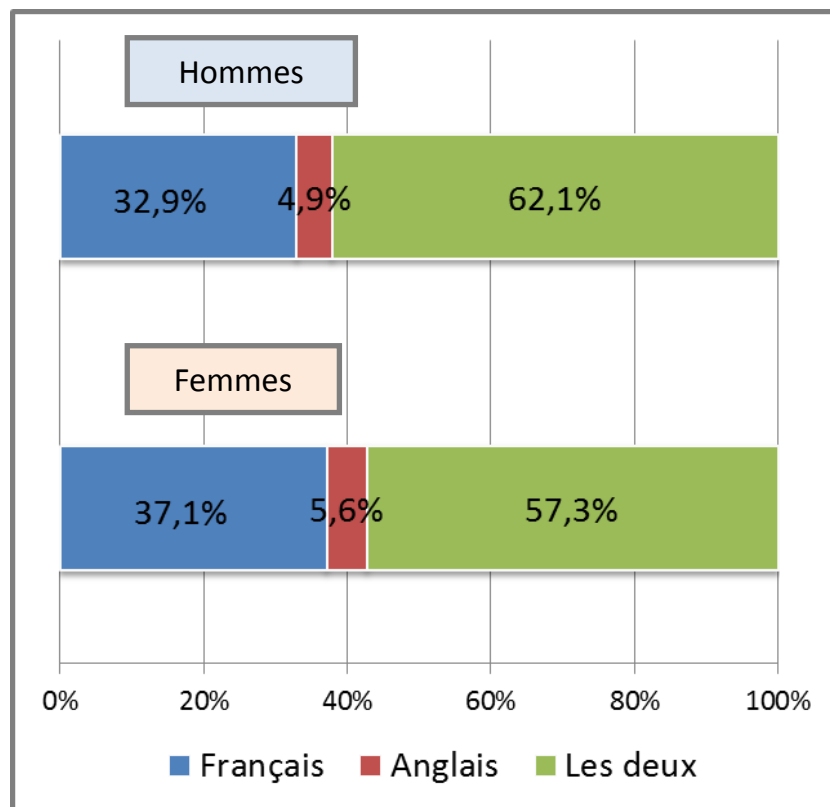
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **La majorité des femmes entrepreneures sont bilingues** – Plus de la moitié (57,3 %) des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent sont bilingues. Il s'agit d'une proportion plus élevée que celle de la population des femmes de 15 et plus (46,8 %). À noter : le faible taux de bilinguisme dans la MRC des Jardins-de-Napierville (31,4 %) ainsi que le taux élevé d'unilinguisme anglais dans celle du Haut-Saint-Laurent. Vaudreuil-Soulanges est la MRC la plus bilingue.

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 un peu moins bilingues que les hommes** – L'écart entre les femmes et les hommes n'est que de 4,8 %, favorisant les hommes sur le plan du bilinguisme. Conséquemment, les entrepreneures sont plus nombreuses à être unilingues français (37,1 %) ou anglais (5,6 %) que les hommes. Cela dit, il n'y a pas grand écart sur le plan linguistique entre les femmes entrepreneures avec employés ou sans employés.

Tableau 08 Immigration - Femmes immigrantes entrepreneures, par MRC

	Femmes entrepreneures	F. immigrantes entrepreneures	% de immigrantes entrepreneures	F. % de F. Immigrantes entrepreneures - VSHL
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	8 305	890	10,7 %	100,0 %
Vaudreuil-Soulanges	3150	445	14,1 %	50,0 %
Roussillon	2 810	275	9,8 %	30,9%
Beauharnois-Salaberry	1 115	35	3,1 %	3,9 %
Les Jardins-de-Napierville	705	75	10,6 %	8,4 %
Le Haut-Saint-Laurent	535	65	12,1 %	7,3 %
Québec (province)	161 435	22 470	13,9 %	100 %
Montréal	31 410	3 360	10,7 %	100 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Une femme entrepreneure sur dix est née à l'extérieur du Canada** – On compte 890 femmes immigrantes entrepreneures dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, ce qui représente 10,7 % du total des femmes entrepreneures. Il s'agit d'une proportion égale à celle de la Montérégie, mais inférieure à celle du Québec (13,9 %). La MRC de Vaudreuil-Soulanges accueille la moitié des femmes immigrantes entrepreneures de la VSHL, affichant la proportion la plus élevée (14,1 %). Vient ensuite Roussillon avec presque le tiers (30,9 %) des entrepreneures immigrantes.

Tableau 09 Immigration – Comparaison femmes/hommes entrepreneurs immigrants

Portrait comparé	Nb. total entrepreneurs	Nb. entrepreneurs immigrants	Entrepreneurs immigrants/ nb. total entrepr.	Nb. total immigrants	Entrepreneurs immigrants/ nb. total immigrants
Hommes	16 070	1 665	10,4 %	11 430	14,6 %
Femmes	8 305	890	10,7 %	11 275	7,9 %

Type d'entreprise	Femmes entrepr. VHSL	Immigrantes entrepreneures VHSL	% Femmes immigrantes entrepreneures	Hommes entrepreneurs	Immigrants entrepreneurs	% Hommes immigrants entrepreneurs
Avec employés	2 430	310	12,8 %	6 545	605	9,2 %
Sans employés	5 875	580	9,9 %	9 525	1060	11,1 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Deux fois moins de femmes que d'hommes entrepreneurs immigrants** – Environ 10% 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 (14,6 %) issus de l'immigration que de femmes entrepreneures immigrantes (7,9 %). 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
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	152 885	5,4 %	11 275	7,9 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

Tableau 11 Scolarité des femmes entrepreneures de la VHSL, par MRC

Entrepreneures – 25 à 64 ans	Aucun	Secondaire	Métiers	Cégep	Université
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	11,0 %	22,7 %	23,0 %	20,4 %	22,9 %
Vaudreuil-Soulanges	7,6 %	19,9 %	19,7 %	24,4 %	28,6 %
Roussillon	12,1 %	21,5 %	23,2 %	19,4 %	23,8 %
Beauharnois-Salaberry	10,6 %	26,6 %	27,1 %	20,8 %	15,0 %
Les Jardins-de-Napierville	17,8 %	31,0 %	35,7 %	7,8 %	7,0 %
Le Haut-Saint-Laurent	15,8 %	27,7 %	16,8 %	16,8 %	21,8 %
Québec (province)	11,4 %	18,6 %	20,4 %	17,7 %	31,9 %

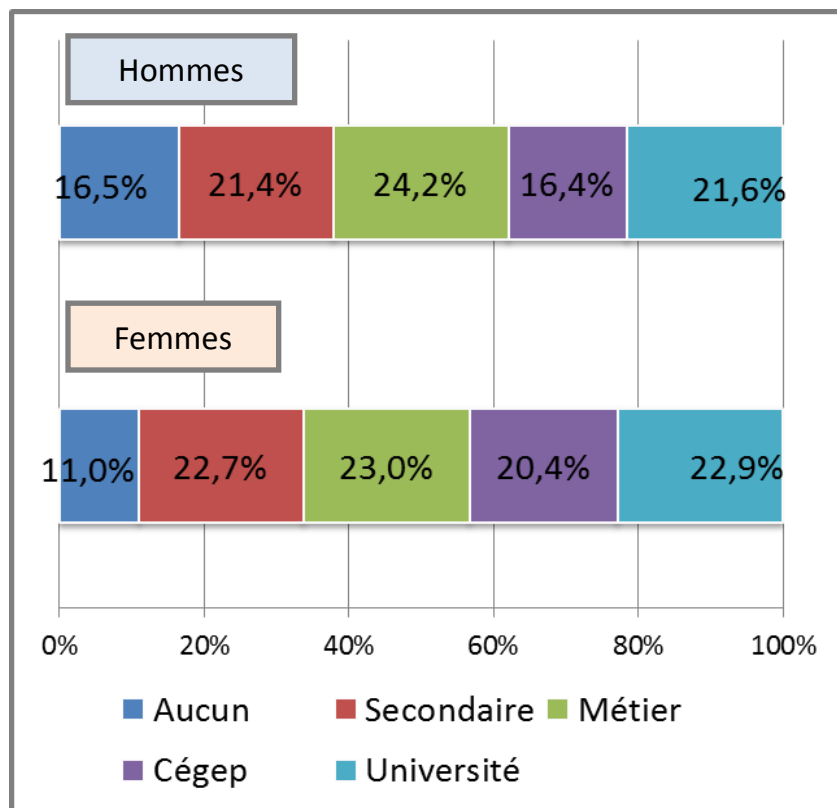
Total femmes– 25 à 64 ans	Aucun	Secondaire	Métiers	Cégep	Université
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent	19,9 %	25,8 %	14,7 %	19,8 %	19,6 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

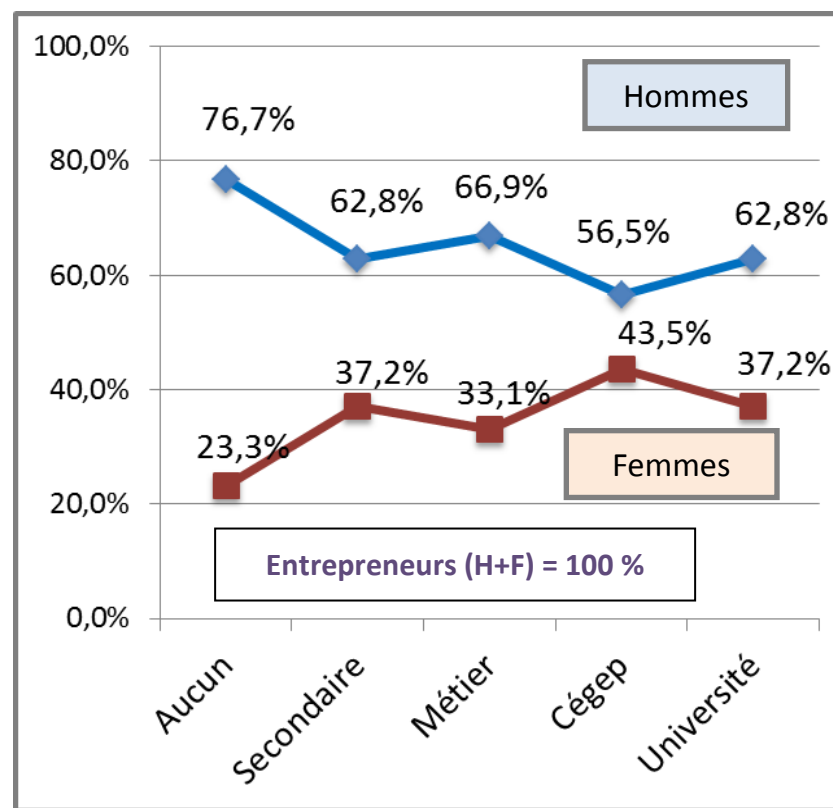
• **Des femmes entrepreneures plus scolarisées** – Seulement 11 % des femmes entrepreneures de 25 à 64 ans n’ont aucun diplôme, comparativement à presque 20 % de la population féminine du même groupe d’âges dans la VHSL. Les deux tiers des entrepreneures de la VHSL détiennent un diplôme professionnel (métiers), collégial ou universitaire. À noter qu’au niveau universitaire, elles sont moins présentes (22,9 %), comparativement aux entrepreneures de l’ensemble du Québec (31,9 %). Les femmes entrepreneures de la MRC des Jardins-de-Napierville sont les moins scolarisées de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent.

Graphique 06 Scolarité – Comparaison des femmes et des hommes entrepreneurs de la VHSL

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



G-06b – Tous les entrepreneurs pris globalement



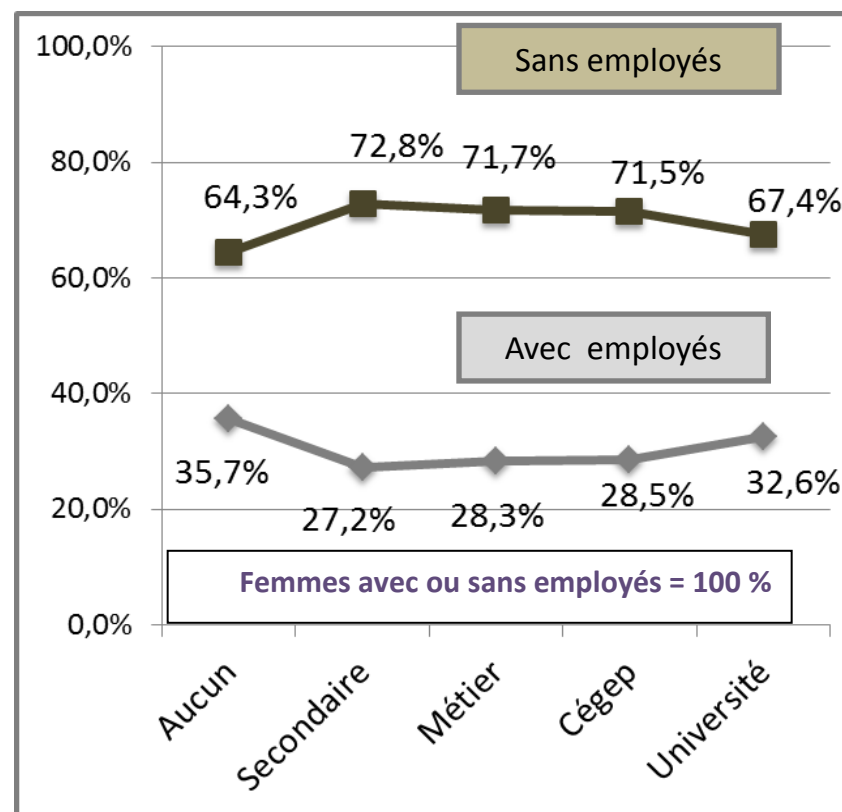
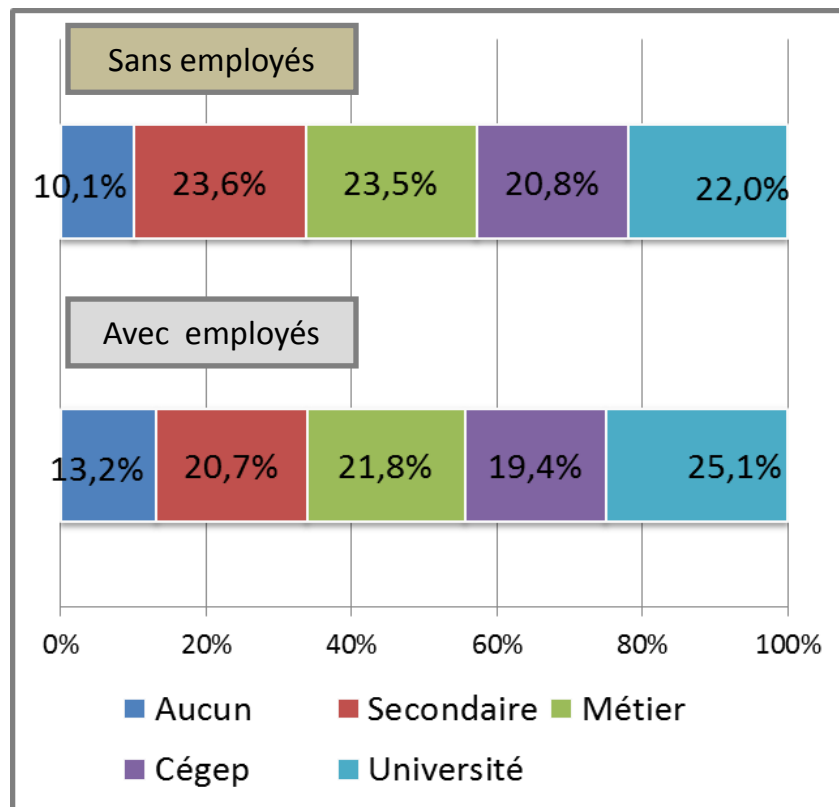
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

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

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

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

G-07b – Femmes entrepreneures prises globalement



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

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

Portrait statistique - VOLET 2

Les données socioéconomiques

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

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

Femmes entrepreneures	Vente services et	Finance admin. et	Gestion	Sciences sociales	Santé
Vallée-du-Haut-St-Laurent	29,7 %	15,7 %	13,9 %	13,7 %	8,2 %
Vaudreuil-Soulanges	29,5 %	16,4 %	15,9 %	13,5 %	7,8 %
Roussillon	31,2 %	14,6 %	13,8 %	16,3 %	9,6 %
Beauharnois-Salaberry	28,6 %	18,8 %	10,8 %	13,1 %	8,9 %
Les Jardins-de-Napierville	26,9 %	17,9 %	12,7 %	6,0 %	5,2 %
Le Haut-Saint-Laurent	27,6 %	8,6 %	10,5 %	11,4 %	5,7 %
Québec (province)	27,9 %	13,9 %	11,9 %	14,9 %	9,8 %

Total femmes 15 ans et +	Vente/serv.	Fin./admin.	Gestion	Sc. sociales	Santé
Vallée-du-Haut-St-Laurent	26,9 %	29,8 %	7,4 %	11,9 %	10,1 %

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 (29,7 %). Au deuxième rang, on trouve les affaires, la finance et l'administration (15,7 %). 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 Roussillon et Le Haut-Saint-Laurent, où les sciences sociales arrivent au deuxième rang. Dans cette dernière MRC, la finance et l'administration sont repoussées au quatrième rang.

