

19th CCSBE Annual Conference, Halifax, Nova Scotia, 2002
19e Colloque du CCPME, Halifax, Nouvelle-Écosse, 2002

**ENTREPRENEURS NAISSANTS AU CANADA: LA DÉMARCHE DES DEUX
PREMIÈRES ANNÉES**

**CANADIAN NASCENT ENTREPRENEURS: THE FIRST TWO YEARS OF THE
PROJECT**

AUTEURS :

Dr. Yvon Gasse

Faculté des sciences de l'administration, Université Laval, Sainte-Foy, PQ, Canada G1K 7P4
Tel.: 418 656 7960, Fax: 418 656 2624, yvon.gasse@mng.ulaval.ca

Dr. Monica Diochon

Department of Business Administration, St-Francis Xavier University, Antigonish, Nova Scotia,
Canada B2G 2W5 Tel: 902 867 5412, Fax: 902 867 5385, mdiochon@stfx.ca

Dr. Teresa V. Menzies,

Faculty of Business, Brock University, St. Catharines, Ontario, Canada L2S 3A1
Tel: 905 688 5550 x 4118, Fax: 905 984 4188, tmenzies@brocku.ca

Yvon Gasse est professeur titulaire d'entrepreneuriat à la Faculté des sciences de l'administration de l'Université Laval, Québec, Canada et aussi directeur du Centre d'entrepreneuriat et de PME. Ses champs de recherche se situent surtout dans les domaines des caractéristiques et prédispositions des entrepreneurs, de la gestion stratégique des PME, ainsi que les nouvelles technologies dans les petites firmes.

Monica Diochon est professeur adjoint à la Schwartz School of Business and Information Systems de St. Francis Xavier University, Nouvelle-Écosse, Canada. Ses deux domaines de recherche sont : l'émergence des entrepreneurs individuels, en particulier dans les régions rurales ; l'utilisation des technologies de l'information dans les petites entreprises.

Teresa Menzies est professeur adjoint à Brook University de St. Catharines, Ontario, Canada. Ses recherches comprennent le processus entrepreneurial et la naissance des nouvelles entreprises, l'entrepreneuriat ethnique, et la formation entrepreneuriale chez les étudiants en génie.

**ENTREPRENEURS NAISSANTS AU CANADA: LA DÉMARCHE DES DEUX
PREMIÈRES ANNÉES**

**CANADIAN NASCENT ENTREPRENEURS: THE FIRST TWO YEARS OF THE
PROJECT**

RÉSUMÉ

Cet article fait état des résultats d'une étude longitudinale sur les entrepreneurs canadiens impliqués dans le démarrage d'une entreprise (entrepreneurs naissants). Un échantillon de 109 entrepreneurs ont été appelés lors d'un suivi, 24 mois après avoir été contactés une première fois, alors qu'ils s'activaient sur leur projet. Dans l'ensemble, il s'agit d'entrepreneurs dans le début de la quarantaine ayant une dizaine d'années d'expérience dans le domaine de leur entreprise, et qui en sont à leur première tentative de création d'entreprise. L'entrepreneur a créé son entreprise seul, avec peu d'aide et de ressources. L'entreprise créée est dans le domaine des services, a peu d'employés et exige en moyenne 37 heures par semaine à son propriétaire. Les opérations se résument à offrir un produit ou un service à une clientèle au niveau local.

ENTREPRENEURS NAISSANTS AU CANADA: LA DÉMARCHE DES DEUX PREMIÈRES ANNÉES¹

RÔLE DES PME ET DES ENTREPRENEURS

Le rôle économique des PME est maintenant bien connu. De nombreuses études, dont celles de l'OCDE (1998) ont démontré l'influence déterminante des PME dans l'économie locale et régionale.

Élément dynamisant

Les PME dynamisent le milieu par la création d'emplois, l'exploitation des ressources, l'utilisation des talents et de la créativité des personnes, l'émulation auprès de la population, surtout auprès des jeunes, la diversification et la complémentarité des entreprises, petites et grandes, assurant ainsi une certaine stabilité et une meilleure pérennité des économies locales et régionales.

Ainsi, dans la majorité des pays industrialisés, l'entreprise nouvellement créée depuis moins de trois ans et ayant moins de 100 employés à son actif, serait responsable de 80% des nouveaux emplois au cours des vingt dernières années (OCDE, 1997). Au Canada, la PME (moins de 100 employés) représentent plus de 60% du PIB et de 50% de la main d'œuvre active (Picot et Dupuis, 1996).

L'entrepreneur, acteur clé

Or, la création et le développement des nouvelles entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus. Les entrepreneurs initient une démarche de mobilisation et d'organisation des

¹ Les auteurs remercient le CCSBE/CCPME, Industrie Canada et le CRSH pour leur soutien financier.

ressources dans le but de lancer, puis de développer des entreprises qui viendront combler des besoins. Par ailleurs, l'entrepreneur, pour réussir, devra compter sur un milieu facilitateur, autant pour la faisabilité technique et commerciale de son projet que pour la perception de sa désirabilité.

Période cruciale

Ces éléments sont particulièrement importants puisque de nombreuses statistiques tendent à démontrer que près de 60% des nouvelles entreprises ne franchissent pas le cap des trois premières années d'existence. Même s'il ne s'agit pas à proprement parler toutes de faillites, il est clair que les premières années sont cruciales pour la réussite de la nouvelle entreprise.

