



# Portrait des femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent

## 2012

Rapport final de projet déposé à la Conférence régionale  
des élus Vallée-du-Haut-Saint-Laurent

27 mars 2013

**Femmessor**  
Réussir en affaires

**CRÉ**  
Vallée-du-Haut-Saint-Laurent

**Secrétariat  
à la condition  
féminine**  
**Québec**

Avec la participation de :  
• Ministère des Finances et de l'Économie

**ipse**  
INNOVATION • POSITIONNEMENT  
SOCIOÉCONOMIQUE

Femmessor - Montérégie est un organisme à but non lucratif qui a comme mission d'encourager les projets d'entrepreneuriat féminin, en Montérégie, en donnant accès à des capitaux spécifiques et des services d'accompagnement.

Offrant une approche souple et adaptée, Femmessor - Montérégie intervient à tous les stades de l'évolution de l'entreprise (démarrage, croissance, expansion, transfert de propriété ou relève et consolidation) dont au moins une femme est majoritairement propriétaire.

## 1 Coordonnées

Responsable : Josyane Desjardins, directrice générale  
Adresse : 5110, boul. Cousineau, bur. 203, Saint-Hubert, QC, J3Y 7G5  
Téléphone : 450.462-7737 \* Sans frais : 1.855.962-7737 \* Télécopieur : 1.855.817.2988  
Courriel : [jdesjardins@femmessor.com](mailto:jdesjardins@femmessor.com)  
Site web : [www.monteregie.femmessor.com](http://www.monteregie.femmessor.com)

## 2 Rappel de l'initiative et de ses objectifs

### 2.1 Mise en contexte

Un des enjeux du Plan d'action pour l'égalité entre les hommes et les femmes du gouvernement du Québec est l'égalité économique des femmes et l'entrepreneuriat féminin y a été identifié comme un élément essentiel visant l'atteinte de cet enjeu.

La CRÉ, par l'entremise du Comité aviseur Égalité, a déjà mis en place des projets en lien avec le développement de l'entrepreneuriat féminin, tel que le financement du fonds FACE (outil financier qui a permis de subventionner l'intervention d'une ressource spécialisée lorsqu'une problématique particulière était rencontrée dans une démarche d'accompagnement).

D'après une recension des écrits sur la question de l'entrepreneuriat, on estime que les femmes représentent le tiers des entrepreneurs du Québec. Selon les données de 2001, on compte 125 680 femmes et 250 745 hommes. Par ailleurs, au cours de la période 1981-2001, le nombre d'entrepreneures a connu une croissance de 213 %, comparativement à 32 % du côté des hommes, la contribution des premières à l'économie a donc connu un essor important pendant deux décennies. Ce constat ne veut toutefois pas dire que la situation de ces femmes ne comporte aucun écueil.

Les entrepreneures privilégient encore des secteurs d'activité dans lesquels les risques sont plus élevés et où les possibilités de croissance sont moindres. Selon Statistique Canada, en 2000, 80 % des entrepreneures canadiennes évoluent dans le secteur des services (commerce de gros ou de détail, services professionnels, culture et immobilier). Par ailleurs, la taille de leur entreprise est généralement plus petite que celle des hommes et elles travaillent en moyenne moins d'heures que ceux-ci. Elles seraient relativement moins portées que les hommes à solliciter un prêt, généralement par manque de besoin pour cette forme de financement.

**FEMMESSOR - MONTÉRÉGIE**  
**Rapport final - Portrait des femmes entrepreneures**

Plutôt qu'un problème d'accès au financement, il semble que les inégalités de revenu affectant les entrepreneures soient davantage le fait de leur grande concentration dans le secteur des services. Il importe de favoriser la diversification des secteurs d'activité choisis par les femmes et de mettre en place des conditions favorables au développement de leur entreprise.

## **2.2 Pourquoi faire un portrait dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent ?**

Des recherches récentes nous ont démontré que l'entrepreneuriat n'était pas abordé de la même façon par les femmes que par les hommes. Nous croyions que cette différenciation est valide pour toutes les femmes entrepreneures du Québec, et par le fait même dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent.

