

Parlons affaires

L'ESPRIT D'ENTREPRISE ET LES
GROUPES MULTICULTURELS

Bureau de la petite entreprise
Juin 1987



Gouvernement
du Canada

Expansion industrielle
régionale

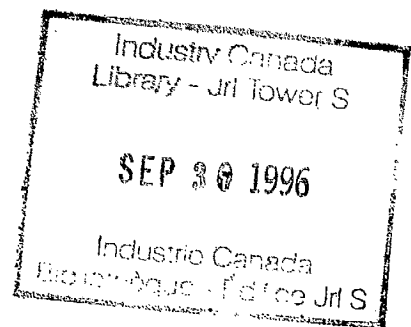
Government
of Canada

Regional Industrial
Expansion

Canada

L'ESPRIT D'ENTREPRISE ET LES
GROUPES MULTICULTURELS

Bureau de la petite entreprise
Juin 1987



Préparé par: E. Pat Oliver

Queen
HD
2346
.03
844
1987

TABLE DES MATIÈRES

<u>PARTIE</u>	<u>PAGE</u>
I. SOMMAIRE	1
II. INTRODUCTION	2
III. GROUPES ETHNOCULTURELS ET TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS	4
IV. PROBLÈMES PERÇUS	9
A) Financement	9
B) Esprit d'entreprise	13
C) Développement des marchés	17
D) Questions sociales et environnementales	20
V. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	24
VI. BIBLIOGRAPHIE	25

I. SOMMAIRE

Le Bureau de la petite entreprise (BPE) a entrepris cette étude afin d'obtenir un aperçu des conditions influant sur l'esprit d'entreprise chez les groupes ethnoculturels minoritaires et de déterminer le travail ou les initiatives que le Bureau de la petite entreprise pourrait souhaiter accomplir ou prendre dans ce domaine. Dans le cadre de cette étude, le BPE a tenu des consultations officieuses dans diverses villes canadiennes afin d'obtenir le point de vue d'un certain nombre de représentants des groupes minoritaires.

Les principaux obstacles perçus par ceux qui ont assisté aux réunions sont l'accès à un financement adéquat avant et après le lancement d'une entreprise, le manque de compétences en matière de développement des marchés, le manque d'information sur les débouchés commerciaux et la formation généralement insuffisante des dirigeants.

S'il est vrai que le taux moyen de travailleurs indépendants dans les communautés culturelles est généralement plus élevé que celui des groupes dominants, certaines communautés affichent des taux de participation très faibles. L'absence de modèles de comportement semble être une des causes de cette situation.

Il est difficile pour le moment de définir précisément les obstacles auxquels font face les entreprises ethniques ou d'évaluer la mesure dans laquelle ces obstacles diffèrent de ceux auxquels font face les entrepreneurs des groupes dominants. Cela vient du fait que nous manquons de données empiriques et que les groupes ethniques représentent un large éventail d'entreprises et ne vivent pas les mêmes situations. Néanmoins, il est évident qu'un certain nombre de communautés ont plus de difficultés que d'autres à engendrer des entrepreneurs, possiblement en raison des traditions et des cultures qui leur sont propres ou de la discrimination raciale dont elles font l'objet.

L'étude fait ressortir les points suivants: à l'avenir, l'élaboration de politiques devrait viser à accroître la capacité des communautés ethnoculturelles les plus défavorisées de s'adapter au contexte des affaires du Canada et à sensibiliser le milieu des affaires des groupes dominants, et particulièrement les institutions financières, aux différences culturelles qui influent sur la façon d'exploiter une entreprise. Pour le faire de façon efficace, l'étude recommande en outre que le Bureau de la petite entreprise effectue une étude plus détaillée des groupes les plus défavorisés et que, par la suite, il envisage d'élaboration d'un programme très souple en vue d'aider les entrepreneurs de ces groupes à lancer de nouvelles entreprises.

II. INTRODUCTION

Le secteur de la petite entreprise contribue dans une importante mesure à la croissance économique et à la création d'emplois au Canada. Selon les chiffres fournis par Revenu Canada sur l'année 1983, au moins 97 % de toutes les entreprises canadiennes sont considérées comme petites, c'est-à-dire qu'elles ont un chiffre d'affaires brut inférieur à 2 millions de dollars et comptent moins de 50 employés. Quatre-vingt pour cent de celles-ci ont enregistré des ventes inférieures à 250 000 \$. En 1984, elles fournissaient 2 780 000 emplois ou 41 % de tous les emplois du secteur privé. On estime que 80 % de tous les emplois créés au Canada au cours de la prochaine décennie le seront par les petites entreprises.

Les données de Statistique Canada (recensement de 1981) montrent que les Canadiens ethnoculturels sont sur-représentés dans le secteur de la petite entreprise par rapport au pourcentage de la population totale. Bien qu'ils constituent le tiers de la population, ils possèdent et exploitent 50 % des petites entreprises au Canada. La reconnaissance de leur esprit d'entreprise a donné lieu à la première conférence intitulée "Le multiculturalisme, une bonne affaire" qui s'est tenue à Toronto en avril 1986. Cette conférence, à laquelle ont participé divers ministères fédéraux, dont le Bureau de la petite entreprise (BPE) du MEIR, a été organisée par le Secrétariat d'État (Multiculturalisme Canada). Par ailleurs, le gouvernement fédéral a fait clairement état dans le discours du trône d'octobre 1986 de l'importance qu'il attache au soutien des entreprises des groupes ethnoculturels du Canada.

Suite à des pourparlers avec Multiculturalisme Canada, le BPE a entrepris une étude visant à évaluer les problèmes auxquels font face les entrepreneurs des communautés ethnoculturelles en vue de proposer, au besoin, des améliorations aux politiques et aux programmes publics qui permettraient d'obtenir et de maintenir la pleine participation de ces communautés à l'économie.

Objectifs de l'étude

Les objectifs de l'étude étaient les suivants: (1) cerner les besoins des groupes multiculturels en ce qui a trait au développement des petites entreprises et à l'esprit d'entreprise; (2) fournir des recommandations relativement à d'éventuelles mesures que le BPE pourrait prendre.

Méthodologie

On a tenu des réunions avec des dirigeants d'associations culturelles et commerciales nationales dans les villes suivantes: Halifax, Montréal, Winnipeg, Edmonton, Vancouver et Ottawa. D'autres ministères et organismes ont été consultés au cours de l'étude, notamment le Secrétariat d'État (Multiculturalisme Canada) et la Banque fédérale de développement.