Il existe encore très peu d'études approfondies sur la trame de la création et du développement des entreprises au cours de leurs premières années d'opération. Pour celles dont nous disposons, il s'agit surtout d'études partielles qui portent sur certains éléments particuliers du processus entrepreneurial et qui font appel à des informations historiques et à des compte-rendus rétrospectifs de la part des acteurs ou de certains observateurs. L'étude présentée ici veut remédier jusqu'à un certain point à cette lacune.

CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Étude internationale

Cette étude fait partie d'une vaste initiative de 111 chercheurs en provenance de 32 organisations universitaires et de recherche de dix pays, dont le Canada, regroupés dans une association appelée « Entrepreneurship Research Consortium » (ERC). Depuis 1996, cette association a permis aux chercheurs participants de définir les objectifs et les paramètres de l'étude, de développer une démarche méthodologique commune et d'élaborer des instruments de

recherche utilisables par l'ensemble (Pour une description détaillée de l'historique et des activités de cette association internationale, voir Reynolds, 2000).

Objectifs

En fait, les objectifs de ce projet d'envergure sont de mieux comprendre les raisons et les façons de faire des personnes qui créent des entreprises depuis les tout premiers moments de leurs activités jusqu'à la période du développement et des opérations. On espère ainsi étudier les facteurs personnels des entrepreneurs (caractéristiques socio-démographiques, motivations, attitudes, attentes, etc.), les déterminants sociaux et environnementaux (milieu, économie régionale, marché, etc.) et les activités principales des entrepreneurs naissants (préparation, mobilisation des ressources, démarrage, gestion, vision, etc.). Compte tenu de l'envergure et de la conception du projet, il est prévu d'effectuer des comparaisons à la fois sur le plan régional, national et international.

Étude canadienne

Le projet canadien a débuté en 1999 grâce à des contributions du Conseil Canadien de la PME et de l'Entrepreneuriat, d'Industrie Canada et du Conseil de Recherche en Sciences Humaines, via le projet Entrepreneurship Research Alliance (ERA). L'équipe de chercheurs canadiens a suivi dans ses grandes lignes la démarche commune du ERC. Cependant, certaines adaptations ont dû être apportées, comme il convient, aux principaux instruments de recherche. L'étude canadienne a été menée dans les deux langues officielles, soit l'anglais et le français.

Les résultats présentés dans cet article portent surtout sur le suivi effectué auprès de l'échantillon canadien après 24 mois du premier entretien auprès des entrepreneurs naissants.

MODÈLE THÉORIQUE

L'entrepreneuriat et la création d'entreprise ont été amplement étudiés depuis plusieurs années (Voir Menzies et autres, 2002 pour un sommaire de certaines études). Plusieurs de ces études font appel à un modèle, généralement descriptif, représentant les principales variables en cause et leur dynamique. Cependant, compte tenu de l'état assez récent de la discipline de l'entrepreneuriat, il n'existe pas encore de modèles dominants dans ce domaine. La nature complexe et multivariée du processus entrepreneurial peut à certains égards expliquer cet état de chose.

Par ailleurs, la trame générale du processus de création d'entreprise ainsi que les profils d'entrepreneurs sont maintenant suffisamment documentés pour permettre une certaine convergence des variables dominantes et des paramètres de base. Comme c'est le cas pour plusieurs disciplines, les nombreuses méthodologies utilisées dans les études sur l'entrepreneuriat ne permettent pas toujours une comparaison valide des résultats. La plupart du temps, les recherches sont effectuées à un moment déterminé dans le temps, et souvent, à partir d'informations rétrospectives seulement (Reynolds et White, 1997). Le modèle descriptif de cette étude peut être schématisé globalement comme à la Figure 1.

Des descriptions détaillées de ce modèle ont déjà été faites par Diochon et autres (2001) et par Menzies et autres (2002). Le modèle montre bien l'influence des facteurs externes et de la dynamique psychosociale sur l'entrepreneur naissant, sur le processus de création d'entreprise et sur ses suites.

Environnement externe

Plusieurs études ont déjà montré l'influence de certains facteurs de l'environnement externe, comme les conditions économiques, sociales, politiques et culturelles, sur le taux de

création d'entreprise. Ainsi, Reynolds, Storey et Westhead (1994) ont trouvé que la présence de plusieurs PME dans une industrie et la localisation urbaine avaient une incidence sur la création de nouvelles entreprises. Ces influences se retrouvaient aussi dans plusieurs pays (Etats-Unis, France, Grande-Bretagne, Suède, Allemagne, Italie). Dans une étude plus récente, Reynolds, Hay, Bygrave, Camp et Autio (2000) ont montré que le taux de création d'entreprise variait considérablement d'un pays à l'autre. On remarque aussi des variations dans les taux d'incidence des entrepreneurs naissants dans les pays participants au projet ERC. Ainsi, en Allemagne le taux est de 2,1% (Welter, 2000), de 3,8% dans les Pays Bas (EIM, 2000), 2,0% en Suède (Delmar et Davidson, 2000) et 3,8% aux Etats-Unis (Reynolds, 1999). Au Canada, le taux d'incidence des entrepreneurs naissants se situent à 1,8% (Diochon et autres, 2001 et Menzies et autres, 2002). Ces études confirment bien l'importance et l'influence directe ou indirecte des facteurs de l'environnement externe.

Dynamique psychosociologique

La dynamique psychosociologique influence jusqu'à un certain point l'entrepreneur naissant, c'est-à-dire, la personne activement impliquée dans une création d'entreprise. Ces facteurs ont été abondamment étudiés dans la recherche en entrepreneuriat, à partir des caractéristiques de personnalité, les attitudes, les motivations, les intérêts, jusqu'aux profils socio-démographiques (Pour une revue plus complète de ces facteurs, voir Gasse et D'Amours, 2000 et Menzies et autres, 2002).

