

UNIVERSITE DU QUEBEC

**MEMOIRE
PRESENTE A
L'UNIVERSITE DU QUEBEC A CHICOUTIMI
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAITRISE EN GESTION DES PMO**

**PAR
CLAUDE BOLDUC
B.A.A.**

**LES MODELES BEAUCERONS D'ENTREPRENEURSHIP :
UN FACTEUR EXPLICATIF DE DEVELOPPEMENT REGIONAL?**

AVRIL 1993



Mise en garde/Advice

Afin de rendre accessible au plus grand nombre le résultat des travaux de recherche menés par ses étudiants gradués et dans l'esprit des règles qui régissent le dépôt et la diffusion des mémoires et thèses produits dans cette Institution, **l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)** est fière de rendre accessible une version complète et gratuite de cette œuvre.

Motivated by a desire to make the results of its graduate students' research accessible to all, and in accordance with the rules governing the acceptance and diffusion of dissertations and theses in this Institution, the **Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)** is proud to make a complete version of this work available at no cost to the reader.

L'auteur conserve néanmoins la propriété du droit d'auteur qui protège ce mémoire ou cette thèse. Ni le mémoire ou la thèse ni des extraits substantiels de ceux-ci ne peuvent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

The author retains ownership of the copyright of this dissertation or thesis. Neither the dissertation or thesis, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

REMERCIEMENTS

Plusieurs personnes m'ont stimulé et même aidé à réaliser cette dernière étape de la maîtrise en gestion des petites et moyennes organisations (PMO). Je remercie toutes celles qui m'ont encouragé de près ou de loin à persévérer dans cette démarche. Je dois cependant souligner de façon particulière quelques contributions plus immédiates à la réalisation de ce projet de mémoire.

Ma famille m'a beaucoup encouragé tout au long de cette recherche : de gros mercis à ma conjointe Louise et à mes enfants Anne-France et Jean-Michel.

Mon directeur de recherche, Monsieur Marc-Urbain Proulx, mérite lui aussi de chaleureux remerciements pour sa patience et pour les conseils judicieux qu'il m'a prodigués tout au long de ces deux ans de travail.

Enfin, je remercie particulièrement tous les propriétaires d'entreprises beauceronnes qui, individuellement, m'ont accordé du temps et qui, collectivement, donnent à la Beauce le dynamisme industriel qui est à l'origine de ce mémoire.

RESUME

La présente recherche porte sur la petite et moyenne entreprise (PME) comme facteur de développement économique régional. L'objectif initial était de mieux connaître les raisons du développement économique de la Municipalité régionale de comté (MRC) de Beauce-Sartigan. Plus spécifiquement, nous voulions savoir pourquoi autant de PME sont créées en Beauce depuis 15 ans.

Comme il existe peu d'études concernant la MRC Beauce-Sartigan, nous avons d'abord étudié les phénomènes généraux de la PME et de la création d'entreprise. Notre cadre d'analyse s'est ensuite inspiré du modèle de création d'entreprise de Shapero (1975), enrichi par Belley (1990), qui fait état de cinq éléments présents au moment de la création d'une entreprise : les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur, les facteurs de discontinuité, les opportunités, les facteurs de faisabilité et les facteurs de crédibilité et de désirabilité. Parallèlement à la clarification de notre cadre d'analyse, nous avons fait des entrevues exploratoires auprès d'entreprises manufacturières innovatrices. Les entreprises choisies sont représentatives des principaux secteurs industriels de la MRC Beauce-Sartigan. Ces secteurs sont le vêtement, l'ameublement, la machinerie et les produits alimentaires et métalliques. Les entrevues exploratoires ont fait ressortir l'importance des facteurs de crédibilité et de désirabilité en Beauce.

L'hypothèse générale a par la suite été formulée dans les termes suivants : Les modèles Beaucerons d'entrepreneurship ont un effet significatif sur la création de PME en Beauce. Pour valider cette hypothèse, cinq sous-hypothèses ont été formulées et un questionnaire de 22 questions a été développé. L'échantillon était composé de 30 PME beauceronnes, choisies pour leur leadership ou leur importance dans l'économie régionale.

Les résultats obtenus ont permis de conclure que, effectivement, les modèles beaucerons d'entrepreneurship ont un effet significatif sur la création de PME en Beauce et que ces modèles agissent à trois niveaux appelés " niveaux d'entraînement ".

Globalement, les résultats démontrent qu'au premier niveau d'entraînement, le fait de provenir d'une famille d'entrepreneurs et le fait également d'avoir travaillé dans une autre PME influencent grandement les personnes à créer leur propre entreprise. Le deuxième niveau d'entraînement, constitué principalement des modèles provenant des grands entrepreneurs beaucerons, a aussi un effet significatif sur le démarrage et la croissance des entreprises. Finalement, au troisième niveau d'entraînement, le grand pourcentage de réussite en affaires dans la région encourage et motive globalement les gens ; ceux-ci estiment qu'ils peuvent eux aussi avoir du succès.

La présente étude servira à démontrer l'importance des modèles beaucerons d'entrepreneurship sur la création de PME sur le territoire de la MRC de Beauce-Sartigan. L'intérêt scientifique de cette recherche est de participer à l'analyse des facteurs de création d'entreprises et à diffuser les résultats obtenus pour qu'ils guident les actions et les réflexions futures concernant le développement économique de la Beauce et d'ailleurs.

TABLE DES MATIERES

	Page
REMERCIEMENTS	i
RESUME	ii
TABLE DES MATIERES	iv
LISTE DES TABLEAUX	viii
LISTE DES GRAPHIQUES ET FIGURES	ix
SIGLES	x

INTRODUCTION

1. Origine de la recherche.....	1
2. Objectifs de la recherche.....	3
3. Limites de la recherche.....	3
4. Terrain de recherche.....	4

CHAPITRE I PHENOMENE DE LA PME

1.1 PME et création d'emploi.....	5
1.2 PME et récession.....	7
1.3 PME et intégration régionale.....	13
1.3.1 PME et développement économique et social des régions.....	13
1.3.2 Rôle d'équilibre des PME.....	15
1.3.3 Intégration régionale de la PME.....	17
1.4 PME, source d'innovation.....	19
1.4.1 Concept d'innovation appliqué à la PME.....	19
1.4.2 Rôle de l'innovation dans la PME.....	20
1.4.3 Evénements ou facteurs d'innovation.....	22

CHAPITRE II ELABORATION DU PROBLEME

2.1	Historique du développement industriel de la Beauce	23
2.2	Croissance du secteur manufacturier entre 1978-1987	27
2.3	Importance régionale du secteur manufacturier.....	29
2.4	Etudes sur la Beauce.....	32
2.5	Le problème.....	42

CHAPITRE III CADRE D'ANALYSE

3.1	Caractéristiques psychologiques.....	46
3.1.2	Besoin d'accomplissement.....	46
3.1.3	Internalité du lieu de contrôle.....	46
3.1.4	Propension à la prise de risques.....	47
3.1.5	Valeurs personnelles.....	48
3.1.6	Entrepreneur ou gestionnaire.....	49
3.2	Facteurs de discontinuité.....	50
3.2.1	Déplacements négatifs.....	50
3.2.2	Facteurs positifs.....	51
3.2.3	Situations de délocalisation.....	52
3.3	Opportunités.....	53
3.3.1	Reliées à l'expérience de l'entrepreneur.....	53
3.3.2	Non reliées à l'expérience de l'entrepreneur.....	54
3.3.3	Opportunité et innovation	55
3.4	Facteurs de faisabilité.....	56
3.4.1	Effet de la structure industrielle.....	56
3.4.2	Disponibilité du capital.....	57
3.4.3	Accessibilité aux fournisseurs et aux marchés.....	58
3.4.4	Disponibilité et coût d'une main-d'oeuvre qualifiée.....	59

3.4.5	Fiscalité, programmes et réglementations gouvernementales.....	60
3.4.6	Importance des facteurs locaux.....	63
3.4.6.1	Facteurs de qualité de vie.....	67
3.4.6.2	Réseaux.....	69
3.5	Facteurs de crédibilité et de désirabilité.....	71
3.5.1	Apprentissage social.....	73
3.5.1.1	Processus attentionnel.....	74
3.5.1.2	Processus de rétention.....	75
3.5.1.3	Processus de reproduction motrice.....	75
3.5.1.4	Processus motivationnel.....	76
3.5.2	Images d'imitation.....	77
3.5.3	Concept d'effet d'entraînement.....	80

CHAPITRE IV FORMULATION DES HYPOTHESES

4.1	Hypothèse générale.....	82
4.2	Sous-hypothèses.....	83

CHAPITRE V LA METHODOLOGIE

5.1	Enquête exploratoire.....	84
5.2	Echantillonnage.....	86
5.3	Méthode, terrain et instrument.....	87

CHAPITRE VI RESULTATS

6.1	Analyse descriptive des résultats.....	89
6.1.1	Influence des parents.....	89
6.1.1.1	Désir de devenir entrepreneur.....	89
6.1.1.2	Années d'expérience.....	90
6.1.1.3	Age de démarrage.....	92

6.1.2	Influence des amis.....	94
6.1.3	Influence des collègues de travail.....	95
6.1.4	Grands entrepreneurs beaucerons.....	95
6.1.5	Réussite en Beauce.....	96
6.1.6	Valorisation de l'entrepreneurship.....	98
6.2	Commentaires et comparaison des résultats.....	100
6.2.1	Premier niveau d'entraînement.....	100
6.2.2	Deuxième niveau d'entraînement.....	102
6.2.3	Troisième niveau d'entraînement.....	104
6.3	Validation des hypothèses.....	106

CHAPITRE VII CONCLUSION

7.1	Atteinte des objectifs.....	110
7.2	Portrait type de l'entrepreneur beauceron.....	112
7.3	Application à d'autres régions.....	113

BIBLIOGRAPHIE.....	115
--------------------	-----

ANNEXE 1 Questionnaire

ANNEXE 2 Profil des entreprises

LISTE DES TABLEAUX

	Page
Tableau 1 : Evolution de l'emploi dans quatre régions du Québec, 1975-1982	8
Tableau 2 : Emplois créés par implantation nette de PME, 1975-1982	9
Tableau 3 : Structure industrielle des PME de quatre régions québécoises, 1975 et 1982	10
Tableau 4 : Coefficient de résistance des PME de quatre régions du Québec	11
Tableau 5 : Valeur de la production agricole et industrielle et indices démographiques en Beauce, 1941, 1951 et 1961	25
Tableau 6 : Manufactures de la Beauce, 1911	26
Tableau 7 : Création et disparition d'entreprises manufacturières Beauce-Sartigan, 1978-1987	28
Tableau 8 : Emplois et établissements manufacturiers 1988, Chaudière-Appalaches	29
Tableau 9 : Répartition sectorielle de l'emploi par MRC dans la région Chaudière-Appalaches en 1986	30
Tableau 10 : Variation de la population 1986/1981	31
Tableau 11 : Distinctions entre entrepreneur et gestionnaire	49

LISTE DES GRAPHIQUES ET FIGURES

	Page
Figure 1 : Modèle de création d'entreprises.....	45
Figure 2 : Facteurs de crédibilité.....	72
Figure 3 : Niveaux d'entraînement.....	81
Graphique 1 : Désir de devenir entrepreneur.....	89
Graphique 2 : Expérience dans une PME	90
Graphique 3 : Expérience dans une PME et motivation	91
Graphique 4 : Age de démarrage	92
Graphique 5 : Provenance des modèles	93
Graphique 6 : Motivation vs réussite régionale	96
Graphique 7 : Pression vs réussites régionales.....	97
Graphique 8 : Média vs valorisation des PME.....	98
Graphique 9 : Région vs valorisation des PME.....	99

SIGLES

CAE	Centre d'aide aux entreprises
CEB	Conseil économique de Beauce
CLE	Création locale d'emploi (société)
MRC	Municipalité régionale de comté
OPDQ	Office de planification et de développement du Québec
PME	Petite et moyenne entreprise
PMO	Petite et moyenne organisation
REA	Régime d'épargne actions
SDI	Société de développement industriel du Québec
SOLIDE	Société locale d'investissement dans le développement de l'emploi
SPEQ	Société de placement dans l'entreprise québécoise

Note : Le masculin seulement a été utilisé dans le présent texte par souci d'économie d'espace et de clarté.

INTRODUCTION

1. ORIGINE DE LA RECHERCHE

La présente recherche a une triple origine : le phénomène mondial de la PME, l'importance relative des PME en Beauce et l'expérience de commissaire industriel de l'auteur.

De nombreuses recherches réalisées sur tous les continents ont démontré que la PME prend de plus en plus de place dans la structure économique des pays et plus particulièrement des régions (Julien, 1987). Au Canada, par exemple, le président de l'Institut de recherches politiques, Monsieur Rod Dobell, déclarait dans D'Amboise (1989) :

" Sur le plan économique, en fait, on assiste depuis une dizaine d'années au Canada à une véritable révolution; de 1978 à aujourd'hui le nombre d'entreprises est passé de 600 000 à 850 000, ce qui représente une augmentation de 42 %. Entre 1978 et 1985, 86 % du nombre net d'emplois ont été créés au pays par des entreprises employant moins de 50 personnes; les trois quarts de ces emplois se retrouvent, par ailleurs, dans des entreprises qui n'existaient même pas avant 1978. Le courant entrepreneurial semble tellement irrésistible au Canada que, proportionnellement à sa population, on y retrouve aujourd'hui deux fois plus d'entreprises qu'aux Etats-Unis. "

D'Amboise (1989), pp. XI et XII

Pour ce qui est de l'importance relative des PME en Beauce, il suffit de dire que leur nombre est passé de 82 à 133 en seulement 18 ans (Billette et al., 1991) et de relater les succès nationaux et internationaux de plusieurs PME beauceronnes (Procycle, Equipement Doyon, etc.).

En dernier lieu, l'expérience de commissaire industriel de l'auteur cumulée aux deux sources précédentes a motivé le choix de ce champ de recherche. En fait, cette réflexion a été initiée durant le travail de l'auteur au Conseil économique de Beauce (CEB) de 1985 à 1990. Durant ces années et encore aujourd'hui, des chercheurs et des commissaires industriels du Québec et d'ailleurs sont venus en Beauce pour essayer de trouver les raisons du succès de cette région. Cet engouement des gens de l'extérieur et le peu de réponses fournies par les quelques études existantes ont joué un rôle catalyseur chez l'auteur qui a cherché à expliquer le " miracle beauceron ".

L'objectif de la présente recherche est donc de comprendre et de mieux préciser les raisons du développement de la PME en Beauce.

2. OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

Cette recherche a pour but de vérifier si le modèle théorique de création d'entreprise s'applique à une région comme la Beauce. Plus spécifiquement, nous allons vérifier l'importance des facteurs de crédibilité et de désirabilité dans le processus de création d'entreprise en Beauce.

Les résultats de cette étude nous permettront de conclure si oui ou non ces facteurs ont influencé les futurs entrepreneurs dans leur décision de créer une entreprise.

3. LIMITES DE LA RECHERCHE

Le processus de création d'une entreprise est complexe car il s'inscrit d'abord dans le cheminement personnel d'un individu. Il suppose aussi l'intervention de plusieurs personnes mises en relation. Enfin, comme de récentes études l'ont démontré, il s'insère dans un processus collectif de dynamique régionale.

Dans le cadre de cette recherche, nous avons dû choisir une facette du processus de création d'entreprise. Nous voulions cerner le mieux possible un élément qui semblait faire l'unanimité auprès d'entrepreneurs, suite à des entrevues exploratoires que nous avons réalisées.

Ce choix fut donc guidé par notre expertise en développement régional, mais aussi et surtout par les propos d'entrepreneurs qui ont créé leur propre entreprise.

4. TERRAIN DE RECHERCHE

Pour des raisons pratiques et compte tenu des délais à respecter pour faire cette recherche, notre échantillonnage sera fait à partir des PME de la MRC de Beauce-Sartigan.

Cette MRC est celle qui possède et qui a créé le plus de PME en Beauce depuis une vingtaine d'années. Les deux autres MRC de la Beauce, celle de Robert-Cliche et celle de Nouvelle-Beauce, possèdent à elles deux un peu moins de PME que la MRC de Beauce-Sartigan.

L'échantillon comprendra des PME manufacturières réparties dans tous les principaux secteurs manufacturiers de la Beauce. Le vêtement, le bois d'oeuvre, les produits métalliques, le meuble et les produits en plastique y seront donc représentés (voir annexe 2).

Notre connaissance de la région mais aussi le répertoire des entreprises du Conseil économique de Beauce nous serviront à construire un échantillon représentatif du dynamisme beauceron.

Deux méthodes d'enquête seront utilisées : l'entrevue et le questionnaire distribué par courrier.

Les entrevues exploratoires nous permettront de préciser et de valider notre sujet de recherche, tout en fournissant un certain nombre de données quantitatives sur les entreprises sélectionnées. Le questionnaire nous fournira par la suite plusieurs informations concernant les variables choisies.

CHAPITRE I

PHENOMENE DE LA PME

Avant d'approfondir la problématique de recherche, traitée dans le prochain chapitre, nous avons cru opportun de démystifier un peu le phénomène de la PME.

Pour mettre en évidence l'importance grandissante des PME, nous aurions pu traiter de différents thèmes, mais ceux qui nous ont semblé les plus pertinents dans le cadre général de cette recherche sont : la création d'emploi, la récession, l'intégration régionale des PME et l'innovation.

1.1 PME ET CREATION D'EMPLOI

Plusieurs auteurs ont étudié la relation entre la création d'emploi et la PME. Voici, pour quelques pays, les résultats de leurs recherches.

- Au Japon, de 1971 à 1977, les entreprises manufacturières comptant de 30 à 99 employés, suivies de celles de 0 à 9 employés, puis de 10 à 29 employés, sont celles qui ont, dans l'ordre, connu la plus forte croissance pendant que les grandes entreprises connaissaient une perte d'emploi.

(Julien, 1987)

- En **Angleterre**, l'emploi industriel a connu les mêmes tendances de 1968 à 1975. En fonction de la taille des entreprises, le taux de croissance fut le suivant : 0-20 emplois : +27 % ; 21-50 emplois : +23 % ; 51-100 emplois : +15 % ; 101-500 emplois : -22 % ; 501 emplois et + : -59 %. On note donc une diminution totale de 15 % du nombre d'emplois manufacturiers. (Julien, 1987)

- En **France**, de 1962 à 1972, les entreprises qui comptaient de 10 à 50 employés ont vu leur nombre diminuer de 24,3 % et leurs emplois de 40 %, tandis que de 1972 à 1984, elles augmentaient leur nombre de 5,4 % et leurs emplois de 26,7 %. (Julien, 1987)

- Aux **Etats-Unis**, d'après l'étude de Birch, tirée de Baroin (1983), 66 % des emplois créés entre 1969 et 1976 l'ont été par des entreprises de moins de 20 salariés. Ce pourcentage atteint 82 % des emplois lorsque l'on inclut les PME de moins de 100 salariés.

- Au **Canada**, selon Industries, Sciences et Technologie Canada (1989), la PME est aussi créatrice d'emploi. Entre 1978 et 1987, les fabricants employant moins de 100 personnes, combinés avec ceux de moins de 50 employés de tous les secteurs, ont été responsables de 93 % des emplois créés dans le secteur privé.

- Au Québec, le cahier spécial du journal LES AFFAIRES au sujet des 500 plus importantes entreprises du Québec en 1991, nous apprend que de 1985 à 1990, l'emploi total a augmenté de 12,1 % au Québec. Par contre, l'emploi dans les 100 plus grandes entreprises québécoises n'a augmenté que de 1,1 % durant la même période. On déduit donc encore une fois qu'au Québec, la création d'emploi provient surtout de la petite entreprise.

1.2 PME ET RECESSION

Bien que ce soit majoritairement la PME qui crée le plus d'emplois, il demeure que plusieurs études ont démontré la fragilité des PME. On parle souvent, par exemple, que 80 % des PME n'atteignent pas l'âge de cinq ans. On peut donc se demander si la situation économique actuelle ou les récessions de 1975 et de 1982 ont affecté la création ou la fermeture des PME.

Il faudra encore quelques années avant de disposer des données de 1990-1991 qui nous permettront d'étudier le comportement des PME durant le présent ralentissement économique. Pour la période de 1975 à 1982, Thibodeau et Julien (1984) ont étudié le comportement des PME de quatre régions du Québec (Mauricie Bois-Francs, Beauce, Bas-Saint-Laurent et deux villes satellites : Joliette et Saint-Jean-sur-Richelieu). C'est le comportement de 225 entreprises manufacturières comptant entre 5 et 199 employés qui a été analysé pour cette période.

Concernant la création d'emploi, le tableau 1 montre clairement que les PME ont permis à ces régions de traverser des temps économiques difficiles de façon moins brutale que beaucoup d'autres régions. En fait, de 1975 à 1982, les PME (5 à 199 emplois) ont créé 4663 nouveaux emplois, ce qui correspond à une augmentation de l'emploi de 18 % dans les PME, en seulement sept ans.

TABLEAU 1

Evolution de l'emploi dans quatre régions du Québec, 1975-1982

	EMPLOIS 1975	EMPLOIS 1982	% D'EMPLOIS 75-82
PME (5 à 199 emplois)			
Villes satellites	3645	4474	23
Mauricie Bois-Francs	17122	18943	11
Beauce	4174	5897	41
Bas-Saint-Laurent	2704	3014	11
Total PME	27645	32308	18
Grandes entreprises (+ 200 emplois)	46271	45 685	-1,3
Grand total	73716	77993	5,8

Source : Résumé du tableau 1 de Thibodeau et Julien, 1984

Nous voyons donc que, "de façon générale, les PME manufacturières ont constitué un élément très important pour atténuer les effets de la crise."
(Thibodeau et Julien, 1984, p. 3)

Pour sa part, le tableau 2 montre aussi que la création d'emploi a été faite par de nouvelles entreprises plutôt que par l'extension d'entreprises existantes (2510 emplois contre 2153).

