

**RECHERCHE EXPLORATOIRE  
LES SERVICES AUX JEUNES ÉVEILLÉS À  
L'ENTREPRENEURIAT**

**SOCIÉTÉ D'AIDE AU DÉVELOPPEMENT DE LA  
COLLECTIVITÉ LAC-SAINT-JEAN-EST  
(SADC LSJE)**

---

**RAPPORT DE RECHERCHE**

**PRÉPARÉ PAR**  
Marie-Claude Verschelden, consultante  
Atouts Conseils

**Septembre 2007**



## **AVANT-PROPOS**

### **Présentation de l'auteure**

Marie-Claude Verschelden, propriétaire d'Atouts Conseils, est détentrice d'une Maîtrise en développement régional de l'Université du Québec à Chicoutimi (1999) et d'un baccalauréat en sociologie de l'Université de Montréal (1993). En plus de posséder des expériences variées, notamment en enseignement au niveau collégial, dans des organisations de développement local, régional et international, Madame Verschelden est conseillère en développement et en recherche depuis plus de 10 ans.

### **Remerciements**

Ce travail de recherche a été réalisé avec la collaboration d'un comité de travail de la Société d'aide au développement des collectivités de Lac-Saint-Jean-Est. Merci aux membres de ce comité et à toute l'équipe du personnel pour leur réflexions, commentaires et contributions qui ont été utiles, pertinents et efficaces tout au long de la démarche.

Merci aux directeurs des SADC de la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean (Domaine-du-Roy, Maria-Chapdelaine et du Fjord-du-Saguenay) pour leur appui dans l'organisation des groupes de discussion dans chacun de leur secteur.

Un merci particulier aux jeunes qui ont participé aux groupes de discussion. Sans leur intérêt pour le développement de l'entrepreneuriat et leur volonté d'échanger avec d'autres jeunes sur leurs intérêts et expériences, ce travail n'aurait pu être possible.

Merci également à Marie-Hélène Tremblay pour son appui dans la recherche bibliographique.

## SOMMAIRE EXÉCUTIF

Partant de l'idée qu'il existe un vide d'actions entre les services destinés à sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat et ceux d'appui au prédémarrage et au démarrage d'entreprise, la Société d'aide au développement de la collectivité Lac-Saint-Jean-Est (SADC LSJE) a donné un mandat pour la réalisation d'une recherche dont l'objectif était *d'explorer les activités qui pourraient être offertes aux jeunes de 18 à 25 ans déjà éveillés à l'entrepreneuriat pour valoriser le métier d'entrepreneur et stimuler le désir d'entreprendre chez les jeunes.*

L'étude s'est déroulée en trois temps :

- 1 La revue de littérature qui a permis de camper la problématique à l'étude;
- 2 L'étape exploratoire qui, par le biais de groupes de discussion, a permis de recueillir des informations qualitatives sur les intérêts et besoins de jeunes éveillés à l'entrepreneuriat;
- 3 L'étape quantitative où un sondage scientifique a permis de valider l'intérêt pour un nouveau type de service : un stage rémunéré d'apprentissage du métier d'entrepreneur.

La **revue de littérature** a permis de faire des constats importants. D'abord, en matière de services d'entrepreneuriat chez les jeunes, on apprend que :

- Plusieurs services et programmes en entrepreneuriat s'adressent à une clientèle jeune (18-35 ans);
- Les services d'éveil à l'entrepreneuriat visent principalement les jeunes de 14 à 18 ans, on compte quelques activités qui visent les jeunes de niveau primaire;
- Les services d'éveil à l'entrepreneuriat sont appréciés et portent des fruits, les jeunes y développent des qualités et aptitudes reconnues chez les entrepreneurs;
- Il n'existe aucune activité entre la sensibilisation et les services de prédémarrage et de démarrage d'entreprise;
- Malgré le nombre important de services, ils sont peu connus des jeunes;
- Ce qui freine les jeunes à démarrer une entreprise est principalement la peur de l'échec financier;
- Les jeunes préfèrent prendre de l'expérience et poursuivre leurs études;
- Les intervenants estiment que les jeunes sont peu préparés à gérer et diriger leur entreprise.

En ce qui a trait au **développement des PME et leurs impacts dans les économies** :

- Elles jouent un rôle important dans le développement et la dynamique des communautés; leur impact est majeur au niveau de la création d'emploi;
- Le Québec connaît des retards considérables en matière entrepreneuriale, notamment parce que la culture entrepreneuriale y est plus faible qu'ailleurs au Canada;

- Le Saguenay—Lac-Saint-Jean cumule plusieurs facteurs négatifs à l’entrepreneuriat : dépendance à la grande entreprise, syndicalisation élevée, culture ouvrière, exode des jeunes, vieillissement de la population et bien d’autres;
- De nouvelles initiatives visent à stimuler la culture entrepreneuriale, spécialement depuis l’adoption du Défi de l’entrepreneuriat jeunesse;
- On perçoit une nette progression de l’intention d’entreprendre, particulièrement chez les jeunes Québécois;
- Les conditions structurelles avantageuses (accès aux ressources, politiques adaptées, mesures fiscales incitatives, accès aux technologies, etc.) ne sont pas les seules garantes d’un développement entrepreneurial positif;
- La culture entrepreneuriale et les valeurs qui y sont associées doivent être mises en valeur et renforcées;
- L’intention d’entreprendre ne garantit pas à elle seule l’aboutissement d’un projet concret de création d’entreprise;
- L’étape d’expérimentation (emplois divers, poursuite de la formation) s’avère la phase cruciale pour les choix futurs des jeunes en ce qui a trait à leur intention d’entreprendre.

**L’étape exploratoire, celle des groupes de discussion**, nous apprend les éléments suivants :

- Les anciens participants à une activité de sensibilisation gardent un souvenir positif de cette expérience, mais déplorent le manque de suivi pour maintenir leur intérêt;
- La sélection des jeunes à un service en entrepreneuriat doit être rigoureuse afin de garantir leur implication et leur motivation constante;
- Le milieu scolaire s’avère un lieu de recrutement et d’information important pour un nouveau service en entrepreneuriat. La participation des conseillers d’orientation peut être souhaitable;
- Un nouveau service devra offrir des activités structurées et un encadrement adéquat;
- Les jeunes veulent pouvoir faire preuve d’initiative et d’autonomie dans la démarche;
- Les activités du nouveau service devront couvrir l’ensemble des facettes du métier d’entrepreneur et favoriser les échanges avec le milieu des affaires. Ces activités pourront se construire autour :
  - des informations sur le processus de démarrage;
  - des informations sur les marchés à fort potentiel de développement;
  - d’un stage en entreprise;
  - de rencontres avec des entrepreneurs, des intervenants du milieu des affaires, des échanges avec un mentor;
  - de l’exploration des cinq fonctions d’une entreprise : management, production, ressources humaines, marketing et finance.
- La visibilité de la démarche permettra non seulement de mettre en valeur l’entrepreneuriat, mais également de valoriser l’expérience des jeunes. Par

exemple, une bonne visibilité médiatique, la participation à un événement d'envergure ou la réalisation de conférences par les participants s'avèrent des pistes intéressantes;

- Le nouveau service devrait permettre aux jeunes de s'y consacrer pleinement. À cet égard, il serait important d'envisager un stage rémunéré qui prend en compte les disponibilités des participants.

À la suite de cette première étape exploratoire, les représentants de la SADC LSJE et la consultante ont réfléchi à un nouveau service à développer : **le stage rémunéré d'apprentissage du métier d'entrepreneur**. Pour valider l'intérêt des jeunes à ce service et pour améliorer les informations pertinentes à son élaboration, nous avons réalisé un **sondage scientifique**. Il s'agissait de la troisième étape de la recherche, **la partie quantitative**.

Les résultats du sondage nous apprennent que :

- Les jeunes répondants sont en majorité aux études à temps plein (49,4 %) ou ils partagent leurs études avec un emploi (23,9 %). Ils poursuivront ces occupations dans une même proportion au cours de la prochaine année;
- L'été, 79,4 % des répondants ont un emploi à temps plein;
- Les répondants consacrent, entre 31 et 40 heures, à un emploi au cours de l'été;
- La majorité (58,2 %) des jeunes qui travaillent au cours de l'été ont un salaire horaire de 10 \$ ou moins;
- 72,8 % des répondants ont mentionné être très intéressés ou intéressés à participer à un stage rémunéré d'apprentissage du métier d'entrepreneur;
- Ce sont en particulier les répondants qui partagent leur temps entre les études et le travail en automne et en hiver qui se sont montrés les plus intéressés;
- Les éléments jugés les plus importants à prendre en compte dans l'offre de stage sont :
  - qu'il explore les cinq fonctions d'une entreprise;
  - qu'il soit organisé en fonction des intérêts et de la formation des participants;
  - qu'il favorise le développement d'un réseau de contacts;
  - qu'il favorise la participation dans les opérations de l'entreprise.
- Chez la clientèle particulièrement intéressée à cette offre de stage, la période estivale s'avère la plus propice pour son déroulement ;
- Les études et le travail sont aussi des éléments qui empêcheraient de participer à un tel stage;
- Le salaire ne semble pas un élément important, quoiqu'il puisse garantir une participation importante et remplacer un emploi d'été pour les étudiants;
- Seulement 9 % des répondants manquent d'intérêt pour un tel stage.

En conclusion, il apparaît que la SADC LSJE avait vu juste et que les activités permettant de faire un pont entre les services d'éveil à l'entrepreneuriat et ceux destinés au prédémarrage et au démarrage sont inexistantes. Plus encore, selon les connaissances que nous avons acquises concernant la trajectoire de l'intention d'entreprendre, c'est précisément cette étape qui semble cruciale pour favoriser l'aboutissement des démarches vers la création effective d'une entreprise. C'est en effet pendant la période où les jeunes sont encore aux études à parfaire leur formation et au cours de laquelle ils expérimentent le marché de l'emploi qu'ils confirmeront ou non leur choix de devenir entrepreneur. Nous l'avons constaté lors du sondage entre autres par l'intérêt qu'ont démontré les jeunes qui combinent leurs études à un emploi.

Or en misant sur la notion d'intention d'entreprendre et en canalisant les énergies lors de la phase d'expérimentation, l'offre de stage présenté par la SADC LSJE pourra combler un vide important et permettre aux jeunes de vivre une expérience positive du métier d'entrepreneur, favorisant d'autant plus le désir d'entreprendre et ultimement la réalisation d'un projet concret.

## TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS .....	III
SOMMAIRE EXÉCUTIF.....	IV
TABLE DES MATIÈRES.....	VIII
INTRODUCTION .....	1
SECTION 1 : PRÉSENTATION DE LA RECHERCHE.....	3
1.1 QUESTION ET OBJECTIFS DE LA RECHERCHE.....	3
1.2 VOCABULAIRE ET CONCEPTS.....	3
1.3 LA PROBLÉMATIQUE DE L'ENTREPRENEURIAT JEUNESSE.....	5
1.3.1 <i>Les services en entrepreneuriat jeunesse</i> .....	5
1.3.1.1 Les activités de promotion.....	5
1.3.1.2 Les services d'éveil et de sensibilisation .....	6
1.3.1.3 Les services d'aide financière.....	7
1.3.1.4 Les services d'aide au prédémarrage et au démarrage.....	8
1.3.1.5 Les associations .....	8
1.3.2 <i>Premières constatations</i> .....	8
1.3.3 <i>Les études sur les services d'entrepreneuriat chez les jeunes</i> .....	9
1.3.4 <i>L'impact des PME dans les économies</i> .....	10
1.3.5 <i>Le développement de l'entrepreneuriat</i> .....	11
1.3.6 <i>L'entrepreneuriat au Québec et au Saguenay—Lac-Saint-Jean</i> .....	12
1.3.7 <i>L'intention d'entreprendre : un indicateur qui augmente les probabilités de création d'entreprise</i> .....	13
1.4 ÉLÉMENTS DE CONCLUSION .....	15
SECTION 2 : ENQUÊTE EXPLORATOIRE AUPRÈS DE JEUNES ÉVEILLÉS À L'ENTREPRENEURIAT DU SAGUENAY—LAC-SAINT-JEAN.....	16
2.1 MÉTHODOLOGIE .....	16
2.1.1 <i>La technique de recherche retenue</i> .....	16
2.1.2 <i>L'échantillonnage des groupes de discussion</i> .....	17
2.1.3 <i>Notre échantillon de participants</i> .....	19
2.1.4 <i>Le déroulement des groupes de discussion</i> .....	20
2.2 RÉSULTATS DE L'ANALYSE DES GROUPES DE DISCUSSION .....	21
2.2.1 <i>Leçons à tirer des expériences passées</i> .....	21
2.2.2 <i>Les compétences développées pendant les activités de sensibilisation</i> .....	22
2.2.3 <i>Le métier d'entrepreneur</i> .....	22
2.2.4 <i>Les besoins identifiés</i> .....	23
2.2.4.1 Informations sur le démarrage .....	23
2.2.4.2 Accès au financement .....	24
2.2.4.3 Promotion de l'entrepreneuriat en milieu scolaire .....	24
2.2.4.4 Stage en entreprise et mentorat .....	25
2.2.5 <i>Obstacles à surmonter</i> .....	25
2.3 CONSTATS ET RECOMMANDATIONS SUITE AUX GROUPES DE DISCUSSION.....	26
2.3.1 <i>Sélection</i> .....	26
2.3.2 <i>Encadrement</i> .....	26
2.3.3 <i>Visibilité de la démarche</i> .....	26
2.3.4 <i>Activités diversifiées</i> .....	26
2.3.5 <i>Rendre le service accessible et attrayant</i> .....	27

<b>SECTION 3 : SONDAGE DE VALIDATION DES IDÉES D’ACTIONS</b> .....	<b>28</b>
<b>3.1 MÉTHODOLOGIE</b> .....	<b>28</b>
3.1.1 <i>L’échantillon et la cueillette d’information</i> .....	28
<b>3.2 PRÉSENTATIONS DES RÉSULTATS</b> .....	<b>29</b>
3.2.1 <i>Occupation des répondants</i> .....	29
3.2.2 <i>Temps consacré à un emploi d’été</i> .....	30
3.2.3 <i>Salaire horaire moyen</i> .....	31
3.2.4 <i>L’intérêt à participer à un stage d’apprentissage du métier d’entrepreneur</i> .....	31
3.2.4.1 <i>Constats</i> .....	32
3.2.5 <i>Ce qui serait important d’inclure dans l’offre de stage</i> .....	32
3.2.5.1 <i>Constats</i> .....	34
3.2.6 <i>Ce qui empêcherait les jeunes de participer au stage</i> .....	34
<b>3.3 ÉLÉMENTS DE CONCLUSION</b> .....	<b>35</b>
<b>CONCLUSION GÉNÉRALE</b> .....	<b>36</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	<b>38</b>

**ANNEXES :**

**ANNEXE 1 : LETTRE DE CONFIDENTIALITÉ**

**ANNEXE 2 : CANEVAS D’ENTRETIEN DES GROUPES DE DISCUSSION**

**ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE**

**LISTE DES TABLEAUX**

Erreur ! Aucune entrée de table d'illustration n'a été trouvée.

