



Démarrage d'entreprises ethniques: différences interethniques en contexte canadien

Gabrielle A. Brenner

Professeure
Institut d'économie appliquée, HEC Montréal

Philippe Cimper

Etudiant au doctorat
HEC Montréal

Teresa V. Menzies

Professeure agrégée
Faculté d'administration, Université Brock

Louis Jacques Fillion

Professeur et titulaire de la Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.-A. Bombardier
HEC Montréal

gabrielle.brenner@hec.ca,

Résumé :

Cet article traite du démarrage d'entreprises ethniques chinoises, italiennes, sikhs et juives dans les trois plus grandes villes canadiennes : Montréal, Toronto, Vancouver. Les données recueillies révèlent qu'une faible proportion des entrepreneurs ont immigré au Canada pour des raisons entrepreneuriales, qu'ils se sont lancés en affaires tout d'abord par souci d'indépendance et pour des raisons économiques. Plusieurs ont découvert leur opportunité d'affaires grâce à leur expérience et leurs contacts, mais aussi par hasard et à travers leurs observations. Souvent localisées là où le groupe ethnique de l'entrepreneur est dominant, ces entreprises opèrent principalement dans les secteurs des services, du commerce de détail et de la restauration. Ces entrepreneurs ont mis environ deux ans pour démarrer leur projet. Confrontés dans une proportion importante à des problèmes de financement, ils ont investi personnellement la majeure partie du capital de départ de leur entreprise. Ils ont aussi eu recours au support de leur famille et des institutions bancaires. Les principaux problèmes auxquels ils ont dû faire face relèvent des finances, du marketing, des ressources humaines, de l'environnement institutionnel, social, économique, de la production et de la gestion stratégique. Nous avons par ailleurs relevé des différences d'un groupe ethnique à un autre quant aux caractéristiques du démarrage des entreprises. Des implications de ces résultats pour de futures recherches et pour les politiques de support gouvernemental à l'entrepreneuriat ethnique sont suggérées en conclusion.

Introduction

La phase de démarrage constitue une période critique dans le cycle de développement des petites et moyennes entreprises et plus encore dans celui des entreprises ethniques en raison de la situation d'enclavement dans laquelle plusieurs d'entre elles évoluent jusqu'à leur intégration dans l'économie locale (Waldinger et al. 1990; Iyer et Shapiro, 1999). Cependant, peu d'études systématiques ont été consacrées au démarrage des entreprises ethniques. Le présent travail se propose donc de palier à ce manque afin non seulement d'élargir la connaissance que nous avons de l'entrepreneuriat ethnique, mais aussi d'améliorer les programmes de soutien tant gouvernementaux que non gouvernementaux à la création d'entreprises ethniques. Plus spécifiquement, nous souhaitons répondre aux trois questions suivantes: qu'est-ce qui pousse les membres des groupes ethniques à se lancer en affaires? Comment ont-ils procédé? À quels défis sont-ils confrontés?

1. Revue de la littérature et formulation des hypothèses de recherche

Un examen des travaux publiés au cours des vingt dernières années nous a permis de répertorier un peu plus d'une quarantaine d'études traitant, de près ou de loin, du démarrage des entreprises ethniques. Ces études proviennent pour l'essentiel des États-Unis et du Royaume-Uni, et, dans une moindre mesure, du Canada. La plupart de ces recherches ont un caractère exploratoire et descriptif plutôt qu'explicatif et théorique (Robichaud, 1999; Kloosterman et Rath, 1999; Deakins et al., 1997). De ce fait, la compréhension des causes et des processus en jeu dans la dynamique de création des entreprises ethniques reste encore embryonnaire.

1.1. Les raisons du départ en affaires des membres des groupes ethniques

Quelques études attribuent l'entrepreneuriat ethnique à un facteur ou à un groupe de facteurs particuliers tels que la recherche d'une alternative à un milieu de travail peu stimulant et au manque d'opportunités (Min, 1990), une prédisposition culturelle à l'entrepreneuriat (Wang, 1999; Dana, 1993; Bates, 1994b; Hoffman et Marger, 1991; Basu, 1998), ou encore la possession de moyens financiers suffisants pour se lancer en affaires (Wang, 1999; Basu, 1998; Bates, 1997). D'autres études ont plutôt contribué à mettre en relief l'interaction de plusieurs facteurs de nature personnelle, socioculturelle ou structurelle (Yoon, 1995; Gold, 1988; Wong et Ng, 1998; Walton-Roberts et Hiebert, 1997; Teixeira, 1998). Ces recherches suggèrent que les facteurs qui sous-tendent les initiatives entrepreneuriales sont multiples et qu'ils varient, entre autres, d'un groupe ethnique à un autre. Aussi, nous posons l'hypothèse de recherche suivante :

Hypothèse 1 : Les raisons qui amènent les membres des groupes ethniques à se lancer en affaires diffèrent d'un groupe ethnique à un autre.

1.2. Les modalités de création des entreprises ethniques

Les thèmes relatifs aux modalités de création des entreprises ethniques sont principalement la démarche de création, les modalités d'acquisition, la localisation, le financement, les caractéristiques de l'entreprise, l'utilisation des ressources du milieu et les problèmes rencontrés (nous traitons de ce dernier thème dans la section suivante). Nous disposons de peu de données empiriques sur le processus de création des entreprises ethniques. Plusieurs points ressortent néanmoins. L'élaboration d'un plan d'affaires, c'est-à-dire la planification du projet de création d'entreprise, fait l'objet de peu d'attention (Dana, 1993; Ram et al., 2000). Les études convergent à l'effet que les entreprises créées sont généralement de petite

taille et à forte intensité de main-d'œuvre en raison principalement de contraintes de financement (Lee, 1999; Basu, 1998; Kloosterman et al., 1999). Les entrepreneurs d'un même groupe ethnique ont tendance à se concentrer dans un même secteur d'activité (Basu, 1998; Lee, 1999) et à installer leur entreprise dans des zones où leur groupe ethnique est fortement présent (Bates, 1994a, Rafiq, 1992). La diversification des secteurs d'investissement semble d'ailleurs souvent attribuable à l'augmentation de la taille du marché ethnique qui à son tour stimule l'émergence de nouvelles entreprises ethniques (Wang, 1999). Le montant du capital investi au départ varie d'une étude à l'autre bien qu'il soit souvent inférieur à cent mille dollars canadiens¹. L'origine de ce financement varie également et se répartit entre les finances personnelles de l'entrepreneur, la famille, des investisseurs informels, les banques et les organismes gouvernementaux (Basu, 1998; Bates, 1994a, 1997; Dallafar, 1994; Wong, 1997; Phizacklea et Ram, 1996). Trois modalités d'acquisition des entreprises par les entrepreneurs ethniques sont rapportées. Il s'agit de la création d'une nouvelle entreprise (Birley et Ghaie, 1992; Pessar, 1995), de l'achat d'une entreprise existante (Bates, 1994a, Birley et Ghaie, 1992; Pessar, 1995) et de l'héritage d'une entreprise familiale. Lors du démarrage, les entrepreneurs ethniques ont tendance à s'appuyer largement sur les ressources du milieu ethnique (Menzies et al., 2003; Iyer et Shapiro, 1999; Chu, 1996; Waldinger, 1995). Il semble toutefois que l'importance de ce support tend à diminuer au fur et à mesure du développement de l'entreprise. Lorsque les activités et la clientèle s'étendent progressivement en dehors du milieu ethnique, l'entreprise tend à ressembler, dans ses modalités d'opération et de gestion, aux entreprises non ethniques (Bates et Dunham, 1993; Iyer et Shapiro, 1999). Sur la base de ce qui précède, nous posons l'hypothèse de recherche ci-après :

Hypothèse 2 : Les modalités de création des entreprises ethniques diffèrent d'un groupe ethnique à un autre en ce qui a trait à la découverte de l'opportunité d'affaires et à la démarche de création, aux modalités d'acquisition, à la localisation, aux sources de financement au secteur d'activité et au montant du capital investi.