TABLEAU 2

Emplois créés par implantation nette de PME, 1975-1982

Région	Emplois 1975	Création nette d'emplois 1975-1982	Création d'emplois par extension 1975-1982	% d'emplois par création nette 1975-1982	% d'emplois par extension 1975-1982
Villes satellites	3645	479	330	13	9
Mauricie Bois-Francs	17122	682	1139	4	7
Beauce	4174	1223	500	29	12
Bas St-Laurent	2702	126	184	5	7
TOTAL	27643	2510	2153	9,1	7,7

Source : Tableau 3 de Thibodeau et Julien, 1984
Compilation de l'auteur

Ces résultats font dire aux auteurs de cette recherche que, "à certains égards, on pourrait prétendre que la crise suscite ou force l'entrepreneur potentiel à se révéler."

(Thibodeau et Julien, 1984, p. 9)

Ces créations d'emplois ont eu des effets importants sur la structure industrielle de ces régions. Le tableau 3 qui suit montre que des secteurs industriels ont perdu des entreprises au profit d'autres secteurs plus dynamiques. Par exemple, l'industrie des aliments et boissons a diminué de 6 % (passant de 19 % à 13 %) du total des entreprises manufacturières tandis que l'industrie de la machinerie a augmenté de 3 % (passant de 6 % à 9 %) .

TABLEAU 3

Structure industrielle des PME de quatre régions québécoises,
1975 et 1982

INDUSTRIE	% D'ETABLISSEMENTS	
	1975	1982
Aliments-boissons	19	13
Caoutc. & plast.	1	2
Vêtement	5	6
Bois	24	23
Meuble	8	10
Imprimerie	10	9
Machinerie	6	9
Produits métalliques	6	7
Autres	21	21
TOTAL	100	100

Source : Tableau 5 de Thibodeau et Julien, 1984
Compilation de l'auteur

Nous avons vu jusqu'à maintenant que les nouveaux emplois proviennent des PME et en grande partie de la création de nouvelles entreprises, et que ce dynamisme est présent même durant les récessions. Mais qu'en est-il de la force de ces entreprises? Résisteront-elles à une prochaine récession?

Afin d'étudier leur résistance future, les auteurs ont calculé un indice appelé coefficient de résistance. Ce coefficient tient compte, dans chaque entreprise, de l'évolution de l'emploi, de la productivité apparente du travail et du taux de profit. Leurs résultats sont présentés dans le tableau suivant.

TABLEAU 4

Coefficient de résistance des PME de quatre régions du Québec

% D'entreprises	Coefficient	Commentaires
20	Très fort	En dépit de cette période difficile, elles ont réussi à accroître leurs effectifs, à améliorer leur productivité-homme et à augmenter leur taux de profit.
37	Fort	Deux des trois éléments du coefficient ont connu une évolution positive. Dans 95 % des cas, l'élément négatif était l'évolution du taux de profit.
33	Faible	Deux éléments du coefficient sur trois ont eu une évolution négative.
10	Très faible	Les trois éléments du coefficient ont eu une évolution négative.

Source : Thibodeau et Julien, 1984

Comme le font remarquer les auteurs et comme l'indique le tableau précédent, près de 60 % des PME de l'échantillon ont réussi à traverser la récession de façon très dynamique.

Thibodeau et Julien (1984) citent des études faites au Canada, en France et aux Etats-Unis dont les résultats sont semblables à ceux obtenus dans les quatre régions québécoises étudiées précédemment. De plus, une étude faite par Baroin et Francheboud (1983), portant sur les investissements et la valeur ajoutée des PME de différents pays d'Europe, donne également des résultats semblables.

" Les PME en France, au Royaume-Uni et en Italie se sont donc montrées globalement plus dynamiques que les grandes entreprises, surtout après la récession de 1974. La croissance plus forte de la valeur ajoutée dans les PME atteste de la capacité de ces entreprises à conquérir de nouveaux marchés et à résister à la concurrence. La rupture de l'investissement, moins marquée dans les PME que dans les grandes entreprises, traduirait des comportements d'anticipation moins pessimistes chez les petites entreprises. "

Baroin et Francheboud (1983), p. 49-50

Dans la prochaine section, nous verrons qu'en plus de créer des emplois et d'être plus facilement adaptables lors de récessions, les PME jouent un rôle important au niveau du développement économique et social des régions.

1.3 PME ET INTEGRATION REGIONALE

1.3.1 PME et développement économique et social des régions

Une étude québécoise faite par Julien (1985) traite d'entrepreneurship et de région. Cet auteur donne trois conditions " nécessaires et suffisantes " pour qu'une région puisse se développer. Ces trois conditions sont l'existence d'un marché minimal, un potentiel d'entrepreneurship qui peut s'exprimer et diverses ressources complémentaires aux entreprises.

1) Le marché minimal nécessaire varie en fonction des types de productions et de produits. L'auteur de l'étude donne l'exemple du cas de la Beauce. En effet, sa localisation particulière, entre la frontière américaine et la région métropolitaine de Québec, et ses richesses forestières proches forment la base de marché qui a permis le démarrage d'une production importante de matériel de transport pour soutenir l'exportation du bois.

2) La deuxième condition est l'existence d'un potentiel d'entrepreneurship qui, selon l'auteur, ne peut souvent être vérifié qu'après coup. A cet effet, la Beauce est encore citée en exemple : " Ainsi, on peut rattacher le démarrage de la Beauce à deux ou trois noms d'entrepreneurs. " (Julien, 1985, p. 10). Ce potentiel d'entrepreneurship est rattaché à la présence de certains types de grandes entreprises. Julien donne à titre d'exemple l'existence de grandes entreprises à production primaire qui draineraient et freineraient le plus souvent l'actualisation de ce potentiel d'entrepreneurship.

Au contraire, d'autres grandes firmes, dont le type n'est pas défini, offriraient beaucoup de sous-traitance ou favoriseraient l'essaimage stimulant l'entrepreneursip.

3) La dernière condition est un minimum de ressources complémentaires. On peut diviser ces ressources en deux grandes catégories : les ressources physiques et les ressources humaines.

Par ressources physiques, on entend les terrains et les bâtisses industrielles à faibles coûts. Pour leur part, les ressources humaines comprennent la main-d'oeuvre spécialisée, les services légaux, les services comptables, les services de marketing, etc.

En plus d'offrir des avantages économiques, la souplesse de la structure des PME aurait aussi un impact intéressant sur le plan social. Toulouse (1979), parle des avantages de la PME dans une perspective de politique régionale de recherche du plein emploi :

" Ce type d'entreprise offre globalement une gamme très large d'emplois de toute nature. Par là même, leur présence nombreuse dans une localité donne plus de chance à un salarié insatisfait du poste qu'il occupe, licencié par un employeur ou encore inscrit sur une liste noire, de retourner au travail. "

" C'est aussi dans les petites affaires qu'une main-d'oeuvre importante trouve une place dans la vie active, place qu'elle n'obtiendrait pas facilement dans les grandes entreprises ou dans les administrations dont les conditions rigides d'embauche sont connues. "

Toulouse (1979) p. 117

Selon cet auteur, l'emploi temporaire semble aussi plus conciliable avec la flexibilité administrative des PME qu'il ne l'est avec celle des organisations plus lourdes.

1.3.2 Rôle d'équilibre des PME

Dans un cadre sociopolitique plus vaste, Toulouse (1979) donne même à la PME un rôle important pour l'équilibre social, économique et politique de la région. Il parle alors de la crainte de voir passer des institutions politiques sous le contrôle des puissances financières dans une situation où il y aurait une concentration excessive du pouvoir économique. Par contre, un réseau de petites entreprises autonomes pourrait contrebalancer l'intervention de celles qui détiennent un certain monopole ou contrôle :

" Dans le jeu des forces qui s'opposent pour faire prévaloir leurs buts, la présence d'une classe moyenne traditionnelle, constituée par les représentants des entreprises de petite taille, constitue un élément d'équilibre social et politique que l'on pourra considérer comme souhaitable. "

" L'existence de multiples petites entreprises autonomes fournit en tout cas à des milliers de citoyens, l'occasion d'intervenir dans la vie politique avec des meilleures garanties d'indépendance. C'est ainsi que la notion d'entrepreneur est indissociable du principe même de la libre entreprise et de la vie collective au sens large."

Toulouse (1979), p. 118

Une autre étude de Shapero (1978), tirée de Sweeney (1982), va dans le même sens.

" La création d'entreprise apporte à une région, à un pays en développement ou même à quelques-uns des grands pays, la liberté de ne pas devenir les otages de grands groupes industriels. Aucun pays n'est trop grand pour devenir un otage: les Etats-Unis sont l'otage de Chrysler. Des incompetents, dans les grands groupes, peuvent prendre de mauvaises décisions, et à cause du nombre des gens concernés et la taille, la société perd la liberté de prendre des décisions importantes à l'égard de ces organisations. Les petites entreprises et leur création laissent aux petits pays et aux villes, la liberté de prendre les décisions politiques qui les concernent ."

Sweeney (1982), p. 52

Plus près de nous, au Québec, quelques régions ont aussi été l'otage de grandes entreprises et ont subi des revers économiques très lourds à supporter par leurs résidents. Ce sont, par exemple, la région de Trois-Rivières avec ses papetières ou la région de Thetford-Mines avec son amiante. Cette dernière région s'est toutefois résolument et rapidement tournée vers les PME depuis quelques années et a même gagné le titre de ville industrielle de l'année 1992 (Journal Les Affaires, 5 décembre 1992).

1.3.3 Intégration régionale de la PME

La PME jouit de certains avantages de départ par rapport à la grande entreprise. En effet, il est plus facile pour elle d'établir, voire de développer son réseau social et son réseau d'affaires. Ceci marque et renforce son intégration à la vie régionale. A ce sujet, une étude faite par Jean-Claude Thibodeau (1981) dans la région de l'Outaouais, compare les achats de produits et services ainsi que l'écoulement des produits des PME dans cette région.

" On peut résumer en disant que quelle que soit la taille de l'entreprise, celles qui sont issues de l'entrepreneuriat local sont nettement plus intégrées à l'économie régionale (tant pour l'achat de différents produits et services que pour l'écoulement des produits qu'elles fabriquent) que les entreprises provenant de l'extérieur. On peut vraisemblablement supposer que la plus grande sensibilité de l'entrepreneur local à l'économie régionale repose sur un double réseau de relations : un réseau d'affaires résultant de son besoin d'écouler localement son produit (du moins au début de ses activités) et un réseau social (amis, parents) qui le met nécessairement en contact étroit avec une foule d'activités économiques. Or, dans le cas des entreprises étrangères, les deux réseaux sont presque inexistants par définition. D'une part, dans la plupart des cas, l'implantation ne s'est pas faite en fonction du marché local et d'autre part, la prise de décisions ne s'insère pas dans un réseau social très développé. "

Thibodeau (1981), p. 41

De plus, selon Maillat (1988), le milieu agit aussi sur la PME et peut même être déterminant dans sa réussite, beaucoup plus que pour la grande entreprise.

" Dès lors, la réussite de la PME est déterminée par les caractéristiques et le dynamisme du milieu dans lequel elles sont implantées. Le territoire d'implantation devient pour elles un espace de solidarité capable de générer des compétences et des ressources territoriales spécifiques. Ces spécificités territoriales jouent un rôle beaucoup plus important pour les PME que pour les grandes entreprises généralement moins concernées par l'environnement du lieu d'implantation de leurs établissements. Ainsi apparaît l'importance du milieu, du territoire, de l'environnement du lieu producteur, dans la revitalisation des régions industrielles et dans la réorganisation de leur développement. "

Maillat (1988), p. 10

Les deux auteurs cités, Thibodeau et Maillat, font ressortir l'importance de " l'ancrage " régional des PME par rapport à la grande entreprise. La PME s'intègre dans son milieu par différents réseaux et, à son tour, le milieu joue un rôle primordial dans le succès des PME. Ce constat fait état de l'importance de l'effet des décisions pouvant être prises par l'une ou l'autre et, par le fait même, l'importance d'une concertation régionale au niveau économique.

1.4 PME, SOURCE D'INNOVATION

L'innovation est l'un des principaux moyens de croissance de la PME. Elle est aussi et surtout la résultante d'un ajustement à des événements favorables ou défavorables survenant à un moment donné de la vie de l'entreprise. Ces événements jouent souvent le rôle de facteurs d'innovation. La grande souplesse administrative des PME favorise la gestion du processus d'innovation.

1.4.1 Concept d'innovation appliqué à la PME

Une des difficultés à décrire les processus de l'innovation provient du fait que la majorité des études sur le sujet traitent presque exclusivement d'innovations technologiques. Il en existe pourtant plusieurs autres types.

Différents auteurs européens, comme Perrin, Planque ou Antonelli, ont étudié les relations entre les PME innovatrices et leurs milieux, mais toujours dans un contexte de haute technologie. Ils parlent alors de régions comme Sophia Antipolis en France, Silicon Valley aux Etats-Unis ou le nord de l'Italie.

Au Canada, on utilise souvent les budgets de recherche et de développement (R & D) ou le nombre de brevets déposés (voir Amesse et al. 1985) comme évaluation de la capacité d'innovation. Cette façon de faire ne rend pas justice à la PME, car les dollars en R & D y sont souvent mal comptabilisés et le dépôt de brevets est souvent écarté pour des raisons comme les délais trop longs ou les coûts trop élevés.

De plus, lorsqu'on utilise la notion de brevet, on traite souvent d'invention et pas nécessairement d'innovation. A ce sujet, voici la distinction qu'en font Bonnin et Desranleau (1988) :

L'invention : L'invention couvre la génération d'une idée nouvelle et son développement jusqu'au moment où l'inventeur peut attester de son fonctionnement.

L'innovation : L'innovation, c'est le processus qui consiste à prendre une idée, une invention, à reconnaître un besoin du marché, pour ensuite développer un produit, une technique ou un service utile et le rendre commercialisable.

Cette définition de l'innovation est proche de celle de Sweeney (1982) et caractérise bien la création et le développement des PME.

1.4.2 Rôle de l'innovation dans la PME

Dans son livre Les nouveaux entrepreneurs, Sweeney souligne l'importance économique de l'innovation, surtout pour la PME :

" L'innovation sous toutes ses formes : technologie, conception du produit, mode, procédés, est le principal catalyseur du progrès économique ainsi que le facteur déterminant de la productivité industrielle, de la croissance productive et de la compétitivité. L'innovation est le fondement même de la concurrence en ce qu'elle permet d'utiliser de nouveaux moyens, de meilleurs produits ou de meilleurs services pour satisfaire les besoins du marché. "

Sweeney (1982), p. 55

" L'importance du rôle de la petite entreprise dans le développement de l'innovation n'est pas tant dans le fait qu'elle produit autant d'innovation que la grande entreprise, que dans sa capacité à le faire de façon plus efficace. Aux Etats-Unis, les entreprises de moins de 1000 employés furent responsables de près de la moitié des principales innovations américaines apparues entre 1953 et 1973, et

21

d'innovations importantes par dollar dépensé en R & D que les firmes de plus de 1000 salariés. En Grande-Bretagne, nos résultats confirment les vues des économistes qui émettaient l'idée que l'efficacité des petites entreprises (moins de 200 employés) en matière d'innovation est supérieure à celle des grandes entreprises, en ce sens qu'elles produisent apparemment plus d'innovations par livre sterling dépensée en R & D que leurs concurrents plus importants. "

Sweeney (1982), p. 56

" La conclusion la plus importante, c'est que l'innovation est le moyen de la croissance autonome des petites entreprises. C'est un moyen et non une fin en soi... Le rôle de l'innovation et du changement comme moyens personnalisés de survie et de croissance permet de distinguer clairement les petites entreprises des grandes. La croissance dans les grandes entreprises peut se faire, et se fait, par d'autres moyens : acquisitions, domination des marchés, rationalisation. La petite entreprise repose sur le changement des produits et des marchés et des changements dont elle prend elle-même l'initiative. L'affaire de la petite entreprise, c'est l'innovation. "

Sweeney (1982), p. 101

Le rôle de l'innovation dans la PME est donc, d'après Sweeney, un moyen de croissance et souvent même une condition essentielle de survie des petites entreprises. A l'opposé, la grande entreprise n'est pas limitée à sa capacité d'innovation car elle peut acheter l'innovation provenant de particuliers (brevets) ou d'autres entreprises.

1.4.3 Événements ou facteurs d'innovation

D'autres chercheurs, comme Chaussé et al. (1987), considèrent que l'innovation est la conséquence d'événements qui surviennent à un moment ou l'autre dans la vie de l'entreprise. Ces événements sont soit favorables, soit défavorables.

Favorables : Retrait d'un concurrent, année particulièrement rentable, découverte technologique, etc.

Défavorables : Venue d'un concurrent, nouvelle réglementation, baisse de productivité, etc.

Suite à ces événements, l'entrepreneur doit réagir et évaluer la position de sa compagnie pour en assurer la croissance et parfois même la survie. Les auteurs ajoutent que " l'étincelle de départ, l'idée, surgit souvent à la suite de telles perturbations; elle est le fruit de l'interaction entre l'entreprise et son milieu et permet de rétablir l'équilibre. " Chaussé et al., 1987, p. 3

" L'innovation " provient donc d'un ajustement rapide à un nouveau besoin créé par l'environnement de l'entreprise. Cet ajustement doit se faire rapidement et c'est pour cette raison que la PME, dont la structure administrative est souple, est souvent la première à s'adapter à cette nouvelle réalité.

CHAPITRE II

ELABORATION DU PROBLEME

Afin d'établir clairement la problématique, nous allons d'abord situer historiquement le développement industriel de la Beauce, puis voir la croissance et l'importance relative de son secteur manufacturier de 1978 à 1987, et finalement survoler les principales études déjà réalisées sur la Beauce.

2.1 HISTORIQUE DU DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL DE LA BEAUCE

Avant de devenir une région à caractère industriel, la Beauce était dominée par l'agriculture. Comme le potentiel agricole des terres de la Beauce était généralement modéré ou faible par rapport au reste du Québec, l'exploitation forestière s'est avérée d'une grande importance pour la subsistance des agriculteurs, constatent Bélanger et al. (1990). Entre 1920 et 1940, ces chercheurs (ibid., tiré de Billette et al. 1991), parlent donc de la présence d'une économie agroforestière :

" Les trois principales sources de revenus des agriculteurs sont la production laitière, l'élevage et l'exploitation forestière. La forêt, plus qu'aucun autre élément, demeure encore à cette époque une assurance-revenus indispensable pour un très grand nombre de producteurs.

Cette situation relève plus de la mise en valeur des ressources naturelles que de l'agriculture. La forêt est la principale ressource naturelle facilement accessible de la Beauce. "

Billette et al. (1991), p. 92

Un peu plus tard, soit entre 1950 et 1960, l'agriculture du Québec et même du monde entier a subi une crise profonde. En Beauce, cette crise a été très importante et plusieurs explications ont été données par différents auteurs.

Certains, comme Billette et al., expliquent cette crise par le phénomène de mécanisation et de modernisation de l'agriculture. D'autres, comme Lavertue (1981), pensent que :

" ... cette crise frappe plus durement la Beauce parce que l'agriculture de cette région est peu dynamique, moins productive et moins préparée à s'intégrer aux rapports de production capitaliste que celle de la province. Conséquemment, l'agriculture beauceronne régresse rapidement à partir de 1950 et de nombreux agriculteurs abandonnent alors progressivement la terre. "

Lavertue (1981), p. 95

Quelles que soient les causes réelles de cette crise, on ne peut nier ses effets sur le développement économique de la Beauce à partir de ces années-là. Les données du tableau 5 de la page suivante révèlent que la valeur totale de la production agricole a plafonné en 1951 et a par la suite diminué de 8,4 % entre 1951 et 1961. De plus, la population rurale et agricole est passée de 59,8 % à 36,5 % de la population totale en seulement 20 ans (de 1941 à 1961).

A l'opposé, durant la même période, la valeur totale des livraisons de produits manufacturés a fait un bond important et est passée de 3,9 millions de dollars à 40,2 millions de dollars. De plus, la proportion de la population active travaillant dans l'industrie manufacturière est passée de 9,4 % à 19,9 % entre 1941 et 1961.

TABLEAU 5

Valeur de la production agricole et industrielle et indices démographiques en Beauce, 1941, 1951 et 1961

	1941	1951	1961
Production agricole	5 209 493 \$	10 207 218 \$	9 353 218 \$
Livraisons de produits manufacturés	3 994 000 \$	18 715 000 \$	40 235 000 \$
Population rurale et agricole	59,8 %	50,2 %	36,2 %
Proportion de la population active travaillant dans :			
l'agriculture	53,7 %	39,4 %	27,2 %
l'industrie manufacturière	9,4 %	14,7 %	19,9 %

Source : Lavertue 1981 (Compilation des tableaux 3,6 et 3,7)

L'évolution de ces indicateurs économiques démontre clairement que l'activité manufacturière est graduellement devenue, entre 1941 et 1961, l'activité dominante en Beauce.

Cette nouvelle activité manufacturière était basée sur une main-d'oeuvre abondante et disponible provenant du monde agricole et sur une certaine expertise du secteur manufacturier. En effet, il y avait déjà, en 1911 (tableau 6), 280 manufactures diverses en Beauce. Même si la plupart de ces entreprises étaient de type familial et souvent artisanal, l'expertise acquise en ce domaine a certainement profité aux générations futures.

TABLEAU 6
Manufactures de la Beauce 1911

Type d'établissement	Nombre
Beurre et fromage	150
Produits des moulins à farine	24
Produits des billots	82
Produits du bois de construction	10
Cardage et foulage de la laine	4
Autres	10
TOTAL	280

Source : Billette et al., 1991

Pour la partie de la Beauce couverte par la MRC de Beauce-Sartigan, l'ère de l'industrialisation a commencé avec la création à St-Georges de deux importantes manufactures : la Saint-Georges Shoes (1931) et la Dionne Spinning (1940). Ces deux entreprises ont été fondées respectivement par Arsène et Ludger Dionne, les deux fils de Wenceslas Dionne qui possédait lui-même une entreprise spécialisée dans la fabrication d'articles pour beurreries et fromageries.

En plus de la famille Dionne, il y eut aussi la famille Lacroix dont est issu le plus grand entrepreneur forestier de l'époque, Edouard Lacroix. Celui-ci fonda, en 1928, la St-Georges Woolen Mills dont la bâtisse abrite encore aujourd'hui deux PME manufacturières.