Quelle est la place des femmes dans le développement de l'entrepreneuriat dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent ? Cette région est en plein essor et l'activité économique des femmes est de plus en plus importante, particulièrement dans un marché de pénurie de main-d'œuvre qualifiée.

Comme mentionné plus haut, les entreprises féminines se retrouvent en plus grande proportion dans le secteur tertiaire, en particulier dans celui des services. Qu'en est-il dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent ? Est-ce que les femmes se dirigent plus qu'avant dans les domaines dits « non traditionnels » ? Auraient-elles besoin de modèles pour leur ouvrir le chemin?

Par ailleurs, il est souvent cité que les femmes possèdent des entreprises de petite taille, et n'ayant peu ou pas d'employé. Certaines sont des travailleuses autonomes et d'autres sont à développer une micro entreprise. Ces entreprises de petite taille sont rarement admissibles à du financement par les voies traditionnelles.

L'entrepreneuriat féminin est une ressource à développer. Pour ce faire, il faut la connaître. C'est le rôle de la CRÉ, en tant qu'organisme de concertation et de planification, de documenter une situation afin d'améliorer les pratiques sur son territoire. En effet, la majorité des statistiques disponibles ne sont pas sexuées et sont incluses dans celles de la Montérégie, lorsque régionalisées, ce qui est par ailleurs peu fréquent.

L'objectif du projet n'était pas de dédoubler le travail déjà réalisé par les organismes terrains, partenaires et regroupements, mais plutôt d'en faire la compilation et de compléter les manques par de nouvelles données dans le but d'avoir un portrait global de la situation.

## **2.3 Organisme promoteur**

Femmessor - Montérégie a souhaité porter le projet pour l'ensemble de la région. En effet, le portrait lui est fort utile dans la réalisation de ses mandats, cependant, le projet est allé au-delà de sa mission de base.

Femmessor - Montérégie a comme mandats d'investir dans l'entrepreneuriat féminin en Montérégie, le promouvoir et le soutenir.

Par conséquent Femmessor - Montérégie permet aux femmes de prendre une part active à l'essor économique de la Montérégie en soutenant leur projet de démarrage, de consolidation,

**FEMMESSOR - MONTÉRÉGIE**  
**Rapport final - Portrait des femmes entrepreneures**

d'acquisition et d'expansion d'entreprise. Grâce à notre organisation, des femmes ont pu accéder à du financement, en plus de pouvoir développer leurs compétences en matière de développement des affaires et de réseautage.

Femmessor - Montérégie se démarque des autres organisations en s'adressant spécifiquement aux femmes entrepreneures, aspirantes entrepreneures et relève, sans distinction pour leur groupe d'âge et leur secteur d'activité.

#### **2.4 Rappel des objectifs initiaux du projet**

- Promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent
- Outiliser les organismes œuvrant dans le domaine de l'entrepreneuriat en ayant un portrait à jour des femmes entrepreneures dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent et de leur réalité
- Améliorer les pratiques des intervenants auprès des femmes entrepreneures en leur offrant des services plus adaptés à leurs besoins
- Mesurer la place des femmes dans le développement économique de la région
- Développer un partenariat avec les regroupements de femmes d'affaires œuvrant dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent
- Documenter la place des femmes dans l'industrie agroalimentaire
- Développer un partenariat avec les réseaux des femmes agricultrices œuvrant dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent
- Identifier les trous de services offerts aux femmes entrepreneures

#### **2.5 Le portrait - son contenu prévu**

##### **Revue de la littérature**

Répertorier ce que la littérature récente expose sur les femmes entrepreneures, notamment aux plans des problématiques qu'elles rencontrent et de leurs besoins spécifiques.

