

Les personnes immigrantes francophones vivant en situation minoritaire et propriétaires d'entreprises : Défis et incitatifs

Direction de la recherche sur les politiques

Mars 2020



Sociopol est une firme de consultation spécialisée dans la recherche sociale appliquée, le conseil et la formation. Ses artisans reconnaissent l'importance de comprendre l'environnement des organisations et des communautés qu'ils servent afin que les gestes posés profitent au plus grand nombre et contribuent à des changements planifiés collectivement. La firme accompagne les organisations et les collectivités pour que les décisions et les actions de ces dernières soient soutenues par des savoirs coconstruits et mobilisés au bénéfice des publics ciblés.

Analyse et rédaction : Virginie Mesana, Mariève Forest et Luisa Veronis

Les analyses contenues dans la présente publication sont la responsabilité de Sociopol et ne représentent pas le point de vue du Gouvernement du Canada.

Le projet a été financé par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada.

Pour obtenir des renseignements sur les autres publications d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC), consultez la page : www.canada.ca/ircc-publications.

Also available in English under the title: Francophone Immigrant Business Owners in Minority Communities: Challenges and Incentives

Visitez-nous en ligne

Site Web d'[Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada](http://www.canada.ca/ircc-publications) à www.canada.ca

Facebook : <http://www.facebook.com/CitImmCanFR>

YouTube : www.youtube.com/CitImmCanada

Twitter : [@CitImmCanFR](https://twitter.com/CitImmCanFR)

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Immigration, des Réfugiés et de la Citoyenneté, 2020.

Ci4-220/2021F-PDF

978-0-660-38565-5

Numéro de référence du projet : R27-2019

Table des matières

Acronymes	4
Résumé	5
Sommaire	6
1. Introduction	9
2. Mise en contexte	10
2.1 Les motivations incitant les immigrants à se lancer en affaires	10
2.2 L'entrepreneuriat au féminin : face au sexisme et au racisme	11
2.3 L'intérêt croissant envers l'immigration au sein des communautés francophones en situation minoritaire	12
3. Méthodologie et analyses	13
3.1 Les régions étudiées	13
3.2 Les entretiens et les observations	14
3.3 Les catégories descriptives et analytiques	14
3.4 Les limites de l'étude	15
4. Des chiffres pour comprendre les populations à l'étude	16
4.1 Les caractéristiques de l'entrepreneuriat immigrant	16
4.2 L'entrepreneuriat au féminin	17
4.3 La population immigrante francophone	17
5. Caractéristiques des personnes immigrantes interrogées	19
5.1 Le profil démographique des participants	19
5.2 Les caractéristiques entrepreneuriales	20
6. Discussion thématique des résultats de l'enquête	22
6.1 Les motivations, les compétences et les défis des entrepreneurs immigrants francophones hors Québec	22
6.2 L'entrepreneuriat au sein des communautés francophones en situation minoritaire	32
6.3 Les spécificités de l'entrepreneuriat immigrant selon le genre et l'appartenance à une minorité visible	39
7. Conclusion	44
8. Recommandations	45
Bibliographie	48
Annexe A : Guide d'entretien	50
Annexe B : Questionnaire d'informations sociodémographiques	53
Annexe C : Données sur l'immigration au Canada	55
Annexe D : Informations sociodémographiques des personnes immigrantes propriétaires d'entreprise interrogées	56

Acronymes

CDEM	Conseil de développement économique des municipalités bilingues du Manitoba
CFSM	Communautés francophones en situation minoritaire
CLOSM	Communautés de langue officielle en situation minoritaire
IRCC	Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada
RDÉE	Réseau de développement économique et d'employabilité
SÉO	Société Économique de l'Ontario

Résumé

Cette étude, menée à l'initiative du ministère de l'Immigration, des Réfugiés et de la Citoyenneté du Canada (IRCC), vise à documenter les expériences des personnes immigrantes francophones vivant en situation minoritaire qui possèdent une entreprise. À cet effet, nous avons réalisé 38 entretiens et sondages auprès de propriétaires d'entreprises immigrants et francophones ainsi qu'une dizaine d'entretiens auprès de parties prenantes. Les personnes interviewées partagent toutes un fort désir de liberté et d'autonomie qui les a menées à se lancer en affaires. Le réseautage, le financement et l'accompagnement sont les trois principaux défis auxquels ces personnes ont dû faire face. Ces défis semblent plus importants pour les femmes, qui vivent davantage dans l'isolement. Si l'appartenance à la communauté francophone est généralement un motif de fierté, elle est également parfois une source de frustration, du fait que les ressources en français sont plus rares ou plus difficiles d'accès. Par ailleurs, considérant que les femmes interrogées se retrouvent fréquemment dans des entreprises genrées et que les personnes nées en Afrique cherchent habituellement à mettre en valeur leur communauté d'origine, trop souvent les ressources offertes ne reconnaissent pas la particularité des besoins de ces groupes. En conclusion, nous recommandons que les ministères canadiens de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique ainsi que des Femmes et de l'Égalité des genres s'engagent directement envers l'entrepreneuriat immigrant au sein des communautés francophones en situation minoritaire. Nous formulons également des recommandations qui s'adressent spécifiquement à IRCC. De manière générale, nous estimons que si ces deux ministères appuyaient directement l'entrepreneuriat immigrant, ils contribueraient plus efficacement à la vitalité des communautés francophones.

Sommaire

Présentation de l'étude

Le Canada est l'un des pays où l'entrepreneuriat est le plus dynamique, la Banque de développement du Canada (2019) notant en outre que l'activité entrepreneuriale y est en croissance ces dernières années. Cette intensification de l'activité entrepreneuriale serait associée notamment à une présence accrue de nouveaux arrivants et de femmes à la tête d'entreprises au pays. Cela dit, les données portant sur l'entrepreneuriat au sein des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) s'avèrent très parcellaires, les entreprises détenues par des immigrants au sein de ces communautés n'ayant pas été directement étudiées. Pourtant, pour comprendre la vitalité des CFSM, il importe selon nous de s'attarder simultanément aux dynamiques de l'entrepreneuriat et à celles de l'immigration.

Le résultat visé par cette étude était de documenter les expériences des personnes immigrantes francophones qui vivent à l'extérieur du Québec et qui possèdent une entreprise. Nous souhaitons plus particulièrement mieux comprendre les défis auxquels ces personnes ont fait face lors du démarrage de leur entreprise, mais aussi dans les phases d'expansion et de viabilité. Les trajectoires des femmes immigrantes ainsi que celles des personnes issues des minorités visibles ont particulièrement retenu notre attention, afin de mieux comprendre les barrières que ces personnes ont dû franchir lorsqu'elles se sont lancées en affaires.

Méthodologie

Cette étude a adopté principalement une méthodologie qualitative, dans une visée exploratoire et ethnographique. Ainsi, nous avons réalisé 38 entretiens et sondages auprès de propriétaires d'entreprises immigrants et francophones vivant en situation minoritaire. Une dizaine d'entretiens auprès de parties prenantes ont permis de préciser les environnements des services offerts aux personnes immigrantes, mais aussi les particularités du parcours de ces dernières. Partant des occasions qui se sont présentées, nous avons également réalisé des observations ethnographiques lors d'activités organisées au bénéfice de notre population cible et durant nos visites des environnements de travail des entreprises retenues. Pour la collecte de données et les fins analytiques, des aires géographiques ont été privilégiées, soit les régions de Winnipeg, au Manitoba, ainsi que d'Ottawa et de Toronto, en Ontario.

Analyse des entretiens

Motivations et compétences. Les personnes interviewées partagent toutes un fort désir de liberté et d'autonomie qui les a menées à se lancer en affaires. D'une part, certains témoignages évoquent une logique d'attraction lorsque « se lancer en affaires » signifie véritablement pour ces personnes de faire ce qui les passionne, d'atteindre une autonomie financière et d'être libérées des contraintes d'horaires et des styles de gestion imposés. D'autre part, certains témoignages renvoient à une logique de contrainte lorsqu'ils mettent en lumière des environnements de travail qui sont oppressants ou qui ne permettent pas à ces personnes de mettre à profit leurs compétences personnelles et professionnelles.

Les personnes interrogées considèrent par ailleurs que certaines aptitudes, dont le sens de l'organisation, la patience et la détermination, ainsi que des connaissances en gestion et en ressources humaines sont indispensables à la réussite entrepreneuriale au Canada. La démonstration de ces aptitudes peut représenter un défi supplémentaire pour les nouveaux arrivants, qui notent parfois d'importants décalages entre leur pays d'origine et leur pays d'accueil, le Canada, en termes de façons de faire, c'est-à-dire lorsque vient le temps de gérer une entreprise, de nouer des relations, de servir les clients, etc. Par ailleurs, si des compétences limitées en français n'entravent pas le démarrage d'une entreprise, dans l'ensemble, les participants considèrent que, pour réellement développer leur entreprise et en assurer la viabilité, il est essentiel d'être bilingue (anglais-français) et d'améliorer ses compétences linguistiques en anglais des affaires.

Obstacles. Trois grands défis ont été relevés par l'ensemble des personnes immigrantes interrogées, à diverses étapes de leur parcours entrepreneurial : 1) le réseautage; 2) le financement; 3) l'accompagnement. Ces défis sont nettement plus considérables dans le cas des femmes entrepreneuses, qui à la fois vivent un isolement lié à leurs autres responsabilités au sein de leur foyer et ont de la difficulté à obtenir du financement, puisqu'elles n'ont pas de partenaire masculin lorsqu'elles entreprennent des démarches auprès des banques. Les personnes interrogées ont fait part de l'intérêt que présentent les approches et les pratiques adoptées par des incubateurs et des accélérateurs d'entreprises anglophones. Elles ont souligné qu'il serait important d'intégrer davantage ces approches et ces pratiques dans les programmes soutenant l'entrepreneuriat en français. On notera par exemple l'utilisation d'outils pour développer un plan d'affaires d'une manière plus accessible et efficace ainsi que l'offre d'accompagnement par des mentors et des accompagnateurs professionnels.

Entreprendre dans une communauté francophone. Le fait d'appartenir à une communauté francophone semble important pour une majorité de personnes interrogées. Cette communauté offre diverses occasions de cheminer en français. Elle est également bien souvent un lieu d'appartenance et la première source de réseautage, au-delà des cercles plus personnels. De manière plus globale, plusieurs cherchent à mettre de l'avant leur fierté d'être francophones dans le cadre de leur entreprise, en offrant un service en français ou en embauchant des francophones, par exemple. On note tout autant une solidarité entre entrepreneurs francophones qui échangent beaucoup entre eux, notamment au moyen d'événements organisés à leur intention.

En ce qui a trait aux services et aux ressources offerts en français aux entrepreneurs, s'ils sont nombreux à Toronto, ils sont moindres à Ottawa et s'avèrent réduits à Winnipeg. Il en résulte que les mesures d'adaptation destinées à soutenir spécifiquement l'entrepreneuriat immigrant en français sont incomplètes et insuffisantes, en particulier à Winnipeg.

Spécificités selon le genre et l'appartenance à une minorité visible. L'entrepreneuriat féminin est mis en valeur dans les politiques fédérales et provinciales depuis quelques années. Certaines femmes interrogées ont d'ailleurs parlé d'occasions particulières qui sont liées non seulement aux ressources disponibles dans le cadre de ces politiques, mais aussi à la valeur positive associée à leur rôle d'entrepreneuse. Parallèlement, la valorisation des rapports de solidarité entre femmes ressort souvent au cœur du dessein entrepreneurial. Les entreprises des femmes interrogées demeurent toutefois assez genrées, puisqu'elles sont notamment axées sur les services, les soins ou l'événementiel. Quant aux personnes originaires d'Afrique, leur intérêt à mettre en valeur la culture africaine, par exemple grâce à une boutique de type ethnique ou au maintien de liens étroits avec leur pays d'origine, s'ancre dans leur projet entrepreneurial. Les occasions de réseautage mises à la disposition des entrepreneurs de la francophonie ou de la majorité se révèlent souvent des lieux plus intimidants pour les minorités visibles et pour les femmes, qui les fréquentent moins.

Conclusion et recommandations

L'apport de l'entrepreneuriat immigrant francophone déborde largement la question du dynamisme économique des CFSM. Les entreprises d'immigrants francophones sont susceptibles non seulement de développer l'attachement et l'engagement des personnes immigrantes envers les CFSM, mais aussi de créer une ambiance plus inclusive au sein des institutions des CFSM et des activités qui s'y déroulent. Par ailleurs, les succès en entrepreneuriat peuvent s'appuyer sur des critères très variés – la performance économique, l'innovation, le rayonnement d'une localité, etc. – et ils offrent de multiples occasions de susciter une fierté et une solidarité communautaires. Notons enfin que les entreprises dont les propriétaires sont des immigrants suscitent diverses formes de dynamiques et de traditions communautaires francophiles et francophones au moyen des emplois créés, des services offerts, des lieux de rencontres créés, des objets fabriqués, etc.

Les recommandations qui suivent ont été formulées à l'intention d'IRCC, dans la mesure où cette recherche a été commandée par ce Ministère. Cela étant dit, nous reconnaissons l'importance pour IRCC de travailler de concert avec les ministères canadiens de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique ainsi que des Femmes et de l'Égalité des genres pour contribuer de manière plus efficace à la vitalité des CFSM par des mesures d'appui à l'entrepreneuriat immigrant.

1. Il est recommandé de mettre en place des incubateurs et des accélérateurs d'entreprises francophones, dont un d'envergure pancanadienne et d'autres de portée régionale. Dans tous ces dispositifs, des mesures seraient adaptées aux réalités des personnes immigrantes et des femmes. De plus, des places seraient réservées à ces deux groupes au sein des instances décisionnelles et organisationnelles.
2. Il est recommandé d'appuyer des projets exploratoires conçus à l'intention des immigrants francophones souhaitant démarrer une entreprise ou accélérer le développement d'une entreprise existante, afin de développer les compétences techniques et entrepreneuriales de ces personnes tout en leur offrant un soutien global. Les projets exploratoires seraient encadrés de dispositifs permettant de préciser les manières les plus porteuses d'appuyer ces clientèles.
3. Il est recommandé de garantir qu'une portion des investissements du programme pilote destiné aux nouvelles arrivantes issues de minorités visibles lancé par IRCC soit réservée aux francophones vivant à l'extérieur du Québec.
4. Il est recommandé d'offrir des petits fonds de démarrage ou des fonds permettant l'embauche de personnel, ce type de financement s'avérant utile aux personnes immigrantes pour démarrer une entreprise ou consolider les assises d'une entreprise existante. L'octroi de tels fonds gagnerait à être arrimé à des ressources permettant le développement de la littératie financière propre au Canada.

1. Introduction

Le Canada est l'un des pays où l'entrepreneuriat est le plus dynamique. La Banque de développement du Canada (2019) note en outre que l'activité entrepreneuriale est en croissance ces dernières années. Cette intensification de l'activité entrepreneuriale serait associée surtout à une présence accrue de nouveaux arrivants, de femmes, de jeunes et de baby-boomers à la tête d'entreprises au pays. Toutefois, seulement 28 % des entrepreneurs étaient des femmes en 2018, même si à l'époque, ces dernières étaient quatre fois plus nombreuses à posséder une entreprise qu'il y a 40 ans. La proportion de propriétaires d'entreprises parmi les nouveaux arrivants est quant à elle supérieure (25 %) à celle de leurs homologues canadiens (22 %). On sait aussi que la part des personnes qui étaient des travailleurs autonomes en raison d'un manque de possibilités d'emploi sur le marché du travail était plus grande chez les immigrants (Hou et Wang, 2011).

Les données portant sur l'entrepreneuriat au sein des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) s'avèrent quant à elles très parcellaires, les entreprises détenues par des immigrants au sein de ces communautés n'ayant pas été directement étudiées. Pourtant, la promotion de l'entrepreneuriat immigrant par des politiques publiques pourrait constituer une stratégie importante en vue de développer ces communautés sur les plans économique, social et culturel. Nous suggérons ici que, pour comprendre la vitalité des CFSM, il importe de s'attarder simultanément aux dynamiques de l'entrepreneuriat et à celles de l'immigration.

Cette étude s'est penchée spécifiquement sur ces dynamiques, en ayant comme objectif de documenter les expériences des personnes immigrantes francophones vivant à l'extérieur du Québec qui étaient propriétaires d'une entreprise. Nous souhaitons plus particulièrement mieux comprendre les défis auxquels ces personnes ont dû faire face lors du démarrage de leur entreprise, mais aussi dans les phases d'expansion et de viabilité. Les trajectoires des femmes immigrantes ainsi que celles des personnes issues des minorités visibles ont particulièrement retenu notre attention afin de mieux comprendre les barrières que ces personnes ont dû franchir lorsqu'elles se sont lancées en affaires.

Dans ce rapport, une brève mise en contexte de la littérature consultée est d'abord exposée. Nous présentons par la suite des données quantitatives se rapportant à l'immigration au sein des CFSM ainsi qu'aux femmes et aux immigrants propriétaires d'entreprises, ces données ayant été mobilisées au sein d'écrits récents ou analysées à partir du Recensement de 2016. La portion centrale des analyses de ce rapport porte sur les 38 sondages et entretiens réalisés auprès personnes immigrantes francophones propriétaires d'entreprises et sur la dizaine d'entrevues effectuées avec des parties prenantes engagées auprès de ce public. Les observations ethnographiques réalisées dans le cadre de cette étude balisent en trame de fonds les angles analytiques privilégiés. Dans le cadre de la collecte de données qualitatives, les régions d'Ottawa, de Toronto et de Winnipeg ont été choisies pour permettre une vue contrastée de l'entrepreneuriat immigrant au sein des CFSM.

2. Mise en contexte

Notre revue de la littérature porte sur le Canada et inclut des études de cas locales qui sont pour la plupart de l'extérieur du Québec (Ontario, Alberta et provinces de l'Atlantique). Elle couvre une période allant de 1992 à 2018, en portant une attention plus particulière aux quinze dernières années. On note en effet un intérêt grandissant pour l'entrepreneuriat immigrant et pour l'immigration au sein des CFSM durant cette période.

Notre brève recension de la littérature révèle qu'il n'existe pas d'écrits portant sur l'ensemble des caractéristiques de la population à l'étude, soit les propriétaires d'entreprises immigrants et francophones qui vivent en situation minoritaire. Aucun ouvrage ne se penche spécifiquement sur l'intersection des variables liées au sexe, à la langue, à l'immigration, aux minorités visibles et à l'entrepreneuriat au sein des CFSM. Nous avons donc choisi d'articuler notre recension autour de trois thèmes principaux sous-jacents aux réalités des entrepreneurs immigrants francophones que nous avons rencontrés, en mettant une emphase particulière sur les défis que les femmes doivent relever : 1) les motivations incitant les immigrants à se lancer en affaires; 2) l'entrepreneuriat au féminin; 3) l'immigration dans les communautés francophones hors Québec.

2.1 Les motivations incitant les immigrants à se lancer en affaires

Le modèle de facteurs d'attraction et de répulsion (« push/pull »). Les études académiques et les rapports plus récents qui s'intéressent à l'entrepreneuriat des immigrants notent une prédominance d'analyses des motivations des nouveaux arrivants à se lancer en affaires selon le modèle des facteurs d'attraction et de répulsion (« push/pull »). Ils reprennent les travaux de Chrysostome (2010) et de Chrysostome et Arcand (2009), qui identifient deux types d'entrepreneurs immigrants : les entrepreneurs d'« occasion » (pull) et les entrepreneurs par « nécessité » (push).

Les entrepreneurs d'« occasion » sont décrits par ces auteurs comme ayant à cœur de démarrer une entreprise dès leur projet d'immigration et disposant des ressources nécessaires pour le faire (aptitudes et moyens financiers). Ce type d'entrepreneur entre dans la logique motivationnelle d'« occasion », dans la mesure où l'entrepreneuriat représente un attrait (autonomie, flexibilité horaire). Les entrepreneurs « par nécessité » décideraient de se lancer en affaires parce qu'ils ont besoin d'argent ou parce que des barrières les empêchent d'exercer leur profession initiale. Ce type d'entrepreneur entre dans cette logique motivationnelle, du fait qu'ils sont contraints à devenir entrepreneur par leur environnement externe (marché de l'emploi défavorable, discrimination à l'embauche, etc.).

Les motivations à l'entrepreneuriat pour les femmes. Les premières études portant sur l'entrepreneuriat au féminin s'inscrivent dans deux courants. Elles visent soit à comprendre les motivations des femmes elles-mêmes, soit à comparer ces dernières à leurs homologues masculins (Carrier et al., 2006). Le besoin d'autonomie et la recherche d'une réalisation personnelle sont alors nommés comme étant les moteurs les plus fréquents pour se lancer en affaires. Dans les études comparatives entre les sexes, les avis tendent à considérer qu'il n'y a pas de différences notables entre les motifs des uns et des autres. Hughes (2006) s'intéresse également aux motivations et aux succès des femmes entrepreneuses canadiennes et part d'études identifiant trois types de motivation : classique, travail-famille et forcée. D'après Hughes, les entrepreneuses dites « classiques » auraient un capital humain plus important, elles auraient un meilleur revenu et seraient dans des secteurs plus traditionnels, mais non basés à la maison. Les entrepreneuses de type « travail-famille » travailleraient moins, elles auraient des revenus plus bas, elles exploiteraient des

entreprises de la maison et elles travailleraient seules. Enfin, les entrepreneuses dites « forcées » seraient plus récentes dans le monde de l'entrepreneuriat et elles travailleraient seules dans des sociétés non incorporées. Leurs revenus seraient aussi bas que ceux des entrepreneuses de type « travail-famille », mais ces entrepreneuses « forcées » travailleraient autant en termes d'heures que celles dites « classiques ».