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

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

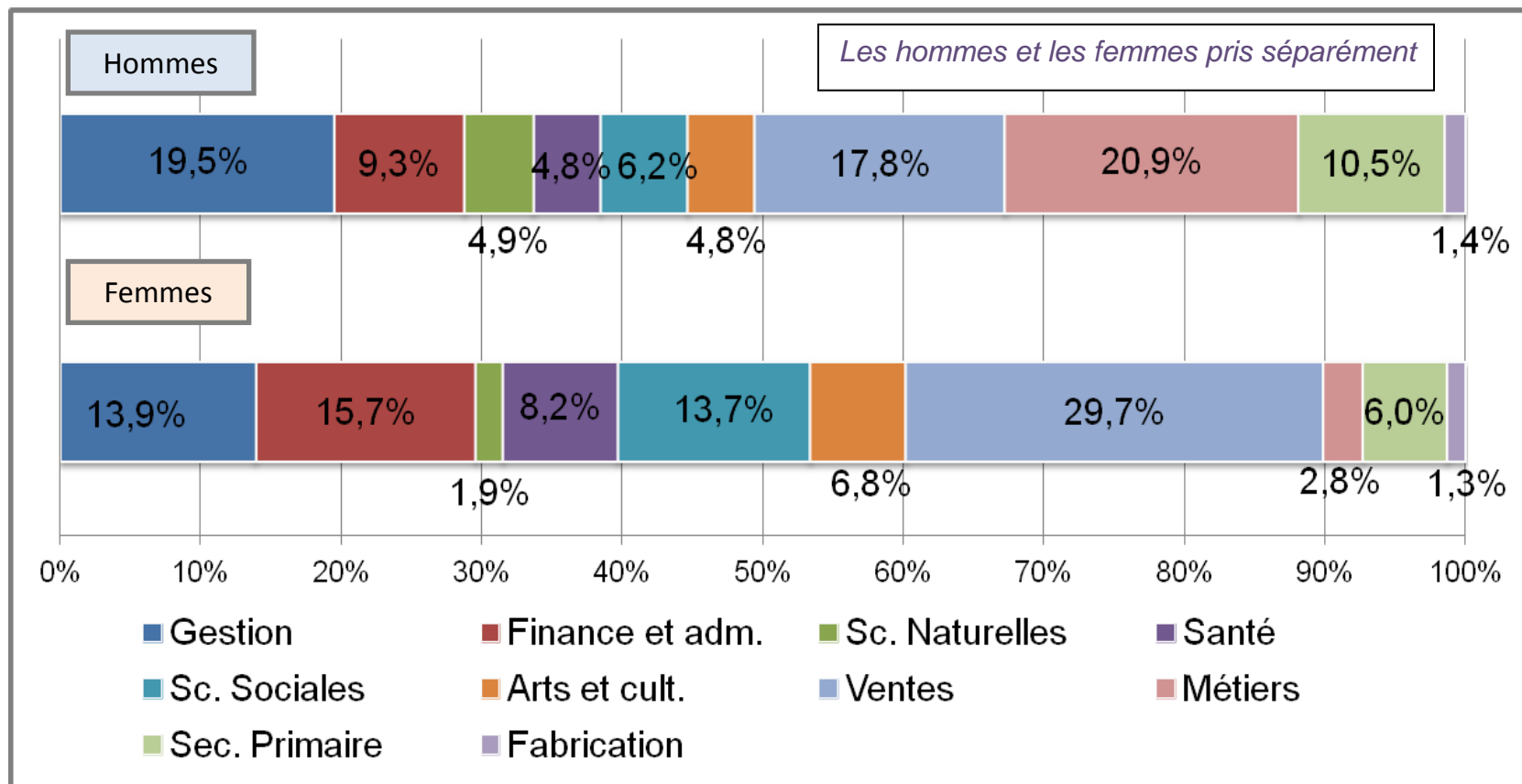
Femmes entrepreneures	Arts et culture	Secteur primaire	Métiers et transport	Sciences naturelles	Fabrication
Vallée-du-Haut-St-Laurent	6,8 %	6,0 %	2,8 %	1,9 %	1,3 %
Vaudreuil-Soulanges	9,0 %	2,1 %	1,2 %	3,3 %	1,2 %
Roussillon	7,4 %	2,8 %	1,9 %	1,1 %	1,1 %
Beauharnois-Salaberry	4,7 %	6,6 %	7,0 %	1,9 %	2,3 %
Les Jardins-de-Napierville	2,2 %	22,4 %	3,0 %	1,5 %	2,2 %
Le Haut-Saint-Laurent	2,9 %	20,0 %	9,5 %	0,0 %	1,9 %
Québec (province)	10,7 %	4,5 %	2,9 %	1,9 %	1,7 %

Total femmes 15 ans et +	Arts/cult.	Sec. prim.	Métiers/trans.	Sc. natur.	Fabrication
Vallée-du-Haut-St-Laurent	2,5 %	1,6 %	2,4 %	3,1 %	4,3 %

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 le même constat dans toutes les MRC, sauf dans Vaudreuil-Soulanges où les professions scientifiques remontent au septième rang sur dix. De façon surprenante, les professions associées aux arts et à la culture arrivent au sixième rang, sauf dans Vaudreuil-Soulanges où elles délogent la santé au cinquième rang.

Graphique 08 Professions exercées – Comparaison proportionnelle femmes/hommes

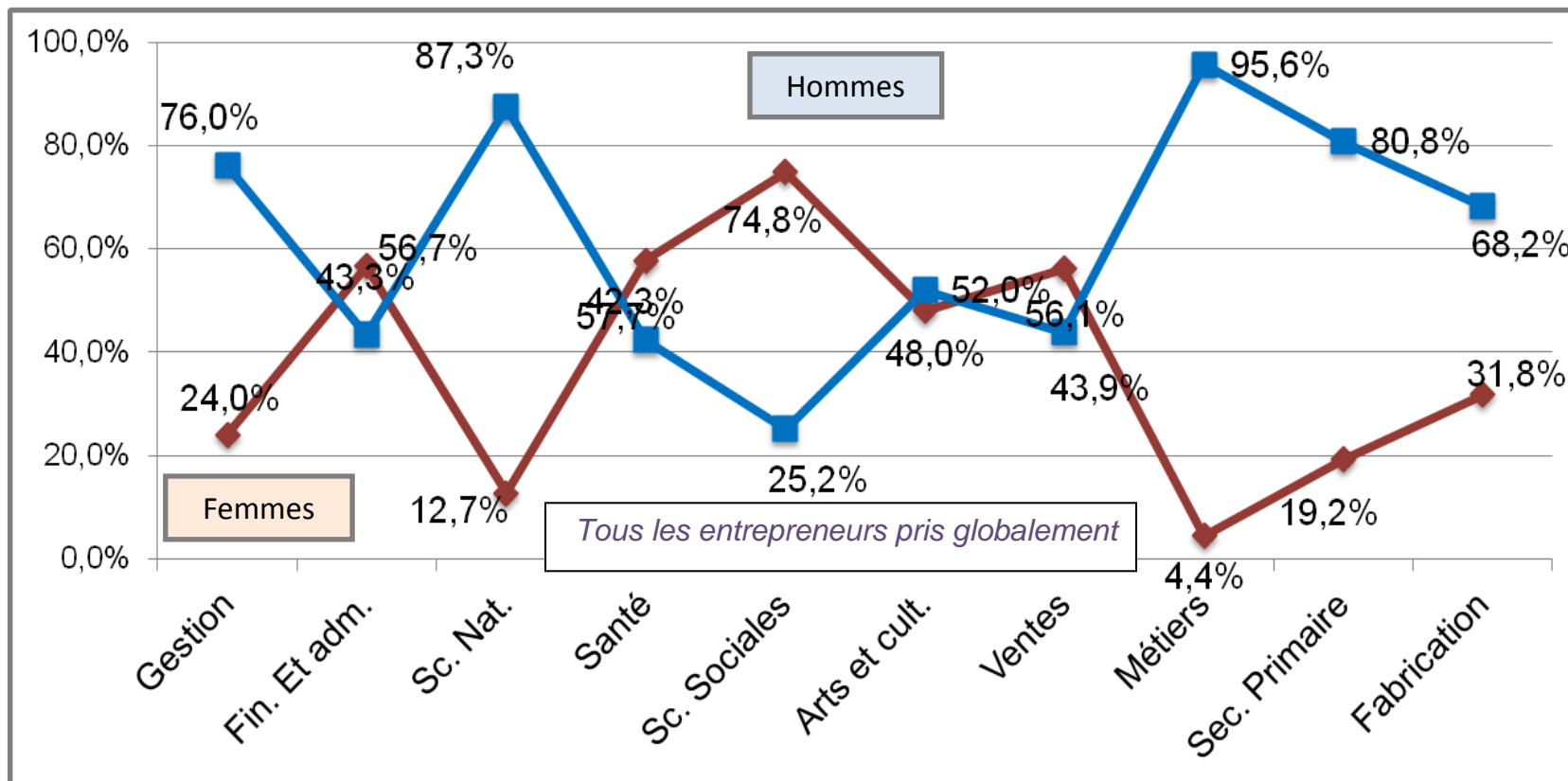


Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **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 (20,9 %), domaines suivis de très près par le grand groupe des professions associées à la gestion. À noter que la fabrication n’intéresse guère plus les hommes (1,4 %) que les femmes (1,3 %). Le groupe des professions se rattachant aux sciences naturelles arrivent au quatrième rang, derrière la vente et les services.

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

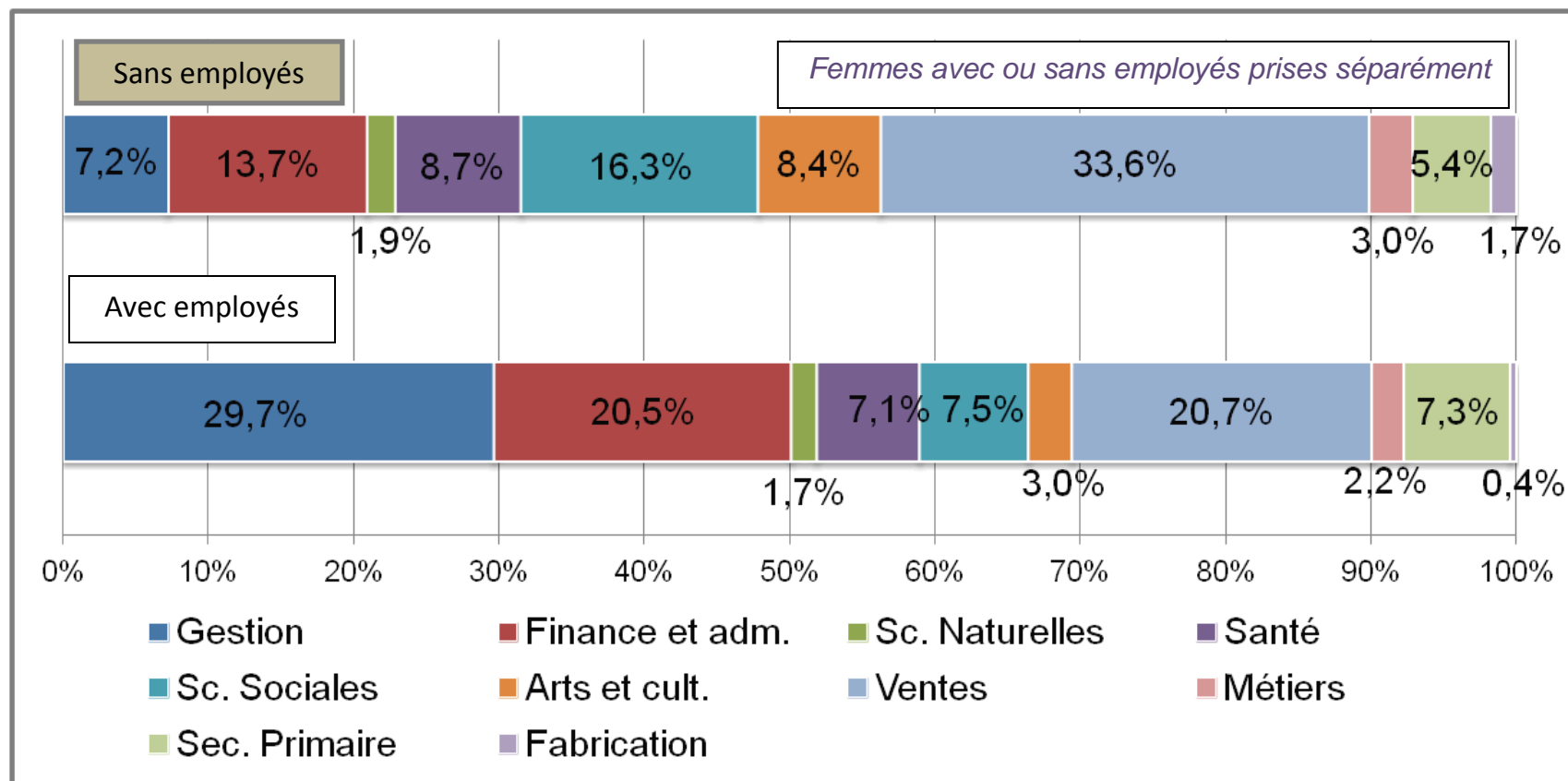
Graphique 09 Professions exercées – Comparaison différenciée femmes/hommes entrepreneurs



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les 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 (74,8 %); 2) la santé (57,7 %); 3) les affaires, la finance et l’administration (56,7 %); 4) la vente et les services (56,1 %). Les hommes dominent les six autres groupes; notamment les métiers et le transport (95,6 %), les sciences naturelles (87,3 %) et le secteur primaire (80,8 %). On est pratiquement à égalité dans le domaine des arts et de la culture (48 % de femmes contre 52 % d’hommes).

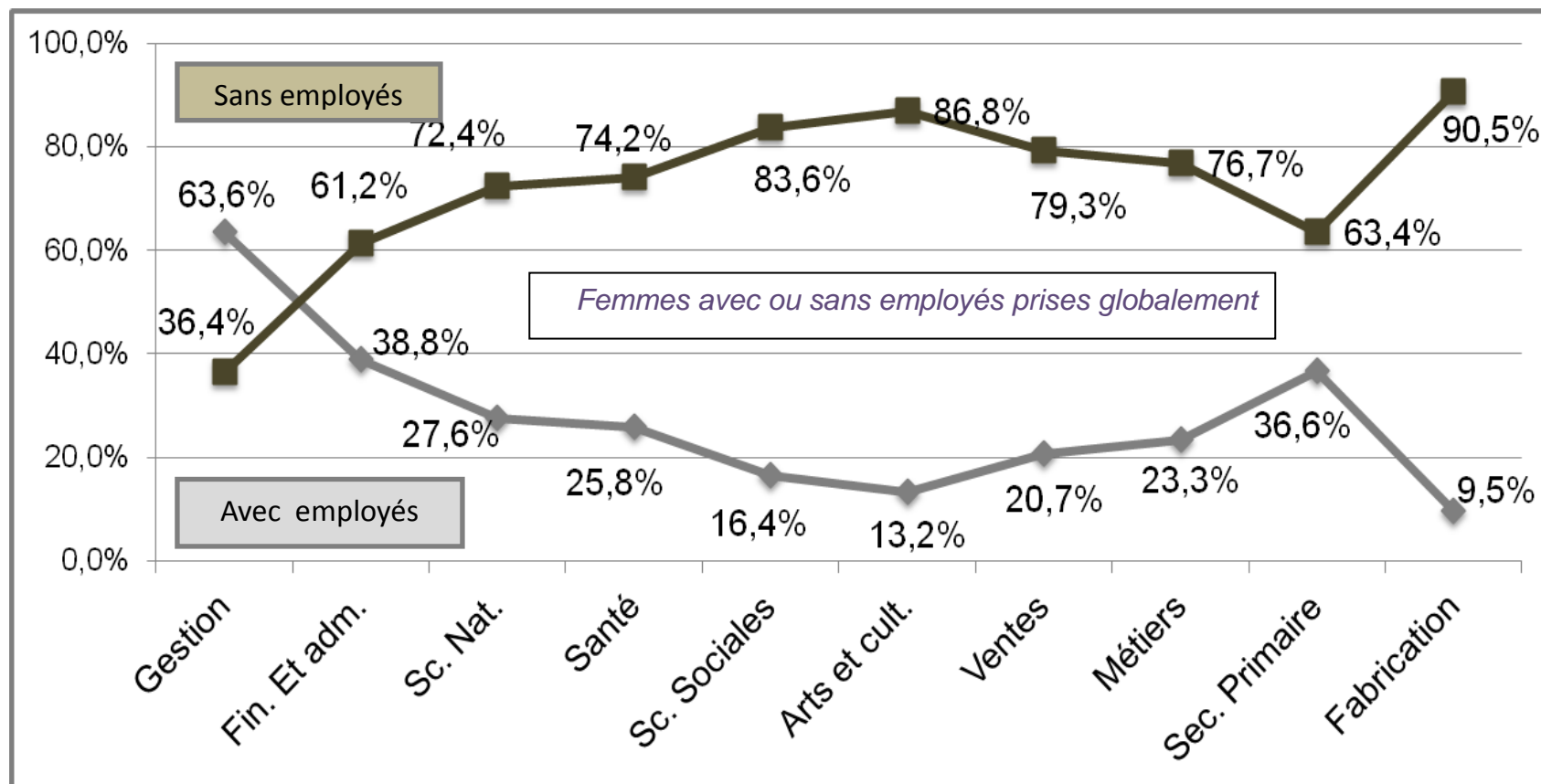
Graphique 10 Professions exercées des femmes entrepreneures, selon le type d'entreprise



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 (33,6 %) qui sont autonomes (entreprise sans employés) exercent une profession associée à la vente et aux services. Viennent ensuite les sciences sociales (16,3 %) et les affaires, la finance et l'administration (13,7 %). Du côté des entreprises avec employés, ce sont les femmes qui pratiquent d'abord la gestion (29,7 %), puis la vente et les services (20,7 %), ensuite les affaires, la finance et l'administration (20,5 %).