Contenu du rapport

Le rapport commence par une brève description et une comparaison des taux de travailleurs indépendants des groupes multiculturels des États-Unis et du Canada. Les principales préoccupations soulevées lors des réunions de consultation sont présentées et analysées. Elles sont présentées successivement sous les rubriques Financement, Esprit d'entreprise, Développement des marchés et Questions sociales et environnementales.

III. GROUPES ETHNOCULTURELS ET TRAVAILLEURS INDEPENDANTS

A. L'expérience américaine

On a utilisé les données du recensement des États-Unis de 1980 pour recueillir de l'information sur les travailleurs indépendants des plus importants groupes ethniques de ce pays. Les 50 groupes les plus importants ont été étudiés car ils représentaient 97 % des répondants ayant déclaré une seule origine. Ils représentaient aussi 51 % de la population totale des États-Unis en 1980. Les chercheurs se sont servis du pays d'origine et ont inclus dans leur étude seuls les répondants qui ont déclaré une seule origine ethnique. Les personnes dont l'origine était multiple ont été omises.

En utilisant le taux de participation aux affaires (TPA) des travailleurs indépendants pour 1 000 personnes, les chercheurs ont constaté que la moyenne pour les 50 groupes était de 58,9 et qu'il existait des variations entre les régions géographiques.¹ Ils ont calculé que la moyenne nationale aux États-Unis était de 48,9 travailleurs indépendants pour 1 000 personnes. Une liste des groupes dont les TPA sont les plus élevés et les plus faibles figure ci-dessous.

<u>GROUPE</u>	<u>TPA ÉLEVÉ</u>	<u>GROUPE</u>	<u>TPA FAIBLE</u>
Russes	117,4	Porto Ricains*	10,6
Libanais	106,4	Africains sous-sahariens**	13,6
Roumains	104,3	Dominicains	14,6
Suisses	104,2	Haïtiens	15,5
Grecs	94,9	Vietnamiens	16,5
Arméniens	95,5	Mexicains	18,6
Danois	93,2	Hawaïens	20,3
Syriens	92,7	Jamaïcains	21,5
		Philippins	22,4

L'étude a montré que les Indiens américains comptaient 33,3 de travailleurs indépendants pour 1 000 personnes. Les autres groupes dont le TPA se rapproche de la moyenne nationale américaine étaient les suivants:

Indiens asiatiques	47,1
Cubains	47,9
Chinois	60,2
Japonais	64,8
Coréens	69,2

1 Fratoe, F.A. et Meeks, R.L., Business Participation rates of the 50 largest Ancestry Groups, juin 1985, Office of Advocacy, Research and Information, Minority Business Development Agency, U.S. Dept. of Commerce.

* Seulement les Porto-Ricains qui vivent aux États-Unis

** Comprend les noirs américains.

L'analyse de ces données a montré que ces groupes affichaient des taux de participation semblables dans toutes les régions des États-Unis, à quelques exceptions près.

NOTA:

La méthodologie utilisée dans l'étude américaine diffère de celle utilisée dans l'étude analogue conduite au Canada qui est présentée dans la partie suivante du présent rapport. L'étude américaine distingue les "Noirs" par pays d'origine; les Noirs américains y sont appelés Noirs sous-sahariens. L'étude canadienne classe les Anglais, les Irlandais, les Écossais, etc., comme des Britanniques et tous les Noirs antillais sont regroupés en raison de la taille de la population. L'étude américaine n'utilise que les données des répondants qui ont déclaré un seul groupe ethnique sur le formulaire du recensement tandis qu'au Canada, l'information utilisée provient des réponses à la question "A quel groupe ethnique ou culturel appartenez-vous ou appartenaient vos ancêtres qui sont les premiers venus sur ce continent?"

B. L'expérience du Canada

Selon Statistique Canada (données du recensement de 1981), les Canadiens ethnoculturels sont très actifs dans le secteur de la petite entreprise. Ils constituent le tiers de la population du pays mais possèdent et exploitent 50 % de ses petites entreprises.

Une étude réalisée par Multiculturalisme Canada indique que le taux des travailleurs indépendants ethnoculturels est de 84,5 personnes pour 1 000, ce qui se compare à la moyenne canadienne, qui est de 62,7 personnes pour 1 000¹. L'étude identifie aussi les groupes qui affichent un taux de travailleurs indépendants élevés de même que les groupes qui sont sous-représentés. Le tableau suivant montre les divers groupes ainsi que leur dispersion par rapport à la moyenne canadienne qui est de 62,7 personnes pour 1 000.

1 Les travailleurs indépendants chez les groupes ethnoculturels du Canada: Faits saillants, Rapport I, Multiculturalisme Canada, Mars 1986

TABLEAU 1

TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS PAR GROUPE ETHNOCULTUREL

Groupes dont le TPA dépasse la moyenne canadienne d'au moins 10 points:

Juif	149,6
Grec	124,2
Asiatique de l'Extrême-Orient (Japonais et Coréen)	109,7
Hollandais	107,9
Scandinave	103,1
Allemand	103,0
Asiatique de l'Ouest/Arabe	99,9
Hongrois	95,1
Tchèque et Slovaque	91,3
Ukrainien	88,1
Russe	81,0
Chinois	72,9

Groupes dont le TPA se rapproche de plus ou moins 10 points de la moyenne canadienne:

Yougoslave	71,4
Polonais	69,0
Italien	64,5
Finnois	64,1
Britannique	59,1

Groupes dont le TPA est inférieur de plus de 10 points à la moyenne nationale:

Indiens-Pakistanaï	50,7
Français	48,6
Espagnol	48,4
Latino-américain	34,3
Portugais	30,8
Noir	26,5
Philippin	17,6

C. Analyse

Lorsqu'on compare les taux de participation au Canada avec ceux aux États-Unis, on constate que les Européens de l'Est, les Arabes (Libanais, Syriens, etc.) les Grecs et les Scandinaves sont sur-représentés dans les deux pays. De même, les Philippins, les Noirs et les Latino-américains ont des taux de participation qui sont inférieurs de plusieurs points aux moyennes nationales. Les Japonais et les Coréens ont un pointage exceptionnellement élevé au Canada par rapport aux États-Unis, comptant 109,7 travailleurs indépendants pour 1 000 au Canada comparé à 67 pour 1 000 aux États-Unis. Les minorités visibles se situent au bas de l'échelle dans les deux pays. Bien qu'ils affichent des taux inférieurs à la moyenne nationale dans les deux pays, les Indiens asiatiques ont un meilleur pointage que les Français fondateurs au Canada et que les Noirs américains et les Hawaïens aux États-Unis.