2.2 L'entrepreneuriat au féminin : face au sexisme et au racisme

L'expérience de la discrimination. Les statistiques les plus récentes (Statistique Canada, Recensement de 2016) indiquent qu'environ 16 % des petites et moyennes entreprises sont détenues majoritairement par des femmes. Mais qu'en est-il des femmes immigrantes? Peu d'études, sinon aucune, ne permettent de rendre compte du portrait de ces femmes et des défis qu'elles doivent relever sur le plan de l'entrepreneuriat. Chiang et al. (2013) signalent d'ailleurs que les discours actuels sur l'entrepreneuriat au féminin sont largement dominés par une approche androcentrique blanche de la classe moyenne, laissant peu de place à la discussion sur les expériences du racisme et du sexisme vécues par les femmes entrepreneuses issues des minorités visibles. Chiang et al. (2013) remarquent également que ces femmes emploient principalement quatre stratégies pour faire face au racisme et au sexisme dans l'entreprise :

- Elles créent une niche dans laquelle elles sont à l'aise (bien souvent basée sur une clientèle ethnique, en s'entourant de collaborateurs ethniques et d'autres femmes en grande partie);
- Elles jouent la carte de la « majorité » (en camouflant leur entreprise comme étant non ethnique, en changeant de nom pour en adopter un à consonance plus anglo-saxonne, en employant des employés blancs);
- Certaines évitent la confrontation et préfèrent encaisser les coups en laissant l'abus et la discrimination à leur endroit se poursuivre;
- D'autres choisissent plutôt de résister et de reprendre le contrôle, au risque de perdre leur entreprise.

L'insécurité financière des femmes immigrantes. Une étude réalisée par la Fondation canadienne des femmes (2013) révèle que plus de 1,22 million de femmes canadiennes vivent dans la pauvreté avec leurs enfants et que nombre d'entre elles sont victimes de violence conjugale. Les femmes immigrantes se trouveraient dans une situation encore plus précaire, du fait des barrières linguistiques et de la dépendance économique à l'égard d'un conjoint. Plus récemment, deux rapports préparés pour Oasis Centre de femmes nous renseignent sur les défis plus spécifiques que doivent affronter les femmes immigrantes francophones en Ontario, en particulier en ce qui a trait à leur autonomie et à leur sécurité financière. À la fois l'*Étude des besoins* (2015-2017) et le rapport de projet sur les défis du développement économique des femmes immigrantes (2012) mettent en relief les points de tension suivants :

- La difficulté d'accès à des sources de financement pour se lancer en affaires;
- Le coût des garderies, qui demeure un obstacle majeur au développement économique et au projet entrepreneurial;
- L'importance d'un accompagnement financier (pour répondre aux besoins en littératie financière) et d'un accompagnement technique et personnalisé (pour répondre aux besoins d'apprentissage de compétences en gestion d'entreprise et en marketing).

2.3 L'intérêt croissant envers l'immigration au sein des communautés francophones en situation minoritaire

L'immigration retient de plus en plus l'attention dans les travaux scientifiques et gouvernementaux portant sur les CFSM, dans la mesure où elle apparaît comme un élément central de la vitalité de ces communautés (CIC, 2006; PRA, 2004). Les écrits plus récents rappellent en outre que cet intérêt au sujet de l'immigration ne saurait faire abstraction du déficit démographique des immigrants au sein des CFSM (CLO et CSF, 2014; CSF, 2018). Au-delà de ce déficit démographique, l'accueil et l'intégration de cette population sont assurés depuis une douzaine d'années par des réseaux en immigration francophone, qui assurent la concertation des acteurs clés.

La planification communautaire et gouvernementale de l'inclusion de la population immigrante au sein de communautés linguistiques en situation minoritaire revêt un caractère unique en termes de politiques publiques, de gouvernance communautaire ou de contextes socioéconomiques d'inclusion. Ceci a donné lieu à diverses études de nature sociopolitique, portant par exemple sur l'intégration sociale et communautaire des immigrants (Veronis et Huot, 2018 et 2017; Fourot, 2014; Belkhodja, Traisnel et Wade, 2012; Esses et al., 2010) ou sur la gouvernance communautaire et les politiques y étant rattachées (Fourot, 2016; Sall, 2019; Socius, 2018).

La question de l'inclusion économique des immigrants est également abordée dans la littérature, mais de manière plus marginale. On note ainsi la marginalisation double (langue et race) ou triple (langue, race et genre) vécue par les immigrants francophones d'origine africaine au sein du marché du travail, mais aussi au sein des CFSM (Mianda, 2019; Knight, 2015; Mugwaneza, 2011; Madibbo, 2008). Divers enjeux sont notés, à commencer par la difficile reconnaissance des diplômes obtenus et des compétences acquises à l'étranger, la barrière linguistique due à une maîtrise insuffisante de l'anglais, les accents différents (en français et en anglais), le manque d'expérience sur le marché du travail canadien, la faiblesse des réseaux sociaux et la discrimination – liée au genre et à la race – à l'embauche ou en situation d'emploi. En outre, plusieurs vivent des expériences de déqualification professionnelle.

Selon une étude effectuée auprès des employeurs des réseaux francophones portant sur le recrutement et l'intégration des nouveaux arrivants (Réseau de développement économique et d'employabilité du Canada - RDÉE, 2015), les employeurs considèrent que les problèmes de langue et de codes culturels constituent les freins les plus importants à l'embauche d'immigrants. Dans l'ensemble, les employeurs interrogés ont une perception positive des immigrants, ils considèrent que l'intégration de ces derniers progresse, bien qu'en majorité, ils n'envisagent pas l'embauche de personnes présentant ce profil.

3. Méthodologie et analyses

Cette étude a été réalisée à partir d'une méthodologie mixte combinant des dimensions quantitatives et qualitatives. D'une part, nous avons analysé des données issues des recensements pour mieux décrire la population immigrante à l'étude. Les principales données analysées proviennent du Recensement de 2016 et permettent d'identifier clairement la population immigrante francophone. La variable première langue officielle parlée¹ a été retenue pour identifier les francophones. D'autre part, nous avons réalisé des entretiens semi-dirigés auprès de personnes immigrantes francophones entrepreneuses ou travailleuses autonomes qui vivent dans des CFSM sélectionnées. Des entretiens auprès de parties prenantes, des observations ethnographiques et une recension des écrits complètent la collecte de données qualitatives.

3.1 Les régions étudiées

Pour la collecte de données et les fins analytiques, des aires géographiques ont été privilégiées, soit la région de Winnipeg, au Manitoba, et celles d'Ottawa et de Toronto, en Ontario. Les provinces de l'Ontario et du Manitoba ont été sélectionnées car elles présentent certains profils d'immigration similaires, à commencer par le fait que les CFSM de ces deux provinces, comme la grande majorité des CFSM, accueillent majoritairement des immigrants provenant d'Afrique, alors que l'immigration canadienne en général provient surtout d'Asie. Les trois villes choisies présentent également des caractéristiques qui permettent de comparer des contextes différents. On notera par exemple que la population francophone de Winnipeg et d'Ottawa est plus dense que celle de Toronto et que ces trois villes sont de taille différente. La section 4.3 présente plusieurs caractéristiques sociodémographiques de ces trois régions, qui se distinguent en ce qui a trait à la densité et à la taille de leur population : totale, francophone et immigrante.

À Winnipeg, le quartier de Saint-Boniface, très francophone, se distingue du reste de la ville, très anglophone. La région d'Ottawa bénéficie, quant à elle, d'une situation géographique unique, avec une forte immigration francophone, notamment en provenance du Québec limitrophe. De même, la particularité d'Ottawa tient au fait que la municipalité a spécifiquement créé une division sur l'entrepreneuriat et un incubateur d'idées, « Investir Ottawa », qui apporte un soutien particulier au démarrage d'entreprise. Enfin, Toronto étant la municipalité la plus multiethnique et un bassin important de l'entrepreneuriat au Canada, celle-ci semblait un incontournable dans la sélection des cas.

Considérant que nous souhaitions retracer les parcours d'entrepreneurs francophones ainsi que les appuis qui leur sont offerts, en particulier aux femmes, il nous semblait important de choisir des municipalités dans lesquelles un minimum de services était offert. Dans chacune des régions retenues, des organismes communautaires entretiennent des liens étroits avec les immigrants d'expression française, les femmes francophones ou les femmes d'affaires francophones. Ces organismes, et les réseaux en immigration francophone qui les appuient, ont aussi été nos points de contact pour l'identification des personnes à interroger lors de la phase de recrutement des participants.

¹ Dans les données de recensement, un francophone correspond à la totalité des personnes ayant seulement le français comme première langue officielle parlée et à la moitié des personnes ayant au moins le français comme première langue officielle parlée. La méthode utilisée par Statistique Canada pour dériver la variable première langue officielle parlée tient compte premièrement de la connaissance des langues officielles, deuxièmement de la langue maternelle et troisièmement de la langue parlée à la maison.

3.2 Les entretiens et les observations

Entrepreneurs et travailleurs autonomes immigrants. L'approche utilisée dans le cadre des entretiens auprès des personnes immigrantes a adopté les principes d'une enquête rétrospective, du fait que les personnes interrogées ont été invitées à parler d'événements survenus dans le passé et se rapportant à leur trajectoire professionnelle et migratoire. Cette approche a donné lieu à des entretiens approfondis d'une durée de 60 à 90 minutes. Cette longue durée a facilité la reconstruction subjective des événements vécus et des obstacles rencontrés par l'interviewé. Lorsque pertinent, la conclusion des entretiens a été marquée par une réflexion projective plus large, pendant laquelle la personne interrogée a été amenée à réfléchir à de possibles améliorations du filet socioéconomique en regard des enjeux vécus. Le questionnaire présenté à l'Annexe A a servi de ressource, sachant qu'il s'agissait de suivre le récit et les réflexions de la personne interrogée. L'objectif était de s'intéresser à la manière dont les séquences sont vécues, les identités sont présentées, les rôles sont octroyés, les conflits sont initiés et résolus, les propositions sont articulées à des structures, etc. (Gaudet et Robert, 2018). Les questions ont guidé les enquêteuses dans la formulation des questions de relance et dans l'accompagnement de la personne interrogée, pour l'aider à identifier des nœuds au sein de son récit.

Parties prenantes. Les entretiens auprès des parties prenantes ont porté sur les thèmes du guide d'entretien, bien que les questions aient été largement adaptées aux réalités de la personne interrogée. Il s'agissait de bien saisir l'environnement organisationnel, les pratiques privilégiées, les expériences vécues auprès des immigrants ainsi que les réflexions projectives quant à la manière de corriger les trajectoires d'insertion professionnelle des entrepreneurs et des travailleurs autonomes immigrants.

Observations ethnographiques. Partant des occasions qui se sont présentées, nous avons participé à diverses activités organisées au bénéfice de notre population cible, dont les suivantes : la réception ENTREPR'imm organisée par le Réseau de développement économique et d'employabilité du Canada (RDÉE) (6 novembre 2019); la rencontre initiale d'un entrepreneur éventuel par le personnel du Conseil de développement économique des municipalités bilingues du Manitoba; la foire pour les entrepreneurs, New entrepreneurs of Ottawa Networking (NEON), organisée par Investir Ottawa et la Bibliothèque municipale d'Ottawa (avril 2019). Lorsque pertinent, nous avons également réalisé des observations dans les milieux de travail des entrepreneurs et des travailleurs autonomes que nous avons interrogés. Les notes prises lors de ces observations incluent en particulier des aspects culturels, spatiotemporels, sociaux et organisationnels. Dans le cadre de ce rapport, nous ne présentons pas de vignettes issues de ces observations, de manière à préserver la confidentialité des participants. Les contenus de ces observations ont tout de même nourri l'analyse des entretiens.

3.3 Les catégories descriptives et analytiques

La question de l'insertion professionnelle est abordée ici comme une série d'épreuves au sens de la sociologie pragmatique, c'est-à-dire comme des situations d'affrontement de personnes et de choses. En outre, l'épreuve révèle quelque chose, elle permet de situer l'état des « forces en présence, de déterminer des "formes", c'est-à-dire de quoi sont capables les êtres et les choses, leurs qualités, leurs caractéristiques. » Et si l'épreuve est toujours une expérience individuelle, elle revêt également une dimension historique et sociale, du fait que sa description renseigne sur des modes d'institutionnalisation et des environnements culturels (Pezé, 2015, p. 4-6).

L'insertion professionnelle renvoie par ailleurs à une mise en tension de normes où le pluralisme des valeurs est reconnu, tout en étant un souci pour la viabilité de l'entreprise et l'intégration des entrepreneurs au sein d'une communauté francophone, locale et entrepreneuriale. En considérant les perspectives des personnes interrogées, il s'agissait de mettre de l'avant les dimensions affectant le respect des différences culturelles, l'interdépendance des relations professionnelles et l'inclusion. À ce titre, les entretiens et les observations ont cherché à recueillir des informations portant sur une hétérogénéité de dimensions telles que des situations, des traditions, des valeurs, des modes d'organisation, des cadres réglementaires et des structures. Si la portée analytique des dimensions observées a rendu impossible toute tentative d'exhaustivité, elle a permis de mieux mettre en tension différentes dynamiques à l'œuvre lorsque l'insertion professionnelle comme entrepreneur ou travailleur autonome est mise à l'épreuve.

Nous reconnaissons que plusieurs marqueurs influencent le parcours des personnes étudiées de manière significative, en particulier le sexe, le fait d'être ou non une minorité visible, l'origine ethnique, le bagage professionnel, etc. Conséquemment, d'un point de vue analytique, nous avons adopté une approche intersectionnelle dans la mesure où, lorsque pertinent, nous avons cherché à mettre en lumière les différentes formes de discriminations vécues par les personnes interrogées, en particulier en ce qui a trait à leur expérience d'immigrant, de francophone, de femme et de minorité visible. Pour ce faire, nous avons mobilisé le cadre d'analyse comparative entre les sexes plus (ACS+), l'approche privilégiée par le gouvernement du Canada pour une compréhension plus fine des enjeux de genre, de race et de langue lorsque les nouveaux arrivants entrent sur le marché du travail canadien. Nous considérons ainsi que les parcours des participants à cette étude sont relatifs à leurs identités respectives en intersection et produisent des défis qui leur sont spécifiques : « L'identité individuelle est déterminée par une multitude de facteurs en plus du sexe, par exemple la race, l'origine ethnique, la religion, l'âge ou le fait de vivre avec un handicap de nature physique ou intellectuelle². »

3.4 Les limites de l'étude

Cette étude présente des limites, à commencer par le nombre restreint d'entretiens (38) en regard de la diversité des contextes sociocommunautaires, des profils démographiques des populations et des types d'entreprises étudiés. Partant de cette diversité, des similitudes de parcours et d'obstacles ainsi que des perspectives contrastées ont tout de même pu être analysées, la recension des écrits permettant d'ancrer nos observations dans un dialogue plus large.

² Pour de plus amples informations sur cette approche, veuillez consulter [l'Analyse comparative entre les sexes plus](#).

4. Des chiffres pour comprendre les populations à l'étude

Plusieurs études récentes permettent de mieux comprendre les profils entrepreneuriaux des personnes immigrantes au Canada. Toutefois, comme la variable linguistique est très peu prise en considération, ces études ne nous permettent pas de bien saisir d'un point de vue statistique les caractères de l'entrepreneuriat francophone en situation minoritaire. La présentation de la population immigrante francophone, au moyen des données du recensement, permet tout de même de proposer quelques hypothèses.

4.1 Les caractéristiques de l'entrepreneuriat immigrant

Entrepreneurs immigrants créateurs d'emploi (Picot et Rollin, 2019). Entre 2011 et 2014, les entreprises appartenant à des immigrants présentaient un niveau plus élevé de création nette d'emplois par entreprise et étaient plus susceptibles d'être des entreprises à forte croissance que celles appartenant à des personnes nées au Canada. Cependant, la majeure partie, si ce n'est la totalité, de cet écart était attribuable aux différences liées aux caractéristiques des entreprises. En particulier, les entreprises appartenant à des immigrants étaient plus récentes et les entreprises plus récentes sont plus dynamiques en termes de création d'emplois.

Financement des entreprises appartenant à des immigrants (Leung, Ostrovsky et Picot, 2018). Entre 2011 et 2014, dans l'ensemble, les entrepreneurs se sont surtout appuyés sur du financement personnel pour démarrer leur entreprise. Les immigrants se distinguent toutefois, puisqu'ils sont moins susceptibles de demander du financement que les entrepreneurs nés au Canada. De même, lorsqu'ils demandaient des fonds, les immigrants étaient moins susceptibles de se tourner vers des institutions financières officielles. Par ailleurs, lorsque les immigrants ont demandé du financement, leurs demandes étaient généralement toutes approuvées, tout comme les demandes soumises par les entrepreneurs nés au Canada.

Schémas de sortie et de survie des entrepreneurs immigrants (Ostrovsky et Picot, 2018).

L'examen des entreprises privées constituées en société qui ont démarré entre 2003 et 2009 montre qu'en moyenne, deux ans après le début de la période de propriété, environ 80 % des entrepreneurs immigrants étaient toujours propriétaires de leur entreprise; après sept ans, un peu plus de la moitié en étaient encore propriétaires (57 %). Les entreprises des personnes nées au Canada ont évolué de manière similaire au cours de la même période. L'étude montre toutefois que la région d'origine des immigrants avait une grande incidence sur les schémas de sortie et de survie de leur entreprise, autant pour les immigrants récents que pour ceux de longue date. Un an après être devenus propriétaires d'entreprises, les immigrants de l'Afrique, de l'Amérique latine et du Moyen-Orient présentaient des probabilités plus élevées de sortie que les nouveaux immigrants de l'Asie du Sud-Est, de l'Europe, de l'Inde et des pays anglophones (les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Irlande, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Afrique du Sud). Les plus longues périodes de propriété ont été observées parmi les immigrants qui étaient âgés de 30 à 49 ans lorsque la période de propriété a commencé. Les immigrants propriétaires d'entreprises privées constituées en société dans le secteur de la santé présentaient de longues durées de propriété et de faibles taux de sortie en comparaison aux autres secteurs.

Alors que le niveau de scolarité ne semble pas jouer un rôle prépondérant dans la survie de la propriété chez les immigrants relativement nouveaux, chez les immigrants de longue date, il existe une forte corrélation positive entre le niveau de scolarité et la probabilité de survie. On sait de même qu'une plus grande proportion d'immigrants possédant un grade universitaire étaient propriétaires d'une entreprise privée constituée en société comparativement à leurs homologues détenant un grade moins élevé (Green et al., 2016).

4.2 L'entrepreneuriat au féminin

Entreprises appartenant à des femmes (Grekou, Li et Liu, 2018). Pour la période de 2005 à 2013, le nombre d'entreprises appartenant à des femmes se chiffrait à 275 300, représentant seulement 18 % des entreprises au Canada. L'emploi associé à ces entreprises se chiffrait à 828 700 employés, représentant 15 % de l'emploi total. Cela étant dit, le taux de croissance des entreprises appartenant à des femmes était supérieur à celui des entreprises appartenant à des hommes. De plus, le nombre d'entreprises appartenant à des femmes a augmenté plus rapidement dans l'ensemble du Canada. Ces entreprises étaient plus courantes dans les industries de services, alors que celles appartenant à des hommes étaient plus courantes dans les industries produisant des biens. Ce rapport n'a pas considéré le statut d'immigrant dans ses analyses.

4.3 La population immigrante francophone

Envergure de l'immigration. Les données présentées ci-après offrent une perspective comparative des profils démographiques des trois villes retenues pour cette recherche. Dans la population active, le poids de l'immigration est largement supérieur à Toronto (53,3 %) comparativement à la moyenne canadienne (25,0 %). En revanche, Ottawa (25,8 %) et Winnipeg (26,2 %) se rapprochent de cette moyenne. Si, en général, l'immigration au Canada est davantage constituée de femmes (52,6 %), une proportion encore plus importante de femmes forme la population immigrante active de Toronto (53,2 %) et la population immigrante active francophone de Toronto (54,1 %).

La densité de la population francophone est largement supérieure à Ottawa (17,7 %) comparativement à Winnipeg (3,6 %) ou à Toronto (1,7 %). Cela étant dit, à Ottawa comme à Winnipeg, le poids de l'immigration francophone (respectivement 12,0 % et 1,9 %) est bien inférieur à celui de la population francophone (respectivement 17,7 % et 3,6 %). En contraste, à Toronto, l'écart entre le poids de l'immigration francophone (1,6 %) et celui de la population francophone (1,7 %) est plus faible. Ces données rappellent le déficit migratoire historique des CFMS. Sachant que la croissance démographique de la population active canadienne s'appuie essentiellement sur l'immigration et que cette tendance est amenée à croître dans les prochaines années, si l'immigration francophone continue d'être modeste dans les années à venir, une accélération du déclin de la population francophone est à prévoir (Conference Board, 2019; CSF, 2018).