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



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Seule la gestion s'exerce majoritairement dans une entreprise avec employés** – Presque les deux tiers (63,6 %) des femmes entrepreneures qui exercent une profession liée à la gestion se retrouvent dans une entreprise avec employés. Les neuf autres groupes de profession se pratiquent très majoritairement dans une entreprise sans employés. Seuls deux groupes de profession s'exercent dans une proportion supérieure à 35 % dans une entreprise avec employés, soit : a) les affaires, la finance et l'administration (38,8 %); b) le secteur primaire (36,6 %). Tous les autres sont sous la barre de 28 %.

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

Femmes entrepreneures	Santé/ assist. soc.	Services pro./sc./tech.	Commerce de détail	Agriculture/ foresterie	Services admin.
Vallée-du-Haut-St-Laurent	19,0 %	12,3 %	7,8 %	7,1 %	6,3 %
Vaudreuil-Soulanges	18,2 %	14,7 %	8,8 %	2,6 %	5,7 %
Roussillon	24,4 %	8,5 %	12,9 %	3,0 %	2,3 %
Beauharnois-Salaberry	13,1 %	11,7 %	9,4 %	8,5 %	3,3 %
Les Jardins-de-Napierville	11,2 %	4,5 %	6,0 %	29,9 %	5,2 %
Le Haut-Saint-Laurent	15,4 %	6,7 %	3,8 %	21,2 %	1,9 %
Québec (province)	21,9 %	14,2 %	8,6 %	5,2 %	5,3 %
Montérégie	20,2 %	14,7 %	8,0 %	6,5 %	6,0 %

Hommes entrepreneurs	Santé/ assist. soc.	Services pro./sc./tech.	Commerce de détail	Agriculture/ foresterie	Services admin.
Vallée-du-Haut-St-Laurent	3,0 %	13,3 %	8,0 %	11,7 %	6,5 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les entrepreneures sont majoritairement dans la santé et l'assistance sociale** – Presque le cinquième des femmes entrepreneures opère dans le secteur de la santé et de l'assistance sociale (19 %), ensuite dans celui des services professionnels, scientifiques et techniques (12,3 %). Dans les Jardins-de-Napierville et du Haut-Saint-Laurent, l'agriculture attire le plus grand nombre, soit presque les deux tiers (63,6 %). Dans Beauharnois-Salaberry, la santé arrive au premier rang, mais dans une proportion beaucoup plus basse.

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

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

Femmes entrepreneures	Finance et immobilier	Hébergement / restauration	Info./arts et culture	Fabrication	Enseignement
Vallée-du-Haut-St-Laurent	5,3 %	5,2 %	4,5 %	4,5 %	3,0 %
Vaudreuil-Soulanges	5,2 %	5,0 %	6,1 %	4,2 %	4,2 %
Roussillon	6,2	3,6 %	6,3 %	7,2 %	2,3 %
Beauharnois-Salaberry	3,3 %	7,5 %	2,8 %	6,6 %	1,9 %
Les Jardins-de-Napierville	5,2 %	7,5 %	0,0 %	9,0 %	0,0 %
Le Haut-Saint-Laurent	1,9 %	8,7 %	3,8 %	1,9 %	4,8 %
Québec (province)	4,1 %	4,6 %	5,8 %	4,6 %	2,7 %
Montérégie	4,8 %	4,0 %	4,8 %	4,3 %	2,8 %
Hommes entrepreneurs	Finance et immobilier	Hébergement / restauration	Info./arts et culture	Fabrication	Enseignement
Vallée-du-Haut-St-Laurent	3,5 %	5,2 %	2,8 %	7,0 %	0,9 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Présence équivalente de femmes et d'hommes dans l'hébergement/restauration** – Le secteur de l'hébergement et de la restauration attire autant les hommes que les femmes (5,2 %). Par contre, la finance et surtout l'immobilier attirent davantage les femmes entrepreneures (5,3 %) que les hommes (3,5 %). À noter que ces derniers sont plus nombreux dans le secteur de la fabrication (7 %) que les femmes (4,5 %). Dans le cas de l'hébergement/restauration, c'est la MRC du Haut-Saint-Laurent qui arrive proportionnellement au premier rang.

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

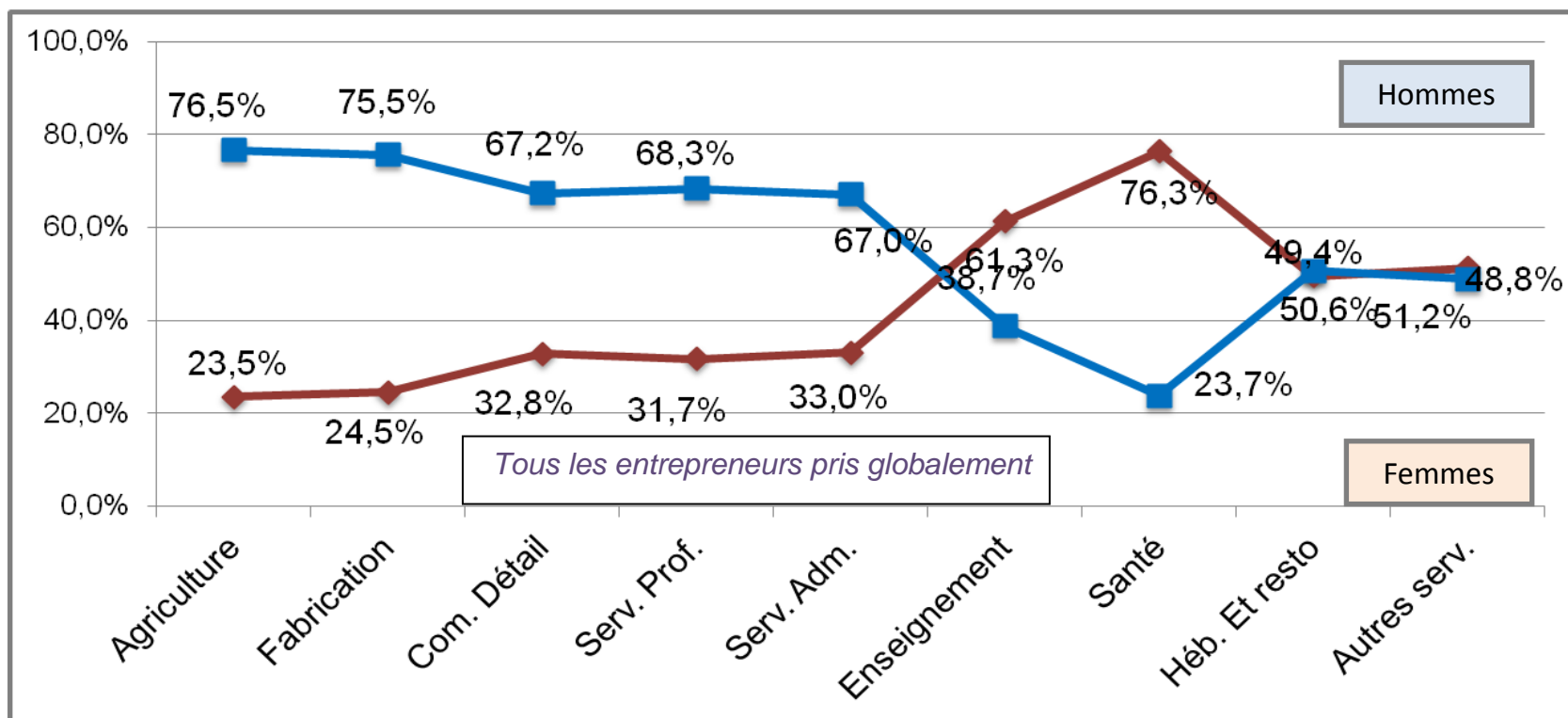
Femmes entrepreneures	Commerce de gros	Transport/entreposage	Construction	Mines/pétrole	Autres services
Vallée-du-Haut-St-Laurent	2,2 %	2,2 %	1,9 %	0,0 %	18,7 %
Vaudreuil-Soulanges	4,0 %	2,1 %	1,7 %	0,0 %	17,5 %
Roussillon	1,1 %	2,5 %	2,1 %	0,0 %	18,0 %
Beauharnois-Salaberry	2,3 %	0,1 %	1,4 %	0,0 %	25,4 %
Les Jardins-de-Napierville	1,5 %	3,7 %	1,5 %	0,0 %	13,4 %
Le Haut-Saint-Laurent	0,0 %	3,8 %	1,6 %	0,0 %	23,1 %
Québec (PR)	1,9 %	1,4 %	1,8 %	0,1 %	17,7 %
Montréal	2,0 %	2,0 %	2,2 %	0,1 %	17,7 %

Hommes entrepreneurs	Commerce de gros	Transport/entreposage	Construction	Mines/pétrole	Autres services
Vallée-du-Haut-St-Laurent	2,2 %	9,2 %	17,7 %	0,1 %	8,9 %

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 (17,7 %) et le transport et l'entreposage (9,2 %). Ce sont deux secteurs où les femmes sont beaucoup moins présentes (3,8 %).

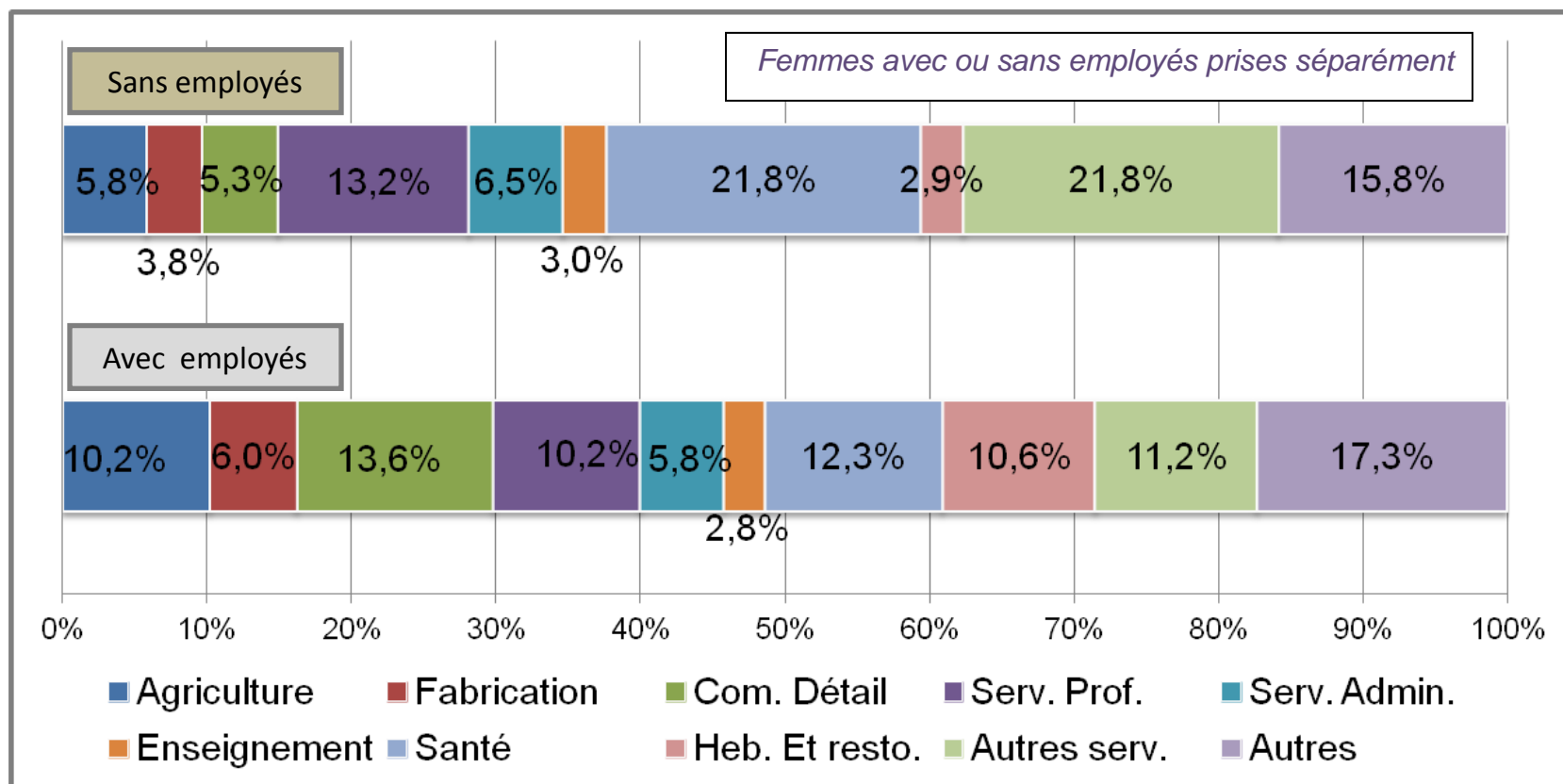
Graphique 12 Secteur d'activité – Comparaison différenciée femmes/hommes entrepreneurs



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les femmes entrepreneures sont plus nombreuses dans la santé et l'enseignement** – Dans une perspective différenciée, les femmes occupent très largement les secteurs de la santé (76,3 %) et de l'enseignement (61,3 %). Elles sont *ex æquo* avec les hommes dans les domaines de la restauration et de l'hébergement (49%, 51 %). À noter que les hommes occupent majoritairement l'agriculture (76,5 %), le commerce de détail (67,2 %) et, comme on peut s'y attendre, le secteur de la fabrication (75,5 %). Dans les secteurs jumelés des autres services, ils sont très largement représentés dans le transport/entreposage et la construction.