Tableau 1 : Portrait global de l’entrepreneuriat en 2005 : Canada et régions canadiennes.....	13
Tableau 2 : Participants aux Camps JE 2002-2004.....	17
Tableau 3 : Participants à Mini Entreprises 2000-2004.....	18
Tableau 4 : Appels téléphoniques groupes de discussion Camp JE (2002-2004).....	18
Tableau 5 : Appels téléphoniques groupes de discussion Mini Entreprises (2000-2004).....	18
Tableau 6 : Participants aux groupes de discussion par secteur.....	19
Tableau 7 : Répartition des anciens participants selon l’activité et le secteur.....	20
Tableau 8 : Occupation principale.....	30
Tableau 9 : Temps consacré à un emploi d’été.....	30
Tableau 10 : Salaire horaire.....	31
Tableau 11 : Intérêt à participer à un stage d’apprentissage du métier d’entrepreneur.....	31
Tableau 12 : Ce qui est important d’inclure dans l’offre de stage.....	32
Tableau 13 : Le principal inconvénient pour la participation au stage.....	34

## INTRODUCTION

Depuis plusieurs années, les SADC du Québec privilégient une approche en matière de développement économique qui vise à favoriser l'entrepreneuriat, et ce, particulièrement chez les jeunes. Deux outils ont été développés principalement pour cette clientèle : la Stratégie jeunesse et les Camps JE. Alors que le premier offre des outils financiers aux jeunes âgés de 18 à 35 ans pour l'appui au démarrage d'entreprise, le second se veut une activité de sensibilisation à l'entrepreneuriat sous forme de colonie de vacances pour les jeunes de 13 à 17 ans. Ces activités connaissent un important succès et génèrent des retombées certaines dans les régions où les jeunes y participent<sup>1</sup>.

Toutefois, la problématique du développement de l'entrepreneuriat jeunesse ne cesse de préoccuper les intervenants. Malgré les efforts pour intéresser les jeunes à démarrer leur propre entreprise, bien peu le font. Dans le contexte où le vieillissement de la population annonce des départs à la retraite de nombreux propriétaires d'entreprises au cours des prochaines années, sans compter les départs à la retraite des travailleurs qui rendront le marché de l'emploi attrayant à plusieurs égards, cette problématique devient un enjeu majeur pour l'avenir. Qu'advient-il du processus de création d'entreprises ou de l'acquisition d'entreprises existantes si l'offre d'emploi attire davantage les jeunes que celui du métier d'entrepreneur?

C'est en partant de cette préoccupation que la SADC LSJE a donné un mandat à Marie-Claude Verschelden, de la firme Atouts Conseils, afin de réaliser une recherche exploratoire visant à cibler des actions à entreprendre et des outils (produits/services) à développer à l'intention des jeunes ayant déjà participé à une activité d'éveil à l'entrepreneuriat. L'idée ici est d'offrir un service qui fera le pont entre les activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat et les services d'aide au démarrage d'entreprise.

Dans les pages qui suivent, nous trouverons les différentes étapes de travail que nous avons menées. Le rapport de recherche se présente en trois sections. À la première section, nous abordons l'ensemble de la problématique qui nous préoccupe et qui a guidé notre recherche. Nous reprenons d'abord les objectifs de la recherche et quelques éléments de vocabulaire utilisés pour rendre compte de l'entrepreneuriat chez les jeunes. Ensuite, pour bien démontrer l'absence de services entre ceux qui initient à l'entrepreneuriat et les services de prédémarrage et de démarrage, nous traçons un portrait des services offerts à une clientèle jeunesse à l'heure actuelle. Enfin, nous présentons une brève revue de littérature permettant de situer l'entrepreneuriat chez les jeunes, particulièrement au Saguenay—Lac-Saint-Jean.

La recherche s'est ensuite déroulée en deux temps. D'abord, nous avons animé des groupes de discussion composés d'anciens participants aux Camps JE et à Mini Entreprises. Les résultats de ces rencontres ont permis des échanges et des discussions

---

<sup>1</sup> Voir à cet effet les deux études suivantes :

- Tremblay, Marie-Hélène (2005), Impact des programmes de sensibilisation à l'entrepreneuriat; rapport de l'enquête par sondage téléphonique destiné à la SADC-LSJE, SADC Lac-Saint-Jean-Est, 110 p.
- SADC du Fjord (2004), Rapport final Camp JE Saguenay—Lac-Saint-Jean; Éditions 2002, 2003, 2004, 6 p. et annexes.

avec les intervenants de la SADC LSJE qui nous ont amenés à réfléchir à un nouveau service à offrir à cette clientèle. La méthodologie et les résultats de cette première étape sont exposés dans la deuxième section de ce rapport.

La troisième section présente le second temps de la recherche qui visait spécifiquement à valider l'intérêt que pourrait susciter cette nouvelle offre de service, à savoir un stage d'initiation au métier d'entrepreneur. C'est par un sondage scientifique et représentatif que nous avons mesuré cet intérêt auprès d'une population d'anciens participants mentionnés précédemment.

En conclusion, nous verrons que le stage d'initiation au métier d'entrepreneur semble une bonne idée de service à développer. Il faudra toutefois bien cibler sa clientèle et s'assurer de certains éléments pour attirer la participation et l'intérêt des jeunes.

## SECTION 1 : PRÉSENTATION DE LA RECHERCHE

### 1.1 Question et objectifs de la recherche

Partant de la prémisse qu'il existe plusieurs actions visant à éveiller les jeunes à l'entrepreneuriat, mais qu'il semble exister un vide d'actions spécifiques pour encourager les jeunes déjà éveillés à concrétiser leur projet et à démarrer leur propre entreprise, la SADC LSJE pose la question de recherche suivante :

*Quelles sont les activités qui pourraient être offertes aux jeunes de 18 à 25 ans pour valoriser le métier d'entrepreneur et stimuler la création d'entreprise chez les jeunes?*

Le premier objectif de cette recherche consiste à :

- Explorer des pistes d'actions et des outils (services/activités) à développer pour une clientèle de jeunes âgés de 18 à 25 ans afin de poursuivre l'éveil à l'entrepreneuriat et d'augmenter le désir d'entreprendre.

Pour atteindre cet objectif, les objectifs secondaires également visés sont :

1. Cerner les attitudes et les opinions de groupes cibles de jeunes relativement aux expériences d'éveil à l'entrepreneuriat et de démarrage d'entreprise;
2. Identifier des contraintes et des éléments facilitants pour atteindre la clientèle cible;
3. Valider les informations concernant un nouveau service auprès des jeunes anciens participants à des activités d'éveil à l'entrepreneuriat.

### 1.2 Vocabulaire et concepts

Les mots de vocabulaire présentés ci-dessous sont tirés du *Plan d'action triennal 2004-2005-2006; Défi de l'entrepreneuriat jeunesse*<sup>2</sup>, eux-mêmes inspirés des piliers de l'entrepreneuriat au Québec que sont messieurs Paul-Arthur Fortin, Yvon Gasse et Jean-Marie Toulouse.

#### ***Culture entrepreneuriale***

La culture entrepreneuriale est l'ensemble des valeurs et des convictions partagées, des savoir-faire, des savoirs-être et des savoirs-agir qui orientent plus ou moins consciemment le comportement des personnes, des institutions et de la population à l'égard de l'entrepreneuriat. En ce sens, la culture entrepreneuriale peut être assimilée à un environnement propice à l'émergence de l'entrepreneuriat et des valeurs entrepreneuriales, ainsi qu'à la reconnaissance de la contribution des entrepreneurs à leur milieu.

---

<sup>2</sup>Secrétariat à la jeunesse (2004), *Plan d'action triennal 2004-2005-2006; Défi de l'entrepreneuriat jeunesse*, Québec, p. 8.

### ***Valeurs entrepreneuriales***

La culture entrepreneuriale fait appel aux valeurs d'autonomie, de créativité, de responsabilité et de solidarité.

### ***Entrepreneur***

De façon générale, l'entrepreneur est considéré comme un réalisateur de projets, et dans un sens plus strict, comme une personne capable de transformer un rêve, une idée, un problème ou une occasion en une entreprise.

### ***Entrepreneuriat***

Ce terme désigne l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles dans le but de trouver, de proposer et d'implanter des solutions qui permettent de répondre aux besoins des groupes et des individus. L'entrepreneuriat comporte une attitude qui pousse une ou des personnes à se lancer dans une nouvelle activité et à prendre les moyens pour réaliser un rêve ou un désir, tout en tenant compte des risques de l'aventure.

À ces définitions, nous ajoutons des éléments sur d'autres termes qui viennent préciser l'environnement entrepreneurial dans lequel cette recherche se situe.

### ***Jeunes entrepreneurs***

Plusieurs programmes et stratégies d'intervention définissent les jeunes comme étant les personnes âgées de moins de 35 ans. Le jeune entrepreneur est donc celui ou celle qui correspond à cet âge.

Dans le cas d'un entrepreneur de 37 ans qui vient de démarrer sa propre entreprise, on dira qu'il s'agit d'une jeune entreprise...

### ***Intention d'entreprendre***

Cette définition est tirée de l'étude de Régis Moreau et Benoît Raveleau (2006), dont les résultats sont fort intéressants et pertinents pour l'objet de notre recherche. Nous reviendrons plus loin sur les résultats de cette étude. Toutefois, nous retenons la définition qu'ils donnent de l'intention d'entreprendre comme étant « *un processus mental par lequel la personne se propose un but (la création d'entreprise) et, éventuellement, les moyens pour y parvenir. Il engendre une volonté d'action dont l'intensité peut varier sur un laps de temps incertain.* » (Moreau, Raveleau, 2006 : p.111).

### 1.3 La problématique de l'entrepreneuriat jeunesse

Avant de présenter la stratégie de recherche adoptée dans le cadre de cette étude, il importe de mieux la situer dans ce qui est déjà connu du développement d'entreprise. D'abord, nous avons répertorié les activités offertes à une clientèle jeune pour évaluer quels sont les différents services et outils destinés à développer l'entrepreneuriat chez les jeunes. Ce survol permettra de constater quel est le groupe d'âge ciblé, le type d'appui proposé aux jeunes en matière d'entrepreneuriat et mettra en lumière le vide d'actions tel que supposé par la SADC LSJE. Nous ferons également un survol des études portant sur les programmes et les services en entrepreneuriat destinés à une clientèle jeunesse.

Ensuite, une brève revue de littérature sur l'entrepreneuriat nous permettra d'identifier des éléments pertinents pour nos propres questionnements et donc, de mieux évaluer les actions à suggérer pour favoriser l'intention de démarrer son entreprise et favoriser les initiatives entrepreneuriales chez les jeunes.

#### 1.3.1 Les services en entrepreneuriat jeunesse

Dans les pages suivantes, nous avons répertorié les principaux services destinés à une clientèle jeune que nous présentons sous forme de tableaux. En aucun cas, nous ne prétendons qu'il s'agisse d'un répertoire exhaustif de l'ensemble des services.

Chacun des tableaux détaille les différentes caractéristiques des activités, à quel groupe d'âge elles s'adressent et les organisations qui en sont responsables. Nous avons classé les activités par type d'appui offert, soit : la promotion de l'entrepreneuriat, l'éveil, l'appui financier, l'aide au prédémarrage et au démarrage et le regroupement ou l'association.

##### 1.3.1.1 Les activités de promotion

<i>Fondation de l'entrepreneurship</i>	
Description	Organisme activement engagé dans la promotion du développement de la culture entrepreneuriale comme moyen privilégié d'assurer le développement économique et social du Québec. Ses principaux services sont : le développement d'outils d'application pratique, de produits et services de formation, la publication d'ouvrages, le mentorat d'affaires, un Centre de vigie et de recherche sur la culture entrepreneuriale et la conception du portfolio de l'entrepreneuriat au secondaire.
Groupes d'âge	Tous.
Organisme responsable	Fondation de l'entrepreneurship.

### 1.3.1.2 Les services d'éveil et de sensibilisation

<b><i>Camps JE</i></b>	
Description	Familiarisation avec le monde des affaires dans une atmosphère de colonie de vacances. Les jeunes créent une entreprise.
Groupe d'âge	14 à 17 ans.
Organisation responsable	Initiative des SADC du Québec.
<b><i>Concours québécois en entrepreneuriat</i></b>	
Description	Concours annuel qui récompense les initiatives entrepreneuriales par l'attribution de prix et de bourses.
Groupes d'âge	Volet <i>Entrepreneuriat étudiant</i> : de la 1 <sup>ère</sup> année du primaire à l'université. Volet <i>Création d'entreprise</i> : 18 ans et plus.
Organisation responsable	Concours québécois en entrepreneuriat.
<b><i>Coopérative jeunesse de services</i></b>	
Description	Coopérative de travail réunissant des jeunes pendant l'été pour se créer un emploi. Formation pratique en entrepreneuriat collectif.
Groupe d'âge	14 à 17 ans.
Organisation responsable	Regroupement québécois pour la coopération du travail.
<b><i>Défi de l'entrepreneuriat jeunesse : Agents de sensibilisation à l'entrepreneuriat</i></b>	
Description	Personnes-ressources qui développent des outils de promotion, de sensibilisation et d'orientation en matière d'entrepreneuriat.
Groupe d'âge	Les jeunes de 35 ans et moins.
Organisation responsable	Dans le cadre du Défi de l'entrepreneuriat jeunesse, les Carrefour jeunesse emploi (CJE) sont mandatés pour la sensibilisation à l'entrepreneuriat jeunesse, alors que les Coopératives de développement régional le sont pour la sensibilisation à l'entrepreneuriat collectif jeunesse.
<b><i>Écoles micro-entreprises environnementales</i></b>	
Description	Approche entrepreneuriale qui permet aux jeunes d'opérer une entreprise de recyclage de papier.
Groupes d'âge	Écoles primaires et secondaires.
Organisation responsable	Réseau québécois des écoles micro-entreprises environnementales.
<b><i>Entreprise-Étudiante</i></b>	
Description	Initiation au monde des affaires dans le cadre des cours : les jeunes bâtissent et exploitent leur propre entreprise.
Groupe d'âge	2 <sup>e</sup> cycle du secondaire.
Organisation responsable	Commissions scolaires.
<b><i>Initiation aux affaires</i></b>	
Description	Découverte des principales constituantes d'une entreprise : organisation, gestion, production, marketing.
Groupe d'âge	6 <sup>e</sup> année de l'école primaire (11-12 ans).
Organisation responsable	Jeunes entreprises du Québec.
<b><i>Jeune coop</i></b>	
Description	Soutenus par un agent de promotion de l'entrepreneuriat collectif jeunesse, les jeunes lancent leur propre coopérative et expérimentent toutes les étapes de sa mise sur pied.
Groupe d'âge	2 <sup>e</sup> cycle du secondaire, collégial (16-18 ans).
Organisation responsable	Conseil québécois de la coopération et de la mutualité.
<b><i>Journée nationale de la culture entrepreneuriale</i></b>	
Description	Activités de sensibilisation à la culture entrepreneuriale dans toutes les régions du Québec.
Groupe d'âge	Les jeunes et la population.
Organisation responsable	Initiative des agents de sensibilisation à l'entrepreneuriat jeunesse (CJE).

<b>Mini Entreprises</b>	
Description	Initiation au monde des affaires en activité parascolaire : les jeunes bâtissent et exploitent leur propre entreprise.
Groupe d'âge	2 <sup>e</sup> cycle du secondaire, collégial (16-18 ans).
Organisation responsable	Jeunes entreprises du Québec.
<b>Prix aux jeunes entrepreneurs</b>	
Description	Prix destinés à de jeunes propriétaires d'entreprises au Canada, qui se sont distingués par leur esprit d'innovation et leur sens des affaires.
Groupe d'âge	19 à 35 ans.
Organisation responsable	La Banque de développement du Canada (BDC).