2.2 CROISSANCE DU SECTEUR MANUFACTURIER ENTRE 1978-1987

Si l'activité manufacturière s'est intensifiée autour de 1950 et qu'elle a pu profiter des ressources libérées par une importante crise dans le domaine agricole, quel sort a-t-elle connu 30 ans plus tard?

Afin de voir l'évolution de ce secteur, plusieurs variables comme la valeur ajoutée manufacturière, le nombre d'emplois manufacturiers ou la création d'entreprises pourraient être utilisées. Cependant, du point de vue de l'entrepreneurship régional, il semble plus pertinent de faire le bilan de la création et de la disparition d'entreprises.

TABLEAU 7
Création et disparition d'entreprises manufacturières
BEAUCE-SARTIGAN
1978-1987

ANNEE	CREATION	DISPARITION
1978	19	7
1979	19	9
1980	19	13
1981	16	18
1982	22	12
1983	7	7
1984	9	8
1985	11	8
1986	13	13
1987	17	8
TOTAL	152	103

Source : Billette et al., 1991

Il y aurait eu création, en seulement 10 ans, de 152 entreprises manufacturières dans Beauce-Sartigan. Durant cette même période (de 1978 à 1987), 103 entreprises ont fermé leurs portes. Cela signifie donc une création nette de 49 PME. Le tableau 7 fait aussi voir que la création d'entreprises est un phénomène régulier et que ce n'est qu'en 1981 que la disparition d'entreprises a surpassé la création (18 contre 16).

Par ailleurs, il faut aussi souligner que même la disparition d'entreprises peut, à moyen terme, être positive pour une région. D'abord, parce que les entrepreneurs vont souvent redémarrer rapidement une autre entreprise (ils peuvent quelquefois en démarrer deux ou trois avant de connaître un succès durable).

Puis, parce qu'une fermeture d'entreprise est un "facteur de discontinuité" qui amène certains employés ayant perdu leur emploi à envisager le démarrage de leur propre entreprise (la notion de facteur de discontinuité sera expliquée au chapitre 3). En Beauce, une personne interrogée au cours des entrevues exploratoires a raconté que la fermeture d'une petite entreprise aurait permis de créer 5 ou 6 nouvelles entreprises et cela, quelques années après la fermeture.

2.3 IMPORTANCE REGIONALE DU SECTEUR MANUFACTURIER

Au niveau régional, cette création nette d'entreprises a hissé Beauce-Sartigan au premier rang des 11 MRC de la région administrative Chaudière-Appalaches. En 1988, par exemple, 20 % des emplois manufacturiers et 17,6 % du nombre d'établissements de Chaudière-Appalaches étaient situés en Beauce-Sartigan. Le tableau 8 fait clairement ressortir le leadership industriel de Beauce-Sartigan dans la région située au sud de la ville de Québec (Chaudières-Appalaches).

TABLEAU 8
Emplois et établissements manufacturiers 1988
Chaudière-Appalaches

MRC	EMPLOIS		ETABLISSEMENTS	
	Nombre	%	Nombre	%
Beauce-Sartigan	8 491	20,0	247	17,6
L'Amiante	5 646	13,3	191	13,6
La Nouvelle-Beauce	4 508	10,6	137	9,7
Desjardins	4 654	10,9	106	7,6
7 autres MRC	19 231	45,2	726	51,6
Total	42 530	100,0	1 407	100,0

Source : OPDQ, Profil Socio-Economique 1989

En ce qui concerne la répartition de l'emploi par secteur, le tableau 9 nous révèle que le secteur secondaire (manufacturier) employait 38,7 % de la population active en 1986, tandis que le secteur primaire (incluant l'agriculture) n'offrait que 8,5 % de l'emploi total en Beauce. On constate donc que la structure économique de la Beauce a subi des changements profonds.

TABLEAU 9
Répartition sectorielle de l'emploi par MRC dans la région
Chaudière-Appalaches en 1986

MRC	PRIMAIRE	SECONDAIRE	TERTIAIRE
Beauce-Sartigan	8,5	38,7	52,8
Robert-Cliche	11,3	38,2	50,5
Lotbinière	15,6	36,8	47,6
Nouvelle-Beauce	17,4	35,6	47,0
Bellechasse	16,4	34,1	49,5
Chaudière-Appalaches	10,5	28,7	60,8
Le Québec	4,4	25,3	70,3

Source : OPDQ, Région Chaudière-Appalaches
Profil socio-économique 1989

Un autre indicateur de dynamisme régional est sans contredit la croissance de la population. A cet effet, le tableau 10, indique que la population de Beauce-Sartigan a connu une augmentation de 4,8 % entre 1981 et 1986. Ce pourcentage représente une augmentation presque trois fois supérieure à l'ensemble du Québec (1,5 %).

Cette augmentation est même deux fois plus grande que celle de Chaudière-Appalaches en entier (2,1 %). La seule MRC ayant eu un plus grand accroissement de sa population est celle des Chutes-Chaudière (15,1 %). Celle-ci a subi le phénomène de " l'étalement urbain " dû à sa proximité avec la ville de Québec.

TABLEAU 10

Variation de la population 1986/81

MRC	VARIATION Population 86/81	% 86/81	% Variation
Chutes-Chaudière	7 480	115,1	15,1
Beauce-Sartigan	1 915	104,8	4,8
Nouvelle-Beauce	930	104,2	4,2
Desjardins	1 715	103,8	3,8
Lotbinière	205	100,8	0,8
Robert-Cliche	-30	99,8	-0,8
Bellechasse	-100	99,7	-0,3
4 autres MRC	-4 845		
Chaudière-App.	7 270	102,1	2,1
Le Québec	94 065	101,5	1,5

Source: OPDQ, Profil Socio-Economique 1989

Tous ces indicateurs économiques ont donné à la Beauce une réputation de dynamisme industriel reconnu au Québec, au Canada, et même à l'étranger. Des expressions comme " le petit Japon du Québec " et " le miracle beauceron " ont été utilisées à maintes reprises pour qualifier la Beauce.

Afin de mieux comprendre et de mieux cerner ce dynamisme industriel, une analyse des principales études faites sur la Beauce fera l'objet de la prochaine section.

2.4 ETUDES SUR LA BEAUCE

Peu d'études ont approfondi le phénomène du développement économique de la Beauce. Il existe, bien sûr, quelques documents historiques concernant des monographies paroissiales, l'histoire religieuse ou des problèmes de voirie et de communication en Beauce. Cependant, ce manque de matériel est encore plus prononcé en ce qui concerne l'industrialisation de la Beauce.

La première recherche " sérieuse " sur l'industrialisation de la Beauce a été réalisée par Lavertue en 1981. Cependant, cette étude date de plus de 10 ans et seules l'historique de l'agriculture et de l'industrie, ainsi que la compilation de statistiques provenant de Statistiques Canada demeurent valables. Voici d'ailleurs quelques extraits de la conclusion de Lavertue :

" ... il est tout à fait inutile de se référer à l'esprit d'entreprise ou à tout autre qualité des Beaucerons pour expliquer l'ampleur du développement industriel qui marque la région. Toute autre région du Québec placée dans une situation comparable et soumise à des facteurs conjoncturels similaires à ceux de la Beauce aurait connu un développement industriel analogue à celui de la Beauce."

Lavertue (1981), p. 131

" ... le rôle joué par la bourgeoisie beauceronne dans le processus d'industrialisation de cette région n'a rien de particulier; elle n'a que profité d'un ensemble de facteurs pour ajuster et adapter le procès de production régional en fonction de ses intérêts de classe et cela à travers des rapports sociaux de production où elle a pu exercer pleinement son contrôle hégémonique sur la communauté beauceronne. "

Lavertue (1981), p.131

" En effet, lorsque l'on cite le cas de la Beauce et de son développement industriel axé sur la PME comme un exemple à suivre, on peut s'interroger sur la validité d'une telle proposition. Car le développement de la petite et moyenne entreprise est en contradiction avec l'évolution du monde de production capitaliste dont la tendance actuelle est à la concentration des capitaux, à la monopolisation générale de l'économie, à la socialisation toujours plus grande du travail ainsi qu'à l'intervention croissante de l'Etat dans l'économie. Toutes ces tendances ne contredisent-elles pas un développement industriel axé sur la PME? "

" Tout l'avenir de la Beauce s'oriente présentement vers cette intégration au monopolisme; cette région ne fait que suivre la voie que lui tracent ses industries les plus productrices telles " Vachon Inc. " ou "Canam-Manac" ".

" Ce miracle n'en est donc pas un ... ", " le développement du système des PME et le succès de ces dernières qui s'appuie sur les bas salaires versés à leurs ouvriers et par une organisation du travail particulièrement efficace. De plus, le processus d'industrialisation de la Beauce n'est qu'une étape qui conduit à l'intégration de cette région aux rapports de production dominants à l'échelle du Québec et du monde : ceux du capitalisme monopoliste."

Selon Lavertue, l'essor économique de la Beauce n'est attribuable qu'à l'exploitation de la classe ouvrière par la bourgeoisie industrielle à l'intérieur de conjonctures favorables. Cette "hégémonie" serait la base du développement de toute la Beauce. Les faibles salaires et l'organisation du travail dans les usines seraient les seules causes de succès des PME beauceronnes. La Beauce se dirigerait inévitablement vers un système industriel monopolistique. Toujours en 1981, Lavertue écrivait qu'un développement industriel axé sur la PME était presque utopique à long terme.

Voici quelques remarques au sujet de cette étude :

- Une comparaison systématique entre le salaire annuel moyen payé dans les différents comtés de la région Chaudière-Appalaches faite par Billette et al., (1991) nous indique, par exemple, que le comté de Frontenac, avec un salaire annuel moyen inférieur à la Beauce, n'a jamais atteint le niveau de croissance de celle-ci. De plus, la comparaison des salaires de la Beauce avec d'autres régions faite par Lavertue en 1981 ne tient pas compte de l'âge des industries comparées. En fait, si une région a une structure industrielle plus vieille que la Beauce, il est tout à fait normal qu'elle donne une meilleure rémunération à ses travailleurs. De plus, des salaires plus bas n'expliquent en aucune façon pourquoi tant de nouvelles entreprises ont été créées en Beauce depuis une vingtaine d'années.

- La méthodologie employée par Lavertue s'est limitée à l'étude de statistiques et de documents historiques. Il semble qu'il n'ait interrogé aucune personne du milieu (même si la Beauce n'est qu'à 100 km de Québec) et qu'aucun questionnaire n'ait été utilisé pour confirmer ses hypothèses. Ces techniques auraient permis de relativiser les moyennes obtenues par les statistiques et peut-être même de vérifier " l'efficacité " et la " véracité " du discours de la supposée bourgeoisie industrielle beauceronne.

- Contrairement à la direction monopolistique et au contrôle que devaient exercer les plus grandes entreprises comme Canam-Manac, la région a continué de créer plusieurs nouvelles entreprises à chaque année.

Enfin, il serait certainement intéressant de vérifier la provenance des nouveaux industriels qui, à notre avis, sont de classes sociales très variées.

Un autre texte avait été publié, un peu avant celui de Lavertue, par Juan-Luis Klein en mai 1980. Intitulé Notes sur l'industrie manufacturière de la région administrative 03, cette communication de 16 pages a été présentée au congrès annuel de l'ACFAS (mai 1980).

Cette étude a comme cadre d'analyse la " dynamique de l'espace industriel capitaliste " et porte plus spécifiquement sur une tendance particulière : celle de la concentration-diffusion qui était, selon Klein, à la base du "ré-agencement actuel de l'espace industriel capitaliste".

Cette tendance découlerait des deux principes suivants :

- la concentration des capitaux, afin de bénéficier des avantages du rapprochement des activités de production et de mise en circulation;
- la diffusion des activités productives vers des régions périphériques, dans le but de profiter des avantages d'une main-d'oeuvre moins chère et d'accentuer " l'incorporation aux rapports de production capitaliste des régions attardées ".

Les quatre variables utilisées par Klein sont :

- la variation de la population active dans l'industrie entre 1961 et 1975;

- les salaires industriels moyens en 1975;
- les taux horaires payés dans 4 branches industrielles (aliments et boissons, habillement, bois et imprimerie);
- la variation du nombre d'établissements entre 1961 et 1975.

L'étude de ces variables l'amène à conclure ce qui suit :

" Les deux volets de la tendance à la concentration-diffusion sont présents dans l'espace industriel de la R03. "

Klein (1980), p.15

"... la petite et moyenne entreprise se déploie en profitant de la présence d'une main-d'oeuvre non-exigeante, facilement sur-exploitable... la tendance à la concentration n'est pas absente de ces espaces. En fait, il faudrait se demander jusqu'à quel point ces petites et moyennes entreprises ne font que " préparer le terrain " pour un éventuel développement ultérieur du capital monopoliste Le cas de CULINAR permet d'y penser. "

Klein (1980), p.16

Voici quelques remarques au sujet de l'étude de Klein.

- Cette étude n'éclaire pas beaucoup sur le développement industriel de la Beauce car elle porte sur l'ensemble de la région 03. En outre, on semble vouloir appliquer les mêmes phénomènes à tous les comtés.
- Pour ce qui est de la diffusion des activités productives vers des régions périphériques, elle n'a certainement pas été à la base du développement de la Beauce car pratiquement aucun investissement ne provient de l'extérieur de la région.

- En ce qui concerne les salaires horaires des quatre branches utilisées, on remarque dans cette recherche que d'autres comtés comme Mégantic et Frontenac versaient aussi des salaires plus bas que la région de Montréal et même que la moyenne du Québec. Pourtant ces comtés n'ont pas eu de croissance comparable à celle de la Beauce.

Selon nous, la recherche la plus complète réalisée sur la Beauce vient tout juste d'être terminée et elle a été faite par une équipe de chercheurs de l'Université Laval (Billette et al., 1991).

Du point de vue méthodologique, cette recherche est beaucoup plus approfondie que toutes les précédentes. De nombreuses personnes, provenant de divers milieux, ont été rencontrées. On peut y lire que 49 industriels, 13 travailleurs et syndicalistes, 11 notables et 10 représentants d'institutions publiques aux niveaux régional et national ont été interviewés. De plus, le cadrage général des activités économiques et des traditions locales a été réalisé à partir d'une recherche documentaire systématique (ensemble des publications sur la Beauce, procès-verbaux des commissariats industriels, statistiques provenant de Statistiques Canada, etc.). Même la durée de cette étude est à signaler, car elle s'est déroulée sur plus de deux ans.

Le cadre conceptuel a été établi sur deux concepts-clés : le concept de système et le concept de règle.

- Le concept de système est l'idée-maîtresse de leur problématique qui consiste à " reconnaître l'importance des relations inter-entreprises dans la coordination de l'activité industrielle. " Ce concept permet de " sortir du cadre strict de l'entreprise pour tenir compte de la réalité spécifique à un ensemble d'entreprises et son environnement socio-économique. De sorte que, dans l'étude d'un ensemble de PME industrielles, l'on puisse parler de système industriel. " Billette et al. (1991), p. 51
- Le concept de règle provient de la théorie de structuration de Anthony Giddens. " La connaissance des règles sociales, au sens où l'entend Giddens, est centrale dans la compétence de l'acteur. Cette connaissance est un savoir qui permet l'action quotidienne des individus et ce savoir est beaucoup plus pratique que théorique. " Billette et al. (1991), p. 64

Les règles sociales retenues sont groupées en deux catégories :

- 1- Les règles relatives à l'activité économique
 - Ex.: L'enracinement dans la région, la priorité de soutien à la PME locale, le réinvestissement local, etc.
- 2- Les règles de relations industrielles
 - 2.1- Les règles d'emplois
 - Ex.: Priorité d'embauche aux travailleurs beaucerons
 - 2.2- Les règles de fonctionnement de l'entreprise
 - Ex.: Salaires, mode de vie, syndicalisme, etc.

Les hypothèses de Billette et al. étaient les suivantes :

1- " L'ensemble des PME industrielles de St-Georges de Beauce (SGB) peut se comprendre à partir d'une forme d'organisation industrielle associée à la coopération/concurrence. Cette forme d'organisation peut se comprendre, elle, à partir d'un système de pratiques sociales. Ces pratiques sociales sont articulées autour de règles sociales et de ressources qui donnent sens à ces pratiques et les déterminent. "

Billette et al. (1991), P. 313

2- " Contrairement aux districts industriels italiens ou aux systèmes industriels localisés, ce n'est pas l'identité de métier ou de la branche qui sera associée aux conventions entre acteurs. Dans le cas du tissu industriel de SGB, qui est assez diversifié, c'est l'identité régionale qui sera liée à la cohérence des règles et des ressources des acteurs. "

Billette et al. (1991), p. 314

Des extraits de la conclusion résument bien les résultats de cette étude :

" Comment expliquer le dynamisme de cet ensemble périphérique de PME industrielles?

Essentiellement, la réponse que nous avons apportée à cette question consiste à affirmer que c'est dans la structuration sociale de cette région que nous pouvons trouver une réponse plus satisfaisante au dynamisme économique qu'a connu la région SGB dans les années 1970 et 1980. Cette structuration sociale tient à un ensemble de règles et de ressources qui se sont constituées socialement à travers le temps et l'espace de la région SGB."

Billette et al. (1991), p. 342

" ... ces résultats fournissent, croyons-nous, une démonstration à l'effet que la création et l'émergence d'entreprises ne sont pas avant tout des phénomènes individuels mais plutôt des phénomènes déterminés socialement. "

Billette et al. (1991), p. 343

" ... chaque milieu local est susceptible d'avoir ou de générer des règles et des ressources qui ont un rapport avec son développement économique. "

Billette et al. (1991), p. 359

La revue des principales études réalisées sur la Beauce montre clairement qu'il y encore de nombreux champs de recherche inexploités. Toutes les facettes du " miracle beauceron " n'ont certainement pas été examinées. Comme il a déjà été signalé, les salaires accordés par la PME beauceronne n'expliquent certainement pas l'ensemble du phénomène du développement industriel de la Beauce. On constate aussi que le concept de diffusion des activités productives vers des régions périphériques utilisé par Klein (1980), n'a pas, a posteriori, influencé l'essor économique de la région. Par contre, le système de pratiques sociales et la notion d'identité régionale établis par Billette et al.(1991) font comprendre un peu mieux la dynamique de la Beauce depuis environ 15 ans. D'après leur analyse, l'ensemble des PME formerait un système industriel et ce système aurait une spécificité locale à cause de l'agencement de ses propriétés structurelles. Pour ce qui est de la généralisation du phénomène des règles et des ressources étudié, les auteurs signalent que l'on pourrait les retrouver dans d'autres milieux locaux. L'avantage comparatif en ce qui touche les ressources serait relié à une notion de temps.

En fait, la région a souvent été une des premières au Québec à posséder de telles ressources (ex.: le Conseil économique de Beauce (CEB) a été un des premiers commissariats industriels à être subventionné au Québec).

En ce qui concerne les règles, d'autres régions, à un moment de leur histoire, ont établi des priorités comme le soutien à la PME, le réinvestissement local, l'entraide économique sous différentes formes, etc. Pour la Beauce, la force de ces règles serait directement liée à l'enracinement dans le temps car elles remonteraient parfois jusqu'à la première moitié de notre siècle.

Le mérite de la recherche de Billette et al. est donc de cerner les facteurs (règles, ressources, etc.) qui font que les entreprises de la Beauce, malgré des désavantages géographiques coûteux (transport des matières premières et des produits finis), réussissent quand même à être profitables et à se classer parmi les meilleures au Québec.

2.5 LE PROBLEME

Dans le premier chapitre nous avons vu l'importance du phénomène de la PME en terme d'emploi, d'intégration régionale, d'équilibre social et d'innovation. Dans le présent chapitre, nous avons confirmé l'ampleur relatif du phénomène de la PME en Beauce et avons poursuivi avec les résultats des études faites sur le développement économique de la Beauce.

Les quelques auteurs que nous avons déjà cités ont surtout essayé de voir comment la PME beauceronne réussissait à être dynamique et profitable. Mais actuellement, aucune étude n'a vraiment expliqué pourquoi il se crée autant de PME en Beauce malgré ses faiblesses structurelles qui sont entre autres :

- les coûts élevés de transport des matières premières et des produits finis, dus à l'éloignement des grandes villes et des infrastructures portuaires;
- une main-d'oeuvre relativement peu abondante;
- une absence d'université ou de centre de recherche.

Toutes ces faiblesses désavantagent donc la Beauce vis-à-vis l'implantation d'entreprises. C'est pourquoi nous voulons savoir :

Pourquoi se crée-t-il autant de PME en Beauce depuis une quinzaine d'années?