Dans cette étude, plusieurs éléments relatifs aux entrepreneurs naissants ont été pris en considération comme les motivations à créer une entreprise, certaines attitudes déterminantes, les attentes, la vision et l'ensemble des caractéristiques socio-démographiques ainsi que l'expérience.

Dans leur article, Menzies et autres (2002) font état de certains résultats obtenus sur plusieurs de ces variables dans les pays participants au ERC.

Processus entrepreneurial

Le modèle présenté à la figure 1 met en évidence le processus entrepreneurial de création d'entreprise. On veut illustrer comment l'entrepreneur engagé activement à la mise sur pied d'une entreprise, procède. Les étapes principales seront décrites, à partir de la phase de préparation (souvent appelée pré-incubation), puis, celles de la mobilisation des ressources, du démarrage, des et des opérations.

Il y a aussi les autres alternatives dont le modèle doit tenir compte comme la mise au repos du processus de création ou encore, son abandon définitif. Dans chaque cas, il faut comprendre les raisons, les difficultés et les stratégies éventuelles envisagées par les entrepreneurs naissants.

DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

Cette étude a suivi un protocole de recherche en quatre étapes mis au point par l'équipe de chercheurs du ERC (Pour une description détaillée de ce protocole, voir Reynolds, 2000).

Première étape : la sélection d'un échantillon

Dans un premier temps, nous avons procédé à la sélection aléatoire d'un échantillon canadien d'entrepreneurs naissants. L'unité d'analyse ou le sujet de l'étude était le ménage et visait toute personne ayant 18 ans et plus. Une firme de sondage a été embauchée à l'hiver 2000 afin de tirer un échantillon aléatoire d'entrepreneurs naissants représentatif de la population canadienne et de contacter par téléphone les personnes ainsi identifiées.(Voir Annexe A pour l'énoncé des questions de sélection). Une présentation des résultats de cette phase a été faite à

l'automne 2000 (Gasse et autres, 2000 et aussi Diochon et autres, 2001). Le tableau 1 montre la taille de l'échantillon selon les étapes.

Deuxième étape : les entrevues initiales

Les entretiens téléphoniques avec les entrepreneurs naissants sélectionnés dans la première étape ont été menés au printemps 2000 (entre 4 à 6 mois) par les équipes de chercheurs; chaque équipe étant responsable d'une des quatre principales régions du Canada. Le guide d'entretien comportait 240 questions, et pouvait prendre plus d'une heure à compléter. Un questionnaire écrit a aussi été expédié aux répondants qui acceptaient de le compléter; il contenait surtout des questions qui ne pouvaient pas être posées au téléphone. Le protocole de recherche prévoyait aussi la constitution d'un groupe de contrôle sélectionné auprès de la population canadienne en général. Le but était de comparer certaines réponses auprès de personnes n'étant pas impliquées dans un processus de création d'entreprise afin de mieux identifier les particularités des entrepreneurs naissants. Encore ici, à partir d'un échantillon aléatoire de la population canadienne, on a procédé par entretiens téléphoniques et questionnaires expédiés par la poste, durant l'été 2000. Les résultats de cette phase ont été décrits dans Diochon et autres (2001).

Troisième étape : suivi après 12 mois

Tous les répondants de la deuxième phase furent rappelés au printemps 2001 afin de connaître l'état d'avancement de leur projet. Le guide d'entretien téléphonique comportait 266 questions, bien que la plupart de ces questions s'adressaient seulement à ceux qui avaient réussi à démarrer leur entreprise. Les répondants qui étaient encore en train de démarrer leur entreprise, ou ceux qui avaient mis temporairement leur projet de côté, ou encore ceux qui avaient abandonné,

ont aussi été questionnés sur leurs activités. Cette phase a fait l'objet d'un article par Menzies et autres (2002) et d'autres dimensions ont été analysées par Diochon et autres (2002).

Quatrième étape : suivi après 24 mois

Au printemps 2002, tous les répondants de la troisième phase furent de nouveau rappelés par téléphone. À l'aide d'un guide d'entretien de 262 questions, nous avons tenté de connaître l'évolution des projets d'entreprise au cours des 12 mois précédents; un questionnaire leur a aussi été expédié. Cet article fait état des résultats préliminaires de cette phase, en particulier ceux des entreprises ayant atteint le stade opérationnel. Dans cette étude, une entreprise a atteint le stade de l'entreprise opérationnelle lorsque le seuil de rentabilité (revenus égaux ou supérieurs aux dépenses) est atteint depuis au moins six mois consécutifs.

RÉSULTATS PRÉLIMINAIRES

Les résultats de la quatrième étape de cette recherche seront présentés en fonction des phases principales du processus de création d'entreprise ainsi que du profil des répondants. La figure 2 fait état de ces dimensions. Cette figure est une représentation simplifiée d'une dynamique complexe où plusieurs itérations, retours et sauts dans les différentes phases, peuvent se produire. En d'autres termes, il est possible pour une personne donnée, compte tenu de sa situation particulière et du type de projet qu'elle élabore, d'effectuer les phases dans une séquence très différente, comme sauter certaines phases, combiner des phases ou encore revenir en arrière.