Bien que les données recueillies sur les travailleurs indépendants des groupes ethnoculturels soient intéressantes, elles demeurent insuffisantes, pour un certain nombre de raisons, pour justifier des initiatives particulières en matière de politique.

Par exemple, les taux de participation concernent les personnes qui se sont déclarées elles-mêmes employés indépendants et pourraient comprendre des fermiers, des pêcheurs, des chauffeurs de taxi tout comme des propriétaires de petites entreprises. Nous ne pouvons, pour le moment, déterminer combien de personnes, en fait, font partie de cette dernière catégorie, ni ne pouvons connaître le taux de succès ou d'échec de leurs entreprises.

Sous l'angle de l'élaboration de la politique, personne encore n'a défini ce que signifie une "petite entreprise ethnoculturelle". Voulons-nous dire par là des entreprises qui desservent des communautés ethniques ou celles qui appartiennent à des Canadiens ethnoculturels, ou les deux? Une petite entreprise appartenant à un Canadien ethnoculturel mais desservant les marchés dominants doit-elle être incluse dans ce groupe?

En l'absence de définition claire, il a été difficile au cours des réunions de consultation d'axer la discussion sur des problèmes précis puisque les représentants des communautés considèrent les choses sous divers aspects, traduisant des expériences et un contexte commercial qui varient extrêmement d'un groupe à un autre.

Cependant, les données sur les travailleurs indépendants nous indiquent assez clairement quels groupes affichent les taux les plus faibles de travailleurs indépendants. Il est probable que ces groupes font face à des obstacles plus grands que ceux auxquels font face tous les petits entrepreneurs, quelle que soit leur origine ethnoculturelle.

Il nous faut savoir qui ils sont, où se trouvent-ils concentrés au pays et quels sont les obstacles particuliers auxquels ils font face. Les études réalisées actuellement par les gouvernements provinciaux et d'autres ministères fédéraux nous fourniront probablement une partie de l'information nécessaire. Pour combler les lacunes, le BPE devrait réaliser sa propre enquête pour produire les données dont il a besoin aux fins de l'élaboration de la politique.

Recommandation 1

Que le BPE entreprenne un programme de recherche auprès des Latino-américains, des Portugais, des Noirs et des Philippins du Canada visant à produire des données utiles sur les petites entreprises et à déterminer plus précisément les obstacles à l'esprit d'entreprise auxquels font face chacun de ces groupes.

IV. PROBLÈMES PERÇUS

A) Financement

1. Questions découlant des consultations

i) Banques commerciales

Certains participants ont le sentiment que les banques commerciales ont une attitude négative envers le petit entrepreneur ethnoculturel. Les garanties demandées sont, semble-il, extrêmement élevées. Au dire de certains, les banquiers manquent de loyauté envers la communauté, tout particulièrement dans leur façon d'appliquer les règles de saisie des biens hypothéqués. Les représentants de certains groupes ont indiqué que leurs membres se sentaient intimidés par le système. Certains banquiers refusent apparemment de prêter en vertu de la LPPE. Certains restaurateurs ont affirmé que les banquiers refusaient carrément de leur prêter.

En deuxième lieu, les minorités "visibles" pensent que leur "visibilité" est un handicap, particulièrement pour les nouveaux immigrants qui n'ont pas d'antécédents ou de cote de crédit. Les participants estiment que les banquiers ne sont pas exposés aux cultures étrangères et que, par conséquent, ils ne sont pas bon juge de leurs compétences en affaires et de leur intégrité professionnelle. Certains groupes envisagent de créer des caisses d'épargne. Certains groupes asiatiques dirigent leurs membres vers la Canada Hong Kong Bank et la Canada Korea Bank dans les villes où ces banques possèdent des succursales. Certains vont même à l'étranger pour obtenir des fonds.

Certaines entreprises familiales ont déclaré avoir d'énormes difficultés à obtenir des fonds à des taux raisonnables. Parmi les causes d'échec des entreprises, les participants citent le manque de fonds de roulement et d'accès à du capital de risque après le lancement de l'entreprise.

ii) Banque fédérale de développement

La BFD est critiquée: on soutient qu'elle est exploitée comme une banque commerciale plutôt que comme une banque de dernier ressort. Certains participants croient que cette société d'État embauche des banquiers à la retraite des banques commerciales et que ceux-ci amènent avec eux non seulement leur bagage d'expérience mais aussi leurs attitudes. La BFD est réputée pour ignorer la "petite" entreprise et répondre plutôt aux besoins des entreprises de taille "moyenne". Elle est jugée trop rigide et elle établirait un minimum trop élevé pour ces prêts. Il est arrivé que des groupes qui ont eu recours aux services de gestion et aux services de consultation pour petites entreprises (CASE) de la BFD et à qui on a conseillé de faire appel à celle-ci pour obtenir des prêts en fonction de leurs projets, aient vu leur demande refusée.

2. Propositions des participants

i) Entreprises familiales

- Le gouvernement devrait établir un programme de financement pour la micro-entreprise de type familial.

ii) Banque fédérale de développement

- La BFD devrait privilégier ces entreprises et rendre ses prêts plus accessibles.
- La BFD devrait être autorisée à consentir des prêts pour l'établissement de restaurants.

iii) Banques commerciales

- Le gouvernement devrait sensibiliser les banquiers des groupes dominants aux besoins financiers de la communauté des petites entreprises ethnoculturelles.
- Le gouvernement devrait encourager les banques commerciales à utiliser un ratio d'endettement de deux pour un lorsqu'elles établissent leurs plafonds pour leurs prêts. Ceci veut dire qu'un entrepreneur désireux d'investir 20 000 \$ de fonds propres devraient être en mesure d'emprunter 40 000 \$ de l'institution financière.

iv) Stimulants

- Le gouvernement devrait fournir certains stimulants au lancement d'entreprises pour favoriser la création d'emplois.

3. Analyse

Les discussions ont été utiles car elles ont permis de cerner les perceptions des représentants des divers groupes ethnoculturels. Aucune tentative n'a été faite pour appuyer ou réfuter ces perceptions. Parmi toutes les questions soulevées pendant les réunions de consultation, celles de la sous-capitalisation et de l'accès au financement sont les plus critiques.

Les petites entreprises qui ne desservent que les marchés ethniques et qui font partie de communautés peu intégrées semblent les plus vulnérables. Outre qu'elles ont accès à des marchés limités, elles paraissent n'avoir aucun contact avec le monde extérieur et semblent peu connaître les autres sources de capitaux. Le maillage est un autre élément important de l'exploitation de l'entreprise canadienne et certaines communautés ethnoculturelles ont manifestement de la difficulté à s'intégrer aux réseaux existants. En outre, l'aide financière de leurs propres communautés semble faible ou inexistante.

