

**CENTRE  
D'ENCADREMENT POUR  
JEUNES FEMMES  
IMMIGRANTES (CEJFI)**

**ENTREPRENARIAT DES  
JEUNES FEMMES  
IMMIGRANTES: BONNES  
PRATIQUES EN  
LANCEMENT ET EN  
MAINTIEN  
D'ENTREPRISE**



**BROCHURE PRÉSENTANT LES RÉSULTATS DE LA  
RECHERCHE EFFECTUÉE PAR LE CENTRE  
D'ENCADREMENT POUR JEUNES IMMIGRANTES SUR LES  
BONNES PRATIQUES POUR LA CRÉATION ET LE MAINTIEN  
EN ENTREPRISE**

**EN PARTENARIAT AVEC  
CONDITION FÉMININE CANADA**



## + Comment accompagner efficacement les entrepreneures immigrantes?

**Les études antérieures sur l'entrepreneuriat des femmes immigrantes ont déjà montré que celles-ci éprouvent plus de difficultés, dans leurs efforts de création ou de maintien d'entreprise, que les hommes immigrants. Une enquête entreprise par le Centre d'Encadrement pour Jeunes Femmes Immigrantes (CEJFI), avec le soutien de Condition Féminine Canada, nous a permis de confirmer ce constat.**

**Intitulée : « Entrepreneuriat des jeunes femmes immigrantes : Bonnes pratiques pour innover et durer », cette recherche avait pour objectif principal d'identifier les facteurs de réussite des projets d'entreprise des immigrantes et d'en tirer des modèles de réussite à partager avec les organismes qui les accompagnent dans leurs démarches entrepreneuriales. La recherche visait également à mieux connaître et comprendre les moyens qu'utilisent les immigrantes entrepreneures pour démarrer et faire fonctionner leurs entreprises, comparativement à ceux utilisés par leurs homologues masculins. Tout ceci pour permettre aux organismes et institutions du milieu de bonifier leurs stratégies d'intervention , en tirant des modèles à partir des facteurs de succès qui ont été identifiés.**

# DIX FACTEURS CLÉS IDENTIFIÉS PAR LES + ENTREPRENEUR(E)S IMMIGRANT(E)S

<b>RANG</b>	<b>FACTEURS CLÉS</b>	<b>FEMMES : %</b>	<b>HOMMES : %</b>	<b>ÉCART : (H-F) EN %</b>
<b>1</b>	Un bon plan marketing	6,6	10,4	+3,8
<b>2</b>	Qualité de service, professionnalisme	6,6	6,6	0
<b>3</b>	Proximité de la clientèle	6,6	0	-6,6
<b>4</b>	Planification, analyse du marché	4,4	0	-4,4
<b>5</b>	Ciblage d'une clientèle	4,4	0	-4,4
<b>6</b>	Technologie et équipements	4,4	2,2	-2,2
<b>7</b>	Économies, accès au financement	2,2	2,2	0
<b>8</b>	Réseautage socioprofessionnel	2,2	0	-2,2
<b>9</b>	Formation	2,2	0	-2,2
<b>10</b>	Contacts avec les fournisseurs	2,2	0	-2,2

Ce que les personnes immigrantes nous disent c'est que pour réussir en affaire, il faut avoir un bon plan d'affaires (plan marketing, planification et analyse du marché, ciblage d'une clientèle et technologies et équipements), avoir de bonnes aptitudes de communication (proximité avec la clientèle, qualité de service et professionnalisme), avoir un réseau ou savoir comment le développer et finalement avoir accès à du financement.

# **CINQ MODÈLES D'ACCOMPAGNEMENT DÉCOULANT DES FACTEURS IDENTIFIÉS**

## **- Modèle axé sur une meilleure promotion de l'offre de service des institutions et organismes accompagnant les immigrantes entrepreneures**

Un constat réalisé à la fin de cette étude, autant auprès des entrepreneurs interrogés que de la recherche documentaire, est que les entrepreneures immigrantes n'utilisent pas beaucoup les services d'aide aux entrepreneures; soit par peur d'être discriminées, par peur ne pas répondre aux critères d'admissibilité à ces aides ou tout simplement parce qu'elles ne savent même pas que de telles aides existent.

Le premier modèle serait donc de mettre sur pied des campagnes de sensibilisation et de promotion, qui cibleraient les femmes immigrantes, dans lesquelles l'accent serait mis sur leur admissibilité à ces aides et la présentation des cas de réussite des autres femmes qui sont passées par ces programmes.

## **- Modèle axé sur « la route de l'entrepreneurship »**

Ce modèle permet de valider, de faire ressortir ou encore de créer les compétences, qualités et aptitudes entrepreneuriales chez la candidate entrepreneure. Il s'agit ici pour l'intervenant(e) d'élaborer un plan d'intervention où la candidate est soumise à un entraînement pédagogique lors de rencontres individuelles afin d'être consciente des facteurs (facilité linguistique, capacité de trouver du financement, maîtrise des règles formelles et informelles du milieu d'affaire de la société d'accueil, capacité à créer un réseau intra et extra communauté...) que doit avoir un entrepreneur pour réussir.

Dans ce modèle on peut également orienter la personne qui veut créer son entreprise, à s'appuyer sur des compétences acquises au cours de ses études, donc sur la cohérence formation-secteur d'activité. En mettant l'accent sur une expertise que possède déjà la personne, on bâtit sur une offre de service/produit solide.