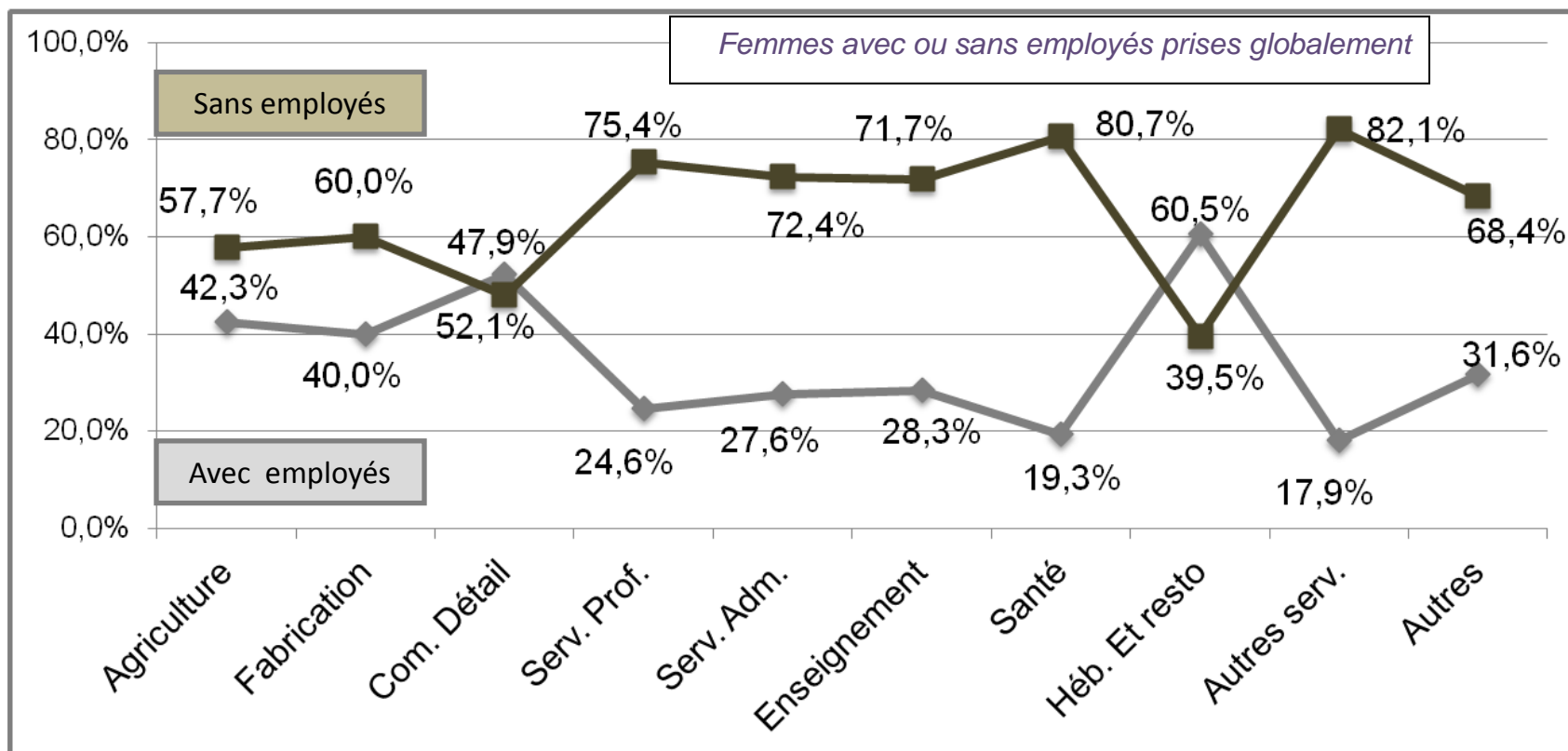
Graphique 13 Secteur d'activité – Femmes entrepreneures, répartition selon type d'entreprise



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **Les femmes entrepreneures demeurent autonomes dans le secteur de la santé** – Presque 22 % des femmes entrepreneures (21,8 %) qui sont autonomes (entreprise sans employés) travaillent dans le secteur de la santé. Viennent ensuite les services professionnels, scientifiques et techniques (13,5 %). Du côté des entreprises avec employés, ce sont les femmes qui travaillent d'abord dans le secteur du commerce de détail (13,6 %), ensuite dans ceux de la santé (12,3 %) et de l'hébergement/restauration.

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 et l'hébergement/restauration sont les deux seuls secteurs qui font appel majoritairement à des entreprises avec employés. Tous les autres secteurs, notamment la santé (80,7 %), la finance, les assurances et l'immobilier* (75,9 %), et les services professionnels, scientifiques et techniques (75,4 %), ont recours majoritairement à des femmes entrepreneures autonomes (sans employés).

* 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 entrepreneures de la VHSL, par MRC

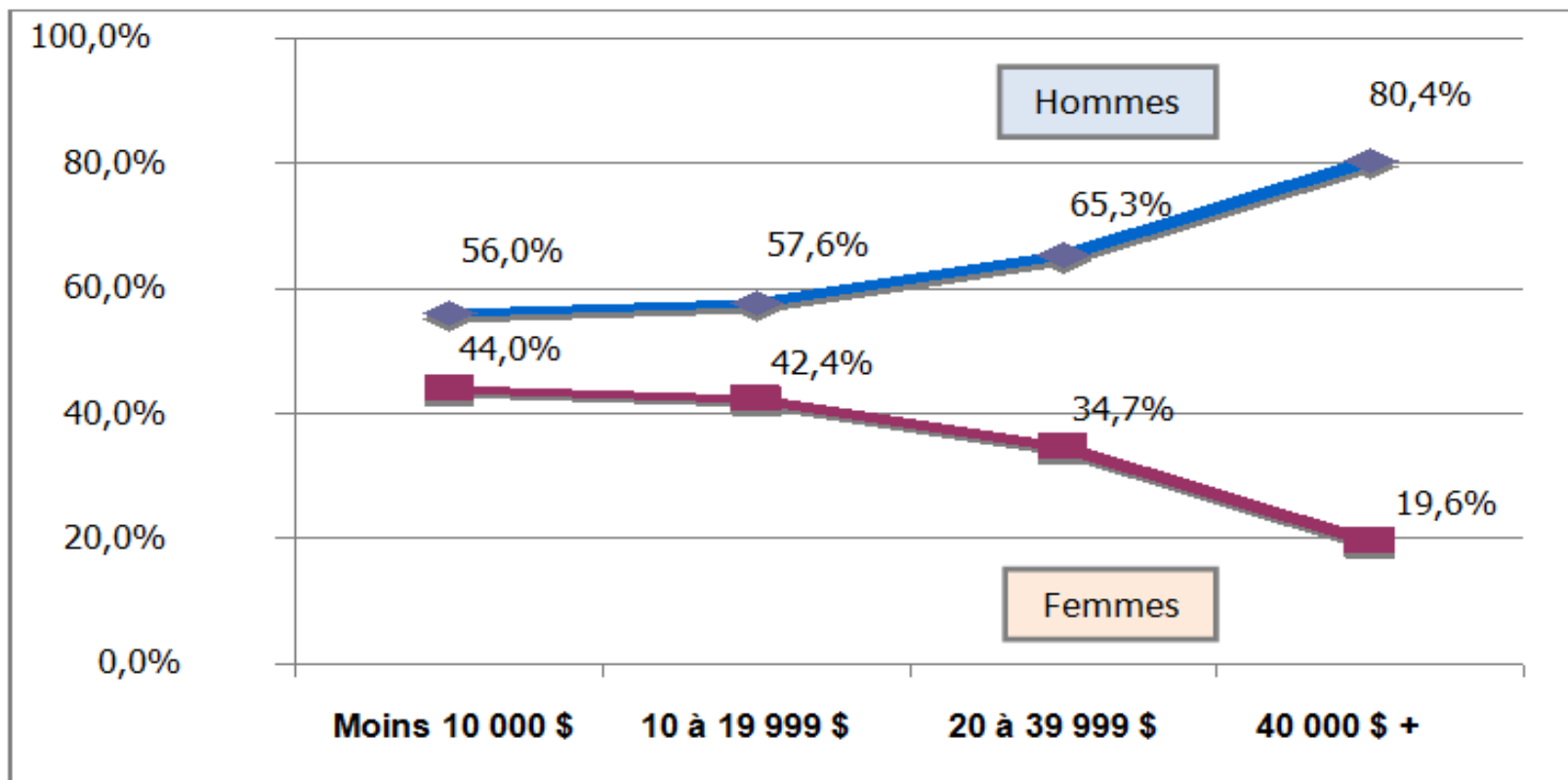
Femmes entrepreneures	Moins de 10 000 \$	10 000 \$ à 19 999 \$	20 000 \$ à 39 999 \$	40 000 \$ et plus	Revenu médian
Vallée-du-Haut-St-Laurent	24,2 %	28,3 %	30,7 %	16,9 %	19 113 \$
Vaudreuil-Soulanges	22,8 %	26,9 %	31,9 %	17,5 %	19 796 \$
Roussillon	25,5 %	27,7 %	29,1 %	17,9 %	18 744 \$
Beauharnois-Salaberry	24,4 %	29,0 %	26,7 %	18,9 %	20 701 \$
Les Jardins-de-Napierville	24,3 %	33,8 %	32,4 %	12,5 %	17 998 \$
Le Haut-Saint-Laurent	20,0 %	35,2 %	33,3 %	9,5 %	18 922 \$
Québec (province)	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
Vallée-du-Haut-St-Laurent	15,7 %	19,6 %	29,3 %	35,3 %	30 033 \$

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Un revenu médian inférieur à celui des hommes entrepreneurs** – Les femmes entrepreneures ont un revenu médian de 19 113 \$, comparativement à 30 033 \$ pour les hommes entrepreneurs, dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent. Toutefois, ce revenu médian des femmes de la VHSL, quoique légèrement plus bas, se compare favorablement à 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, VHSL



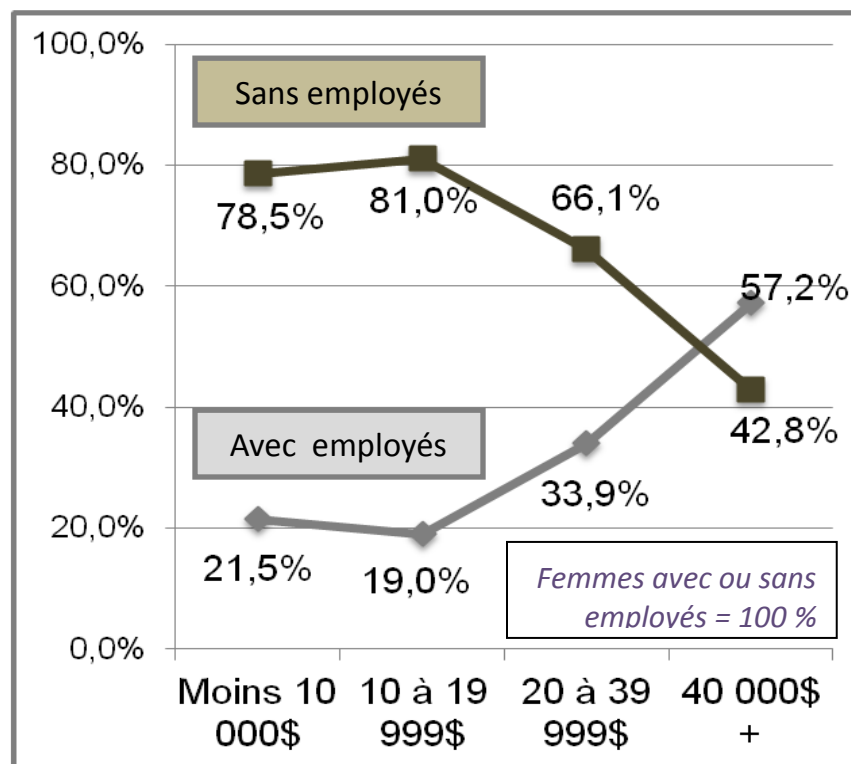
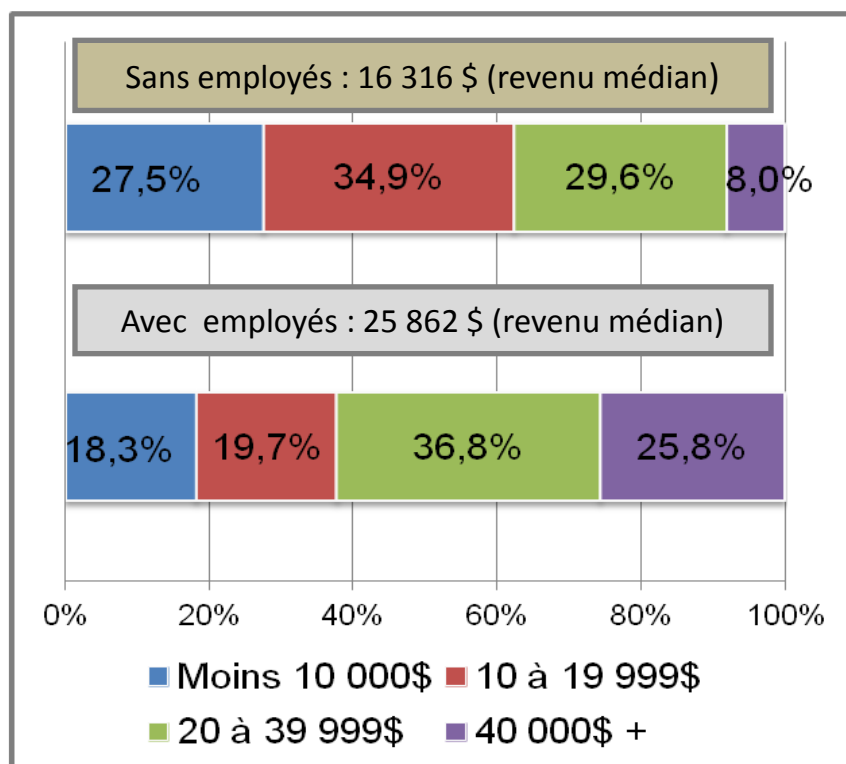
Source : Recensement 2006, Statistique Canada

- **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, VHSL

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

G-16b – Femmes entrepreneures prises globalement



Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Les entreprises avec employés offrent de meilleurs revenus** – La majorité des femmes entrepreneures sans employés (62,4 %) ont un revenu total inférieur à 20 000 \$, alors que la majorité de celles avec employés (62,6 %) 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 (57,2 %) ont un revenu supérieur aux femmes entrepreneures sans employés (42,8 %). À noter que le revenu médian des hommes sans employés s'établit à 22 188 \$ (écart de 5 872 \$), tandis que celui avec employés atteint 41 434 \$, un écart significatif de 15 572 \$.

Tableau15 Temps de travail et revenu d'emploi – Femmes entrepreneures de la VHSL

Femmes entrepreneures	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nombre %	Revenu d'emploi médian	Nombre %	Revenu d'emploi médian
Vallée-du-Haut-St-Laurent	50,7 %	16 673 \$	49,3 %	11 136 \$
Vaudreuil-Soulanges	48,1 %	17 312 \$	51,7 %	12 281 \$
Roussillon	51,5 %	17 005 \$	47,5 %	11 032 \$
Beauharnois-Salaberry	53,3 %	17 106 \$	46,2 %	11 551 \$
Les Jardins-de-Napierville	49,6 %	18 156 \$	48,8 %	11 121 \$
Le Haut-Saint-Laurent	48,0 %	15 529 \$	53,0 %	12 288 \$
Québec (PR)	46,0 %	17 466 \$	52,8 %	11 588 \$

Hommes entrepreneures	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nombre %	Revenu d'emploi médian	Nombre %	Revenu d'emploi médian
Vallée-du-Haut-St-Laurent	62,6 %	29 271 \$	37,4 %	17 550 \$.

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Un nombre égal de femmes entrepreneures à temps plein et à temps partiel** – 50,7 % des femmes ont travaillé toute l'année à temps plein (revenu d'emploi médian : 16 673 \$), tandis que 49,3 % d'entre elles ont travaillé à temps partiel ou une partie de l'année (revenu d'emploi médian : 11 136 \$). Dans le cas des hommes, 62,6 % ont travaillé à temps plein (revenu d'emploi médian : 29 271 \$) et 37,4 % à temps partiel (revenu d'emploi médian : 17 550 \$). À noter que le revenu d'emploi médian des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent est légèrement plus bas que la moyenne québécoise.

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

Entrepreneur(e)s	Travail à temps plein		Travail à temps partiel	
	Nb. %	Revenu moyen	Nb. %	Revenu moyen
Femmes avec employés	39,7 %	37 383 \$	19,9 %	29 696 \$
Hommes avec employés	51,9 %	55 682 \$	26,5%	53 536 \$
Femmes sans employés	60,3 %	19 461 \$	80,1 %	15 474 \$
Hommes sans employés	48,1 %	30 537 \$	73,5 %	19 225 \$

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

Entrepreneur(e)s	Total femmes		Total hommes	
	Nb. %	Revenu moyen	Nb. %	Revenu moyen
Avec employés	29,7 %	33 990 \$	42,1 %	54 926 \$
Sans employés	70,3 %	17 125 \$	57,9 %	25 012 \$

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 61,6 % dans le cas des entreprises avec employés, et de 46,1 % dans les entreprises sans employés.

Tableau18 Fréquence de faible revenu (ménages) – Entrepreneurs de la VHSL

Femmes entrepreneures	%	Hommes entrepreneurs	%
Avec employés	11,6 %	Avec employés	6,7 %
Sans employés	16,3 %	Sans employés	18,1 %
Moyenne relative	14,9 %	Moyenne relative	13,5 %

Source : Recensement 2006, Statistique Canada

• **Des taux élevés de faible revenu chez les entrepreneurs** – Chez les femmes entrepreneures comme chez les hommes entrepreneurs, la fréquence de faible revenu est élevée, soit presque 15 % dans le premier cas et 13,5 % 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** – La principale différence avec la Montérégie touche les femmes entrepreneures sans employés, dont la fréquence de faible revenu est plus élevée de 3 % comparativement à la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent. Pour l’ensemble du Québec, les taux sont partout plus élevés. À mentionner que les hommes entrepreneurs sans employés, autant dans la VHSL qu’en Montérégie et au Québec, affichent des taux plus élevés que les femmes entrepreneures sans employés.