### 1.3.1.3 Les services d'aide financière

<b>Jeunes promoteurs</b>	
Description	Aide financière non remboursable pour la création d'une première entreprise, pour la formation de l'entrepreneur ou pour la réalisation d'une étude de faisabilité.
Groupe d'âge	18 à 35 ans.
Organisations responsables	Centres locaux de développement (CLD) en région et Services d'aide aux jeunes entrepreneurs (SAJE) à Montréal.
<b>Programme d'appui financier de la Société d'investissement jeunesse (SIJ)</b>	
Description	Offre aux jeunes entrepreneurs une garantie de prêt personnel afin d'appuyer leurs projets d'affaires (démarrage, acquisition ou investissement de capital-actions d'une entreprise).
Groupe d'âge	18 à 35 ans.
Organisation responsable	Société d'investissement jeunesse.
<b>Programme d'appui financier à la relève agricole</b>	
Description	Subventions pour la formation, le démarrage d'une entreprise, le remboursement de frais de service-conseils, une protection contre la hausse des taux d'intérêt.
Groupe d'âge	18 à 40 ans.
Organisation responsable	La financière agricole du Québec.
<b>Programme de financement de la Fondation canadienne des Jeunes Entrepreneurs (FCJE)</b>	
Description	Destiné aux jeunes entrepreneurs qui ne peuvent se qualifier pour obtenir des capitaux conventionnels. La FCJE accorde des prêts en se basant sur l'individu et non sur les garanties collatérales.
Groupe d'âge	18 à 34 ans.
Organisation responsable	Fondation canadienne des Jeunes Entrepreneurs.
<b>Soutien aux travailleurs autonomes</b>	
Description	Aide financière sous forme de salaire pour le prédémarrage et le démarrage d'une entreprise.
Groupes d'âge	Tous.
Organisations responsables	Centre local de développement (CLD) et Centre local d'emploi (CLE).
<b>Stratégie jeunesse</b>	
Description	Aide financière sous forme de prêt personnel, accessible aux jeunes qui souhaitent acquérir, démarrer, moderniser ou permettre l'expansion d'une entreprise.
Groupe d'âge	18 à 35 ans.
Organisation responsable	Société d'aide au développement des collectivités (SADC) du Québec.

### 1.3.1.4 Les services d'aide au prédémarrage et au démarrage

<i>Lancement d'une entreprise</i>	
Description	Programme de formation professionnelle de courte durée permettant de connaître la démarche à suivre pour démarrer une entreprise, de développer et de présenter un projet d'affaires et d'acquérir des techniques d'utilisation d'outils informatiques.
Groupes d'âge	Tous.
Organisme responsable	Services aux entreprises des commissions scolaires. Donne accès à un site internet d'aide au démarrage : <a href="http://www.lancement-e.com">www.lancement-e.com</a> .
<i>Plusieurs sites internet</i>	
Description	Différentes sources d'information pour faciliter le démarrage et pour orienter les démarches l'individu.
Groupes d'âge	Tous.
Sites disponibles	Par exemple : <a href="http://www.infoentrepreneurs.org">www.infoentrepreneurs.org</a> <a href="http://www.ressourcesentreprises.org">www.ressourcesentreprises.org</a> <a href="http://entreprisescanada.gc.ca/gol/cbec/site.nsf/fr/bg00328.html">entreprisescanada.gc.ca/gol/cbec/site.nsf/fr/bg00328.html</a> <a href="http://strategis.ic.gc.ca/epic/site/com-por.nsf/fr/h_bo01616f.html">strategis.ic.gc.ca/epic/site/com-por.nsf/fr/h_bo01616f.html</a> <a href="http://www.entreprises.gouv.qc.ca/portail/quebec/demarrage?lang=fr">www.entreprises.gouv.qc.ca/portail/quebec/demarrage?lang=fr</a> <a href="http://www.portailentrepreneur.com">www.portailentrepreneur.com</a>

### 1.3.1.5 Les associations

Une seule **association** a été répertoriée en ce qui a trait à l'entrepreneuriat jeunesse :

<i>Association des clubs d'entrepreneurs étudiants du Québec (ACEE)</i>	
Description	Regroupement de 72 clubs répartis dans des établissements d'enseignement. Vise à promouvoir l'entrepreneuriat dans la francophonie et à contribuer à la création d'une relève entrepreneuriale au Québec.
Groupe d'âge	17 à 25 ans.
Organisme responsable	Appuyée par le gouvernement du Québec et d'autres partenaires financiers.

### 1.3.2 Premières constatations

On remarque qu'il y a un nombre important de services et de programmes destinés à une clientèle jeune. Toutefois, les services d'éveil à l'entrepreneuriat misent principalement sur ceux qui sont âgés de 14 à 18 ans. On compte quelques initiatives qui s'adressent aux étudiants du primaire. Mise à part le programme Défi de l'entrepreneuriat jeunesse qui s'adresse aux jeunes de 35 ans et moins, aucune activité identifiée ne permet de poursuivre l'initiation à l'entrepreneuriat après l'âge de 18 ans.

Ce qui est offert passé cet âge, ce sont les services d'aide au prédémarrage et au démarrage et les services d'aide financière. Les jeunes sont donc invités à se lancer en affaire dès ce moment. Cela suppose qu'entre le moment du démarrage d'entreprise et la fin du cycle scolaire préuniversitaire, on retrouve principalement des campagnes de promotion qui s'adressent aux jeunes dans l'espoir de les inciter à se lancer en affaires.

### 1.3.3 Les études sur les services d'entrepreneuriat chez les jeunes

L'idée d'évaluer les services offerts aux jeunes, ou encore l'évaluation des besoins en matière d'entrepreneuriat jeunesse n'est pas nouvelle. Plusieurs études ont d'ailleurs porté sur le sujet. Aussi on sait que, de façon générale, les programmes de sensibilisation ont un impact positif sur les jeunes participants, par exemple Mini Entreprises ou les Camps JE. Les jeunes y développent des aptitudes au travail qui les aident à mieux orienter leur cheminement scolaire. Plusieurs d'entre eux poursuivront leurs études vers les cycles supérieurs. Ils y développent également des aptitudes entrepreneuriales et une conscience professionnelle qui leur permettent de mieux s'impliquer au travail et de se sentir plus concernés par les problèmes de leurs employeurs (Tremblay, 2005).

Les jeunes ayant été éveillés à l'entrepreneuriat deviennent plus sensibles à la présence d'entrepreneurs dans leur environnement et ont davantage tendance à s'informer auprès de ces personnes ou encore à y faire référence dans d'autres situations de leur parcours. L'intention d'entreprendre devient une réalité pour ces jeunes qui entrevoient également leur région comme un lieu propice à se lancer en affaires. On dénote par ailleurs chez ces jeunes, un plus grand désir de demeurer dans leur région d'origine (Reeves, 1999).

Toutefois, les problèmes liés au démarrage demeurent les mêmes : peur de l'échec financier et complexité des démarches pour y arriver (plan d'affaires). Cette situation est particulièrement vécue chez les jeunes des régions où les marchés sont moins grands. Ainsi, même si l'intention d'entreprendre semble bien réelle, peu de jeunes se risqueront à le faire, encore moins s'ils sont encore aux études. Plusieurs d'entre eux préfèrent prendre de l'expérience en poursuivant leurs études ou en travaillant. On mentionne aussi que les jeunes pensent avoir besoin de conseils et d'aide spécifique pour que leur intention devienne un projet (APECA, 2001). L'étude réalisée dans les provinces maritimes en vient même à la conclusion qu'il faut :

(...) identifier les candidats potentiels et les encadrer au cours de leur cheminement. La période la plus importante serait celle où les gens acquièrent l'expérience de travail, c'est-à-dire celle qui suit l'obtention du diplôme. Une stratégie serait de garder contact avec eux et de les encourager, (...) mais d'intervenir en les identifiant avant l'obtention du diplôme. (APECA, 2001; p.ii).

Selon les auteurs de cette étude, il faudrait plusieurs interventions dans le temps pour accroître la probabilité que le projet se concrétise et ne reste pas au stade des bonnes intentions.

Même des représentants d'organismes gouvernementaux et d'établissements de crédit mentionnent que les jeunes nécessitent une formation plus poussée pour les préparer à une carrière d'entrepreneur (APECA, 2001). Quoique le nombre de programmes d'aide financière semble suffisant, les participants à l'étude jugeaient qu'il faudrait offrir davantage de programmes de formation aux jeunes entrepreneurs. En fait, même s'ils ont l'argent nécessaire, les jeunes manquent souvent de compétences et d'aptitudes nécessaires pour gérer et diriger leur entreprise.

Ce très bref survol des différentes études portant sur les programmes destinés aux jeunes permet de constater qu'il existe des étapes à combler pour parfaire la formation des jeunes en entrepreneuriat. Un encadrement adéquat s'avère judicieux pour favoriser le passage de l'intention à celui de projet concret.

Voyons maintenant quelques informations sur la problématique de l'entrepreneuriat en général et du rôle des PME dans les économies. Ces données nous permettront de bien saisir la situation à laquelle nous faisons face quand vient le temps de promouvoir l'entrepreneuriat chez les jeunes.

### **1.3.4 L'impact des PME dans les économies**

L'importance de l'entrepreneuriat sur le développement des communautés, notamment le rôle qu'y jouent les petites et moyennes entreprises (PME), a été maintes fois démontrée. Que ce soit l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE; 2005) qui qualifie l'entrepreneuriat de *vital pour la croissance locale*, ou les résultats des études du Global Entrepreneurship Monitor (GEM; 1997) qui démontrent le lien significatif entre le niveau d'entrepreneuriat d'une région (ou d'un pays) et son développement économique, les auteurs de tout horizon s'entendent pour mettre en avant-plan l'entrepreneuriat comme facteur de développement.

On mentionne notamment les effets positifs des initiatives entrepreneuriales sur la productivité, la compétitivité et l'innovation. La dynamique qu'entraîne ces initiatives entrepreneuriales fera en sorte que les autres entrepreneurs auront tendance à suivre le mouvement et chercheront également à améliorer leur rendement, à diversifier leur production.

De façon générale, au cours des deux dernières décennies, c'est sur le plan de la création d'emplois que les effets les plus notables des PME se mesurent. En 2003, les PME canadiennes créent 70 % de tous les nouveaux emplois et emploient près de 60 % des travailleurs du pays<sup>3</sup>. Au Québec, les PME, dont la grande majorité compte moins de 100 employés, emploient près de 45 % de la main-d'oeuvre<sup>4</sup>.

Toutefois, de récents résultats font état d'un transfert de la croissance de l'emploi, des petites aux grandes entreprises :

Par rapport au premier trimestre 2006, la contribution des grandes entreprises à la création d'emplois est passée de 47,8 % à 52,9 %, tandis que la contribution des petites entreprises a reculé de 37,1 % à 27,7 %. Dans l'ensemble de cette période, la plus forte hausse de l'emploi au Canada a été observée dans les moyennes entreprises, suivie des grandes entreprises (Industrie Canada : 2007, 5).

Ces derniers résultats ne nous permettent pas d'identifier que les sources de création d'emplois ont un lien avec la propriété locale des entreprises. On connaît toutefois l'importance que représente cette caractéristique sur le développement durable et

---

<sup>3</sup> Statistique Canada, Variations de l'emploi (2002).

<sup>4</sup> Québec (2004), Le Défi de l'entrepreneuriat jeunesse; Plan d'action 2004-2005-2006, p.10.

équilibré d'une communauté (Dumais, Jean, Morin et Dionne : 2005). Or, considérant que les PME sont majoritairement propriété d'entrepreneurs locaux, les efforts en matière de création d'entreprises, elles-mêmes créatrices d'emplois, s'avèrent un enjeu important pour l'avenir des régions et de leurs collectivités.

Les observations sur l'impact des PME dans les économies se basent généralement sur une évaluation du rendement des entreprises et des activités entrepreneuriales : taux d'activité en prédémarrage, taux d'activité en démarrage, nombre d'entreprises créées, nombre de fermetures d'entreprises, nombre d'emplois créés, etc. Pour améliorer les interventions en matière de développement économique, les études ont cherché à mieux comprendre les facteurs qui favorisent la création d'entreprises et l'évolution du phénomène.

### **1.3.5 Le développement de l'entrepreneuriat**

Qu'est-ce qui permet à un milieu d'être entreprenant? Quels sont les facteurs d'un entrepreneuriat dynamique? Telles sont les principales questions qui ont guidé l'axe de recherche de plusieurs auteurs.

Les études sur le sujet affirment que la présence de certaines conditions de base dans un milieu donné permet un développement entrepreneurial positif, c'est-à-dire qu'on y retrouvera plusieurs personnes qui désirent devenir et qui deviennent entrepreneurs. Outre des conditions structurelles avantageuses, à savoir par exemple l'accès aux ressources, des politiques adaptées, des mesures fiscales incitatives, un accès aux technologies et une ouverture aux marchés internationaux, on souligne aussi l'importance d'avoir un environnement social propice à l'entrepreneuriat (Julien : 2000; Riverin : 2003, 2006; Moreau et Raveleau : 2006; Proulx : 2006, etc.). Par environnement social favorable, on fait référence aux valeurs et à la culture entrepreneuriale.

C'est en favorisant les valeurs entrepreneuriales telles l'autonomie, la créativité, la responsabilité et la solidarité que se développent chez la population des qualités propres à l'esprit d'entrepreneur. Les valeurs devront aussi se transmettre à travers une culture entrepreneuriale, à savoir des façons de faire, des habitudes, des comportements socialement acceptés et valorisés par la majorité.

Ainsi, un milieu porteur de valeurs et d'une culture entrepreneuriale supportera les nouvelles initiatives et encouragera l'entrepreneur à prendre le risque de départ. Ce milieu aura plus de chance d'avoir une économie diversifiée et forte. À l'inverse, un milieu qui ne fait pas la promotion des valeurs entrepreneuriales et dont la culture entrepreneuriale est faible, sera plus fragile face à la fermeture d'une usine par exemple, ou à la mondialisation des marchés, il aura moins de capacité de rétention de sa population, etc.

Soulignons toutefois que la présence des valeurs attribuées à l'entrepreneuriat ne garantit pas à elle seule une activité dynamique dans ce domaine. Au cours d'une conférence au Saguenay—Lac-Saint-Jean, madame Nathalie Riverin (2006) de la Chaire

d'entrepreneuriat Rogers—J.-A. Bombardier mentionnait que : « (...) la population régionale possède d'excellentes qualités propres aux entrepreneurs, mais on n'entreprend pas » (Riverin : 2003). Selon ce point de vue, c'est la culture entrepreneuriale qui fait défaut.

### 1.3.6 L'entrepreneuriat au Québec et au Saguenay—Lac-Saint-Jean

Dire qu'il faut agir sur la culture entrepreneuriale pour assurer son bon développement s'avère un constat important pour l'ensemble du Québec qui présente un retard considérable en matière entrepreneuriale par rapport au reste du Canada (GEM : 2003; Riverin : 2006). En 2004, le pourcentage de la population québécoise qui créait une entreprise était de 4,9 % contre 5,9 % pour le reste du Canada (Riverin : 2004).

On observe des lacunes de façon plus dramatique encore dans la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean qui cumule une série de facteurs négatifs à l'entrepreneuriat régional : dépendance à la grande entreprise, taux de syndicalisation élevé, culture ouvrière, exode des jeunes, vieillissement de la population, forte dépendance institutionnelle, valorisation du développement par le haut, peu d'ouverture sur la planète, etc. (Riverin : 2003). En 2004, la population du Saguenay—Lac-Saint-Jean qui créait une entreprise s'élevait à 3,1 % (Riverin : 2004).

On sait aussi qu'au Québec l'entrepreneuriat se manifeste plus qu'ailleurs au Canada quand le marché de l'emploi est défavorable, ce qu'on appelle un entrepreneuriat de nécessité par opposition à un entrepreneuriat d'opportunités (Riverin : 2002). En 2001, on estimait qu'un nouvel entrepreneur québécois sur deux se lance en affaire par nécessité, soit 46,4 % (Québec : 2004). Les conditions plus avantageuses du marché de l'emploi des dernières années ont permis d'améliorer cette donnée.

Pour ajouter au tableau peu reluisant du développement de l'entrepreneuriat québécois, une étude de la Fédération canadienne des entreprises indépendantes (FCEI : 2005) attire l'attention sur l'impact du vieillissement de la population sur le secteur des PME. Selon cette étude, qui corrobore celle effectuée en 1999 par Deloitte & Touche, 41 % des propriétaires d'entreprises canadiennes prévoient se retirer des affaires d'ici 5 ans et 65 % d'entre eux n'ont pas prévu de relève. Au Québec, c'est 31 % des propriétaires qui désirent prendre leur retraite au cours des 5 prochaines années.