##### **Profil sociodémographique de l'entrepreneure**

Âge, niveau de scolarité et expérience de travail  
Situation familiale  
Conciliation travail-famille  
\*ZOOM : immigration et jeunes

##### **Aspects relatifs au travail**

Heures travaillées et temps de vacances  
Revenu et type de rémunération  
Activité de réseautage

##### **Les caractéristiques de l'entreprise**

Statut juridique et taille de l'entreprise  
Localisation et caractère familial  
Structure de la propriété  
Âge des entreprises et ancienneté des entrepreneures  
Secteurs d'activités  
\*ZOOM : Créneaux d'excellence et métiers non traditionnels

##### **L'agroalimentaire**

Propriétaires  
Conjointes qui travaillent dans l'entreprise  
Relève

**La performance**

- Variation du chiffre d'affaires
- Variation du nombre d'employés

**Besoins et services offerts**

- Recensement des services offerts
- Identification des trous de services sur le territoire

**Synthèse**

### **3      Réalisation du portrait**

#### **3.1   Sélection de la firme**

La firme IPSÉ (Institut pour le progrès socioéconomique) avait été retenue pour la réalisation du mandat de recherche suite à un appel de soumissions auprès de cette firme et d'une autre firme, Convercité. Soulignons qu'IPSÉ a mené plusieurs analyses-diagnostic à la demande d'organismes de développement socioéconomiques tels que des CRÉ, des MRC, des villes et des municipalités ou encore pour des ministères ou des organisations comme la Fédération Desjardins. Le thème de l'entrepreneuriat féminin a été couvert par IPSÉ dans le cadre de certains de ces mandats portant sur la Condition féminine ou l'Égalité hommes femmes. Le choix de cette firme a aussi été guidé par le fait qu'elle était située en Montérégie et présidée par une femme, Mme Pierrette Gagné. De plus, cette organisation était bien connue de la majorité des partenaires du développement économique de la région.

#### **3.2   Coordination des activités**

L'ensemble des activités a été coordonné par la directrice générale de Femmessor - Montérégie et IPSÉ. La sollicitation des partenaires et les invitations aux rencontres du comité de suivi ont été réalisées par Femmessor. De plus, l'organisation des groupes de discussion (réservation de salles, achats et remise des cadeaux aux participantes) a été faite par Femmessor.

Femmessor a également réalisé la première révision des différents outils (indicateurs statistiques des portraits sociodémographiques et socioéconomiques, guide de discussion des groupes de discussion, questionnaire de sondage, rapport final préliminaire).

Une première diffusion des résultats du portrait a été faite publiquement lors du *Colloque Le goût des affaires* organisé par Femmessor le 22 novembre 2011 à l'Hôtel Plaza de Valleyfield, avant la rédaction finale du portrait.

Femmessor s'est occupé du lancement des portraits par un communiqué<sup>1</sup> de presse diffusé en janvier 2013 auprès de tous les médias, partenaires de la Montérégie, et auprès des femmes entrepreneures de son réseau. Les portraits ont été rendus disponibles sur son site internet<sup>2</sup>. Bien que le Portrait fût complété dans sa version finale en janvier 2012, Femmessor a choisi de le diffuser publiquement en même temps que les portraits réalisés en Montérégie Est et dans l'agglomération de Longueuil. Ceux-ci n'ayant été livrés par la firme IPSÉ qu'en décembre 2012, il était plus stratégique d'en assurer la promotion en janvier, après les Fêtes.

---

<sup>1</sup> Voir communiqué en annexe

<sup>2</sup> [www.monteregie.femmessor.com](http://www.monteregie.femmessor.com)

**FEMMESSOR - MONTÉRÉGIE**  
**Rapport final - Portrait des femmes entrepreneures**

Femmessor a également préparé des présentations électroniques sommaires pour chacun des trois portraits de même que des présentations individuelles pour chaque MRC de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, de la Montérégie Est et des municipalités de l'agglomération de Longueuil.