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 de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent se compare positivement à celui de l'ensemble du Canada, du Québec. Toutefois, les entrepreneures de la VHSL sont généralement désavantagées par rapport à leurs consœurs montréalaises.
- À population égale, les femmes entrepreneures sont deux fois moins nombreuses que les hommes entrepreneurs ;
- Il y a trois fois plus de femmes entrepreneures autonomes (sans employés) que de femmes entrepreneures (avec employés) ;
- La croissance de l'entrepreneuriat féminin est deux fois plus rapide que celle des hommes depuis les années 1980 ;
- C'est dans le groupe des 40 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 dix est une femme immigrante et est plus encline à lancer une entreprise avec employés ;
- La scolarité n'a que très peu d'impact sur le choix de lancer une entreprise avec ou sans employés ;
- Les entrepreneures exercent une profession surtout liée à la vente et aux services, ensuite à la finance et l'administration ;
- Les professions qui se rattachent aux sciences naturelles et au secteur manufacturier n'attirent presque pas les femmes ;
- Dans une perspective différenciée, les femmes prédominent dans les professions liées aux sciences sociales et à la santé, tandis que les hommes prédominent dans les professions liées aux sciences naturelles, à la gestion ainsi que les métiers ;
- Les femmes qui exercent une profession liée à la gestion se retrouvent généralement dans une entreprise avec employés ;
- Le secteur de la santé et de l'assistance sociale ainsi que celui des services professionnels, scientifiques et techniques sont les deux secteurs d'activité où l'on retrouve le plus de femmes entrepreneures ;
- Les femmes prédominent dans les secteurs de la santé ainsi que de l'enseignement avec des entreprises sans employés ;
- 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

Une consultation sur le terrain couvrant les cinq MRC

Trois groupes de discussion animés par l'équipe d'IPSE se sont tenus en octobre 2011, auxquels ont participé 26 femmes entrepreneures œuvrant dans l'une ou l'autre des cinq MRC de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent : Roussillon, Jardins-de-Napierville, Beauharnois-Salaberry, Haut-Saint-Laurent et Vaudreuil-Soulanges.

La population à l'étude

Les participantes à ces groupes de discussion ont été invitées par les CLD de la région et par la SADC du Suroît-Sud. Les tableaux ci-dessous présentent leur profil.

Critères	Participants (n=26)
Nombre employés	
Aucun	16
1 à 2 employés	3
3 à 10 employés	3
Plus de 10 employés	4
Catégorie d'âge	
Entre 25 et 34 ans	5
Entre 35 et 44 ans	9
Entre 45 et 54 ans	11
55 ans et plus	1

Critères (suite)	Participants (n=26)
Secteur d'activité économique	
Commerce de détail	6
Services aux entreprises	8
Santé et services sociaux	2
Agriculture	2
Restauration et hébergement	1
Assurance, finance et affaires immobilières	3
Industrie manufacturière	4
Nombre d'années comme entrepreneures	
1 ^{ère} année	5
2 à 5 ans	6
6 à 9 ans	3
10 ans et plus	12

Les thèmes abordés

Plusieurs thèmes ont été abordés pendant les deux heures de discussion : les motivations pour se lancer en affaires, les avantages et les inconvénients, les obstacles au démarrage, les facteurs de succès, les critères de réussite, les stratégies de développement, les perceptions sur les femmes entrepreneures dans le monde des affaires et, finalement, les principaux besoins à combler ainsi que les pistes d'amélioration suggérées pour optimiser le soutien à l'entrepreneuriat.

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

LES PRINCIPALES MOTIVATIONS POUR SE LANCER EN AFFAIRES

On peut noter que plusieurs facteurs motivent les femmes entrepreneures à se lancer en affaires, allant du goût d'entreprendre à l'importance de concilier les priorités de leur vie personnelle et professionnelle :

La fibre entrepreneuriale

- On a pu observer chez les femmes consultées un même trait de personnalité qui les pousse tout naturellement vers l'entrepreneuriat, en quelque sorte la présence d'une fibre entrepreneuriale. « C'est génétique », diront certaines d'entre elles. Cette personnalité se caractérise par le goût d'être indépendante, autonome, créative et ambitieuse.
- Plusieurs des participantes ont admis éprouver des difficultés avec la hiérarchie : « Je ne veux pas être freinée par un patron qui a peur de mon audace ou de ma créativité », résume l'une d'entre elles.

L'impératif de la conciliation travail-famille

- Clairement, les besoins en matière de conciliation travail-famille constituent pour la majorité des femmes une grande motivation pour se lancer en affaires. Le fait de gérer son temps et de pouvoir intégrer ses priorités familiales et professionnelles en ont incité plusieurs à faire le choix d'être leur propre patron.
- Mais, comme on le verra ci-dessous, les femmes subissent un choc de la réalité quand elles se rendent compte, une fois qu'elles sont à la tête d'une entreprise, que les avantages perçus au départ touchant la conciliation travail-famille (flexibilité d'horaire, charge de travail, travail à la maison avec enfant, etc.) ne procurent pas toujours la marge de manœuvre attendue, bien au contraire.

Des valeurs à cultiver

- D'autres besoins touchent plus particulièrement les valeurs des femmes consultées :
 - Le besoin de reconnaissance et de valorisation;
 - Le besoin d'être passionnée par son travail : « Être payée pour faire ce que l'on aime » et « Avoir la flamme », exprimeront certaines d'entre elles.

Des raisons d'ordre professionnel

- S'ajoutent certaines raisons fondées sur des ambitions professionnelles ou sur la nécessité de s'affranchir de certaines contraintes qui entravent leur parcours professionnel :
 - Relever un défi à leur mesure en lançant une entreprise;
 - Travailler dans un domaine qui les intéresse, dans lequel elles ont une expertise;
 - Ne pas avoir de limites pour réaliser leurs ambitions;
 - Se donner la possibilité de changer les choses;
 - Profiter d'une occasion d'affaires;
 - Créer leur propre emploi à la suite de la perte d'un emploi;
 - Et, aussi, trouver un travail mieux rémunéré dans la région.

LES AVANTAGES D'ÊTRE CHEF D'ENTREPRISE

Soulignons que les avantages cités par les femmes au cours des groupes de discussion sont en grande partie liés aux motivations et aux besoins exprimés ci-dessus. Ils sont de deux ordres :

Le besoin d'indépendance et d'autonomie

- Fixer son horaire;
- Avoir une liberté d'action;
- Gérer et organiser ses tâches;
- Être cohérente avec son choix de vie;
- Faciliter la conciliation travail-famille, grâce à la souplesse d'horaire et à la possibilité de travailler à domicile.

Le besoin de reconnaissance et de valorisation

- Être respectée et valorisée;
- Obtenir la reconnaissance des clients;
- Transformer ses limites en défis;
- Avoir l'impression de faire une différence dans son domaine.

LES INCONVENIENTS LIES A L'ENTREPRENEURIAT

Les inconvénients découlent en grande partie des valeurs et des styles de gestion des femmes consultées. Ils se regroupent en trois catégories :

Les inconvénients d'être chef d'entreprise

- Être une femme-orchestre qui doit voir à tout, en même temps;
- Concilier le développement d'affaires avec la réalisation des commandes, ce qui est parfois difficile;
- Avoir le sentiment que les clients agissent comme s'ils étaient les patrons;
- Assumer de lourdes responsabilités, difficiles à partager ou à déléguer aux employés;
- Se faire respecter et reconnaître dans des métiers non traditionnels occupés en grande partie par des hommes;
- Être toujours de bonne humeur et avoir le sourire qu'importent les circonstances.

Les inconvénients de gérer des employés

- Gérer des employés en tant que patron féminin, notamment ceux de la génération Y qui ont des valeurs et des exigences différentes;
- Faire face à la rareté des ressources humaines et aux difficultés de recrutement et de rétention du personnel : la pénurie de main-d'œuvre touche toutes les entreprises et les femmes qui sont des patrons vivent les mêmes difficultés que les hommes à cet égard.

Les inconvénients touchant la conciliation travail-famille

- De nombreuses heures de travail débordant souvent sur les soirées et les fins de semaine;
- La difficulté de prendre de longues vacances ou un congé de maternité compte tenu des exigences ou des réactions négatives des clients;
- La complexité de travailler à la maison avec des enfants présents : les mères entrepreneures nourrissent alors un sentiment de culpabilité à l'égard de l'incompréhension du conjoint, des enfants et de l'entourage;
- L'insécurité financière et la baisse de revenu, notamment dans les premières années de l'entreprise;
- La nécessité d'être constamment disponible, qui est amplifiée à l'ère du cellulaire.

LES OBSTACLES AU DEMARRAGE

L'un des principaux obstacles au démarrage est, sans surprise, l'accès au financement. Les femmes consultées soulignent que cette difficulté ne provient pas de leur statut de femme, mais plutôt de leur statut d'entrepreneur et de leur secteur d'activité.

Plusieurs obstacles de taille

- Faire reconnaître sa compétence;
- Être prise au sérieux, être crédible dans un secteur d'activité non traditionnel;
- Ne pas être encouragée par son entourage, qui manifeste au contraire des craintes quant au risque encouru en mettant sur pied une entreprise ou qui fait part de son manque de confiance envers le projet et/ou sa promotrice;
- Être mal préparée pour lancer son entreprise, ne pas avoir un plan de match clair;
- Éprouver des difficultés pour accéder au soutien, aux ressources spécialisées et à l'information;
- Atteindre l'équilibre tant recherché entre la vie personnelle, familiale et professionnelle;
- Assumer des responsabilités familiales plus lourdes que celles des hommes;
- Devoir faire face au manque de main-d'œuvre qualifiée;
- Gérer la croissance et ses aléas, qu'il s'agisse de la gestion de la liquidité, des différents cycles de l'entreprise, de la nécessité d'investir en équipement ou en savoir.

DES DEFIS POUR RESTER EN AFFAIRES

De l'avis des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, la plupart des défis que les femmes ont à relever s'apparentent à ceux des hommes :

- Faire constamment du développement d'affaires;
- Se démarquer;
- Être innovatrice dans le développement d'affaires et le service à la clientèle;
- Perfectionner ses produits en faisant de l'amélioration continue;
- Fidéliser ses employés;
- Gérer la croissance et ses impacts sur la charge de travail et la planification;
- Obtenir du financement pour croître ou investir;
- Gérer la liquidité en s'efforçant de prévenir les périodes creuses.

CERTAINS DEFIS PROPRES AUX FEMMES

- Garder l'équilibre en tenant compte de toutes les dimensions de leur vie : un impératif;
- Concevoir des enfants quand on est en affaires, ce qui est ardu avec le développement de l'entreprise.

DES FACTEURS DE SUCCES ESSENTIELS

Les facteurs de succès des entrepreneures sont les mêmes que ceux que l'on observe dans tout type d'entreprise selon les femmes consultées, quoiqu'elles mettent l'accent sur la satisfaction de la clientèle. Voici donc l'ensemble des facteurs qu'elles considèrent comme essentiels :

- Faire preuve de ténacité;
- Rester passionnée par son domaine;
- Offrir un excellent service à ses clients, le personnaliser;
- Avoir un contact direct et constant avec sa clientèle;
- Atteindre un seuil de rentabilité, ne serait-ce que pour être capable d'en vivre;
- Ne pas perdre de vue les bases de son projet d'entreprise;
- S'assurer de conserver et de développer sa compétence grâce à la formation;
- Savoir s'entourer de ressources professionnelles expérimentées qui agissent comme des guides;
- Avoir toujours des produits et des services de qualité;
- Savoir se distinguer grâce à l'originalité;
- Réussir à concilier le développement d'affaires et la réalisation des mandats, services ou travaux à livrer;
- Pouvoir équilibrer les dépenses liées à l'administration et les efforts de promotion.

DES CRITERES DE REUSSITE

Du côté des critères de réussite, les femmes précisent qu'elles n'ont pas nécessairement les mêmes que les hommes entrepreneurs ou, du moins, qu'ils ne sont pas au même rang. Plusieurs des critères énoncés par les participantes sont fondés sur la reconnaissance professionnelle. Par ailleurs, ces dernières accordent moins d'importance que les hommes au chiffre d'affaires et au statut social. Voici donc les éléments qui confirment leur réussite :

- Avoir des clients satisfaits;
- Être devenue une référence pour ses clients et ses partenaires;
- Être reconnue pour ses produits et/ou services de qualité, qui se démarquent;
- Livrer les promesses;
- Réussir dans quelque chose qu'on aime;
- Se sentir pertinente.

LES STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT

Les entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent utilisent différentes stratégies de développement. Le réseautage constitue l'une de leurs stratégies, mais à certaines conditions :

- Faire du réseautage avec ses pairs mais idéalement mixte, c'est-à-dire regroupant femmes et hommes;
- Se donner comme objectifs de faire du transfert d'expérience, de s'inspirer d'approches gagnantes, de solutions concrètes, et de briser la solitude du chef d'entreprise. Mais surtout, ne pas faire de « réunions de sacoches »;
- Faire du réseautage « utile », avec une valeur ajoutée, par secteur;
- Et, finalement, dans le but de faire des affaires.

Les autres stratégies utilisées :

- Se faire connaître;
- Multiplier les contacts;
- Miser sur le bouche à oreille;
- Concentrer ses efforts, notamment par des appels téléphoniques ciblés;
- Être présente auprès de ses clients;
- Valoriser ses employés, ses partenaires;
- Conserver l'équilibre global pour ne pas nuire aux autres dimensions de sa vie;

- Se réinventer constamment, innover, sortir de sa zone de confort au quotidien.

La participation à des instances ou à des alliances :

- Être membre de conseils d'administration;
- Participer à des événements ;
- Faire du bénévolat, s'impliquer dans son milieu;
- Nouer des partenariats complémentaires en développant des relations basées sur la confiance.

LES PERCEPTIONS DANS LE MONDE DES AFFAIRES

Les femmes entrepreneures semblent reconnues pour être différentes des hommes en ce qui touche leurs motivations (conciliation travail-famille), leurs valeurs et leur mode de gestion. Elles déplorent le fait que dans les milieux à dominance masculine, les perceptions négatives portant sur leurs compétences et leurs connaissances soient encore présentes. Voici, selon elles, les principales perceptions positives et négatives :

Des perceptions positives

- Une femme entrepreneure porte son projet d'entreprise comme un enfant;
- Les femmes gèrent avec la tête et le cœur;
- Elles sont plus humaines et reconnues pour leur patience;
- Elles expriment davantage leur reconnaissance à leurs employés, à leurs fournisseurs et à leurs partenaires;
- En général, elles sont plus conciliantes que les hommes.

Des perceptions négatives

- Les employés reconnaissent moins facilement l'autorité d'une femme;
- L'employeur féminin fait du maternage;
- Devant des employés, des clients, elles doivent se faire une carapace, s'affirmer;
- Dans les métiers non traditionnels, l'entrepreneure a de la difficulté à s'imposer;
- Pour être écoutées dans les secteurs à dominance masculine, les femmes ont comme stratégie de faire passer leur message par des hommes qui sont leurs alliés;
- Elles ne sont pas à l'aise pour négocier : elles ont de la difficulté à demander le juste prix, à faire reconnaître leur valeur.

LES PRINCIPAUX BESOINS DE SOUTIEN

Les femmes de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent ne perçoivent pas la nécessité que des programmes ou des services leurs soient exclusivement réservés. L'important, selon elles, est d'avoir des services adaptés à leurs besoins selon leur statut et leur secteur, et pour faciliter la gestion et le soutien à l'étape de la croissance.

Les principaux besoins exprimés lors des groupes de discussion sont surtout centrés sur l'accès aux services et aux outils suivants :

- Conseils, formations en communication et marketing offerts par les CLD ou autres;
- Davantage d'aide financière et technique, non seulement au démarrage (phase II);
- Soutien et conseils ciblés;
- Coaching en gestion;
- Service de mentorat, mais avec mentor de son secteur;
- Ligne d'aide téléphonique qu'elles ont nommée « SOS entrepreneur » pour donner rapidement et facilement accès à l'information nécessaire, aux ressources spécialisées;
- Accès au capital de risque.

LES LACUNES A SOULIGNER

La principale lacune demeure l'accès au financement pour la relance ou la croissance. Il peut être moins élevé, mais plus souple et surtout disponible à plusieurs étapes de la vie de l'entreprise, afin de faciliter une croissance équilibrée. La diffusion adéquate de l'information portant sur les ressources et les services suit de près. Voici également d'autres lacunes évoquées par les participantes :

- Peu de souplesse dans les règles et les critères pour accéder au financement;
- Dépenses non admissibles (par exemple : les dépenses marketing dans le cadre du programme Jeunes Promoteurs);
- Subventions visant seulement le démarrage ou les moins de 35 ans;
- Pas de financement (pont) permettant de remplir les conditions requises pour obtenir un contrat d'envergure (investissements, embauche de ressources, etc.);
- Lacunes dans la diffusion d'information sur les programmes et les services;
- Absence d'Internet haute vitesse dans les milieux ruraux pour faciliter le travail autonome;
- Peu d'aide spécialisée (selon les secteurs d'activité);
- Ressources peu disponibles en dehors des grandes orientations fixées par les organismes.