Tableau 1 : Région métropolitaine de recensement

Population active	Ottawa	Toronto	Winnipeg
Population totale	807 620	4 879 095	629 375
Population immigrante	208 695	2 601 310	164 975
Population francophone	144 525	81 515	23 845
Population immigrante francophone	24 005	38 675	3 010
Population immigrante dans population totale	25,8 %	53,3 %	26,2 %
Population francophone dans population totale	17,9 %	1,7 %	3,8 %
Population immigrante francophone dans la population immigrante	11,5 %	1,5 %	1,8 %

Statistiques Canada, Recensement de 2016

Origine des immigrants. Pour l'ensemble des CFSM, comme pour les trois régions étudiées, la population immigrante provient davantage d'Afrique, alors que l'immigration canadienne provient majoritairement d'Asie. C'est à Winnipeg que la proportion de francophones nés en Afrique est la plus élevée (60,9 %), alors que cette population est un peu moins concentrée à Ottawa (40,6 %) et à Toronto. Précisons que les immigrants nés en Afrique affichent les taux d'emploi les plus bas et les taux de chômage les plus élevés de tous les groupes d'immigrants, en particulier ceux installés au Canada depuis cinq ans ou moins. En outre, comme nous l'avons souligné précédemment, les entrepreneurs nés en Afrique présentent des probabilités de sortie d'entreprise plus élevées.

Pour chaque ville étudiée, les trois principaux pays d'origine de la population active immigrante sont les suivants :

- Ottawa : Haïti, République démocratique du Congo, Liban;
- Toronto : France, Mauricie, République démocratique du Congo;
- Winnipeg : République démocratique du Congo, France, Maroc.

Scolarisation des immigrants. Rappelons que le fait de posséder un grade universitaire influence la probabilité d'avoir une entreprise pour tous les immigrants et la probabilité de survie d'une entreprise pour les immigrants de longue date. Les données du tableau 2 montrent que la population immigrante possède plus souvent un grade universitaire que la population non immigrante. À Toronto et à Winnipeg, en outre, les immigrants francophones qui détiennent un grade universitaire sont plus nombreux que les immigrants non francophones. La situation à Ottawa diffère pour deux raisons : dans l'ensemble, la population d'Ottawa est davantage scolarisée que celle de Winnipeg et de Toronto, mais les immigrants francophones qui possèdent un grade universitaire (48,7 %) sont moins nombreux que les immigrants non francophones (62,6 %).

Tableau 2 : Région métropolitaine de recensement

Population active		Ottawa	Toronto	Winnipeg
Population active* immigrante née en Afrique	Francophone	40.6%	39.0%	60.9%
	Non francophone	12.9%	5.4%	7.6%
Population active détenant un certificat, un diplôme ou un grade universitaire (baccalauréat ou niveau supérieur)	Immigrante francophone	48.7%	56.5%	45.6%
	Immigrante non francophone	62.6%	41.1%	38.4%
	Non immigrante totale	38.3%	37.2%	26.3%
Population immigrante arrivée récemment (2006 à 2016)	Francophone	32.1%	35.1%	53.1%
	Non Francophone	22.9%	24.6%	49.5%

*Population âgée de 15 ans et plus ayant travaillé depuis 2015, dans les ménages privés
 Statistique Canada, Recensement de 2016

Immigration récente (2006-2016). L'immigration dans les CFSM est plus récente qu'au Canada en général. On peut penser que l'intérêt du gouvernement fédéral à l'égard de la langue des immigrants commence peu à peu à porter fruit, en dépit du fait que les cibles du Plan d'action pour les langues officielles 2018-2023 soient loin d'être atteintes. Dans les villes étudiées, on note que les populations immigrantes récentes francophones d'Ottawa (32,1 %), de Toronto (35,1 %) et de Winnipeg (53,1 %) sont d'environ 10 % supérieures aux populations immigrantes récentes non francophones.

5. Caractéristiques des personnes immigrantes interrogées

5.1 Le profil démographique des participants

Nous avons interrogé par sondage³ un total de 38 immigrants francophones propriétaires d'entreprises résidant à Ottawa (8), à Toronto (16)⁴, à London (1)⁵ et à Winnipeg (13). Ces personnes présentent les caractéristiques démographiques suivantes :

- Une majorité des participants sont des femmes (25 personnes se sont identifiées comme des femmes et 13 personnes comme des hommes);
- La majorité des personnes (24) s'est identifiée comme faisant partie d'une minorité visible;
- La majorité des personnes a déclaré avoir au moins le français comme langue maternelle (29). Les autres langues maternelles nommées incluent les langues suivantes : l'arabe ou le marocain (4), le kirundi (2), le malgache (2), le peul (1), le mina (1), le letton (1). La langue officielle la plus parlée demeure le français (74 %), alors que 26 % des personnes ont déclaré être autant à l'aise en français qu'en anglais;
- Une majorité des participants (20) sont âgés de 40 à 64 ans, dont 13 sont de 40 à 49 ans; par ailleurs, 12 participants sont âgés de 30 à 39 ans et 6, de 18 à 29 ans;
- La moitié des participants à cette étude sont arrivés au Canada il y a moins de 5 ans (53 %); quant à l'autre moitié, des personnes sont arrivées il y a 6 à 10 ans (29 %), certaines il y a 11 à 15 ans (10 %) et d'autres enfin il y plus de 15 ans (8 %). La date d'arrivée au Canada des participants à cette étude se situe entre six mois (depuis 2019) et vingt ans (depuis 1999);
- Les pays d'origine représentés sont assez divers, même si sur les 38 participants, 20 sont nés en Afrique. La répartition entre les continents africain et européen comme source d'immigrants francophones rejoint les statistiques détaillées dans le tableau 4 qui figure à l'Annexe C (d'après les données du Recensement de 2016). Le plus grand nombre de participants interrogés (12) venaient de France, suivis par la Côte d'Ivoire (4) et la République démocratique du Congo (4). Une à deux personnes proviennent des pays suivants : Suisse, Belgique, Luxembourg, Lettonie, Algérie, Maroc, Tunisie, Madagascar, Burundi, Bénin, Togo, Guinée et Mali;
- Une majorité des participants ont déclaré être actuellement des résidents permanents (53 %), suivis de ceux qui sont citoyens canadiens (37 %).

³ Ce sondage a été administré en ligne au moyen d'un hyperlien sécurisé; seules les co-investigatrices de cette étude ont pu consulter ces données. Le lien menant au sondage a été envoyé à tous les participants avant leur participation à l'entretien. Le sondage nous a permis de répertorier les données d'ordre plus quantitatif sur le profil sociodémographique des participants ainsi que sur leurs caractéristiques entrepreneuriales. Les questions posées lors du sondage figurent à l'Annexe B.

⁴ Il est à noter que l'un des participants – un homme de Toronto – ayant participé au sondage n'a pas pu poursuivre l'étude et n'a donc pas été interviewé. Seules les données issues du sondage qu'il a rempli en ligne sont incluses ici.

⁵ La personne de London a été interrogée au départ en tant que partie prenante. Toutefois, nous avons jugé pertinent de recueillir également son expérience d'entrepreneur, d'autant que ses perspectives rejoignaient celles des participants des trois principales régions étudiées.

5.2 Les caractéristiques entrepreneuriales

Les personnes interrogées présentent les caractéristiques entrepreneuriales suivantes :

- Une grande majorité de participants disent avoir une entreprise individuelle ou être le propriétaire unique d'une entreprise (32). On trouve également trois sociétés en nom collectif et une coopérative⁶. Lors des entretiens, on comprend souvent que le statut d'entreprise individuelle est privilégié pour deux raisons : 1) il nécessite moins de paperasserie administrative et il est plus accessible pour se lancer; 2) plusieurs entreprises sont encore à la phase de démarrage ou n'ont pas encore les revenus nécessaires pour se former en société et pour se donner un autre essor;
- Une majorité de participants estiment que leur entreprise est dans sa « phase opérationnelle » avec des clients (21), suivis par ceux qui considèrent que leur entreprise est encore à la « phase de démarrage » (15). Seulement deux personnes indiquent que leur entreprise est dans une « phase viable ou établie ». De plus, 14 personnes ont déclaré embaucher des employés, dont le nombre varie de 1 à 11 employés;
- Le croisement des données issues de la date d'arrivée au Canada et du nombre d'années d'existence de l'entreprise montre que les participants les plus récemment arrivés se lancent rapidement en affaires. Parmi les participants, 14 personnes possèdent une entreprise depuis un an ou moins et sont au Canada en moyenne depuis 3,3 années. Notre sondage révèle par ailleurs que les participants arrivés moins récemment ont démarré leur entreprise après une certaine expérience sur le marché du travail canadien. Ainsi, 11 personnes ont une entreprise depuis deux à trois ans alors qu'elles sont au Canada en moyenne depuis 11,7 années. Les données issues de la recension des écrits indiquent que les immigrants qui étaient au Canada depuis moins de 10 ans présentaient des périodes de propriété beaucoup plus courtes que les personnes nées au Canada ou que les immigrants de longue date (Ostrovsky et Picot, 2018). Alors que la présente étude, qui n'a pas de dimension longitudinale, ne permet pas d'évaluer les taux de survie des entreprises, il est toutefois intéressant de noter que les 7 personnes interrogées qui possèdent une entreprise depuis le plus longtemps (6 ans ou plus) sont au Canada en moyenne depuis 7,9 années;
- Plus de la moitié des participants (58 %) ont déclaré que leur entreprise était leur principale source de revenu^{7,8}. Parmi les personnes dont l'entreprise est la principale source de revenu, 69 % des femmes (9) et 58 % des minorités visibles (7) avaient un revenu de moins de 30 000 \$ en 2018. Dans notre échantillon, les revenus des femmes sont globalement moins élevés que ceux des hommes. De plus, les entretiens montrent que les femmes en situation monoparentale sont dans une situation financière plus précaire et qu'elles ne disposent pas de l'aide financière d'un conjoint, un aspect dont la seule saisie du revenu ne peut rendre compte. Toutefois, il n'existe pas de différence significative entre les revenus des personnes appartenant à des minorités visibles et ceux des personnes n'appartenant pas à des minorités visibles. Cela dit, les entretiens mettent en lumière des contextes favorables aux personnes non identifiées comme des minorités visibles, celles-ci bénéficiant plus souvent de capitaux autres, par exemple liés au revenu du conjoint, au patrimoine ou à la vente d'une première entreprise. Les entretiens rappellent également que des situations de discrimination raciale,

⁶ Une personne n'a pas répondu à la question du statut de son entreprise.

⁷ Le tableau 5 dans l'Annexe D détaille les revenus des personnes, au total et selon leur appartenance de sexe ou à une minorité visible.

⁸ Trois personnes n'ont pas indiqué leur revenu.

par exemple au moment de chercher un logement, représentent des obstacles financiers supplémentaires;

- Par ailleurs, pour les personnes interrogées, le niveau de revenu n'est pas directement lié au niveau d'éducation⁹. De fait, 16 participants possédaient une maîtrise et 8 d'entre eux avaient un revenu inférieur à 14 999 \$. La plupart des personnes interrogées avaient étudié à l'université (31);
- Notons que 40 % des participants considèrent que leur situation professionnelle au Canada est moins bonne que celle des autres Canadiens dont les expériences et le salaire sont similaires, suivi par 37 % qui estiment qu'elle est « comparable »¹⁰. Un petit nombre de personnes (2) considèrent que leur situation est « meilleure »;
- Enfin, 78 % des participants estiment avoir suivi une formation utile dans le cadre de leur travail, ce qui renvoie à l'accent mis par les participants durant l'entretien sur l'importance de suivre des formations, notamment au Canada, pour bien préparer leur projet entrepreneurial.

⁹ Le tableau 6, offrant une répartition des réponses à cette question du sondage, se trouve à l'Annexe D.

¹⁰ Le tableau 7, offrant une répartition des réponses à cette question du sondage, se trouve à l'Annexe D.

6. Discussion thématique des résultats de l'enquête

6.1 Les motivations, les compétences et les défis des entrepreneurs immigrants francophones hors Québec

Deux logiques de motivation pour se lancer en affaires

Les personnes interviewées dans les trois pôles urbains – Ottawa, Toronto et Winnipeg – partagent toutes un fort désir de liberté et d'autonomie qui les a menées à se lancer en affaires. Les motivations au moment de devenir entrepreneur connaissent toutefois deux tendances qui font écho à la littérature plus générale sur l'entrepreneuriat immigrant (Chrysostome, 2010; Chrysostome et Arcand, 2009) : 1) selon une logique d'attraction (« pull »); 2) selon une logique de répulsion (« push »), soit une motivation liée à la contrainte et parfois à des expériences négatives, voire discriminatoires, sur le lieu de travail au Canada.

Les témoignages correspondant à une logique d'attraction envers l'entrepreneuriat renvoient le plus souvent aux perceptions selon lesquelles se lancer en affaires signifie véritablement faire ce qui nous passionne et être libéré des contraintes d'horaires et d'un patronat autre que le sien. La possibilité d'être complètement autonome, notamment sur le plan financier, revêt un caractère fort dans le cas des femmes interrogées vivant en situation plus vulnérable, soit celles arrivées avec un statut de réfugiée ou celles ayant vécu des violences conjugales. Pour ces femmes, l'entrepreneuriat fait miroiter la promesse d'une indépendance qui ne semble pas toujours accessible autrement.

Plusieurs participants indiquent que leur désir de se lancer en affaires existait avant leur arrivée au Canada. Certains, principalement originaires de pays africains, ont même été exposés à l'entrepreneuriat au sein de leurs familles, ayant observé le modèle préconisé par leurs parents dans leur petite entreprise et prêté mainforte lorsque nécessaire. Alors qu'aucun participant interrogé n'est arrivé au Canada avec un visa d'affaires, certains expliquent que leur désir entrepreneurial se trouvait au cœur même de leur projet migratoire. Ces personnes perçoivent alors l'entrepreneuriat au Canada comme la possibilité de réaliser un rêve plus difficilement atteignable dans leur pays d'origine, en raison des limites administratives ou des embûches à surmonter pour se lancer en affaires en tant que femme. Le projet entrepreneurial peut également se retrouver ancré dans un désir de redonner à sa communauté ou au pays d'origine, en particulier pour les participants venus d'Afrique.

Femme¹¹ : « Une entrepreneuse, ça veut dire... vous faites ce que vous voulez faire. C'est-à-dire vous vous casez dans un domaine. [...] C'est quelque chose qui t'appartient, que tu fais et que tu as choisi de faire. [...] Je veux vivre à l'aise et, pour s'épanouir, il faut de l'argent dans la vie. »

« C'est de créer quelque chose par soi-même et quelque chose dont on a à cœur et le faire par soi-même. »

« C'est être maître de son destin professionnel et être capable de prendre une certaine prise de risque par rapport à être salarié et attendre son chèque à la fin du mois. »

« C'est faire quelque chose qui soit en lien avec ce en quoi je crois et ma vision de la direction dans laquelle je crois que le monde devrait aller. »

¹¹ Dans la suite de la discussion, lorsque cela s'avère pertinent pour comprendre le sens du commentaire ou pour mettre en lumière des contextes différents, nous soulignons le genre et/ou la région de la personne interrogée. Nous n'avons pas voulu utiliser cela pour l'ensemble des citations car, dans certains cas, la confidentialité des personnes interrogées aurait pu être compromise.

Femme : « En tant que femme immigrante, je voulais d'abord me prouver à moi-même, "oui, tu peux y arriver, tu peux vivre ton rêve ici, tu peux réaliser ton rêve." Donc c'est vraiment l'envie de réussir qui est ma motivation. »

« C'est une forme de liberté. Faire quelque chose qui me plaît. Ouais, de l'indépendance, même si financièrement, je sais que ça sera compliqué par moments. »

« Je suis mon propre patron, je crée mes horaires, je travaille pour moi-même. »

Femme : « Le faire ici par rapport à la France, c'est tellement plus simple au niveau administratif, au niveau des impôts, tout ça. C'est vraiment, vraiment beaucoup plus simple. C'est la possibilité de se... c'est le rêve canadien ! On parle du rêve américain, mais pour moi, c'est vraiment le rêve canadien d'être entrepreneur. »

Les témoignages correspondant à une logique de contrainte font souvent état d'une situation difficile au travail. Les participants n'ont pas nécessairement de problème à trouver un premier emploi à leur arrivée au Canada, mais plusieurs décrivent des conditions contraignantes, souvent liées au mode de gestion de leurs superviseurs ou à l'impossibilité de progresser au sein de l'entreprise. Ces emplois, comme ceux dans des centres d'appel de Toronto et d'Ottawa ou dans une usine de Winnipeg, sont perçus comme un passage obligé pour acquérir « l'expérience canadienne », une dimension jugée essentielle à une bonne intégration par l'ensemble des participants. Toutefois, souvent, ces premiers emplois ne permettent pas de mettre à profit les compétences personnelles, les expertises professionnelles et les diplômes des interviewés. Ces derniers déplorent par exemple le fait de travailler dans des emplois peu rémunérés et peu stimulants, d'être limités par des postes dits « bilingues » ou « francophones » (en Ontario surtout), ou encore de ne pouvoir progresser à cause de leur statut de résident permanent (et non de citoyen canadien).

Plusieurs participantes ont également fait état de pratiques de harcèlement vécues sur leur lieu de travail à Ottawa et à Toronto. Le milieu des grandes entreprises dans lequel plusieurs femmes torontoises ont fait carrière avant de travailler à leur compte est aussi décrit comme un environnement peu propice à l'autonomie. Ces femmes décrivent en outre l'incompatibilité de leur environnement de travail et de leur réalité de mère (manque de flexibilité des horaires de travail pour aller chercher les enfants à l'école, pressions diverses de la part des employeurs, voyages professionnels incompatibles avec leur vie de famille). Même si ces événements et ces environnements ne sont pas toujours identifiés comme étant la source principale de leur projet entrepreneurial, force est de constater que les rapports sociaux de sexe au travail jouent un rôle dans les motivations des femmes à se lancer en affaires.

Femme : « Je travaille dans une entreprise qui est très toxique, je travaille en finances et j'en ai marre du mode de management. Je n'arrive pas à me retrouver dans mon travail. Je n'ai pas d'avancement, je n'ai pas de motivation. [...] L'année dernière, j'ai porté plainte pour harcèlement, et pour harcèlement sexuel, de la part de l'un de mes responsables. »

Femme : « J'ai commencé ma carrière dans le luxe, ça me faisait rêver. Je suis arrivée dans une entreprise française, bien coiffée, bien maquillée et tout ça. Et en fait, c'est super dur, parce que les entreprises de luxe, en général, elles ne paient pas bien les femmes, elles vendent du rêve aux femmes. Je travaillais beaucoup, j'étais très fatiguée, je pense que ça avait un impact sur ma vie de famille. [...] Toute ma carrière corporate, t'as un enfant qui est malade, t'as la boule au ventre, tu dois courir ventre à terre chercher ton enfant à l'école. »

Femme : « Mon anglais, quand je suis arrivée, n'était pas aussi bon que je le pensais. [...] Plus le bébé qui venait de naître, toute cette espèce de stress et de changement hormonal, ça m'a vraiment... J'ai perdu mon cerveau en fait. Les premières années avec le bébé, tu perds tes capacités cognitives, quoi ! La première fois que j'ai retouché un Excel, j'ai pleuré en fait ! Je savais vraiment plus comment est-ce qu'on gérait une liste ! Ouais, ça a été assez difficile pour moi. »

Toronto : « Les francophones aussi dans mon entreprise sont discriminés, du fait de leur langue. De toute façon, la majorité, la grande majorité d'entre eux restent sur des postes bilingues, et le problème c'est qu'arrivés à un certain niveau, ben on n'évolue plus. On ne laisse les francophones que sur des postes francophones. »

Les compétences requises pour réussir

Les motivations à se lancer en affaires dont nous ont fait part les participants mettent également en relief un certain nombre de compétences requises pour réussir comme entrepreneur ou comme travailleur autonome. Ces aptitudes peuvent être divisées en deux catégories : 1) des compétences génériques pour les entrepreneurs, qui nécessitent toutefois l'acquisition de compétences culturelles pour les entrepreneurs immigrants; 2) l'aptitude à s'exprimer en anglais, une compétence nécessaire, voire essentielle, à la visibilité des entrepreneurs immigrants francophones en contexte linguistique minoritaire.

Les compétences entrepreneuriales et l'acquisition de compétences culturelles

Les compétences plus génériques nécessaires aux entrepreneurs évoquent chez les interviewés des qualités telles que le sens de l'organisation, la patience, la détermination, ainsi que des connaissances en gestion et en ressources humaines. Toutefois, il importe de noter que ces qualités peuvent représenter un défi supplémentaire pour les entrepreneurs immigrants, qui notent un décalage entre leur pays d'origine et le Canada en termes de façons de faire. Les participants qui étaient en mesure de comparer leurs expériences d'ici et d'ailleurs ont souligné la nécessité d'acquérir des compétences culturelles. Les participants originaires de la France ont fait état notamment de difficultés rencontrées lors des échanges et de la rétroaction avec les clients, étant habitués à une communication plus directe. Ces participants d'origine française sont également ceux qui expriment la nécessité d'avoir plus d'ouverture d'esprit devant la diversité culturelle des clients et des employés. Les participants issus de pays africains ont souligné, quant à eux, leur rapport différencié au temps et la question de la ponctualité, le très haut degré d'organisation dans le système canadien ainsi que l'utilisation du regard dans les échanges avec les clients. La question du regard, soulevée par deux participants (un homme originaire de la République démocratique du Congo et une femme issue du Burundi, tous deux résidant à Ottawa), met en lumière une dimension importante de l'image que projette un entrepreneur : l'image d'un professionnel qui a de l'assurance, une confiance en soi et en son projet, ainsi que l'établissement d'un lien plus personnel avec l'autre facilitant les occasions de réseautage.