L'ensemble de ces constatations confirme l'importance de travailler sur la culture entrepreneuriale au Québec afin de stimuler les Québécois à déceler les opportunités d'affaires et à entreprendre des actions pour lancer une entreprise. En 2004, le gouvernement du Québec reconnaissait cette nécessité de travailler sur le développement d'une culture entrepreneuriale, particulièrement auprès des jeunes à travers le réseau scolaire, en adoptant *Le Défi de l'entrepreneuriat jeunesse*. Il semblerait que, selon de récentes données, ces efforts aient porté ses fruits.

En effet, les notes d'un rapport de la Chaire en entrepreneuriat Rogers—J.-A. Bombardier (Riverin : 2007) nous informent que « l'entrepreneuriat gagne du terrain sur ce territoire

(au Québec), tant sur le plan du taux d'activité entrepreneuriale proprement dit que des variables culturelles liées à celle-ci » (p.1). Mieux encore, c'est grâce aux jeunes âgés de 18 à 35 ans que cette progression se fait sentir puisque c'est auprès de cette population que l'ensemble des variables est à la hausse.

Malgré cette nette amélioration, le Québec présente encore des retards comparativement au reste du Canada. Pour illustrer cette affirmation, nous reproduisons en partie le tableau de l'étude de Riverin sur l'entrepreneuriat au Québec en 2005.

**Tableau 1 : Portrait global de l'entrepreneuriat en 2005 : Canada et régions canadiennes**

	<b>Intention de créer</b>	<b>Taux d'activité entrepreneuriale de prédémarrage</b>	<b>Taux d'activité entrepreneuriale de démarrage</b>	<b>Taux d'entreprise établie</b>	<b>Taux d'entreprise en fermeture</b>
Québec	13,6 %	5,0 %	4,4 %	6,6 %	1,4 %
Ontario	15,8 %	7,1 %	3,4 %	7,0 %	2,9 %
Ouest	15,6 %	7,9 %	4,0 %	8,9 %	2,2 %
Est	7,6 %	3,5 %	0,8 %	6,1 %	1,7 %
Canada	14,6 %	6,6 %	3,6 %	7,4 %	2,2 %

Source : Riverin, N. (2007), Notes : Bref portrait de l'entrepreneuriat jeunesse en 2005, Chaire d'entrepreneuriat Rogers—J.-A. Bombardier, HEC Montréal, p.1.

La seule donnée où le Québec domine est celle de l'activité entrepreneuriale de démarrage, qui était la plus forte du pays en 2005. Si, comme l'affirme Nathalie Riverin, les variables culturelles liées à l'entrepreneuriat sont en hausse, il sera intéressant de mesurer le taux d'entreprise établie dans les prochaines années.

### **1.3.7 L'intention d'entreprendre : un indicateur qui augmente les probabilités de création d'entreprise**

L'affirmation selon laquelle la performance québécoise est en progression repose en majeure partie sur l'indicateur utilisé, soit l'intention d'entreprendre (IE). En 2005, « deux fois plus de Québécois ont manifesté l'intention de démarrer leur entreprise qu'en 2002 (7,6 % contre 13,6 %) » (Riverin : 2007). Chez les jeunes de 18 à 35 ans, c'est un jeune sur cinq qui mentionne avoir l'intention d'entreprendre d'ici trois ans, soit 19,6 % de ce groupe. Il s'agit de la plus grande progression pour l'ensemble du Canada.

De nombreuses recherches sur le sujet nous apprennent que les probabilités de lancer une entreprise augmentent avec l'intention de le faire. Il est clair toutefois qu'une intention d'entreprendre ne garantit pas nécessairement la création effective d'une entreprise. « À preuve, à l'Université Laval, la proportion d'étudiants qui cherchent activement à démarrer une entreprise ou à travailler à leur compte était de 3,2 % en comparaison à 32,5 % qui avaient déjà songé à démarrer une entreprise ou à travailler à leur compte » (Québec, 2004 : p.12).

Or, si l'intention d'entreprendre s'avère un bon indicateur pour estimer la création d'entreprise, pourquoi et comment se transforme cette intention? Qu'est-ce qui intervient sur la décision de passer à l'action?

Moreau et Raveleau (2006) se sont penchés sur la question de l'intention d'entreprendre en cherchant à connaître sa trajectoire, son évolution dans le temps. Leur étude a porté sur un échantillon d'étudiants en économie et en sciences de gestion où on observe que l'IE suit une trajectoire variable dans le temps et dans son intensité.

Ils concluent que cette trajectoire se divise en trois phases : la phase d'apparition de l'IE, c'est-à-dire la découverte de cette possibilité professionnelle; la phase d'apprentissage où les situations de type entrepreneurial permettent de développer une perception de satisfaction ou d'insatisfaction face à cette possibilité, et enfin la phase où l'IE se maintient et même augmente ou à l'inverse, périclite et disparaît. On le devine, cette dernière phase est étroitement liée à la seconde.

Il est intéressant de souligner que, selon les auteurs, la première phase survient principalement quand les étudiants cherchent à constituer des buts qui donneront un sens à leur parcours scolaire. Les temps forts de cette phase sont la fin du secondaire et du collégial. Comme la plupart des recherches, les auteurs confirment que l'IE aura plus de chance de se manifester chez des jeunes qui connaissent des entrepreneurs dans leur environnement. L'IE apparaît aussi grâce à l'information qui circule sur le sujet et des modèles véhiculés, les cas de réussite. Toutefois, à cette première phase, l'intention demeure encore théorique puisque persiste un questionnement dû à l'absence d'expérience concrète : est-ce que ce métier peut me convenir? En suis-je capable?

La seconde phase revêt donc une importance cruciale pour le développement de l'IE. C'est à ce moment que les jeunes expérimentent les aspects du métier par le biais de leurs études, par des emplois variés, par le contact avec des entrepreneurs, par l'influence de leur environnement, etc. Au cours de cette phase, et selon l'appréciation de leurs expériences, ils orienteront la suite de leur parcours.

À la troisième phase, la trajectoire de l'IE s'intensifie ou diminue selon la perception de ce qui aura été vécu. Si les expériences passées sont positives, l'IE risque d'augmenter pour un jour aboutir (mais pas nécessairement) sur la création d'une entreprise. À ce moment, le jeune pose des actions concrètes en vue de réaliser un projet. À l'inverse, des expériences négatives risquent fort de détourner l'intérêt de mener un projet d'entreprise. Le jeune orientera alors ses actions vers d'autres options, par exemple la poursuite de ses études en vue d'un emploi rémunéré.

Les auteurs constatent aussi que l'IE n'est pas exclusive. En ce sens, les jeunes ont souvent plus d'un projet en tête. Ils peuvent donc avoir une intention d'entreprendre qui se cumule à une intention professionnelle (IP). Or, selon l'étude, à intention égale (IE ou IP), c'est la faisabilité qui orientera en dernier lieu le choix. Si la faisabilité du projet professionnel est plus facile ou rassurante pour le jeune, il aura tendance à opter pour ce choix. Encore une fois, le fait de connaître des entrepreneurs augmente la perception que l'IE soit faisable.

## 1.4 Éléments de conclusion

La première section nous a permis de vérifier que les services et activités entrepreneuriaux destinés à une clientèle jeune comblent certains besoins en matière de sensibilisation et d'appui au prédémarrage et au démarrage. Ces activités demeurent pertinentes et donnent des résultats positifs auprès des participants qui y développent des qualités et aptitudes entrepreneuriales. Toutefois, la sensibilisation à l'entrepreneuriat ne garantit pas à elle seule la poursuite du projet d'entreprendre.

Nous avons constaté qu'il existe un vide d'actions qui permettraient de mieux préparer les jeunes à un métier d'entrepreneur. Cette lacune se mesure quand on regarde le répertoire des activités offertes à cette clientèle, mais elle est également soulevée lors d'enquêtes auprès d'intervenants d'organismes et d'institutions financières. Les jeunes estiment que leurs besoins pour démarrer une entreprise se situent au niveau financier et souvent, ils préfèrent prendre de l'expérience de travail et des compétences particulières avant d'entamer un projet de démarrage d'entreprise.

Les connaissances acquises autour de l'intention d'entreprendre nous renseignent sur l'importance de la phase d'expérimentation, celle où le jeune sera confronté à des situations qui l'aideront à mieux apprécier les possibilités d'être à son compte et d'avoir sa propre entreprise. Aucune activité connue<sup>5</sup> ne vient parfaire la sensibilisation en proposant un programme qui introduira de façon plus concrète au métier d'entrepreneur.

Le développement de l'entrepreneuriat au Québec demeure préoccupant. Malgré une certaine amélioration des indicateurs, le contexte économique laisse présager des conditions d'emplois intéressantes pour l'avenir. À cet effet, plusieurs interventions à différents niveaux doivent être proposées pour favoriser une culture entrepreneuriale dynamique et porteuse de projets. La SADC LSJE, en misant sur une action qui ferait un pont entre la sensibilisation et le démarrage d'entreprise, pourrait combler un besoin important d'une étape cruciale dans la trajectoire de l'intention d'entreprendre.

---

<sup>5</sup> Une discussion que nous avons eue avec Madame Nathalie Riverin, de la Chaire d'entrepreneuriat Rogers—J-A Bombardier, confirme également cette affirmation.

## **SECTION 2 : ENQUÊTE EXPLORATOIRE AUPRÈS DE JEUNES ÉVEILLÉS À L'ENTREPRENEURIAT DU SAGUENAY—LAC-SAINT-JEAN**

La problématique exposée précédemment nous permet de mieux camper l'orientation de la recherche et de nous donner un guide pour l'analyse des résultats de l'enquête exploratoire effectuée.

En se penchant plus spécifiquement sur la problématique de l'entrepreneuriat jeunesse, la SADC LSJE a comme préoccupation première de connaître les besoins et intérêts des jeunes sensibilisés à l'entrepreneuriat afin de leur proposer de nouveaux services. Ceux-ci devront être complémentaires des services existants et poursuivre l'effort de sensibilisation fait auprès des jeunes pour les inciter à devenir entrepreneurs.

Ayant en tête les informations recueillies, nous avons développé un protocole d'enquête en deux temps, une partie qualitative et une autre quantitative. D'abord, nous avons effectué des groupes de discussion afin d'alimenter une réflexion autour des outils ou services à développer. L'analyse de ces entrevues de groupe nous a permis de proposer certaines pistes d'actions. Dans un deuxième temps, une action a été priorisée et afin de valider cette proposition, un sondage téléphonique a été réalisé auprès d'un échantillon d'anciens participants aux activités ciblées dans cette enquête. Les résultats du sondage seront traités plus loin.

Cette section aborde la méthodologie adoptée pour la partie qualitative de l'enquête. Nous y détaillons la question de l'échantillon puis le déroulement des entrevues. Enfin, nous présentons l'analyse des résultats des groupes de discussion avant de proposer des constats et recommandations.

### **2.1 Méthodologie**

À cette première étape de l'enquête, la recherche est exploratoire et de nature qualitative. L'échantillonnage est non probabiliste et les groupes ont été constitués par tri de volontaires. Les résultats ne sont donc pas représentatifs de l'ensemble de la population. Il s'agit plutôt d'une représentativité sociologique qui permet de mieux connaître les intentions et intérêts d'un groupe d'individus qui possèdent des caractéristiques communes, à savoir des jeunes qui ont déjà participé à Mini Entreprises entre 2000 et 2004 ou à un Camp JE de 2002 à 2004, et qui ont accepté de participer aux groupes de discussion.

#### **2.1.1 La technique de recherche retenue**

Pour cette étape exploratoire, nous avons adopté une approche basée sur des réflexions inspirées de la revue de littérature et de la pratique de certains intervenants, dont les employés de la SADC LSJE.

La nature exploratoire de l'enquête permet de contacter un nombre restreint d'informateurs dans le but d'alimenter la réflexion autour d'un sujet donné. Dans le cas

qui nous concerne, nous voulions connaître certaines caractéristiques d'un groupe de jeunes déjà sensibilisés à l'entrepreneuriat, en plus de connaître leurs intérêts face à un nouveau type de service à développer, donc sur quelles bases devra être construit ce service.

La technique d'enquête qui se prête bien à cette exploration est celle de l'entrevue de groupe. Par cette technique, nous avons été en mesure de réunir des jeunes et animer des échanges sur leur situation actuelle, sur leurs perceptions de l'entrepreneuriat et sur leurs expériences.

### 2.1.2 L'échantillonnage des groupes de discussion

Pour constituer nos groupes de discussion, nous avons ciblé les jeunes ayant déjà participé à une activité de sensibilisation à l'entrepreneuriat, plus spécifiquement les Camps JE et Mini Entreprises. Il s'agit de deux activités auxquelles participent étroitement les SADC de la région. Par ailleurs, afin de bonifier certains aspects de la recherche, nous avons demandé la collaboration de jeunes entrepreneurs (âgés de 18 à 35 ans), en affaires depuis cinq ans et moins. Avec ces trois caractéristiques, nous avons constitué quatre groupes de discussion : trois groupes avec d'anciens participants à l'une ou l'autre des activités ci-haut mentionnées et un groupe avec de jeunes entrepreneurs.

Au Saguenay—Lac-Saint-Jean, les Camps JE ont eu lieu essentiellement au cours des années 2002 à 2004 et étaient sous la responsabilité des SADC. Pendant ces trois années, 96 jeunes âgés de 14 à 17 ans ont participé aux Camps JE. Le tableau suivant montre le nombre de jeunes selon leur provenance et l'année de participation.

**Tableau 2 : Participants aux Camps JE 2002-2004**

Année	Lac-Saint-Jean- Est	Lac-Saint-Jean- Ouest	Fjord-du- Saguenay	Total
2002	4	7	20	31
2003	3	9	19	31
2004	5	14	15	34
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>54</b>	<b>96</b>

Le programme Mini Entreprises relève de l'organisme Jeunes Entreprises Saguenay—Lac-Saint-Jean, où siège un représentant des SADC de la région. Il s'adresse aux jeunes du 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> secondaire et de la 1<sup>ère</sup> année de cégep. Pour concorder avec les participants aux Camps JE, nous avons ciblé les participants à Mini Entreprises des années 2000 à 2004, soit un total de 284 jeunes. Le prochain tableau présente la répartition des jeunes selon leur provenance et l'année de participation.

**Tableau 3 : Participants à Mini Entreprises 2000-2004**

Année	PWD Alma	Séminaire Marie-Reine-du-Clergé	Cité étudiante Roberval	Kassinu Mamu Mashteuiatsh	Poly. Charles-Gravel	Poly. Dominique-Racine	Poly. La Baie	Cégep Chicoutimi	Total
2000-01	10	-		-	7	-	11	5	33
2001-02	19	-	24	-	6	6	-	6	61
2002-03	48	-	22	-	-	-	-	-	70
2003-04	44	18	47	11	-	-	-	-	120
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>18</b>	<b>93</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>284</b>

Le nombre optimal de participants à un groupe de discussion pour favoriser des échanges dynamiques et la participation de tous les informateurs se situe entre 8 et 12 personnes. Nous voulions donc rencontrer entre 24 et 36 jeunes anciens participants à une activité de sensibilisation à l'entrepreneuriat et entre 8 et 12 jeunes entrepreneurs.

Pour faciliter la participation des jeunes selon leur lieu de résidence, nous avons organisé des groupes dans les trois secteurs d'intervention des SADC de la région : Lac-Saint-Jean-Est (LSJE), Lac-Saint-Jean-Ouest (LSJO) et Fjord-du-Saguenay. Une date avait été fixée pour chacune des rencontres. Une employée de la SADC LSJE a fait des contacts téléphoniques à partir de la liste des jeunes pour les inviter à participer à l'enquête. Lorsque 12 jeunes<sup>6</sup> par secteur se montraient intéressés, elle cessait les appels.

Les deux prochains tableaux résument les résultats des appels téléphoniques pour les participants au Camp JE et pour les participants à Mini Entreprises.