CHAPITRE III

CADRE D'ANALYSE

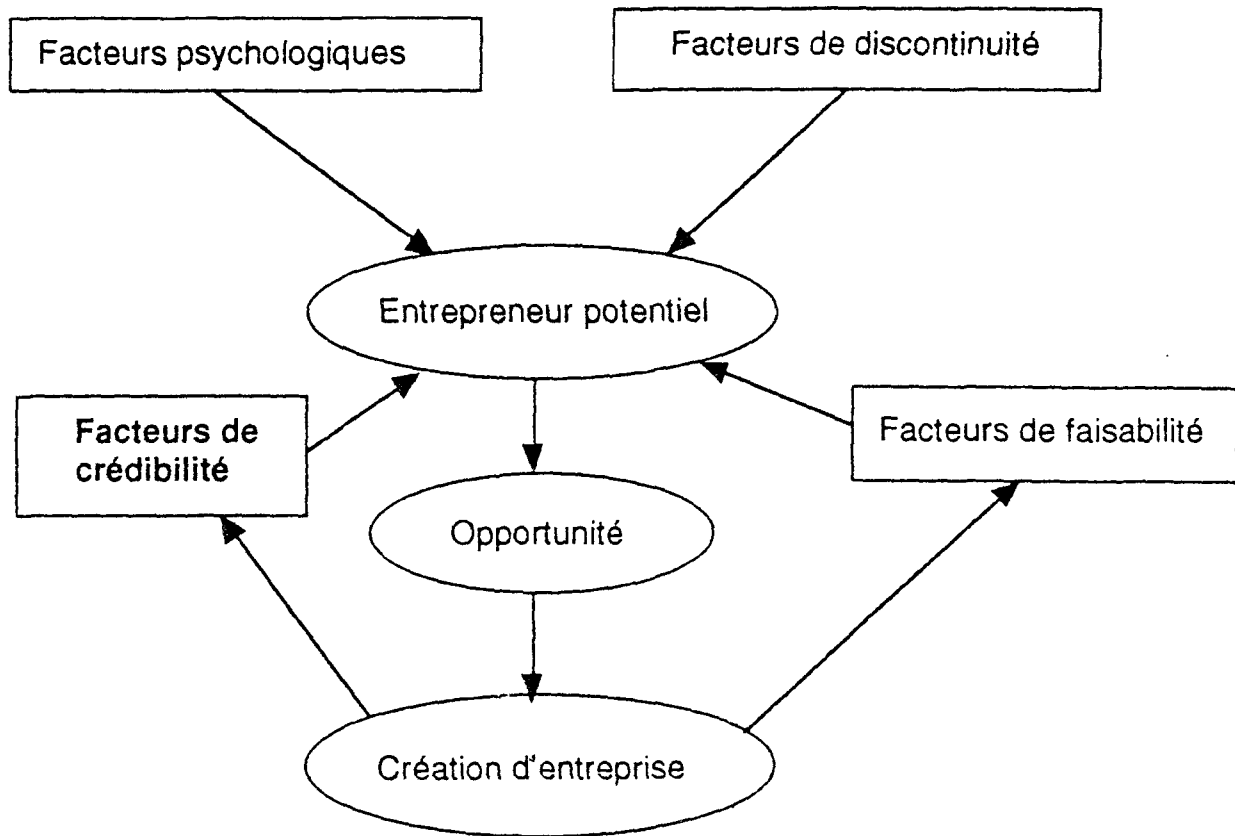
De nombreuses études ont été réalisées sur le processus de création d'entreprises. Certains auteurs ont, notamment, analysé les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs. D'autres ont traité de la faisabilité technique d'un projet d'entreprise. Enfin, d'autres ont étudié l'idée de départ ou l'opportunité qui a fait germer la nouvelle entreprise.

On voit donc que le processus de création d'une entreprise se compose de plusieurs éléments. Les études les plus récentes font maintenant état d'un modèle de création d'entreprises. Dans le présent document, le modèle de Shapiro (1975), enrichi par Belley (1990), sera retenu. Il contient cinq éléments (voir figure 1, p. suiv.) :

- les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur;
- les facteurs de discontinuité;
- les opportunités;
- les facteurs de faisabilité;
- les facteurs de crédibilité et de désirabilité.

Comme chacun de ces éléments est présent au moment de la création d'une entreprise, ils seront analysés individuellement. Par ailleurs, les facteurs de crédibilité et de désirabilité qui forment la base de cette recherche, seront davantage approfondis.

FIGURE 1: Modèle de création d'entreprises



3.1 CARACTERISTIQUES PSYCHOLOGIQUES

Avant de créer une entreprise, une personne doit posséder certaines propensions psychologiques qui le prédisposent à l'action. Le besoin d'accomplissement, l'internalité du lieu de contrôle, la propension à la prise de risques et les valeurs personnelles sont les variables les plus souvent étudiées.

3.1.2 Besoin d'accomplissement

Le besoin d'accomplissement est probablement l'attribut le plus souvent associé au comportement entrepreneurial. Vouloir fixer ses propres objectifs, les atteindre par ses efforts et être responsable de la solution des problèmes sont les éléments d'un besoin élevé d'accomplissement.

Cet attribut serait prérequis mais pas nécessairement déterminant dans la décision de créer une entreprise. En fait, des personnes occupant des fonctions autres que celle d'entrepreneur peuvent aussi posséder un niveau élevé de besoin d'accomplissement.

3.1.3 Internalité du lieu de contrôle

Belley (1990) définit le lieu de contrôle comme étant " la perception qu'a l'individu de pouvoir contrôler ou non ce qui lui arrive ". Ce lieu de contrôle est soit interne, soit externe :

Interne : Si l'individu perçoit que ses comportements peuvent influencer ce qui lui arrive.

Externe : Si l'individu perçoit que ses comportements n'ont pas d'influence sur ce qui lui arrive.

Quelques études ont démontré que les entrepreneurs ont un lieu de contrôle interne qui les incite à passer à l'action. Cependant, il semble que le niveau d'internalité seul ne serait pas un bon indicateur de l'entrepreneurship. Belley (1990) suggère un croisement de deux variables qui sont le besoin d'accomplissement et le lieu de contrôle pour apporter une meilleure compréhension du processus de création d'entreprise.

3.1.4 Propension à la prise de risques

Lorsqu'une personne crée une entreprise, la perception du risque prend alors son importance. On considère généralement trois éléments agissant sur la perception du risque :

- les chances perçues que des événements bons ou mauvais peuvent arriver;
- les conséquences perçues de ces événements;
- la gravité perçue des conséquences.

Le champ d'application de ces perceptions se fait dans les quatre secteurs suivants :

- le risque financier;
- le risque de carrière;
- le risque familial;
- le risque psychique.

Contrairement à la croyance populaire qui voudrait que l'entrepreneur prenne des risques élevés, différents chercheurs comme McClelland (1961) et Mancuso (1975) parlent de prédisposition à une prise de risques modérée. D'autres comme Schwer et Yucelt (1984) concluent que la nature du risque (affaires, vie personnelle, carrière) et les caractéristiques démographiques (âge, éducation, expérience, etc.) font varier la propension à la prise de risques.

On voit donc que comme les deux premiers attributs (besoin d'accomplissement et internalité du lieu de contrôle), la propension à la prise de risques seule ne peut pas distinguer les entrepreneurs des autres personnes.

3.1.5 Valeurs personnelles

Une valeur, c'est " une conviction profonde et relativement stable, quant à la supériorité d'un mode de conduite ou d'un objectif de vie " selon Bergeron (1979) dans Belley (1990).

Les résultats des recherches sur les valeurs personnelles démontrent que ces valeurs sont la caractéristique psychologique qui démarque l'entrepreneur des autres personnes. Les valeurs personnelles qui caractérisent le plus l'entrepreneur sont le besoin d'autonomie, l'efficacité du leadership, le besoin de reconnaissance et le niveau moindre du besoin de support.

3.1.6 Entrepreneur ou gestionnaire

Comme on confond quelquefois le gestionnaire avec l'entrepreneur, quelques recherches ont été faites sur la distinction de leur profil. Nous terminerons donc cette section en mettant en parallèle les caractéristiques propres à chacun.

TABLEAU 11

Distinctions entre entrepreneur et gestionnaire

Dimensions	Entrepreneur	Gestionnaire
Temporelle	Moyen et long termes (5-10 ans)	Court et moyen termes (ex. : par mois, par semestre)
Face au risque	Aime prendre des risques, mais raisonnables et calculés	Prend des risques pour la fonction exercée. (Plus difficile s'il s'agit de se lancer en affaires)
Vis-à-vis l'incertitude	Grande tolérance envers l'ambiguïté et l'inconnu	Tolérance plus faible
Standards reliés à la personne	Plus orientés vers lui-même, objectifs personnels, rentabilité du capital	Plus orientés vers les objectifs de l'organisation
Motivations	Très motivé par ses buts personnels et son auto- réalisation, confiant et déterminé	Motivé par les buts et récom- penses établis par la compagnie; très motivé par le pouvoir

Source : Fortin (1992), tableau 4.4, p. 65

3.2 FACTEURS DE DISCONTINUITÉ

Différents événements dans la vie d'un individu peuvent influencer son cheminement. Pour entamer un processus de création d'entreprise, un individu peut être stimulé par trois sortes d'événements : les déplacements négatifs, les facteurs positifs et les situations de délocalisation.

3.2.1 Déplacements négatifs

Les déplacements négatifs ne sont généralement pas sous le contrôle de l'individu. Ces déplacements sont souvent reliés à l'emploi. Ce sont, entre autres, le congédiement, la mise à pied, la rétrogradation et la mutation dans une autre ville. De façon moins catégorique, l'insatisfaction par rapport à un emploi est aussi un catalyseur de création d'entreprise. Cette insatisfaction peut être causée par l'ennui, le salaire peu élevé, les mauvaises conditions de travail, le travail lui-même ou encore par le refus de l'employeur d'exploiter une nouvelle idée.

Pour résumer les déplacements négatifs, voici le modèle des réfugiés de Knight (1983) tiré de Belley (1990).

- Le réfugié étranger : qui fuit la persécution politique ou religieuse de son pays.
- Le réfugié de l'entreprise : qui fuit les conditions qui le rendent insatisfait.

- Le réfugié parental : qui forme son entreprise pour se dégager de l'emprise d'un père dominateur.
- La réfugiée féministe : qui fuit la discrimination perçue de la part des ses employeurs masculins.
- La réfugiée ménagère : représentée par la femme qui retourne sur le marché du travail et qui fonde son entreprise, faute de se trouver un autre travail.
- Le réfugié de la société : qui fonctionne à contre-courant des valeurs culturelles de son milieu et qui crée son entreprise pour faire valoir ses propres valeurs.
- Le réfugié du système d'éducation : qui quitte l'école et qui démarre son entreprise, faute de ne pouvoir réaliser ses autres ambitions.

3.2.2 Facteurs positifs

Même s'il y a toujours un côté négatif (une certaine insatisfaction vis-à-vis du travail doit exister) dans la création d'une entreprise, il existe aussi des conditions positives.

Ces conditions sont surtout reliées à la découverte d'opportunités qui peuvent provenir de deux sources :

- c'est l'entrepreneur qui reconnaît une opportunité et qui mûrit son projet;
- l'opportunité est provoquée par l'environnement de l'entrepreneur.

Ces opportunités peuvent prendre plusieurs formes : l'identification d'un marché, le développement d'une nouvelle idée, la découverte d'un partenaire, la possibilité de financement, l'entrée en tant qu'associé(e), etc. (L'opportunité fera l'objet de la section 3.3.)

3.2.3 Situations de délocalisation

Un dernier événement, ni négatif ni positif, peut être catalyseur pour la création d'entreprise. La situation de délocalisation arrive lorsqu'un individu est placé à mi-chemin entre deux situations. Ce sera l'achèvement d'une étape de carrière ou d'une étape de vie qui le placera dans cette situation de délocalisation.

Comme exemples de discontinuité, on retrouve l'achèvement des études, la démobilisation de l'armée et la migration volontaire. La différence principale, comparativement aux différents événements déjà cités dans les facteurs négatifs, est le caractère prévisible des situations de délocalisation.

Enfin, tous ces facteurs de discontinuité affrontent d'autres forces qui peuvent rendre un individu inactif.

" Et en Europe beaucoup plus qu'aux Etats-Unis, une longue tradition de carrières qui occupent toute une vie, renforcée plus récemment par les mesures pour la sécurité de l'emploi, a augmenté l'inertie : rester sur la même route demande moins d'effort que faire le saut vers le travail indépendant. "

Sweeney (1982), p. 68

3.3 OPPORTUNITES

Une opportunité c'est une " nouvelle combinaison " qui se manifeste dans l'introduction d'un nouveau produit, d'une nouvelle méthode de production, de l'exploitation d'un nouveau marché, de la conquête d'une nouvelle source d'approvisionnement et finalement, d'une nouvelle forme d'organisation industrielle, nous affirme Schumpeter (1971) dans Belley (1990).

L'opportunité, ou l'idée qui a un potentiel viable d'exploitation, peut provenir de deux sources distinctes. La source la plus courante est reliée à l'expérience de l'entrepreneur. La seconde provient d'un autre domaine complètement nouveau à l'entrepreneur.

3.3.1 *Opportunités reliées à l'expérience de l'entrepreneur*

Lorsqu'un individu quitte l'entreprise pour laquelle il travaille pour démarrer sa propre entreprise dans le même domaine, on parle du phénomène de " l'essaimage ". Généralement, les organisations de moindre taille (moins de 500 employés) ont un taux d'essaimage beaucoup plus élevé que les plus grandes. Selon Cooper (1971) dans Belley (1990), les éléments suivants expliquent cette fertilité chez les organisations de moindre dimension :

- 1 - Les grandes firmes oeuvrent dans des industries qui nécessitent de grands investissements. Elles sont donc moins propices au démarrage de petites entreprises.

2- Les employés de plus petites firmes développent une expérience plus globale de la gestion d'une entreprise.

3- Dans les petites organisations, les chances d'avancement sont limitées, les conditions de travail moins généreuses et la sécurité d'emploi moins grande; trois facteurs qui contribuent à augmenter l'attrait de l'entrepreneurship.

Enfin, en plus de l'essaimage, l'opportunité reliée à l'expérience peut provenir d'un passe-temps ou d'une occupation secondaire. Cette façon de faire limite les risques. En effet, la nouvelle entreprise démarre souvent pendant que l'entrepreneur est toujours à l'emploi de l'autre organisation.

3.3.2 Opportunités non reliées à l'expérience de l'entrepreneur

Même si, généralement, un entrepreneur démarre une entreprise dans un secteur qui lui est familier, certains explorent des domaines qui leur sont plus ou moins inconnus. Vesper (1979) dans Belley (1990), croit que les méthodes suivantes peuvent favoriser le démarrage d'une entreprise dans un domaine non familier au futur entrepreneur :

- L'association avec un inventeur qui serait l'auteur d'un nouveau produit.
- La fabrication d'un produit sous licence.
- L'exploitation en franchise.

- L'achat des droits détenus par une autre organisation.
- L'inspiration pour le développement d'un produit entièrement nouveau.

3.3.3 Opportunité et innovation

Pour sa part, Drucker (1985) associe l'opportunité à l'innovation. Cet auteur a classé en sept groupes les différentes sources d'innovation provenant de l'intérieur ou de l'extérieur de l'industrie ou de l'entreprise. Ces sources d'innovation sont :

1. l'imprévu : la réussite, l'échec, l'événement extérieur inattendu;
2. la contradiction entre la réalité telle qu'elle est et ce qu'elle devrait être ou telle qu'on l'imagine;
3. l'innovation qui se fonde sur les besoins structurels;
4. le changement qui bouleverse la structure de l'industrie ou du marché et qui prend tout le monde au dépourvu;
5. les changements démographiques;
6. les changements de perception, d'état d'esprit et de signification;
7. les nouvelles connaissances, scientifiques ou non.

Ces sources d'innovation peuvent aussi bien s'appliquer à la croissance ou à la diversification d'une entreprise qu'à la création d'une nouvelle PME.

3.4 FACTEURS DE FAISABILITE

Dans la présente section les facteurs que l'on pourrait qualifier de " techniques " seront énumérés. En fait, les facteurs de faisabilité réfèrent à des notions comme le capital, la main-d'oeuvre, les aides gouvernementales, la fiscalité, le taux de concentration d'une industrie, etc.

3.4.1 Effet de la structure industrielle

L'importance de l'effet de la structure d'une industrie sur la création d'entreprise est reconnu par plusieurs auteurs.

Belley (1990) cite plusieurs auteurs qui appuient l'idée de l'influence du taux de concentration de l'industrie vis-à-vis la création d'entreprise.

" Gudgin (1978) a constaté que le taux d'entrée dans une industrie est relié à la taille des entreprises qui oeuvrent dans cette industrie, ce taux étant plus grand dans les industries qui sont représentées par un nombre élevé de petites firmes; il attribue cette situation à l'absence de barrières à l'entrée majeures. "

" Aydalot (1986) constate également que plus les entreprises sont nombreuses, plus les créations sont nombreuses; la présence d'entreprises crée un climat favorable aux entreprises. "

" Binks et Coyne (1983) approchent le problème à l'inverse et voient le degré de concentration de l'industrie entre les mains d'un nombre restreint de grandes firmes, comme inhibant l'entrée dans l'industrie, en raison du déséquilibre dans le pouvoir de compétitivité, à moins que la nouvelle entreprise n'exploite une niche sur une base régionale ou sur une base de sous-traitance. "

Par ailleurs, Markusen et Teitz (1985) ont ajouté la notion de marché à celle de structure industrielle. En fait, nous dit Belley (1990), les nouvelles entreprises qui oeuvrent sur des marchés internationaux sont probablement influencées par la structure industrielle de façon différente des entreprises qui oeuvrent sur les marchés locaux.

3.4.2 Disponibilité du capital

La disponibilité du capital est un élément primordial à la création d'entreprises et ce besoin est reconnu par beaucoup d'auteurs. Ceux-ci soulignent la non-disponibilité du capital comme facteur inhibitif de l'activité.

Le démarrage d'une entreprise correspond à la nouveauté, à l'inconnu, à l'incertitude, au risque, et il est reconnu que les détenteurs du capital en ont une certaine aversion. Le conservatisme des institutions financières est certainement un facteur dans le manque de capital de démarrage.

Les créateurs d'entreprises doivent donc se tourner vers d'autres sources de financement comme l'épargne personnelle, les prêts d'amis, de la famille, de petits investisseurs privés, etc. Shapero (1975) dans Belley (1990) a même découvert que 90 % du capital nécessaire au démarrage provient de sources près de l'entrepreneur.

Ce manque de capital a amené les divers paliers de gouvernement à réagir à ce problème. Au Québec, par exemple, depuis une dizaine d'années, les REA, les SPEQ et de nouvelles sociétés de financement mixtes comme CAPIDEM ont été instaurés. Le même phénomène est présent au niveau fédéral avec, par exemple, les CAE qui proviennent des sociétés CLE, créées aussi il y a une dizaine d'années. Enfin, à un niveau plus régional comme celui des MRC, des sociétés appelé SOLIDE (Fortin, 1992, p. 96) seront sous peu mises sur pied. Souhaitons, en terminant, que les dirigeants de ces sociétés comprennent les besoins des entrepreneurs et s'y adaptent ne serait-ce que dans les délais d'analyse de demande de financement et dans la simplification des papiers administratifs à remplir.

3.4.3 Accessibilité aux fournisseurs et aux marchés

Peu de recherches ont été faites sur l'importance de l'accessibilité aux fournisseurs et par le fait même à la matière première, et sur l'importance de l'accessibilité aux marchés en tant que facteur déterminant de la décision de créer son entreprise dans une localité spécifique.

L'importance de l'accessibilité à la matière première et aux marchés dans la décision de création varie selon le type d'industrie. Ainsi, pour certaines industries, ces facteurs d'accessibilité sont déterminants alors que pour d'autres, leur influence est moindre ou même nulle. Belley (1990) donne en exemple le cas des entreprises qui exploitent les richesses naturelles et qui dépendent de la consommation d'énergie en grande quantité. Ces entreprises sont certainement influencées par une disponibilité et un coût d'énergie plus bas.

3.4.4 Disponibilité et coût d'une main-d'oeuvre qualifiée

La disponibilité d'une main-d'oeuvre technique semble faire l'unanimité chez plusieurs chercheurs. On doit par contre préciser que les régions étudiées comptent surtout des entreprises oeuvrant dans des domaines de haute technologie comme l'électronique ou l'instrumentation. On parle, entre autres, de régions comme la Silicon Valley aux Etats-Unis ou de Sophia Antipolis en France.

Par ailleurs, d'autres chercheurs comme Coffey et Polèse (1985) et Maillat (1986) dans Belley (1990) avancent que le développement des compétences et des connaissances de la population locale peut combler les besoins de main-d'oeuvre.

En plus de la disponibilité de la main-d'oeuvre, ses coûts sont aussi souvent soulignés comme important facteur de création d'entreprises. Cet élément joue un rôle particulièrement important dans les secteurs où la concurrence se fait sur les marchés internationaux.

Dans l'avenir, Ady (1981) dans Belley (1990) voit le coût de la main-d'oeuvre comme rôle secondaire. Les raisons qu'il invoque sont les suivantes:

- l'uniformisation des salaires payés, imposée par l'application des lois concernant le salaire minimum dans différents états;
- la pénurie de main-d'oeuvre qui force un recrutement national;
- l'uniformisation des taux payés par l'entremise d'augmentations de salaire consenties volontairement par les employeurs, dans le but d'éviter la syndicalisation de leurs effectifs.

A ce sujet, Belley (1990) conclut :

" La présence d'une main-d'oeuvre qualifiée à chacun des niveaux d'opération et payée à des taux concurrentiels nous semble être un élément important dans le processus de création d'entreprises, que cette main-d'oeuvre alimente les entreprises nouvellement créées ou qu'elle serve de réservoir d'entrepreneurs potentiels. "

Enfin, avec la libéralisation des échanges commerciaux, les entrepreneurs auront de plus en plus de choix quant au site d'implantation de leur entreprise. Il faut se rappeler que l'atteinte d'un profit raisonnable passe en partie par la minimisation des coûts engendrés par les matières premières, les frais généraux et, bien sûr, la main-d'oeuvre. Il y aura donc, du moins à court terme, des déplacements d'entreprises vers les pays où les coûts sont plus faibles. D'ailleurs, des entrepreneurs beaucerons ont déjà évalué les possibilités offertes au Mexique et quelques-uns s'y implanteront sous peu.

3.4.5. Fiscalité, programmes et réglementations gouvernementales

Les gouvernements interviennent dans l'activité économique pour des raisons diverses. Mais, généralement, ils visent à assurer soit l'efficacité économique, soit l'atteinte de certains objectifs sociaux. On parle alors de réglementation économique ou sociale. Pour remplir son rôle, l'Etat utilise divers moyens d'intervention comme la fiscalité, les subventions, l'investissement direct, les politiques d'achat et l'imposition de normes ou de standards. Ces mesures ont des conséquences sur la création de nouvelles entreprises.

La fiscalité est un des éléments importants agissant sur le taux de création de nouvelles entreprises. Bolton (1971), dans Belley (1990), explique que des taux d'imposition élevés et progressifs découragent les entrepreneurs potentiels. Une personne qui se lance en affaires évalue ses chances de gagner et d'accumuler beaucoup plus d'argent, contre ses chances de gagner moins et de faire faillite et ce, pour toutes les options qui lui sont offertes. En plus des taux d'imposition, l'auteur mentionne aussi l'imposition des gains de capitaux comme impact défavorable sur l'accumulation de capital, tant sur le capital de démarrage que sur celui servant au financement de la croissance des entreprises.