« Ça demande de l'organisation, ça demande de la patience, ça demande un certain talent pour répondre à un besoin, une compréhension du marché, être très flexible. »

« Tu apprends tous les jours, que ce soit dans les ressources humaines, la gestion et tout ce qui s'ensuit. Donc ça te prendra du développement professionnel pour avoir certaines compétences. »

« Il faut du courage, il faut de l'énergie, il faut une ouverture d'esprit, être bilingue, du temps. Il faut de la patience, faire des efforts de communication, parce que la communication n'est pas que de la communication verbale. »

« Accepter les différences des autres et apprécier que des personnes ont des visions différentes, une culture différente, des manières de vivre différentes, je pense que c'est la chose la plus compliquée quand on arrive ici. »

« Si on a une remarque à faire, on fait un sandwich entre deux compliments. Donc il faut s'adapter parce que si on va directement sur la critique, on est trop direct. Donc ces choses-là sont à améliorer. »

« J'ai appris maintenant à parler avec des gens en les regardant dans les yeux. C'est une expérience. Et beaucoup de choses comme le service à la clientèle, je ne peux pas parler avec les bras croisés, les mains dans les poches, je ne peux pas frotter les mains, il y a des choses que j'ai appris beaucoup là ! »

« Avant, je ne regardais pas les gens dans les yeux. Je suis arrivée au Canada, j'avais ça. Tout le monde, y'a beaucoup d'immigrants qui l'ont vécu. Donc ça prend une formation, ça prend des cours d'intégration si tu veux. »

« Les Canadiens n'aiment pas du tout le conflit comparé aux Français, qui eux n'hésitent pas à ça. [...] On arrive ici, on veut se lancer, on met plein d'énergie et justement il faut se calmer avec ça, c'est pas évident parce qu'on peut se faire fermer des portes si on ne respecte pas ces codes en fait. »

« Tout est organisé, c'est du timing, oh my god... tandis que nous autres, le temps est élastique. [...] Tout revient à l'organisation. Même le mind doit être organisé aussi ! [...] J'ai dû faire des efforts incroyables. Tu dois pas être en retard de deux minutes. »

Plusieurs participants ont souligné que des organismes, surtout à Ottawa, ont joué un rôle central pour les aider à s'ajuster à la culture locale et pour leur permettre d'acquérir les compétences culturelles nécessaires pour réussir en affaires comme entrepreneur immigrant. Les formations offertes aux nouveaux arrivants par le Conseil Économique et Social d'Ottawa-Carleton et par le Centre des services communautaires Vanier d'Ottawa ainsi que les ateliers thématiques de la [Société Économique de l'Ontario](#) (SÉO) à Toronto ont été jugés particulièrement utiles par les personnes interrogées, d'autant plus lorsque ces formations s'arrimaient à la communication verbale et non verbale dans le cadre du marché de l'emploi et de l'entrepreneuriat.

Les compétences numériques : pour un entrepreneuriat immigrant mobile

Au cours des entretiens, la question de l'usage des réseaux sociaux pour développer son entreprise et joindre une clientèle bilingue et issue de diverses communautés a très souvent été abordée. Les témoignages des participants mettent en relief deux types de relations face aux médias sociaux : 1) la nécessité d'être présent sur ces plateformes en sélectionnant celles qui sont les plus appropriées pour les besoins de l'entreprise; 2) la difficulté de naviguer les diverses options et de bien maîtriser la littératie numérique.

Dans un premier temps, les médias sociaux les plus souvent nommés (LinkedIn, WhatsApp, Facebook et Instagram) permettent de joindre une clientèle de proximité, basée sur un réseau de clients existants (par proximité linguistique ou ethnoculturelle), pour faire connaître des produits ou des services. Dans un deuxième temps, l'importance de la maîtrise de l'anglais est soulignée à nouveau par les participants, pour être en mesure de joindre à la fois une clientèle locale

majoritairement anglophone et une clientèle plus internationale. Une participante cite notamment l'usage de WhatsApp pour communiquer de manière directe et instantanée avec sa communauté issue du même pays d'origine, pour glaner des avis sur ses produits ou même pour les vendre sur un modèle de « petites annonces ». Pour certaines personnes en mesure d'exporter leurs produits et services, ce réseau « de souche » fondé sur des liens tissés avant l'établissement au Canada est le premier mobilisé.

Quelques personnes interviewées, notamment des femmes, ont toutefois exprimé une crainte face aux médias sociaux, qu'elles jugent intimidants ou qu'elles sont réticentes à utiliser, même si elles considèrent que ces outils sont indispensables pour donner un essor à leur entreprise.

Alors qu'aucun des participants n'a dit avoir suivi de formation portant spécifiquement sur l'usage des médias sociaux, il semble que ce type d'apprentissage leur aurait été bénéfique pour à la fois élargir leur réseau et prendre de l'assurance en développant leur littératie numérique. Actuellement, notons que ce sont principalement des acteurs privés (incubateurs et accélérateurs d'entreprises, accompagnateurs professionnels et mentors) qui proposent ce type de services.

Les compétences linguistiques : pour un modèle de l'entrepreneur bilingue

Les participants considèrent unanimement que pour réussir en entrepreneuriat à Ottawa, à Toronto ou à Winnipeg, il est essentiel d'être bilingue. Ne pas parler l'anglais dans un contexte linguistique où le français est minoritaire, voire très minoritaire, est perçu par les interviewés comme un obstacle dans un environnement où, pour exceller et développer son entreprise, le bilinguisme constitue un atout de taille. L'expérience dont nous ont fait part les personnes interrogées montre que l'utilisation exclusive du français ne fonctionne que dans la phase de démarrage d'une entreprise, alors que l'entrepreneur s'appuie sur sa communauté linguistique pour réseauter et faire connaître ses services. Toutefois, pour assurer la viabilité de l'entreprise et générer des revenus qui permettent à l'entrepreneur de vivre correctement et d'élargir sa clientèle, l'anglais demeure indispensable pour la majorité d'entre eux. Plusieurs participants ont également exprimé leur désir de maîtriser l'anglais des affaires, car ils estimaient que leur niveau d'anglais était trop élémentaire pour échanger sur des sujets plus spécialisés dans leur domaine et tisser des relations d'affaires solides. Aucune formation entrepreneuriale offerte par les organismes communautaires n'incluait ce type d'offre linguistique. De plus, les personnes interrogées estimaient que le fait de suivre une telle formation dans un cadre universitaire ou dans une école privée serait soit trop coûteux, soit incompatible avec leur horaire.

Un autre défi relevé par certains participants est la question de l'accent, qui empêche parfois les entrepreneurs immigrants d'obtenir des contrats. La question de l'accent est encore plus importante dans le cas des participants originaires de pays africains, puisque même en français, il peut être un motif de discrimination, le français parlé par les immigrants d'origine africaine ne ressemblant ni au français européen, plus désirable, ni au français nord-américain, plus local. Comme Madibbo (2008) le remarque dans son étude portant sur les jeunes immigrants francophones noirs (provenant principalement d'Haïti et d'Afrique) en Ontario, au sein des institutions francophones et dans la société ontarienne en général, les nouveaux arrivants se heurtent à la racialisation de la langue et à la stigmatisation de leur accent, jugé « étranger » et « inférieur ». Seules les personnes originaires d'Afrique ont d'ailleurs exprimé leur souhait de travailler leur élocution, non seulement en anglais, mais également en français.

Toronto : « Mais quelle que soit la durée ou le temps que tu passeras dans une ville comme Toronto, c'est certain que tu auras toujours cette petite hésitation ou cette barrière linguistique. [...] Si tu veux exceller, il faut vraiment avoir les deux langues. »

Toronto : « On n'est pas à Québec, il y a des choses à faire en anglais, des documents à lire en anglais, et donc je pense qu'il faut savoir les comprendre. Même si on confie ça à un comptable ou à une autre personne qui s'occupe de notre entreprise, on est aussi sensé savoir ce qui se passe au sein de notre entreprise, donc c'est important de pouvoir le lire et le comprendre soi-même. »

Ottawa : « Il faut être bilingue. [...] Franchement tu es bloquée. C'est pas très accessible. Ottawa tourne avec l'anglais, même si on dit que c'est bilingue, c'est pas vrai. C'est pas vrai du tout. »

« Je trouve que c'est toujours mieux si t'es bilingue. Ça, c'est le gros problème. Et des fois, je veux pas aller nécessairement à des 5 à 7 ou à des rencontres parce que je sais qu'il y a une petite barrière et je vais peut-être pas me sentir à l'aise, alors que je suis quelqu'un qui a pas nécessairement honte de parler [...]. »

« Tu peux pas lancer une startup sans parler anglais. [...] Le marché francophone est en retard au niveau de tout ce qui est startup et c'est pas le marché où tu vas trouver les plus gros acheteurs. »

« Je peux pas rester que sur du francophone car sinon je me développerai jamais. »

« J'ai pas un bon accent. Parfois quand je parle dans les enregistrements, j'ai l'impression que je suis pas super à l'aise. J'ai peur que ça gêne la compréhension. »

« Même sans être mal intentionné, y'a ce côté tribal qui fait qu'on sonne différemment. Donc c'est quelque chose qui forcément ferme des portes. Dans les deux langues. J'ai entendu des gens qui pouvaient potentiellement m'embaucher qui disaient que l'accent posait problème. »

Pour surmonter la barrière de l'accent et des compétences en anglais, plusieurs participants à Toronto et à Ottawa ont indiqué participer à des clubs [Toastmasters](#) locaux, une association internationale à but non lucratif. Être membre donne accès à des programmes visant à développer ses aptitudes à parler en public, en français, en anglais ou dans les deux langues, selon les villes où ces clubs sont situés. Comme pour la question du regard, centrale dans la qualité de l'échange entre un entrepreneur et ses clients ou ses partenaires, certaines personnes rappellent qu'une bonne élocution – empreinte de confiance – s'avère essentielle pour livrer un argumentaire (« pitch ») d'entreprise ou pour vendre un projet innovant lorsque l'on cherche des investisseurs ou des partenaires.

Trois défis importants du parcours entrepreneurial

L'ensemble des personnes immigrantes interrogées ont relevé trois défis importants vécus à diverses étapes de leur parcours entrepreneurial : 1) le réseautage; 2) le financement; 3) l'accompagnement. Ces défis sont nettement plus considérables dans le cas de certaines femmes entrepreneuses qui à la fois vivent un isolement lié à leurs autres responsabilités au sein de leur foyer et ont de la difficulté à obtenir du financement, difficulté qu'elles associent notamment à l'absence d'un partenaire masculin lorsqu'elles entreprennent des démarches auprès des banques.

Le réseautage

La constitution d'un réseau en arrivant au Canada s'avère l'un des principaux défis pour les entrepreneurs immigrants interrogés. La consolidation d'un réseau pour une entreprise passe ainsi par les communautés ethnoculturelles spécifiques, la communauté francophone, les regroupements et les organismes pour les femmes, ou encore le milieu professionnel (notamment pour les personnes exerçant leurs activités dans un milieu artistique). Comme mentionné précédemment, la promotion des services ou des produits sur les réseaux sociaux permet d'élargir le réseau d'influence virtuel, mais pour ce qui est d'établir des contacts en personne, cela peut s'avérer plus complexe. En outre, une majorité de femmes accompagnant leur conjoint dans le projet migratoire ont dit avoir eu besoin de se concentrer sur l'établissement et l'intégration de leur famille au Canada plutôt que sur leur entreprise dans les premières années qui ont suivi leur établissement. Sortir de l'isolement et rencontrer d'autres personnes qui connaissaient les mêmes défis dans leur propre parcours d'entrepreneur est alors devenu essentiel à l'essor de ces femmes. L'apprentissage des compétences culturelles est aussi jugé comme étant fort utile pour nouer des relations, pour savoir comment « aborder » l'autre et pour comprendre les codes locaux.

Femme : « Je connais personne, il faut que je brise la glace. C'est ça le plus dur. Quand je suis arrivée, y'avait beaucoup de choses qui me retenaient dans la maison, mon fils qui n'allait pas encore à l'école, ma famille, des tâches ménagères ingrates, donc oui, c'est surtout ça. Je suis encore en phase d'apprentissage de comment aborder les personnes. »

« C'est de se faire connaître, c'est de réseauter, c'est de trouver du monde, c'est d'avoir sa chance pour montrer ce dont on est capable. »

« Une fois sur place, de connaître les bonnes personnes à qui s'adresser, y'a tellement de choses à faire au niveau de la société et surtout quand on l'implante au Canada. »

Femme : « En Afrique, je trouve que c'est plus facile, c'est plus accessible, parce que je suis née et grandi là-bas, donc je connais pas mal de monde. »

« Autant j'ai aucun problème à rencontrer plein de nouvelles personnes, etc., mais de prendre les devants et aller dans des événements uniquement pour ça, je pense que c'est quelque chose de très nord-américain, on le fait pas beaucoup en France. »

Le financement

La plupart des participants à cette étude n'ont pas profité de fonds de départ pour se lancer en affaires ou pour donner un nouvel essor à leur entreprise. Cependant, il importe de souligner également que la plupart des participants n'ont pas soumis de demandes de financement (pour des prêts ou des subventions). Cette donnée fait écho aux résultats recensés dans la revue de la littérature, qui soulignent que les entrepreneurs immigrants demandent moins souvent du financement que les entrepreneurs canadiens (Leung, Ostrovsky et Picot, 2018). Une étude américaine suggère par ailleurs qu'il est plus problématique de chercher des fonds pour les immigrants, du fait de leur confiance réduite envers les grandes institutions financières, de leur manque de connaissances sur le fonctionnement de ces institutions et de l'attitude discriminatoire que les représentants de ces institutions peuvent manifester à leur égard (Moon et al., 2014). Une étude réalisée en Australie suggère également que de faibles compétences dans la langue officielle majoritaire s'avèrent un obstacle (Le, 2000). Les entretiens révèlent que l'absence d'une démarche de financement renvoie à quatre facteurs principaux :

- Les participants croient qu'ils n'ont aucune chance d'obtenir du financement;
- Ils indiquent qu'ils sont intimidés par le processus;
- Ils ne sont pas au courant des possibilités de financement ou ne savent pas quelle option convient le mieux à leurs besoins. Ils se sentent parfois perdus ou confus en raison de la quantité d'informations présentes sur plusieurs sites et ils ne savent pas par où commencer;
- Leur cote de crédit les inquiète et ils jugent nécessaire de développer des compétences en littératie financière pour améliorer leur revenu et leur relation avec les banques au Canada.

Pour avoir une meilleure idée des financements offerts et de la manière de s'y prendre pour soumettre des demandes, certains participants torontois ont dit avoir eu recours aux services d'un consultant (A.S. Business Center). D'autres organismes comme le Conseil de la coopération de l'Ontario (CCO) ont été cités, mais des coûts importants sont souvent associés à ces démarches d'accompagnement, ce qui les rend inabordables pour les participants.

Les prêts offerts par les organismes communautaires semblent moins intimidants, sur le plan du processus de demande et des contraintes associées à une demande. Toutefois, l'offre de ces prêts semble très limitée. En particulier, des participants de Winnipeg ont ressenti une frustration de voir que des possibilités de financement étaient offertes par le Conseil de développement économique des municipalités bilingues du Manitoba (CDEM), mais qu'ils n'y étaient pas admissibles. Des personnes interrogées à Ottawa ont mentionné leur intérêt à demander un prêt au Fonds d'emprunt communautaire d'Ottawa ([FECO](#)), qui accompagne son offre de financement de formations sur l'entrepreneuriat dans les deux langues officielles. Ils affichent également sur leur site Web une trousse de littératie financière. Ces divers outils sont extrêmement utiles pour soutenir les entrepreneurs immigrants francophones. Toutefois, les organismes soutenant financièrement les entreprises sont pour la plupart anglophones et plusieurs personnes interrogées n'étaient pas à l'aise de faire appel à leurs services.

Il est également important de noter que certaines entrepreneuses nous ont fait part des expériences négatives, voire discriminatoires, qu'elles ont vécues lors d'échanges avec des membres du personnel des banques lorsqu'elles ont essayé d'obtenir un prêt. On leur reprochait notamment de ne pas avoir de partenaire d'affaires masculin ou de conjoint investisseur à leurs côtés. La question du statut ou du visa ne permettant pas toujours de profiter de prêts dans d'autres banques a aussi été abordée. Pour ces raisons, les fonds de départ proposés par les organismes pour les femmes francophones immigrantes représentent une aide précieuse. Quelques participantes de Toronto ont d'ailleurs souligné avoir reçu de petits prêts sans intérêt offerts par le programme Tremplin de l'organisme [Oasis Centre de femmes](#) ou par la [Passerelle-I.D.É.](#)

Dans l'ensemble, dans les villes étudiées, bien que diverses initiatives visent à soutenir financièrement l'entrepreneuriat, comme celles-ci sont peu spécialisées à l'intention des immigrants, des francophones et des femmes, certaines personnes étaient peu enclines à les utiliser, en particulier les femmes, mais aussi les hommes, d'origine africaine.

« Comme je suis sous visa, je peux pas accéder à un crédit. Y'a certaines bourses qui sont limitées aux personnes qui ont soit la résidence permanente, soit qui ont le statut de réfugié. »

« Je dirais que c'est le côté financier, le plus grand défi. L'instabilité financière. »

« Le type de soutien qu'on aimerait bien avoir, c'est un financement pour pouvoir s'équiper. Parce que le matériel coûte cher, le matériel de cuisine [...]. »

« On a toujours besoin de plus d'aide, de simplification des demandes de subvention. C'est vrai que les demandes de subvention sont parfois très complexes. »

« Moi, j'ai très peur des prêts. J'ai très peur. Ça me met beaucoup de pression. Je sais que ça aide à donner son meilleur, mais depuis tout ce temps, je le faisais à fonds propres. »

Winnipeg : « Quand on nous a parlé du CDEM, ils ont dit qu'ils ont un fond qui peut nous aider [...], mais quand on est allé voir. C'était zéro. Ce n'est que de la théorie. »

Toronto : « Pour le moment, j'arrive à gérer avec ce que j'ai. J'ai eu un petit prêt de 1 000 \$ avec Oasis, sans intérêt. Mine de rien, ça permet d'acheter un peu de matériel. Ça m'aide à faire des choses. Donc j'y vais tout doucement et j'essaie de faire attention à mes dépenses. »

« On a besoin de plus d'opportunités de visibilité et de commercialisation, exactement comme les organismes anglophones. C'est la même problématique. Y'a du soutien pour le démarrage, mais pas pour la commercialisation. »

« Je n'ai pas reçu de prêt. Avec les femmes, tu le sais, personne ne va te faire confiance. »

« Pour le bank account opening, pour le lancement du business, je me suis faite poser la question : "Ah ok, du coup c'est le mari qui le finance ?" Ben non, c'est pas le mari qui finance, quoi ! [...] Ou alors "Quand est-ce que votre mari pourra faire un dépôt ?" Mais qu'est-ce qui vous a parlé de mon mari ?! Oui j'ai eu mon work permit par rapport à mon mari, mais il est "out of the picture" dans tous mes business ! »

L'accompagnement

Le troisième défi pour toutes les personnes interrogées, et ce, peu importe l'étape de leur parcours entrepreneurial, est la question de l'accompagnement. Tous les participants, hommes et femmes, expriment le besoin d'être accompagnés ou mentorés, pour bâtir leur confiance, pour savoir quoi faire en priorité, pour localiser les ressources et pour éviter les écueils qu'ils rencontrent lorsqu'ils sont laissés à eux-mêmes pour faire des choix. La rédaction d'un bon plan d'affaires constitue par exemple l'une des étapes indispensables de la conception d'un projet entrepreneurial, mais sa réalisation peut s'avérer une tâche imposante. Un plan d'affaires typique est un document qui peut parfois être long et complexe et qui nécessite notamment de solides compétences en rédaction et en gestion. Il existe pourtant d'autres manières de procéder, plus efficaces, pour démarrer une entreprise. S'appuyant sur un modèle visuel plus simple et concis fréquemment utilisé par les incubateurs d'entreprises anglophones, le canevas de modèle d'affaires¹², le programme Tremplin d'Oasis Centre de femmes (Toronto) est jugé par certaines interviewées comme une pratique exemplaire.

Le besoin d'accompagnement rejoint aussi celui de réseautage. Un examen des dispositifs d'accompagnement et les entretiens rappellent qu'un « bon » accompagnement repose non seulement sur l'expérience même en entrepreneuriat des personnes qui offrent les formations, mais aussi sur l'accès des entrepreneurs à un carnet d'adresses leur permettant de nouer des liens avec des professionnels et d'élargir leur réseau d'influence. Ainsi, les personnes interviewées jugent que les formations en entrepreneuriat trop axées sur les connaissances théoriques ne sont pas les plus utiles. Par exemple, la formation du CDEM sur le démarrage d'entreprise paraissait très appréciée du fait qu'elle se déroulait en présentiel et durait trois jours. Une meilleure formation des membres

¹² Le canevas de modèle d'affaires (Business Model Canvas) est un outil de gestion allégée créé par Alexander Osterwalder (2010). Ce modèle contient un tableau avec neuf blocs composant le plan d'affaires : les partenaires clés; les activités clés; les ressources clés; la proposition de valeur; les relations clients; les segments de clientèle; les canaux de distribution; la structure de coûts et les sources de revenus

du personnel des organismes d'appui aux entrepreneurs immigrants pour qu'ils soient plus habiles à communiquer à cette clientèle des contenus professionnels qui leur soient adaptés apparaît comme une dimension essentielle. À la suite des commentaires formulés par plusieurs participants et parties prenantes, il semble qu'il serait également avantageux que les entrepreneurs puissent bénéficier de l'expertise de professionnels du milieu, en ayant accès à un réseau de mentors dans leur domaine, notamment dans les régions situées en périphérie des villes étudiées, où les ressources se font rares.