1.3. Les défis rencontrés par les entreprises ethniques

La capacité limitée des entrepreneurs à faire face à certains défis est identifiée comme étant le principal facteur explicatif du taux d'échec élevé parmi les petites entreprises. Les recherches sur les entreprises ethniques permettent d'identifier un éventail relativement diversifié de problèmes. Le principal problème de démarrage auquel les entrepreneurs ethniques sont confrontés est de nature financière et réside dans le manque de capital et/ou la difficulté à obtenir des prêts auprès des banques (Basu, 1998; Bates, 1997; Deakins et al., 1997; Dallafar, 1994). À cela s'ajoutent des difficultés sociales liées à la discrimination (Birley et Ghaie, 1992; Dallafar, 1994), une méconnaissance du domaine d'affaires, de l'environnement économique et social, des lois et règlements du marché du travail (Chu, 1996), des problèmes de marketing liés à l'identification de clients potentiels dans un marché peu connu et au développement d'une bonne réputation (Waldinger, 1995). D'autres problèmes de nature culturelle apparaissent également, telle la barrière de la langue, d'autres de nature personnelle, telle la non possession d'un dossier de crédit ou le manque d'expérience, et enfin sont aussi présents des problèmes de nature sociale, tels des contacts limités dans le milieu (Gold, 1988; Teixeira, 1998). Ainsi les détails abondent dans la littérature quant aux difficultés qui se présentent aux entrepreneurs ethniques. Toutefois, les différents groupes ethniques sont-ils confrontés aux mêmes difficultés? Greene, Carter et Reynolds (2003) avancent que les taux de création d'entreprise et de survie varient assez nettement entre les

¹ Comme il s'agit d'une recherche menée au Canada, tous les montants indiqués sont en dollars canadiens.

différents groupes ethniques recensés aux Etats-Unis. Sur cette base, nous posons l'hypothèse de recherche suivante :

Hypothèse 3 : Les problèmes rencontrés diffèrent selon les groupes ethniques y compris en ce qui concerne le financement.

2. Méthodologie de la recherche

2.1. Le questionnaire d'enquête

La cueillette des données analysées dans le cadre de cette recherche a été réalisée à partir d'un questionnaire uniforme comportant des questions fermées, semi-fermées et ouvertes. Le choix de procéder par questionnaire tient à la grande taille de l'échantillon total visé, soit 600 entrepreneurs ethniques localisés dans les régions métropolitaines de Montréal, Toronto et Vancouver (50 entrepreneurs visés sur chacun des trois sites et pour les quatre groupes ethniques). Ce questionnaire d'enquête résulte de l'adaptation et de l'amélioration de la méthodologie expérimentée par Toulouse et Brenner (1990) ainsi que par Brenner, Célas et Toulouse (1992a et b). Il est divisé en deux parties visant à cerner le profil socio-démographique, les caractéristiques des entreprises et l'expérience entrepreneuriale des répondants.

2.2. La collecte et le traitement des données

Un des principaux défis auxquels nous avons été confrontés dans la conduite de cette recherche a trait à la collecte des données. En effet, plusieurs répondants ethniques sont méfiants à l'endroit des enquêteurs de recherche qu'ils associent à des fonctionnaires de l'impôt. D'autres ont une maîtrise limitée de l'anglais ou du français. Pour résoudre ces difficultés, nous avons eu recours à des enquêteurs issus du groupe ethnique des entrepreneurs visés, lesquels ont administré directement les questionnaires sur le terrain dans la langue maternelle des répondants. Cette approche permet de palier aux barrières de langue, de favoriser un climat de confiance et de faciliter l'identification d'autres répondants. Les données recueillies ont été traitées en deux étapes. Dans un premier temps, nous avons utilisé des méthodes descriptives pour cerner les caractéristiques globales des raisons du départ en affaires, des modalités de création des entreprises et des défis auxquels les entreprises ethniques sont confrontées. Par la suite, nous avons eu recours à des analyses d'indépendance et de variance (selon que les variables analysées sont de type dichotomique ou plutôt métrique) pour tester la vraisemblance des trois hypothèses de recherche avancées. Dans le cas des questions ouvertes, les réponses ont été au préalable analysées puis classées par nature.

2.3. L'échantillon d'étude

Les données exploitées dans cet article proviennent d'enquêtes menées auprès d'un échantillon total de 571 entrepreneurs chinois, italiens, indiens/sikhs et juifs.

3. Présentation et analyse des résultats

3.1. Les caractéristiques des répondants (Tableau 2)

L'analyse des caractéristiques personnelles des répondants montre globalement que les entrepreneurs de notre échantillon sont établis au Canada depuis relativement longtemps, qu'ils sont modérément expérimentés, plutôt scolarisés et majoritairement de sexe masculin. Tous les tests effectués sur ces variables par rapport aux quatre groupes ethniques se sont révélés significatifs. Presque les trois-quarts des répondants (74,4%) sont des hommes. Cette proportion reflète fidèlement les observations rapportées dans la plupart des études sur les entrepreneurs ethniques. Les différences significatives observées indiquent une représentation plus élevée d'hommes parmi les entrepreneurs sikhs (dans 86,8% des cas) comparativement aux entrepreneurs juifs (77,5%), italiens (71,9%) et chinois (66,9%). Ces entrepreneurs sont établis au Canada depuis environ 23 ans en moyenne. Toutefois, il faut mentionner que deux décennies constituent une période plutôt courte lorsqu'il s'agit de mouvement migratoire. Les comparaisons effectuées sur cette variable entre les quatre groupes ethniques ont donné des différences significatives qui montrent que les entrepreneurs italiens sont établis depuis plus longtemps (38 années) que les entrepreneurs juifs (26,4 années), sikhs (20,4 années) et chinois (15 années). Ces entrepreneurs sont plutôt âgés (plus de 45 ans en moyenne). Sachant qu'ils habitent au Canada depuis environ 23 années en moyenne, nous pouvons en déduire que ces entrepreneurs ont immigré au Canada vers l'âge de 22 ans en moyenne. Les différences significatives relevées indiquent que les entrepreneurs sikhs sont plus jeunes (42,7 ans en moyenne) que les entrepreneurs italiens (46,8 ans), et que les entrepreneurs chinois et sikhs sont significativement plus jeunes que les entrepreneurs juifs (respectivement 44,2 ans et 42,7 ans contre 47,3 ans).

Ces entrepreneurs sont modérément expérimentés au vu du nombre d'années pendant lesquelles ils ont travaillé. En effet, on note qu'ils possédaient au moment de l'enquête en moyenne 12 années d'expérience de travail, dont près de 8 années au Canada et près de 4 années avant d'immigrer. Les différences significatives observées avant l'immigration montrent que les entrepreneurs chinois et juifs avaient plus d'expérience de travail (respectivement 8 années et 5,6 années en moyenne) comparativement aux entrepreneurs italiens (1,32 années) et sikhs (2,1 années). Des différences sont également observables concernant la durée des expériences de travail après l'immigration et suggèrent, d'une part que les entrepreneurs italiens ont travaillé plus longtemps depuis leur immigration (11,2 ans en moyenne) que les entrepreneurs chinois (4,8 ans), sikhs (8,3 ans) et juifs (7,07). La combinaison de ces résultats tend à indiquer que les entrepreneurs italiens ont eu moins de difficulté à s'intégrer professionnellement malgré le fait qu'ils avaient peu d'expérience de travail au préalable alors que les entrepreneurs chinois sont ceux qui auraient eu le plus de difficulté et cela bien qu'ils aient eu plus d'expérience de travail avant d'immigrer.