Parmi les mesures fiscales proposées, Belley (1990) souligne plusieurs propositions intéressantes faites par différents auteurs :

- crédits à l'investissement et à la recherche (Gevirtz, 1983);
- déductibilité de l'investissement à l'équité (Kao, 1984);
- déductibilité des pertes contre les revenus imposables (Sweeney, 1982);
- exemption complète de l'impôt, jusqu'à ce que l'entreprise ait atteint l'âge adulte (Drucker, 1985).

D'autres mesures visant à favoriser la disponibilité de capital de démarrage demandent une libéralisation de certaines réglementations :

- libéralisation de la loi des banques (Gevirtz, 1983);
- libéralisation de la réglementation des fonds de pension (Kao, 1984);
- assouplissement de la réglementation visant l'accès à l'épargne publique pour les PME (Draheim, 1972).

Malgré toutes ces propositions, la vérification empirique des conséquences de la fiscalité sur les facteurs de localisation des entreprises n'est pas très concluante. En fait, Belley (1990) cite trois auteurs qui n'ont pas trouvé d'effet significatif des mesures fiscales. Ces auteurs sont Carlton (1979), Allen et Levine (1986), et Holt (1987).

Pour Drucker (1985), la réglementation, les restrictions, les rapports et les nombreux papiers administratifs sont aussi importants que l'adoption de politiques fiscales. D'autres, comme Markusen et Teitz (1985) et Hollomon (1979), estiment que la réglementation fournit des opportunités d'affaires. Par exemple, certaines entreprises du domaine du recyclage sont issues de la réglementation sur l'environnement.

L'Etat peut finalement influencer la création d'entreprises en accordant des subventions et par sa politique d'achat.

La majorité des programmes de subventions gouvernementales sont orientés vers l'expansion d'entreprises exploitées depuis quelques années. Malgré le manque de programme servant au démarrage d'entreprises, Litvak et Maule (1974), dans Belley (1990), font état des préférences des entrepreneurs pour des mesures fiscales favorables, plutôt que pour des subventions directes. De plus, Belley souligne le peu de documentation sur l'évaluation des programmes de subventions.

Enfin, la politique d'achat et le soutien accordé à des programmes de recherche seraient les formes les plus efficaces de mesures incitatives provenant de l'Etat. A titre d'exemple, on peut mentionner le développement de l'industrie de l'aéronautique aux Etats-Unis, réalisé pour des fins militaires à partir de contrats de recherche et de développement. Plus près de nous, on peut affirmer que les deux ou trois plus grandes firmes d'ingénierie au Canada ont largement bénéficié de la politique d'attribution québécoise de Hydro-Québec.

L'intervention de l'Etat dans l'économie a toujours été un sujet controversé. Certains aimeraient que l'Etat soit moins présent, tandis que d'autres voudraient que tout soit réglementé. Dans un avenir prochain, la latitude des différents Etats sera de moins en moins grande à cause de la libéralisation des échanges internationaux provoquée par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), l'Europe 1992 ainsi que le libre-échange Canada--Etats-Unis et Mexique, etc.

3.4.6 Importance des facteurs locaux

Jusqu'à maintenant nous avons considéré des facteurs liés à un milieu géographique relativement grand : la politique fiscale canadienne s'applique à tout le territoire et les programmes de subventions couvrent une région spécifique et souvent toute une province. Cependant, certains facteurs locaux peuvent aussi rendre le milieu plus accueillant et agir sur la perception de la faisabilité de la création d'une entreprise.

Deux types de facteurs locaux peuvent être examinés: les facteurs économiques et les ressources sociales. Les facteurs d'ordre économique ont un effet direct sur les prix de revient de l'entreprise : disponibilité des terrains, des bâtisses, des services, des services de soutien, etc. Quant aux ressources sociales, mentionnées par Pennings (1982) dans Belley (1990), elles peuvent être tangibles ou intangibles. Pour le moment, seuls les facteurs tangibles associés à la qualité de vie et provenant des milieux culturel, résidentiel, récréatif et écologique seront traités.

Il est aussi important de noter que selon Belley, les recherches recensées qui se sont intéressées à ces facteurs locaux de localisation ont traité principalement d'agglomération d'entreprises qui oeuvrent dans des domaines de haute technologie. Il n'est certes pas évident que l'on puisse indifféremment transposer l'importance de ces facteurs à tous les types d'industries ou d'entreprises.

La disponibilité de terrains, de sites, d'aménagement et de locaux est un des éléments dont l'importance varie selon le type d'industrie et le type d'entreprise à l'intérieur de l'industrie. Pour Belley, la disponibilité de ces ressources paraît importante pour favoriser la création d'entreprises, même si la littérature arrive à des résultats divergents à cet égard. Quelques études sur la création d'entreprises dans le domaine de la haute technologie ont démontré l'importance de ces ressources, tandis que d'autres n'ont pas retenu ces ressources comme facteurs critiques de localisation.

La ressource qui semble faire le plus l'unanimité est celle des services de soutien. Belley les a divisés en deux catégories : la sous-traitance et le conseil de gestion.

Si une nouvelle entreprise peut accorder des contrats de sous-traitance pour l'exercice d'une partie de ses activités comme, l'usinage, l'administration, le secrétariat ou un autre secteur, elle n'aura pas à investir au départ dans ces activités. Son capital de démarrage sera alors moins élevé et ses risques financiers seront par le fait même moins grands.

La deuxième catégorie de services de soutien correspond aux conseils de gestion reçus des comptables, avocats, banquiers et conseillers en gestion.

Puisque l'entrepreneur démarre souvent une entreprise dans le même secteur d'activité que celui dans lequel il possède déjà une certaine expertise, il a rarement besoin de conseils techniques, mais beaucoup plus fréquemment de conseils de gestion (Sweeney, 1982). La présence locale des services de gestion augmente significativement la perception de faisabilité de la création de son entreprise par l'entrepreneur.

Le nouveau concept d'incubateur d'entreprises se définit par la disponibilité de locaux à prix modiques et de services de soutien associée au partage de services en commun. Ce concept repose sur le regroupement, sous un même toit, de services disponibles mais disséminés sur l'ensemble du territoire administratif.

Allen (1985), dans Belley (1990), explique dans sa recherche que le concept d'incubateur peut revêtir plusieurs formes, mais que la disponibilité de services de conseils est un critère minimal. De plus, théoriquement, la perception de faisabilité de la création d'entreprises est augmentée par la présence d'un incubateur d'entreprises. En pratique, l'efficacité de l'incubateur d'entreprises est encore difficile à évaluer en grande partie à cause de la nouveauté de ce concept. Il reste toujours difficile de répondre à la question : est-ce que les entrepreneurs démarreraient quand même leur entreprise en l'absence de l'incubateur?

La principale faiblesse de ce concept repose sur la possibilité que les entreprises incubées se complaisent dans un environnement protégé et qu'elles deviennent vulnérables au moment de leur sortie de l'incubateur. A l'opposé, l'une des forces du concept est l'intégration de l'entrepreneur dans les réseaux d'affaires, par la multiplicité des intervenants et de leurs contacts dans les divers milieux.

La théorie de localisation basée sur la recherche des meilleurs prix de revient peut aider à identifier les éléments qui entrent ou non dans la perception de la faisabilité du démarrage d'une entreprise. Cependant, Belley (1990) a recensé plusieurs recherches qui démontrent qu'au moment de la création d'une entreprise, il n'y a pas nécessairement et systématiquement de démarche rationnelle telle que proposée par des économistes comme Cooper (1971), Susbauer (1978) et Gudgin (1978).

Gudgin (1978), dans Belley (1990), a confirmé dans son étude l'hypothèse selon laquelle l'entrepreneur ne fait pas de choix actif de localisation; il commence près de chez lui et dans le type d'industrie pour laquelle il travaille ou a déjà travaillé. L'entrepreneur ferait surtout le choix de créer ou non son entreprise. Gudgin appuie son hypothèse sur les éléments suivants :

- les besoins initiaux de capitaux empêchent le déménagement;
- la connaissance du marché local;
- la capitalisation sur les connaissances acquises;
- la possibilité de démarrer l'entreprise à temps partiel;
- la petite taille de départ par rapport à la facilité de trouver les ressources localement.

3.4.6.1 Facteurs de qualité de vie

Pennings (1980), dans Belley (1990), mesure la qualité de vie en terme de la présence d'universités, de bonnes écoles et de centres de recherche.

Les universités, à quelques exceptions près (Stanford pour Silicon Valley et le MIT pour la route 128 à Boston), joueraient un rôle secondaire en tant que sources d'essaimage de nouvelles entreprises, selon Cooper (1971), dans Belley (1990). La proximité d'une université semble être un facteur plus déterminant dans le processus de localisation de centres de recherche que dans celui de nouvelles entreprises. L'accumulation des connaissances par fertilisation croisée des ressources ainsi que la recherche d'une atmosphère universitaire plutôt que corporative seraient les principaux attraits des universités.

Pour l'entrepreneur, il ne retient de la proximité d'une université que l'accès à ses bibliothèques et son rôle de pourvoyeur d'une main-d'oeuvre qualifiée.

Par ailleurs, la disponibilité de bonnes écoles semble être un facteur important pour l'entrepreneur qui travaille dans un domaine de haute technologie. En effet, ces entrepreneurs ont une formation supérieure et leurs exigences sont grandes en ce qui a trait à la formation de leurs enfants.

Belley (1990) souligne même que Shapero (1972) a trouvé une forte corrélation entre le taux de création d'entreprises et le budget consacré à l'éducation dans les villes comptant moins de 100 000 habitants.

En ce qui concerne les autres éléments d'une bonne qualité de vie comme les attraits culturels, climatologiques, touristiques et récréatifs, leur importance varie d'une étude à l'autre. On aurait même trouvé une corrélation négative entre le taux de création de nouvelles entreprises et les facteurs environnementaux. De même, les mauvais climats politiques et économiques ne sont pas favorables à la création d'entreprises. Les résultats des recherches sur les facteurs traitant de la qualité de vie ne sont donc pas concluants. Leur influence sur la création d'entreprises n'a pas été démontrée.

Enfin, les facteurs de qualité de vie énoncés sont plutôt de type " urbains ". Ils sont donc souvent absents en milieu rural. En Beauce, par exemple, il n'y a pas de centre de recherche et pas d'écoles techniques. Pourtant, de nombreuses PME y ont été créées. En fait, le concept même de qualité de vie peut être très discutable.

3.4.6.2 Réseaux

Dans le processus de démarrage d'une entreprise, un entrepreneur doit entrer en contact avec plusieurs intervenants dans le but de s'approprier et de gérer diverses ressources.

Que l'entrepreneur soit à la recherche de matières premières, d'une main-d'oeuvre compétente, de capitaux de démarrage, d'un site approprié, d'une aide gouvernementale ou encore d'un nouveau débouché pour son produit, il devra être en relation avec les personnes qui pourront l'aider.

Selon Aldrich et Zimmer (1986), dans Belley (1990), des réseaux représentent la totalité des personnes qui entretiennent des relations. Ces réseaux interviennent dans le développement de l'entrepreneurship de quatre façons. Premièrement, " certaines pressions sociales font que les groupes se différencient, ce qui a pour effet d'augmenter la cohésion du groupe et la densité des relations entre ses membres et de provoquer des coalitions qui augmentent les capacités d'actions collectives, qui peuvent trouver des débouchés dans l'entrepreneurship ". Dans cette catégorie, on trouve les réseaux engendrés par la famille, les amis, les groupes ethniques, les organisations religieuses, etc.

Deuxièmement, il y a les organismes qui servent de liens nodaux entre différents intervenants. C'est ainsi que la présence d'associations industrielles ou commerciales ou d'agences gouvernementales peut contribuer au développement de l'entrepreneurship.

Troisièmement, les réseaux se développent à partir de personnes avec lesquelles les contacts sont plus fréquents et plus intenses. Ces mêmes personnes sont en relation avec d'autres personnes, ce qui a pour effet d'élargir le réseau, comme en fait foi l'adage " les amis de mes amis sont aussi mes amis ".

Finalement, la force de la relation jouerait également un rôle sur le processus de démarrage d'une entreprise. Cette force serait mesurée en fonction du contrôle exercé sur les ressources par les personnes avec lesquelles l'entrepreneur est en contact. En fait, ce ne serait pas seulement ce qu'on connaît qui importe, mais aussi qui on connaît.

En plus des résultats de Aldrich et Zimmer (1986), Belley (1990) donne les hypothèses de quelques autres auteurs. Selon MacMillan (1981), il faut que l'entrepreneur puisse développer des appuis politiques prêts à appuyer son projet dans le but, entre autres, de réduire l'aversion au risque de certains intervenants importants comme les fournisseurs ou les banquiers.

Pour sa part, dans son exhaustive revue de la documentation sur les réseaux, Proulx (1990) reconnaît trois grandes catégories de réseaux : les réseaux naturels, les réseaux utilitaires et les réseaux fonctionnels. Il a démontré que ce sont les réseaux utilitaires qui véhiculent les flux d'informations créateurs de dynamisme et de développement dans les territoires locaux.

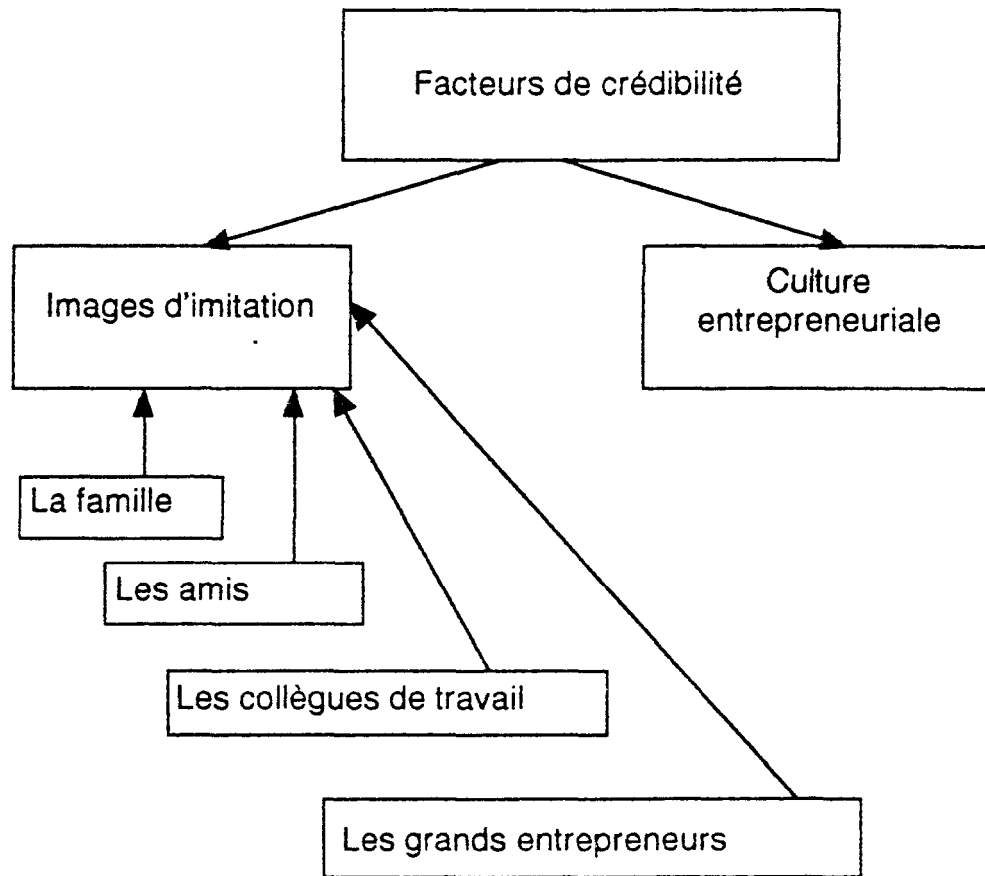
Enfin, pour démontrer l'importance des réseaux dans le phénomène de l'entrepreneurship, Belley (1990) mentionne que Aldrich, Rosen et Woodward (1987) voient une relation significative entre le démarrage d'entreprises et le nombre d'heures consacrées au développement de contacts, ainsi qu'entre la fréquence des contacts par semaine et la densité du réseau, exprimée par la proximité du membre du réseau contacté par l'entrepreneur.

3.5 Facteurs de crédibilité et de désirabilité

La dernière dimension du modèle est essentielle à la création d'entreprises. Même si l'entrepreneur a une bonne opportunité et qu'il possède le financement nécessaire, ainsi que les compétences techniques et managériales pour démarrer une entreprise, le milieu visé doit valoriser l'entrepreneurship. On parle alors de crédibilité et de désirabilité vis-à-vis le démarrage de nouvelles entreprises.

La figure 2 qui suit illustre les deux sources de facteurs de crédibilité. La première, sur laquelle nous insisterons, est l'image d'imitation provenant de plusieurs milieux comme la famille, les collègues, etc. La deuxième est la culture entrepreneuriale qui exprime, en fait, tout le " climat " régional facilitant l'éclosion d'une entreprise.

FIGURE 2: FACTEURS DE CREDIBILITE



Quelques chercheurs ont déjà souligné l'importance des images d'imitation. Shapero (1975) va même jusqu'à dire que les " modèles " sont la plus importante variable dans la création d'entreprises :

" The most important variable we have found associated with the company formation act has been the existence of credible models or examples for the potential company former. A potential entrepreneur must be able to conceive of himself starting a company, and credible examples make the conception possible. "

Shapero, 1975, p. 641

Comme l'importance de la présence d'images d'imitation dans un milieu s'appuie sur la théorie de l'apprentissage social (Bandura, 1976), nous verrons d'abord les processus de cet apprentissage. Par la suite, nous situerons l'importance des images d'imitation et finalement, nous expliquerons notre concept d'effet d'entraînement.

3.5.1 Apprentissage social

Selon Bandura (1980), le comportement humain a deux sources : l'expérience directe et l'observation.

La plus élémentaire, l'expérience directe, provient des effets positifs ou négatifs de nos actions. Ces effets peuvent informer ou motiver la personne ou encore renforcer ses comportements. Heureusement, nous n'avons pas à nous baser seulement sur nos " essais " pour faire notre apprentissage. Nous pouvons éviter beaucoup d'épreuves inutiles en observant les autres. En fait, la plupart de nos comportements sont appris par observation au moyen du modelage.

L'apprentissage social comporte quatre processus qui seront analysés dans les paragraphes qui suivent. Des commentaires de l'auteur et des exemples tirés du vécu beauceron ou d'ailleurs au Québec seront également donnés.

3.5.1.1 Processus attentionnel

La sélection du modèle observé et le résultat de l'observation composent le processus attentionnel. Certains facteurs ayant trait à l'observateur, soit la capacité sensorielle, le niveau d'éveil, l'attente perceptuelle et les renforcements antérieurs, ainsi que d'autres éléments ayant trait aux activités observées, contrôlent la quantité et le type d'expériences d'observation. " Parmi les différents déterminants attentionnels, les patrons associatifs sont d'importance primordiale. Les individus avec lesquels nous sommes régulièrement associés, soit par préférence, soit par obligation, délimitent les types de comportement qui sont observés de façon répétée et que nous apprenons donc en détail. " (Bandura, 1980). On voit donc l'importance de la répétition de l'observation. L'auteur donne l'exemple du modelage télévisé où l'on peut apprendre beaucoup sans motivation particulière.

En ce qui concerne l'entrepreneurship, la multitude de revues et de journaux spécialisés font régulièrement état du cheminement et de la réussite d'entrepreneurs québécois. De plus, depuis une dizaine d'années, de nombreux concours régionaux et provinciaux valorisent l'entrepreneuriat au Québec.

3.5.1.2 Processus de rétention

Le second processus d'apprentissage par l'observation concerne la rétention des activités qui ont été modelées dans le passé. Les patrons de réponses sont représentés en mémoire sous une forme symbolique. Ainsi, le fait d'associer un nom à un visage ou encore un nom d'entreprise à une réussite industrielle, comme celle de Bombardier au Québec ou Pomerleau et Dutil dans la Beauce, sont de bons exemples de rétention.

3.5.1.3 Processus de reproduction motrice

La traduction des représentations symboliques en actions est la troisième composante du modelage. La réussite par l'observation n'est souvent pas atteinte au premier essai. Un ajustement successif par essais et erreurs est souvent nécessaire. L'auteur donne l'exemple de sports comme le golf ou la natation, mais le cheminement de plusieurs entrepreneurs qui ont réussi en affaires seulement après plusieurs tentatives peut être mentionné. De plus, dans le développement d'une entreprise, il y a des projets qui sont des réussites et d'autres qui sont des échecs et ce, pour différentes raisons. C'est la somme de ces essais qui doit être positive pour que l'entreprise poursuive ses activités.

La simple observation du fonctionnement d'une entreprise ne nous révèle évidemment pas toutes les facettes de la gestion de celle-ci. Il faut passer à l'action, c'est-à-dire partir sa propre affaire, pour en comprendre et en mesurer tout le défi et l'envergure.

3.5.1.4 Processus motivationnel

Après les processus attentionnel, de rétention et de reproduction motrice, Bandura (1980) explique le phénomène du processus motivationnel. Pour notre part, contrairement à Bandura, nous aurions placé le processus motivationnel avant celui de la reproduction motrice, car il nous semble que le premier est un préalable à l'action.

D'après la théorie de l'apprentissage, le fait de fournir des modèles et même des modèles éminents ne suffit pas à créer automatiquement le comportement chez les autres individus. En fait, les gens ne traduisent pas en action tout ce qu'ils ont appris par l'observation d'autrui.

Le processus motivationnel serait fondé sur quatre éléments :

" Un modèle qui démontre les réponses désirées de façon répétée, qui enjoint aux autres de reproduire le comportement en question, qui les aide concrètement lorsqu'ils n'y réussissent pas et qui les récompense lorsqu'ils y arrivent, peut arriver finalement à faire produire la réponse correcte par la plupart des gens. "

Bandura, 1980, p. 34

Nous croyons que ces éléments s'appliquent bien au processus entrepreneurial. La répétition des réponses désirées, présentée dans les revues ou journaux traitant des réussites entrepreneuriales, enjoint les autres à reproduire ces comportements. Pour ce qui est des aides concrètes, il faut mentionner le soutien technique des commissaires industriels et des conseillers du MICT ainsi que les divers programmes financiers de la SDI et de l'OPDQ.

Enfin, les récompenses proviennent des différents concours, mais aussi des tribunes d'honneur offertes par les chambres de commerce aux entrepreneurs qui ont le mieux réussi.