Les communautés ethnoculturelles qui desservent un mélange de marchés ou qui appartiennent à des communautés plus intégrées, ou les deux, tels les Asiatiques, semblent être mieux pourvues en capitaux. Par contre, pour d'autres, l'accès au financement ne semble pas poser de problèmes plus grands que pour les entreprises des communautés dominantes.

Recommandation 2

Que le BPE appuie activement la diffusion d'information sur le contexte des affaires au Canada et sur les programmes et les services financiers du gouvernement dans le but d'aider les communautés ethnoculturelles à avoir accès aux sources de financement des communautés dominantes.

Recommandation 3

Que le BPE sensibilise les groupes les plus défavorisés à l'utilité de constituer des réservoirs de capitaux au sein des communautés ethnoculturelles puisque ces réservoirs représentent après les épargnes personnelles, la seconde source de capitaux en importance.

L'ignorance de la part des institutions financières du fait qu'il existe chez les minorités visibles et les communautés ethnoculturelles des façons différentes d'exploiter une entreprise peut les porter à croire à tort que ces entreprises constituent un risque élevé et les inciter à exiger d'elles des taux d'intérêt plus élevés ou des garanties plus grandes. Il est très intéressant de noter que la plupart des entrepreneurs des groupes minoritaires créent des entreprises dans le secteur du détail ou de la prestation de services personnels: deux types d'entreprises qui nécessitent peu de capital de démarrage.

La question n'en est pas une de disponibilité de fonds puisque la plupart des institutions prêteuses du Canada, y compris les banques à charte et la BFD, octroient maintenant des prêts à terme. Il existe également un important réservoir de capital de risque au Canada pour lequel on cherche des possibilités d'investissement adéquates. Le problème en est un de crainte du risque de la part des prêteurs et, plus fondamentalement, de sous-capitalisation des petites entreprises qui s'endettent trop lourdement et qui ont, par conséquent, des problèmes de liquidités.

Recommandation 4

Que le BPE détermine le mode d'exploitation des entreprises des divers groupes ethniques et qu'il sensibilise les banquiers aux différences culturelles quant à la façon d'exploiter une entreprise.

Dans le domaine du financement, la BFD octroie des prêts pouvant servir de fonds de roulement, prend habituellement des risques plus élevés que les autres institutions et s'engage davantage dans la prestation de capital de risque. Les participants aux réunions de consultation semblaient

croire que la BFD ne répondait pas toujours aux besoins des petites entreprises à ce chapitre. Ces perceptions pourraient être clarifiées par des dialogues plus étroits et plus fréquents entre la BFD et les représentants des groupes minoritaires. Il convient de noter qu'en règle générale, la BFD possède de bons antécédents en ce qui a trait à la prestation de services dans les langues des diverses communautés ethnoculturelles.

Il n'existe pas pour le moment de programmes fédéraux axés précisément sur les entreprises ou les entrepreneurs des communautés ethniques. Au niveau provincial, la Nouvelle-Écosse a institué un programme des possibilités d'affaires pour les Noirs (Black Business Opportunity Program - BBOP) comme stimulant à la création et au maintien des emplois au sein des entreprises noires et afin d'amener les membres des milieux d'affaires noirs à s'intégrer à l'activité économique normale.

Le programme a un double objectif:

- faciliter l'établissement, l'expansion ou la modernisation de toute entreprise commerciale utilisatrice de richesses naturelles, de fabrication, de transformation ou de services;
- fournir une formation aux gens d'affaires noirs ou à leur personnel clé si nécessaire, en vue de contribuer au succès de leurs entreprises.

Le ministère du Développement de la Nouvelle-Écosse consent des subventions représentant 50 % des coûts jusqu'à un maximum de 10 000 \$. La participation minimale du propriétaire doit être d'au moins 20 % de la valeur totale de l'actif de l'entreprise, y compris le nouveau projet. En vertu du volet éducation du PPAN (BBOP), le Ministère peut accorder jusqu'à 100 % des frais de scolarité, des frais de déplacement et des achats de livres admissibles. La subvention maximale que peut obtenir une entreprise au titre de ce volet est de 500 \$.

Aux États-Unis, la Minority Business Development Agency (MBDA), qui fait partie du Department of Commerce, fournit une aide au-delà de celle fournie par la Small Business Administration à toutes les entreprises. Plus précisément, elle aide à trouver les sources de fonds et à préparer des demandes d'aide financière. Il existe aussi les Minority Enterprise Small Business Investment Companies qui fournissent des prêts et du capital-actions. En Grande-Bretagne, l'aide aux entreprises minoritaires est concentrée au niveau local où des unités de mise sur pied d'entreprises fournissent un large éventail de services; elle vise à donner un nouvel essor aux centre-villes.

Les entrepreneurs qui lancent une affaire doivent tabler sur leurs propres épargnes et celles de leurs familles et amis. Une fois leurs épargnes réunies, ils peuvent obtenir un prêt d'une banque et lancer une plus grosse affaire. Dans le cas de certaines communautés qui affichent les taux de participation des travailleurs indépendants les plus faibles,

réunir un tel financement, aussi faible soit-il, peut se révéler un obstacle. Il faudrait envisager de fournir à ces entrepreneurs un minimum de fonds de démarrage en vertu d'un programme souple, semblable à celui que le gouvernement de la Nouvelle-Écosse a mis sur pied pour la communauté noire.

Recommandation 5

Que le BPE évalue l'utilité de concevoir un programme de stimulation de l'esprit d'entreprise répondant aux besoins de financement et de conseils en gestion des communautés ethnoculturelles les plus défavorisées.

B) Esprit d'entreprise

1. Questions découlant des consultations

i) Contexte canadien

Les problèmes découlent d'un manque de connaissances de la façon dont les Canadiens font des affaires. Pour les nouveaux immigrants, il a été proposé de préparer une trousse décrivant le contexte des affaires au Canada et de la remettre aux intéressés avant leur émigration.

ii) Cours de la BFD

Bien que le contenu des cours de la BFD ait fait l'objet de louanges, les participants croient que ces cours seraient mieux reçus s'ils étaient offerts par leurs propres organismes. La raison invoquée est que les membres seraient plus à l'aise avec quelqu'un qui comprend leur langue, leur culture et leurs pratiques commerciales.

iii) Formation d'entrepreneurs

La nécessité d'une formation à la préparation de projets, à la tenue des livres et, même, à la façon d'approcher un banquier a été soulignée par les participants. Certains estiment que les sommes qui sont dépensées pour former des chômeurs canadiens à exercer des emplois inexistantes pourraient être réorientées pour former des entrepreneurs puisque ceux-ci sont des pourvoyeurs d'emplois. Une formation adéquate pourrait également faciliter l'obtention de prêts bancaires. Certains participants ont exprimé le besoin de modèles de réussite au sein de leurs communautés pour favoriser l'esprit d'entreprise chez les jeunes.