Nous avons également pu relever que ces entrepreneurs sont plutôt scolarisés. En effet, leur niveau moyen d'études dépasse le niveau collégial (niveau moyen de 3,1). Ces données tendent à confirmer les observations selon lesquelles l'immigration ethnique contribuerait à attirer et sélectionner une main-d'œuvre expérimentée et scolarisée. Des différences significatives indiquent que les entrepreneurs juifs (niveau moyen de 3,54), sikhs (niveau moyen de 3,42) et chinois (3,24) sont plus scolarisés que les entrepreneurs italiens (2,5 - soit le niveau collégial). La combinaison de ces derniers résultats avec ceux relatifs à l'expérience de travail permet de noter que la plus grande facilité qu'ont eue les entrepreneurs italiens à s'intégrer professionnellement ne s'explique pas de par l'expérience qu'ils avaient avant d'immigrer ni de par leur niveau de scolarisation. Les résultats des analyses sur la durée de la résidence, ainsi que l'examen de la littérature pertinente, nous amènent à avancer qu'une des explications possibles au phénomène décrit ci-dessus serait de nature socioculturelle. Ainsi, les entrepreneurs italiens auraient une plus grande facilité à tirer profit des liens au sein de leur famille mais aussi de leur groupe ethnique.

3.2. Les raisons d'immigrer et du départ en affaires (Tableau 3)

Les résultats descriptifs révèlent globalement qu'une faible proportion des entrepreneurs échantillonnés ont immigré au Canada pour des raisons entrepreneuriales. Par ailleurs, on note qu'ils ont opté de se lancer en affaires tout d'abord par souci d'autonomie et pour des raisons économiques. Des différences significatives ressortent des comparaisons effectuées entre les quatre groupes ethniques sur ces variables.

L'analyse des facteurs qui ont conduit ces entrepreneurs à immigrer au Canada montre globalement la prédominance de motivations à caractère économique (15,7%), familial (25,3%) et autres (30,9%). Seulement 8,7% ont immigré pour des raisons entrepreneuriales, c'est-à-dire dans le but d'investir, de rechercher des opportunités d'affaires ou de créer une entreprise au Canada, ce qui n'est pas surprenant dans la mesure où nos répondants ne sont pas des immigrants investisseurs au sens de la loi canadienne de l'immigration. Ce résultat tend à indiquer que le choix de la voie entrepreneuriale ne résulte pas, dans la majorité des cas, d'une démarche volontaire et planifiée, mais qu'il s'expliquerait davantage par les circonstances auxquelles ces entrepreneurs ont été exposés après leur arrivée au Canada. Des différences significatives se rapportant aux raisons entrepreneuriales, familiales, politiques et économiques ressortent des comparaisons interethniques. Les différences significatives liées aux raisons entrepreneuriales montrent que les entrepreneurs sikhs ont plus fréquemment immigré au Canada pour des raisons entrepreneuriales (18,4%) que les entrepreneurs chinois (7,9%), juifs (6%) et italiens (3%). Les différences au niveau des raisons familiales indiquent que les Chinois immigreront moins pour des raisons familiales (23,2%) que les Sikhs (27,2%) et les Italiens (32,6%), mais plus que les Juifs (19,2%). Les différences relevées en rapport avec les raisons politiques impliquent que les entrepreneurs chinois ont plus immigré au Canada pour des raisons politiques (33,8%) que les entrepreneurs italiens (2,2%), juifs (7,9%) et sikhs (8,8%). Les différences au niveau des raisons économiques suggèrent que les Chinois (9,9%) immigreront moins pour des raisons économiques que les Italiens (20,7%) et les Sikhs (28,7%) mais plus que les Juifs (5,3%).

Les raisons qui ont amené ces entrepreneurs à créer une entreprise s'ordonnent de la façon suivante² : faire de l'argent (1,88), être son propre patron (1,93), créer un emploi (2,34), autres raisons (2,82) et la tradition (3,48). Ces résultats globaux mettent en relief, d'une part, l'importance de la recherche d'autonomie et des motivations économiques, et d'autre part, l'influence restreinte de la famille dans le départ en affaires. Les résultats des comparaisons entre les quatre groupes ethniques font ressortir des différences significatives pour toutes ces raisons sauf pour la création d'emploi. Les différences relativement à la volonté de faire de l'argent dénotent que les Juifs (1,64) sont plus motivés par le fait de faire de l'argent que les Chinois (2,04), les Italiens (1,92) et les Sikhs (1,94). Les différences se rapportant à la volonté d'être son propre patron montrent que les entrepreneurs chinois accordent moins d'importance à la motivation d'autonomie (rang moyen de 2,2) comparativement aux entrepreneurs italiens (1,7), sikhs (1,8) et juifs (1,9). Les différences obtenues relativement à la place de la tradition dans le départ en affaires impliquent que la tradition occupe une importance moindre pour les entrepreneurs juifs (3,83) et chinois (3,64) comparativement aux entrepreneurs italiens (3,1) et sikhs (3,2). Les différences obtenues relativement aux autres raisons du départ en affaires impliquent aussi que les entrepreneurs chinois ont accordé moins d'importance aux autres raisons (rang moyen de 3,5) comparativement aux entrepreneurs italiens (2,3), juifs (2,5) et sikhs (2,7).

Ces analyses tendent à confirmer la vraisemblance de la première hypothèse de recherche à l'effet que les raisons qui amènent les immigrants à se lancer en affaires diffèrent d'un groupe ethnique à un autre.

3.3. Les caractéristiques du démarrage des entreprises

3.3.1. La découverte de l'opportunité d'affaires par les entrepreneurs (Tableau 4)

La découverte de l'opportunité d'affaires par les entrepreneurs semble résulter généralement de la conjonction de plusieurs facteurs plutôt que d'un facteur en particulier. Le traitement des données a permis de relever la prédominance de six modalités spécifiques: l'expérience entrepreneuriale (25%), l'analyse d'un secteur (21,5%), les contacts personnels (19,9%), les connaissances que l'entrepreneur a d'un domaine donné (19,4%), la chance (18%) et la planification de la démarche par l'entrepreneur (13,1%). Le nombre plutôt élevé de facteurs prédominants en jeu indique implicitement la complexité des processus conduisant à la découverte d'une opportunité d'affaires. Par ailleurs, nous pouvons relever à travers ces résultats le rôle clé des capacités personnelles et de l'initiative de l'entrepreneur comparativement aux facteurs liés à son environnement.

Six différences significatives sont ressorties des comparaisons effectuées entre les quatre groupes ethniques, autour de l'analyse du secteur, des expériences, des contacts³, de la planification de la démarche, de la connaissance du domaine et de la famille. Les différences observées relativement à l'analyse d'un secteur montrent que les entrepreneurs chinois ont eu plus fréquemment recours à la veille du secteur (dans 32,5% des cas) comparativement aux entrepreneurs juifs (20,5%), italiens (20%) et sikhs (11,8%). Les différences relevées en ce qui a trait à l'inférence de l'expérience indiquent d'une part, que les entrepreneurs sikhs ont

² L'échelle employée va de 1 à 5. 1 équivaut à «le ou la plus important(e)» tandis que 5 équivaut à «le ou la moins important(e)». Ainsi, plus l'indice moyen associé à une raison donnée est faible (donc proche de 1), plus cette raison est importante dans l'échelle de décision des entrepreneurs.