3.5.2 Images d'imitation

D'après la théorie de l'apprentissage social, les images d'imitation seraient issues, par préférence ou par obligation, des personnes avec lesquelles on est régulièrement associé.

La première source d'imitation citée par Shapero (1975) est les parents de l'entrepreneur. D'après une étude américaine, les parents (père ou mère) d'entre 50 % et 58 % des gens d'affaires étaient aussi en affaires. Ce pourcentage est très élevé si on le compare avec le 12 % de toute la population des Etats-Unis qui est en affaires. Le même auteur mentionne d'autres pays où le pourcentage des parents en affaires est encore plus élevé : 56 % en Italie, 74 % aux Philippines et 89 % au Nigéria.

L'effet des images d'imitation familiale ne serait pas toujours conscient ou désiré. Shapero (id.) cite une étude de Susbauer où les parents des entrepreneurs avaient déconseillé ce cheminement :

" The usual answer was that their fathers told them never to start a company, and/or that their fathers had been unsuccessful; but the prevalence of independent fathers in the sample was remarkable. "

Shapero, 1975, p. 642

La deuxième source importante d'imitation proviendrait des collègues de travail et des confrères de classe.

" Often the remark is made derogatorily of a colleague, " *If he can do it, I certainly can !* " When a corporate vice-president breaks away to form a new company, this does not make the company formation act credible to his many subordinates. However, when a group of engineers, far down in the organizational line break away to form a company, their colleagues are much more likely to follow their example. "

Draheim et al., dans Shapero, 1975, p. 642

L'essaimage provenant de l'imitation de collègues de travail, tel que souligné dans une section précédente, serait particulièrement présent dans les petites entreprises. Une étude réalisée par Cooper dans la région de San Francisco et citée par Shapero (1975) confirme ce phénomène :

" A small firm provides a close view of the man who formed or headed the firm; a man who in many cases is very much like themselves. In the small organization context it becomes possible for the potential entrepreneur to see the role of company head as credible for himself. "

Shapero, 1975, p. 642

D'autres chercheurs ont aussi signalé l'importance des modèles dans la création d'entreprises. Ainsi, Miller et Côté (1985) font ressortir l'importance du processus lui-même comme source de crédibilité vis-à-vis la communauté financière.

Pour ces auteurs, les *success models* sont la troisième condition du démarrage et de la croissance des nouvelles entreprises :

" ... and the emergence of success models, which not only stimulate entrepreneurship but also reduce risks for investors, suppliers, and bankers who are called on to assist new endeavors. "

Miller et Côté, 1985, p. 115

D'autre part, Sweeney (1982) associe de façon plus générale la crédibilité à la culture entrepreneuriale :

" La crédibilité est fournie par des exemples : quelqu'un à qui on ressemble, avec qui on peut s'identifier, et par ce qu'on ne peut pas décrire autrement que par le terme de culture entrepreneuriale. Vous avez beaucoup plus de chances de créer une entreprise quand vous vous trouvez baigné dans une culture où la création d'entreprise fait l'objet d'admiration..., J'ai remarqué qu'en Italie, un homme qui a un bon niveau d'éducation et qui crée une petite entreprise perdait son statut social. Aux Etats-Unis, c'est un héros qui fait partie du folklore. "

Sweeney, 1982, p. 74-75

Il semble donc que les modèles de réussite en affaires suscitent la création de PME. Plus les gens réussissent et plus les gens veulent les imiter, plus les gens les imitent et plus les gens réussissent, etc. L'idée générale est simple mais les détails du phénomène restent encore peu analysés. Par exemple, est-ce que les différents modèles ont le même effet sur la motivation du futur entrepreneur? Pour y voir un peu plus clair, nous avons dû développer notre propre concept " d'effet d'entraînement ".

3.5.3 Concept d'effet d'entraînement

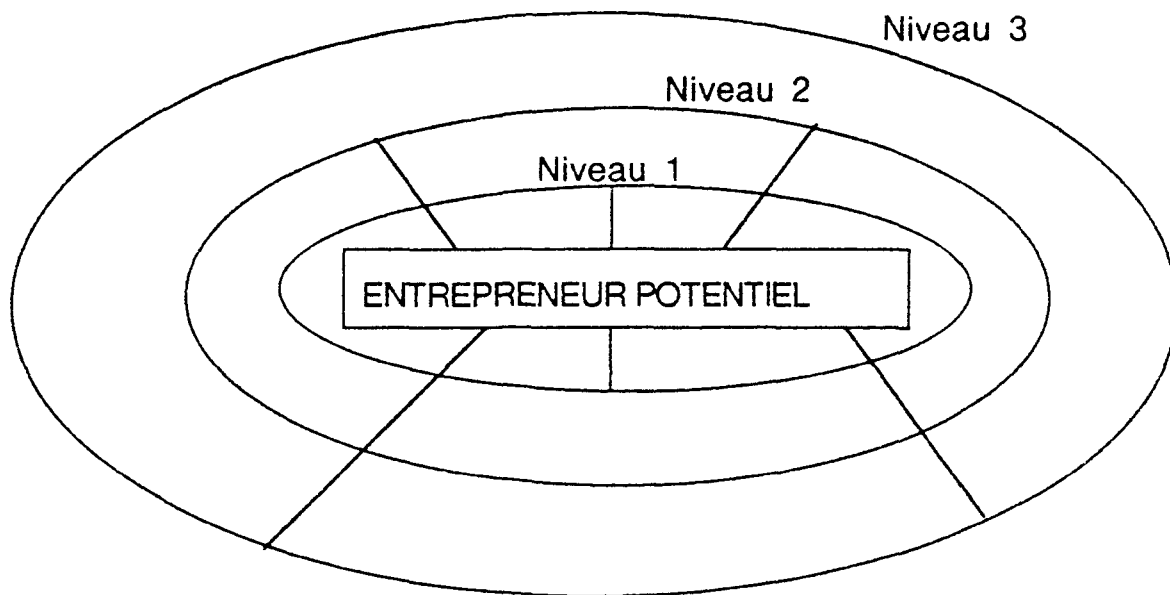
Afin de mieux cerner l'effet des différents modèles, ceux-ci ont été classés en trois groupes. De plus, ils ont été appelés " niveaux d'entraînement ".

Au premier niveau, ce sont les personnes avec qui l'entrepreneur potentiel est en étroite relation sur une base régulière. Les modèles à imiter seront alors les amis, la famille, les collègues de travail ou encore un patron entrepreneur.

Au deuxième niveau, ce sera l'exemple de gens plus éloignés du futur entrepreneur qui contribuera à augmenter chez ce dernier le désir de lancer sa propre entreprise : des gens qui ont bien réussi en affaires mais que l'on ne connaît que par réputation ou par personne interposée. On parle alors non seulement des " grands entrepreneurs " comme les Hervé Pomerleau, les Dutil, etc., mais aussi des jeunes entrepreneurs qui ont réussi rapidement, comme les Gendreau, les Thabet, etc.

Enfin, le troisième niveau sera caractérisé par l'effet global de la région. Le grand pourcentage de réussite, l'image positive de la région, l'entraide régionale et les préjugés favorables des banquiers, des fonctionnaires et autres auront aussi un effet significatif sur la création et le développement de nouvelles unités de production. On pourrait aussi bien appeler ce troisième niveau, l'effet de la culture entrepreneuriale dans la région ou encore l'attitude sociale favorable au milieu des affaires.

FIGURE 3 : NIVEAUX D'ENTRAINEMENT



<u>NIVEAUX</u>	<u>VARIABLES</u>
1	Les parents Les amis d'enfance et les amis actuels Les collègues de travail Un patron entrepreneur
2	Les " grands entrepreneurs " de renommée nationale et internationale : les Pomerleau, les Dutil Les " jeunes " qui ont réussi rapidement: les Gendreau, les Thabet
3	L'effet global de la région : " tout le monde réussit, moi aussi je suis capable " La compétition entre entrepreneurs

CHAPITRE IV

FORMULATION DES HYPOTHESES

Le modèle de création d'entreprises défini dans notre cadre d'analyse comprend cinq facteurs ou éléments nécessaires à la création d'une entreprise. Même si tous ces éléments doivent être présents à des moments et à des degrés différents selon le projet d'entreprise, nous avons choisi de nous concentrer sur les facteurs de crédibilité et de faisabilité.

Comme nous l'avons déjà vu, cette crédibilité ou désirabilité est issue des modèles d'entrepreneurship locaux. Ces modèles peuvent provenir de plusieurs sources telles la famille, les amis, les collègues de travail, etc.

Notre problème étant de savoir pourquoi il se crée autant de PME en Beauce depuis une vingtaine d'années, notre hypothèse générale s'énonce de la façon suivante :

4.1 HYPOTHESE GENERALE :

Les modèles beaucerons d'entrepreneurship ont un effet significatif sur la création de PME en Beauce.

4.2 Sous-hypothèses

Pour valider l'hypothèse générale, nous utiliserons plusieurs sous-hypothèses dont voici les énoncés :

Hypothèse 1 :

Il existe une relation significative entre le désir de devenir entrepreneur et le fait que les parents étaient entrepreneurs.

Hypothèse 2 :

Il existe une relation significative entre le fait d'avoir travaillé dans une PME et l'action de créer sa PME.

Hypothèse 3 :

Il existe une relation significative entre la réputation de la Beauce et la création de PME.

Hypothèse 4 :

Il existe une relation significative entre la réussite de grands entrepreneurs beaucerons et la création de PME.

Hypothèse 5 :

Il existe une relation significative entre la culture entrepreneuriale beauceronne et la création de PME.

La validation de l'hypothèse générale dépend de la validation de ces cinq hypothèses.

CHAPITRE V

METHODOLOGIE

5.1 ENQUETE EXPLORATOIRE

Au début de cette recherche, notre problématique s'orientait vers le phénomène de l'innovation dans les PME. Nous voulions alors analyser le processus d'innovation des PME beauceronnes en relation avec leur utilisation des organismes d'aide à l'innovation. Notre échantillon étant déjà précisé, nous avons rencontré plusieurs entreprises dans le but de valider notre sujet de recherche. Les discussions au cours de ces rencontres, et surtout l'utilisation d'une question ouverte, nous ont fait réorienter notre problématique.

En fait, la réponse à la question " Selon vous, quel est le facteur de développement le plus important de votre région? " a été un catalyseur important dans la réorientation de notre recherche. Voici d'ailleurs quelques exemples de réponses recueillies :

- " Les gens sont très fiers et travailleurs, ils veulent tous se partir en affaires. "

- " L'effet d'entraînement (dans le vêtement, presque tous les entrepreneurs proviennent d'autres entreprises : RGR, RAYJO, etc.) "
- " Les modèles sont très importants. "
- " On est des idéalistes, on se compare à Hervé et à Marcel. "
- " Il y a 25 ans, il n'y avait que Dutil, Lacroix et Vachon. Les gens travaillaient pour eux ou ne faisaient rien. Nous nous sommes dit à ce moment-là que nous aussi nous sommes capables de faire de la " business ". Les gens se sont réveillés et l'effet d'entraînement se poursuit depuis ce temps-là . "
- " Le modèle des gros entrepreneurs : Marcel, Hervé, etc. "

Ces réponses, données par de nombreux industriels, nous ont fait réaliser l'importance des modèles d'entrepreneurship dans la région étudiée. Nous avons donc fait une recherche bibliographique sur ce sujet et avons conclu que même si le thème des modèles était signalé dans quelques études, très peu d'auteurs l'avaient approfondi.

Ce sont finalement des écrits de Shapero, Sweeney, Bandura, Belley, etc. qui nous ont fait rattacher une théorie à la réalité beauceronne citée par les industriels au cours des entrevues exploratoires.

5.2 ECHANTILLONNAGE

Notre échantillonnage est composé de 30 entreprises manufacturières de la MRC de Beauce-Sartigan. Le choix de ces entreprises a été fait de façon à donner à tous les principaux secteurs industriels une représentativité semblable à celle que l'on retrouve dans le milieu.

De plus, dans une même industrie, nous avons essayé de choisir les entreprises les plus dynamiques du point de vue de la croissance de l'emploi. Nous retrouvons donc des entreprises dans les secteurs de l'habillement, de l'ameublement, de la machinerie, des produits en métal, du plastique et des aliments.

Enfin, c'est à partir de notre connaissance de la région, et du Répertoire des entreprises et des produits manufacturés de la Beauce (Edition 1990) du CEB, que nous avons arrêté notre choix.

5.3 METHODE, TERRAIN, INSTRUMENT

L'enquête exploratoire ayant été faite en janvier 1991, les questionnaires ont été postés à la fin du mois de juin de la même année.

Notre questionnaire était composé, en grande partie, de questions cafétéria et de questions fermées (voir annexe). Nous avons limité le nombre de questions à 22 et nous avons présenté toutes les questions dans un document de cinq pages. D'après le prétest fait avec deux entreprises de l'échantillon, le temps requis pour remplir le questionnaire n'était que d'environ dix minutes. En effet, plusieurs données sur l'entreprise et ses dirigeants avaient été recueillies au cours de l'enquête exploratoire. A chaque questionnaire, nous avons joint une lettre explicative. Chaque lettre était adressée au président ou au directeur général fondateur de l'entreprise. Nous avons inclus à l'envoi une enveloppe de retour pré-adressée et pré-affranchie.

L'envoi ayant été fait à la fin de juin, nous avons attendu au début du mois d'août pour faire quelques rappels téléphoniques à ceux qui n'avaient pas encore retourné leur questionnaire.

Par la suite, soit au mois de septembre 1991, nous avons envoyé une lettre de remerciement à tous les répondants et nous leur avons indiqué qu'un résumé des résultats de la recherche serait disponible sur demande.

CHAPITRE VI

RESULTATS

Ce chapitre comprendra trois grandes parties. Dans la première, nous donnerons une analyse descriptive des résultats de notre enquête. Dans la deuxième, nous comparerons ces résultats avec d'autres études et essayerons d'expliquer ces résultats à l'aide des connaissances acquises sur la région et des réflexions suscitées tout au long de notre recherche. Enfin, dans la dernière partie, nous reprendrons nos hypothèses énoncées au chapitre 4 et nous vérifierons si les résultats valident ou non ces hypothèses.

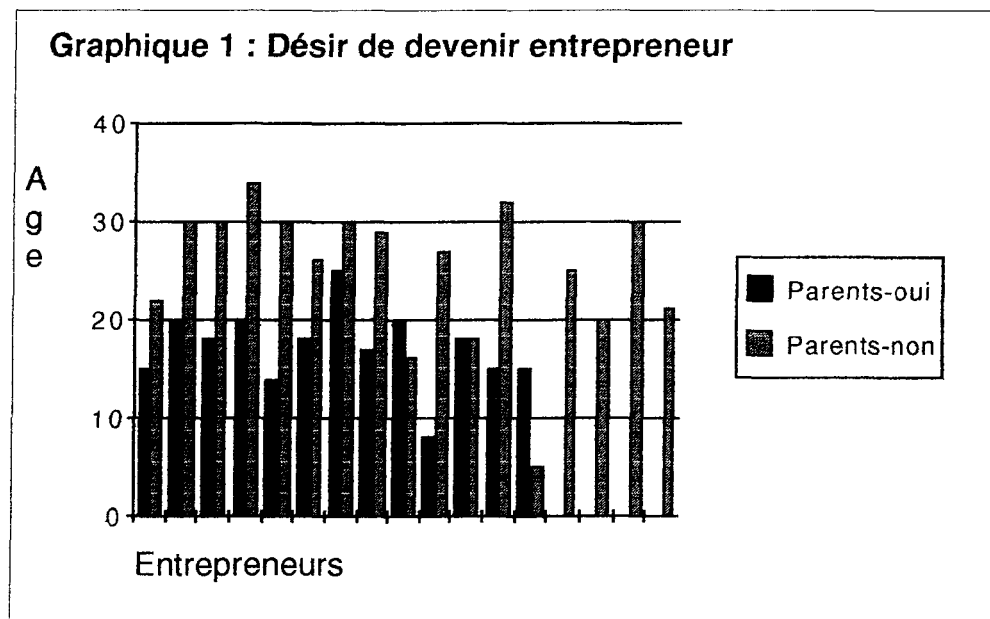
6.1 ANALYSE DESCRIPTIVE DES RESULTATS

6.1.1 Influence des parents

Afin de mieux cerner les tendances de comportement de ceux qui ont eu ou non des parents en affaires, nous avons divisé notre échantillonnage en deux groupes et avons étudié à quel âge la personne avait manifesté le désir de devenir entrepreneur, le nombre d'années d'expérience dans une PME et finalement à quel âge l'entreprise avait été créée.

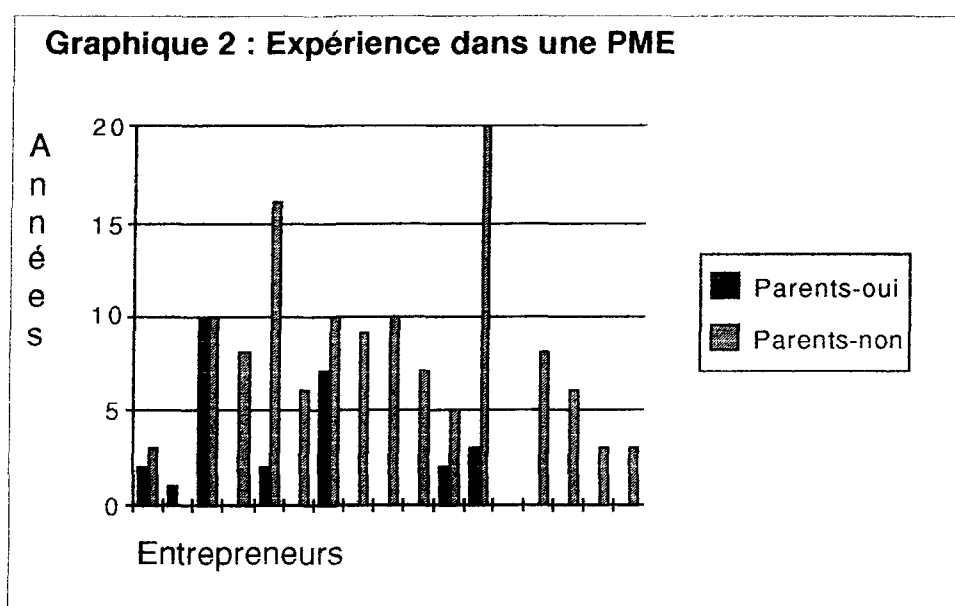
6.1.1.1 Désir de devenir entrepreneur

Le graphique 1 ci-dessous contient les réponses à la question : Quel âge aviez-vous lorsque vous avez envisagé de devenir entrepreneur pour la première fois? Ce graphique montre que les entrepreneurs qui ont eu des parents en affaires (parents-oui) ont pensé, en moyenne, devenir entrepreneurs à l'âge de 17 ans. On y remarque aussi que toutes les réponses se situent entre 8 et 25 ans. Pour ceux qui n'ont pas eu de parents en affaires (parents-non), les réponses se situent entre 5 ans (une personne précoce) et 34 ans. Pour ce groupe, la moyenne est donc de 25 ans, soit 8 ans de plus que ceux qui ont eu des parents en affaires. On voit donc que le fait d'avoir eu des parents en affaires a influencé positivement le désir de devenir aussi entrepreneur.



6.1.1.2 Années d'expérience

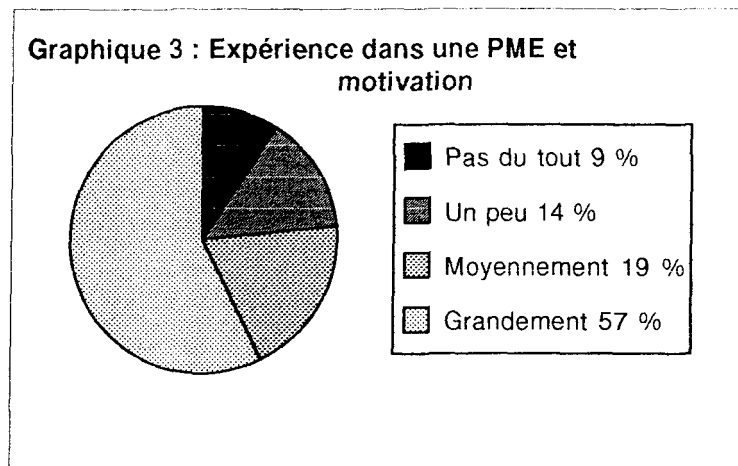
En second lieu, lorsque l'on regarde le nombre d'années d'expérience dans une PME avant de devenir entrepreneur, le graphique 2 suivant indique un écart beaucoup plus significatif entre les deux groupes.



Pour ceux dont les parents étaient des gens d'affaires, 6 entrepreneurs sur 13 (46 %) n'ont jamais travaillé dans une autre PME. De plus, 10 personnes sur 13 (77 %) ont seulement travaillé 2 ans et moins dans une autre PME.

Pour l'autre groupe, celui dont les parents n'étaient pas en affaires, le graphique 2 révèle que le nombre d'années passées dans une autre PME a été beaucoup plus élevé. En effet, 12 entrepreneurs sur 17 (71 %) ont travaillé 5 ans et plus dans une PME avant de démarrer leur propre entreprise.