2. Propositions faites par les participants

i) Formation

- Des séminaires sur la gestion, la fiscalité, la comptabilité, etc. devraient être organisés pour les groupes ethniques par les banquiers, le MEIR, la BFD et les ministères provinciaux responsables des petites entreprises.

ii) Information

- Tous les renseignements destinés au petit entrepreneur devraient être réunis et rendus accessibles depuis un seul emplacement.
- Le gouvernement devrait publier ses informations en une publication nouvelle facile à lire et l'envoyer directement aux groupes ethnoculturels pour que ceux-ci la distribuent à leurs membres.

iii) Clubs d'entreprises

- Le gouvernement devrait établir un programme visant à réunir des groupes de trois ou quatre professionnels en chômage ayant des compétences différentes et les aider à lancer une petite entreprise.

3. Analyse

Diverses raisons sociales et économiques expliquent la difficulté de nombreux immigrants à faire partie de la population active. Travailler à leur compte est souvent la seule façon de subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille.

Les valeurs ou talents d'entrepreneur varient largement. Par exemple, le premier immigrant d'une famille peut être issu d'un milieu urbain de classe moyenne et posséder une assez bonne instruction, ce qui peut ne pas être nécessairement le cas des autres membres de sa famille qui le rejoignent ultérieurement. Les gens d'affaires qui immigreront peuvent être très bien préparés à grossir les rangs des entrepreneurs canadiens; par contre, des réfugiés politiques pourraient, eux, être très mal préparés à le faire.

De nombreux Canadiens issus d'un milieu ethnoculturel ont créé leur propre entreprise sans avoir suivi auparavant des cours de formation structurée sur la façon de gérer une entreprise ou encore sur le fonctionnement du milieu canadien des affaires. Peu d'entre eux ont eu la chance d'acquérir une expérience valable en gestion dans une autre entreprise avant de créer la leur. Enfin, la plupart des entreprises appartenant à des groupes minoritaires et desservant essentiellement des marchés ethniques sont de petite taille, éprouvent beaucoup de difficultés et présentent très peu de modèles de comportement positifs.

Les réunions tenues à des fins de consultation ont fait clairement ressortir que de nombreux groupes ne possèdent pas de renseignements pertinents sur le milieu des affaires et que plusieurs personnes se sont lancées en affaires avec une connaissance limitée des mécanismes, des marchés et des techniques de gestion. De l'avis des participants, plusieurs programmes de formation distincts s'imposent pour répondre aux besoins propres à divers groupes ou particuliers.

Aux États-Unis, le MBDA offre plusieurs programmes de formation en gestion par l'intermédiaire d'un réseau de centres de développement de l'entreprise dans les groupes minoritaires.

Au Canada, la Banque fédérale de développement, les gouvernements provinciaux, les établissements universitaires et le secteur privé offrent une formation en gestion aux petites entreprises.

A l'exception des cours en langues ancestrales offerts par la BFD, les programmes de formation ne sont pas nécessairement d'un accès facile pour les entrepreneurs des milieux ethniques et ils ne répondent pas nécessairement à leurs besoins. Il existe un besoin précis dans ce domaine auquel il faut répondre.

Recommandation 6

Que le Bureau de la petite entreprise encourage activement les groupes minoritaires à mieux déterminer leurs besoins de formation et encourage les ministères et organismes fédéraux compétents ainsi que les institutions et fonctionnaires provinciaux à mettre au point des programmes de développement de l'esprit d'entreprise adaptés aux besoins des entrepreneurs issus de milieux ethniques.

De façon générale, l'information ne manque pas sur les programmes et les services offerts. La BFD, plusieurs ministères fédéraux et les gouvernements provinciaux sont relativement actifs à cet égard. Toutefois, cette information ne parvient pas aux entrepreneurs de milieux ethnoculturels qui entretiennent peu de liens avec les principaux réseaux d'information. La nécessité d'établir des guichets uniques d'information n'est pas commune aux milieux ethniques. Il semblerait que tous les entrepreneurs aient besoin de courtiers en information.

Il n'en reste pas moins que les milieux ethniques risquent de se heurter à des obstacles linguistiques. L'idéal serait que l'information soit diffusée en de nombreuses langues, ce qui est difficile à réaliser pour des raisons financières. On devrait recourir davantage aux associations existantes pour diffuser l'information aux entrepreneurs des milieux ethniques.

Recommandation 7

Que le Bureau de la petite entreprise collabore avec des associations communautaires pour mieux définir leurs besoins d'information et, par la suite, leur fournisse ce dont elles ont besoin.

L'idée de regrouper trois ou quatre personnes sans emploi qui possèdent des aptitudes vendables pour établir une entreprise présente certains avantages. L'entreprise pourrait éventuellement être financée en vertu de l'élément innovation du Programme de la planification de l'emploi. Ce Programme finance des approches innovatrices et non éprouvées à l'égard des questions touchant le marché du travail. Ainsi, à titre expérimental,

des professionnels sans emploi pourraient suivre une formation en groupe de quatre ou cinq sur la façon d'établir et d'exploiter une entreprise. Une fois la formation terminée, les capitaux d'amorçage nécessaires au lancement d'une entreprise pourraient également être fournis aux termes du Programme. Les personnes qui reçoivent actuellement des prestations d'assurance-chômage peuvent toucher des prestations supplémentaires en vertu de l'article 38 de la Loi sur l'assurance-chômage.

Le fonctionnement de tels clubs d'entreprises pourrait s'inspirer de celui des clubs de placement actuellement gérés par la CEIC. Le système repose sur l'aide du groupe et insiste sur l'affirmation de soi, le succès des participants antérieurs, et la possibilité de vendre des caractéristiques personnelles et des aptitudes acquises pour trouver un emploi. Les groupes ne comptent pas plus de 12 personnes sans emploi et les membres se rencontrent chaque jour pour des séances de consultation en matière de comportement qui créent des attentes de réussite. Il est donné suite à toutes les possibilités d'emploi qui se présentent selon une approche fondée sur le processus de groupe. Le programme est très structuré et les participants sont tenus de suivre les étapes point par point pendant une période de trois semaines.