PROFIL DES RÉPONDANTS

On l'a noté précédemment, l'entrepreneur demeure toujours l'acteur clé dans tout processus entrepreneurial. L'entrepreneur incarne l'esprit d'entreprise, prend les initiatives et les responsabilités, précise les directions et les stratégies. L'entrepreneur (répondant) dans cette étude

est soit la personne qui a créé et opère une entreprise qui fait des profits depuis au moins six mois (opérationnel), soit celle qui est toujours activement impliquée dans un démarrage (actif), soit celle qui a mis temporairement son projet de côté (inactif) ou encore celle qui a abandonné (abandon). Le tableau 1 fait état du nombre d'entrepreneurs dans chaque catégorie. Le nombre de répondants varie en fonction des étapes et de la pertinence des questions.

Genre

Pendant longtemps le monde des affaires était largement dominé par les hommes. Dans cette étude, on constate que les femmes sont bien représentées puisqu'elles constituent 39% de l'échantillon. Au Canada, le tiers des nouvelles entreprises sont créées par les femmes.

Âge

L'âge moyen des répondants est de 41 ans (médiane de 40 ans). En général, la majorité des entrepreneurs ont entre 25 et 40 ans lors de la création de leur entreprise.

Origine ethnique/Langue

La grande majorité des répondants sont de race blanche (95%). Les anglophones représentent 69% de l'échantillon, les francophones, 24% et les autres 7%. La proportion de francophones est inférieure ici à celle de la population canadienne (28%). Il faut noter qu'environ 1,5% des répondants de l'échantillon original ne pouvaient s'exprimer ni en anglais, ni en français et ont dû être éliminés de l'étude.

État civil

La majorité sont mariés (44%) ou vivent avec un conjoint (25%).

Occupation principale

Il s'agit de l'occupation avant et pendant le démarrage de l'entreprise. Environ 16% des répondants sont dans les ventes ou les services, 15% sont des professionnels des affaires, 11% sont dans les arts, la culture ou le tourisme, 8% sont des scientifiques et les autres 50% dans d'autres domaines. Quelques-uns sont encore étudiants (8%) et 15% ont déjà été à la retraite.

Expérience

En moyenne, les répondants ont 10 ans (médiane 10 ans) d'expérience dans l'industrie dans laquelle est située leur entreprise. Seulement une dizaine de répondants ont mentionné avoir de l'expérience dans le démarrage d'une entreprise.

Revenu/Avoir

Le revenu familial moyen avant impôts est de 63,000\$ (md=40,000\$). Environ 52% des répondants sont soit eux-mêmes propriétaires de la résidence dans laquelle ils habitent ou encore le conjoint est propriétaire. La valeur médiane de cette résidence est 160,000\$. En ce qui concerne l'avoir net du ménage (correspond à la valeur totale des possessions moins les dettes et emprunts), la médiane est de 100,000\$.

PHASE DE CONCEPTION ET DE PRÉPARATION

La période de conception et de préparation, souvent appelée aussi pré-incubation, doit permettre au futur entrepreneur de bien penser son projet, de réfléchir sur l'opportunité ou l'idée, de se questionner sur ce choix de carrière, de vérifier les réactions de ses proches, de se renseigner, prendre conseil, suivre des cours, monter un plan d'affaires, se trouver de l'aide, prendre des dispositions auprès de la famille, bref de bien se conditionner avant de faire le grand saut.

Période de réflexion

Plus de 79% des répondants ont mentionné avoir réfléchi longtemps avant de démarrer leur projet d'entreprise; en fait, plus de 65% auraient réfléchi jusqu'à 36 mois. Seulement, 19% prétendent que l'idée de démarrer une entreprise est apparue soudainement comme ça.

Plan d'affaires

L'importance de rédiger un plan d'affaires semble maintenant bien acquise. Dans notre échantillon, environ 36% des répondants l'avaient complété, alors que pour 28%, il était en cours de rédaction. Le temps moyen pour rédiger le plan d'affaires a été de 14 mois, la moitié ayant pris 6 mois et moins pour la rédaction.

Programmes d'aide

Environ 31% des répondants ont pris contact avec les programmes ou les services d'aide. La plupart de ces programmes étaient gouvernementaux, soit du fédéral (67%) ou du provincial (23%). Les participants ayant bénéficié de ces aides y ont consacré en moyenne 17 heures (md=12.5 hres). Même si la plupart de ces programmes ont été offerts gratuitement, 60% des participants ont estimé leur utilité pour eux, entre 3 et 6 sur une échelle en six points; la moyenne étant de 5. Environ 55% recommandent ces programmes aux personnes désireuses de démarrer leur entreprise; un autre 36% sont plus nuancés, mentionnant que ça dépend. En ce qui concerne leur existence, 73% disent savoir comment consulter les différents programmes d'aide.

Formation

Une autre façon de se préparer au démarrage d'une entreprise, c'est de prendre des cours. En fait, seulement 40% des répondants avaient pris des cours ou des ateliers sur la création

d'entreprise. Dans 50% des cas, ces cours ont représenté moins de 60 heures. La moitié d'entre eux les avaient pris moins de 30 mois avant le démarrage.

Encouragement

Le support moral est un élément souvent crucial dans la poursuite d'un projet d'entreprise, surtout lorsqu'il vient de la famille, et lors de la période de démarrage. Le niveau d'encouragement de la famille semble avoir été assez fort, les répondants ayant évalué en moyenne ce soutien à 4 sur une échelle en six points.

Par ailleurs, seulement 13% des répondants avaient pris des dispositions formelles avec leur famille ou leurs amis pour la garde de leurs enfants afin de pouvoir consacrer plus de temps au démarrage de leur entreprise.