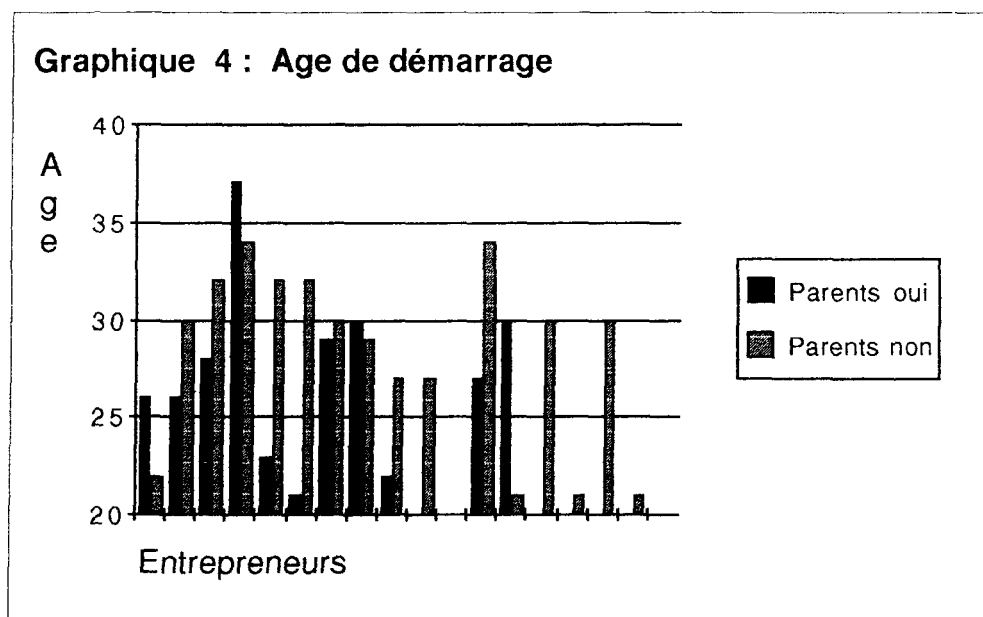
A la question : Est-ce que vous pensez que cette expérience dans une autre PME vous a motivé positivement à démarrer la vôtre?, les réponses ont été:



Donc, d'après ces réponses, 16 entrepreneurs sur 21, soit 76 % qui ont travaillé dans une autre PME, considèrent que cette expérience les a motivés moyennement ou grandement à démarrer leur propre entreprise.

6.1.1.3 Age de démarrage

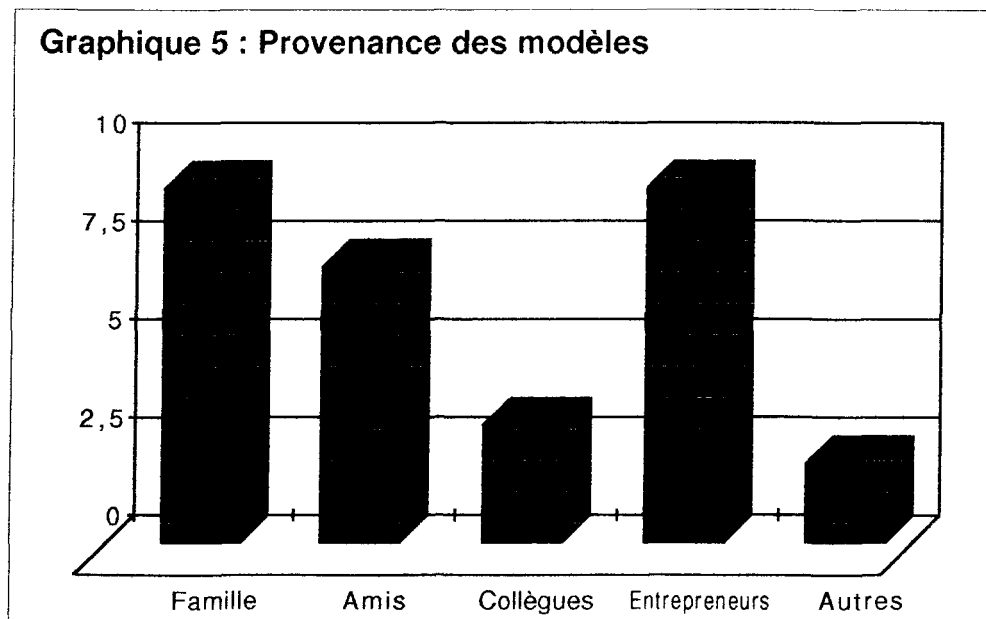
Enfin, en troisième lieu, nous avons mis en relation l'âge réel de démarrage avec le fait d'avoir ou non des parents en affaires. Le graphique 3 montre qu'en général les entrepreneurs qui ont eu des parents en affaires ont effectivement démarré plus jeunes leur entreprise. En fait, 9 personnes sur 13, soit 69 %, ayant eu des parents en affaires sont devenus entrepreneurs avant l'âge de 28 ans. Pour les autres, ceux dont les parents n'étaient pas en affaires, seulement 7 personnes sur 17, soit 41 %, ont démarré une entreprise avant l'âge de 28 ans.



Ces variables, l'âge du désir de devenir entrepreneur, le nombre d'années d'expérience dans une autre PME et l'âge du démarrage de l'entreprise, mises en relation avec le fait que les parents étaient ou non des gens d'affaires, démontrent donc l'influence des parents sur l'orientation des futurs entrepreneurs.

D'après notre échantillonnage, les entrepreneurs dont les parents étaient en affaires ont, en général, travaillé moins longtemps dans une autre PME et ont en conséquence démarré leur propre PME plus jeunes que ceux dont les parents n'étaient pas en affaires.

En plus de ces résultats quantitatifs, les réponses à deux questions à choix multiples ont aussi fait voir l'importance de l'influence des parents (famille au sens large) sur la décision d'être entrepreneur. En fait, à la question : De quel milieu provient le modèle (l'exemple de réussite) qui a le plus influencé votre décision de devenir entrepreneur?, 9 répondants sur 30 ont répondu la famille. (Voir graphique 5.)



Enfin, d'après les réponses à la question : Dans vos rencontres familiales, est-ce que vous parlez d'affaires?, il semble que le milieu familial soit propice aux discussions d'affaires. En fait, 40 % des entrepreneurs déclarent parler souvent d'affaires, 50 %, de temps en temps et seulement 3 % disent ne jamais en parler.

6.1.2 Influence des amis

Les amis des entrepreneurs sont aussi des gens d'affaires. Seulement 1 personne sur 30 a dit n'avoir aucun ami en affaires. Plus de 50 % des entrepreneurs ont déclaré que la plupart de leurs amis étaient des gens d'affaires. Chez les autres (40 %), seulement quelques-uns de leurs amis sont aussi des gens d'affaires. Parmi tous les amis des entrepreneurs, 80 % sont en même temps des gens d'affaires et des amis de longue date.

Au cours des rencontres entre amis, la grande majorité des entrepreneurs (90 %) parlent d'affaires. Les sujets les plus courants sont l'économie, le financement, le marketing et la production. Après la famille et les grands entrepreneurs, les amis sont aussi un bon modèle pour influencer la décision de devenir entrepreneur. (Voir graphique 4.) En fait, 7 personnes sur 30 ont répondu que le modèle qui a le plus influencé leur décision de devenir entrepreneur provenait de leurs amis.

6.1.3 Influence des collègues de travail

L'influence des collègues de travail se situerait au dernier rang, après la famille, les entrepreneurs et les amis. A la question : Est-ce que des anciens collègues de travail vous ont motivé à devenir entrepreneur?, seulement 7 personnes sur 30, soit 23 %, ont répondu par l'affirmative.

De plus, à la question concernant la provenance du modèle qui a le plus influencé la décision de devenir entrepreneur, seulement 3 répondants sur 30, soit 10 %, ont indiqué que ce modèle provenait des collègues de travail.

DEUXIEME NIVEAU D'ENTRAINEMENT

6.1.4 Grands entrepreneurs beaucerons

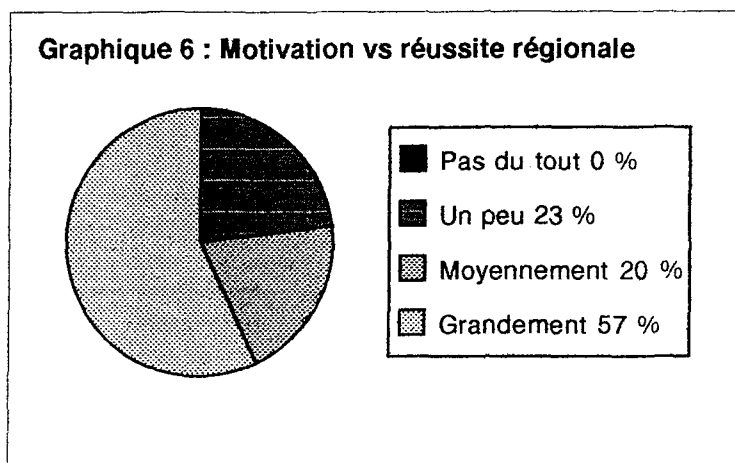
Les grands entrepreneurs beaucerons représentent un modèle très important qui influence les gens à devenir entrepreneurs. Ce modèle devance les amis, les anciens patrons, les collègues de travail et est à égalité avec les exemples qui proviennent de la famille. (Voir graphique 5.) En fait, 9 personnes sur 30 ont répondu que leur décision de devenir entrepreneur provenait surtout du modèle des grands entrepreneurs de la région.

Cette influence donne même l'ambition de posséder un jour une entreprise aussi grosse que celle des plus grands entrepreneurs beaucerons. En effet, 8 entrepreneurs sur 30, soit 27 %, ont répondu par l'affirmative à la question suivante : Est-ce que vous avez déjà envisagé que votre entreprise pourrait devenir de même envergure que les deux ou trois plus grosses sociétés de la Beauce?

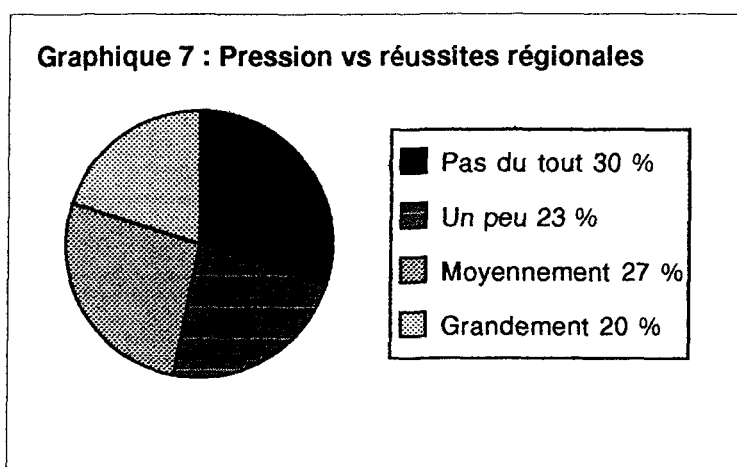
TROISIEME NIVEAU D'ENTRAINEMENT

6.1.5 Réussite en Beauce

Le grand pourcentage de réussite en affaires dans la Beauce incite les gens à penser que c'est aussi possible pour eux. En fait, à la question : La réussite en affaires autour de vous, vous encourage-t-elle à croire que cela est aussi possible pour vous?, 57 % ont déclaré que cela les encourage grandement, 20 %, moyennement et 23 %, un peu. Aucun des répondants n'a indiqué que cela ne l'affectait pas du tout. (Voir graphique 6.)



Cette réussite " généralisée " exercerait, selon nos répondants, une certaine pression sociale et ferait en sorte que les gens veulent eux aussi réussir. Cette pression serait cependant ressentie avec une intensité différente selon les entrepreneurs. Ainsi, à la question : Est-ce que le grand pourcentage de réussites en affaires dans la Beauce vous met de la pression afin que vous réussissiez vous aussi?, les réponses ont été :

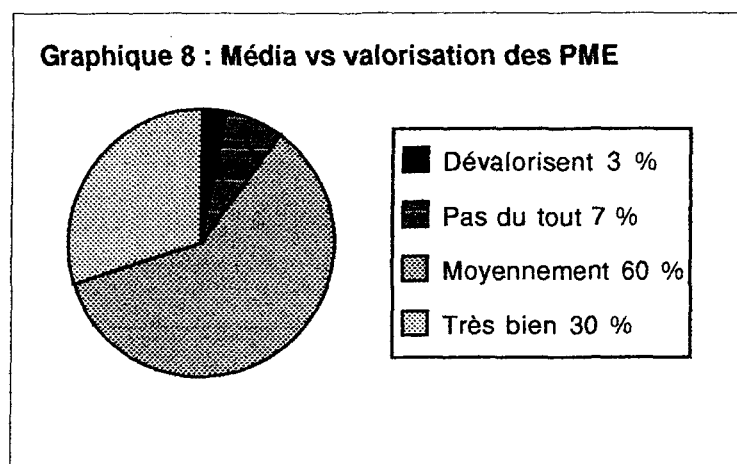


En plus d'avoir des effets sur les entrepreneurs, la réussite beauceronne affecte le développement des entreprises. En fait, plus de 70 % des répondants considèrent très importante ou moyennement importante l'image de réussite de la Beauce en fonction du développement de leur entreprise.

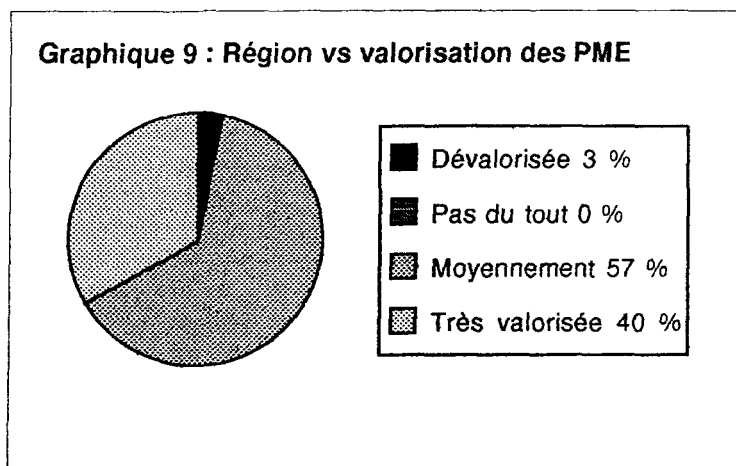
Enfin, cette réussite engendrerait une saine compétition entre les PME beauceronnes. L'influence sur les comportements des industriels serait favorable pour 60 % des répondants et n'aurait aucun effet sur les autres 40 %. On doit aussi signaler qu'aucun répondant n'a trouvé défavorable la compétition entre les diverses PME de la Beauce.

6.1.6 Valorisation de l'entrepreneurship

Les médias beaucerons valorisent assez bien l'entrepreneurship en Beauce. A la question : Comment trouvez-vous que les médias beaucerons (T.V., radio, journaux) valorisent l'entrepreneurship en Beauce?, les entrepreneurs ont répondu :



A la question suivante : Est-ce que vous pensez que la création d'entreprises en Beauce est valorisée ou non valorisée?, les réponses ont été :



Si l'on compare ces résultats avec ceux obtenus à la question précédente, qui traitait exclusivement de la valorisation de l'entrepreneursip par les médias, on se rend compte que la population en général valorise davantage l'entrepreneursip que ne le font les médias.

6.2 COMMENTAIRES ET COMPARAISON DES RESULTATS

Il est difficile de comparer nos résultats avec ceux d'autres études, tout simplement parce que peu de recherches ont étudié spécifiquement ces aspects des modèles d'entrepreneurship. Cependant, quelques auteurs ont traité de près ou de loin de l'effet de ces modèles et nous comparerons leurs résultats aux nôtres. Nous commenterons aussi nos résultats en fonction des trois niveaux qui définissent notre concept d'effet d'entraînement.

6.2.1 Premier niveau d'entraînement

Selon Albert Shapero (1982), les entrepreneurs dont les parents étaient en affaires étaient de 50 % à 58 % aux Etats-Unis, de 56 % en Italie, de 74 % aux Philippines et de 89 % au Nigéria. En Beauce-Sartigan, ce pourcentage serait un peu moins élevé car notre échantillonnage indique que 43 % des entrepreneurs ont eu des parents en affaires.

Cet écart d'une dizaine de pour cent avec les Etats-Unis peut avoir une double explication. Premièrement, il ne faut pas négliger le fait que Beauce-Sartigan n'en est qu'à sa deuxième génération d'entrepreneurs. (Revoir la section 2.1 concernant l'historique du développement industriel de la Beauce.) Deuxièmement, la question sur les parents entrepreneurs ou non peut avoir été interprétée différemment selon les répondants. Par exemple, ceux dont les parents étaient des agriculteurs (donc en affaires) n'avaient pas de choix de réponses comme dans les services, le commerce ou l'industrie (voir le questionnaire présenté en annexe). Cette situation a donc pu diminuer légèrement le pourcentage de répondants qui ont indiqué que leurs parents étaient en affaires.

Dans un autre ordre d'idées, mais toujours dans le premier niveau d'entraînement, il est intéressant de constater que 70 % (21 sur 30) des répondants ont travaillé dans une autre PME avant de devenir entrepreneurs. Ce phénomène a été désigné " essaimage " dans notre cadre d'analyse et d'après plusieurs auteurs, la PME en serait la source beaucoup plus souvent que la grande entreprise. Pour la MRC de Beauce-Sartigan, nous croyons que la structure d'emploi, en plus des modèles provenant des patrons entrepreneurs, aurait aussi eu un effet important sur l'essaimage de nouvelles PME.

Etant situé à 100 km de la ville de Québec et n'ayant que 40 000 habitants, la région offre peu d'emplois de haut niveau. Seulement quelques grandes entreprises, institutions scolaires, établissements de santé et bureaux privés du secteur des services engagent des cadres de haut niveau. Cette structure d'emploi ne donne donc pas beaucoup de possibilité à une personne qui a de l'ambition. Celle-ci se trouvera un bon emploi à l'extérieur de la Beauce, ce qu'un certain pourcentage de jeunes fait d'ailleurs, ou encore démarrera sa propre PME.

Il y aurait donc, en Beauce, un effet combiné de la structure d'emploi avec les modèles provenant des patrons entrepreneurs.

6.2.2 Deuxième niveau d'entraînement

Nous avons vu dans la partie descriptive des résultats que 27 % des répondants ont déjà envisagé que leur entreprise pourrait devenir aussi importante que les deux ou trois plus grosses sociétés beauceronnes. En fait, nous sommes persuadés que ce pourcentage aurait été beaucoup plus élevé si nous avions précisé notre question en ajoutant : " au démarrage de votre entreprise ". Même au début de cette recherche, au cours de l'enquête exploratoire, plusieurs industriels ont clairement indiqué leur admiration pour " Hervé " et " Marcel ", qui sont respectivement Hervé Pomerleau et Marcel Dutil. En fait, quel nouvel entrepreneur n'a pas rêvé des succès financier et social de Marcel ou de Hervé?

En Beauce, ces " héros ", ces " idoles " sont omniprésents. Certains auteurs les ont même rattaché à une personnalité beauceronne mythique. Par exemple, Billette et al., (1991), ont écrit :

" Pour représenter le mythe de cette personnalité beauceronne, les gens de St-Georges se sont créé des idoles locales de l'entrepreneurship. Dans les années 1930 à 1970, ce fut Ludger Dionne et Edouard Lacroix. Depuis les années 1970, c'est Marcel Dutil (petit-fils d'Edouard Lacroix) et Hervé Pomerleau. "

Billette et al., 1991, p. 275

Un peu plus loin, ces auteurs parlent de l'importance de l'articulation des deux valeurs centrales du héros : la force (physique ou morale) individuelle, et le sens de la communauté. Ce concept les amène à poursuivre :

" Dans une perspective plus sociologique, il faut comprendre pourquoi sa réussite individuelle ne devient, au fond, qu'une nouvelle ressource pour une stratégie plus collective qui fait accéder l'entrepreneur qui réussit à la dimension de héros qui doit être imité. "

Billette et al., 1991, p. 278

Bien entendu, comme toute notion mythique, celle de la Beauce tire sa source dans le temps :

" Cette mythologie beauceronne est une construction sociale qui s'est réalisée à travers l'histoire de la région. Elle est devenue un système d'explication du présent et du passé. Elle permet, d'une part, de définir des règles de comportement. Voilà, nous dit la mythologie, comment se comporte le héros, voilà donc le modèle de la réussite. D'autre part, elle sert d'assise à la définition d'une identité commune : l'identité beauceronne c'est l'ensemble de ceux qui partagent le même mythe fondateur, qui se réfèrent à la même histoire. "

Billette et al., 1991, p. 280

Cette notion de héros ou de leader régional d'entrepreneurship ne s'appliquerait pas seulement du plus petit au plus gros. Selon des gens du milieu, elle serait aussi à la base du défi des plus grands entrepreneurs.

" Je vais vous raconter quelque chose à propos de Marcel et je me fiche de ce qu'il dira, parce que c'est la vérité ", dit le cousin de Dutil, Roland Lacroix, un loquace gaillard de 65 ans, propriétaire d'une manufacture d'ameublement de Ste-Marie. " Le grand rêve de Marcel est de devenir aussi important que son grand-père Edouard Lacroix. C'est la grande ambition de sa vie. Il le nie, mais c'est la vérité; voilà ce qui le motive à continuer. "

Fraser, 1987, p. 60

6.2.3 Troisième niveau d'entraînement

Dans notre analyse descriptive des résultats, nous avons vu que la réussite beauceronne encourage les entrepreneurs à croire qu'elle est aussi possible pour eux. Plusieurs répondants ont même déclaré que cette réussite était importante pour le développement de leur entreprise. En contrepartie, 70 % des répondants ont avoué subir " une pression pour qu'ils réussissent eux aussi ". Une des meilleures preuves de cette image positive de la région est l'utilisation fréquente du mot " Beauce " ou de son dérivé dans la dénomination des entreprises, (par exemple : Tapis de Beauce, Beauce Fibres de verre , Ciments & Tuiles de Beauce, Meubles Beaucerons, Assemblages de Beauce, etc. De plus jeunes entreprises font de même : Beau-tex, Beauce Caoutchouc, Création 1990 de Beauce, Electro Beauce, Offset Beauce, etc. Un jeune entrepreneur faisant partie de notre échantillonnage a même déclaré utiliser le nom Beauce dans le but d'avoir un meilleur accueil et une meilleure crédibilité à l'extérieur de la région.

En plus de cette image de réussite qui procure un avantage comparatif à l'extérieur de la Beauce, localement, différents intervenants comme les banquiers doivent s'ajuster à la réalité beauceronne. En effet, un autre répondant nous a expliqué que les critères de crédit bancaire seraient moins exigeants en Beauce qu'ailleurs au Québec. La volonté de l'entrepreneur mais aussi et surtout la réussite en affaires de ses parents ou frères et soeurs seraient pris en compte par le banquier. Bref, si le jeune entrepreneur provient d'une famille qui a réussi, il y a présomption qu'il réussira lui aussi.

6.3 VALIDATION DES HYPOTHESES

Hypothèse 1 :

Il existe une relation significative entre le désir de devenir entrepreneur et le fait que les parents étaient entrepreneurs.