DES PISTES D'AMÉLIORATION SOUHAITÉES

Les femmes ont énuméré plusieurs pistes d'amélioration qui répondraient concrètement à leurs besoins :

- Des outils de référence, répertoires, guichet unique ou autres pour présenter toutes les ressources disponibles avec leur mission, leurs champs d'intervention, leurs moyens;
- Une meilleure communication des ressources disponibles;
- Une banque de ressources ciblées par secteur;
- Des ateliers de formation sur la gestion du temps;
- Des ateliers sur le leadership;
- Des cours sur les technologies de l'information et sur les communications;
- Un accompagnement plus serré pour l'élaboration du plan d'affaires;
- Du coaching pour préparer les rencontres avec le banquier;
- La mise sur pied de rencontres mensuelles avec un cercle d'entrepreneurs mixte;
- L'accès à un site Internet avec un forum d'échanges.

Un consensus sur les priorités d'intervention

En conclusion, les femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent ont suggéré des priorités à inscrire dans les plans d'action des organismes. Les voici :

- Que les organismes se fassent connaître davantage ainsi que leurs outils;
- Qu'il y ait un guide des ressources disponibles facilement accessible dès qu'on se lance en affaires;
- Que les équipes du CLD ou de la SADC sortent de leur bureau et soient davantage sur le terrain;
- Que les organismes adaptent leur horaire à la réalité des femmes;
- Que soit mise sur pied une ligne téléphonique de référence pour les entrepreneurs;
- Que les critères des programmes de financement actuels soient revus pour être plus flexibles;
- Qu'on offre du réseautage par secteur et non par sexe;
- Que l'accent soit mis sur le mentorat;
- Que l'on diffuse des succès d'entrepreneures.

À retenir

On peut retenir de ces groupes de discussion que les femmes estiment que leurs défis et leurs attentes, en tant entrepreneures, ne sont pas si différents de ceux des hommes. Par ailleurs, les besoins qu'elles ont énumérés sont propres aux travailleurs autonomes.

- Elles ont aussi fait ressortir deux grandes différences dans les motivations qui les animent lors des échanges : notamment l'importance de la conciliation travail-famille ainsi qu'un style de gestion fondé sur des qualités féminines.
- Quant à leurs besoins en services et en outils, il faut retenir qu'ils sont nombreux et de plus en plus précis, selon les stades de vie de l'entreprise.

Partie 4 – Les résultats du sondage en ligne

Un profil et des besoins diversifiés

Un sondage a été effectué par l'intermédiaire d'Internet auprès des femmes entrepreneures de la région, afin de déterminer l'importance des besoins et des défis précédemment identifiés lors des groupes de discussion et d'établir l'ordre de priorité pour les pistes d'amélioration.

La méthodologie

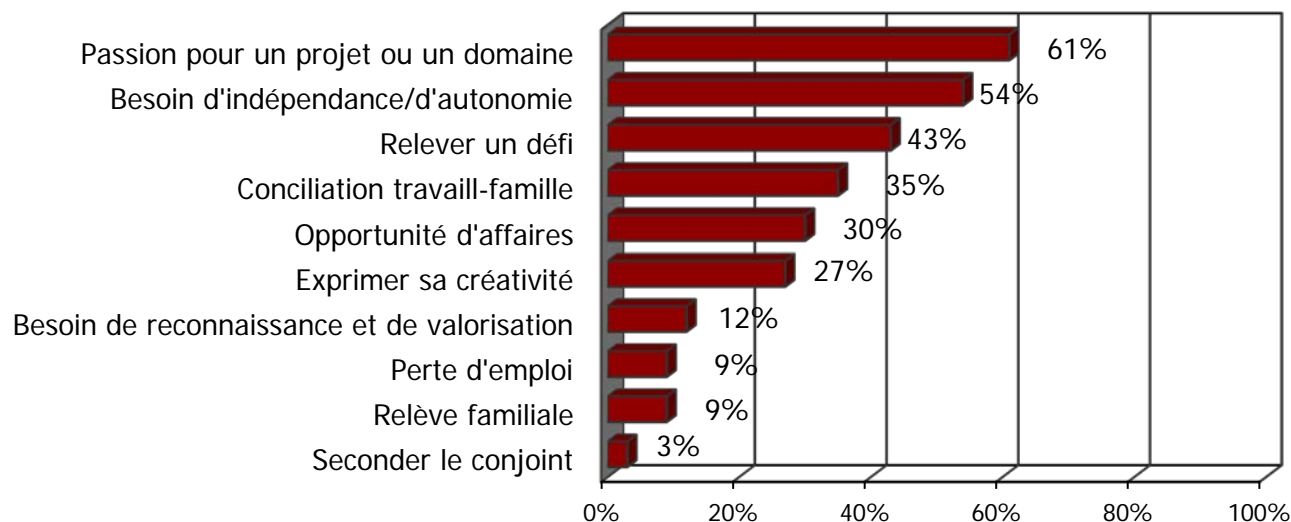
Méthode de collecte des données	Sondage Internet
Univers	Femmes entrepreneures
Marché	La Vallée du Haut-Saint-Laurent
Sélection des répondantes	Invitation à participer envoyée par courriel
Date de collecte des données	28 octobre au 8 novembre 2011
Échantillon	122 répondantes
Taux de réponse	20 %
Marge d'erreur	8,9 % à un niveau de confiance de 95 %

Les questions posées

Les questions posées dans le sondage s'apparentaient aux thèmes couverts lors des trois groupes de discussion. Rappelons-les : les principales motivations, les difficultés au démarrage, les défis, les critères de réussite, les stratégies de développement, le réseautage, les organismes et le soutien entrepreneurial.

LES PRINCIPALES MOTIVATIONS

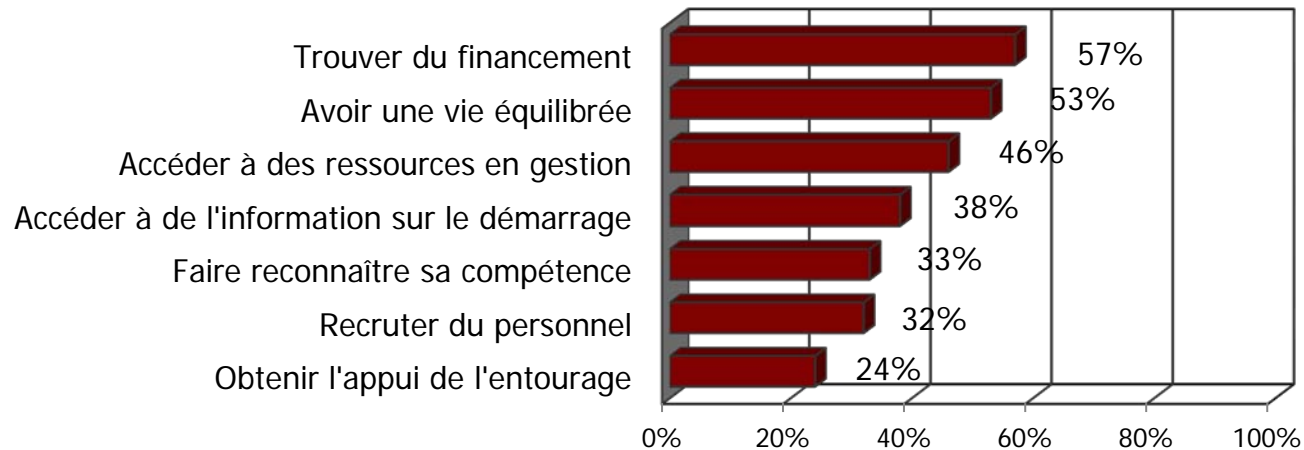
Les trois principaux facteurs incitant à devenir entrepreneures (Q3)



- La passion (61 %) et le besoin d'indépendance (54 %) constituent les facteurs de motivation de plus de la moitié des femmes. Plus du tiers des entrepreneures sont motivées par l'idée de relever un défi (43 %) et/ou de faciliter la conciliation travail-famille (35 %).
- Les répondantes ont ajouté comme facteur de motivation le fait de pouvoir seconder leur conjoint dans l'entreprise (3 %).
- L'analyse des résultats démontre certaines différences significatives par sous-groupes :
 - Le besoin d'indépendance est plus présent chez entrepreneures **sans employés** (71 %) que celles avec employés (46 %);
 - On observe l'inverse pour le facteur « relever un défi » : il s'agit d'une motivation pour 52 % des entrepreneures **avec employés** par rapport à 24 % des entrepreneures sans employés;
 - Sans surprise, la conciliation travail-famille est un facteur de motivation pour davantage de femmes **ayant la garde d'enfants** à temps plein (50 %) que pour celles qui n'ont pas la garde d'enfants (25 %).

LES DIFFICULTES LORS DU DEMARRAGE

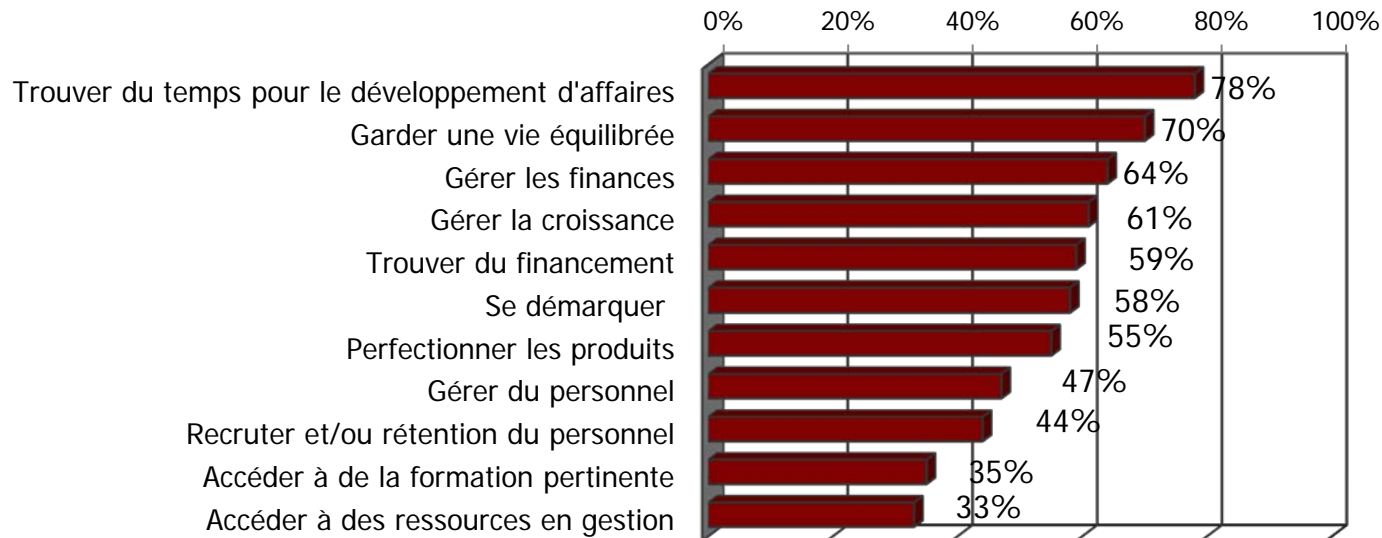
Difficultés éprouvées lors du démarrage (Q4)



- Plus de la moitié (57 %) des entrepreneures ont eu de la difficulté à trouver du financement. Non loin derrière, vient le défi de garder une vie équilibrée lors du démarrage de son entreprise (53 %).
- Lors du démarrage, au moins une femme sur quatre a éprouvé des difficultés à trouver de l'information sur le démarrage d'entreprise (38 %), à faire reconnaître ses compétences (33 %), à recruter du personnel qualifié (32 %) et/ou à obtenir l'appui de l'entourage (24 %).
- L'analyse des résultats démontre certaines différences significatives par sous-groupes :
 - 78 % des femmes de 55 ans et plus disent avoir eu de la difficulté à faire reconnaître leurs compétences;
 - 55 % des non-diplômées universitaires ont éprouvé de la difficulté à avoir accès à des ressources de gestion, par rapport à 32 % des diplômées universitaires;
 - 88 % des entrepreneures ayant de 3 à 10 employés auraient besoin de ressources en gestion par rapport à 38 % des autres;
 - Chez les entreprises de 10 ans et plus, on remarque un nombre plus grand d'entrepreneures qui ont éprouvé les deux difficultés suivantes : recruter du personnel et avoir de l'information sur le démarrage.

LES DEFIS DES ENTREPRENEURES

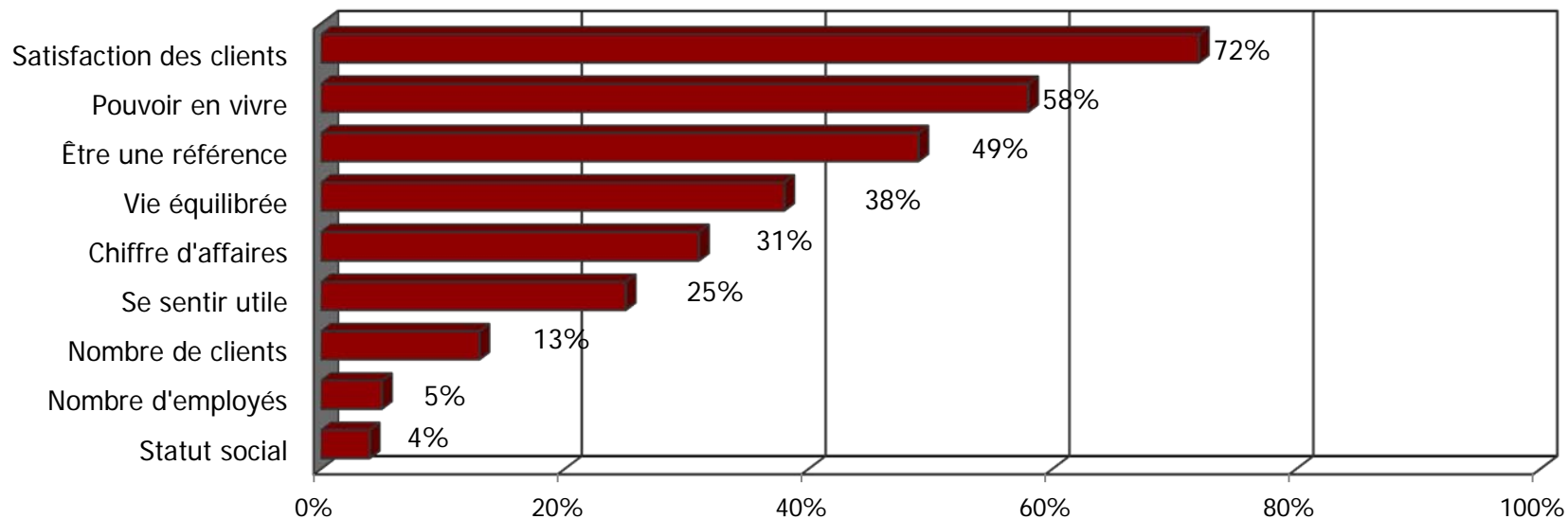
Les défis actuels à relever dans votre entreprise (Q5)



- Sept femmes sur dix considèrent comme des défis : faire du développement d'affaires (78 %) et garder une vie équilibrée (70 %).
- Elles sont plus de la moitié à voir comme un défi de gérer les finances (64 %), de gérer la croissance (61 %), de trouver du financement (59 %), de se démarquer des concurrents (58 %) et de perfectionner les produits (55 %).
- L'analyse des résultats démontre certaines différences significatives par sous-groupes :
 - Les femmes de 55 ans et plus ont moins de difficulté à trouver du financement (30 %) et gérer les aspects financiers (30 %);
 - 76 % des diplômées universitaires ont un défi de croissance par rapport à 53 % pour les autres;
 - Le défi du recrutement apparaît plus souvent dans les entreprises de 6 ans et plus (56 %) que dans celles de 1 à 5 ans (21 %);
 - La gestion du personnel est un défi pour 63 % des entreprises de 6 ans et plus contre 21 % de celles de 1 à 5 ans;
 - 83 % des femmes avec enfants à temps plein ont le défi de garder une vie équilibrée par rapport à 56 % de celles sans garde d'enfants.