### **3.3 Comité de partenaires pour le suivi**

Afin de faciliter cette démarche d'étude, nous avons invité les partenaires du développement économique de tout le territoire de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent à participer à un comité de suivi du portrait. Nous sollicitons leur soutien pour :

- susciter leur adhésion au projet;
- obtenir des listes d'entrepreneures pour réaliser les groupes de discussion et le sondage;
- valider leurs besoins d'informations complémentaires (points à aborder dans les groupes de discussion et révision du questionnaire de sondage);
- réviser le rapport final;
- les sensibiliser aux réalités et besoins particuliers des femmes entrepreneures;
- mieux faire connaître Femmessor auprès des entrepreneures et des partenaires du développement économique.

Les partenaires ayant accepté notre invitation :

- Geneviève Beauchemin de la CRÉ VHSL
- Nathalie Leroux du Forum Jeunesse VHSL
- Claire Raymond du CLD de Roussillon
- Karina Verdon (remplacée par Noémie Roy) du CLD Vaudreuil-Soulanges

Trois rencontres de ce comité ont été tenues :

- le 7 septembre 2011 - lancement du projet, présentation par Femmessor et la firme IPSÉ de la démarche;
- le 24 octobre 2011 - table ronde : présentation des résultats des groupes de discussion, validation du guide d'entrevues des groupes de discussion et du questionnaire du sondage internet
- le 17 novembre 2011 - présentation des portraits sociodémographiques et socioéconomique de même que les résultats des groupes de discussion et du sondage internet.

Le comité de suivi a aussi été mis à contribution pour la révision du rapport final du portrait, suite à une première intervention de Femmessor.

### **3.4 Organisation et contenu du Portrait**

Suivant les propositions de nos consultants, le Portrait a été organisé en sections couvrant, dans un premier temps, les aspects quantitatifs et, dans un deuxième temps, les aspects qualitatifs. D'autre part, un chapitre présente une synthèse des résultats des différentes parties et vient faire le recouplement et l'intégration des informations recueillies tant au niveau des données statistiques que des opinions des femmes entrepreneures elles-mêmes.

### **3.4.1 Recherche documentaire (revue de littérature)**

La recherche documentaire visait à résumer et intégrer les études et recherches existantes, majoritairement au Québec et au Canada, portant sur la question de l'entrepreneuriat féminin. L'objectif était de mettre la table, de revoir l'ensemble des points précédemment traités afin de ne pas « réinventer la roue » et introduire le sujet de façon holistique. 47 études, portraits, articles et autres sources ont été consultés. Une série de constats en ont été tirés.

### **3.4.2 Portrait statistique**

Ce deuxième volet a consisté à intégrer et mettre à jour les données secondaires provenant du Recensement. Une compilation spéciale a été commandée auprès Statistique Canada pour compléter les informations de base du Recensement 2006. Quatre profils différenciés ont donc été préparés pour chacune des MRC, soit :

- 1) Femmes entrepreneures avec employés
- 2) Femmes entrepreneures sans employés
- 3) Hommes entrepreneurs avec employés
- 4) Hommes entrepreneurs sans employé

Ainsi, les données sont présentées de façon différenciée (femmes vs hommes) par MRC, et comparées à celles de la Montérégie et du Québec, pour les « travailleurs autonomes » (sans employés) et les « entrepreneurs » (avec employés).

Ces statistiques sociodémographiques et socioéconomiques ont notamment permis de faire ressortir de nombreuses inégalités hommes/femmes. Le sujet spécifique des entrepreneures immigrantes a également été documenté. Toutefois, en vertu de contraintes budgétaires et de difficultés à obtenir des données, nous n'avons pas traité spécifiquement les aspects touchant les créneaux d'excellence et l'agroalimentaire.

Fait à noter : une telle analyse différenciée des caractéristiques des entrepreneurs pour un territoire donné est réalisée pour la première fois en Montérégie et, nous irions jusqu'à dire, au Québec.