**Tableau 4 : Appels téléphoniques groupes de discussion Camp JE (2002-2004)**

Réponses	MRC LSJE	MRC LSJO	Fjord-du-Saguenay	Total
Oui	2	5	9	16
Non	1	3	7	11
Pas disponibles	0	6	8	14
Extérieur de la région	1	6	2	9
Non contactées	8	10	28	46
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>54</b>	<b>96</b>

**Tableau 5 : Appels téléphoniques groupes de discussion Mini Entreprises (2000-2004)**

Réponses	MRC LSJE	MRC LSJO	Fjord-du-Saguenay	Total
Oui	11	7	3	21
Non	20	11	0	31
Pas disponibles	14	28	7	49
Extérieur de la région	22	13	14	49
Non contactées	72	45	17	134
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>104</b>	<b>41</b>	<b>284</b>

Les réponses les plus fréquentes pour justifier une non-disponibilité sont : pour cause d'étude (trop d'étude, rencontre d'équipe, fin de session, etc.) ou pour l'emploi (horaire de travail ou entrevues de sélection). Les raisons pour expliquer qu'une personne n'a pas

<sup>6</sup> Notons que dans la MRC LSJE, 13 appels ont été faits parce qu'un participant était incertain quant à sa participation.

été contactée sont : mauvais numéro, pas de réponse, ligne occupée, message sans réponse.

Sur l'ensemble des appels téléphoniques effectués, 16 anciens participants aux Camps JE et 21 anciens participants à Mini Entreprises ont mentionné qu'ils seraient présents aux groupes de discussion de leur secteur.

En ce qui a trait à l'échantillonnage du groupe de discussion composé de jeunes entrepreneurs, une ressource de la SADC LSJE a contacté les clients de l'organisation, âgés de 20 à 30 et ayant démarré leur entreprise au cours des 5 dernières années. À partir de cette liste, des appels téléphoniques ont été faits et lorsque le nombre optimal de participants a été atteint, soit 12, nous avons cessé ceux-ci..

### 2.1.3 Notre échantillon de participants

Malgré les réponses positives pour participer aux groupes de discussion, le taux de participation a été largement moins élevé que prévu. Le nombre de participants pour chacun des groupes, selon le territoire, est présenté dans le tableau suivant.

**Tableau 6 : Participants aux groupes de discussion par secteur**

Secteurs	Présences confirmées	Présences effectives	Taux de participation
Jeunes entrepreneurs LSJE	12	6	50 %
Anciens participants LSJE	13	5	38 %
Anciens participants LSJO	12	4	33 %
Anciens participants Fjord-du-Saguenay	12	4	33 %
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>19</b>	<b>39 %</b>

Nous convenons toutefois que, étant donné la nature exploratoire de l'enquête et l'échantillonnage non probabiliste, ce n'est pas la représentativité quantitative qui importe pour cette étape de l'étude, mais bien la qualité des informations recueillies. La deuxième étape de l'enquête, le sondage téléphonique, comble cette lacune et vient valider les pistes d'actions suggérées sur la base des résultats des entretiens de groupe.

En ce qui a trait plus spécifiquement aux anciens participants aux activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat, le tableau suivant présente leur répartition selon le secteur territorial et selon le type d'activité.

La composition des groupes est présentée dans ce qui suit.

**Tableau 7 : Répartition des anciens participants selon l'activité et le secteur**

Secteurs	Anciens participants à Mini Entreprises	Anciens participants aux Camps JE	Total
Anciens participants LSJE	4	1	5
Anciens participants LSJO	3	1	4
Anciens participants Fjord-du-Saguenay	2	2	4
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>13</b>

Notons aussi que chez les six jeunes entrepreneurs rencontrés, un d'entre eux avait déjà participé à un Camp JE lorsqu'il avait 18 ans.

#### **2.1.4 Le déroulement des groupes de discussion**

Pour la tenue des groupes de discussion, nous avons accès à différents locaux qui nous permettaient une intimité et une tranquillité. La convocation des participants indiquait l'heure et le lieu de la rencontre ainsi que l'objectif général des entretiens. À leur arrivée, les jeunes étaient invités à prendre connaissance d'un formulaire de confidentialité<sup>7</sup> et à le signer.

Deux personnes assistaient aux entrevues. Une d'entre elles jouait le rôle d'observatrice et se chargeait de prendre des notes alors que l'autre menait les discussions. Un canevas d'entretien<sup>8</sup> avait été élaboré pour guider les échanges de façon non directive. Bien que ceux-ci demeuraient ouverts, nous cherchions à couvrir l'ensemble des dimensions à l'étude.

Pour le groupe de jeunes entrepreneurs, ces dimensions étaient :

- leur perception de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat;
- le parcours des participants en entrepreneuriat;
- leur perception et leurs propositions pour des activités de développement de l'entrepreneuriat;
- les facteurs de réussite et d'échec.

Les groupes d'anciens participants étaient questionnés sur les dimensions suivantes :

- leur appréciation des activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat : points forts et points faibles;
- leur connaissance d'autres types d'activités d'éveil à l'entrepreneuriat;
- leur perception et leurs propositions pour des activités de développement de l'entrepreneuriat;
- les facteurs de réussite et d'échec;
- la perception du métier d'entrepreneur.

<sup>7</sup> Voir lettre de confidentialité en annexe

<sup>8</sup> Voir canevas d'entretien en annexe

Les entrevues ont duré entre 1h30 et 2h00 pour chacun des groupes. Les discussions étaient enregistrées pour mieux suivre les échanges et pour faciliter l'analyse.

## **2.2 Résultats de l'analyse des groupes de discussion**

Les résultats de l'analyse des groupes de discussion sont présentés en fonction de grandes thématiques que nous avons été en mesure de dégager en regard des dimensions couvertes et des points communs dans le discours des participants. Nous les avons regroupés en quatre groupes, soit les leçons à tirer des expériences passées, les compétences développées pendant les activités de sensibilisation, le métier d'entrepreneur et les besoins identifiés.

Il est à noter que les commentaires des jeunes se rapportent à leur expérience des Camps JE et Mini Entreprises au cours des années 2002 à 2004. À ce moment, le Défi de l'entrepreneuriat jeunesse n'était pas encore en place et donc certaines actions qui en découlent sont inconnues des jeunes interrogés.

### **2.2.1 Leçons à tirer des expériences passées**

Cette première dimension concerne l'appréciation générale des activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat. Il s'agit donc d'éléments sur lesquels nous devons nous inspirer pour concevoir de nouvelles pistes d'actions.

Lorsque les anciens participants aux activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat parlent de leur expérience à Mini Entreprises ou aux Camps JE, on comprend qu'il s'agit d'une expérience très positive et qui a eu un bel impact sur les jeunes. Que ce soit l'une ou l'autre des activités, les jeunes ont particulièrement aimé l'encadrement et le soutien de ressources tout au long de la démarche, mais aussi le fait qu'il s'agisse d'une expérience concrète qui permet de mettre en pratique et de tester plusieurs qualités.

Ainsi, des activités bien organisées et une démarche structurée qui implique des étapes de réalisation accélérées augmentent l'appréciation de l'expérience. Les jeunes aiment être mis au défi de produire, de vendre, de laisser cours à leur imagination, de régler les problèmes et de travailler en équipe. L'encadrement permet de guider dans les prises de décision et rassure les jeunes sur ce qu'ils ont à faire.

Les jeunes ont aussi apprécié les galas et les foires en fin d'activité. Ils ont permis d'échanger avec d'autres participants et de voir les projets réalisés. La valorisation des efforts et la visibilité qu'on donne aux projets offrent une grande satisfaction aux jeunes. Si bien que certains d'entre eux ont pu alors choisir dans quelle formation ils se dirigeraient pour parfaire leurs connaissances. La mise en valeur des réalisations permet aussi de donner un exemple positif aux autres personnes qui n'ont pas participé à ce type d'activité et de susciter leur intérêt.

On insiste toutefois sur l'importance de bien sélectionner les participants parce que le travail d'équipe oblige à tous un sérieux et une implication active. On déplore en effet

que certains jeunes étaient là pour « avoir des crédits », ou pour passer le temps. Il faut que la participation soit un choix et un désir des jeunes et non une obligation.

Malgré cette remarque, tous les jeunes ont souligné le caractère amusant, « le fun », des activités. Ainsi, joindre l'utile à l'agréable augmente l'intérêt de participer et assure une implication et un investissement personnel. Même si les efforts à consacrer sont nombreux, « quand on aime ce qu'on fait on ne voit pas le temps passer ».

### **2.2.2 Les compétences développées pendant les activités de sensibilisation**

La dimension des compétences développées permet de mettre en lumière les qualités nécessaires, ce que les jeunes estiment être important pour être entrepreneur. Encore une fois, ces éléments permettront d'orienter certaines réflexions pour le développement de nouveaux services.

De façon générale, les jeunes affirment avoir développé leur sens des responsabilités, leur leadership, leur capacité à parler en public et leurs aptitudes à vendre un produit. Ces habiletés développées les ont rendu fiers et ils n'hésitent pas à les mettre en valeur lorsqu'ils sont en recherche d'emploi. Dans plusieurs cas, elles facilitent le choix des études à poursuivre.

Ils ont pu expérimenter la réalité entrepreneuriale de façon concrète et explorer les différentes fonctions d'une entreprise : management, production, marketing, ressources humaines et finance. On souligne que ce survol est très formateur et permet de démystifier ce qu'est un budget, de donner des bases en gestion et en finance, des trucs de marketing.

### **2.2.3 Le métier d'entrepreneur**

Cette dimension nous a permis de mesurer comment était perçu le métier d'entrepreneur pour les jeunes, leur intérêt à le devenir un jour et les étapes pour y parvenir.

De façon générale, on peut affirmer que le métier d'entrepreneur est peu valorisé et pas du tout suggéré comme option d'avenir. Les jeunes le constatent dans les cours *choix de carrière* qu'ils ont eus au secondaire et même dans les options au niveau collégial. Peu d'information est donnée à ce sujet, ce qui fait que si on n'est pas déjà sensible à cette option on a peu de chance de vouloir devenir entrepreneur. Notons par ailleurs, que la grande majorité des jeunes participants aux groupes de discussion ont des entrepreneurs dans leur famille. Pour eux, il s'agissait d'un monde déjà connu et un choix envisageable pour l'avenir.

Pour les personnes interviewées, être entrepreneur c'est être indépendant, fonceur, être son propre patron et diriger des employés, avoir du leadership, être travaillant. On peut être entrepreneur dans tous les domaines et il ne s'agit pas essentiellement de créer quelque chose de nouveau; un gérant et un directeur d'école peuvent être considérés comme des entrepreneurs parce qu'ils doivent gérer du monde, faire preuve

d'imagination et connaître l'ensemble des opérations de leur milieu. On reconnaît ici la notion d'*intrapreneur* qui avait déjà été identifiée dans l'étude de Tremblay (2005) sur l'impact des activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat.

Plusieurs des jeunes (9/13) ont mentionné que les activités de sensibilisation leur avaient permis de mesurer qu'ils étaient aptes à choisir la carrière d'entrepreneur. La majorité des répondants estiment toujours qu'ils vont un jour démarrer leur propre entreprise, s'ils ne l'ont pas déjà fait. Avant de faire le grand saut, la plupart veulent acquérir des expériences sur le marché du travail ou encore parfaire leur formation. Ceux qui n'ont pas l'intention de devenir entrepreneur y ont tout de même déjà pensé. C'est leur parcours scolaire qui a fait en sorte que leur idée a changé. Toutefois, ils affirment que rien ne dit qu'ils ne changeront pas leur plan un jour.

#### **2.2.4 Les besoins identifiés**

Nous avons questionné les participants sur les types de service qui pourraient être développés pour inciter les jeunes à opter pour une carrière entrepreneuriale. Cette dimension a le mérite de soulever ce qu'on croit être essentiel comme besoins à combler. On remarque toutefois que les répondants avaient tendance à pointer des services de prédémarrage. Il apparaît donc très clair que les participants connaissent peu ou pas les services déjà offerts par les différentes organisations d'aide au démarrage d'entreprise.

Or, dans le cas qui nous concerne, nous cherchons à développer des services qui font le pont entre les activités de sensibilisation et les services d'aide au prédémarrage et démarrage. Les réponses éclairent nos réflexions quant aux aspects à ne pas négliger dans ce cas.

Nous avons classé les besoins identifiés par les jeunes comme suit :

- Informations sur le démarrage;
- Accès au financement;
- Promotion de l'entrepreneuriat en milieu scolaire;
- Stage en entreprise et mentorat.

##### **2.2.4.1 Informations sur le démarrage**

Les jeunes participants aux groupes de discussion, que ce soit les anciens participants aux activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat ou les jeunes entrepreneurs, ont tous mentionné que l'information sur le démarrage d'une entreprise était peu ou pas connue. De façon générale, on mentionne qu'il est important de savoir quels sont les services offerts, quelles sont les démarches pour se lancer en affaires, comment faire un plan d'affaires, quelles sont les sources de financement.

Pour atteindre la clientèle des jeunes, le milieu scolaire semble le meilleur endroit pour informer sur ces sujets. En augmentant la visibilité par une meilleure publicité des services, des galas, de l'organisation de salons et de journées sur l'entrepreneuriat permettrait d'améliorer la connaissance des types d'aide mis à leur disposition.

On déplore que les services actuels ne semblent pas accessibles aux jeunes, qu'ils ne s'adressent pas à eux. En améliorant la promotion de ces services et en développant une approche axée sur les jeunes, ceux-ci auraient plus tendance à s'informer.

#### **2.2.4.2 Accès au financement**

Un autre aspect soulevé par les jeunes, particulièrement les jeunes entrepreneurs, c'est l'accès au financement. Il a été mentionné qu'une des grandes craintes par rapport au démarrage d'entreprise est le financement et la réussite financière du projet. Plusieurs jeunes croient qu'il faut beaucoup d'argent pour démarrer son entreprise et c'est ce qui aurait tendance à les désintéresser à se lancer dans une telle aventure.

Les jeunes entrepreneurs qui ont fait le parcours de prédémarrage et de démarrage mentionnent que les démarches sont laborieuses et trop longues. Parfois même, après toutes les étapes franchies, on se rend compte qu'elles ne sont pas suffisantes et que la décision d'appui financier de la part d'une organisation dépend de la réponse d'une autre organisation. À cet égard, il faudrait rendre les informations plus claires et plus simples pour diminuer les inquiétudes et inciter davantage de jeunes à devenir entrepreneur.

#### **2.2.4.3 Promotion de l'entrepreneuriat en milieu scolaire**

Tout comme l'information sur les services au démarrage qui demeure peu connue des jeunes en général, le métier d'entrepreneur comme choix de carrière n'est pas mis en valeur ni promu, et ce, principalement en milieu scolaire. Ainsi, l'image de l'entrepreneuriat et l'idée que les jeunes s'en font demeurent celles qu'il s'agit de quelque chose de difficile à faire, qui demande beaucoup d'investissement personnel et financier. Seules les formations professionnelles survolent cet aspect dans le cursus scolaire.

On mentionne entre autres que les conseillers d'orientation en parlent peu ou pas, on oriente plutôt sur les emplois. Il est donc suggéré que les tests sur le profil entrepreneurial soient intégrés aux cours de *choix de carrière* et que des informations sur les occasions d'affaires ou sur les marchés à fort potentiel de développement soient transmises.

Pour faire une meilleure promotion du métier d'entrepreneur, on suggère des activités qui peuvent plaire aux jeunes et les accrocher. Différentes idées ont été avancées : associer un porte-parole à des événements de promotion de l'entrepreneuriat; organiser des journées avec des conférenciers invités, notamment d'anciens étudiants des écoles; installer des kiosques d'information sur les services avec des entrepreneurs sur place; etc.

Bref, on souligne que des activités qui démontrent des cas concrets de réussite, qui permettent de rencontrer des entrepreneurs témoignant de leur expérience augmenteraient non seulement l'intérêt des jeunes, mais aussi amélioreraient la connaissance des entreprises régionales.