³ Les contacts désignent les relations de l'entrepreneur, en excluant la famille.

plus fréquemment découvert leur opportunité d'affaires grâce à leur expérience (43,4%) que les entrepreneurs italiens (31,9%), chinois (17,9%) et juifs (9,3%). Les différences relativement aux contacts impliquent que les entrepreneurs sikhs ont plus fréquemment découvert leur opportunité grâce à leurs contacts (38,2%) que les entrepreneurs italiens (25,9%), les entrepreneurs chinois (11,95%) et les entrepreneurs juifs (6%). Les différences liées à la planification de la démarche entrepreneuriale indiquent que les entrepreneurs italiens (24,4%) et sikhs (21,3%) ont plus fréquemment découvert leur opportunité d'affaires à travers une démarche planifiée que les entrepreneurs chinois (7,3%) et juifs (1,3%). Les différences au niveau de la connaissance du domaine indiquent que les Juifs (28,5%) ont plus souvent découvert leur opportunité d'affaires grâce à leur connaissance du domaine que les Chinois (15,2), les Italiens (17%) et les Sikhs (16,2%). Les différences au niveau du rôle de la famille suggèrent que les Juifs (15,9%) ont plus souvent découvert leur opportunité d'affaires grâce aux informations fournies par leur famille que les Chinois (14,6%), les Italiens (8,1%) et les Sikhs (6,6%).

3.3.2. La localisation sectorielle et géographique des entreprises (Tableau 5)

Nous avons demandé aux entrepreneurs d'identifier parmi un éventail de douze réponses le secteur d'activité de leur entreprise. Les résultats montrent une forte concentration des entreprises dans trois secteurs : le commerce de détail (29,1% des entreprises), le secteur des services (27,6%) et la restauration (10,1%). On note en particulier que la proportion d'entreprises opérant dans le secteur manufacturier (5,4%) ainsi que dans les technologies de l'information (3,5%) est très limitée. Il se trouve donc que ces entreprises sont majoritairement à faible intensité de capital et de technologie. Les différences significatives observées au niveau des comparaisons interethniques concernent le commerce de détail et la restauration. Les Chinois, Italiens et Sikhs sont significativement plus impliqués que les Juifs (respectivement 29,8%, 37,8% et 30,9% contre 19,2%) dans le commerce de détail. Dans la restauration, les différences suggèrent que les Chinois (14,6%) sont plus impliqués dans ce secteur que les Italiens (5,9%) et les Juifs (6,6%), tandis que les Sikhs (13,2%) le sont plus que les Italiens. Il n'y a pas de différence notable entre les Chinois et les Sikhs.

Moins de la moitié des entreprises échantillonnées (47,1%) sont situées là où le groupe ethnique est dominant, ce qui ne semble pas indiquer une très forte dépendance des entreprises à l'égard des ressources du groupe ethnique de l'entrepreneur. Cette hypothèse de dépendance limitée doit être cependant pondérée car des différences ressortent des comparaisons entre les groupes ethniques. Ces différences montrent que les entrepreneurs italiens (57,8%) et chinois (64,2%) ont plus fréquemment créé leur entreprise là où leur communauté est dominante que les entrepreneurs sikhs (44,9%) et juifs (22,5%). De plus, il aurait été intéressant de pouvoir nuancer ces résultats en cherchant à établir, comme le fait l'étude d'A.L.E.X.I.S (2004), les logiques sous-jacentes à ces localisations hors des zones où la communauté ethnique est dominante. A.L.E.X.I.S (2004) qui s'intéresse à 300 entrepreneurs immigrés installés en France suggère de distinguer notamment une logique d'assimilation et une logique d'intégration. La première est une logique dans laquelle l'entrepreneur développe un projet avec une orientation commerciale majoritairement tournée vers des clients non membres de sa communauté ethnique et ne mettant pas en avant un savoir-faire ethnique dans son projet. La deuxième logique est quant à elle définie comme réalisant un compromis entre l'ouverture vers la société d'accueil et l'ouverture vers la communauté ethnique et se traduit par le fait de mettre en avant un savoir-faire ethnique à destination d'une clientèle non-ethnique.

3.3.3. Le démarrage des entreprises (Tableau 6)

Afin de cerner les modalités selon lesquelles les entrepreneurs ont démarré leur entreprise, nous avons retenu le temps qu'ils ont mis pour réaliser leur projet, les modalités d'acquisition de l'entreprise, le montant total et la part personnellement investie dans l'entreprise, ainsi que les sources de financement. Les entrepreneurs ont mis en moyenne deux ans (24,1 mois) pour démarrer leur entreprise. Ce délai est assez modéré eu égard à ce qui est rapporté dans la littérature. Il pourrait s'expliquer soit par les difficultés rencontrées lors de la phase de pré-démarrage ou encore par la relative stabilité des besoins insatisfaits reliés aux opportunités d'affaires identifiées. Les résultats concernant les modalités d'acquisition des entreprises indiquent que les entrepreneurs ont en très grande majorité (74%) créé leur entreprise. Une proportion limitée mais non négligeable d'entre eux a acquis une entreprise existante (21%). Seulement 3% des répondants ont hérité de leur entreprise. Des différences significatives suggèrent que les Chinois (25,2%) ont plus tendance à acheter leur entreprise que les Juifs (12,6%).

Pour ce qui est des modalités de financement au démarrage, les résultats descriptifs montrent que les entrepreneurs ont investi un montant de 340 000 dollars en moyenne au départ dont près de 76% représentent des apports personnels. Notons que ce montant est nettement supérieur à ce qui est généralement rapporté dans la littérature. L'importance de la contribution personnelle des entrepreneurs suggère implicitement une dépendance faible ou encore un accès limité aux sources ethniques et classiques de financement. Aucune différence n'est ressortie des comparaisons entre les quatre groupes relativement au montant de l'investissement initial. Par contre, des différences significatives ont été obtenues lors des comparaisons relativement à la part investie par les entrepreneurs. Ces différences impliquent que les entrepreneurs chinois ont investi initialement une part plus élevée (85,1%) comparativement aux entrepreneurs juifs (72,8%) et sikhs (71,6%). Le fait que les entrepreneurs chinois ont en moyenne investi le montant le plus faible (116 500 dollars) et qu'ils sont parallèlement les moins dépendants des sources non personnelles de financement (ce qui indiquerait qu'ils sont plus autonomes financièrement) pourrait éventuellement expliquer pourquoi ils ont mis moins de temps pour démarrer leur entreprise. Les résultats descriptifs sur la part respective des autres sources de financement permettent de relever que les banques et la famille continuent de jouer un rôle non négligeable en contribuant respectivement pour un peu plus de 17% et de 12% du financement initial. Les gouvernements semblent jouer un rôle mineur. Nous observons ici que le groupe ethnique est loin de jouer un rôle important au plan financier car sa contribution dans le capital de démarrage est inférieure à 4%. Des différences significatives ont été relevées entre les quatre groupes concernant la contribution respective de l'entrepreneur lui-même, des banques, de la famille, du groupe ethnique et de personnes non membres du groupe ethnique. Les différences liées à l'épargne personnelle indiquent que les Chinois (70,45%) investissent plus personnellement que les Juifs (55,60%). Les différences liées à la contribution des banques impliquent que les entrepreneurs italiens (22,3% en moyenne) et juifs (22,4%) ont davantage eu recours aux prêts bancaires comparativement aux entrepreneurs chinois (10,4%) et sikhs (14,0%). Les différences observées relativement à la contribution de la famille montrent que les entrepreneurs chinois ont plus recouru au support financier de leur famille (17,1% en moyenne) comparativement aux entrepreneurs italiens (9,8%) et sikhs (8,8%). Les différences quant à la contribution du groupe ethnique indiquent que les Sikhs (8,79%) reçoivent plus de cette source que les Italiens (0,66%) et les Juifs (2,39%). Les différences quant à la

contribution de personnes non membres du groupe ethnique indiquent que les Sikhs (0,67%) reçoivent plus de cette source que les Italiens (0%) et les Juifs (0%).