PHASE DE LA MOBILISATION DES RESSOURCES

On définit l'entrepreneur comme la personne qui mobilise et gère les ressources afin de combler des besoins. Les ressources englobent à la fois les personnes, les finances, les technologies, les équipements, les immobilisations, les heures investies dans le projet, etc.

Les partenaires

Seulement 15 entrepreneurs dans cet échantillon ont mentionné avoir un partenaire dans le démarrage de leur entreprise. Selon ces répondants, leur partenaire leur ont surtout apporté un soutien moral et émotionnel (100%), contribué des idées et de la créativité (93%), fourni du travail manuel (86%), prodigué des conseils et des informations (86%), offert de la formation pour des tâches spécifiques à l'entreprise (78%), fourni des ressources matérielles ou permis l'utilisation d'un terrain, de l'espace, d'un bâtiment ou de l'équipement (69%), offert des services à l'entreprise (50%) ou des services personnels (50%), organisé de nouveaux contacts pour

l'entreprise (50%) ou l'accès à de l'assistance financière (28%). Ce sont cependant, les informations et les conseils prodigués par le partenaire qui ont été jugés comme plus importants. Ces aides du partenaire, en général, ont été données gratuitement. Dans 54% des cas, ce partenaire était le conjoint, un membre de la famille (15%) ou encore des amis ou des connaissances (23%). Seulement 18% ont reçu de l'aide de d'autres personnes, sous forme de conseils et d'information ou encore de soutien moral.

Ressources financières/Propriété

La plupart des répondants (84%) ont investi leur argent dans le démarrage de leur entreprise, et 24% ont demandé à d'autres personnes de le faire; tous ont cependant recherché des fonds, parfois jusqu'à 60 mois. Plus de la moitié ont, par ailleurs, fini d'épargner pour l'entreprise.

Le montant (médiane) investi par les répondants s'élève à 5000\$, dont environ 2000\$ pourraient être considérés comme un prêt à l'entreprise; leur partenaire aurait investi environ 2500\$ (médiane). Seulement 14% ont établi un crédit avec leurs fournisseurs. Très peu (17%) ont utilisé leur carte de crédit pour le financement.

Environ 73% possèdent 100% de l'entreprise. Les autres propriétaires sont surtout les conjoints (13%) et d'autres (14%).

Ressources matérielles

Celles-ci se résument surtout à la localisation de l'entreprise dans leur résidence (80%); les autres sites sont une entreprise existante (11%) ou un site particulier (7%).

Temps

Une autre forme de ressources est le temps investi pour le démarrage de l'entreprise; en moyenne, c'est 2142 heures (md= 1000 heures) qui ont été mises par les répondants.

PHASE DE DÉMARRAGE

Le démarrage effectif d'une entreprise est souvent difficile à déterminer; habituellement, c'est au moment où l'entreprise fait ses premières ventes.

Ventes

La majorité des répondants, soit 84% ont effectivement reçu de l'argent de la vente de biens et services. En moyenne, la première vente a été effectuée depuis 28 mois.

Compte de banque

Une autre indication du démarrage est l'ouverture d'un compte de banque pour l'entreprise. Ainsi, environ 77% des répondants ont ouvert un compte de banque exclusivement pour l'entreprise, depuis 28 mois en moyenne.

Ligne téléphonique

Seulement 37% des répondants avaient fait installer une ligne téléphonique pour l'entreprise; la plupart utilise une ligne partagée avec la résidence. Donc, la grande majorité de ces entreprises ne sont pas listées dans l'annuaire téléphonique.

Équipe de démarrage

On constate que seulement 28% des répondants ont mis en place une équipe de démarrage; un autre 26% auraient l'intention de le faire.

Types de démarrage

Il y a plusieurs façons de démarrer une nouvelle entreprise. Ainsi, 88% des répondants ont créé leur entreprise à partir du début, 7% ont acheté une entreprise existante ou une franchise (3%). Seulement une entreprise fut démarrée pour le compte d'une autre entreprise.

Statut juridique

Seulement 20% des entreprises ont été incorporées; 12% sont des sociétés de personnes et le reste sont considérées comme des entreprises individuelles.

PHASE DES OPÉRATIONS

Comme nous l'avons déjà souligné, dans cette étude, une entreprise est considérée opérationnelle lorsqu'elle a atteint le seuil de rentabilité, c'est-à-dire, lorsque ses revenus mensuels sont égaux ou supérieurs à ses dépenses mensuelles depuis au moins six mois consécutifs.

Seuil de rentabilité

Pour cette cohorte d'entrepreneurs, le seuil de rentabilité avait été atteint depuis un bon moment, car seulement 25% l'avaient atteint depuis moins de 12 mois, et 75% l'avaient atteint dans les derniers 18 mois. Ainsi, environ 47% avaient rempli une déclaration d'impôt fédéral, dont près de la moitié, pour la première fois, en l'an 2000.

Pour la plupart, il n'y a pas eu d'événements déclencheurs du seuil de rentabilité; ceci s'est produit par des ventes suffisantes ou encore par des références à des clients particuliers ou des clients corporatifs.

Ventes

La médiane des ventes pour la première année a été de 29,000\$; les trois principaux clients représentant en moyenne 21% de celles-ci. Elles ont été faites surtout sur le plan local (58%) ou régional (29%). La croissance moyenne des ventes pour la période a été de 8% (md= 10%). Dans cinq ans, on prévoit des ventes moyennes de 65,000\$.