Enfin, à Toronto, plusieurs participants – en majorité des femmes – ont signalé combien l'accompagnement offert par les services de mentorat et d'accompagnement des incubateurs d'entreprises anglophones (à défaut d'y avoir accès dans des incubateurs francophones) avait fait toute la différence pour les aider à progresser. Citons à titre d'exemple le Parkdale Centre for Innovation. Depuis notre enquête, le Conseil de la coopération de l'Ontario et la SÉO collaborent à la création d'un incubateur et d'un accélérateur d'entreprises francophone et bilingue à Toronto. Il s'agirait d'une initiative permettant de reproduire nombre de critères de réussite des autres programmes professionnels offerts uniquement à l'heure actuelle aux entrepreneurs et aux entreprises en démarrage anglophones.

Toronto/Femme : « Être entrepreneur, c'est quelque chose d'assez solitaire, c'est bien pour moi de voir d'autres gens qui passent par les mêmes étapes, qui se posent des questions, qui me donnent un retour sur mon travail et qui progressent en même temps que moi. Aussi, c'est bien parce que je peux aller voir mon coach. »

Toronto/Femme : « Ce que j'entends par accompagnement ici, quelqu'un qui pourra m'accompagner, qui va dire "Ok il faut faire ça, mais voilà la stratégie [...]" Je n'avais même pas un plan d'affaires ! J'ai commencé vraiment avec zéro expérience dans quoi que ce soit. [...] Et également m'accompagner dans mon leadership, l'organisation et l'entreprise en tant que telle. Et mieux déléguer pour que l'entreprise puisse fonctionner sans ma présence. Donc ça, je te dirais c'est ce qui m'a manqué tout au long. »

Femme : « J'aimerais bien un mentor. C'est ce qui me manque, je pense. Des personnes qui puissent me guider, de temps en temps, et me dire : "Écoute, j'ai déjà fait ça, ne le fais pas parce que tu vas perdre du temps." C'est ça qui est dur à trouver et que j'aimerais avoir. »

Femme : « Je trouverais d'avoir du coaching personnel intéressant et important. »

Toronto/Femme : « C'est là que j'ai compris l'approche anglophone du mentorship, de ce système d'alumni et de réseaux, que j'ai mieux compris parce que je le voyais de l'extérieur. C'est un effet multiplicateur incroyable. C'est un effet tremplin de dingue. »

Ottawa/Femme : « J'aimerais bien avoir un cadre, un cadre qui puisse m'aider à y penser, parce que j'y pense pas parce que je suis freinée par les choses, mais j'ai envie, c'est une chose qui me tient à cœur. Mais je sais pas par où commencer. Je voudrais avoir un environnement qui pourrait m'aider : "Tiens, voilà, tu peux faire ceci, par exemple, par rapport à ce que tu aimes, par rapport à ce qui s'offre aussi." »

6.2 L'entrepreneuriat au sein des CFSM

Les ressources en français pour faciliter le démarrage d'entreprise

Les formations en entrepreneuriat

Pour tous les participants de cette étude, suivre une formation pour se lancer en affaires semble essentiel, qu'il s'agisse de suivre une formation spécifique sur l'entrepreneuriat ou d'obtenir un diplôme d'un établissement d'enseignement canadien dans le domaine d'activité envisagé. De plus, pouvoir suivre de telles formations en français s'avère primordial pour plusieurs personnes interrogées, qui disent ne pas se sentir suffisamment à l'aise pour suivre des cours en anglais.

Dans le cas des diplômes et des certificats, la volonté d'acquérir des compétences pratiques ou théoriques renvoie également à la difficulté de faire reconnaître les diplômes obtenus et les expériences de travail acquises à l'étranger. De plus, comme le français est la langue de préférence de plusieurs personnes interrogées (langue dans laquelle elles se sentent à l'aise, à l'écrit et à l'oral), celles-ci suggèrent qu'il est souhaitable, voire nécessaire, que les formations suivies se déroulent en français. À cet égard, les collèges francophones semblent l'option la plus intéressante pour les personnes interrogées, notamment du fait que les formations offertes sont plus courtes. Le collège La Cité et le Collège Boréal ainsi que l'Université de Saint-Boniface (qui offre des cours de niveau collégial) sont les principaux établissements d'enseignement nommés. Parfois, les participants ont choisi de poursuivre des études collégiales pour se perfectionner en anglais ou pour améliorer leurs connaissances en administration des affaires.

Par ailleurs, les résultats du sondage montrent en moyenne de très hauts niveaux de scolarisation. Par exemple, 16 participants détiennent une maîtrise et une personne possède un doctorat. Parmi ces personnes, plusieurs ont fait des études de deuxième cycle en français dans une université du Québec ou de leur province de résidence. Les formations suivies dans des établissements postsecondaires ont toutefois été jugées plus utiles sur le plan théorique que dans la pratique. Les participants rappellent également le coût élevé des études postsecondaires, qui ne sont pas à la portée de toutes les bourses des nouveaux arrivants.

Pour ces raisons, les brèves formations offertes gratuitement en français par les organismes communautaires dans le cadre de programmes adaptés aux affaires sont jugées très positivement par les participants. En fait, presque tous les participants ont exprimé leur volonté de suivre des formations spécifiques en entrepreneuriat en français. Cependant, les cours dispensés en français ne sont pas toujours offerts, particulièrement en région, d'après les parties prenantes interrogées. Les formations qui se sont avérées particulièrement utiles pour les participants étaient accessibles dans les grands centres urbains.

À Toronto, les personnes interrogées ont exprimé un très haut taux de satisfaction à l'égard de deux organismes en particulier. Il s'agit d'[Oasis Centre de femmes](#) qui, avec son programme Tremplin, produit chaque année une cohorte d'entrepreneuses francophones, et de la SÉO, qui offre des ateliers spécifiques sur l'employabilité et les affaires. Ces deux organismes mettent aussi l'accent sur l'accompagnement personnalisé et le réseautage, des éléments essentiels à la réussite des entrepreneurs. La SÉO offre une formation en ligne sur l'entrepreneuriat comprenant dix modules, que n'importe qui peut accéder de n'importe où.

À Winnipeg, presque tous les participants ont suivi la formation de trois jours offerte par le [Conseil de développement économique des municipalités bilingues du Manitoba](#) (CDEM), qu'ils ont trouvée très utile à leur projet d'entreprise. Cette formation comprend un volet sur le démarrage d'entreprise, sur l'élaboration d'un plan d'affaires, sur la littératie financière, etc. Il est intéressant

de noter que le CDEM offre à l'occasion un atelier sur les impôts, un aspect susceptible de susciter de l'inquiétude chez certains participants torontois, qui ont exprimé le besoin d'être davantage accompagnés dans cet aspect de leur entreprise. Cela étant dit, l'offre de ces ateliers demeure peu fréquente et ceux-ci ne conviennent qu'aux étapes préliminaires du démarrage d'entreprise. Des ateliers plus spécialisés sont offerts, en français et en anglais, par le [World Trade Centre Winnipeg](#). Seules quelques personnes avaient suivi ces ateliers, ceux en anglais semblant mieux convenir à leurs besoins.

À Ottawa, la formation en entrepreneuriat en français la plus appréciée des participants et la plus mentionnée par ces derniers est celle du [Fonds d'emprunt communautaire d'Ottawa](#) (FECO). Plusieurs participants considèrent que cette formation les a outillés pour lancer leur projet entrepreneurial. L'organisme offre par ailleurs une formation en littératie financière et des prêts de démarrage pouvant atteindre 15 000 \$ pour le lancement d'une entreprise. Le [Conseil Économique et Social d'Ottawa-Carleton](#) a lancé un programme pilote sur l'entrepreneuriat, qui n'a produit qu'une cohorte d'entrepreneurs immigrants francophones en 2018, le programme n'ayant pu se poursuivre, faute de financement. Notons, par ailleurs, qu'aucun des participants n'a mentionné avoir pris part à ce programme. L'offre de formations spécifiques en entrepreneuriat destinées aux nouveaux arrivants francophones demeure assez limitée à Ottawa. D'autres ateliers, offerts gratuitement, peuvent tout de même interpeller les entrepreneurs immigrants à Ottawa, même si les participants ne les ont pas mentionnés :

- Les ateliers du [Centre d'emploi Compétences Mondiales](#) (les informations et les ateliers au sujet du programme sur l'entrepreneuriat sont principalement offerts en anglais);
- Les ateliers gratuits offerts par l'incubateur d'entreprises [Investir Ottawa](#) portent sur plusieurs sujets liés à l'entrepreneuriat, comme le marketing, les finances, les réseaux sociaux, etc. (ils sont plus souvent offerts en anglais qu'en français);
- Pour les nouveaux arrivants âgés de 13 à 29 ans qui veulent se lancer en affaires, un nouveau programme est offert par le [Centre de ressources communautaires Rideau-Rockcliffe](#), l'incubateur GenerationNeXt pour les jeunes en affaires/emploi, en vue de les soutenir au cours des différentes phases du démarrage d'une entreprise (ce programme est offert en anglais et en français);
- Les nombreux ateliers gratuits offerts par la [Bibliothèque publique d'Ottawa](#) permettent aux personnes inscrites de développer leurs compétences en rédaction et de faire des recherches en emploi et dans les domaines d'activité ciblés dans le cadre d'un projet entrepreneurial (ces ressources sont offertes en français et en anglais).

« Ça prend une formation, la façon dont on fait l'entrepreneuriat ici au Canada, ce n'est même pas de la même façon qu'on le fait en France, à plus forte raison pour quelqu'un qui est venu de pays d'Afrique. C'est pas la même chose. »

« Pour pouvoir y arriver, je pense que j'aurais peut-être besoin de formations, pour mieux comprendre l'entrepreneuriat au Canada, pour avoir aussi des nouvelles façons de faire, qui pourraient peut-être m'aider à évoluer. »

Winnipeg : « J'étais à la CDEM. Ils ont un programme de trois jours et j'ai fait ce programme là avec eux. Pour savoir davantage comment ça se passe – les entreprises du Canada – pour savoir, les taxes et tout. C'était utile. Il y a plein de trucs qui me servent. »

Ottawa : « Le centre Vanier. Ils font beaucoup de formations. Et quand vous venez d'arriver, vraiment ils vous aident. Et c'est dans une ambiance agréable aussi. »

Toronto : « Je suis allée chercher à Oasis, y'a une association Tremplin, et j'ai échangé en français et j'étais contente aussi d'échanger dans ma langue maternelle. »

Toronto : « J'ai fait pas mal de choses grâce à Tremplin. Ils ont été là, ils ont fait des formations, sur comment faire un plan, etc. [...] On a fait quatre ou cinq samedis matin, des séances de trois heures, formations sur le plan de financement. T'avais une partie étude de marché, une partie sur le marketing, une partie enquête préliminaire, où chercher et trouver des partenaires... Y'avait vraiment toutes les différentes étapes du plan. »

Les limites des formations offertes en français

Outre les limites liées à l'accessibilité des formations en entrepreneuriat en français, les participants relèvent trois autres défis dans leur parcours professionnel.

L'absence de formations plus pointues dans le domaine d'activité ciblé offertes en français. La plupart du temps, les futurs entrepreneurs suivent des formations en entrepreneuriat, ou des certifications professionnelles et techniques liées au domaine d'activité ciblé, offertes en anglais, faute d'avoir accès à une formation équivalente offerte en français à l'extérieur du Québec. Ces observations rejoignent celles de Madibbo (2008), qui remarque aussi qu'en Ontario, l'insuffisance des ressources offertes en français oblige les immigrants francophones à avoir recours aux services en anglais pour chercher du travail ou se scolariser. Un autre défi auquel font face les participants désirant se spécialiser dans leur domaine d'activité : les modèles d'apprentissage francophones, lorsqu'ils sont disponibles, ne sont pas toujours adaptés aux réalités des francophones hors Québec. Enfin, la plupart des formations existantes en entrepreneuriat se limitent au démarrage d'entreprise, mais n'incluent pas nécessairement un accompagnement durant les autres phases du projet entrepreneurial ni une grande diversité de thèmes pour approfondir les compétences des entrepreneurs (comme le marketing sur les réseaux sociaux, l'embauche et la gestion d'employés, etc.).

Le coût des formations. La formation offerte dans les collèges et les universités représente une valeur ajoutée dans l'expérience canadienne, que ce soit pour pallier le problème de la non-reconnaissance des qualifications obtenues à l'étranger ou pour améliorer ses compétences en gestion des affaires. Toutefois, la question de l'accès à ces formations prestigieuses et plus spécialisées demeure entière, notamment en raison de la précarité financière des femmes. Certaines participantes indiquent que, si elles en avaient les moyens, elles envisageraient l'obtention d'un autre diplôme universitaire pour leur développement professionnel. Elles mentionnent qu'elles pourraient alors profiter d'un accès à de prestigieuses associations d'anciens étudiants pour étendre leur influence et élargir leur clientèle.

La dispersion et la visibilité de l'offre de services. Un défi mentionné fréquemment par les interviewés est la difficulté à s'y retrouver parmi les options proposées et à accéder aux ressources adéquates. À Toronto en particulier, les personnes interrogées considèrent qu'il est facile de se perdre dans l'offre de services en français et qu'il serait utile de rassembler l'information. Ailleurs, on note davantage le manque de visibilité des services en français. Quelques participants ont proposé de privilégier une ressource centrale répertoriant tous les services liés à l'entrepreneuriat offerts en français à l'extérieur du Québec, mais aussi les occasions de collaboration entre organismes par secteur d'activité et par communauté. Il a également été suggéré de favoriser une meilleure coordination entre les centres et les réseaux existants pour faciliter les échanges sur les pratiques exemplaires et pour coordonner les événements et les formations en français.

« Tous les diplômes ici qui ne sont pas du Canada, on les accepte pas. Ou bien on fait le truc d'équivalence, et ça demande de l'argent. [...] Tu dois payer, mais comme j'ai d'autres obligations d'abord à terminer, ce qui fait que ça va attendre. »

Toronto : « Si financièrement je peux, je voudrais faire un MBA executive. Y'en a un de McGill qui m'intéresse. Je reviendrai pas aux études plein temps. C'est pas mon envie. Mais j'aimerais faire des formations courtes types MBA. Ce serait un bon point supplémentaire pour le CV, pour le réseau, pour dire "alumni de". »

Toronto : « Come on ! Il faut comprendre que nous avons besoin de formations. Tenez, la ministre de la Condition féminine, il faut qu'ils mettent un budget, au moins pour cette femme qui se lance. Une formation et un partenariat avec une université, ça peut être Ryerson, ça peut être l'Université de Toronto pour offrir des formations gratuitement, qu'on n'ait pas à payer ça. Personnellement, quand je me suis lancée, je voulais aller à l'université, mais écoutez, construire une entreprise, ça prend du temps. À quel moment tu vas pouvoir dire je retourne à l'école, payer ça et construire ton entreprise et te développer? C'est pas évident. »

Toronto : « Y'a beaucoup de choses pour les francophones ici qui sont basées sur la réalité québécoise, ou même montréalaise, et qui ne s'adaptent pas vraiment à la réalité hors Québec. »

« Il faut qu'il y ait un organisme qui puisse centrer les opportunités en entrepreneuriat, qu'on puisse accéder à cette banque de données. [...] Quelles sont les formations qu'il faut pour accéder à ce genre d'entrepreneuriat ? C'est tout ça qui manque. Il faut orienter les gens, vous comprenez ? Il faut orienter, il faut aider la communauté francophone. »

« Il faut s'assurer que y'a de bons échanges, de bonnes pratiques, des mobilités d'outils pour renforcer tout ça. »

L'exploitation d'une entreprise dans les CFSM

La solidarité communautaire et l'importance du bénévolat

Le rapport des participants à la langue française traduit non seulement un fort attachement au maintien du français comme langue utilisée au quotidien et à la maison, mais aussi une grande diversité de pratiques. Si le français est la langue maternelle principale pour plus de 71 % des personnes interrogées, elle coexiste parfois avec d'autres langues maternelles parlées dans les pays anciennement colonisés par la France ou la Belgique. Plusieurs participants ont aussi des parcours de vie qui les ont amenés à beaucoup voyager à l'étranger et à apprendre d'autres langues que le français et l'anglais (comme le portugais, le japonais, etc.). Ces expériences ont contribué à bâtir leur capital de mobilité et leur résilience linguistique tout en nourrissant un profond attachement social et culturel au français.

Alors que plusieurs ont choisi de s'établir à l'extérieur du Québec avec la motivation claire d'améliorer leur anglais (et parfois même de ne pas rester uniquement avec des francophones !), les participants se retrouvent finalement connectés à une multitude de communautés francophones qui leur apportent leur premier soutien lors de l'établissement au Canada (logement, éducation, recherche du premier emploi). Les personnes interrogées, dans les trois villes, ont une forte conscience de l'appui communautaire qu'elles reçoivent, qu'il provienne des organismes et des associations francophones consultés localement, de leurs réseaux d'amis et de connaissances provenant de leur pays d'origine, des affiliations de leur secteur d'activité ou des regroupements de femmes. À Toronto par exemple, les participants sont amenés à fréquenter de nombreux cercles

francophones au sein desquels ils peuvent puiser solidarité, ressources et stratégies pour démarrer leur entreprise. Cette solidarité communautaire francophone se traduit par ailleurs dans les réseaux sociaux avec l'adhésion à des groupes francophones particulièrement actifs dans la région de Toronto¹³. À Ottawa, le [Regroupement Affaires Femmes](#) (RAF), qui réunit des femmes noires entrepreneuses dont la plupart sont d'origine immigrante, est aussi particulièrement actif et permet de tisser ces liens entre les communautés francophones.

Animés par un désir de redonner à leurs réseaux ou à ceux qui les ont aidés en arrivant, de nombreux participants expliquent être impliqués dans un certain nombre d'initiatives à dimension plus communautaire (comme des coopératives) ou dans du bénévolat. De plus, sans que leur projet d'entrepreneuriat ne soit « social » à proprement parler, il n'est pas rare d'entendre des participants exprimer le souhait d'offrir des formations gratuites en français à leurs futurs employés ou d'aider à développer les communautés locales, ici même et dans leur pays d'origine. Sur la question du bénévolat, le projet d'études d'Oasis relève également que « les femmes qui ont participé à cette étude ont constaté que le bénévolat était une excellente façon de se faire connaître dans la communauté et de côtoyer des employeurs potentiels » (2012, p. 47).

Toronto : « La communauté francophone m'a permis de créer des bases, et c'est quand même une petite communauté ici, donc on est tous à 1 ou 2 degrés de séparation, donc c'est assez facile de rencontrer du monde. »

Toronto : « J'ai commencé par ma communauté francophone, à créer un réseau dans ma communauté francophone, en y participant à des conseils d'administration francophones comme la Fondation franco-ontarienne, CHOQ FM, etc. [...] Le fait d'être membre d'un CA, pareil au niveau du développement personnel et aussi au niveau de la visibilité professionnelle, je vais pouvoir en profiter. Ça va vraiment pouvoir beaucoup aider. »

Femme: « Là où j'ai été à la messe, j'ai pu faire connaissance avec des femmes qui m'ont beaucoup aidée à m'intégrer. [...] Ils m'ont beaucoup aidée et j'ai été très attirée par le bénévolat qu'ils faisaient. Et j'ai fait le bénévolat aussi. »

« Pendant toutes mes études, j'ai fait du bénévolat pour le secteur international et le cheminement scolaire. »

Ottawa : « Avant, j'ai travaillé comme bénévole à l'hôpital Montfort, je faisais entrer les données dans le système, pendant une année. C'est pour avoir l'expérience canadienne. »

L'entrepreneuriat immigrant : un enjeu pour la vitalité économique et sociale des CFSM

Nous l'avons souligné plus tôt, plusieurs participants apprécient s'installer dans une province majoritairement anglophone pour avoir accès à un marché plus large, et ce, tout en souhaitant rester connectés à leur identité linguistique et culturelle francophone. Pour les CFSM, l'entrepreneuriat immigrant représente par ailleurs une occasion de revitaliser la communauté francophone sur les plans économique et social. Fourot indique que « des plans spécifiques d'attraction et de rétention des immigrants francophones ont été mis en place depuis le début des années 2000, faisant qu'aujourd'hui, une proportion plus importante de la population francophone installée à l'extérieur du Québec est immigrante et elle est à l'origine de nouveaux espaces francophones, plurilingues et multiculturels » (2016, p. 25). Le portrait statistique de l'origine des immigrants de langue française en Ontario et au Manitoba est varié. Toutefois, dans les deux cas, il montre une présence importante

¹³ Citons à titre d'exemple le groupe Facebook « Les entrepreneurs de choc à Toronto », mentionné à plusieurs reprises par les Torontois interrogés comme étant une ressource importante pour élargir leur réseau, trouver des partenaires et embaucher des professionnels francophones pour les aider à développer leur entreprise

des minorités visibles issues du continent africain, en particulier au Manitoba, où les personnes immigrantes francophones nées en Afrique forment environ 57 % de la population immigrante francophone. Dans la présente étude, plus de la moitié des personnes (25 sur 38) mentionnent appartenir à une minorité visible, et neuf d'entre elles sont originaires d'un pays d'Afrique Subsaharienne : République démocratique du Congo, Burundi, Côte d'Ivoire, Guinée, Togo, Bénin. Ces personnes sont aussi celles qui font face au plus grand nombre de défis sur les plans de la reconnaissance des diplômes obtenus à l'étranger, de la perception de la discrimination subie et de la sécurité financière. En outre, comme ces personnes ne parlent habituellement pas l'anglais à leur arrivée au Canada, l'apprentissage de cette langue s'avère plus laborieux. Cette dynamique linguistique, conjuguée aux écarts culturels et aux discriminations subies, semble complexifier également l'apprentissage des compétences culturelles inhérentes au marché du travail au Canada.