Ces résultats tendent donc à confirmer globalement la vraisemblance de la seconde hypothèse de recherche postulant que les modalités de création des entreprises ethniques diffèrent d'un groupe ethnique à un autre en ce qui a trait à la découverte de l'opportunité d'affaires et à la démarche de création, aux modalités d'acquisition, à la localisation, aux sources de financement, au secteur d'activité et au montant du capital investi. Il n'y a que sur le montant de l'investissement initial qu'aucune différence significative ne soit relevée.

3.4. Les défis rencontrés par les entrepreneurs au démarrage de leur entreprise (Tableau 7)

Un peu moins de la moitié des répondants (soit 44,5%) rapportent avoir eu de la difficulté à obtenir le financement dont ils avaient besoin. Les tests de comparaison effectués entre les quatre groupes n'ont pas donné de résultats significatifs. La compilation des réponses à la question ouverte que nous avons posée sur les problèmes spécifiques rencontrés a permis de recenser environ 150 problèmes spécifiques que nous avons classés sous 11 catégories en nous basant sur une adaptation d'une grille développée par Tepstra et Olson (1993). Ces 11 catégories de problèmes se rapportent successivement aux finances, au marketing, aux ressources humaines, à la production, à la gestion stratégique, à l'administration générale, au réseautage, à l'environnement institutionnel, à l'environnement social, à l'environnement économique, et les autres types de problèmes ne pouvant être classés dans les catégories précédentes (trouver de l'aide, gérer le temps, expérience).

L'analyse des réponses issues de la classification ci-dessus permet de relever la prédominance des problèmes liés aux finances (évoqués par 56% des répondants) et au marketing (55%). À l'obtention du capital requis s'ajoutent donc d'autres types de problèmes financiers. On retrouve ensuite six catégories de problèmes qui ont été mentionnées par une proportion plus faible mais non négligeable de répondants. Ces problèmes se rapportent aux ressources humaines (30,2%), à la production (16,8%), à l'environnement institutionnel (17,5%), à la gestion stratégique (15,7%), à l'administration générale (18,3%) à l'environnement social (15,4%) et économique (13,1%). Ces résultats suggèrent que l'éventail des problèmes rencontrés au démarrage par les entreprises ethniques échantillonnées est relativement large. On note que moins de 10% des répondants déclarent avoir rencontré des problèmes liés au réseautage (8,6%). La proportion faible de répondants qui a déclaré des problèmes ne pouvant pas être classés dans les précédentes catégories tend à indiquer que la grille de classification que nous avons adoptée permet de cerner relativement bien les problèmes rencontrés par les entreprises ethniques échantillonnées. Les tests de comparaison effectués entre les quatre groupes ethniques ont donné des résultats significatifs pour ce qui est des problèmes liés aux finances, marketing, ressources humaines, production, gestion stratégique, à l'environnement institutionnel, à l'environnement social, à l'environnement économique et aux autres catégories de problèmes. Les différences significatives obtenues relativement aux problèmes financiers montrent que les Italiens (47,4%) semblent moins affectés que les Chinois (51%), les Sikhs (61,8%) et les Juifs (63,6%). Au plan du marketing, les Juifs (81,5%) sont plus affectés que les Chinois (47,7%), les Italiens (50,4%) et les Sikhs (38,2%). Au niveau des ressources humaines, les Juifs (41,7%) sont plus affectés que les Chinois (23,2%), les Italiens (27,4%) et les Sikhs (27,9%). Pour la variable production, les Juifs (6%) sont moins affectés que les Chinois (22,5%), les Italiens (17,8%) et les Sikhs (21,3%). Pour la gestion stratégique, les Juifs (6%) sont moins affectés que les Chinois (20,5%), les Italiens (22,2%) et les Sikhs (14,7%). Relativement aux problèmes liés à l'environnement

institutionnel, les entrepreneurs chinois ont été plus fréquemment confrontés à ces problèmes (28,5%) que les entrepreneurs italiens (13,3%), sikhs (18,4%) et juifs (9,3%). Les problèmes liés à l'environnement social concernent plus les entrepreneurs chinois (23,8%) que les entrepreneurs juifs (16,6%), italiens (7,4%) et sikhs (12,5%). Enfin, les différences relativement aux autres catégories de problèmes révèlent que les Juifs (12,6%) ont été plus fréquemment confrontés à cette catégorie de problèmes que les Chinois (0,7%), les Italiens (3,7%) et les Sikhs (0%).

Ces résultats tendent donc à confirmer la vraisemblance de la troisième hypothèse de recherche à l'effet que les problèmes rencontrés diffèrent selon les groupes ethniques y compris en ce qui concerne le financement.

Conclusion⁴

Nous avons tout d'abord observé qu'une faible proportion de nos répondants a immigré au Canada dans le but de se lancer en affaires⁵. Les résultats dont nous disposons ne nous permettent pas de nous exprimer clairement sur le poids des facteurs dits positifs et négatifs dans la décision des répondants de se lancer en affaires, car nous n'avons pas spécifiquement posé des questions dans ce sens. Nous avons cependant pu relever que ces entrepreneurs ont connu une période relativement longue d'inactivité professionnelle et qu'une très faible proportion d'entre eux se sont lancés en affaires par tradition familiale. Ceci nous amène à avancer que des facteurs négatifs reliés à l'intégration professionnelle ont joué, dans le cas de notre échantillon, un rôle non négligeable. Une plus grande visibilité et accessibilité aux programmes de support gouvernementaux stimulerait-elle davantage les initiatives entrepreneuriales parmi les communautés ethniques ? Nous ne pouvons pas y répondre catégoriquement par l'affirmative. Néanmoins, il nous faut mentionner qu'une proportion non négligeable de nos répondants a eu recours au gouvernement pour financer le démarrage de leur entreprise. Aussi, devons-nous reconnaître que le gouvernement joue un rôle réel dont l'impact ne pourra être négligé si on veut stimuler l'entrepreneuriat en milieu ethnique. Les résultats que nous avons obtenus au sujet des raisons spécifiques du départ en affaires mettent en relief le besoin d'autonomie et de réalisation au plan économique. Ces observations indiquent que les entrepreneurs ethniques ne diffèrent pas fondamentalement au plan des caractéristiques psychologiques des entrepreneurs en général tels que décrits par la littérature pertinente dans ce domaine. Nous pouvons dire que les résultats accumulés à ce jour fournissent une base empirique suffisante et fiable à la conceptualisation et la modélisation du phénomène entrepreneurial en contexte ethnique. Nous pensons que cet effort de conceptualisation et modélisation devrait constituer une des priorités de la recherche dans le futur.

Il est bien établi dans la littérature en entrepreneuriat que la découverte de l'opportunité d'affaires se trouve au cœur de toute activité entrepreneuriale (Hartman et al., 1994 ; Drucker, 1985 ; Kirzner, 1973). Or, il se trouve qu'aucune recherche n'a été publiée dans ce domaine à notre connaissance. Les résultats que nous rapportons constituent un premier pas dans ce sens et mettent en exergue la diversité, sinon la complexité des facteurs et processus qui ont permis aux entrepreneurs de découvrir leur opportunité d'affaires. Quatre facteurs se sont révélés dominants : l'expérience, les contacts, l'analyse et la chance. Il est évident ici que les organisations et associations ethniques ont à jouer un rôle de premier plan. Une

⁴ Il est important de souligner que nous concluons dans la limite des données dont nous disposons, car nous ne sommes pas en mesure de nous exprimer sur la représentativité de notre échantillon d'étude.