#### **2.2.4.4 Stage en entreprise et mentorat**

Les stages en entreprise et le mentorat sont d'autres activités qui ont été proposées comme expériences concrètes du métier d'entrepreneur. On le constate une fois de plus, les jeunes veulent être mis en situation et expérimenter par eux-mêmes ce que peut représenter ce choix de carrière.

L'idée d'organiser des stages en entreprise, d'une journée ou de longue durée, a été mentionnée par la majorité des participants aux groupes de discussion. Toutefois, ces stages doivent être bien préparés pour que les jeunes en tirent le maximum. Par ailleurs, la sélection des participants devra être rigoureuse pour s'assurer du réel intérêt des jeunes et faire en sorte que ni le jeune, ni l'entrepreneur ne perdent leur temps. Les groupes de discussion ne nous ont toutefois pas permis de connaître quelles tâches les jeunes s'attendent à faire en entreprise. De façon générale, le seul fait d'être sur place et de suivre les employés ou le patron pour connaître les façons de faire, s'avère une activité d'intérêt.

L'accompagnement par une personne expérimentée, un mentor, avant même de démarrer sa propre entreprise est une autre piste mentionnée. Selon les jeunes, cela permettrait aux jeunes d'éviter de faire des erreurs dans leurs éventuelles démarches. On mentionne aussi qu'il est important que le mentor vienne compléter les connaissances des jeunes, et donc, qu'il ne soit pas nécessairement dans le même domaine que lui. L'important est l'expérience et les connaissances à transmettre.

#### **2.2.5 Obstacles à surmonter**

Enfin, nous avons demandé quels pourraient être les obstacles à la participation des jeunes dans l'éventualité où on proposerait un nouveau service s'adressant à une clientèle âgée de 17 à 25 ans.

Pour l'ensemble des jeunes questionnés lors des groupes de discussion, le plus gros obstacle à surmonter pour l'offre d'un nouveau service est celui d'intéresser les jeunes, de les mobiliser et de les motiver. Ces remarques s'appliquent particulièrement aux jeunes du secondaire. Le message devra donc être accrocheur et démontrer l'utilité du projet. En effet, une activité concrète qui peut avoir des retombées réelles et utiles serait plus attirante. On donne l'exemple d'une expérience avec Mini Entreprises où les jeunes remettaient les profits à une œuvre de charité. Cette action avait permis de mobiliser non seulement les jeunes impliqués dans l'entreprise, mais aussi plusieurs autres jeunes de l'école. Le meilleur exemple d'utilité et de retombées réelles est celui où un projet fait des profits, comme dans le cas de Mini Entreprises. Ainsi, le jeune apprend tout en gagnant de l'argent.

Pour intéresser les jeunes, les exemples de cas vécus et les témoignages d'entrepreneurs devront être faits par des personnes dynamiques et dont le secteur d'activité de l'entreprise peut attirer la curiosité des jeunes.

Un autre obstacle qui a été soulevé est celui de la disponibilité des jeunes du groupe d'âge ciblé. Comme le soulignait un informateur, « rendu au cégep ou passé l'âge de 17 ans, tes priorités changent (...) il est presque impossible pour un jeune qui vit seul en appartement de démarrer une entreprise à temps plein ». Les jeunes de 17 à 25 ans sont soit généralement aux études et travaillent les soirs et les fins de semaine, soit ils expérimentent leur première relation sérieuse et donc, ont moins de temps libres, soit ils sont en appartement et doivent travailler, etc.

Pour contrer ces obstacles et favoriser la participation d'un plus grand nombre, on a suggéré d'organiser les activités les fins de semaine. On a aussi mentionné que les jeunes qui travaillent devraient alors manquer une journée d'ouvrage. Un dédommagement financier ou une rémunération seraient des pistes intéressantes à explorer.

### **2.3 Constats et recommandations suite aux groupes de discussion**

Après l'analyse des discussions de groupe, il nous est possible de dégager certains constats et de faire quelques recommandations pour aider à orienter les pistes d'actions et développer de nouveaux services de développement de l'entrepreneuriat.

#### **2.3.1 Sélection**

Pour assurer le sérieux de la démarche et les retombées positives des activités, la sélection des jeunes participants devra être rigoureuse. Les candidats devront démontrer un intérêt marqué pour ce type d'apprentissage.

Le milieu scolaire représente une bonne porte d'entrée pour la sélection des candidats. Dans ce cas, il serait intéressant d'associer le processus de sélection à des conseillers en orientation.

#### **2.3.2 Encadrement**

Un nouveau service de développement de l'entrepreneuriat devrait être bien structuré et offrir un encadrement adéquat. Toutefois, il faudra que les jeunes puissent faire preuve d'autonomie, d'initiative et d'imagination. Les activités développées devront permettre aux jeunes d'apprendre dans une ambiance agréable et stimulante, sans grande contrainte qui rendrait les tâches trop lourdes et leur réalisation ennuyeuse.

#### **2.3.3 Visibilité de la démarche**

Afin de valoriser les jeunes dans leur démarche et d'améliorer l'image de l'entrepreneuriat comme choix de carrière, le nouveau service devrait miser sur une bonne visibilité médiatique, dans le milieu des affaires et auprès des autres jeunes en milieu scolaire. La participation à un événement d'envergure (concours, gala, salon, etc.) pourrait aussi faire partie du processus offert.

#### **2.3.4 Activités diversifiées**

Les activités organisées par le nouveau service devront couvrir différents éléments qui permettront de voir l'ensemble des facettes du métier d'entrepreneur, en plus de favoriser

des échanges concrets avec le milieu des affaires. L'aspect préparation au démarrage n'est pas à négliger.

Ces activités pourraient donc se construire autour :

- des informations sur le processus de démarrage, notamment le plan d'affaires, les services disponibles pour l'aide au démarrage et les sources de financement;
- des informations sur les marchés, particulièrement ceux à fort potentiel de développement;
- la réalisation de stages en entreprise;
- l'association avec une ou des personnes d'expérience, un mentor;
- la rencontre d'entrepreneurs et d'intervenants du milieu des affaires;
- l'exploration des différentes fonctions d'une entreprise : management, production, ressources humaines, marketing et finance.

### **2.3.5 Rendre le service accessible et attrayant**

Compte tenu des occupations des jeunes du groupe d'âge ciblé, le service pourrait envisager d'être offert sous forme de stages rémunérés ou d'emplois étudiants de type *apprentissage du métier d'entrepreneur*. Ce faisant, il garantirait une plus grande disponibilité des jeunes qui y consacraient le temps normalement dévolu à un emploi.

Les activités de fin de semaine et en concordance avec les disponibilités du calendrier scolaire seraient à privilégier.

Aussi, pour faire valoir l'utilité et l'aboutissement de la démarche sur quelque chose de concret, il pourrait être intéressant d'envisager une possibilité de résultats en fin de parcours. Par exemple, la possibilité d'obtenir un diplôme de participation, que la participation à l'activité donne des crédits scolaires, etc.

## **SECTION 3 : SONDAGE DE VALIDATION DES IDÉES D’ACTIONS**

Les sections précédentes nous ont permis de mieux comprendre la problématique de l’entrepreneuriat chez les jeunes et d’explorer des pistes d’actions à entreprendre qui permettraient de faire un pont entre les activités de sensibilisation à l’entrepreneuriat et les services d’aide au démarrage. Les groupes de discussion visaient principalement à soulever des éléments à prendre en compte pour l’élaboration de tels services.

À la suite de cette première étape de recherche, la consultante et les intervenants de la SADC LSJE ont entamé des réflexions autour des recommandations. Nous cherchions à concevoir une idée de projet à mettre en place qui regrouperait l’ensemble des éléments soulevés. Or, une proposition s’est avérée intéressante, soit celle d’offrir un stage d’initiation au métier d’entrepreneur.

Compte tenu de la nature exploratoire de la première étape de l’enquête et du nombre restreint d’individus interviewés, nous avons voulu valider les orientations retenues auprès d’un échantillon plus représentatif des jeunes ayant déjà participé à Mini Entreprises ou aux Camps JE.

Cette section du rapport présente l’étape quantitative de l’enquête. Nous abordons d’abord la démarche méthodologique adoptée. Ensuite, nous présentons les principaux résultats du sondage, leur analyse et les constats qui en ressortent.

### **3.1 Méthodologie**

La deuxième étape de recherche est de nature quantitative. L’échantillonnage probabiliste permet d’estimer que les résultats sont représentatifs d’une population de jeunes anciens participants aux Camps JE et à Mini Entreprises, voire de jeunes déjà sensibilisés à l’entrepreneuriat.

#### **3.1.1 L’échantillon et la cueillette d’information**

Nous avons en main une liste de 689 noms relatifs aux activités des Camps JE et Mini entreprises. De ce nombre, 65 étaient des conseillers (adultes) ou des enseignants. Ainsi, le nombre réel de participants jeune dont nous avons les noms était de 624. Toutefois, certaines coordonnées étaient manquantes ou incomplètes, d’autres erronées, si bien que la liste de noms à rejoindre était de 300 jeunes anciens participants.

Les téléphones ont été effectués entre le 14 et le 16 juillet 2007 inclusivement par la firme UniMarketing. De la liste des 300 noms dont nous avons les coordonnées, un total de 180 personnes a été contacté de façon aléatoire. Partant de cet échantillon probabiliste, nous avons obtenu un taux de réponse de 60 % avec une marge d’erreur de 4,6 %, 19 fois sur 20.

Compte tenu des caractéristiques de l’échantillonnage, il importe de préciser que la portée des résultats s’applique à la population de jeunes anciens participants aux Camps JE et à

Mini Entreprises du Saguenay—Lac-Saint-Jean. Nous croyons toutefois que le point de vue de jeunes déjà éveillés à l'entrepreneuriat donne d'excellentes indications sur les pistes d'actions à entreprendre dans le développement de l'entrepreneuriat jeunesse.

Notre échantillon est composé de 81,1 % (146) d'anciens participants à Mini Entreprises et de 18,9 % (34) d'anciens participants aux Camps JE.

L'échantillon compte également 50,3 % de répondants hommes et 49,7 % femmes.

En introduction au questionnaire, nous informions les personnes contactées que les SADC cherchent à valider l'intérêt pour un nouveau service d'accompagnement en entrepreneuriat. Aussi, nous précisons que :

« La formule que les SADC désirent développer prendrait la forme d'un stage rémunéré d'apprentissage du métier d'entrepreneur. Le stage serait d'une durée d'environ 400 heures, réparties sur plusieurs mois. Au cours du stage, différentes activités seraient organisées pour permettre aux participants de se familiariser avec les nombreuses facettes du métier d'entrepreneur et d'approfondir leurs connaissances et compétences en entrepreneuriat tout en étant rémunérés. »

Il s'agissait donc de valider une forme déterminée de nouveau service à développer, que nous avons conçue à la suite des groupes de discussion et des réflexions qui en ont découlé. Ce sont autour de ces informations que les jeunes devaient donner leur avis.

Le questionnaire comportait 21 variables<sup>9</sup>. Au traitement statistique, chacune des variables a été croisée avec les variables suivantes :

- l'intérêt de participer au stage;
- l'occupation des jeunes au cours de l'été précédent;
- l'occupation des jeunes au cours de l'automne-hiver précédent;
- l'occupation des jeunes au cours de l'été prochain;
- l'occupation des jeunes au cours de l'automne-hiver prochain.

## **3.2 Présentations des résultats**

Cette section présente l'essentiel de résultats obtenus par le sondage téléphonique. Nous verrons la fréquence des résultats pour chacune des questions ainsi qu'une brève analyse des croisements significatifs d'un point de vue statistique. Selon cette analyse, nous faisons quelques constats qui s'avèrent pertinents pour notre enquête.

### **3.2.1 Occupation des répondants**

Nous avons voulu connaître l'occupation de nos répondants au cours de l'année dernière et ce qu'ils prévoient faire la prochaine année. Voici ce que les résultats nous apprennent.

---

<sup>9</sup> Voir questionnaire en annexe.

**Tableau 8 : Occupation principale (Q. 5, Q.6, Q.8, Q.9)**

	Occupation principale pendant (%)			
	Automne-hiver dernier (n=180)	Été dernier (n=178)	Automne-hiver prochain (n=176)	Été prochain (n=175)
Emploi à temps plein	20,6	74,2	26,1	79,4
Études à temps plein	49,4	3,9	46	4
Partage entre études et emploi	23,9	6,2	23,9	3,4
Recherche d'emploi	1,7	3,9	1,7	5,7
À son compte	1,1	1,1	0,6	4
Autres	3,3	10,7	1,7	3,4

En combinant les résultats des jeunes qui sont aux études à temps plein (49,4 %) à ceux qui partagent leur temps entre les études et le travail (23,9 %), on remarque que la très grande majorité des répondants sont des étudiants, soit 83,3 % d'entre eux. Il semble que la plupart occuperont les mêmes activités au cours de cet automne et cet hiver.

Seulement 20,6 % des répondants étaient à l'emploi à plein temps en automne-hiver dernier et ce nombre risque d'augmenter (26,1 %) sensiblement l'automne-hiver prochain.

On constate que la période d'été est celle où les répondants travaillent le plus. Ils étaient 74,2 % à travailler à plein temps l'été dernier et 79,4 % prévoient avoir un emploi à plein temps l'été prochain. Cette augmentation est probablement due aux étudiants qui se trouvent un emploi d'été et qui cessent leurs études pendant cette période.

L'année dernière, 1,1 % des répondants étaient à leur compte, tant en automne-hiver qu'à l'été. Ils sont 4 % à penser être à leur compte au cours de l'été 2008. Notons que nous mettions fin au questionnaire quand un jeune répondait être à son compte ou prévoir l'être.

### 3.2.2 Temps consacré à un emploi d'été

Nous avons voulu connaître le nombre moyen d'heures consacrées par les répondants à leur emploi d'été au cours de la dernière année.

**Tableau 9 : Temps consacré à un emploi d'été (Q.7) (n=180)**

Heures	Nombre	%
6-10 heures	0	0
11-19 heures	0	0
20-30 heures	38	21,2
31-40 heures	108	59,8
40 heures et +	33	18,2
Ne sait pas	1	0,8
Total	180	100

Les répondants qui sont à l'emploi à plein temps au cours de l'été y consacrent généralement 31 à 40 heures par semaine, soit 59,8 % d'entre eux. Il s'agit d'un résultat très significatif.

### 3.2.3 Salaire horaire moyen

Toujours en rapport avec l'occupation principale au cours de l'été dernier, nous avons demandé aux répondants qui étaient à l'emploi à plein temps quel était leur salaire horaire. Les résultats sont les suivants.

**Tableau 10 : Salaire horaire (Q.7b) (n=153)**

	%	Nombre
Moins de 10 \$	58,2	89
Entre 11 \$ et 15 \$	28,1	43
Entre 16 \$ et 20 \$	7,8	12
21 \$ et plus	3,3	5
Ne sait pas	2,6	4
Total	100	153

Une très large proportion de jeunes ont un salaire horaire de 10 \$ et moins. Encore là, cette donnée est fort probablement influencée par le salaire des étudiants pour leur emploi d'été.

### 3.2.4 L'intérêt à participer à un stage d'apprentissage du métier d'entrepreneur

Nous avons demandé aux jeunes dans quelle mesure ils seraient intéressés à participer à un stage d'apprentissage du métier d'entrepreneur. Un total de 169 personnes a répondu à cette question<sup>10</sup>.

**Tableau 11 : Intérêt à participer à un stage d'apprentissage du métier d'entrepreneur (Q.3) (n=169)**

	Nombre	%
Très intéressé	35	20,7
Intéressé	88	52,1
Pas du tout	44	26
Ne sait pas	2	1,2
Total	169	100

On compte 72,8 % des répondants qui se sont dits très intéressés (20,7 %) ou intéressés (52,1 %) à participer à l'offre de stage. Sur 169 répondants, ce sont donc 123 candidats qui sont potentiellement intéressés à l'offre de stage.