Il convient de noter que l'idée avancée pendant les consultations ne porte pas sur un problème donné propre aux collectivités ethniques, compte tenu du fait que leur taux de participation au milieu des travailleurs indépendants est supérieur à la moyenne nationale. C'est toutefois une idée intéressante qui pourrait aider à stimuler l'esprit d'entreprise chez les groupes qui affichent les taux de participation les plus bas et dans les régions du pays où le taux de chômage est élevé.

Recommandation 8

Que le Bureau de la petite entreprise étudie, de concert avec la CEIC, la possibilité de créer des clubs d'entreprises pour stimuler l'esprit d'entreprise dans le milieu des sans-emploi.

C) Développement des marchés

1. Questions découlant des consultations

a) Accent sur les débouchés outre-mer

Les groupes ont déterminé le besoin d'accéder à l'information sur les débouchés commerciaux outre-mer, en particulier dans les pays du Tiers monde. La complexité des règlements douaniers et la structure des remises de droits sèment la confusion dans l'esprit des petits entrepreneurs qui veulent élargir leurs activités d'importation et d'exportation.

b) Part de marché limitée des entreprises offrant un produit ethnique

Le coût des messages publicitaires, de l'affranchissement et du transport sont, dit-on, des restrictions à l'expansion des marchés des petits entrepreneurs. Les groupes s'inquiètent du rythme auquel les petits magasins et les boutiques spécialisées sont obligés de fermer leurs portes à mesure que les grandes chaînes s'implantent sur le marché. On a fait remarquer que certaines petites entreprises ethnoculturelles avaient du mal à vendre au grand public, car elles approvisionnent une collectivité ou un groupe ethnique donné. Ils pensaient que la promotion du secteur des petites entreprises contribuerait à le faire connaître au public et accroîtrait sa part du marché canadien.

c) Disponibilité limitée des renseignements commerciaux

Le manque d'information sur le marché canadien est reconnu comme un obstacle à la croissance des entreprises. Les groupes ont exprimé la nécessité d'accéder aux données sur les marchés afin de fonder leurs décisions en matière d'investissement sur la connaissance du milieu et les besoins de capital du secteur dans lequel ils oeuvrent.

2. Propositions des participants

a) Les groupes ont proposé que le gouvernement publicise les maisons de commerce et les activités qu'elles mènent pour aider les entreprises à exécuter leurs plans d'exportation.

b) Ils ont également laissé entendre que des subventions devraient être envisagées pour aider les petites entreprises à faire connaître leurs produits.

c) Dans toutes les villes où des consultations ont eu lieu, la nécessité de mettre les études de marché à la disposition des éventuels entrepreneurs a fait l'objet de discussions. D'après les participants, de telles études les mettraient sur la bonne voie tant pour ce qui est du lancement que de l'expansion d'entreprises.

3. Analyse

Quelle que soit la nature de l'entreprise, la commercialisation est un outil de développement important. Les entreprises multiculturelles, qui se concentrent souvent dans le commerce de détail, commencent par desservir un marché local bien connu de leur propriétaire. Pour élargir ce marché initial, il faut procéder à une réorientation stratégique de l'entreprise en s'appuyant sur des renseignements sur les marchés de consommateurs et sur les forces concurrentielles qu'il faudra affronter sur le marché élargi ou nouveau. Le fait est que souvent les petites entreprises ethniques ne possèdent pas cette information ni ces aptitudes.

Les entrepreneurs qui désirent acquérir ou élargir leurs marchés doivent bien connaître les principes de commercialisation afin d'élaborer une stratégie adaptée aux produits et aux services qu'ils offrent. Les principaux problèmes auxquels se heurtent les entreprises ethnoculturelles à ce chapitre résident précisément dans le fait que les entreprises offrant des produits ethniques ont un marché limité et que la disponibilité des renseignements commerciaux est limitée.

De nombreuses entreprises ethnoculturelles alimentent un petit marché, en raison du type de produits ou de services qu'elles offrent. Elles ont tendance à se concentrer dans les mêmes secteurs et aux alentours de ceux-ci, c'est-à-dire le commerce de détail, la sous-traitance et les services. Les entreprises offrant des produits spécialisés sont évidemment limitées à un groupe ou à une collectivité donnée. Pour bon nombre d'entre elles, diversifier la gamme de produits offerts pour approvisionner un marché plus grand et vendre à la population dans son ensemble donnerait lieu à une restructuration complète de l'organisation.

Il va s'en dire que le fait de ne pas savoir comment s'y prendre pour accéder aux renseignements existants sur les marchés ou dresser des plans de commercialisation valables nuit à la croissance de nombreuses entreprises ethniques.

La nécessité de diffuser des renseignements sur les débouchés commerciaux au Canada ressort clairement dans tout le pays. Dans certains centres, les entrepreneurs ont créé des entreprises sans se soucier des petites entreprises existantes qui offrent le même produit ou service. Cette façon de procéder a entraîné une saturation du marché et les entreprises ont fait faillite. Diffuser des études de marchés qui exposent dans les détails les débouchés commerciaux intéressants dans tout le pays est probablement le principal besoin auquel il faut répondre. Étant donné que le Projet de statistiques sur les petites entreprises permettra de fournir une grande partie de l'information souhaitée, il conviendrait de s'employer activement à le faire connaître dans les collectivités ethniques et dans les médias ethnoculturels.

La promotion est la deuxième grande variable, après la mise au point d'un produit ou d'un service de qualité, pour élaborer une stratégie de commercialisation. Cette variable peut entraîner des coûts très élevés pour les petites entreprises, précisément si elles essaient d'établir de nouveaux marchés ou même se limitent à maintenir leur part de marché. La plupart des petites entreprises ethnoculturelles limitent leurs marchés par mégarde, en limitant leur publicité dans les journaux et les revues s'adressant aux groupes ethniques. Ces publications ont un nombre de lecteurs limité, voire considérablement réduit si elle sont rédigées en des langues ancestrales. Il conviendrait donc d'encourager les groupes à faire connaître leurs produits et leurs services à la population dans son ensemble.

Recommandation 9

Que le MEIR et Statistique Canada diffusent leurs renseignements sur le développement des marchés, leurs services et leurs programmes aux collectivités ethnoculturelles et fassent de celles-ci, la cible de leurs activités promotionnelles.

Recommandation 10

Que le Bureau de la petite entreprise, de concert avec des associations ethnoculturelles, trouvent des façons de sensibiliser les entreprises multiculturelles à la nécessité de dresser de solides plans de commercialisation et les encouragent à répondre aux besoins des grands marchés.