Du point de vue de certaines personnes interrogées qui se lancent en affaires, et ce, sans égard à leur origine ou à leur sexe, la dimension du bilinguisme dans les CFMS est vécue comme un désenchantement, voire un choc. Ces nouveaux entrepreneurs pensaient pouvoir s'appuyer en grande partie sur la communauté francophone et sur une communication se déroulant principalement en français avec leurs clients et leurs partenaires. Le rapport de projet d'études d'Oasis relève un défi similaire dans sa population de femmes immigrantes francophones : « le manque d'information et l'inexactitude des promesses dans le processus de sélection des immigrants a montré aux femmes une réalité inattendue du Canada » (2012, p. 44). De fait, les personnes qui sont les plus confiantes au cours de la phase de démarrage d'une entreprise semblent celles qui se sont outillées avant leur arrivée au Canada. En Ontario, ces personnes ont par exemple suivi des ateliers et des présentations en ligne offerts par la SÉO. Au Manitoba, ces personnes ont souvent eu la chance de participer à une visite exploratoire offerte en français aux personnes intéressées à immigrer au Manitoba (la gestion en était assurée par le CDEM). Cette formation préliminaire a permis de mieux préparer les nouveaux arrivants pour leur projet entrepreneurial, outillant ces derniers de compétences à la fois culturelles et techniques pour qu'ils puissent bien comprendre le milieu socioculturel des CFMS dans lequel ils travailleraient. Il importe de noter que, dans notre échantillon, les personnes qui ont le plus bénéficié de ces ressources étaient d'origine française et avaient eu la chance de participer à des événements organisés par Destination Canada. Pour les personnes venues d'Afrique, résidentes permanentes ou réfugiées, les informations offertes avant le départ du pays d'origine et liées à l'entrepreneuriat étaient beaucoup moins importantes. Le lancement récent (automne 2019) de la plateforme en ligne [Passeport entrepreneurial Canada](#) du RDÉE Canada permettra peut-être de soutenir davantage les entrepreneurs immigrants francophones avant leur arrivée au Canada. Cette plateforme au visuel attrayant propose une documentation variée, présente les différentes étapes du parcours type des nouveaux entrepreneurs et offre des outils et des documents utiles au développement d'un projet entrepreneurial. Cette plateforme semble être en mesure de combler des lacunes relevées par les participants, qui ont déploré avoir été peu informés des possibilités ainsi que des limites sur les plans linguistique, technique et économique, avant leur arrivée au Canada. Cela pourrait s'avérer juste, à condition que ces informations soient plus largement diffusées lors de l'offre de services pré-départs et auprès des populations francophones de l'extérieur de la France qui sont éloignées des grands centres.

Nos entretiens et nos observations rappellent par ailleurs que les réseaux d'affaires de la francophonie canadienne gagneraient à être plus inclusifs pour la population immigrante et plus visibles par celle-ci. Par exemple, le [Club canadien de Toronto](#) ainsi que l'[Association des femmes d'affaires francophones](#) (AFAF) présentent actuellement de telles qualités, mais ces organismes sont situés exclusivement dans la région du Grand Toronto. De même, si la [Chambre de commerce francophone de Saint-Boniface](#) (Winnipeg) contribue étroitement au réseautage des gens d'affaires

francophones de sa région, peu d'entrepreneurs immigrants en font partie. Les personnes interrogées soulignent également dans leurs commentaires qu'il serait utile de créer des répertoires d'entreprises francophones ou encore d'améliorer les répertoires existants ou d'en assurer la visibilité, selon les régions visées. Il s'agit d'un désir qui est exprimé dans plusieurs témoignages émanant de participants de Toronto en particulier, sachant que la francophonie y est plus dispersée sur le plan géographique. À ce titre, le caractère circonscrit et francophone du quartier de Saint-Boniface présente de nombreux avantages pour les entrepreneurs francophones. Le fait d'avoir un « fichier d'entrepreneurs francophones » et une organisation qui facilite le maillage des entrepreneurs, en s'assurant d'inclure les personnes immigrantes et les femmes, permettrait aux nouveaux arrivants de créer plus de liens avec les propriétaires d'entreprises francophones de leur région, tout en facilitant le mentorat et les partenariats. À Toronto, ce besoin semble encore plus important. Il s'agirait de diffuser un tel répertoire à l'ensemble de la clientèle francophone locale, ce qui pourrait encourager l'investissement, la consommation de produits et le recours aux services offerts en français. Une telle démarche contribuerait à la vitalisation des communautés et à la valorisation de l'immigration au sein des CFSM. Des pratiques innovantes mises en œuvre dans d'autres provinces pour encourager l'entrepreneuriat immigrant ont été développées dans ce sens et pourraient être adaptées aux CFSM. Citons comme source d'inspiration le développement de l'application [ISANS Business Marketplace for Immigrant Owned Businesses](#) en Nouvelle-Écosse (géré par l'Immigrant Services Association of Nova Scotia), qui permet de recenser et de promouvoir les entreprises des nouveaux arrivants. En Outaouais, le [Réseau d'action des entrepreneurs multiculturels](#) (RAEM), un organisme à but non lucratif, travaille de concert avec les deux municipalités pour organiser chaque année la Foire interculturelle des entrepreneurs de Gatineau-Ottawa et pour mettre à l'honneur l'entrepreneuriat immigrant francophone de la région.

Enfin, plusieurs participants indiquent que leurs employés sont principalement francophones, et ce, même s'ils veulent promouvoir leurs services en anglais et joindre une clientèle bilingue. Ce choix est souvent explicitement motivé par la satisfaction du chef d'entreprise de pouvoir parler dans sa langue maternelle – ou dans sa langue officielle préférée – avec les membres du personnel qui lui sont les plus proches. Certains ajoutent même qu'ils partagent des référents culturels avec ces personnes et qu'ainsi, les attentes peuvent être mieux comprises, de part et d'autre. Ce type d'embauche peut être considéré comme une autre forme d'investissement dans la francophonie. De fait, plusieurs propriétaires de petites entreprises ont indiqué avoir besoin d'un soutien financier pour ce processus d'embauche, mais seules certaines participantes torontoises avaient bénéficié de prêts prévus à cet effet, ce qui a donné un nouvel essor à leur entreprise.

« On a quand même tendance à rester dans notre communauté. Donc j'ai deux personnes françaises qui travaillent avec moi pour les installations. »

« Sur beaucoup de pays, on a des databases qui sont divulguées [...] pour créer ce système d'entraide. [...] Mais ici, ce sont pas des choses qui sont accessibles, d'avoir des databases, etc. Mais quand on commence dans l'entreprise, c'est la première chose et ça donne énormément d'aide. »

6.3 Les spécificités de l'entrepreneuriat immigrant selon le genre et l'appartenance à une minorité visible

L'entrepreneuriat au féminin : entre l'occasion et le modèle à suivre

Pour de nombreuses participantes, être une entrepreneuse renvoie à la possibilité de vivre véritablement de leur passion, sans être dépendante d'une structure organisationnelle où leur niveau de salaire et les possibilités d'avancement seraient décidés par d'autres. Pour les femmes qui ne pouvaient se lancer en affaires dans leur pays d'origine, le contexte canadien, favorable à l'entrepreneuriat, représente aussi une véritable occasion de se réaliser professionnellement, une fois arrivées au Canada. Cet enthousiasme face au projet entrepreneurial s'inscrit dans le cadre des engagements pris récemment par le gouvernement du Canada envers l'entrepreneuriat féminin. Les témoignages des participantes se situent par exemple après la création du [Fonds pour les femmes en entrepreneuriat](#) (Innovation, Science et Développement Canada), annoncé dans le budget fédéral de 2018 et dans le cadre duquel 300 demandes ont été approuvées¹⁴. Au niveau provincial, les participantes ont également accès à des programmes de financement pour accroître la prospérité économique des femmes entrepreneuses, qui sont offerts par le [PARO Centre pour l'entreprise des femmes](#) (Nord de l'Ontario), le [Centre d'entreprise des femmes](#) (Manitoba) ou encore par la [Banque de développement du Canada](#) (BDC). Plus localement, des municipalités comme Ottawa mettent également l'emphase sur l'entrepreneuriat et en particulier sur l'entrepreneuriat immigrant, au moyen du pôle d'incubation et d'accélérateur [Investir Ottawa](#) et des Prix aux entrepreneurs immigrants d'Ottawa (depuis 2011). Si les occasions de soutien se multiplient pour les femmes désirant travailler à leur compte, les personnes interrogées sont toutefois loin d'être naïves face aux défis à surmonter. Leur vision positive de l'entrepreneuriat au féminin se trouve ainsi constamment confrontée aux difficultés liées à l'obtention de prêts et à la conjugaison de plusieurs rôles, que ce soit dans le cadre d'un autre emploi rémunéré ou de la charge d'enfants à la maison.

Réussir comme femme entrepreneuse immigrante et francophone renvoie aussi à la notion de pionnière, au besoin de tracer le chemin pour d'autres, afin de montrer l'exemple et de donner espoir aux prochaines cohortes. Ces témoignages nous invitent ainsi à considérer l'importance de promouvoir ces modèles et de les rendre plus visibles dans les structures de soutien à l'entrepreneuriat déjà existantes. Quelques participantes de Toronto ont ainsi soulevé le problème de la représentation des minorités visibles au sein d'incubateurs d'entreprises ou lors d'événements de réseautage entre professionnels. Ces dernières ne se reconnaissent pas toujours dans les modèles d'entrepreneuriat majoritaires proposés (entre autres le modèle masculin, blanc et anglo-saxon). Les personnes interrogées soulignent par ailleurs l'importance de retrouver leur propre histoire dans le parcours des personnes identifiées comme modèles. Il n'est pas banal de relever que quelques entrepreneuses ayant participé à cette étude étaient aussi des survivantes de la violence (de la violence domestique ou de la guerre). Savoir que d'autres femmes entrepreneuses ont vécu des traumatismes personnels et qu'elles sont passées par les mêmes étapes pour réaliser leur projet demeure une grande source d'inspiration pour les participantes. Plusieurs ont mentionné combien le fait d'assister à des événements organisés par le [Club canadien de Toronto](#), en particulier ceux animés par une conférencière immigrante, les avait inspirées et motivées. Les Prix Relève TO (qui s'étendent maintenant à toute la province de l'Ontario sous le nom de [Prix Relève ON](#) depuis 2019) sont aussi considérés comme une formidable occasion de réseauter et d'offrir une visibilité aux

¹⁴ À noter toutefois que l'un des critères d'admissibilité pour ce fonds est que l'entreprise doit être exploitée depuis au moins deux ans, donc il ne s'agit pas nécessairement d'un appui au démarrage d'entreprise. On met également un accent particulier sur les activités permettant de saisir des occasions d'affaires à l'étranger, ce qui ne rejoint pas nécessairement le développement d'entreprises plus locales, notamment dans un contexte de revitalisation des CFMS.

parcours d'entrepreneurs francophones, notamment aux parcours d'immigrants. Peu d'espace semble accordé à l'entrepreneuriat féminin et immigrant à Winnipeg, les femmes issues d'Afrique se sentant particulièrement isolées dans ces réseaux.

Toronto : « Mais bon si on regarde du côté positif, y'a plein de structures intéressantes ici, des banques qui aident les femmes, y'a des réseaux de femmes entrepreneuses, donc je dirais qu'être femme entrepreneuse à Toronto, c'est bénéficier d'un réseau plutôt pas mal en général. »

« Ma vision est de pouvoir inspirer autant de personnes en tant que femme immigrante, mère seule, y'a beaucoup qui pensent que c'est impossible pour nous d'y arriver, mais je veux leur faire comprendre que non, c'est possible. »

« Je me suis sentie intimidée parce qu'à chaque fois, je ne voyais que des Blancs, plus d'hommes, donc je me suis sentie intimidée, honnêtement. Je me disais, je vais jamais y arriver, à me faire un réseau et tout, donc j'ai arrêté d'aller à ces événements, ouais. »

Winnipeg : « Il y avait des événements de networking, mais j'étais la seule personne femme noire. Je me posais la question, pourquoi est-ce que les autres se joignent pas? Il n'y a pas d'entrepreneurs noirs? J'étais un peu confuse. Je me sentais un peu out of place. »

Toronto : « Relève TO, c'est un bon exemple de quelque chose qui marche, de rassembler différentes industries et de mettre en valeur les professionnels. [...] Ça a donné une certaine validité, comme un tampon de validité sur le fait que ce que je fais, c'est sérieux. »

Toronto : « Oasis a cette approche d'intervention féministe. Donc, c'est pas l'idée d'imposer à une femme "Ton projet va marcher ou va pas marcher", c'est à elle de s'en rendre compte, parce que de toute façon, tout au long du projet, elle va gagner en confiance, elle va acquérir des compétences, soit pour son entreprise, soit pour être dans l'emploi, soit pour autre chose. Et c'est ça que j'ai adoré. »

Le caractère genré ou ethnicisé des entreprises à l'étude

La gendérisation de certaines catégories professionnelles est un domaine largement investi dans les études féministes pour comprendre la concentration de femmes dans les emplois davantage reliés aux soins des autres (dans le domaine des services sociaux, des soins de santé ou de l'éducation). Par exemple, un rapport d'Industrie Canada indique que les entreprises appartenant à des femmes se concentrent dans les industries de services, « un secteur caractérisé par la présence de petites entreprises et par une croissance modérée » (2005, p. 8). Parmi les 23 répondantes à cette étude, force est de constater une prépondérance d'entreprises dans des secteurs d'activité à caractère plus genré, en particulier dans le domaine de la cuisine, du nettoyage, de la beauté et de la mode, de la décoration intérieure ainsi que de la garde d'enfants. On retrouve aussi parmi les personnes interrogées des consultantes et des accompagnatrices travaillant principalement à soutenir d'autres femmes dans leur projet entrepreneurial. Les petites entreprises qui permettent aux femmes de travailler de la maison, comme celles ayant pour objet la confection de pâtisseries ou de plats à domicile, sont aussi privilégiées pour conjuguer les coûts associés au démarrage d'entreprise et à la maternité. Travailler à la maison représente toutefois un défi dans la mesure où la concentration et l'espace nécessaires ne sont pas toujours au rendez-vous. L'accès à un local pour travailler ou pour tester ses produits – celui-ci offrant des possibilités de réseauter avec d'autres femmes entrepreneuses – demeure l'option la plus intéressante. Elle n'existe principalement que dans des structures privées et anglophones telles que les espaces de travail partagés dans les grands centres urbains, comme les espaces pour les travailleuses autonomes [Make Lemonade](#) (Toronto) et

Gem Space (Ottawa). Bien que ces formules ne proposent pas de services de garde, ce qui serait un atout selon les personnes interrogées, elles gagneraient à être développées dans un contexte communautaire francophone et à être offertes à l'extérieur des grands centres.

Une autre caractéristique des entreprises représentées dans cette étude est la présence de plusieurs entreprises mettant en avant des produits issus du pays ou de la culture d'origine. Plusieurs entrepreneurs interrogés mobilisent ainsi leur savoir-faire et leur savoir-être pour en faire profiter leur communauté d'accueil. On retrouve l'utilisation de textiles africains avec un style adapté aux besoins et aux réalités climatiques des Canadiens, des produits de beauté aux ingrédients parfois exotiques, des spécialités gastronomiques évocatrices d'une cuisine d'ailleurs ou encore un artisanat de haute qualité dont la réputation internationale sert de tremplin. Ces entreprises impliquent très souvent la collaboration de partenaires résidant à l'étranger, souvent dans le pays d'origine du propriétaire. Encourager ce type d'initiatives permet de renforcer des liens commerciaux à l'international et de contribuer au développement économique de communautés francophones, tant à l'échelle locale qu'internationale.

« Je travaille beaucoup avec un tissu du Mali parce que je suis originaire du Mali. Je fais des design qu'on peut pas vraiment retrouver, puis j'essaie de l'adapter. Par exemple ici en hiver, je vais faire des pulls, etc. »

« J'utilise le beurre de karité depuis la Côte d'Ivoire. C'est des choses naturelles chez nous. Mais arrivée ici, j'ai continué de l'utiliser parce que je trouvais pas quelque chose que j'aimais. Maintenant c'est toute une vague. Ça a pris. »

Le contexte migratoire : des parcours différenciés selon le genre et le statut d'immigration

Bien que les femmes entrepreneuses immigrantes ne soient pas toutes arrivées au Canada en compagnie d'un conjoint ou dans le cadre d'un rapprochement familial, il importe de noter que le choix d'immigrer au Canada, pour ces femmes, se trouve parfois motivé par la volonté du conjoint ou par une occasion sur le plan professionnel que ce dernier a voulu saisir. Ainsi, plusieurs témoignages illustrent le cas de femmes, souvent enceinte ou avec des enfants à charge, qui ont laissé leur carrière pour suivre leur époux. Une fois arrivées au Canada, les femmes torontoises interviewées qui occupaient un poste important dans leur pays d'origine ont dit avoir eu des difficultés à retrouver de telles situations à leur arrivée au Canada et avoir subi un déclassement professionnel. Les hommes interviewés à Toronto et à Ottawa, qui sont à l'origine de la migration pour des raisons professionnelles et qui ont immigré avec une conjointe, sont parfois eux aussi préoccupés par les difficultés qu'ont éprouvées leurs compagnes dans leur environnement de travail. Ils indiquent par exemple qu'elles ne font pas nécessairement un travail qu'elles aiment ou qu'elles trouvent épanouissant. Les plus jeunes entrepreneuses interrogées à Ottawa ont par ailleurs signalé avoir immigré en même temps que leurs parents au Canada ou les avoir rejoints ici, s'inscrivant donc dans un projet familial plutôt qu'individuel.

Femme : « C'était vraiment pas un choix, c'était mon mari qui avait une belle opportunité pour l'emploi. »

Femme : « Je suis venue les rejoindre, la seule solution, c'était de venir comme étudiante, et puis ils voulaient que j'étudie ici. »

Femme : « C'était très compliqué de trouver un job en fait. [...] On m'a dit clairement que j'étais un profil qui faisait peur. Donc du coup, très vite, je me suis lancée. J'ai créé une autre entreprise ici au bout de 4 mois. »

Lorsque les femmes se lancent en affaires, leur activité est parfois minimisée. Plusieurs femmes torontoises estiment ne pas recevoir assez de soutien de la part de leurs conjoints, leur travail étant parfois perçu plus comme « un hobby » que comme un véritable emploi rémunérateur. De fait, elles ont le sentiment que leur statut professionnel n'est pas aussi valorisé ou légitime sur le marché de l'emploi. Ces dernières trouvent alors appui dans leur communauté, en particulier auprès d'autres femmes entrepreneuses. « Solidarité » et « entraide » sont ainsi des termes qui reviennent fréquemment pour décrire l'environnement créé par un centre destiné aux femmes, comme Oasis (Toronto), qui ouvre des espaces de partage et de professionnalisation.

Enfin, les femmes interrogées qui sont arrivées seules et qui ont décidé de venir s'établir au Canada (avec ou sans enfants) se trouvent principalement dans deux catégories d'immigration : celle de travailleur temporaire détenant un Permis Vacances-Travail (des femmes plus jeunes, diplômées et sans enfants, en provenance de pays européens) ou celle de réfugiée (des femmes moins jeunes, issues de pays de l'Afrique subsaharienne). Parmi les 38 personnes sondées, on notera par ailleurs que cinq personnes, toutes issues des minorités visibles, sont arrivées avec le statut de réfugié (trois femmes et deux hommes). Leur parcours entrepreneurial est particulièrement difficile. Les entreprises de quatre d'entre elles sont toujours à la phase de démarrage et ces personnes ont même du mal à lancer leur projet, étant préoccupés par la régularisation de leurs papiers et manquant du financement adéquat.

Les principaux défis des mères entrepreneuses

Le fait d'être une femme entrepreneuse exacerbe les principaux problèmes relevés plus tôt, ceux-ci étant liés à un manque d'appui : un appui financier d'abord, puis un appui pour la garde d'enfants en contexte de travail. La moyenne des revenus déclarés par les participantes au sondage, et ce, peu importe leur niveau de scolarité, est de fait très basse (voir Annexe D), indiquant une situation plus vulnérable pour les femmes entrepreneuses. Les mères célibataires qui élèvent seules leurs enfants ne bénéficient pas du soutien financier d'un conjoint et se retrouvent dans des situations économiques encore plus précaires. Tel que précisé par la [Fondation canadienne des femmes](#), 21 % des mères célibataires élèvent leurs enfants dans la pauvreté au Canada et nombre d'entre elles sont issues des minorités visibles. Lorsque les participantes reçoivent un appui financier de leur conjoint (pour payer le loyer, la garderie, etc.), elles ont conscience de leur situation privilégiée, mais elles regrettent tout autant de ne pas avoir accès à de fonds de démarrage, autres que les fonds de leur conjoint ou leurs propres économies, pour se lancer en affaires. La question de l'autonomie financière demeure donc cruciale, peu importe la situation familiale des femmes entrepreneuses.