Produit/Marché/Concurrence

Le produit ou service est maintenant prêt et complété dans 88% des cas; pour plus de la moitié des répondants, le développement du produit ou service a pris entre 24 et 36 mois. En termes de marché, on considère que les trois principaux concurrents représentent plus de 50% du marché. Par ailleurs, la moitié des répondants évalue la concurrence comme étant modérée.

Les principaux avantages comparatifs pour ces entrepreneurs, sont dans l'ordre, la qualité (35%), le service (31%) et l'innovation (14%). De plus, on considère que les facteurs de compétitivité les plus importants sont la qualité, des produits à la mode, de nouveaux clients, l'expertise technique, et enfin, le prix et la localisation. Les nouvelles technologies ne sont pas jugées prioritaires ici.

Promotion/Marketing

Environ 75% ont fait des efforts de marketing et de promotion pour leurs produits et services. Pour plus de la moitié, ces efforts ont été consentis pendant une période allant de 24 à 36 mois. Par ailleurs, près de 80% des répondants avaient déjà parlé à des clients potentiels ou encore avaient tenté d'obtenir de l'information sur leurs concurrents.

Achats/Immobilisations

Près de 75% avaient fait l'acquisition de matières premières, matériaux, inventaires ou fournitures pour leur nouvelle entreprise. De plus, 78% ont fait des acquisitions majeures (valant plus de 1500\$), telles que de l'équipement, des installations ou une propriété pour le démarrage de leur entreprise.

Employés

Seulement 26% des répondants avaient embauché avec rémunération des employés ou des gestionnaires; un autre 18% avaient l'intention de le faire éventuellement. Environ 80% avaient embauché pour la première fois depuis moins de 24 mois, et 22% avaient payé de l'assurance-emploi.

En ce qui concerne les effectifs de ces entreprises, ceux-ci représentaient en moyenne 5 personnes à temps plein (md= 4) et 4 personnes à temps partiel (md= 3).

Planification / Prévisions financières

Très peu de répondants ont fait de la planification formelle (plans écrits). Cependant, 56% auraient des plans écrits de façon informelle, et 44% auraient des plans non-écrits ou dans leur tête.

Par ailleurs, environ 43% auraient fait une évaluation de leurs besoins financiers, dont entre autres, un état prévisionnel des résultats, une prévision de trésorerie ou des analyses d'équilibre budgétaire. La grande majorité aurait effectué cette planification dans les derniers 24 mois.

Emploi du temps et style de gestion

On constate que les répondants consacrent en moyenne 37 heures par semaine (md= 30) à la gestion et au fonctionnement de leur entreprise.

Par ailleurs, environ 23% des répondants se considèrent propriétaires d'une petite entreprise ou travailleur autonome à temps plein, et 14% à temps partiel. Cependant, environ 54% travaillent à temps plein pour d'autres, et 10% à temps partiel. On note aussi que 15% des répondants consacraient en moyenne 20 heures par semaine à tenter de créer une autre

entreprise, surtout dans le domaine des services. La raison principale étant qu'on veut atteindre une meilleure situation financière.

En termes de style, 53% disent préférer « faire mieux les choses », alors que les autres préfèrent « faire les choses différemment ».

De plus, 57% prétendent que leur façon de résoudre les problèmes est appropriée au type de problèmes que l'on rencontre dans le démarrage d'une entreprise. Ce serait la même chose pour leur partenaire.

DISCUSSION ET CONCLUSION

Dans cet article, nous avons présenté les résultats préliminaires d'un échantillon d'entrepreneurs naissants, lors d'un suivi, 24 mois après leur démarrage.

Nous avons observé qu'il s'agit surtout de petits entrepreneurs ayant créé des micro-entreprises, ou encore des travailleurs autonomes dont le statut d'entrepreneur n'est pas encore très clair. Le profil des répondants nous fait voir un homme ou une femme dans la jeune quarantaine, ayant une dizaine d'années d'expérience dans l'industrie dans laquelle est située leur entreprise, et qui en est à sa première expérience de création d'entreprise. Son occupation principale est dans le domaine des services.

L'entrepreneur naissant se prépare pendant assez longtemps, rédige un plan d'affaires, prend parfois des cours, contacte peu les programmes d'aide et reçoit l'encouragement de ses proches. Ils sont en grande majorité seuls propriétaires de leur entreprise, dans laquelle ils ont investi environ 5000\$. L'entreprise est localisée dans leur résidence, et il s'agit surtout d'une entreprise oeuvrant dans le domaine des services.

Les répondants ont créé leur entreprise seuls, après plus de 2000 heures de travail. Ces entreprises ont leur propre compte de banque mais peu sont listées dans l'annuaire de téléphone. La plupart sont des entreprises individuelles, quelques-unes ont un statut de corporation.

Le seuil de rentabilité de l'entreprise avait été atteint depuis environ 18 mois en moyenne, avec des ventes annuelles de 29,000\$ (médiane), effectuées surtout au niveau local. On avait fait des efforts de promotion et du démarchage de nouveaux clients. Pour eux l'avantage concurrentiel le plus important est la qualité, viennent ensuite le service et l'innovation. Environ le quart avaient des employés, cinq à temps plein en moyenne. Il y a peu de planification formelle, cependant la moitié font des prévisions financières. Leur style de gestion est plutôt pragmatique dans une petite entreprise dans laquelle on consacre en moyenne 37 heures par semaine; par ailleurs, un bon nombre détiennent un emploi en même temps.