D'après nos résultats, les personnes dont les parents étaient en affaires, en comparaison avec ceux dont les parents ne l'étaient pas, envisagent plus tôt de devenir entrepreneur, travaillent moins longtemps dans une autre PME et démarrent à un plus jeune âge leur entreprise.

Pour ces mêmes personnes, la famille est un milieu propice aux discussions d'affaires et influence la décision de devenir entrepreneur. Nous pouvons donc conclure que notre première hypothèse est valide.

Hypothèse 2 :

Il existe une relation significative entre le fait d'avoir travaillé dans une PME et l'action de créer sa PME.

En plus du fait que 70 % des répondants ont déjà travaillé dans une autre PME, 91 % des entrepreneurs interviewés considèrent que cette expérience les a motivés positivement à démarrer leur propre entreprise. Ce fort pourcentage permet aussi de valider notre deuxième hypothèse.

Hypothèse 3 :

Il existe une relation significative entre la réputation de la Beauce et la création de PME.

La réputation de réussite de la Beauce serait, d'après nos répondants, un facteur important de développement de leur entreprise. Par contre, il est difficile d'établir une relation directe entre cette réputation et la création de PME. Ce résultat ne nous permet donc pas de valider notre troisième hypothèse.

Hypothèse 4 :

Il existe une relation significative entre la réussite de grands entrepreneurs beaucerons et la création de PME.

Les grands entrepreneurs beaucerons sont à égalité avec la famille en ce qui concerne l'influence sur la décision de devenir entrepreneur. Près de 30 % des répondants ont même envisagé que leur entreprise pourrait devenir aussi grosse qu'une des deux ou trois plus grosses sociétés beauceronnes. De plus, quelques études déjà citées ont montré l'importance de l'influence des grands entrepreneurs sur la région. Ces deux facteurs d'influence nous permettent donc de valider notre quatrième hypothèse.

Hypothèse 5 :

Il existe une relation significative entre la culture entrepreneuriale beauceronne et la création de PME.

La culture entrepreneuriale n'est pas un concept à définition unique. Pour Jean-Marie Toulouse (1990), trois des cinq composantes de la culture entrepreneuriale portent sur la valorisation collective de l'entrepreneurship. Il parle, entre autres, de la valorisation de l'activité d'affaires, de l'initiative individuelle ou collective, de même que de la valorisation de la persévérance et de la détermination.

A cet égard, d'après nos répondants, respectivement 90 % et 97 % considèrent que les médias et le public en général valorisent l'entrepreneurship en Beauce. De plus, 70 % des répondants trouvent que le grand pourcentage de réussite en affaires exerce sur eux une pression pour qu'ils réussissent eux aussi. Enfin, l'ouverture d'esprit de divers intervenants gouvernementaux, bancaires et autres, signalée par les répondants, nous fait croire à la présence d'une culture entrepreneuriale beauceronne. Cette culture collective serait issue de l'addition de plusieurs réussites individuelles.

Tous ces éléments contribuent donc à la validation de notre cinquième hypothèse.

Hypothèse générale :

Les modèles beaucerons d'entrepreneurship ont un effet significatif sur la création de PME en Beauce.

Nos résultats quantitatifs et qualitatifs nous ont permis de valider quatre hypothèses sur cinq, soit 80 % de celles-ci. Nous pouvons donc affirmer que notre hypothèse générale est validée.

CHAPITRE VII

CONCLUSION

Dans ce dernier chapitre, nous évaluerons l'atteinte de nos objectifs, nous donnerons ensuite un portrait type de l'entrepreneur beauceron et finalement nous verrons si les résultats de cette recherche peuvent servir à établir les politiques industrielles d'autres régions.

7.1 ATTEINTE DES OBJECTIFS

L'objectif de cette recherche était de mieux comprendre et de préciser les raisons du développement industriel en Beauce. Plus spécifiquement, notre problème était de savoir pourquoi il se crée autant de PME en Beauce depuis une quinzaine d'années et ce, malgré les faiblesses structurelles de cette région (éloignement des grandes villes, absence de richesses naturelles, etc.).

Notre cadre d'analyse a été élaboré à partir d'un modèle de création d'entreprises comportant cinq éléments : les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, les facteurs de discontinuité, les opportunités, les facteurs de faisabilité ainsi que les facteurs de crédibilité et de désirabilité.

Même si tous ces éléments doivent être présents pour la création d'une entreprise, les répondants, provenant de notre échantillon de 30 PME représentatives du dynamisme beauceron, nous ont démontré que les facteurs de crédibilité et de désirabilité sont particulièrement importants en Beauce.

Ces facteurs de crédibilité et de désirabilité étant issus d'images d'imitation diverses, nos résultats nous ont démontré qu'en Beauce, les modèles provenant de la famille et des grands entrepreneurs étaient une bonne source d'inspiration. De plus, la valorisation générale par les médias, le public, les organismes, etc. de l'entrepreneuriat contribue aussi à stimuler la création de PME en Beauce.

L'originalité de cette recherche a été de mettre en évidence l'importance, pour une région comme la Beauce, d'un des éléments essentiels à la création d'une entreprise, c'est-à-dire les facteurs de crédibilité et de désirabilité.

En outre, compte tenu des limites de cette recherche, nous n'avons pu traiter des moyens de sélectionner et d'utiliser efficacement les meilleurs modèles d'entrepreneurship. L'analyse de ces moyens pourrait faire l'objet d'une recherche ultérieure que les leaders régionaux apprécieraient sûrement.

Enfin, nous croyons avoir atteint notre objectif initial, c'est-à-dire de mieux comprendre le développement industriel de la Beauce. Nous espérons que cette recherche contribuera à faire avancer les connaissances dans le domaine des sciences économiques régionales.

7.2 PORTRAIT TYPE DE L'ENTREPRENEUR BEAUCERON

Voici globalement le portrait type de l'entrepreneur beauceron tel qu'il se dégage à la lumière des réponses recueillies.

L'entrepreneur type beauceron est une personne qui n'est pas nécessairement issue d'un milieu entrepreneurial. Il a pensé devenir entrepreneur avant l'âge de 22 ans et a démarré sa première entreprise avant l'âge de 30 ans. Il a travaillé, en moyenne, quatre ans dans une autre PME avant de devenir entrepreneur. Cette expérience l'a grandement motivé à démarrer sa propre entreprise. Le facteur clé qui l'a décidé à se lancer en affaires a été l'absence de défis dans son ancien travail.

Le modèle (l'exemple de réussite) qui a le plus influencé sa décision de devenir entrepreneur provient soit des grands entrepreneurs, soit de sa famille. Quelques-uns de ses amis sont des gens d'affaires et sont généralement des amis de longue date. Au cours de rencontres avec ceux-ci, ils discutent d'affaires et leurs conversations portent en particulier sur l'économie, le financement, le marketing et la production.

Dans ses rencontres familiales, l'entrepreneur type parle de temps en temps d'affaires. La réussite en affaires autour de lui l'encourage à croire qu'elle est aussi possible pour lui. Il trouve que les médias beaucerons valorisent moyennement l'entrepreneurship en Beauce. L'image de réussite industrielle de la Beauce est un facteur moyennement important pour le développement de son entreprise. Enfin, la compétition entre les PME de la Beauce influence favorablement son comportement.

7.3 APPLICATION A D'AUTRES REGIONS

Reproduire un modèle de développement dans une autre région n'est pas aussi facile qu'on le croit. Sur une période de 15 ans, plusieurs notions changent complètement et de nouvelles apparaissent. Par exemple, lorsque le CEB a établi sa stratégie axée sur la PME locale, il y a plus de 15 ans, on ne parlait aucunement de mondialisation des marchés et le protectionnisme commercial était encore très présent dans bien des secteurs industriels.

Aujourd'hui, une stratégie de développement régional doit inévitablement tenir compte du contexte de concurrence mondiale de plus en plus féroce. A ces changements internationaux s'ajoutent de nouvelles notions québécoises. Par exemple, les nouvelles structures municipales régionales, dites " MRC ", sont des créations récentes avec lesquelles on doit conjuguer. On pourrait ajouter à tout cela la croissance rapide de certaines industries, comme celle des plastiques, et que dire de l'engouement encore plus récent pour tout ce qui touche de près ou de loin l'environnement.

Il ne faut pas négliger non plus l'importance de l'implication et de la ténacité des intervenants locaux, qui font quelquefois toute la différence entre une réussite et un échec. Par conséquent, la notion de temps, l'évolution rapide des structures et les personnes impliquées donnent à croire qu'il serait difficile de transposer le phénomène de création de PME beauceronnes à une autre région.

Par contre, nous sommes convaincus qu'une région qui possède des entrepreneurs à succès aurait avantage à les reconnaître comme modèles afin de catalyser son tissu industriel.

Nous devons toutefois mettre en garde les développeurs locaux contre la réticence, quelquefois fondée, des entrepreneurs à dévoiler leur réussite en affaires. Des exemples puisés en Beauce et ailleurs au Québec nous portent à croire qu'une fois la réussite de l'entreprise connue, différents groupes de personnes, comme les employés ou les fournisseurs, pourraient être tentés d'exiger davantage de l'entreprise. Ils pourraient, par exemple, demander de meilleures conditions de travail ou des salaires plus élevés et la satisfaction de ces exigences pourrait causer du tort à l'entreprise.

Malgré les réticences d'entrepreneurs et les difficultés passagères que peuvent subir les PME, nous croyons qu'une région devrait utiliser au maximum les retombées de ces modèles régionaux d'entrepreneurship.

BIBLIOGRAPHIE

ARCHIER, Georges et SERIEYX, Hervé, L'entreprise du 3e type, Edition du Seuil, Paris, 1984, 213 p.

AMESSE, Fernand et al. L'entrepreneurship et l'inventeur individuel canadien, Cahiers de recherche du CETAI, HEC, No 89-11, 1989.

AKTOUF, Omar, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations, Presses de l'Université du Québec, Québec, 1987, 213 p.

BANDURA, Albert, L'Apprentissage social, Bruxelles, Pierre Mardaga, Editeur, 1980.

✓ BAROIN, Daniel et FRACHEBOUD, Patrick, Les PME en Europe et leur contribution à l'emploi, La Documentation française, Paris, 1983, 144 p.

BELLEY, André, Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship, seconde édition, Fondation de l'entrepreneurship, Québec, 1990, 103 p.

✓ BILLETTE, André, M. CARRIER et J. SAGLIO, Structuration sociale d'un système industriel de PME : le cas de la région de St-Georges-de-Beauce, Université Laval, 1991, 369 p.

BONNIN, Bernard et DESRANLEAU, Claude, Innovation industrielle et analyse économique, Gaëtan Morin Editeur, Montréal, 1988, 226 p.

CEB, Répertoire des entreprises et des produits manufacturés de la Beauce, Edition 1990, 82 p.

CHAUSSE, Raymond et collaborateurs, La gestion de l'innovation dans les PME, Gaëtan Morin Editeur, Montréal, 1987, 203 p.

✓ D'AMBOISE, Gérald, La PME canadienne, Situation et défis, Presses de l'Université Laval, Québec, 1989, 251 p.

DRUCKER, Peter, Les entrepreneurs, L'Expansion Hachette, Paris, 1985, 343 p.

FORTIN, Paul-A., Devenez entrepreneur, Les Presses de l'Université Laval, Québec, 1992, 302 p.

✓ FRASER, Matthew, Québec Inc., Les Editions de l'Homme, 1987, chapitre 3 : La Beauce, p. 55-82.

✓ JULIEN, Pierre-André, Le développement micro-régional, la PME et la théorie micro-économique, Groupe de recherche en économie et gestion des petites et moyennes organisations et de leur environnement, Université du Québec à Trois-Rivières, 1987, 26 p.

KLEIN, Juan-Luis, Notes sur l'industrie manufacturière de la région administrative 03, 1980, 16 p.

LAVERTUE, Robert, Régions, classes sociales et industries : la question beauceronne, Notes et documents de recherche no 5, Département de géographie, Université Laval, mars 1981, 142 p.

MILLER, R. et COTE, M., Growing the next Silicon Valley, Harvard Business Review, July-August, 1985, pp. 114-123

MAILLAT, Denis, La revitalisation des régions de tradition industrielle : le rôle des PME et du milieu, dans la Revue internationale PME, vol. 1, no 1, 1988, p. 7-22.

OPDQ, Région Chaudière-Appalaches. Profil socio-économique, Direction régionale de Québec/Chaudière-Appalaches et conférence administrative régionale, 1989, 69 p.

PERRIN, J.C., Milieux innovateurs : éléments de théorie et typologie, Communication à la table ronde du GREMI, Barcelone, 1989, 35 p.

PLANQUE, Bernard, La dynamique de l'insertion des PME innovatrices dans leur environnement, Problématique et propositions méthodologiques, Aix-en-Provence, 1986, 41 p.

PROULX, Marc-Urbain, Mondialisation de l'économie et développement des territoires, Colloque annuel 1990 de l'Association de science régionale de langue française, 35 p.

ROMANO, Claudio A., Identifying Factors which Influence Product Innovation: A Case Study Approach, dans Journal of Management Studies 27:1 January 1990, p. 75-95.

SHAPERO, Albert, Entrepreneurship and Economic Development, dans Entrepreneurship and Enterprise Development : A Worldwide Perspective, Summer 1975, Milwaukee, 1975, p. 633-654.

SHAPERO, Albert et SOKOL, Lisa, The Social Dimension of Entrepreneurship, dans Encyclopedia of Entrepreneurship, C.A. Kent, D.L. Sexton et K.H. Vesper, (Edit), Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1982, p. 72-90.

STOREY, D.J., Entrepreneurship and the New Firm, Croom Helm, London, 1982.

SWEENEY, G.P., Les nouveaux entrepreneurs, petites entreprises innovatrices, Les Editions d'organisation, Paris, 1982, 119 p.

TOULOUSE, Jean-Marie, L'entrepreneurship au Québec, Les Presses H.E.C., Fides, Montréal, 1979, 139 p.

✓ TOULOUSE, Jean-Marie, La culture entrepreneuriale, Colloque de la fondation de l'entrepreneurship, janvier 1990, Montréal, 10 p.

THIBODEAU, Jean-Claude et JULIEN, Pierre-André, Les PME manufacturières dans la tourmente économique de 1975 à 1982, un premier bilan dans quatre régions du Québec, Laboratoire de recherche en économie et gestion des petites et moyennes organisations et de leur environnement, Université du Québec à Trois-Rivières, 1984, 20 p.

THIBODEAU, Jean-Claude, Les effets d'entraînement du secteur manufacturier dans une région de polarisation de second niveau : le cas de l'Outaouais, La Revue canadienne des sciences régionales, volume IV, 1981, p. 21-45.

ANNEXE 1

QUESTIONNAIRE

MAITRISE EN GESTION DES PMO

Nom du répondant :

Nom de l'entreprise :

NOTE : Vos commentaires peuvent être émis aux endroits spécifiés et s.v.p. ne pas écrire dans la marge de droite.

code

1. Est-ce que vos amis sont aussi des gens d'affaires?

- ☐ Tous ☐ Quelques-uns
☐ La plupart ☐ Aucun

2. Est-ce que vous avez des amis de longue date qui sont
présentement en affaires?

- ☐ NON
☐ OUI, combien : _____

3. Lors de rencontres avec vos amis, parlez-vous d'affaires?

- ☐ NON
☐ OUI, sur quel sujet particulièrement?

- ☐ Marketing ☐ Financement
☐ Nouveaux produits ☐ Production
☐ Personnel ☐ Economie en général
☐ Autres : _____

4. Est-ce que vos grands-parents ou parents étaient
des gens d'affaires?

- ☐ NON, passer à la question no 6
☐ OUI, dans quel secteur d'activité ?

Grands-parents

- ☐ Les services
☐ Le commerce
☐ L'industrie

Parents

- ☐ Les services
☐ Le commerce
☐ L'industrie

5. Est-ce que le fait que vos grands-parents ou parents étaient des gens d'affaires a augmenté votre désir de devenir entrepreneur?

☐ Grandement

☐ Un peu

☐ Pas du tout

6. Quel âge aviez-vous lorsque vous avez envisagé de devenir entrepreneur pour la première fois? ____ ans

7. Quel âge aviez-vous lorsque vous avez démarré votre ... ?

1re entreprise : ____ ans

2e entreprise : ____ ans

3e entreprise : ____ ans

8. Dans vos rencontres familiales, est-ce que vous parlez d'affaires?

☐ Souvent

☐ De temps en temps

☐ Jamais

9. La réussite en affaires autour de vous vous encourage-t-elle à croire que cela est aussi possible pour vous?

☐ Pas du tout ☐ Un peu

☐ Moyennement ☐ Grandement

10. Comment trouvez-vous que les médias beaucerons (T.V., radio, journaux) valorisent l'entrepreneurship en Beauce?

☐ Très bien

☐ Moyennement

☐ Pas du tout

☐ Dévalorisent

Commentaires :

11. Quel a été le facteur-clé qui vous a décidé à partir en affaires?

☐ Fermeture de l'entreprise où vous étiez

☐ Manque de défis dans votre ancien travail

☐ Mise à pied temporaire

☐ Créneau non exploité par votre ancien employeur

☐ Autres, expliquer : _____

12. Est-ce que vous avez travaillé pour une autre PME, avant de devenir entrepreneur?

☐ NON, passer à la question no 14

☐ OUI, combien d'années : _____

13. Est-ce que vous pensez que cette expérience dans une autre PME vous a motivé positivement à démarrer la vôtre?

☐ Grandement

☐ Moyennement

☐ Un peu

☐ Pas du tout

14. L'image de réussite de la Beauce est-elle un facteur important pour le développement de votre entreprise?

☐ Très important

☐ Moyennement important

☐ Peu important

☐ Pas important

Commentaires :

15. Comment la compétition entre les PME de la Beauce influence-t-elle vos comportements?

☐ Favorablement, toute compétition est bonne...

☐ Aucun effet sur mon comportement

☐ Défavorablement, il ne devrait pas y avoir de compétition entre nous.

16. Est-ce que le grand pourcentage de réussite en affaires dans la Beauce, vous met de la pression afin que vous réussissiez vous aussi?

☐ Grandement

☐ Un peu

☐ Moyennement

☐ Pas du tout

17. Est-ce que des anciens collègues de travail vous ont motivé à devenir entrepreneur?

☐ NON

☐ OUI

☐ Plusieurs

☐ Quelques-uns

☐ Un seul

18. De quel milieu provient le modèle (l'exemple de réussite) qui a le plus influencé votre décision de devenir entrepreneur?

☐ Famille

☐ Amis

☐ Collègues de travail

☐ Grands entrepreneurs de la région

☐ Autres : _____

Commentaires :

19. Le fait que de jeunes entrepreneurs beaucerons aient réussi rapidement vous motive-t-il à prendre plus de risques et à vouloir développer plus rapidement votre entreprise?

☐ Grandement

☐ Moyennement

☐ Un peu

☐ Pas du tout

20. Est-ce que vous avez déjà envisagé que votre entreprise pourrait devenir de même envergure que les deux ou trois plus grosses sociétés de la Beauce?

☐ OUI

☐ NON

21. Pensez-vous que d'autres entrepreneurs beaucerons envient votre réussite et vous prennent comme modèle à imiter?

☐ Certainement

☐ Je ne sais pas

☐ Je ne crois pas

22. Est-ce que vous pensez que la création d'entreprise en Beauce est ...?

☐ Très valorisée

☐ Moyennement valorisée

☐ Pas du tout valorisée

☐ Dévalorisée

.....
Commentaires :

Merci de votre collaboration!

ANNEXE 2

PROFIL DES ENTREPRISES

Profil des entreprises

Cie	Secteur	Age	Nombre d'employés	Formation des dirigeants	Age des dirigeants
1	Bois ouvré	13	43	1 UN, 1 CG	27, 40
2	Produits métalliques	2	9	1 SEC, 1 SEC	32, 34
3	Produits métalliques	3	11	1 UN, 1 CG, 1 SEC	42, 34, 46
4	Habillement	10	30	1 SEC	40
5	Bois ouvré	34	5	1 CG	42
6	Habillement	15	110	1 CG, 4 SEC	48, 48, 49, 32, 33
7	Plastique	2	12	1 CG, 4 SEC	21, 25, 32, 38, 40
8	Imprimerie	10	15	1 UN	33
9	Machinerie	16	40	2 SEC, 1 CG	43, 53, 65
10	Machinerie	12	75	3 SEC, 2 UN	50, 38, 27, 32, 55
11	Textiles	8	35	1 UN, 1 CG, 2 SEC	33, 33, 44, 37
12	Bois	8	50	2 UN	33, 33
13	Machinerie	12	15	1 UN, 1 CG, 2 SEC	32, 32, 37, 52
14	Plastique	5	14	1 SEC	34
15	Matériel de transport	18	38	2 UN, 2 SEC	43, 39, 34, 24
16	Bois ouvré	5	5	2 SEC	35, 30
17	Plastique	12	140	1 UN, 2 SEC	40, 37, 34
18	Imprimerie	7	11	1 UN, 1 CG, 1 SEC	28, 40, 28
19	Bois ouvré	8	54	1 UN, 1 CG, 1 SEC	38, 25, 52
20	Bois ouvré	6	30	2 UN, 1 CG, 2 SEC	36, 28, 23, 38, 30
21	Bois ouvré	23	60	1 UN, 2 CG, 1 SEC	56, 35, 42, 29
22	Divers	15	383	4 UN, 1 CG, 1 SEC	43, 43, 46, 40, 33, 39
23	Produits métalliques	7	60	4 UN	37, 36, 34, 28
24	Habillement	16	275	2 SEC, 1 CG, 1 UN	49, 49, 25, 34
25	Plastique	16	30	2 UN	39, 37
26	Alimentaire	7	80	3 UN	39, 36, 30
27	Produits métalliques	10	25	1 UN, 1 SEC	44, 34
28	Bois ouvré	11	7	1 CG, 1 SEC	45, 48
29	Divers	8	28	4 UN	39, 34, 36, 32
30	Caoutchouc	5	12	1 UN, 1 SEC	42, 38
Moyenne		11	57		37

UN = formation universitaire
CG = formation collégiale
SEC = formation du secondaire