Le manque de soutien, tant sur les plans affectif que logistique, est particulièrement difficile à vivre et peut s'avérer rapidement décourageant pour les mères entrepreneuses. Il a un impact immédiat sur les activités de démarrage d'entreprise, par exemple lorsque les participantes ne sont pas en mesure d'assister à des événements professionnels. Des horaires incompatibles avec le rythme de la famille, les soirées ou les fins de semaine, l'absence de services de garde à domicile ou sur les lieux d'un événement professionnel, sont autant d'obstacles au réseautage et au développement d'entreprise des travailleuses autonomes. Les participantes résidant dans la région du Grand Toronto font particulièrement face à des tarifs exorbitants pour placer leurs enfants en garderie et ont rarement accès à des places subventionnées. Celles qui ont pu bénéficier de services de garde

offerts par l'organisme Oasis Centre de femmes ou par un incubateur d'entreprises anglophone de Toronto ont dit que cela avait fait toute la différence dans leur parcours d'entrepreneuse. De fait, un rapport de projet d'études réalisé pour Oasis en 2012, intitulé *Les défis du développement économique des femmes immigrantes francophones professionnelles sur le marché de l'emploi canadien*, fait état d'un constat similaire. Dans ses recommandations, il y est indiqué : « Il est primordial que les femmes qui se lancent en affaires aient accès à des services de garde accessibles et abordables pour alléger le fardeau de la conciliation de la vie familiale et des exigences du développement des affaires » (2012, p. 39). Le fait d'élargir cette offre de services de garde et d'appui aux mères entrepreneuses habitant à l'extérieur de Toronto et dans différents organismes offrant des services à l'entrepreneuriat s'inscrirait dans une démarche plus inclusive.

Femme : « Tu dois être aidée, surtout en tant que femme. Par exemple, moi je suis pas avec mon mari, je suis avec mes deux garçons. Mais tout ce côté-là [l'entrepreneuriat], j'ai mis de côté pour que je puisse prendre ce qui est accessible pour moi. Et puis, dans l'avenir, dans le futur, reprendre, essayer de trouver des opportunités pour ce domaine-là. »

Femme : « Aujourd'hui, je suis pas déficitaire et j'ai la chance, et c'est le point positif dans ma vie en tant qu'entrepreneuse, c'est que j'ai la chance d'avoir le père de mon fils, donc mon mari, qui assure un toit donc j'ai pas besoin aujourd'hui de faire suffisamment d'argent pour payer la maison. Et ça avec le prix du logement ici, je ne pourrais pas être entrepreneuse aujourd'hui si je devais gérer mon loyer. J'en suis pas du tout à ce stade-là. »

Femme : « Des mauvaises expériences, je te dirais, c'est vraiment mon entourage, beaucoup qui ont essayé de me décourager, de ne pas me lancer, en me disant que je n'allais jamais réussir, que je suis une minorité visible, que je suis une mère seule, que je suis une femme immigrante. »

« Quand il y a mon fils à la maison, je peux pas passer un coup de téléphone. Je suis pas à l'abri qu'il se mette à crier « Maman » et ça fait pas pro. [...] Pour certaines formations, y'avait un service de babysitting, et ça, ça change tout. »

« Mon plus gros défi en ce moment, je crois que c'est de travailler à temps plein, de gérer ma vie personnelle et de devoir dégager du temps sur mon entreprise. Mon fils a 6 ans et il a besoin de moi. [...] Les garderies, ça coûte déjà super cher. C'est jusqu'à 18 h, c'est clair que ça fait des journées super longues pour les enfants. Et après encore payer une babysitter derrière pour pouvoir ressortir et refaire des trucs, c'est une fois de temps en temps. [...] J'assiste pas beaucoup à des événements à cause de cette contrainte-là. »

7. Conclusion

Cette recherche a mobilisé environ une cinquantaine d'entrepreneurs immigrants et de parties prenantes impliquées auprès de ces personnes pour offrir des données inédites sur les particularités des parcours d'entrepreneuriat des personnes immigrantes francophones vivant en situation minoritaire, les femmes et les personnes appartenant à une minorité visible ayant fait l'objet d'une attention particulière.

Les acteurs communautaires et les organisations gouvernementales qui appuient cette population se soucient de la vitalité des CFSM et de l'intégration économique des immigrants depuis de nombreuses années. Leur engagement aura permis de développer plusieurs services à l'emploi en français, ceux destinés aux immigrants s'avérant beaucoup plus récents et moins complets. De même, plusieurs initiatives ayant pour objet de développer l'entrepreneuriat en français se raffinent peu à peu, mais les entretiens ont permis de constater des lacunes importantes dans ces appuis, ceux-ci devenant quasi inexistantes lorsqu'il est question de l'entrepreneuriat immigrant et de l'entrepreneuriat des femmes. En effet, bien que les communautés d'Ottawa et de Toronto mettent en œuvre quelques initiatives spécifiquement destinées à ces clientèles, celles-ci s'avèrent insuffisantes ou quasi inexistantes dans les autres CFSM, notamment à Winnipeg.

L'apport de l'entrepreneuriat immigrant francophone, celui au féminin en particulier, déborde pourtant largement la question du dynamisme économique des CFSM. Les modèles d'entreprises immigrantes francophones sont susceptibles non seulement de développer l'attachement et l'engagement des personnes immigrantes envers les CFSM, mais aussi de créer une ambiance plus inclusive au sein des institutions des CFSM et des activités qui s'y déroulent. Par ailleurs, les succès en entrepreneuriat peuvent s'appuyer sur des critères très variés – la performance économique, l'innovation, le rayonnement d'une localité, etc. – qui offrent de multiples occasions de susciter une fierté et une solidarité communautaires. Notons enfin que les entreprises dont les propriétaires sont des immigrants créent diverses formes de dynamiques et de traditions communautaires francophiles et francophones, par le biais des emplois créés, des services offerts, des lieux de rencontres créés, des objets fabriqués, etc.

Bref, comme en témoignent les récits analysés dans ce rapport, les raisons et les occasions d'appuyer l'entrepreneuriat immigrant francophone sont nombreuses. Les appuis offerts par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) à l'entrepreneuriat immigrant francophone s'avèrent rarissimes, ceux-ci prenant le plus souvent une forme indirecte, par l'entremise des services d'établissement par exemple. Innovation, Sciences et Développement économique Canada est le ministère fédéral ayant directement le mandat de développer l'entrepreneuriat, mais une réelle stratégie ciblant l'entrepreneuriat immigrant francophone demeure inexistante. De même, Femmes et Égalité des genres Canada met en œuvre certaines initiatives ayant pour objet l'entrepreneuriat au féminin, mais ce Ministère ne présente guère de stratégie ciblant spécifiquement l'entrepreneuriat des femmes immigrantes dans les CFSM.

Les recommandations qui suivent ont été formulées à l'intention d'IRCC dans la mesure où cette recherche a été commandée par ce Ministère. Cela dit, nous reconnaissons l'importance pour les ministères canadiens de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique ainsi que des Femmes et de l'Égalité des genres de travailler de concert avec IRCC pour contribuer de manière plus efficace à la vitalité des CFSM en appuyant l'entrepreneuriat immigrant. De manière générale, nous recommandons à IRCC de multiplier les collaborations avec les ministères susmentionnés et de coopérer plus étroitement avec ces derniers pour susciter l'engagement des CFSM, des organisations et des milieux d'affaires anglophones et francophones à l'égard de l'entrepreneuriat immigrant francophone.

8. Recommandations

Entamer un dialogue en vue d'appuyer le développement d'incubateurs et d'accélérateurs d'entreprises francophones à l'échelle régionale et pancanadienne, où les femmes et les minorités visibles sont activement impliquées.

Contexte. Les incubateurs appuient les entreprises dans les premières phases du démarrage. Les accélérateurs offrent plutôt du soutien aux entreprises peu développées. Partant de modèles différents, les soutiens offerts dans les deux cas renvoient notamment à du mentorat, à des ressources logistiques et à l'accès à des investisseurs. Dans le cas des accélérateurs, des espaces de bureau partagés peuvent être prévus également. Alors que dans les grandes villes des CFSM quelques ressources en français sont en place pour soutenir l'entrepreneuriat, celles-ci demeurent insuffisantes et ne s'inscrivent pas toujours dans une approche structurée de l'accompagnement. Considérant l'éloignement de certaines communautés francophones et la faible densité de leur population, il y aurait lieu de s'assurer que les pratiques des incubateurs et des accélérateurs d'entreprises permettent de joindre les personnes éloignées des grands centres. Dans l'ensemble, les expertises de ces incubateurs et de ces accélérateurs seraient plus étendues et plus diversifiées que les expertises actuelles, tout en étant plus concertées.

Par ailleurs, les dispositifs et les regroupements d'affaires actuels appuyant les entreprises francophones continuent d'être davantage investis par des hommes n'appartenant pas à des minorités visibles. À cet égard, des mesures positives devraient être prises pour assurer la présence des femmes, des personnes immigrantes et des personnes appartenant à une minorité visible au sein des dispositifs appuyant l'entrepreneuriat en français. D'autres mesures pourraient être intégrées aux incubateurs et aux accélérateurs d'entreprises pour faciliter l'accès de ces personnes aux ressources et aux activités, de même que pour contribuer à ce que ces dernières développent un sentiment de confiance et de compétence.

Il est recommandé d'entamer un dialogue avec le ministère Innovation, Sciences et Développement économique Canada et leurs agences en vue d'évaluer la pertinence et les modalités de mise en place d'un incubateur et d'un accélérateur d'entreprises francophone à l'échelle régionale et pancanadienne. Dans tous ces dispositifs, des mesures seraient adaptées aux réalités des immigrants et des femmes, et des places seraient réservées à ces deux groupes au sein des instances décisionnelles et organisationnelles.

L'incubateur et l'accélérateur d'entreprises d'envergure pancanadienne pourrait viser à stimuler l'innovation, à développer les compétences entrepreneuriales et à élargir la portée de l'entrepreneuriat au sein des CFSM. Cet incubateur et accélérateur pourrait être le lieu où les modèles de ressources et de pratiques prometteuses sont développés et mis à la disposition des régions. Les incubateurs et accélérateurs d'entreprises francophones de portée régionale pourraient être étroitement liés à l'instance pancanadienne de manière à maximiser le partage des ressources et de modèles de pratiques. La mise en place de ces dispositifs serait également l'occasion de réévaluer la manière dont les ressources en entrepreneuriat en français à l'extérieur du Québec peuvent être davantage concertées, visibles, promues et clairement présentées.

Collaboration. À l'échelon communautaire, le RDÉE Canada et ses membres constituent des partenaires incontournables. Les établissements postsecondaires de la francophonie canadienne pourraient tout autant être mobilisés pour assurer le maillage des expertises au sein des CFSM.

Évaluer la possibilité d'appuyer des projets exploratoires visant à soutenir l'entrepreneuriat immigrant francophone

Contexte. Chaque nouvelle étape de la vie d'une entreprise comporte des démarches uniques. C'est pourquoi les accompagnements à mettre en place et les ressources à partager devraient être personnalisés et devraient adopter des approches globales où chaque personne est soutenue tant sur les plans administratif que stratégique, relationnel, psychologique, linguistique et financier. Les compétences à développer lors de ces différentes étapes s'avèrent multiples : maîtrise d'argumentaires commerciaux et de l'anglais des affaires, utilisation des médias sociaux, acquisition de compétences culturelles, etc. Par ailleurs, les initiatives s'adressant aux personnes immigrantes sont pour la plupart orientées vers le démarrage d'entreprise. Il y aurait lieu d'appuyer d'autres étapes ou volets, par exemple la reprise d'entreprises, l'essor de l'économie solidaire ou la commercialisation. Dans tous les cas, l'efficacité des programmes destinés aux personnes en situation linguistique minoritaire est peu connue. Dans l'ensemble, les particularités des besoins de l'entrepreneuriat immigrant au sein des communautés francophones gagneraient à être soutenues d'une manière qui permette l'exploration d'approches novatrices et la mesure de leurs impacts.

Il est recommandé d'évaluer la possibilité d'appuyer la mise en place de projets exploratoires à l'intention des immigrants francophones souhaitant démarrer une entreprise ou en accélérer le développement afin que ces personnes puissent développer leurs compétences techniques et entrepreneuriales tout en bénéficiant d'un soutien global. Les projets exploratoires seraient encadrés de dispositifs permettant de préciser leurs impacts et les manières les plus porteuses d'appuyer ces clientèles.

Offrir des appuis à l'entrepreneuriat pour les femmes immigrantes francophones appartenant à des minorités visibles

Contexte. Les femmes continuent de faire face à des obstacles supplémentaires sur le plan de l'insertion professionnelle, notamment en raison de leur marginalisation liée au sexe, de leur situation familiale, de la précarité de leur situation socioprofessionnelle et de leur parcours migratoire. L'intersectionnalité des discriminations subies par les femmes immigrantes appartenant à des minorités visibles, notamment les femmes francophones possédant un statut de réfugiée, devraient être davantage reconnue au moyen de programmes adaptés. À ce titre, l'adoption de l'approche intersectionnelle du cadre ACS+ gagne à être davantage soutenue. En outre, des programmes directement destinés aux femmes comporteraient des avantages, puisqu'ils pourraient prévoir des mesures adaptées aux femmes, par exemple, sur les plans du réseautage, des subventions pour des services de garde ou des microcrédits.

Il est recommandé d'assurer une portion des investissements du programme pilote destiné aux nouvelles arrivantes issues de minorités visibles lancé par IRCC pour les francophones vivant à l'extérieur du Québec.

Le ministère IRCC pourrait également entamer un dialogue avec le ministère Femmes et Égalité des genres au Canada ainsi que le ministère Innovation, Sciences et Développement économique Canada en vue d'évaluer la pertinence et la manière d'appuyer l'entrepreneuriat des femmes francophones appartenant aux minorités visibles. Il s'agirait d'assurer la prise en charge des besoins particuliers des femmes et les modalités du développement d'un programme spécifiquement destiné aux femmes immigrantes des CFSM vivant à l'extérieur de Toronto.

Évaluer les possibilités de collaboration et les manières les plus porteuses d'offrir des appuis financiers à l'entrepreneuriat immigrant francophone

Contexte. Nos entretiens rappellent que l'accès restreint au financement et la connaissance limitée des possibilités existantes de financement constituent des freins à la viabilité des entreprises immigrantes. Pour les personnes maîtrisant peu l'anglais, la littérature rappelle que l'attitude discriminatoire des institutions traditionnelles et le manque de confiance des immigrants réduisent également les possibilités de financement. Les impacts et les modalités de succès de diverses initiatives – microfinancement chez Oasis, Fonds d'emprunt communautaire d'Ottawa – gagneraient à être mieux connues. Nos données suggèrent dans tous les cas que de conjuguer les possibilités de financement à des démarches pour développer la littératie financière s'avérerait porteur.

Il est recommandé d'évaluer les collaborations à mettre en place et les manières les plus porteuses d'offrir des petits fonds de démarrage ou des fonds permettant l'embauche de personnel dans différentes CFSM. L'octroi de tels fonds gagnerait à être arrimé à des ressources permettant le développement de la littératie financière propre au Canada.

Bibliographie

- Banque de développement du Canada. (2019, octobre). *Un monde d'entrepreneurs. Le nouveau visage de l'entrepreneuriat au Canada*.
- Carrier, C., et al. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat au féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. *HEC Montréal, Gestion*, 31, p. 36-50.
- Chiang, F., Low, A., et Collins, J. (2013). Two sets of Business Cards: Responses of Chinese Immigrant Women Entrepreneurs in Canada and Australia to Sexism and Racism. *Cosmopolitan Civil Societies Journal*, 5(2), p. 63-83.
- Chrysostome, E. (2010). The success factors of necessity immigrant entrepreneurs: In search of a model. *Thunderbird International Business Review*, 52(2), Mars/avril.
- Chrysostome, E. et Arcand, S. (2009). Survival of necessity immigrant entrepreneurs: An exploratory study. *Journal of Comparative International Management*, 12(2).
- Citoyenneté et Immigration Canada (CIC). (2006). *Plan stratégique pour favoriser l'immigration au sein des communautés francophones en situation minoritaire*. Document préparé par le Comité directeur Citoyenneté et Immigration Canada—Communautés francophones en situation minoritaire.
- Commissariat aux langues officielles (CLO) et Commissariat aux services en français de l'Ontario (CSF). (2014, novembre). *Agir maintenant pour l'avenir des communautés francophones : pallier le déséquilibre en immigration*. Rapport conjoint.
- Commissariat aux services en français de l'Ontario. (2018). *Se projeter. Se préparer. Rapport annuel 2017-2018*. Toronto, Ontario.
- Fondation canadienne des femmes. (2013, septembre). [Fiche d'information : Aider les femmes à sortir de la pauvreté](#).
- Fourot, A.-C. (2016). Redessiner les espaces francophones au présent : la prise en compte de l'immigration dans la recherche sur les francophonies minoritaires au Canada. *Politique et Sociétés*, 35(1), p. 25-48.
- Fourot, A.-C. (2014). *Typologie des capacités d'accueil des CFSM – Analyse comparée de la Colombie-Britannique et du Manitoba*.
- Gaudet, S. et Robert, D. (2018). *L'aventure de la recherche qualitative : du questionnement à la rédaction scientifique*. Ottawa, Les Presses de l'Université d'Ottawa.
- Gallant, N. (2007). Ouverture et inclusion identitaire en milieu francophone minoritaire : quand les immigrants sont la minorité de la minorité. *Nos diverses cités*, 3, p. 9-97.
- Grekou, J. L. et Huju, L. (2018). *Entreprises appartenant à des femmes au Canada*. Statistique Canada.
- Hou, F. et Wang, S. (2011). *Les immigrants et le travail indépendant*. No 75-001-X au catalogue de Statistique Canada.
- Hughes, K. (2006). Exploration Motivation and Success Among Canadian Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2), p. 107-120.
- Industrie Canada. (2005, mars). [Poursuivre sur notre lancée : un forum économique sur les femmes entrepreneuses](#). Rapport sommaire.
- Kaddouri, K. (2012). *Les défis du développement économique des femmes immigrantes francophones professionnelles sur le marché de l'emploi canadien*. Rapport de projet d'études pour Oasis Centre de femmes. Toronto, Ontario.
- Knight, C. (2015). *Les difficultés et les stratégies d'insertion en emploi des immigrants haïtiens dans la région d'Ottawa-Gatineau*. Thèse, Université d'Ottawa.
- Le, A. T. (2000). The determinants of immigrant self-employment in Australia. *International Migration Review*, 34(1), p. 183-214.

- Leung, D., Ostrovsky, Y. et Picot, G. (2018). *Le financement des entreprises appartenant à des immigrants au Canada*. Statistique Canada.
- Madibbo, A. (2008). L'intégration des jeunes immigrants francophones de race noire en Ontario : défis et possibilités. *Canadian Issues – Thèmes canadiens, Metropolis Atlantique*, p. 50-54.
- Mianda, G. (2019). Genre, langue et race : l'expérience d'une triple marginalité dans l'intégration des immigrants francophones originaires de l'Afrique subsaharienne à Toronto, Canada. *Francophonies d'Amérique*, (46-47), p. 18-55.
- Moon, Z. K. et al. (2014). Identification and Attenuation of Barriers to Entrepreneurship: Targeting New Destination Latino Migrants. *Economic Development Quarterly*, 28(1), p. 61-72.
- Mugwaneza, T. (2011). *Femmes immigrantes et insertion en emploi : parcours et analyse des trajectoires des Rwandaises dans la région d'Ottawa-Gatineau*. Thèse, Université d'Ottawa.
- Oasis Centre de femmes. (2015-2017). *Collaborer pour améliorer la préparation financière des femmes*. Étude des besoins.
- Osterwalder, A. et al. (2010). *Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers*. Éd. Wiley.
- Ostrovsky, Y. et Picot, G. (2018). *Les schémas de sortie et de survie des entrepreneurs immigrants : le cas des entreprises privées constituées en société*. Statistique Canada.
- Pezé, S. (2015). *L'épreuve. Proposition d'une catégorie descriptive pour l'analyse des phénomènes organisationnels*.
- Picot G. et Rollin, A.-M. (2019). *Entrepreneurs immigrants créateurs d'emplois : le cas des entreprises privées canadiennes constituées en société*. Statistique Canada.
- PRA. (2004, mars). *Évaluation de la capacité des communautés francophones en situation minoritaire à accueillir de nouveaux arrivants*. Rapport final. Étude réalisée pour le compte de la Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA) du Canada.
- Réseau de développement économique et d'employabilité. (2015). *Perceptions des employeurs des réseaux francophones à l'égard du recrutement et de l'intégration des nouveaux arrivants*. Rapport préparé par Brynaert, Brennan & Associés.e.s.
- Sall, L. (2019). Les politiques publiques d'immigration francophone en Acadie du Nouveau-Brunswick : entre incomplétude institutionnelle et succès symbolique. *Lien social et politiques*, (83), p. 7-17.
- SOCIUS. (2018). *Comprendre la portée, les enjeux et les possibilités de bonification des réseaux en immigration Francophone*. Rapport final soumis à Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada.
- Statistique Canada. (2017). *Immigration et diversité ethnoculturelle*. No 98-400-X2016194 au catalogue.
- Statistique Canada. (2018). *Immigration et diversité ethnoculturelle*. No 98-400-X2016196 au catalogue.
- Statistique Canada. (2018). [Série d'analyses de la population active immigrante. Les immigrants sur le marché du travail canadien : tendances récentes entre 2006 et 2017](#). No 71-606-X au catalogue.
- Toronto Region Board of Trade. (2019). *Fact Sheet on incomes and shelter*.
- The Conference Board of Canada. (2019). *Can't Go it Alone. Immigration Is Key to Canada's Growth Strategy*.
- Veronis, L. et Huot, S. (2018). *Explorer l'intégration des immigrants à travers l'engagement social dans divers sites communautaires francophones*. Rapport final – Les cultures de la participation.
- Veronis, L. et Huot, S. (2017). [Les espaces de rencontres : les expériences d'intégration sociale et culturelle des immigrants et réfugiés francophones dans les communautés francophones en situation minoritaire](#). Ottawa.