LES CRITERES DE REUSSITE

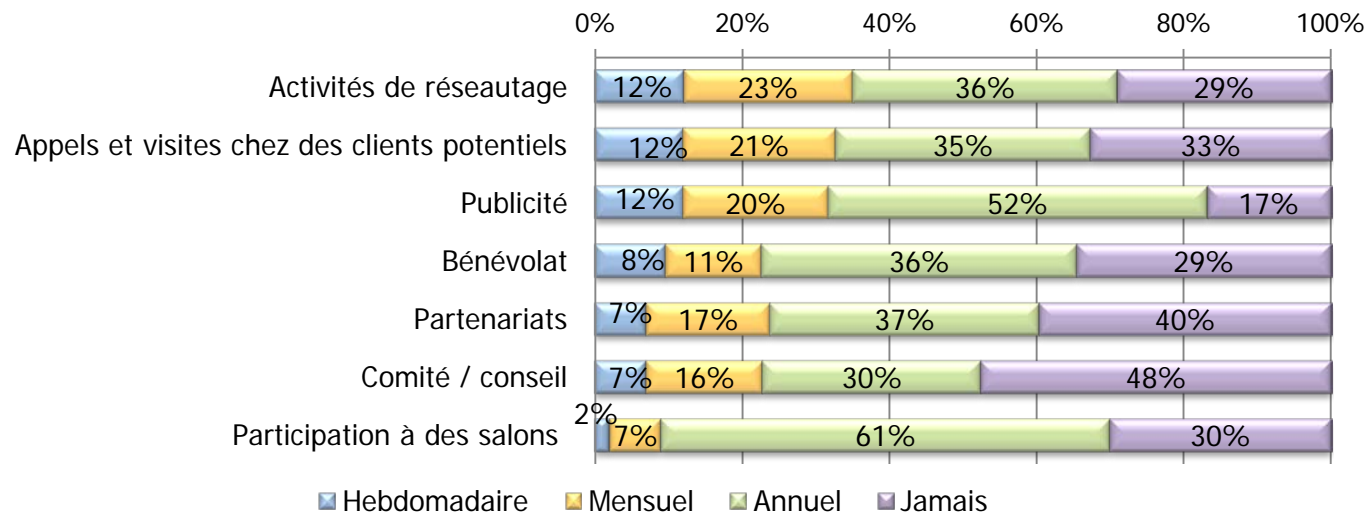
Les trois principaux critères de réussite de votre entreprise (Q6)



- La satisfaction de la clientèle constitue l'un des principaux critères de réussite pour la grande majorité (72 %) des femmes entrepreneures.
- Plus de la moitié des entrepreneures considèrent que pouvoir vivre des revenus de son entreprise constitue un critère de réussite.
- Le nombre de clients, le nombre d'employés ainsi que le statut social ne constituent pas, pour la très grande majorité des femmes, des critères importants de réussite.
- L'analyse des résultats démontre certaines différences significatives par sous-groupes :
 - 33 % des **45 ans et plus** considèrent le besoin de se sentir utile comme critère de réussite par rapport à seulement 15 % des 44 ans et moins;
 - 50 % des entrepreneures identifient dans leur **première année d'existence** le nombre de clients comme étant un critère de réussite;
 - 55 % des femmes **avec garde d'enfants** à temps plein identifient comme critère de réussite le respect d'une vie équilibrée, contre seulement 29 % des femmes sans garde d'enfants.

LES STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT

Dans quelle mesure utilisez-vous les stratégies suivantes? (Q7)

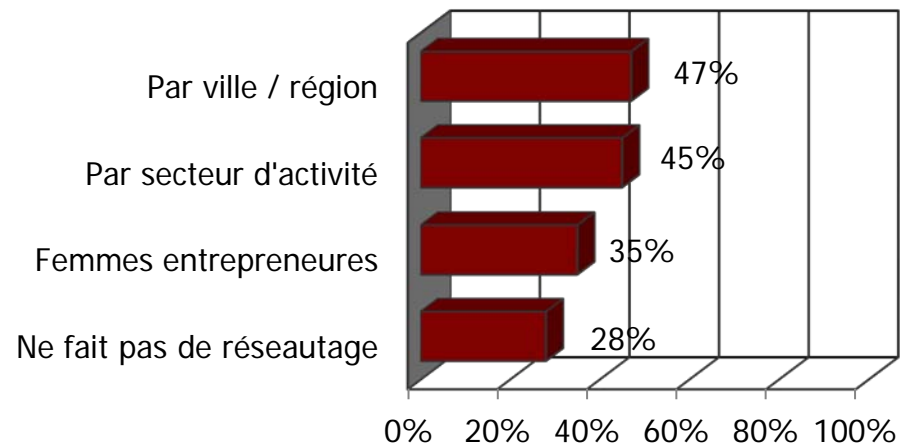


- 35 % des femmes entrepreneures participent au moins une fois par mois à des activités de réseautage. Mais 29 % n'y participent jamais.
- Seulement un tiers des femmes font régulièrement des appels et des visites à des clients potentiels (33 %) et/ou font de la publicité (32 %).
- L'analyse des résultats démontre certaines différences significatives par sous-groupes :
 - 70 % des femmes de **55 ans et plus** ne recherchent pas de partenariat;
 - Deux différences **tendancielles** : plus on a d'années d'existence et moins on fait de réseautage et des appels à des clients potentiels (*cold calls*);
 - 73 % des diplômées du **secondaire** ne font jamais de réseautage.

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

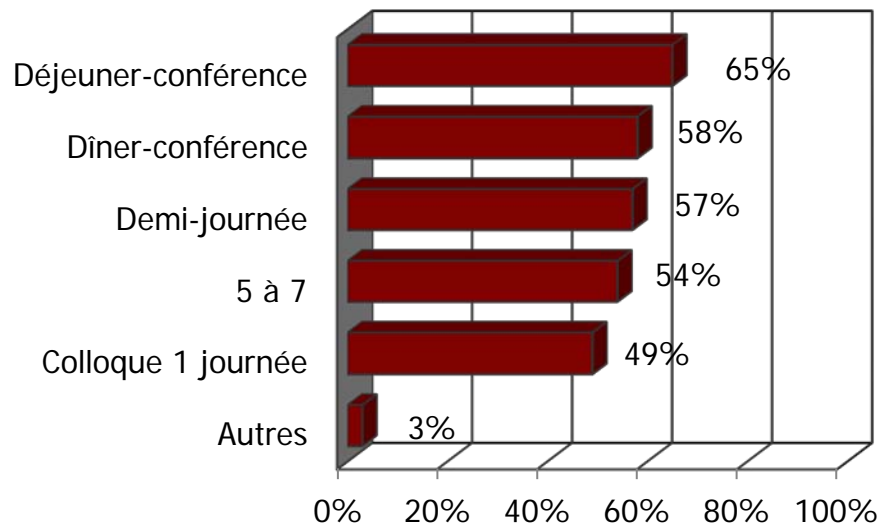
LE RESEAUTAGE

Quel type de réseautage vous intéresse? (Q10)



- 28 % des femmes entrepreneures ne souhaitent pas faire de réseautage.
- Parmi celles qui désirent en faire, le réseautage par ville ou par région et celui par secteur d'activité sont les plus intéressants.
- L'analyse des résultats démontre une différence significative selon la scolarité :
 - Elles sont 63 % à ne pas faire de réseautage chez les diplômées du secondaire.

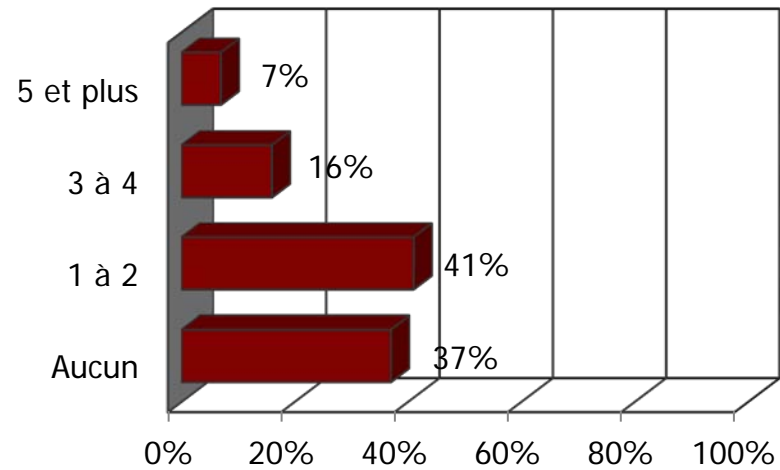
Quel type d'activité de réseautage vous intéresse? (Q11)



Les femmes entrepreneures préfèrent les activités de réseautage de courte durée : déjeuner (65 %) ou dîner-conférence (58 %).

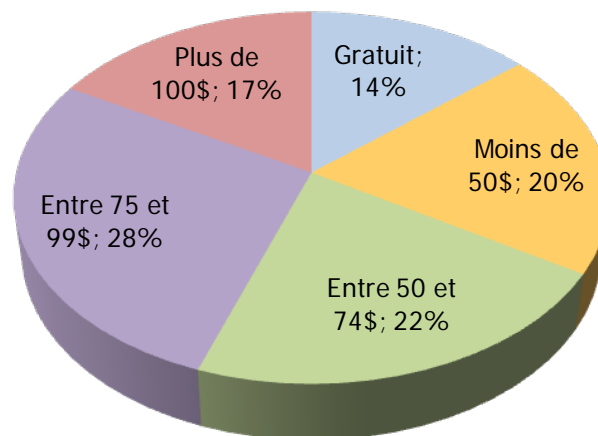
LA FORMATION

Inscription à un atelier de formation – 12 derniers mois (Q12)



- La majorité des femmes qui participent à des ateliers de formation le font une à deux fois par année maximum.
- Plus du tiers (37 %) des femmes entrepreneures ne se sont inscrites à aucun atelier de formation au cours des 12 derniers mois.
- Une différence significative selon la scolarité : 63 % des diplômées du secondaire ne se sont inscrites à aucun atelier de formation, par rapport à 38 % des diplômées du niveau collégial et 27 % des universitaires.

Prix raisonnable pour un atelier de formation de 3 h (Q13)



- Un atelier de formation entre 50 \$ et 74 \$ répond au budget que la majorité des femmes (67 %) veulent y consacrer.
- Aucune diplômée universitaire ne s'attend à obtenir de la formation gratuite.

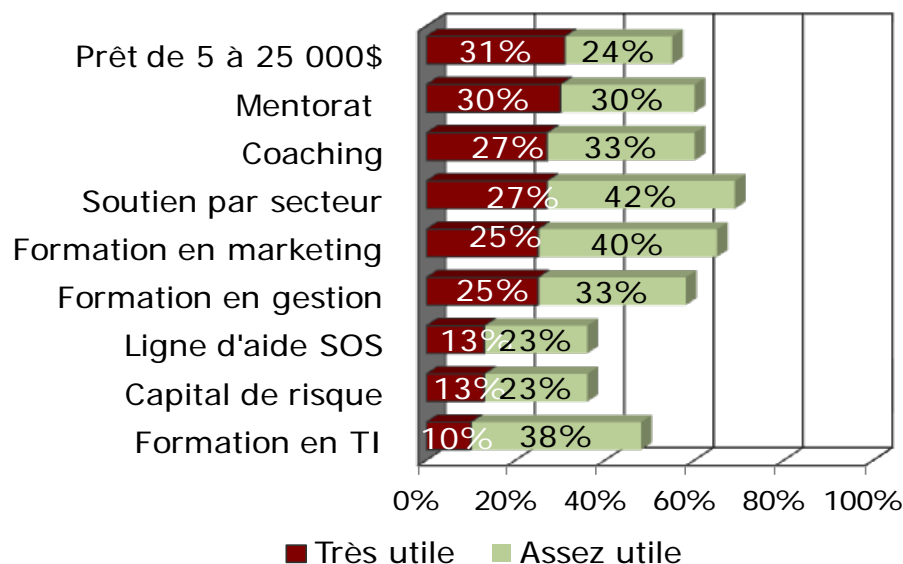
ORGANISMES ET SOUTIEN ENTREPRENEURIAL

Services des organismes suivants déjà utilisés (Q8)

Emploi Québec					39%	1%
CLD					38%	3%
Femmessor	43%				50%	
SADC		56%			41%	
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
	oui	non	ne connaît pas			

- Le taux de notoriété de Femmessor est actuellement de 50 % chez les entrepreneures de la région Vallée-du-Haut-Saint-Laurent.
- Il est de 97 % pour les CLD, avec un taux d'utilisation de 60 %.
- Il y a une différence marquante quant à l'utilisation des services des CLD entre les entreprises de 1 à 5 ans d'existence (77 %) et celles ayant 6 ans et plus d'existence (46 %).

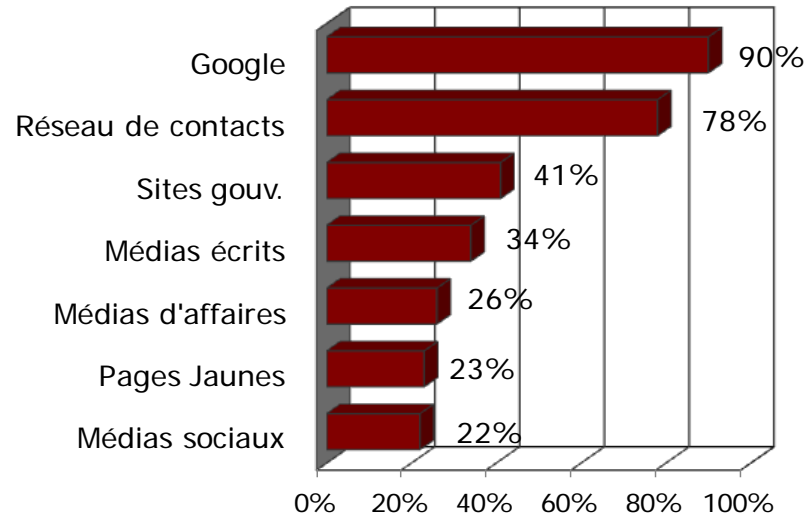
Services utiles pour VOTRE entreprise (Q9)



- Près d'une entrepreneure sur trois (31 %) trouverait très utile d'obtenir des prêts de 5 000 \$ à 25 000 \$.
- Au moins une femme sur quatre trouverait très utile un service de mentorat (30 %), un service de coaching (27 %), du soutien par secteur (27 %), de la formation en marketing (25 %) et/ou de la formation en gestion (25 %).
- La ligne d'aide téléphonique appelée « SOS entrepreneur » a obtenu un faible taux d'intérêt dans le sondage par rapport aux résultats obtenus dans les groupes de discussion. Le peu de détail donné sur ce service dans le sondage semble être à l'origine du résultat.
- L'analyse des résultats démontre certaines différences significatives par sous-groupes :
 - Le **coaching** est très utile pour davantage de PME de trois employés et plus (47%) que pour les entrepreneures avec moins de trois employés (16%);
 - Plus une femme est scolarisée et plus elle a tendance à considérer comme utiles le **mentorat et le coaching**.

LA RECHERCHE D'INFORMATION

Chercher des informations sur des services offerts (Q14)



- Lorsque les femmes entrepreneures désirent obtenir de l'information sur un service, elles utilisent un moteur de recherche de type Google (90 %) et consultent leur réseau de contacts (78 %).
- On note une différence significative selon la **scolarité**; 85 % des diplômées universitaires ou de l'ordre collégial se tournent vers leur réseau de contacts, par rapport à 50 % des diplômées du niveau secondaire.

Le profil des répondantes

L'échantillon présente une très bonne répartition des femmes entrepreneures selon les différents critères démographiques et d'entreprise.

Critères	
Nombre d'années comme entrepreneures	N = 116
1 ^{re} année	8 %
2 à 5 ans	29 %
6 à 9 ans	22 %
10 ans et plus	41 %
Secteur d'activité économique	N = 95
Commerce de détail	23 %
Services aux entreprises	22 %
Agriculture	10 %
Santé et services sociaux	7 %
Restauration et hébergement	7 %
Industrie manufacturière	6 %
Nombre d'employés	
Aucun	36 %
1 à 2 employés	26 %
3 à 10 employés	18 %
Plus de 10 employés	20 %

Profil des répondantes (suite)

Critères	(n=95)
Heures par semaine consacrées à l'entreprise	
Moins de 30 heures	11 %
Entre 30 et 40 heures	12 %
Entre 40 et 50 heures	32 %
Entre 50 et 60 heures	22 %
Plus de 60 heures	24 %
MRC où se situe l'entreprise	
Roussillon	48 %
Vaudreuil-Soulanges	26 %
Jardins-de-Napierville	20 %
Beauharnois-Salaberry	5 %
Haut-Saint-Laurent	0 %*
Catégorie d'âge	
Entre 25 et 34 ans	15 %
Entre 35 et 44 ans	36 %
Entre 45 et 54 ans	38 %
55 ans et plus	12 %

Profil des répondantes (suite)

Critères	(n=95)
Niveau de scolarité	
Secondaire	17 %
Collégial	34 %
Universitaire (certificat ou baccalauréat)	36 %
Universitaire (maîtrise ou doctorat)	14 %
Avec enfants de 0 à 15 ans	
Oui, à temps plein	42 %
Oui, en garde partagée	5 %
Oui, en garde une fin de semaine sur deux	1 %
Non	52 %
État familial	
Célibataire/divorcée sans enfants	12 %
Couple sans enfants	17 %
Couple avec enfants	61 %
Monoparentale	11 %

* Nous n'avions aucune coordonnée d'entrepreneures de la MRC du Haut-Saint-Laurent.