### **3.4.3 Listes d'entrepreneures**

Afin de rejoindre un maximum de femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, les CLD, la SADC et le RFAQ Ouest-de-l'Île ont été sollicités pour nous fournir les listes des entreprises de propriété féminine de leur territoire. IPSÉ a pu ainsi recueillir une banque de plus de 600 femmes entrepreneures. Ces listes ont été utilisées à deux reprises : pour solliciter ces femmes à assister à l'un des groupes de discussion et, dans un deuxième temps, à répondre au sondage internet.

### **3.4.4 Groupes de discussion**

Les groupes de discussion ont constitué un outil de consultation des plus pertinents dans ce mandat puisqu'ils ont permis de comparer les points de vue et d'identifier des pistes de solution grâce aux échanges. La directrice générale de Femmessor a assisté à l'ensemble des rencontres qui furent enrichissantes parce que les commentaires des unes venaient stimuler la pensée des autres. Ces rencontres furent également l'occasion de faire connaître Femmessor à ces entrepreneures.

**FEMMESSOR - MONTÉRÉGIE**  
**Rapport final - Portrait des femmes entrepreneures**

Celles-ci furent sollicitées par courriel, à partir des listes des partenaires. 26 d'entre elles ont répondu à l'appel et ont assisté à l'un des trois groupes suivants :

- le 11 octobre 2011 à Salaberry-de-Valleyfield dans les locaux de la CRÉ VHSI;
- le 12 octobre 2011 à Saint-Constant dans les locaux du CLD de Roussillon;
- le 13 octobre 2011 à Vaudreuil dans les locaux du CLD Vaudreuil-Soulanges.

Les entrepreneures étaient reçues de 12 h à 14 h, le dîner leur était offert et un cadeau d'une valeur de 20 \$ chacune leur fut remis pour les remercier de leur participation. Les cadeaux ont tous été achetés localement, dans des entreprises de propriété féminine (chocolats, certificats cadeaux, etc.).

Les discussions étaient animées par Pierrette Gagné d'IPSÉ, assistée par Mireille Fortier, spécialisée dans l'analyse de données primaires et secondaires, la recherche marketing et l'analyse stratégique. Mireille fut responsable de l'élaboration de la méthodologie du sondage et des groupes de discussion, de la préparation du plan d'échantillonnage et des différents outils d'enquête, questionnaires, guides d'entrevue et guides d'animation, de l'analyse des données et a assuré la compilation et la présentation des résultats au comité de suivi.

Le guide de discussion utilisé pour mener les entrevues avec les trois groupes a été élaboré par la firme IPSÉ et a été validé et bonifié par les membres du comité de suivi.

#### **3.4.5 Sondage auprès des entrepreneures**

Comme mentionné précédemment, le questionnaire de sondage<sup>3</sup> a été diffusé du 28 octobre au 8 novembre 2011 auprès de 610 femmes entrepreneures de tout le territoire de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent. 122 ont répondu à l'appel, pour un taux de réponse de 20 % avec une marge d'erreur de 8,9 % à un niveau de confiance de 95 %. Ces résultats sont excellents pour ce type d'enquête.

Le questionnaire contenait deux questions de validation, 13 questions portant sur les besoins et stratégies des femmes entrepreneures et 13 questions portant sur leur profil. L'analyse de données fut réalisée par le logiciel SPSS-PC et les résultats simples aux questions furent présentés. Une analyse croisée de certains résultats fut également réalisée.

#### **3.4.6 Vision intégrée**

Pour chacune des étapes du portrait (recherche documentaire, portrait statistique différencié, groupes de discussion et sondage internet), des points à retenir sont présentés. Le chapitre 5 intègre l'ensemble des résultats des sources d'analyse. On a pu ainsi constater que les femmes entrepreneures de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent, à l'instar de leurs consœurs de l'agglomération de Longueuil et de la Montérégie Est, du Québec et même du Canada, ont des motivations, des valeurs et des défis communs. Les obstacles qu'elles rencontrent et les contraintes auxquelles elles sont soumises rejoignent également celles des autres femmes entrepreneures.