Annexe A : Guide d'entretien

Intégration et contexte actuel d'entrepreneuriat

Objectifs : Comprendre le contexte dans lequel l'entrepreneur ou le travailleur indépendant se trouve au moment de mener l'entretien. Comprendre l'effet de l'expérience d'immigrant francophone – ainsi que de minorité visible et de femme, le cas échéant – sur la situation actuelle d'entrepreneuriat.

1. Depuis quand travaillez-vous à votre compte (ou depuis quand vous êtes-vous lancé en affaires)?
 - À quelle étape se trouve votre entreprise selon vous? (Phase de démarrage, phase opérationnelle, phase d'entreprise établie)
2. Occupez-vous d'autres emplois en plus de votre entreprise? Si oui, quels sont-ils?
3. Selon vous, que signifie être un « entrepreneur »?
 - Comment vous situez-vous par rapport à ce terme? Pourquoi?
 - Vous reconnaissez-vous dans celui-ci? En utilisez-vous un autre qui vous ressemble davantage? Lequel (le cas échéant)? Pourquoi?
 - Et que signifie être un entrepreneur ou un travailleur autonome dans le contexte local où vous vous trouvez? (Ville, province, communauté linguistique)
 - Pour être entrepreneur dans le contexte actuel où vous vous trouvez, quelles sont les qualités indispensables qu'il faut posséder selon vous? Pourquoi?

Cheminement vers l'entrepreneuriat et qualifications

Objectifs : Comprendre les motivations ayant poussé l'entrepreneur ou le travailleur indépendant à faire ce choix de carrière professionnelle. Comprendre les défis liés à ce cheminement pour des entrepreneurs immigrants francophones, des minorités visibles et des femmes, notamment vis-à-vis de la culture entrepreneuriale de la société hôte.

4. Qu'est-ce qui vous a poussé à vous lancer en affaires?
 - Quelles sont les raisons / les motivations qui vous ont incité à démarrer votre entreprise?
 - Veuillez préciser si des projets de carrières ont été modifiés dû à des exigences du marché du travail canadien.
5. Selon vous, quelles ont été vos difficultés les plus importantes au moment de vous lancer en affaires ou de commencer à travailler à votre compte?
 - Pouvez-vous nous parler des conditions de financement qui vous ont permis de vous lancer en affaires? Avez-vous bénéficié de prêts au Canada?
 - Avez-vous eu accès à des services de garde pour vos enfants (le cas échéant)?
6. Quelles compétences avez-vous dû acquérir pour vous lancer en affaires ou pour travailler à votre compte?
 - De quelles qualités ou compétences actuellement utiles pour votre entreprise disposiez-vous avant d'immigrer au Canada selon vous?
 - Quelles compétences avez-vous dû acquérir une fois que vous avez eu ce projet entrepreneurial?
 - Quelles qualifications, quelles formations ou quels diplômes étaient nécessaires pour faire votre travail?

7. Quelles formations avez-vous suivies pour votre projet d'entreprise ou pour vous perfectionner au Canada?
 - Avez-vous suivi une formation linguistique (EN/FR)? Des ateliers de formation sur l'entrepreneuriat offerts par des organismes locaux? Des séances d'accompagnement en groupe ou individuelles?
 - Participez-vous également à des événements d'associations professionnelles? Des conférences ou des expériences de réseautage?
8. Les formations que vous avez suivies étaient-elles offertes en français? Pourquoi les avoir choisies plutôt que d'autres?
 - Où les avez-vous suivies?
 - Étaient-elles accessibles? Utiles?
 - Comment auraient-elles pu être améliorées selon vous?
9. Quels diplômes avez-vous?
 - Quels diplômes postsecondaires avez-vous obtenus (de manière chronologique)?
 - Pour chaque diplôme ou titre obtenu, précisez : le domaine d'études, le niveau d'études, le lieu, l'année, la langue des études.
 - Avez-vous été formé dans un établissement postsecondaire au Canada?
10. Comment ces diplômes et ces formations ont-ils été utiles au moment de vous lancer en affaires au Canada?

Travail autonome / entrepreneuriat, relations de travail et langue de travail

Objectifs : Comprendre quelle place occupe la langue française dans le quotidien des entrepreneurs immigrants francophones. Comprendre la nature des relations et des défis vécus par les immigrants francophones lors de leur adaptation au monde entrepreneurial au Canada, incluant la perspective des minorités visibles et des femmes.

11. Quelle est la langue que vous utilisez le plus souvent au travail?
 - Quelle est la langue que vous utilisez le plus souvent pour communiquer avec vos clients?
 - Et avec vos employés?
12. En général, quelle est votre relation avec le français?
 - Si ce n'est pas votre langue maternelle, où et quand avez-vous appris cette langue?
13. Selon vous, quelles compétences linguistiques doit avoir un entrepreneur pour réussir ici?
 - Jugez-vous que vos compétences linguistiques en anglais étaient (ou ont été) un atout ou, au contraire, un problème pour vous lancer en affaires? Expliquez.
14. Quels obstacles avez-vous rencontrés depuis que vous travaillez à votre compte?
 - Ces obstacles vous semblent-ils avoir été causés par un manque de sensibilité culturelle?
 - Ou par discrimination (racisme, sexisme, francophobie, etc.) du fait que vous êtes francophone? Une minorité visible? Une femme?
15. Comment qualifiez-vous l'ambiance ou l'environnement de travail en ce qui a trait aux immigrants francophones et/ou aux femmes et/ou aux minorités visibles?
 - Comment qualifiez-vous votre relation avec vos employés (le cas échéant)?
 - Comment décririez-vous votre relation avec vos partenaires en entreprise (le cas échéant)?
 - Comment décririez-vous votre relation avec vos clients?

16. Qu'avez-vous dû faire pour vous adapter à votre environnement de travail?
- Par exemple : au niveau de la terminologie dans le monde de l'entreprise, de la communication des émotions, de la communication avec les employés, avec les partenaires ou avec les clients, etc. Expliquez.
 - Quelles initiatives de votre entourage lors de l'établissement (organismes et réseaux communautaires, associations professionnelles, etc.) vous ont aidé à vous adapter?
 - Pensez-vous à d'autres ressources qui auraient pu vous être utiles pour vous aider dans votre projet ou pour donner à votre entreprise un autre essor?

Projet migratoire

Objectifs : Comprendre le parcours migratoire avant l'arrivée au Canada et après l'arrivée au Canada. Comprendre les enjeux et les facteurs facilitants de ce parcours ainsi que son articulation avec le projet entrepreneurial. Comprendre la relation des catégories d'immigration avec le trajet professionnel des immigrants et travailleurs autonomes francophones.

17. Dans quelles circonstances avez-vous entamé vos démarches pour vous établir au Canada?
- Qu'est-ce qui vous a motivé à venir au Canada?
 - Comment avez-vous entendu parler des politiques d'immigration du Canada?
18. Êtes-vous arrivé au Canada comme résident permanent ou temporaire?
- Si permanent : était-ce par le biais de l'immigration économique, du regroupement familial ou comme réfugié?
 - Si temporaire : étiez-vous un travailleur, un étudiant, un visiteur?
19. Quelles ont été les activités immédiates suivant votre arrivée au Canada qui vous ont été les plus utiles pour intégrer le marché du travail?
- Quelles autres activités suivant votre arrivée au Canada auraient pu vous être utiles?
20. Si vous avez vécu dans d'autres provinces ou territoires que celui ou celle où vous vivez en ce moment, qu'est-ce qui vous a amené à changer de province?

Annexe B : Questionnaire d'informations sociodémographiques

Objectifs : Ce questionnaire pour la collecte d'informations sociodémographiques sera envoyé par courriel à l'interviewé avant la rencontre. Il est en complément des questions plus approfondies qui seront posées, en personne, lors de l'entretien semi-dirigé.

1. Quel est l'emploi principal que vous occupez en ce moment?
Précisez votre titre ou votre statut :
2. Quel est le nom de votre entreprise?
3. Employez-vous des personnes?
 - a) Oui
 - b) Non
4. Si oui, combien d'employés avez-vous?
5. Avez-vous des partenaires dans votre entreprise?
 - a) Oui
 - b) Non
6. Où travaillez-vous? (À domicile, dans un bureau à l'extérieur, dans un bureau partagé ou « co-working », etc)
7. Veuillez indiquer votre genre :
 - a) Femme
 - b) Homme
 - c) Préfère ne pas répondre
8. Dans quel groupe d'âge vous situez-vous?
 - a) Entre 18 et 29 ans
 - b) Entre 30 et 39 ans
 - c) Entre 40 et 49 ans
 - d) Entre 50 et 64 ans
 - e) 65 ans ou plus
9. Quelle est votre langue maternelle?
 - a) Français
 - b) Anglais
 - c) Autre:
10. Dans quelle langue officielle êtes-vous le plus à l'aise?
 - a) Français
 - b) Anglais
 - c) Les deux
11. Dans quel pays êtes-vous né?
12. Dans quel pays avez-vous vécu?
13. Depuis combien d'années vivez-vous au Canada?
14. Quel est votre statut aujourd'hui ?

15. Citoyen canadien
- a) Résident permanent
 - b) Résident temporaire – étudiant
 - c) Résident temporaire – travailleur
16. Avez-vous toujours habité la province actuelle?
- a) Oui
 - b) Non
17. Si non, dans quelles autres provinces avez-vous vécu?
18. Êtes-vous une minorité visible?
- a) Oui
 - b) Non
19. Considérez-vous que votre situation financière avant votre arrivée au Canada était :
- a) Très bonne
 - b) Bonne
 - c) Passable
 - d) Mauvaise
20. Considérez-vous que votre situation financière personnelle actuelle est :
- a) Très bonne
 - b) Bonne
 - c) Passable
 - d) Mauvaise

Annexe C : Données sur l'immigration au Canada

Tableau 3 : L'immigration dans la population active totale

A	B	C	D	E	F	G	H	I
	Population francophone	Population totale	Population immigrante francophone	Population immigrante	Population francophone dans la population totale	Population immigrante francophone dans la population immigrante	Population immigrante dans la population totale	Population immigrante francophone dans la population francophone
Canada moins QC	885 195	22 008 735	119 295	6 147 490	4,0 %	1,9 %	27,9 %	13,5 %
T.N.L.	2 060	437 935	295	10 890	0,5 %	2,7 %	2,5 %	14,3 %
Î.P.É.	4 155	117 050	190	7 930	3,5 %	2,4 %	6,8 %	4,6 %
N.-É.	26 285	774 745	1 420	51 895	3,4 %	2,7 %	6,7 %	5,4 %
N.-B.	202 375	620 395	4 100	30 475	32,6 %	13,5 %	4,9 %	2,0 %
Ont.	471 415	11 038 440	76 940	3 704 825	4,3 %	2,1 %	33,6 %	16,3 %
Man.	35 240	1 001 310	3 540	205 175	3,5 %	1,7 %	20,5 %	10,0 %
Sask.	12 710	857 300	1 565	97 580	1,5 %	1,6 %	11,4 %	12,3 %
Alb.	69 770	3 206 045	15 880	783 445	2,2 %	2,0 %	24,4 %	22,8 %
C.-B.	58 270	3 870 380	15 060	1 246 820	1,5 %	1,2 %	32,2 %	25,8 %
Territoires	2 940	85 140	290	8 465	3,5 %	3,4 %	9,9 %	9,9 %
Ottawa - partie Ont.	144 525	807 620	24 005	208 695	17,9 %	11,5 %	25,8 %	16,6 %
Toronto	81 515	4 879 095	38 675	2 601 310	1,7 %	1,5 %	53,3 %	47,4 %
Winnipeg	23 845	629 375	3 010	164 975	3,8 %	1,8 %	26,2 %	12,6 %

Nota : Si la proportion d'immigrants dans la population francophone était comparable à celle des immigrants dans la population totale, les pourcentages des colonnes F et G seraient similaires, ainsi que les pourcentages des colonnes H et I. Des pourcentages moins élevés des colonnes G (comparés à F) et I (comparés à H) indiquent un déficit d'immigrants dans la population francophone par rapport à la proportion d'immigrants dans la population totale de la province, du territoire ou de la région.

Statistique Canada (2019). Tableau de données, Recensement de 2016. Produit no 1b_4069646

Tableau 4 : Principaux lieux de naissance de la population active immigrante

	Amérique		Europe		Afrique		Asie	
	Total	Francophones	Total	Francophones	Total	Francophones	Total	Francophones
Canada moins QC	14,6 %	16,9 %	23,8 %	29,0 %	6,6 %	38,3 %	54,0 %	15,6 %
T.N.L.	19,3 %	9,5 %	32,3 %	48,4 %	11,0 %	35,8 %	36,8 %	2,1 %
Î.P.É.	19,8 %	22,2 %	33,9 %	46,7 %	4,2 %	18,5 %	41,8 %	17,0 %
N.-É.	20,1 %	18,2 %	36,8 %	40,7 %	7,4 %	23,8 %	34,6 %	16,3 %
N.-B.	30,9 %	42,6 %	31,2 %	23,4 %	8,4 %	26,8 %	28,6 %	6,9 %
Ont.	16,9 %	17,6 %	25,5 %	26,6 %	6,3 %	38,8 %	51,0 %	16,9 %
Man.	14,7 %	7,5 %	21,6 %	29,5 %	7,7 %	56,9 %	55,7 %	6,3 %
Sask.	9,9 %	7,3 %	19,4 %	21,7 %	8,8 %	55,9 %	61,2 %	15,4 %
Alb.	12,5 %	15,8 %	20,5 %	21,7 %	11,0 %	50,8 %	54,7 %	11,5 %
C.-B.	9,3 %	10,7 %	21,3 %	50,8 %	3,7 %	19,4 %	63,1 %	18,5 %
Territoires	13,7 %	8,0 %	28,8 %	39,0 %	10,5 %	32,0 %	45,5 %	25,0 %
Ottawa - partie Ont.	16,4 %	27,7 %	23,9 %	16,4 %	14,2 %	40,6 %	45,0 %	15,2 %
Toronto	16,1 %	12,1 %	20,2 %	29,3 %	5,9 %	39,0 %	57,5 %	19,5 %
Winnipeg	10,2 %	7,2 %	18,4 %	25,8 %	8,5 %	60,9 %	62,6 %	6,2 %

Statistique Canada. 2017. Tableau de données, Recensement de 2016. Produit no 98-400-X2016086

Annexe D : Informations sociodémographiques des personnes immigrantes propriétaires d'entreprise interrogées

Tableau 5 : Caractéristiques du revenu des personnes dont l'entreprise est la principale source de revenu

Revenu	Population totale		Femme		Minorité visible	
0 – 14 999 \$	7	35 %	5	38 %	4	33 %
15 000 \$ – 29 999 \$	6	30 %	4	31 %	3	25 %
30 000 \$ – 49 999 \$	5	25 %	3	23 %	4	33 %
50 000 \$ – 74 999 \$	1	5 %	0	0 %	0	0 %
Plus de 100 000 \$	1	5 %	1	8 %	1	8 %
Sans objet	3	–	–	–	–	–

Tableau 6 : Caractéristiques du revenu et des études

Revenu	Diplôme collégial ou inférieur		Baccalauréat ou études universitaires de premier cycle		Maîtrise	
14 999 \$ et moins	5	63 %	6	55 %	8	50 %
15 000 \$ - 29 999 \$	0	0 %	3	27 %	4	25 %
30 000 \$ et plus	3	38 %	2	18 %	4	25 %

Tableau 7 : Caractéristiques de la situation professionnelle en comparaison aux autres Canadiens dont les études et les expériences de travail sont similaires

Situation professionnelle	Population totale		Femmes		Minorités visibles	
Moins bonne	15	39 %	10	40 %	11	46 %
Comparable	14	37 %	8	32 %	7	29 %
Meilleure	2	5 %	2	8 %	1	4 %
Ne sais pas	7	18 %	5	20 %	5	21 %

Figure 1 : Pays de naissance

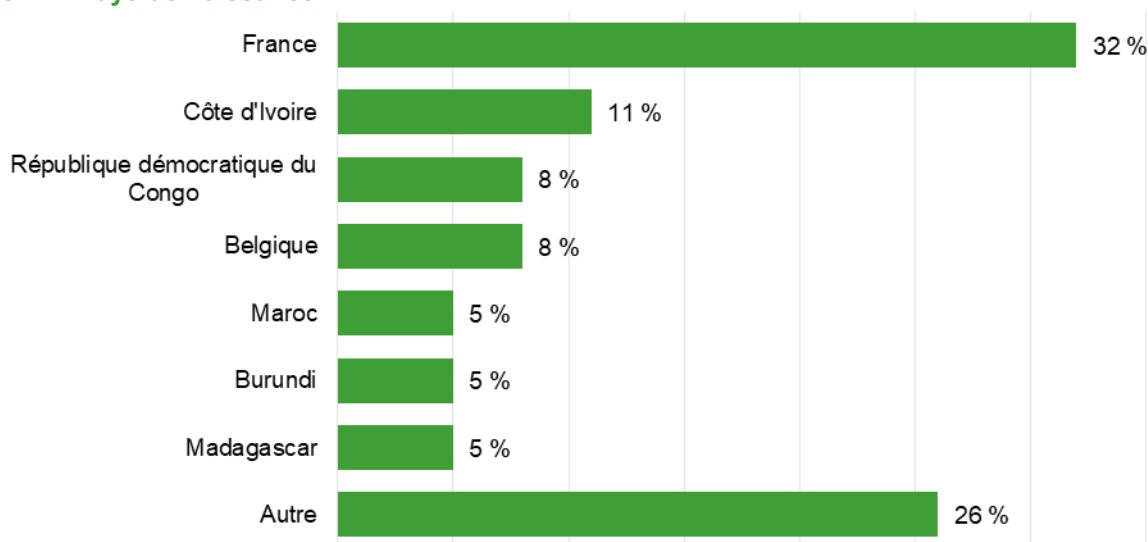


Figure 2 : Sexe

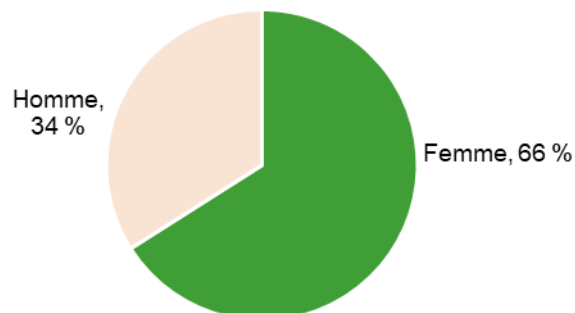


Figure 3 : Nombre d'années au Canada

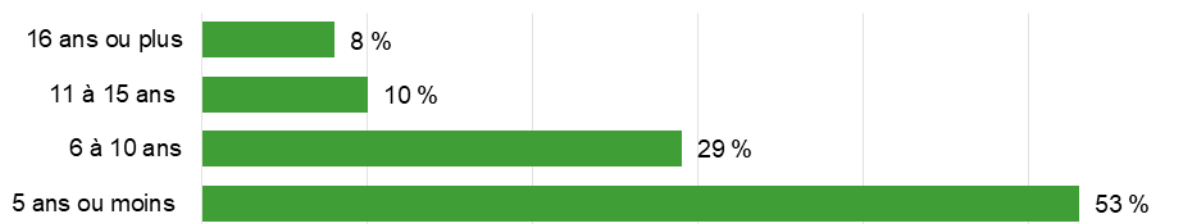


Figure 4 : Stade d'entreprise



Figure 5 : Langue maternelle

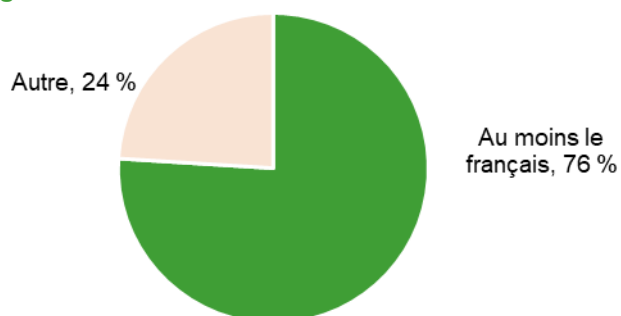


Figure 6: Langue officielle préférée