D) Questions d'ordre social et environnemental

1. Questions découlant des consultations

On reconnaît la contribution des petits entrepreneurs à l'économie canadienne. Certains participants prétendent que les petites entreprises créent des emplois, mais que la plupart des stimulants et des allègements fiscaux vont aux grandes entreprises. Ils ont dit se sentir négligés et demandent que soit mis sur pied un programme concret global à l'intention des petites entreprises.

D'après eux, il serait utile que le MEIR axe davantage ses activités sur les petites entreprises. Pour montrer l'importance que revêt ce secteur et lui porter une attention accrue, le secteur des petites entreprises devrait, d'après certains, ne plus être chapeauté par le MEIR. Ledit secteur relève d'un ministre d'État, mais celui-ci donne l'impression d'agir dans l'ombre du ministre principal du MEIR. Les groupes considèrent que les priorités ministérielles sont axées sur les grandes sociétés.

D'après certains participants, une partie de leurs problèmes serait allégée si le MEIR et la BFD comptaient des Canadiens d'origine multiculturelle parmi leur effectif de conseillers.

2. Propositions des participants

i) Promotion

- Une campagne nationale à la télévision, à la radio et dans les journaux devrait être lancée pour encourager les Canadiens à appuyer les petites entreprises de leur collectivité.
- Le gouvernement fédéral devrait promouvoir les provinces de l'Atlantique dans ses messages publicitaires pour encourager les entrepreneurs à aller s'y établir (proposition des participants à la réunion tenue à Halifax).

ii) Comité consultatif

- Le gouvernement fédéral devrait créer un comité composé de Canadiens d'origine autre que française et anglaise pour donner des avis sur les relations d'affaires avec les pays étrangers.

iii) Renseignements aux entreprises

- Il serait bon que les documents existants sur les programmes et services offerts soient reformulés en un langage plus facile à lire et à comprendre. Il conviendrait également d'envisager leur diffusion dans

des langues ancestrales. Les groupes se sont dits prêts à publier des renseignements dans leurs bulletins, s'ils sont diffusés régulièrement.

iv) Aider à organiser des associations d'entreprises

- Il conviendrait d'aider les groupes à organiser des associations d'entreprises et des chambres de commerce.

v) Impôt

- L'impôt sur l'équipement des restaurants devrait être supprimé.

3. Analyse

Quel que soit le pays où ils ont choisi de s'installer, les immigrants se heurtent à divers problèmes d'ordre social et environnemental, dont l'un, et non le moindre, réside dans la nécessité fréquente d'apprendre une nouvelle langue et de s'adapter à une nouvelle culture. Ces problèmes sont amplifiés lorsque les immigrants, s'ils sont de race et d'origine ethnique différant de celles de la majorité, éprouvent des difficultés à se faire accepter dans leur milieu immédiat.

Les entrepreneurs n'acquièrent pas un rang social très élevé à moins qu'ils ne soient prospères sur le plan financier. Dans les collectivités minoritaires, on n'encourage peut-être pas assez, voire pas du tout, à se lancer en affaires.

Il semble que les entreprises ethnoculturelles éprouvent de la difficulté à entretenir des réseaux d'affaires efficaces. La situation varie bien sûr d'un groupe à un autre. Toutefois, de façon générale, elles entretiennent des relations minimales avec les groupes dominants. De même, le degré d'activité ou d'association entre les groupes semble limité, à l'exception d'Edmonton où l'association des petites entreprises de l'Alberta vient d'être créée. Il s'agit d'une association qui regroupe diverses associations d'entreprises et dont l'objectif est de discuter de problèmes communs et surtout de se faire le porte-parole des petites entreprises en Alberta.

Certains des problèmes auxquels se heurtent les minorités, précisément les minorités visibles, seraient moins graves si les groupes en question étaient organisés. En effet, certains groupes ne possèdent aucune association d'entreprises, malgré l'existence de propriétaires et d'exploitants de petites entreprises parmi leurs membres. Grâce à l'appui d'une association qui les soutient, les entrepreneurs pourraient trouver plus facile d'obtenir des renseignements sur les programmes du gouvernement et d'établir les réseaux voulus pour appuyer leur fonction de développement des marchés.

En vertu de ses programmes axés sur les collectivités, Multiculturalisme Canada (Secrétariat d'État) aide les collectivités à s'organiser et finance des activités sociales et culturelles. Bien que ce genre de financement ne couvre pas, actuellement, la création d'associations d'entreprises au sein des groupes, avis et conseils sont fournis aux collectivités qui en font la demande sur la structure et la création d'une association d'entreprises.

Recommandation 11

De concert avec Multiculturalisme Canada, que le Bureau de la petite entreprise encourage les groupes minoritaires à appuyer la création d'associations d'entreprises pour fournir des modèles de comportement aux collectivités et faciliter l'établissement de réseaux.

i) Promotion

Il est certes louable d'encourager le public à soutenir les petites entreprises de leurs collectivités, mais il n'est pas certain qu'une campagne de sensibilisation du public soit efficace, car c'est habituellement le marché et la conjoncture économique qui dictent les points d'achat des consommateurs.

Certains ont également proposé que le gouvernement fasse mieux connaître les provinces de l'Atlantique pour encourager les petits entrepreneurs à aller s'y établir. Étant donné la création de l'Agence des perspectives de l'Atlantique, il n'est pas jugé nécessaire de mener une campagne publicitaire.

ii) Comités consultatifs

Les participants ont eu l'impression que le gouvernement fédéral ne reconnaît pas les avantages qu'ont les groupes minoritaires à traiter avec leurs pays d'origine et qu'il ne sait pas les exploiter. La plupart des maisons de commerce et les sociétés d'exportation s'appuient généralement sur des gens qui ont l'expérience des marchés qu'ils essaient de pénétrer ou sont à la recherche de ces personnes. Les agents commerciaux travaillent en étroite collaboration avec ce réseau pour établir des débouchés commerciaux entre le Canada et d'autres pays.