La réalisation des trois Portraits des femmes entrepreneures de la Montérégie a permis de constater que c'est dans les MRC les plus rurales et éloignées des milieux urbains (Jardins-de-Napierville et Haut-Saint-Laurent dans la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent), qu'on retrouve la plus grande proportion de femmes entrepreneures en regard de la population féminine active, soit dépassant les 10 %. Ces MRC ont généralement des caractéristiques sociodémographiques

---

<sup>3</sup> Questionnaire complet en annexe

et socioéconomiques communes, notamment une scolarité et des revenus plus faibles. Ce constat est également valide pour les MRC Pierre-de-Saurel, Brome-Missisquoi et Acton en Montérégie Est. Seules deux municipalités de l'agglomération de Longueuil, soit Saint-Lambert et Saint-Bruno-de-Montarville, dépassent également ce 10 % de femmes entrepreneures de la population féminine active, avec toutefois des caractéristiques sociodémographiques et socioéconomiques à l'opposé (population bien nantie et hautement scolarisée).

L'analyse des secteurs d'activités économiques des entreprises et des professions occupées par les femmes entrepreneures vient aussi faire ressortir que bien qu'elles soient toujours fortement présentes dans les secteurs « traditionnellement féminins », elles sont de plus en plus représentées dans le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques, secteur en forte croissance depuis quelques années.

Finalement, on constate que bien qu'elles se lancent en affaires plus jeunes, elles se retirent également plus tôt que les hommes et que leurs revenus demeurent inférieurs à ceux de leurs confrères masculins, autant pour celles qui travaillent à temps plein qu'à temps partiel.

### **3.4.7 Recommandations**

La dernière section du rapport porte sur une série de recommandations émise par IPSÉ en regard des résultats et de la vision dégagée dans le cadre de la démarche de recherche. Ainsi, il y a lieu de :

- promouvoir un véritable modèle québécois des femmes entrepreneures, innovatrices et qui sortent de plus en plus des sentiers battus;
- faire mieux connaître les organismes de soutien et leurs services;
- amener ces organismes à réfléchir à des pistes d'amélioration : plus grande promotion de leurs services, information centralisée, offre complémentaire de services et services plus spécifiques, moins généralistes, notamment en fiscalité, aux niveaux juridiques et marketing;
- tenir les données à jour en maintenant une analyse différenciée.

**FEMMESSOR - MONTÉRÉGIE**  
**Rapport final - Portrait des femmes entrepreneures**

**4 Résultats financiers<sup>4</sup>**

	Facture taxes incl.	50% taxes	Coût net	Total
<b>DÉPENSES</b>				
Honoraires professionnels IPSÉ				
Facture 10084 - 27 septembre 2011	4 682,32 \$	286,16 \$	4 396,16 \$	
Facture 10086 - 21 octobre 2011	11 554,28 \$	706,14 \$	10 848,14 \$	
Facture 10090 - 31 janvier 2012	8 163,23 \$	531,62 \$	7 631,61 \$	
Facture 10107 - 2 novembre 2012	5 911,15 \$	384,95 \$	5 526,20 \$	<b>28 402,11 \$</b>
Soutien technique - Groupes de discussion				
Quintessence du Gourmet (cadeaux groupe Valleyfield)	160,00 \$	- \$	160,00 \$	
Truffes et Ganache (cadeaux groupe Saint-Constant)	270,89 \$	13,65 \$	257,24 \$	
La Maison des Bonbons (cadeau groupe Vaudreuil)	260,07 \$	15,90 \$	244,17 \$	
Facture CLD Vaudreuil-Soulanges - 17 octobre 2011 (repas groupe discussion)	290,51 \$	17,76 \$	272,75 \$	
Facture CLD de Roussillon - 21 octobre 2011 (repas groupe discussion)	329,82 \$	20,16 \$	309,66 \$	
Facture CRÉ VHSL - 31 décembre 2011 (repas groupe discussion)	224,43 \$		224,43 \$	
Frais de déplacement (375 km@0,45\$)			168,75 \$	<b>1 637,00 \$</b>
Encadrement et diffusion				
Salaire DG @45,17\$/h (10h comité suivi + 18h groupes + 40h coordination et rapport projet)			3 071,56 \$	
Salaire adjointe @15,82\$/h (15h invitations, listes et suivis + 40h présentations par MRC)			870,10 \$	
Frais d'administration			2 000,00 \$	
Listes d'entreprises et comité de suivi (partenaires)			1 500,00 \$	<b>7 441,66 \$</b>
<b>TOTAL DÉPENSES</b>				<b>37 480,77 \$</b>
<b>REVENUS</b>				
Femmessor - Montérégie				
Salaires			3 941,66 \$	
Frais d'administration			2 000,00 \$	<b>5 941,66 \$</b>
Partenaires				1 500,00 \$
Entente égalité CRÉ Montérégie Est				
Honoraires professionnels IPSÉ			28 402,11 \$	
Groupes de discussion			1 637,00 \$	<b>30 039,11 \$</b>
<b>TOTAL REVENUS</b>				<b>37 480,77 \$</b>