⁵ Il est important de rappeler ici que les entrepreneurs que nous avons étudiés ne correspondent pas à ce qu'il est convenu d'appeler des immigrants investisseurs au sens de la Loi de l'immigration canadienne, c'est-à-dire des immigrants qui se sont formellement engagés à démarrer une entreprise comme condition de leur acceptation à immigrer au Canada.

décentralisation des programmes de support au niveau des gouvernements locaux, soit vers les municipalités, semble s'imposer. Les municipalités et les organisations d'affaires accroîtront l'efficacité de leurs interventions en développant des programmes de partenariat avec les communautés ethniques. Nous avons par ailleurs relevé que les entreprises créées opèrent en grande partie dans les secteurs du commerce et des services. Cette répartition sectorielle est cohérente avec ce que nous avons rapporté dans la revue de la littérature. Par ailleurs, nous ne retrouvons pas ici l'observation faite par Engardio et Burrows (1997) concernant la forte représentation des entreprises ethniques dans la Silicon Valley. Les entreprises manufacturières et technologiques sont en effet très peu représentées dans notre échantillon. Nous ne sommes pas en mesure de dire objectivement s'il s'agit ou non d'un biais d'échantillonnage, mais il nous semble que les gouvernements ont intérêt à soutenir l'entrepreneuriat ethnique dans les secteurs de haute technologie, et ce, en particulier parmi les immigrants qui affichent un haut niveau d'éducation et une capacité financière élevée. Nous avons aussi relevé que le temps de réalisation du projet est relativement long. Les gouvernements en collaboration avec les organismes de soutien à l'entrepreneuriat et les institutions d'enseignement devraient intensifier la vulgarisation des programmes de formation sur le démarrage d'entreprise auprès des associations d'affaires des communautés ethniques. Enfin, nous notons que, contrairement à ce qui est soutenu généralement dans la littérature sur le capital social, on constate que le groupe ethnique joue un rôle plutôt limité dans le financement du démarrage. L'étude des défis auxquels les entrepreneurs ont été confrontés lors du démarrage de leurs entreprises a montré la prédominance d'un large éventail de problèmes reliés aux finances, au marketing, aux ressources humaines, à la production, à la gestion stratégique, à l'environnement institutionnel, à l'environnement social, à l'environnement économique et aux autres catégories de problèmes. Ceci ne diffère pas fondamentalement de ce qui est généralement rapporté au sujet du démarrage des petites et moyennes entreprises en général (Huang et Brown, 1999; Tepstra et Olson, 1993). Autrement dit, les besoins en support des entreprises ethniques ne semblent pas différents de ceux des PME en général. Nous en déduisons qu'il n'est pas nécessaire pour les gouvernements de développer de nouveaux programmes de support destinés aux entreprises ethniques. Par contre, l'efficacité de la mise en œuvre de ces programmes reposera sur la capacité des gouvernements locaux à développer un véritable partenariat d'affaires avec les organisations ethniques. Ces résultats mettent aussi en relief l'existence d'un marché potentiellement important en termes de formation en gestion. Les institutions de formation semblent négliger ou ignorer l'existence de ce créneau. Sur le plan de la recherche, nous avons constaté lors de notre revue de la littérature la rareté sinon l'absence d'études spécifiques sur les compétences en gestion, les pratiques en gestion et la dynamique de développement des entreprises ethniques. Ces thèmes devraient figurer parmi les axes prioritaires de la recherche dans le futur.

Références

- A.L.E.X.I.S. (2004): "Entrepreneuriat immigré et intégration. Recherche-Action », Rapport d'études pour le F.A.S.I.D., A.L.E.X.I.S., Boutiques de Gestion de Lorraine, 133 Avenue André Malraux, 54600 Villers-les-Nancy, FRANCE;
- Basu, A. (1998) «An Exploration of Entrepreneurial Activity among Asian Small Businesses in Britain» *Small Business Economics*, vol. 10, n° 4 : 313-326.

- Bates, T., Dunham, C. (1993) «Asian-American success in Self-employment», *Economic Development Quarterly*, vol. 7, n° 2 : 199-215.
- Bates, T. (1994a) «Social Resources Generated by Group Support Networks May not Be Beneficial to Asian Immigrant-owned Small Businesses» *Social Forces*, vol. 72, n° 3 : 671-689.
- Bates, T. (1994b) «An Analysis of Korean-Immigrant-Owned Small-Business Start-Ups with Comparisons to African-American and Nonminority-Owned Firms», *Urban Affairs Quarterly*, vol. 30, n° 2 : 227-248.
- Bates, T. (1997) «Financing Small Business Creation: the Case of Chinese and Korean Immigrant Entrepreneurs», *Journal of Business Venturing*, vol. 12, n° 2; 109-124.
- Birley, S., Ghaie, S. (1992) *Networking by the Indian Community in Northern Ireland*. Imperial College, London, UK Working Paper, 27 pages
- Brenner, G.A., Célas, G., Toulouse, J.M. (1992a) *New Immigrants and New Businesses ; the Chinese and the Haitians in Montreal*. Cahier de recherche no. 92-03-01, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, École des HEC de Montréal.
- Brenner, G.A., Célas, G., Toulouse, J.M. (1992b) *Haitians Entrepreneurs in Montreal : New Lives, New Businesses*. Cahier de recherche no. 92-09-04, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, École des HEC de Montréal.
- Chu, P., (1996) «Social Network Models of Overseas Chinese Entrepreneurship : the Experience in Hong Kong and Canada», *Revue canadienne des sciences de l'administration*, vol.13, n° 4 : 358-365.
- Dallafar, A. (1994) «Iranian Women as Immigrant Entrepreneurs», *Gender & Society*, vol. 8, n° 4 : 541-561.
- Dana, L. (1993) «An Inquiry into Culture and Entrepreneurship: Case Studies of Business Creation among Immigrants in Montreal». *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, vol. 10, n° 4 : 16-31.
- Deakins, D., Majmudar, M., Ram, M. (1997) «Developing Success Strategies for Ethnic Minorities in Business: Evidence from Scotland», *New Community*, vol. 23, n° 3 : 325-342.
- Drucker, P. (1985) *Les entrepreneurs*, Paris, L'Expansion Hachette.**
- Engardio, P., Burrows, P. (1997) «Where Immigrants Find a Melting Pot of Gold», *Business Week*, n° 3541 : 123.
- Gold, S.J. (1988) «Refugees and Small Business: the Case of Soviet Jews and Vietnamese», *Ethnic and Racial Studies*, vol. 11, n° 4 : 411-438.
- Greene P.; Carter M., Reynolds P. (2003), "Minority Entrepreneurship: Trends and Explanation." In C. Steyaert, D. Hjorth (Eds): "*New movements in Entrepreneurship*." Edward Elgar
- Hartman, E.A., Tower, C.B., Sebor, C. (1994) « Information Sources and their Relationship to Organizational Innovation», *Journal of Small Business Management*, vol. 32, n° 1 : 36-46.**
- Hoffman, C.A., Marger, M.N. (1991) «Patterns of Immigrant Enterprise in Six Metropolitan Areas», *Sociology and Social Research*, vol. 75, n° 3 : 144-157.
- Huang, X., Brown, A. (1999) «An Analysis and Classification of Problems in Small Business», *International Small Business*, vol. 18, n° 1 : 73-85.
- Iyer, G.R., Shapiro, J.M. (1999) «Ethnic Entrepreneurial and Marketing Systems : Implications for the Global Economy», *Journal of International Marketing*, vol. 7, n° 4 : 83-110.
- Kirzner, I. (1973) *Competition and Entrepreneurship*, Illinois, Chicago University Press.**
- Kloosterman, R. Van der Leun, J., Rath, J. (1999) «Mixed Embeddedness: (in)formal Economic Activities and Immigrant Businesses in the Netherlands», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 23, n° 2 : 253-267.

