

L'actualité.com

Publié sur *L'actualité* (<http://www.lactualite.com>)

Le goût d'entreprendre

Par Jean-Benoît Nadeau
(7 Janvier 2011)

Les entrepreneurs, ça se cultive comme les bons joueurs de hockey. Il faut des jeunes prêts à s'entraîner. Il faut aussi des parents et des bénévoles prêts à se lever tôt, de petites ligues, des patinoires, des partisans, la radio, la télé.

Le Québec forme bien ses hockeyeurs. Pas autant ses entrepreneurs. Il y a moins de jeunes qui veulent entreprendre qu'ailleurs, et moins de Québécois à les encourager.

Ce constat est tiré de trois études de la Fondation de l'entrepreneurship: L'indice entrepreneurial québécois 2009 (reprise en 2010) et Portrait entrepreneurial canadien 2010. Leurs conclusions ? Non seulement les Québécois sont moins susceptibles de lancer une entreprise (5,1 % des Québécois contre 10,1 % des Canadiens), mais ils sont moins enthousiastes lorsqu'il s'agit d'entamer des démarches dans le but d'en lancer une (3,6 % contre 4,8 %) et presque moitié moins nombreux à affirmer qu'ils ont l'intention d'entreprendre (6,9 % contre 11,2 %). (Voir le tableau.)

« L'idée du Québécois entreprenant est un mythe », dit Mario Girard, PDG de la Fondation de l'entrepreneurship. Et pourtant, une pépinière entrepreneuriale bien fournie a des retombées plus stratégiques que la formation d'une équipe de hockey. Plus il y a de « pee-wees » qui tentent le coup, plus les chances que certains se rendent dans les grandes ligues augmentent. Des multinationales comme Bombardier et Couche-Tard n'étaient à l'origine qu'un garage ou un dépanneur !

Pour pallier le manque de relève, Mario Girard et son équipe ont lancé le programme Communautés entrepreneuriales. Des projets-pilotes sont déjà en marche dans la MRC de Lotbinière, à Shawinigan, en Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, en Estrie, à Sorel et à Rouyn-Noranda.

Ce programme consiste à mettre en relation élus, gens d'affaires, chambres de commerce, organismes d'aide et de financement, écoles. Le but : les amener à repérer, former, conseiller, encourager et financer les champions économiques de demain - comme au hockey.

« Communautés entrepreneuriales ne coûte presque rien. Toutes les structures de financement et de soutien privées et publiques sont déjà en place », dit Mario Girard, selon qui il ne manque souvent que l'étincelle. « Dans bien des collectivités, les principaux acteurs ne se sont jamais réunis pour se demander comment stimuler la culture entrepreneuriale ! »

À Shawinigan, c'est la commission scolaire de l'Énergie qui a décidé de participer au programme Communautés entrepreneuriales. Plus précisément Denis Morin, directeur-conseil en entrepreneuriat à la commission scolaire et directeur du Centre d'apprentissage et de formation en entrepreneuriat. Il fait un peu figure d'« entraîneur-chef ».

[SUITE DE L'ARTICLE >>](#)

Le processus entrepreneurial dans l'ensemble de la population du Canada (2010)

	Canada	ALB.-C.-B.	MAN.-SASK.	ONT.	QC	PROV. ATL.
Intention d'entreprendre	11,2 %	16,9 %	10,5 %	11,1 %	6,9 %	8,8 %
Démarches de création en cours	4,6 %	6,1 %	3,5 %	4,8 %	3,6 %	3,1 %
Propriétaires d'entreprise	10,1 %	13,2 %	12,5 %	11,4 %	5,1 %	7,4 %
Fermetures	6,7 %	8,5 %	7,9 %	6,4 %	5,5 %	5,5 %

(Source: *Portrait entrepreneurial canadien 2010*)

<!-- pagebreak -->

Denis Morin a d'abord demandé à la Fondation de l'entrepreneurship d'établir l'indice entrepreneurial de sa région. Fort de cette information, il a réuni, en juin 2009, les élus, les leaders économiques et les dirigeants d'organismes de financement. « Ils ont été estomaqués par le portrait réel de la culture entrepreneuriale de notre région, qui se classe systématiquement sous la moyenne québécoise pour tous les indices étudiés », dit-il. Puis, il les a convaincus de s'organiser pour accomplir ce qui se fait spontanément en Beauce, à Rivière-du-Loup ou à Drummondville, où la culture entrepreneuriale est forte.

« La nouveauté de notre programme, c'est que nous orientons les acteurs vers des cibles mesurables grâce à nos études », dit Jessica Grenier, directrice au conseil et au développement de la Fondation. Par exemple, à Shawinigan, une des 10 cibles est d'augmenter le taux d'« intention d'entreprendre » de 5,3 % à 8 % en trois ans, et à 10 % en cinq ans. Autre cible : faire passer la proportion d'élèves participant à des activités entrepreneuriales à l'école de 8 % à 20 % d'ici quatre ans.

« Changer une culture exige des années », dit Jessica Grenier. L'erreur à ne pas commettre, selon elle, est de multiplier trop vite les conférences d'entrepreneurs ou les visites d'entreprises destinées aux élèves sans avoir préparé le terrain. Dans Lotbinière, des minicolloques sur la culture entrepreneuriale s'adressaient aux « têtes de réseau » (écoles, chambre de commerce, centres d'emploi, caisses pop). En outre, 250 enseignants du primaire ont reçu une formation qui visait à démystifier l'entrepreneuriat. Enfin, l'hebdo local, *Le Peuple Lotbinière*, a publié 12 portraits d'entrepreneurs de la région.

Un autre colloque était destiné à une soixantaine d'élus de la MRC. Car bon nombre de ceux-ci rêvent de grands investissements publics ou privés, sans penser qu'ils ont un rôle à jouer pour entretenir la fibre entrepreneuriale.

« Au lieu d'attendre le messie, dit Denis Morin, nous allons la créer, notre propre richesse. »

URL source: <http://www.lactualite.com/economie/le-gout-dentreprendre>