Profil des répondantes (suite)

Critères	
Revenu d'entreprise	N = 85
Moins de 30 000 \$	32 %
Entre 30 000 \$ et 100 000 \$	21 %
Entre 100 000 \$ et 250 000 \$	24 %
Entre 250 000 \$ et 1M \$	15 %
Plus de 1M \$	8 %
Revenu du ménage	N = 94
Revenu secondaire du ménage	43 %
Revenu principal du ménage	27 %
Seul revenu du ménage	31 %

À retenir

- Les grands défis des femmes entrepreneures sont : trouver du financement (surtout lors du démarrage), faire constamment du développement d'affaires, garder une vie équilibrée ainsi que gérer la croissance et les finances.
- Les services et les outils à prioriser sont donc ceux qui répondent directement à ces besoins, tels que :
 - Des prêts de 5 000 \$ à 25 000 \$;
 - Des services de mentorat;
 - Du coaching, surtout pour les entrepreneures avec plusieurs employés ;
 - Des ateliers de formation en marketing ou en gestion de courte durée et à un prix se situant entre 50 \$ et 74 \$;
 - Des activités de réseautage de courte durée, surtout pour les jeunes entreprises.

Partie 5 – En résumé

Une vision intégrée de l'analyse

Le portrait des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent prend appui sur trois sources d'analyse, un survol de la littérature récente de l'entrepreneuriat féminin, les données du Recensement 2006 de Statistique Canada ainsi que l'enquête menée auprès des entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent à l'automne 2011. La mise en perspective d'éléments provenant de l'un ou l'autre de ces volets de l'étude permet d'établir des liens intéressants qui donnent encore plus de relief au portrait réalisé. S'il y a des traits communs entre femmes et hommes entrepreneurs qu'on remarque encore aujourd'hui à l'échelle canadienne et québécoise, on peut par ailleurs constater la montée d'un modèle d'entrepreneuriat féminin avec des attentes et des besoins précis.

Des motivations, des valeurs et des défis communs

Certains éléments-clés retenus par IPSÉ lors de la recherche documentaire et de la consultation de groupes de discussion font ressortir que les motivations qui incitent les femmes québécoises et canadiennes à se lancer en affaires sont sensiblement les mêmes chez les entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent. Elles relèvent principalement de l'ordre des objectifs personnels qu'il s'agisse du désir de contrôler sa carrière, d'être indépendante ou de faciliter la conciliation travail-famille.

On observe aussi que l'autonomie et l'innovation, deux valeurs communes aux femmes et aux hommes entrepreneurs animent également les entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent. Par contre, les comportements et les styles de gestion restent encore différents qu'il s'agisse de la gestion des ressources humaines et des interactions avec les partenaires, les fournisseurs ou les clients. L'aptitude à communiquer et la volonté de faire participer les équipes de travail ont aussi abordé dans les groupes de discussion.

Les entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent expriment encore aujourd'hui les mêmes craintes que les entrepreneures québécoises des années 1980 et 1990 face à leurs capacités en finance et elles souhaitent recevoir de la formation à cet égard. Elles continuent aussi de déplorer que l'accès au financement soit difficile. Comme leurs consœurs québécoises et canadiennes, les femmes de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent font état de la rigidité et de la complexité des mesures de financement.

Quant au développement d'affaires, il y a lieu de souligner un point de différenciation persistant dans le temps entre les femmes et les hommes entrepreneurs: il s'agit de la faible participation des femmes dans les réseaux en général, un phénomène auquel les femmes de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent n'échappent pas.

L'enquête d'IPSÉ démontre que les entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent sont peu nombreuses à recourir au soutien offert par les instances gouvernementales ou les organismes de développement économique: il s'agit là d'un phénomène qui perdure.

Lors du sondage en ligne, d'autres points sont également ressortis :

- Selon plusieurs sources documentaires citées dans ce Portrait, l'entrepreneuriat féminin a connu une croissance fulgurante

depuis les 30 dernières années : cette croissance se vérifie aussi dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent.

- D'ailleurs, le portrait statistique précise que cette croissance est deux fois plus rapide chez les femmes que chez les hommes.
- Comme partout ailleurs, ce phénomène est récent; dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, plus de la moitié (59 %) des femmes interrogées dans le sondage sont entrepreneures depuis moins de 10 ans.
- Les femmes sont entrepreneures par choix et non par obligation parce qu'elles ne trouvent pas d'emploi selon la revue de la littérature. Ceci est toujours vrai, mais le sondage révèle en plus que 61 % des femmes sont entrepreneures par passion pour un projet ou un domaine. D'ailleurs, le portrait statistique permet de constater que ni l'état matrimonial, ni la présence d'enfants sont des facteurs incitatifs.
- Des études concluent que les femmes entrepreneures peuvent décider de créer leur entreprise pour satisfaire des besoins personnels avant de le faire pour des objectifs strictement financiers : ceci se vérifie dans le sondage, car le besoin d'indépendance constitue l'un des principaux facteurs de motivation de plus de la moitié des femmes (54 %) qui ont répondu.
- 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 : dans le sondage effectué par IPSÉ, elles sont 64 % dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent à considérer la gestion des finances comme un défi.
- Les femmes entrepreneures, selon les études consultées, veulent améliorer leurs connaissances et leurs compétences en marketing, finance, comptabilité et commerce international; il ressort du sondage d'IPSÉ qu'une entrepreneure sur 4 (25 %) trouverait très utile d'avoir accès à de la formation en marketing.

Le début d'un changement significatif

Si certaines données du Recensement 2006 présentées dans le portrait statistique confirment la croissance de l'entrepreneuriat féminin mise en évidence dans la littérature, d'autres permettent de constater que les femmes sortent progressivement des champs d'occupation traditionnels (services, commerces de détail, restauration, etc.).

Ainsi, dans la foulée de certains changements marquants observés, notamment un niveau de scolarité plus élevé, les femmes entrepreneures ne se cantonnent plus uniquement dans des secteurs traditionnellement féminins, mais ajoutent à leur arc certains autres domaines où elles augmentent graduellement en nombre. Il s'agit là, semble-t-il, du début d'un changement significatif :

- Les femmes entrepreneures sont largement dominantes dans le secteur de la santé et de l'assistance sociale. Le secteur d'activité dont il est question ici réfère au segment dans lesquels œuvre l'entrepreneure ou la travailleuse autonome. 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.

- En plus, fait intéressant, au deuxième rang viennent les services professionnels, scientifiques et techniques. Les femmes entrepreneures (12,3 %) sont en voie de rejoindre les hommes entrepreneurs (13,3 %) dans ce domaine d'activité qui est par ailleurs l'un de ceux qui affichent une croissance soutenue depuis quelques années. 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 cet important domaine d'activité que sont les services professionnels, scientifiques et techniques. Peut-être est-il lié au fait que les femmes entrepreneures affichent des taux et des niveaux de scolarité de plus en plus élevés que la population féminine dans son ensemble et que les hommes entrepreneurs en particulier.
- Soulignons que ceci est contraire à ce que l'on observe sur le marché canadien du travail. Dans le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques, les emplois masculins enregistrent une plus forte croissance que les emplois féminins; de plus, on constate également que la proportion relative de femmes dans ce secteur d'activité a tendance à décliner (en comparaison avec la proportion globale de femmes sur le marché du travail.
- Également, mentionnons que ce sont le commerce de détail et le secteur agricole qui arrivent, presque à égalité, au troisième et quatrième rang respectivement après les secteurs de la santé et de l'assistance sociale et celui des services professionnels, scientifiques et techniques, comme on l'a vu précédemment.
- Rappelons que le secteur agricole est très présent dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent qui regroupe deux MRC sur cinq à prédominance agricole (Les Jardins-de-Napierville et le Haut-Saint-Laurent) ainsi qu'une troisième (Beauharnois-Salaberry) partagée également entre le rural et l'urbain.
- Par ailleurs, il semble que les femmes entrepreneures se retrouvent davantage dans les professions autres que ceux qui sont proprement scientifiques, 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.
- Ce sont encore les professions liées aux ventes et aux services que les femmes entrepreneures dominent en premier, devant les hommes entrepreneurs. Suivent ensuite le groupe des affaires, de la finance et de l'administration (vérification, comptabilité, assurances, immobilier, placement financier, ressources humaines, services aux entreprises, etc.) ainsi que celui de la gestion (services administratifs et législatifs, enseignement, services sociaux et communautaires, associations, tourisme, restauration, radiotélédiffusion, etc.).
- Les travailleuses autonomes sans employés restent également plus nombreuses que les entrepreneures avec employés.

- Il est tout aussi intéressant de noter que les femmes entrepreneures gèrent des entreprises avec employés surtout dans les secteurs, par ordre d'importance, de l'hébergement et la restauration, du commerce de détail, de l'agriculture, de la fabrication, tous des secteurs qui ne s'envisagent guère sans employés.
- Elles œuvrent davantage comme travailleuses autonomes (entreprises sans employés) dans les secteurs de la santé, des services professionnels, scientifiques et techniques, des services administratifs, de l'enseignement.
- Il faut de plus souligner que les femmes se lancent plus jeunes que leurs confrères masculins : serait-ce pour des objectifs personnels comme répondre à une priorité de conciliation travail-famille tel que constaté dans la littérature? Toutefois, dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, on constate qu'elles se retirent du marché du travail beaucoup plus rapidement que les hommes entrepreneurs.

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

Partie 6 – Des recommandations

Pour répondre à des besoins et des attentes mieux définis

TENIR COMPTE DE L'ÉVOLUTION DES BESOINS

Au cours de son enquête, IPSÉ a constaté que le profil des femmes entrepreneures a beaucoup évolué au cours des dernières années : elles œuvrent de plus en plus dans des secteurs diversifiés et misent sur l'innovation et la qualité de la relation avec le client pour se développer et faire leur marque. Elles prennent de plus en plus leur place dans le monde des affaires, tout en faisant reconnaître un modèle féminin avec des valeurs distinctes.

RELEVER LE DÉFI CONSTANT DES COMMUNICATIONS

Le grand défi des organismes de soutien aux entreprises en est un de communication, c'est-à-dire de se faire connaître davantage et de diffuser de l'information sur les services et les outils offerts aux entrepreneures. Il a été surprenant de constater, lors de la consultation, que ces dernières connaissaient peu Femmessor-Montérégie et ses partenaires. Certaines étaient informées de l'existence de leur CLD, tout en faisant part d'une méconnaissance des services et des outils offerts.

Selon nous, le défi de communication en est surtout un de diffusion : il faut trouver des approches efficaces et des moments opportuns pour rejoindre les femmes entrepreneures. Il ne semble pas y avoir de façon de faire unique. Certaines femmes consultées ont parlé d'une ligne d'information et de référence. Il est clair que cet outil fait ses preuves auprès de plusieurs clientèles et qu'il répond à un réflexe de base : celui de chercher dans un bottin et de prendre le téléphone pour demander de l'information au moment où on en a besoin.

Le web est également de plus en plus utilisé, et c'est certes l'outil privilégié par les jeunes entrepreneures, mais le défi consiste à bien intégrer l'information et à la maintenir à jour et vivante.

Les occasions de réflexion et de formation sous forme de colloques ou d'ateliers semblent également répondre à des attentes; à preuve, le premier colloque organisé par Femmessor-Montérégie en novembre dernier s'est révélé un franc succès tant sur le plan de la participation que du contenu.

PROPOSER DES PISTES ADAPTÉES AUX DIFFÉRENTS PROFILS

- Plusieurs pistes d'amélioration intéressantes ont aussi été identifiées par les femmes consultées. Comme on l'a vu dans les pages précédentes, le sondage Internet mené auprès des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent aura permis d'établir un ordre d'importance des actions à entreprendre.

Si plusieurs évoquent le besoin d'information, d'autres mettent en évidence des demandes de formation, notamment en comptabilité et en marketing. Les femmes sont aussi préoccupées par la gestion de la croissance, qu'il s'agisse du besoin d'investir dans l'équipement ou du développement des compétences. À cet égard, la Stratégie québécoise de l'entrepreneuriat lancée en novembre 2011 semble un pas dans la bonne direction, si l'on se fie à l'axe « soutenir l'entrepreneuriat à toutes les étapes de développement d'une entreprise ». Et il semblerait que les organismes de développement, notamment les CLD et les organisations Femmessor, seront encouragés à le faire grâce à un appui gouvernemental.

Selon les propos tenus par les participantes à l'enquête, l'accès à un financement plus facile et mieux ciblé à toutes les étapes semble essentiel pour progresser sans trop de heurts. À l'instar des entrepreneures établies dans d'autres régions du Québec, les femmes de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent insistent pour qu'on assouplisse les règles de financement et qu'on en simplifie l'accès.

Les participantes l'ont dit et répété : le réseautage doit posséder une valeur ajoutée pour qu'elles en fassent, compte tenu de leurs contraintes d'horaire et des coûts. Elles souhaitent qu'il débouche sur de nouveaux apprentissages, des partenariats d'affaires... et des contrats. Cependant, il y a un travail de conviction à accomplir auprès des femmes qui n'ont jamais eu de réseaux par le passé, puisqu'*a priori*, elles n'y voient pas d'avantages. Il faut aussi noter que les femmes plus âgées et à leur compte depuis de nombreuses années délaissent cette stratégie d'affaires.

Une autre distinction à noter, également, du côté des femmes moins scolarisées : elles semblent moins percevoir les atouts que pourraient leur apporter des initiatives de formation proposées par les organismes au chapitre de l'acquisition de certaines connaissances ou de l'accroissement des compétences. Il y aurait donc lieu, pour les organismes, de faire de la sensibilisation auprès de ces entrepreneures. Les coûts doivent aussi rester modérés pour les inciter à s'inscrire.

PROMOUVOIR LE MODELE FEMININ

Si le modèle québécois de l'entrepreneuriat féminin s'affirme de plus en plus, il gagnerait à être diffusé davantage, afin de grossir le cercle de la relève et également pour inspirer celles qui se sont déjà lancées dans l'aventure. Les échanges que nous avons eus avec les entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent lors de la consultation nous ont permis de constater que les femmes apprécient le transfert d'expérience et les exemples présentés par des consœurs. Les colloques ou les publications en ligne de Femmessor et de ses partenaires sont certes des occasions uniques pour présenter des cas de succès et des parcours différents. Il y a lieu de les optimiser.

MAINTENIR LES DONNEES A JOUR

Finalement, on se rappellera de plus que l'un des grands objectifs de ce projet d'étude était de permettre à Femmessor de fonder son action sur des données actuelles et complètes. L'organisme souhaitait également mettre en évidence l'apport des femmes dans le développement économique. La diffusion d'un premier portrait de l'entrepreneuriat féminin dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent constitue certainement une initiative pertinente, et dans le même esprit, la mise à jour régulière de données différenciées serait aussi l'une de nos recommandations.

ANNEXE

Sources documentaires

- ACKER, J., « From glass ceiling to inequality regimes - Du plafond de verre aux régimes d'inégalités », *Sociologie du travail*, 2009.
- ASSOCIATION INTERNATIONALE DE RECHERCHE EN ENTREPRENEURIAT ET PME, 7^e congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 27 au 29 octobre 2004, Montpellier, www.airepme.org
- BANQUE DE DÉVELOPPEMENT DU CANADA, Les femmes en affaires : un aperçu général, 1992,
- BRUSH, Candida; HISRICH, Robert D. «The Woman Entrepreneur : Management Skills and Business Problems », *Journal of Small Business Management*, vol.22, no.1, janvier 1984.
- BECKERT-BLEASE, J.R. et SOHL J.E., « Do women-owned businesses have equal access to angel capital? », *Journal of Business Venturing*, 2007.
- BELCOURT M., BURKE R.J. et LEE-GOSSELIN H., *Une cage de verre : Les entrepreneures au Canada*, Montréal, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, 1991.
- BULTE, S.D., CALLBECK C., DUPLAIN C., FITZPATRICK R. et REDMAN K., *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 M., et LEE-GOSSELIN Hélène, *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; AUBRY, Paul. *Femmes et hommes d'affaires, qui êtes-vous ?*, Agence d'Arc, 1988,

CURRIE, Helen M.; OLSON, Shirley F. *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 St-CYR Louise, *La perception de l'accès au financement chez les femmes entrepreneures*, Montréal, Écoles des hautes études commerciales, Montréal, Gouvernement du Québec, 2000.

LÉGARÉ M.H. et St-CYR Louise, *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 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, École des hautes études commerciales, Montréal, 2000.

LEE-GOSSELIN Hélène, HOUSSEAUX Caroline et VILLENEUVE Martin, *Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-nationale*, Québec, 2010.

LOSCOCCO, K.A. et ROBINSON J., *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 BUTTNER E.H., *Women entrepreneurs : moving beyond the glass ceiling*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1997.

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

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

PILEAVA, Kristina et JÉROKVSKA Monica, 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 ST-CYR L., *L'entrepreneuriat féminin au Québec : dix études de cas*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2007.

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

ST-CYR, Louise et GAGNON Stéphanie, *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.