- Lee, J. (1999) «Retail Niche Domination among African-American, Jewish and Korean Entrepreneurs», *American Behavioral Scientist*, vol. 42, n° 9 : 1398-1417.
- Menzies, T.V., Brenner, G.A., Filion, L.J (2003) «Social Capital, Networks and Ethnic Minority Entrepreneurs: Transnational Entrepreneurship and Bootstrap Capitalism». Publié dans: Etemad, H. and Wright R.W. (Eds) *Globalization and Entrepreneurship: Policy and Strategy Perspectives*. Cheltenham,UK, Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing: 125-151.
- Min, P.G. (1990) «Problems of Korean Immigrant Entrepreneurs», *International Migration Review* : 436- 455.
- Pessar, P.R. (1995) «The Elusive Enclave: Ethnicity, Class and Nationality among Latino Entrepreneurs in Greater Washington D.C.», *Human Organization*, vol. 54, n° 4 : 383-392.
- Phizacklea, A., Ram, M. (1996) «Being your Own Boss: Ethnic Minority Entrepreneurs in Comparative Perspective» *Work, Employment & Society*, vol 10, n° 2 : 319-339.
- Rafiq, M. (1992) «Ethnicity and Enterprise: a Comparison of Muslim and Non-Muslim Owned Asian Businesses in Britain», *New Community*, vol. 19, n° 1 : 43-60.
- Ram, M., Abbas, T., Sanghera, B., Hillin, G. (2000) «Currying Favour with the Locals: Balti Owners and Business Enclaves», *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 6, n° 1 : 41-55.
- Robichaud, D. (1999) *L'entrepreneuriat immigrant : revue de la littérature*. Chaire d'Entrepreneurship Maclean Hunter, École des HEC. Cahier de recherche 99-05, Montréal, avril 1999, 37 p.
- Teixeira, C. (1998) «Cultural Resources and Ethnic Entrepreneurship: a Case Study of the Portuguese Real Estate Industry in Toronto», *The Canadian Geographer*, vol. 42, n° 3 : 267-281.
- Tepstra, D.E., Olson, P.D. (1993) «Entrepreneurial Start-Up and Growth : a Classification of Problems» *Entrepreneurship, Theory and Practice*, vol. 17, n° 3 : 5-20.
- Toulouse, J.M., Brenner, G. A. (1990) *Immigrants Entrepreneurs: In Search of a Theoretical Model*. Cahier de recherche no 88-05-01A, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, École des HEC de Montreal .
- Waldinger, R., Aldrich, H., Ward, R., with the collaboration of Blaschke, J. et al. (1990) *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. Sage Series on Race and Ethnic Relations, vol. 1.
- Waldinger, R. (1995) «The Other Side of Embeddedness», *Ethnic and Racial Studies*, vol. 18, n° 3 : 554-580.
- Walton-Roberts, M., Hiebert, D. (1997) «Immigration, Entrepreneurship and the Family: Indo-Canadian Enterprise in the Construction Industry of Greater Vancouver» *Canadian Journal of Regional Science*, vol. 20, n° 1-2 : 119-140.
- Wang, S. (1999) «Chinese Commercial Activity in the Toronto CMA: New Development Patterns and Impacts», *Canadian Geographer*, vol. 43, n° 1 : 19-35.
- Wong, L.L., Ng, M. (1998) «Chinese Immigrant Entrepreneurs in Vancouver: a Case Study of Ethnic Business Development», *Canadian Ethnic Studies*, vol. 30, n° 1 : 64-85.
- Wong, L.L. (1997) «Globalization and Transnational Migration: a Study of Recent Chinese Capitalist Migration from the Asian Pacific to Canada», *International Sociology*, vol. 2, n° 3 : 329-351.
- Yoon, I. (1995) «The Growth of Korean Immigrant Entrepreneurship in Chicago», *Ethnic and Racial Studies*, vol. 18, n° 2 : 315-335.

Tableau 1: Sources de l'échantillon d'étude

Localisation des répondants	Origine ethnique des répondants	Statut et sexe des répondants				Total
		Entrepreneurs				
		Hommes		Femmes		
		Nés au Canada	Ailleurs	Nés au Canada	Ailleurs	
Montréal	Chinois	-	39	-	11	50
	Italiens	16	29	6	2	53
	Sikhs	1	30	1	3	35
	Juifs	17	20	3	9	49
Toronto	Chinois	1	29	-	23	53
	Italiens	14	22	1	19	56
	Sikhs	-	46	-	5	51
	Juifs	24	16	7	4	51
Vancouver	Chinois	-	34	-	15	49
	Italiens	7	8	6	4	25
	Sikhs	15	26	5	4	50
	Juifs	26	13	7	3	49
Total		121	312	36	102	571

Tableau 2 : Caractéristiques socio-démographiques des entrepreneurs

Variables analysées	Échantillon total		Comparaison selon l'origine ethnique								
	Fréquence Moyenne _a	% σ_b	Chinois	% σ_b	Italiens	% σ_b	Sikhs	% σ_b	Juifs	% σ_b	χ^2 F anova _c
Âge	45.25	11.57	44.20	9.46	46.81	12.35	42.74	9.45	47.22	13.87	4.698**
Durée de résidence	22.96	12.79	15.00	9.34	38.00	8.51	20.44	8.07	26.46	13.10	109.872***
Niveau d'études	3.20	1.36	3.24	1.35	2.50	1.29	3.42	1.25	3.54	1.31	15.529***
<i>Expériences de travail (années)</i>											
Au Canada	7.72	7.45	4.88	5.07	11.16	8.65	8.28	6.75	7.07	7.70	18.953***
Avant d'immigrer	4.42	7.18	8.00	8.92	1.32	3.53	2.10	4.52	5.63	7.42	28.581***
<i>Sexe</i>											
Homme	434	74.4	102	67.5	97	71.9	118	86.8	117	77.5	15.870***
Femme	139	25.6	49	33.5	38	28.1	18	13.2	34	22.5	

*:p≤0.05

**:p≤0.01

***:p≤0.001

(1): 0=Aucune étude, 1=Études élémentaires, 2=Études secondaires, 3=Études collégiales, 4=1^{er} cycle universitaire, 5=2nd cycle universitaire.**Tableau 3: Les raisons d'immigrer et du départ en affaires des entrepreneurs**

Variables analysées	Échantillon total		Comparaison selon l'origine ethnique								
	Fréquence Moyenne _a	% σ_b	Chinois	% σ_b	Italiens	% σ_b	Sikhs	% σ_b	Juifs	% σ_b	χ^2 F anova _c
<i>Raisons d'immigrer au Canada</i>											
Entrepreneuriales	50	8.7	12	7.9	4	3.0	25	18.4	9	6.0	16.568***
Familiales	145	25.3	35	23.2	44	32.6	37	27.2	29	19.2	22.911***
Politiques	78	13.6	51	33.8	3	2.2	12	8.8	12	7.9	41.803***
Économiques	90	15.7	15	9.9	28	20.7	39	28.7	8	5.3	31.9***
Autres raisons	177	30.9	66	43.7	26	19.3	55	40.4	30	19.9	6.380
<i>Raisons du départ en affaires</i>											
Créer un emploi	2.34	1.06	2.18	1.18	2.34	1.01	2.35	0.98	2.54	1.02	2.291
Faire de l'argent	1.88	0.92	2.04	0.97	1.92	1.00	1.94	0.91	1.64	0.77	4.711**
Être son patron	1.93	0.92	2.21	0.97	1.75	0.91	1.82	0.88	1.89	0.84	6.058***
Tradition	3.48	1.17	3.64	1.02	3.15	1.39	3.21	1.27	3.83	0.90	5.355***
Autres raisons	2.82	1.63	3.50	1.52	2.27	1.66	2.68	1.70	2.50	1.46	4.684**