- **Modèle axé sur l'exploration des opportunités du marché**

Ce modèle consiste en une mise à profit des améliorations apportées aux produits/services, améliorations effectuées après une exploration du marché, des rapports entre l'offre et la demande, des innovations technologiques, organisationnelles et sociales.

Il s'agit pour l'intervenant(e) d'analyser avec la candidate entrepreneure son idée d'affaires de façon exhaustive, d'aller chercher des données concernant le secteur d'activité et de valider avec cette dernière la qualité du service/produit par rapport aux besoins du marché.

- **Modèle axé sur l'optimisation du capital social**

Ce quatrième modèle se structure autour de l'environnement immédiat de l'entrepreneure immigrante. Les ressources obtenues auprès de ce milieu constitue des ressources endogènes du groupe ethnique concerné. Ces ressources permettent notamment à l'entrepreneure d'avoir accès à du financement (cotisations des membres de la communauté), d'avoir accès à un réseau (la publicité se fait de bouche à oreille et l'information circule rapidement entre les membres de la communauté) et finalement d'avoir accès à de l'aide non financière (des membres de la famille qui peuvent donner un coup de main au début de l'entreprise).

Les organismes accompagnateurs pourraient donc élaborer une politique d'encouragement à la création de regroupements sectoriels d'entrepreneures immigrantes pour multiplier cette aide apportée par la communauté et la diversifier.

- **Modèle dit de « la route de l'emploi »**

Dans ce modèle, l'intervenant(e) est appelé à valoriser l'expérience professionnelle de la candidate entrepreneure pour lui assurer un accompagnement efficient : la bonification du plan d'affaire (comprenant plus particulièrement une bonne étude de marché et un plan marketing). Cette route de l'emploi peut également permettre à la candidate entrepreneure de se constituer une mise de fonds initiale et d'établir une planification avec l'intervenant(e) selon ses objectifs.

# OFFRE DE SERVICE EXISTANT ET PISTES POUR LES BONIFIER

Nous avons répertorié les organismes offrant des services aux entrepreneures issues de l'immigration et constaté que cette offre se divise en trois parties :

- La formation pour la rédaction des plans d'affaire.
- L'accès au financement
- L'organisation des évènements de réseautage

Ces services correspondent aux facteurs clés identifiés par les personnes interrogées; seulement la majorité des entrepreneures immigrantes interrogées ne savent pas qu'ils existent et pour celles qui connaissent l'offre de service, elles ne se croient pas éligibles pour en bénéficier. Alors il y a définitivement place à l'amélioration pour les organismes accompagnant les femmes immigrantes entrepreneures.

Voici des pistes de solution pour bonifier l'offre de service des organismes et s'assurer que les facteurs de réussite qui ont facilité la réussite de nos entrepreneurs(es) soient partagés avec d'autres entrepreneures immigrantes en devenir :

- Mettre sur pied des campagnes d'information et sensibilisation sur l'entreprenariat féminin qui rejoignent les femmes immigrantes directement dans leurs milieux de vie (lieux de culte, épiceries, immeubles d'habitation, parcs et espaces de loisir). Aller à leur rencontre pour leur donner l'information.



- Diversifier l'offre de service en matière d'accès au financement. La plupart des entrepreneures immigrantes n'utilisent pas les moyens d'emprunt traditionnels à cause d'un manque d'historique de crédit. Par contre celles qui réussissent, arrivent à trouver du financement soit grâce à un proche ou à un système de financement mis en place par la communauté. Les organismes auraient avantage à comprendre comment fonctionne ce système de financement et à aider les entrepreneures qui ont besoin d'avoir du financement à s'organiser pour en créer un.
- Bien que dans la formation pour concevoir le plan d'affaires, on évoque le profil de l'entrepreneur, les organismes pourraient mieux faire encore en mettant sur pied des programmes de développement personnel qui apprendraient aux entrepreneures immigrantes comment développer leurs habiletés entrepreneuriales, parce qu'il faut comprendre que les femmes immigrantes choisissent souvent l'entrepreneuriat par dépit, parce qu'elles n'arrivent pas à trouver un emploi et décident de s'en créer un. Il est donc important de s'assurer qu'elles possèdent les aptitudes qu'on attend d'un entrepreneur.
- Organiser plus d'évènements de réseautage professionnels parce que l'étude a révélé que la plupart des entrepreneures immigrantes ciblent principalement leurs communautés ethniques pour proposer leurs services et produits et celles qui finissent par « fermer boutique » sont celles qui n'arrivent pas à sortir de cet enclave ethnique. Le réseautage permettrait à ces femmes, qui sont nouvellement arrivées au pays, de se constituer un réseau et d'élargir leurs clientèles.

En conclusion, on peut dire qu'il existe définitivement un espoir de voir de plus en plus d'entreprises créées par des femmes immigrantes prospérer et devenir un levier important dans l'économie du Canada. Il y en a qui ont réussi à le faire, il s'agit maintenant de montrer le chemin qu'elles ont emprunté pour que d'autres puissent suivre leurs pas.



# CEJFI

1775 Boulevard Edouard Laurin, Saint-Laurent (QC)

[www.cejfi.org](http://www.cejfi.org), pour avoir un rapport plus détaillé de cette recherche.