<sup>10</sup> Certains jeunes avaient mis fin au questionnaire parce que 5 d'entre eux ont mentionné être à leur compte ou penser l'être au cours de la prochaine année. Les 6 autres n'ont pas répondu à la question.

En faisant les croisements de variables, on constate des résultats significatifs chez les répondants qui se disent très intéressés à participer. De ceux-ci, on compte 48,6 % des répondants à avoir partagé leur temps entre les études et le travail au cours de la période d'automne-hiver dernier et 42,9 % qui auront les mêmes occupations au cours de l'automne-hiver prochain.

Un autre résultat intéressant, quoique non significatif, est que 80 % des personnes qui se sont montrées très intéressées à participer à l'offre de stage étaient à l'emploi à plein temps au cours de l'été dernier.

### 3.2.4.1 Constats

De façon générale, cette offre de stage soulève un intérêt certain auprès de la clientèle des anciens participants aux Camps JE et à Mini Entreprises. Toutefois, les étudiants qui semblent le plus intéressés à participer sont particulièrement ceux et celles qui travaillent pendant leurs études.

### 3.2.5 Ce qui serait important d'inclure dans l'offre de stage

Nous avons posé une série de questions sur différents aspects qui devraient être pris en compte dans l'offre de stage suggérée. Voici ce que les résultats démontrent.

**Tableau 12 : Ce qui est important d'inclure dans l'offre de stage (Q.1) (n=180)**

	% Très important	% Important	% Peu important	% Pas important du tout	% Ne sait pas	total
a) Permet de mesurer les apprentissages	38,3	56,7	4,4	0,6	0	100
<b>b) Explore les 5 fonctions d'une entreprise</b>	<b>62,8</b>	<b>35</b>	1,7	0,6	0	100
c) Favorise la présence en entreprise	41,1	50,6	7,2	0,6	0,6	100
<b>d) Favorise le développement de réseaux de contacts</b>	<b>47,8</b>	<b>41,7</b>	10	0,6	0	100
e) Établit des activités dans un horaire fixe	23,9	50,6	23,9	1,7	0	100
f) Est rémunéré	16,1	48,9	31,7	2,8	0,6	100
g) Tient compte des autres occupations des participants	38,3	48,3	11,1	2,2	0	100
h) Se donne à temps partiel les fins de semaine	7,2	37,8	41,7	11,1	2,2	100
i) Se donne à temps plein au cours de l'été	13,1	40,6	38,3	6,7	1,1	100
<b>j) Est organisé en fonction des intérêts et formation des participants</b>	<b>53,3</b>	<b>43,3</b>	3,3	0	0	100
<b>k) Favorise la participation dans les opérations de l'entreprise</b>	<b>43,9</b>	<b>53,3</b>	1,7	1,1	0	100
l) Mène à la création d'une entreprise	36,1	39,4	22,8	1,7	0	100

Ce qui ressort principalement de ces résultats s'établit en fonction des moyennes les plus élevées des éléments jugés très importants et importants.

Le premier élément jugé très important et important à prendre en compte dans l'offre de stage est qu'il *doit explorer les 5 fonctions d'une entreprise*.

- Chez les répondants qui ont mentionné être très intéressés ou intéressés à participer à une telle offre de stage, 41,5 % d'entre eux trouvent cet élément très important alors que 55,3 % le juge important.

Le second élément considéré très *important et important dans l'offre de stage est qu'il doit prendre en compte les intérêts et formation des participants*.

- Les résultats sont significatifs chez les répondants qui étaient aux études et qui travaillaient au cours de la saison automne-hiver dernière : 69,8 % de ces étudiants-travailleurs estiment qu'il est très important de prendre en compte leurs intérêts et formation.
- Chez les répondants ayant mentionné qu'ils seraient très intéressés ou intéressés à participer à un tel stage, 46,3 % trouvent cet élément très important et 50,4 % le considèrent comme important.

Le troisième élément à prendre en compte dans l'offre de stage est qu'il doit *favoriser l'établissement de réseaux de contacts*.

- Chez les répondants qui ont mentionné être très intéressés ou intéressés à participer à une telle offre de stage, 46,3 % d'entre eux trouvent cet élément très important alors que 44,7 % le juge important.

Le quatrième élément à prendre en compte est que l'offre de stage doit *favoriser la participation dans les opérations de l'entreprise*.

- On trouve un résultat significatif chez les répondants qui étaient à l'emploi à plein temps au cours de l'automne-hiver dernier alors que 59,5 % d'entre eux estiment cet élément très important.
- Chez les répondants ayant mentionné qu'ils seraient très intéressés ou intéressés à participer à un tel stage, 46,3 % trouvent cet élément très important alors que 50,4 % le trouve important.

Les réponses sont très significatives chez les répondants qui étaient aux études et avaient un emploi au cours de l'automne-hiver dernier. Ils sont 27,9 % à trouver très important que le stage s'offre à temps plein au cours de l'été. On retrouve aussi des réponses significatives chez les répondants qui se sont montrés très intéressés à participer à une telle offre de stage alors que 25,7 % d'entre eux estiment qu'il est très important que le stage se donne à temps plein au cours de l'été.

On mesure une réponse très significative chez 60 % des répondants qui se sont montrés très intéressés à participer à une telle offre de stage. Ceux-ci estiment très important que l'offre de stage mène à la création d'une entreprise.

### 3.2.5.1 Constats

Contrairement à ce que nous aurions pu nous attendre, le fait que le stage soit rémunéré n'est pas un élément prépondérant pour intéresser les jeunes à y participer. Il faudra plutôt que le stage présente des activités concrètes, comme l'exploration des 5 fonctions d'une entreprise ou encore qu'il favorise la participation dans les opérations de l'entreprise. On peut donc croire que les répondants qui se sont montrés intéressés à l'offre de stage entrevoient la suite de cette expérience avec sérieux puisqu'ils espèrent y développer un réseau de contacts. D'ailleurs, un lien avec les intérêts et formation des répondants aura plus de chance de les attirer.

La période durant laquelle se tiendra le stage s'avère aussi très importante à considérer. Puisque les personnes qui se sont montrées les plus intéressées à participer à une telle offre de stage sont les jeunes qui étudient et travaillent en même temps, l'été devient le moment le plus propice pour la tenue des stages.

### 3.2.6 Ce qui empêcherait les jeunes de participer au stage

Nous avons voulu connaître ce qui empêcherait les jeunes de participer à un tel stage. Voici ce que les jeunes ont répondu.

**Tableau 13 : Le principal inconvénient pour la participation au stage (Q.4) (n=134)**

	Nombre	%
Temps consacré à un emploi	59	44
Temps consacré aux études	46	34
Manque d'intérêt	12	9
Participe déjà à une activité qui initie au métier d'entrepreneur	7	5
Implication sociale	6	5
Temps consacré à la famille	3	2
Ne sait pas	1	1
TOTAL	134	100

Le temps consacré à un emploi (44 %) et le temps consacré aux études (34,3 %) sont les deux éléments qui sont le plus souvent mentionnés par les répondants. Ce constat s'applique aussi quand on croise les résultats avec l'intérêt de participer à un tel stage :

- 39,8 % des personnes très intéressées ou intéressées seraient empêchées par le temps consacré aux études;
- 47,7 % des personnes très intéressées ou intéressées seraient empêchées par le temps consacré au travail.

Le manque d'intérêt comme principal inconvénient touche seulement 9 % des répondants.

### 3.3 Éléments de conclusion

Le sondage avait pour objectif de valider l'intérêt pour un nouveau service, soit un stage rémunéré d'apprentissage du métier d'entrepreneur auprès d'une population de jeunes anciens participants aux Camps JE et à Mini Entreprises du Saguenay—Lac-Saint-Jean. À la lumière des résultats obtenus, nous pouvons croire que cette offre intéresse la grande majorité des répondants, et tout particulièrement les jeunes qui combinent études et travail pendant l'automne et l'hiver. D'ailleurs, la période d'été devient le moment le plus approprié pour tenir un tel stage, selon ces répondants.

Il faut tout de même s'interroger sur le fait que la rémunération du stage n'ait pas été un élément prédominant pour intéresser les jeunes à y participer. Peut-être que le fait de le mentionner à deux reprises dans la présentation du projet fait en sorte que les répondants tiennent cet aspect pour acquis?

Nous soulevons également l'idée que les éléments retenus par les répondants pour constituer une offre de stage intéressante s'apparentent à des caractéristiques propres à l'employabilité : participation aux activités de l'entreprise, création d'un réseau de contacts, lien avec les intérêts et la formation. Les jeunes semblent préoccupés aux suites de cette expérience. Tout comme la notion d'intention d'entreprendre le soulignait, les jeunes en phase d'expérimentation évaluent quelle possibilité est la plus faisable parmi celles qui s'offrent à eux : créer leur propre emploi ou se trouver un emploi. Or, si la première option s'avère trop incertaine, ce sera la seconde qui attirera davantage.

Nous croyons toutefois que l'intérêt pour un tel stage est réel puisque, malgré ces derniers questionnements, les participants s'étant dits très intéressés à y participer estiment qu'il est important que l'expérience mène à la création d'une entreprise. Même si l'objectif d'un tel stage n'est pas le prédémarrage ou le démarrage, une telle réponse démontre combien l'impact de ce service pourrait porter ses fruits et stimuler le projet d'entreprendre.

## CONCLUSION GÉNÉRALE

La recherche effectuée pour le compte de la SADC LSJE a permis d'évaluer l'intérêt de développer un nouveau service qui valorise le métier d'entrepreneur et stimule le désir d'entreprendre chez les jeunes au Saguenay—Lac-Saint-Jean. Les étapes de travail se sont déroulées en trois temps.

En premier lieu, il s'agissait de faire la présentation de la recherche en abordant la problématique du développement d'entreprise. Le survol des services destinés aux jeunes nous a démontré le vide d'actions entre les services de sensibilisation et les services de prédémarrage et de démarrage, justifiant ainsi la préoccupation de développer un nouveau produit. La revue de littérature sur les services d'entrepreneuriat chez les jeunes, sur l'impact des PME dans les économies, sur le développement de l'entrepreneuriat, notamment au Québec et au Saguenay—Lac-Saint-Jean, ainsi que sur la notion d'intention d'entreprendre facilite la compréhension de la dynamique en cause. Ainsi, malgré un nombre important de services destinés aux jeunes, il existe encore des lacunes pour combler la formation des jeunes en entrepreneuriat et pour les informer adéquatement des possibilités qu'offre le métier d'entrepreneur. Le rôle des PME dans la création d'emplois et dans le dynamisme des communautés locales et régionales, mais surtout le retard qu'affiche le Québec dans la création d'entreprises, démontrent l'importance de travailler à plusieurs niveaux, notamment sur la culture entrepreneuriale. On sait aussi que l'intention d'entreprendre suit une trajectoire qui varie dans le temps et dans son intensité. À elle seule, l'intention d'entreprendre ne garantit pas la réalisation concrète d'un projet d'entreprise. C'est à la seconde étape, celle de l'apprentissage des aspects du métier d'entrepreneur, que les jeunes orienteront la suite de leur parcours selon la qualité et l'appréciation de ces expériences. C'est précisément à cette étape d'apprentissage que les services sont inexistantes.

Dans un deuxième temps, à l'étape qualitative de la recherche, nous avons procédé à des groupes de discussion composés d'anciens participants aux activités de sensibilisation à l'entrepreneuriat que sont les Camps JE et Mini Entreprises. Cette étape de la recherche visait à cibler des pistes d'actions qui tiennent compte des préoccupations et intérêts des jeunes déjà éveillés à l'entrepreneuriat et donc de faire des recommandations pertinentes pour le développement d'un nouveau service d'apprentissage du métier d'entrepreneur. On mentionne l'importance de faire une sélection rigoureuse afin d'avoir des candidats sérieux et dont l'intérêt sera soutenu. L'activité développée devra offrir un encadrement bien structuré pour maintenir une participation active, tout en laissant place à l'autonomie et à l'initiation des participants. Les activités devront être diversifiées et permettre de couvrir l'ensemble des facettes du métier d'entrepreneur en plus de favoriser des échanges concrets avec le milieu des affaires. La visibilité de la démarche et l'adéquation des activités avec la disponibilité des participants sont des aspects importants à ne pas négliger. Les jeunes aiment que leur participation soit reconnue; il s'agit de valoriser l'entrepreneuriat de façon générale, mais également l'expérience acquise des participants. Aussi, puisque le groupe d'âge ciblé sera celui de jeunes majoritairement aux études, l'organisation des activités devra tenir compte de leur calendrier scolaire et de leurs besoins financiers.

Enfin, la troisième partie de l'étude, l'étape quantitative de la recherche s'est faite sous forme de sondage scientifique, auprès d'un échantillon d'anciens participants aux Camps JE et à Mini Entreprises, afin de valider une proposition de services à développer : un stage d'initiation au métier d'entrepreneur. Les résultats nous apprennent que ces jeunes sont majoritairement aux études, que plusieurs d'entre eux partagent leur temps d'études avec un emploi et que la plupart d'entre eux occupent un emploi à temps plein au cours de la période estivale. Plus de 72 % des répondants se sont montrés intéressés ou très intéressés à participer à un stage d'apprentissage du métier d'entrepreneur. Ce stage devra explorer les cinq fonctions d'une entreprise, prendre en compte les intérêts et la formation des participants, favoriser l'établissement de réseaux de contacts et favoriser la participation dans les opérations de l'entreprise.

Bien que notre analyse nous porte à croire que les jeunes veulent vivre une expérience qui rapporte autant sur le plan de l'employabilité que sur le plan entrepreneurial, l'intérêt pour une telle offre semble bien réel. En misant sur la phase d'expérimentation de la trajectoire d'intention d'entreprendre, période où il semble y avoir un vide d'actions en matière entrepreneuriale, la SADC LSJE pourrait combler un besoin important qui améliorera la probabilité de création d'entreprises chez des jeunes sensibilisés à l'entrepreneuriat.

À la lumière des résultats obtenus, il sera intéressant de vérifier si cet intérêt trouve écho dans l'ensemble de la population jeune de la région. En fonction du concept d'intention d'entreprendre, il apparaît que ce ne sont pas seulement les jeunes déjà sensibilisés à l'entrepreneuriat à un moment donné de leur parcours qui puissent désirer expérimenter le métier d'entrepreneur. L'intention d'entreprendre chez un jeune n'est pas exclusive à sa participation à un camp JE ou à Mini Entreprises.

Offrir un choix supplémentaire d'activités visant à stimuler le désir d'entreprendre chez une clientèle âgée de 17 à 25 ans, contribuera à augmenter chez celle-ci, la perception de faisabilité du métier d'entrepreneur. Ce qui par le fait même, influencera le développement de la culture entrepreneuriale de notre milieu.