*:p≤0.05

**:p≤0.01

***:p≤0.001

Tableau 4 : Modalité de découverte de l'opportunité d'affaires

Variables analysées	Échantillon total		Comparaison selon l'origine ethnique								
	Fréquence Moyenne _a	% σ_b	Chinois	% σ_b	Italiens	% σ_b	Sikhs	% σ_b	Juifs	% σ_b	χ^2 F anova _c
<i>Compétences</i>											
Analyse d'un secteur	123	21.5	49	32.5	27	20	16	11.8	31	20.5	18.650***
Connaissance domaine	111	19.4	23	15.2	23	17	22	16.2	43	28.5	11.032*
Expérience entrepreneuriale	143	25	27	17.9	43	31.9	59	43.4	14	9.3	51.954***
Études suivies	47	8.2	10	6.6	7	5.2	13	9.6	17	11.3	4.338
<i>Hasard</i>											
Chance	103	18	31	20.5	25	18.5	29	21.3	18	11.9	5.484
Instinct	1	0.2	1	0.7	-	0	-	0	-	0	2.8
<i>Trajectoires de vie</i>											
Circonstances vécues	19	3.3	4	2.6	6	4.4	-	0	9	6	8.704*
Difficultés rencontrées	8	1.4	4	2.6	1	0.7	-	0	3	2	4.451
<i>Réseau d'information</i>											
Revue	3	0.5	1	0.7	2	1.5	-	0	-	0	3.945
Contacts	114	19.9	18	11.9	35	25.9	52	38.2	9	6	56.208***
Famille	51	8.9	7	4.6	11	8.1	9	6.6	24	15.9	13.464**
<i>Initiative personnelle</i>											
Prise de risques	17	3	5	3.3	2	1.5	2	1.5	8	5.3	5.005
Planification démarche	75	13.1	11	7.3	33	24.4	29	21.3	2	1.3	46.252***

*:p≤0.05

**:p≤0.01

***:p≤0.001

Tableau 5 : Localisation et secteurs d'activité des entreprises

Variables analysées	Échantillon total		Comparaison selon l'origine ethnique								
	Fréquence Moyenne _a	% σ_b	Chinois	% σ_b	Italiens	% σ_b	Sikhs	% σ_b	Juifs	% σ_b	χ^2 F anova _c
Localisation où groupe ethnique est dominant	270	47.1	97	64.2	78	57.8	61	44.9	34	22.5	62.204***
Services	158	27.6	44	29.1	40	29.6	40	29.4	34	22.5	2.912
Immobilier	10	1.7	2	1.3	4	3	1	0.7	3	2	2.245
Services financiers	17	3	2	1.3	4	3	4	2.9	7	4.6	2.828
Commerce de détail	167	29.1	45	29.8	51	37.8	42	30.9	29	19.2	13.202**
Commerce de gros	51	8.9	14	9.3	7	5.2	10	7.4	20	13.2	5.976
Construction	17	3	2	1.3	6	4.4	4	2.9	5	3.3	2.572
Transports	6	1	3	2	-	0	3	2.2	-	0	6.055
Restauration	58	10.1	22	14.6	8	5.9	18	13.2	10	6.6	9.284*
Manufacture	31	5.4	5	3.3	9	6.7	4	2.9	13	8.6	6.32
Enseignement	6	1	3	2	-	0	-	0	3	2	5.379
Technologies de l'info.	20	3.5	6	4	1	0.7	4	2.9	9	6	5.837
Autres secteurs	27	4.7	2	1.3	2	1.5	5	3.7	18	11.9	24.393***
Omissions	5	0.9	1	0.7	3	2.2	1	0.7	-	0	-

Tableau 6 : Modalités du démarrage des entreprises

Variables analysées	Échantillon total		Comparaison selon l'origine ethnique								
	Fréquence Moyenne _a	% σ_b	Chinois	% σ_b	Italiens	% σ_b	Sikhs	% σ_b	Juifs	% σ_b	χ^2 F anova _c
Réalisation idée (mois)	24.01	31.6	21.17	23.7	22.48	29.5	29.64	26.8	23.5	41.3	1.663
<i>Modes d'acquisition de l'entreprise</i>											
Achat	106	18.5	38	25.2	27	20	22	16.2	19	12.6	9.003*
Création	437	76.3	106	70.2	99	73.3	110	80.9	122	80.8	6.255
Héritage	22	3.8	5	3.3	5	3.7	2	1.5	10	6.6	5.187
Autre	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Omission	8	1.4	2	1.3	4	3	2	1.5	-	0	-
<i>Investissement initial</i>											
Montant total (10 ³)	341.40	4469.16	116.52	288.54	150.92	500.86	210.4	743.11	816.42	8445.96	0.738
Part investie (%)	76.81	30.8	85.14	26.5	78.24	29.5	71.66	29.4	72.8	35.1	5.336*
<i>Sources de financement</i>											
Épargne personnelle	62.84	37.4	70.45	33.7	62.28	39.8	62.68	33.6	55.6	40.6	3.816*
Prêt bancaire	17.16	28.5	10.41	22.1	22.26	33.8	14.03	22.1	22.3	32.4	6.228***
Prêt familial	12.31	23.8	17.09	27.0	9.75	22.3	8.81	17.8	12.8	25.6	3.397*
Prêt gouvernemental	0.52	5.15	0.59	4.71	0.16	1.78	0.16	1.77	1.11	8.55	1.033
Prêt du groupe ethnique	3.85	14.0	-	0	0.66	5.32	8.79	20.8	2.39	10.5	8.299***
Prêt non groupe ethnique	0.22	2.08	-	0	0	0	0.67	3.64	0	0	3.016*
Autres sources	2.28	12.5	1.94	12.0	2.16	12.4	1.43	9.96	3.5	15.1	0.667

Tableau 7 : Problèmes rencontrés au démarrage

Variables analysées	Échantillon total		Comparaison selon l'origine ethnique								
	Fréquence Moyenne _a	% σ_b	Chinois	% σ_b	Italiens	% σ_b	Sikhs	% σ_b	Juifs	% σ_b	χ^2 F anova _c
Difficulté financement	241	42.1	75	49.7	57	42.2	56	41.2	53	35.1	7.339
<i>Types de problèmes rencontrés</i>											
Finances	321	56	77	51	64	47.4	84	61.8	96	63.6	10.934*
Marketing	315	55	72	47.7	68	50.4	52	38.2	123	81.5	62.579***
Ressources humaines	173	30.2	35	23.2	37	27.4	38	27.9	63	41.7	13.872**
Production	96	16.8	34	22.5	24	17.8	29	21.3	9	6	18.346***
Gestion stratégique	90	15.7	31	20.5	30	22.2	20	14.7	9	6	17.919***
Administration	105	18.3	30	19.9	26	19.3	18	13.2	31	20.5	3.163
Réseautage	49	8.6	19	12.6	11	8.1	11	8.1	8	5.3	5.247
Envir. Institutionnel	100	17.5	43	28.5	18	13.3	25	18.4	14	9.3	21.426***
Envir. Social	88	15.4	36	23.8	10	7.4	17	12.5	25	16.6	15.945***
Envir. Économique	75	13.1	10	6.6	10	7.4	15	11	40	26.5	33.727***
Autres facteurs	25	4.4	1	0.7	5	3.7	-	0	19	12.6	35.752***

*:p≤0.05 **:p≤0.01 ***:p≤0.001