<sup>4</sup> Voir factures en annexe

## 5 Conclusion

La réalisation des Portraits des femmes entrepreneures fut un exercice très formateur pour Femmessor - Montérégie et ses partenaires. Il a également permis de rejoindre 2 469 femmes entrepreneures via les listes des clientes de Femmessor - Montérégie et des partenaires dont 467 ont répondu à notre sondage, soit un taux de réponse appréciable de 19 %.

De plus, la région de la Montérégie peut s'enorgueillir qu'elle est un précurseur dans l'analyse de l'entrepreneuriat féminin dans le cadre des ces études. À notre connaissance, c'est la première fois qu'une analyse aussi pointue des caractéristiques sociodémographiques et socioéconomiques des entrepreneurs par territoire est réalisée de façon différenciée. Cet exercice saura probablement inspirer d'autres régions du Québec, notamment dans les régions où un Femmessor est présent, pour que soit réalisé leur propre portrait régional avec cette même méthodologie.

La coordination et l'organisation de l'ensemble des activités liées à l'accomplissement des Portraits ont été un exercice qui a nécessité plus de temps que prévu. Différents facteurs sont liés aux délais dans la réalisation de ces mandats : sous évaluation initiale des activités de supervision, d'organisation et de suivi nécessaires, manque de ressources chez le promoteur du projet, Femmessor, et délais de livraison des livrables par la firme IPSÉ.

La diffusion des Portraits doit se poursuivre, mais l'utilité de cet exercice ne doit pas être remise en question. Les données et résultats qui en ont été retirés donnent matière à réflexion pour l'ensemble des intervenants qui œuvre auprès des femmes entrepreneures et ont également permis de développer un argumentaire de poids, à la fois quantitatif et qualitatif, concernant le phénomène de l'entrepreneuriat féminin et les réalités et besoins des femmes entrepreneures. Ces portraits viennent réitérer la nécessité d'une approche spécifique à cette clientèle. Nous osons également croire que les organisations œuvrant en développement économique et en soutien aux entreprises auront été sensibilisées, en tiendront compte dans leur planification stratégique et sauront adapter leurs interventions auprès des femmes.

De plus, les orientations gouvernementales issues de la *Stratégie québécoise de l'entrepreneuriat* lancée par le précédent gouvernement en novembre 2011, venaient ancrer la nécessité d'une offre de service adaptée pour des clientèles spécifiques, notamment les femmes, et, pour les intervenants, l'obligation de se concerter davantage. Ces principes, loin d'être démentis par le nouveau gouvernement, sont toujours et d'autant plus d'actualité. Nos portraits viennent donc s'inscrire dans ces orientations et constituent un outil supplémentaire pour la réalisation de notre mandat de promotion de l'entrepreneuriat féminin.

**FEMMESSOR - MONTÉRÉGIE**  
**Rapport final - Portrait des femmes entrepreneures**

**ANNEXES**