## BIBLIOGRAPHIE

- Agence de promotion économique du Canada Atlantique (APECA) (2001), Étude sur l'entrepreneuriat chez les jeunes de 15 à 29 ans de la région Atlantique, 82 p.
- APECA (2001), Étude sur l'entrepreneuriat chez les jeunes de 15 à 19 ans de la région Atlantique, Corporate Research Associates Inc., 83 p.
- Bruce, Doug et Derek Picard (2005), La relève : la clé de la réussite, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante : Recherche, 15 p.
- Cadieux, Louise; Lorrain, Jean (2003), La succession dans les PME familiales : Une réflexion sur l'état de nos connaissances et sur nos modes d'intervention, Organisation et territoire, pp.25-33.
- Dumais, Mario; Jean, Bruno; Morin, Anne-Marie et Stève Dionne (2005), La propriété locale des entreprises, la relève entrepreneuriale et le développement des collectivités, Chaire de recherche du Canada en développement rural : Université du Québec à Rimouski, 54 p.
- Julien, Pierre-André (2000), L'entrepreneuriat au Québec; Pour une révolution tranquille entrepreneuriale 1980-2005, Éditions Transcontinentales inc. et de la Fondation de l'entrepreneuriat, 2<sup>e</sup> éd., Coll. Entreprendre, 399 p.
- Industrie Canada (2007), Bulletin trimestriel sur la petite entreprise, vol. 9, no 2, août 2007, 8 p.
- Moreau, Régis et Raveleau, Benoît (2006), «Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale», Revue internationale PME, vol. 19, no 2, pp 103-129.
- Proulx, Marc-Urbain (2006), L'entrepreneuriat régional, CRDT-UQAC.
- Proulx, Marc-Urbain (2006), Désappropriation du secteur privé, CRDT, UQAC.
- Reeves, Gino (1999), Le développement de l'entrepreneuriat chez les jeunes comme perspective pour un développement régional endogène : l'intention de devenir entrepreneur des jeunes du troisième secondaire de la région d'Alma, Mémoire, UQAR, 177 p.
- Riverin, Nathalie (2003), Évaluation quantitative de l'entrepreneuriat au Saguenay—Lac-Saint-Jean 1992-2000 : HEC, étude réalisée pour l'Association des CLD du Saguenay—Lac-Saint-Jean.
- Riverin, Nathalie (2007), « Les jeunes québécois attirés par le métier d'entrepreneur », Le défi de l'entrepreneuriat, reportage publicitaire, Le mercredi 7 février 2007, p. 4.

- Riverin, Nathalie (2007), « Bref portrait de l'entrepreneuriat jeunesse en 2005 », Chaire d'entrepreneuriat Rogers — J.A. Bombardier : Notes, 5 p.
- Saint-Cyr, Louise; Richer, Francine (2003), Préparer la relève ; neuf études de cas sur l'entreprise au Québec, PUQ, HEC Montréal, 219 p.
- Secrétariat à la jeunesse (2004), Défi de l'entrepreneuriat jeunesse : Plan d'action triennal 2004-2005-2006, Québec, 40 p.
- SADC LSJE (2005), Lien incitatif à l'entrepreneurship, Document de travail, 10 p.
- SADC du Fjord (2004), Rapport final Camp JE Saguenay—Lac-Saint-Jean; Éditions 2002, 2003, 2004, 6 p. et annexes.
- Tremblay, Marie-Hélène (2005), Impact des programmes de sensibilisation à l'entrepreneuriat; rapport de l'enquête par sondage téléphonique destiné à la SADC LSJE, SADC Lac-Saint-Jean-Est, 110 p.
- Vision Saguenay 2025 (2003), L'enjeu de l'entrepreneuriat dans la cité saguenéenne en maturation économique : compte rendu du séminaire, 10 p.

#### *Présentations PowerPoint*

- Nathalie Riverin, HEC : *Les 10 maux de l'entrepreneuriat saguenéen;*
- Riverin, Nathalie (2006), *L'entrepreneurship : un enjeu prioritaire pour le Saguenay—Lac-Saint-Jean*, Fondation de l'entrepreneurship, Vigie;
- Louis Dussault, Centre d'entrepreneuriat et d'essaimage de l'UQAC : *Le démarrage et le développement d'une PME : un processus qui se complexifie;*
- SADC, mai 2005. *Une priorité régionale : La relève entrepreneuriale.*

## ANNEXE 1 : Lettre de confidentialité

### RECHERCHE EXPLORATOIRE EN ENTREPRENEURIAT JEUNESSE

Atouts Conseils est une entreprise régionale de développement, recherche et communication. Nous effectuons actuellement une étude pour le compte de la SADC Lac-Saint-Jean-Est. Il s'agit d'une recherche exploratoire visant à développer des pistes d'action en entrepreneuriat jeunesse. Suite à votre participation à une activité d'éveil à l'entrepreneuriat (soit Jeunes entreprises, les Camps JE ou les Coopératives jeunes de services), vous avez été sélectionné afin de nous faire part de votre point de vue sur différents aspects de l'entrepreneuriat. Cela se fera sous forme d'une discussion de groupe guidée par Mme Marie-Claude Verschelden.

### ENGAGEMENTS

Pour faciliter le traitement des informations, nous allons enregistrer la discussion de groupe. Nous garantissons en échange que les informations recueillies lors de cette séance et les copies des enregistrements seront traitées de manière confidentielle. Ces renseignements seront utilisés aux seules fins de la présente étude. Aucun nom ou renseignement personnel pouvant permettre d'identifier un participant ne figurera dans le rapport de recherche.

---

Marie-Claude Verschelden  
Consultante, Atouts Conseils

Date

### CONSENTEMENT

Je déclare avoir compris les objectifs de la recherche et je consens à ce que les informations recueillies soient utilisées selon les termes décrits plus haut

---

Nom

Signature

Date

## ANNEXE 2 : Canevas d'entretien des groupes de discussion

### GRUPE DE DISCUSSION PARTICIPANTS À DES ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT

Mot de bienvenue.

Explication de la démarche menée par les SADC de la région, présentation des objectifs de la rencontre.

#### **OBJECTIFS :**

- 1) Évaluer l'éveil à l'entrepreneuriat chez d'anciens participants à des activités telles Mini entreprise, camp JE et CJS
  - a. quelles sont les actions entrepreneuriales poursuivies
  - b. quel cheminement est entamé par les anciens participants
  - c. est-ce que l'intention d'entreprendre est présente
- 2) Explorer des pistes d'actions à entreprendre pour maintenir l'intérêt à devenir entrepreneur et à l'intention d'entreprendre

**TOUR DE TABLE :** présentation de chacun des participants en mentionnant leur nom, leur situation actuelle et leurs expériences entrepreneuriales récentes, s'il y a lieu.

#### **GUIDE DE QUESTIONS POUR LA DISCUSSION**

- Qu'est-ce que vous avez le plus aimé de vos expériences de sensibilisation à l'entrepreneuriat?

Qu'est-ce qui vous a attiré au départ dans ces projets?

Est-ce que vos attentes ont été rencontrées?

Y a-t-il des choses qui, selon vous, auraient pu être faites autrement pour améliorer l'activité?

À votre avis, à qui s'adresse ce type d'activité?

Est-ce que les jeunes sont intéressés à ce type d'activité? Comment est-ce perçu chez les autres jeunes? Pourquoi?

- Êtes-vous capable de préciser comment cette expérience vous a été utile par la suite? Dans quelles situations?

À l'école? Dans vos emplois? Dans votre cheminement personnel?

- Avez-vous participé ou connaissez-vous d'autres types d'activités qui ressemblent à ce que vous avez fait?

## ANNEXE 2 : Canevas d'entretien des groupes de discussion

Êtes-vous en mesure de les identifier? Quelles sont-elles exactement? Qui les organise? À qui s'adressent-elles?

- À votre avis, qu'est-ce qui devrait être fait pour maintenir l'intérêt à développer l'entrepreneuriat?

Qu'est-ce que vous auriez aimé faire?

Qu'est-ce qui pourrait être fait à l'école? Pendant les vacances d'été?

Pour quelle clientèle?

Qui devrait être responsable?

- À votre avis, quels sont les plus gros problèmes qui pourraient empêcher la mise en place d'un tel service?

Selon la clientèle, la période, les objectifs.

- En terminant, j'aimerais savoir si vous vous considérez comme un entrepreneur ou un futur entrepreneur et pourquoi?

Qu'est-ce qu'un entrepreneur pour vous?

Pensez-vous que la réalisation d'un projet d'entreprise sera réalisable? À court ou moyen terme? Pourquoi?

## ANNEXE 2 : Canevas d'entretien des groupes de discussion

### GROUPE DE DISCUSSION JEUNES ENTREPRENEURS (25-35 ANS) DEPUIS 5 ANS ET MOINS

Mot de bienvenue.

Explication de la démarche menée par les SADC de la région, présentation des objectifs de la rencontre.

#### OBJECTIFS :

- 3) Connaître le cheminement des jeunes entrepreneurs à partir de l'intention première d'entreprendre / le parcours professionnel
- 4) Explorer des pistes d'actions à entreprendre pour maintenir l'intérêt à devenir entrepreneur pour des jeunes de 16-25 ans

**TOUR DE TABLE :** Présentation de chacun des participants en mentionnant leur nom, dans quel domaine leur entreprise évolue et quelle est sa taille.

#### GUIDE DE QUESTIONS POUR LA DISCUSSION

##### PERCEPTION DE L'ENTREPRENEUR :

- Pour commencer, j'aimerais savoir c'est quoi un entrepreneur pour vous?

Comment vous le définissez?

Quelles sont les caractéristiques ou qualités pour être un entrepreneur?

Possédez-vous ces qualités?

Avez-vous déjà pensé que vous alliez devenir entrepreneur? Pourquoi?

##### PARCOURS :

- Quel a été votre parcours ou cheminement personnel, du secondaire jusqu'au démarrage de votre entreprise?

Quel a été votre principal domaine d'études? Est-ce que votre parcours scolaire a été influencé par l'idée d'entreprendre?

Avez-vous déjà participé à des activités d'éveil à l'entrepreneuriat chez les jeunes telles que Mini entreprises, les camps JE ou les Coopératives jeunesses de services?

À quelles activités parascolaires participiez-vous?

Est-ce que vous travailliez?

## **ANNEXE 2 : Canevas d'entretien des groupes de discussion**

- Y a-t-il des expériences particulières qui vous ont permis de développer des compétences utiles pour vous en tant qu'entrepreneur?

À l'école? Au travail? Dans une activité sportive ou culturelle?

### **IDÉE D'ENTREPRENDRE :**

- Comment s'est développé votre goût d'entreprendre ?

Vers quel âge avez-vous commencé à vous percevoir comme un entrepreneur potentiel?

Qu'est-ce qui, selon vous, vous a aidé à passer de l'idée à l'action d'entreprendre? Y a-t-il eu un élément déclencheur? Quel était-il?

Y a-t-il des entrepreneurs dans votre famille?

Y a-t-il des personnes de votre entourage qui vous ont encouragé dans votre projet? Lesquelles?

Y en a-t-il qui ont tenté de vous décourager? Lesquelles?

### **ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT CHEZ LES JEUNES 16-25 ANS :**

- À votre avis, qu'est-ce qui devrait être fait pour développer ou maintenir l'intérêt des jeunes à devenir entrepreneur?

Quels sont les projets, les activités qui pourraient intéresser les jeunes?

Qu'est-ce que vous auriez aimé faire, vous, quand vous étiez plus jeune?

Qu'est-ce qui pourrait être fait à l'école? Pendant les vacances d'été?

Pour quelle clientèle?

Qui devrait être responsable?

- À votre avis, quels sont les plus gros problèmes qui pourraient empêcher la mise en place d'un tel service?

Selon la clientèle, la période, les objectifs.

## ANNEXE 3 : Questionnaire

Bonjour (nom de la personne), de UniMarketing, les SADC de la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean réalisent présentement un sondage auprès de jeunes qui ont déjà participé à une activité de sensibilisation à l'entrepreneuriat, c'est-à-dire à Mini entreprise ou au Camp JE. Comme vous avez déjà participé à l'une ou l'autre de ces activités, votre opinion est très importante pour nous. Puis-je compter sur votre collaboration ?

Oui

Non

### Intro

L'objectif de ce sondage est de vérifier l'intérêt que pourrait susciter un nouveau type de service d'accompagnement en entrepreneuriat.

La formule que les SADC désirent développer prendrait la forme d'un **stage rémunéré** d'apprentissage du métier d'entrepreneur. Le stage serait d'une durée d'environ 400 heures, réparties sur plusieurs mois. Au cours du stage, différentes activités seraient organisées pour permettre aux participants de se familiariser avec les nombreuses facettes du métier d'entrepreneur et d'approfondir leurs connaissances et compétences en entrepreneuriat tout en étant rémunérés.

Le stage serait orienté autour de l'apprentissage du métier d'entrepreneur. Nous aimerions donc savoir ce que vous pensez d'un tel service.

1. Si un stage d'apprentissage du métier d'entrepreneur était offert, quelle importance accorderiez-vous aux éléments suivants
  - 1a) le stage permet de mesurer les apprentissages

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9
  - 1b) le stage explore les 5 fonctions d'une entreprise : management, opérations, ressources humaines, marketing et finance

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9
  - 1c) le stage favorise la présence en entreprises (visites, rencontres)

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9
  - 1d) le stage favorise le développement de réseaux de contacts

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

### ANNEXE 3 : Questionnaire

1e) le stage établit des activités dans un horaire fixe

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

1f) le stage est rémunéré

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

1g) le stage tient compte des autres occupations des participants

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

1h) le stage se donne à temps partiel les fins de semaine

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

1i) le stage se donne à temps plein au cours de l'été

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

1j) le stage est organisé en fonction des intérêts et de la formation des participants

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

1k) le stage favorise la participation dans les opérations de l'entreprise

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

1l) le stage mène à la création d'une entreprise

Très important	1
Important,	2
Peu important	3
Pas important du tout	4
Ne sait pas	9

## ANNEXE 3 : Questionnaire

2. Y a-t-il un élément qui n'a pas été nommé et qui, selon vous, serait essentiel à intégrer au programme de stage ?

Non	1 paq+1
Oui,	2
Ne sait pas	9 paq1

2a) lequel :

---

3. Advenant le cas que cette offre de stage soit mise en place, dans quelle mesure seriez-vous intéressé à y participer ?

Très intéressé	1 paq +1
Intéressé	2
Pas du tout	3
Ne sait pas	9

4. Quel est le principal inconvénient qui vous empêcherait de participer à un tel service ?

Aucune contrainte	1
Manque d'intérêt	2
Temps consacré aux études	3
Temps consacré à un emploi	4
Temps consacré à la famille	5
Contraintes financières	6
Participe déjà à des activités qui initient au métier d'entrepreneur	7
Implication sociale	8
Ne sait pas	9

*Les prochaines questions visent à connaître votre emploi du temps.*

5. Au cours de la dernière année, quelle a été votre principale occupation pendant la période d'automne et d'hiver?

à l'emploi à temps plein  
 aux études à temps plein  
 partage du temps entre les études et le travail  
 à la recherche d'emploi  
 à mon compte (travailleur autonome, propriétaire d'entreprise) **PAQ FIN**  
 autre : \_\_\_\_\_

6. Au cours de la dernière année, quelle a été votre principale occupation pendant la période d'été ?

à l'emploi à temps plein  
 aux études à temps plein  
 partage du temps entre les études et le travail  
 à la recherche d'emploi  
 à mon compte (travailleur autonome, propriétaire d'entreprise) **PAQ fin**  
 autre : \_\_\_\_\_

### ANNEXE 3 : Questionnaire

7. En moyenne combien de temps par semaine avez-vous consacré à ces ou cette occupation ?

- Étude : \_\_\_\_\_ hres (passez à +1)
- Emploi : \_\_\_\_\_ hres (répondre à la Q. 7a)
- Recherche d'emploi \_\_\_\_\_ hres (passez à +1)
- Autres : \_\_\_\_\_ hres (passez à +1)

7a) Quel est votre salaire horaire?

- Moins de 10 \$ l'heure
- Entre 11 \$ et 15 \$
- Entre 16 \$ et 20 \$
- 21 \$ et plus

8. Parmi les occupations suivantes, lesquelles correspondront à vos occupations au courant de la prochaine année pendant la période d'automne et d'hiver (lire) ?

- À l'emploi à temps plein
- Aux études à temps plein
- Partage du temps entre les études et le travail
- À la recherche d'emploi
- À mon compte (travailleur autonome, propriétaire d'entreprise) **fin du sondage**
- Autres : \_\_\_\_\_

9. Parmi les occupations suivantes, lesquelles correspondront à vos occupations au courant de la prochaine année pendant la période d'été ?

- À l'emploi à temps plein
- Aux études à temps plein
- Partage du temps entre les études et le travail
- À la recherche d'emploi
- À mon compte (travailleur autonome, propriétaire d'entreprise) **fin du sondage**
- Autres : \_\_\_\_\_

Voilà, c'est ce qui complète le sondage. Nous vous remercions de votre précieuse collaboration. Bonne fin de journée.