L'envergure de cette recherche, les contraintes d'une méthodologie commune et les exigences d'une collaboration soutenue de la part des répondants ont posé un certain nombre de défis particuliers à l'équipe de recherche. Des solutions et des accommodations appropriées ont été apportées au fur et à mesure du déroulement de la recherche afin de garantir la validité et la fiabilité de la démarche, ainsi que les qualités métrologiques des instruments. La mise en place de normes scientifiques de haute qualité et le respect de celles-ci par toutes les équipes, en font un projet original dont le potentiel d'exploitation et de comparaison des données sur le plan disciplinaire et international est largement reconnu.

BIBLIOGRAPHIE

- Diochon, M., Gasse, Y., Menzies, T.V., & Garand, D.(2001) From conception to inception: Initial findings from the Canadian study on entrepreneurial emergence. *Proceedings of the Administrative Sciences Association of Canada, London, Ontario, May 27-29, .22(21) pp. 41-51.*
- Diochon, M., Gasse, Y. & Menzies, T., (2002) Attitudes and Entrepreneurial Action: Exploring the Link, Paper presented to the ASAC Conference, Winnipeg, Manitoba, May 2002.
- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development, 12.* 1-23.
- EIM (2000). *Entrepreneurship in the Netherlands.* Zoetermeer, The Netherlands, EIM, 52pp.
- Gasse, Yvon et D'Amours, Aline (2000), Profession : Entrepreneur, Montréal, Qc., Les Éditions Transcontinental inc.
- Gasse, Y., Diochon, M., Menzies, T.V. & Garand, D., (2000) Entrepreneurial Process and Business Births, CCSBE/CCPME Conference, Ottawa, November.
- Menzies, T. V., Gasse, Y., Diochon, M. & Garand D., Nascent Entrepreneurs in Canada: An Empirical Study, Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, June 2002.
- OCDE, (1998), Stimuler l'Esprit d'Entreprise, Paris, France.
- OCDE, (1997), Perspectives de l'Emploi, Paris, France.

- Picot, G. et Dupuis R. (1996), Création d'emplois selon la taille des entreprises : Concentration et persistance des gains et pertes d'emplois dans les entreprises canadiennes, Statistique Canada.
- Reynolds, P. D., Storey, D. J., & Westhead, P. 1994. *Regional characteristics affecting entrepreneurship: A cross-national comparison*. Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA.
- Reynolds, P. D., & White, S. B. (1997). Entrepreneurial processes and outcomes: The influence of ethnicity. In P. D. Reynolds & S. B. White (Eds.), *The entrepreneurial process* (pp. 190-204). Westport: Quorum Books.
- Reynolds, P.D. (1999). *National Panel Study of U.S. Business Startups: First Annual Overview*,
- Reynolds, P.D. (2000). National Panel Study of U.S. Business Startups: background and methodology, *Databases for the Study of Entrepreneurship*, JAI/Elsevier Inc., Volume 4, 153-227.
- Reynolds, P. D., Hay, M., Bygrave, W. D., Camp, S. M., & Autio, E. (2000). *Global entrepreneurship monitor: 2000 executive report*. 54p. Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership at Ewing Marion Kauffman Foundation. Wellesley, MA, Babson College.
- Welter, F. (2000). Would-be entrepreneurs and their process of business formation in Germany. Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley, MA. 1-15

Figure 1 : Modèle du processus entrepreneurial

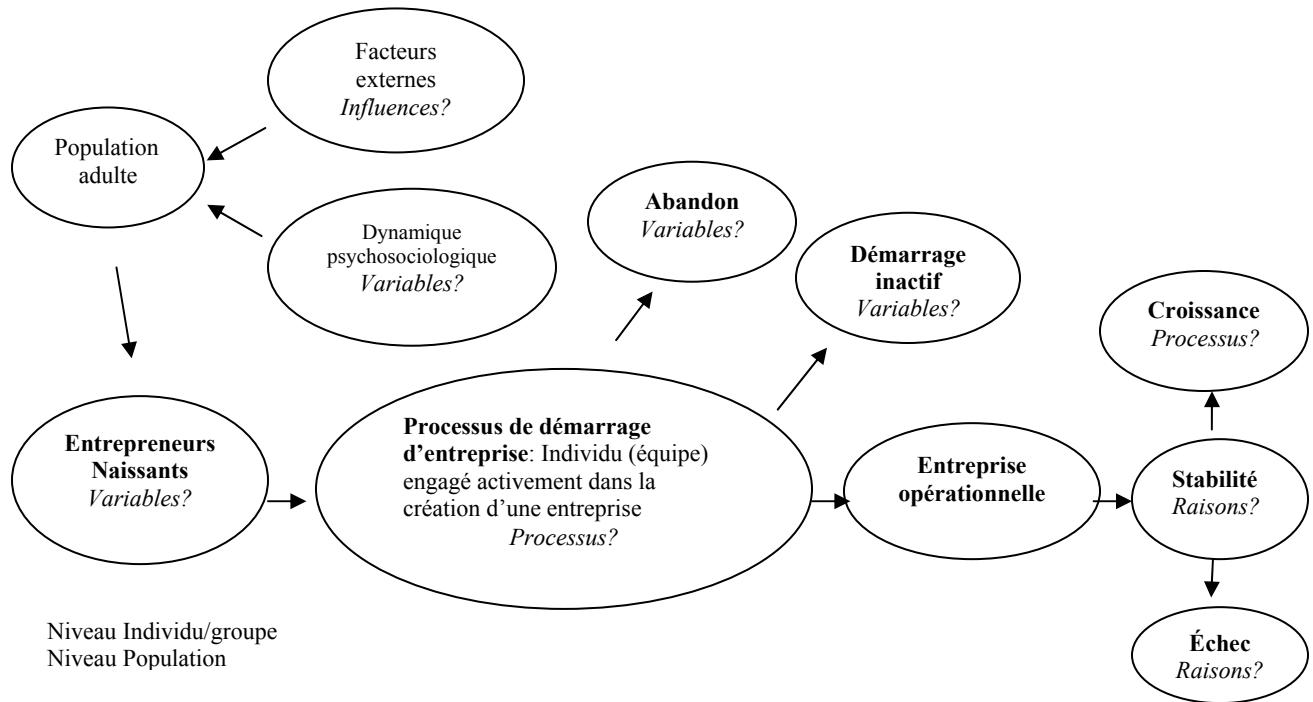
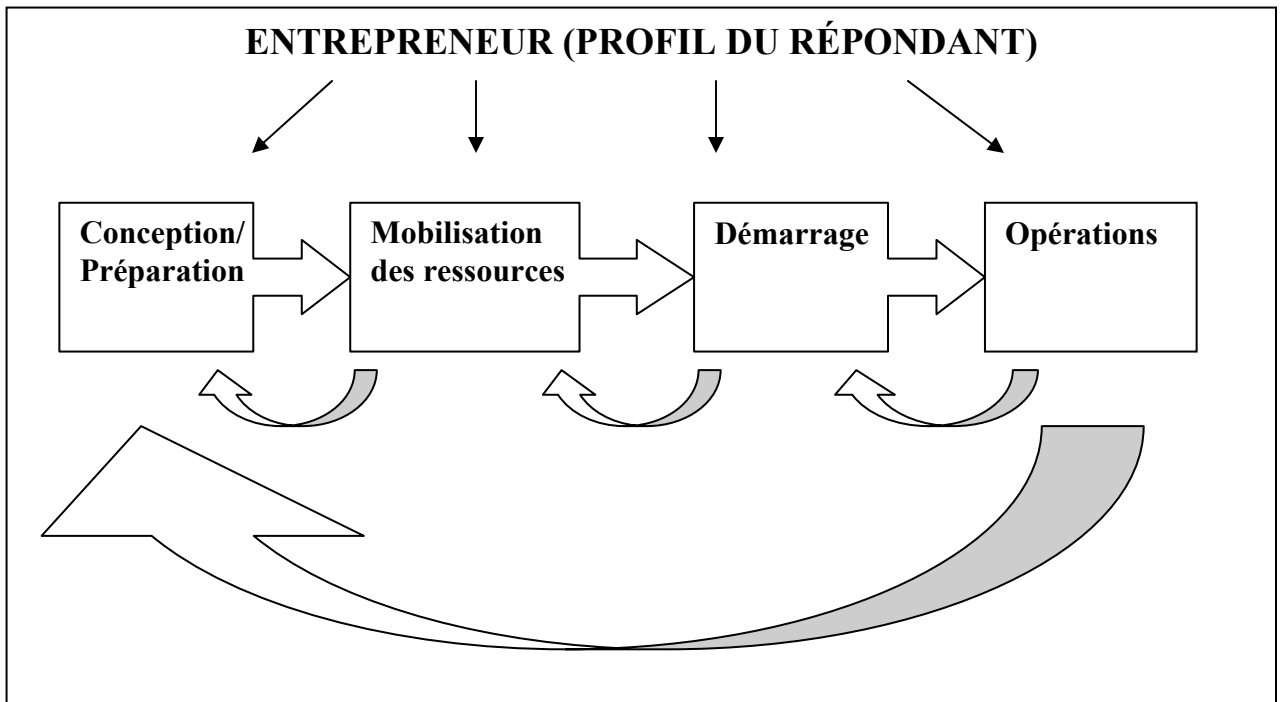


Tableau 1 : Échantillon d'entrepreneurs naissants selon les étapes

Entrepreneurs naissants	Étape 1	Étape 2 (2000)	Étape 3 (2001)		Étape 4 (2002)	
Nombre de répondants (participants)	416	151	132	100%	119	100%
Entreprise opérationnelle			44	33%	39	33%
Démarrage actif			52	40%	21	17%
Démarrage inactif			17	13%	19	16%
Abandon			19	14%	40	34%

Figure 2 : Modèle des phases principales de la création d'entreprise



ANNEXE A : Énoncé des questions filtres et des questions d'éligibilité pour la sélection des entrepreneurs naissants.

QUESTIONS FILTRES

- 1- Parmi les personnes qui habitent chez-vous, y a-t-il une ou des personnes adultes qui cherchent activement à démarrer une entreprise que ce soit seul ou avec d'autres présentement ?

- 2- Encore une fois, parmi toutes les personnes adultes qui habitent chez-vous, y en a-t-il qui, seul ou avec d'autres personnes cherchent à mettre sur pied une nouvelle entreprise ou activité commerciale pour le compte de leur employeur, dans le cadre de leur emploi actuel ?

QUESTIONS D'ÉLIGIBILITÉ

- 1- Allez-vous être propriétaire, en tout ou en partie de l'entreprise ou affaire que vous êtes à mettre sur pied, seul ou avec d'autres pour votre compte ou celui de votre employeur ?

- 2- Au cours des 12 derniers mois, avec-vous fait quoique ce soit pour aider à démarrer cette entreprise ou ce projet, comme par exemple cherché de l'équipement ou un emplacement, mis sur pied une équipe de démarrage, travaillé sur un plan d'affaires, commencé à épargner pour ce projet ou toute autre activité susceptible d'aider à lancer cette affaire ou projet ?