Au sein du gouvernement fédéral, plusieurs Canadiens d'origine ethnoculturelle occupent des postes de conseiller. Pourtant, un problème particulier demeure à l'égard des minorités visibles qui sont sous-représentées dans la fonction publique fédérale, par rapport à leur présence dans la population active. Le Conseil du Trésor étudie actuellement le problème. Un Comité consultatif sur les minorités visibles, composé de représentants des groupes recensés, se réunit une fois par trimestre pour discuter des problèmes et présenter des recommandations.

iii) Renseignements aux entreprises

Les groupes dont la langue maternelle n'est ni l'anglais ni le français éprouvent de la difficulté à comprendre les renseignements de nature complexe et technique. Certes, la BFD offre des cours et distribue des brochures rédigées dans quelques langues ancestrales, mais c'est à peu près tout ce qui est fait à l'échelle fédérale. On pourrait donc améliorer la situation, précisément en ce qui a trait aux groupes dont le taux de participation est faible. A l'exception de l'Ontario qui diffuse quantités de renseignements rédigés en langues ancestrales, en général, les provinces font très peu dans ce domaine.

Recommandation 12

Que le Bureau de la petite entreprise présente l'aide fédérale accordée aux petites entreprises, sous la forme d'un résumé rédigé dans plusieurs langues ancestrales, en vue de le distribuer à des groupes minoritaires par l'entremise de leurs associations respectives.

iv) Impôt

La plupart de questions fiscales sont abordées dans la partie qui traite du financement. Il est proposé d'éliminer la taxe fédérale sur l'équipement des restaurants, pour la raison que cet équipement sert à transformer et à fabriquer un produit qui est vendu comme produit fini. La Loi de l'impôt sur le revenu précise les éléments susceptibles de contribuer à la fabrication et à la transformation d'un produit, et il est préférable de maintenir l'étude de cette question dans le cadre des consultations tenues régulièrement par des agents de la fiscalité.

V. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

En général, le taux d'emploi indépendant chez les Canadiens d'origine ethnoculturelle est élevé. La cohésion qui caractérise les groupes favorise la création d'entreprises, mais elle tend également à limiter leur croissance et leur expansion. Plusieurs entrepreneurs appartenant à des minorités, précisément à des minorités visibles, se lancent en affaires parce qu'ils ont du mal à obtenir un emploi convenable sur un marché du travail discriminatoire. Aussi, se lancent-ils souvent en affaires sans posséder ni acquérir au préalable la compétence requise pour exploiter les entreprises. Ils sont enclins à limiter leurs activités au secteur des services ou du commerce de détail et aux marchés de leur propre milieu ethnique.

Il convient également de reconnaître que de nombreux entrepreneurs dit "ethnoculturels" ne se perçoivent pas comme tels. Ils sont bien intégrés dans la collectivité et ils desservent des grands marchés. C'est particulièrement le cas des groupes culturels établis au Canada depuis fort longtemps.

L'étude peut amener à conclure que les éléments suivants sont des obstacles à la formation et à l'exploitation de petites entreprises prospères parmi les Canadiens ethnoculturels, et plus précisément les minorités visibles:

- a) le rang social peu élevé du propriétaire, à moins qu'il ne soit très prospère, et le manque de modèles de comportement positifs pour certains groupes;
- b) le manque de formation en gestion des affaires;
- c) le manque de capitaux à des fins de lancement et d'expansion d'entreprises;
- d) le manque de connaissance des sources de renseignements sur les programmes et les services à la disposition des petits entrepreneurs;
- e) les marchés limités et le manque de renseignements sur ces marchés pendant les étapes de la planification et de l'établissement d'une entreprise.

L'étude a fait ressortir la nécessité de sensibiliser les principales institutions aux besoins des entreprises ethnoculturelles pour aider à éliminer les obstacles systémiques. De même, elle souligne la nécessité d'élaborer une stratégie gouvernementale à l'appui des groupes les plus défavorisés, en particulier pour renforcer l'esprit d'entreprise et l'établissement de réseaux d'entreprises.

Le présent document souligne de maintes façons combien nous connaissons et comprenons mal les conditions touchant les entreprises des collectivités ethniques. De nombreuses questions restent sans réponse et méritent d'être étudiées plus amplement.

BIBLIOGRAPHIE

- Birch, David L., The Job Generation Process, M.I.T., Program on Neighbourhood and Regional Change, Cambridge, Massachusetts, 1979
- Birch, David L., Firm Behaviour as a Determinant of Economic Change, M.I.T., Program on Neighbourhood and Regional Change, Cambridge, Massachusetts, 1981
- Bryant, Christopher R., "The Entrepreneur, Local Economic Development and the Economic Development Officer", The Entrepreneurship Development Review, été 1986
- Bulloch, John F. "Summary of Remarks of a Key Note Address" pour la conférence "Le multiculturalisme, une bonne affaire", The Entrepreneurship Development Review, été 1986
- Conseil ethnoculturel du Canada, The Ethnic Opportunity: The Economy and Canada's Ethnic Communities, deuxième édition, Ottawa, janvier 1986
- Conseil ethnoculturel du Canada, rapport de l'assemblée nationale, Multiculturalism and the Economy, juin 1986
- Ministère de l'Expansion industrielle régionale, A Statistical Profile of Small Business in Canada, Price Waterhouse, décembre 1986
- Ministère de l'Expansion industrielle régionale, Document de consultation sur la petite et moyenne entreprise, 1985
- Ministère de l'Expansion industrielle régionale, Rapport final du Groupe de travail sur le financement de la petite entreprise et le financement bancaire, octobre 1986
- Erdeving, Eleanor H., "Small Business, Big Job Growth", Federal Business Reserve Bank of Chicago, novembre-décembre 1986
- Fratoe, F. et Meeks, R.L., Business Participation Rates of the 50 Largest U.S. Ancestry Groups: Preliminary Report, Office of Advocacy, Research and Information MBDA, ministère américain du Commerce, juin 1985
- Hoffman, Randy, Ripley, Louise and Becker, Dirk, Strategic Planning Program for Entrepreneurs, Université York, 1985
- Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario, Small Business and Entrepreneurship in Ontario: A Discussion Paper
- Multiculturalisme Canada, Les travailleurs indépendants chez les groupes ethniques du Canada - Faits saillants, Secrétariat d'État, mars 1986

- Multiculturalisme Canada, Profils socio-économiques de certains groupes ethniques et de minorités visibles - Recensement de 1981, Secrétariat d'État, mars 1986
- Pearson, Doug, "Encouraging Small Business Development in Winnipeg's Core: The Winnipeg Core Area Initiative Small Business Assistance Program", The Entrepreneurship Development Review, été 1986
- Research Division, MBDA, ministère américain du Commerce, Minority Business Enterprise Today: Problems and Their Causes, janvier 1982
- Secrétariat de la petite entreprise, ministère de l'Industrie et du Commerce, Les femmes gestionnaires et propriétaires d'entreprises canadiennes, 1982, Canada
- Secrétariat de la petite entreprise, ministère de l'Expansion industrielle régionale, IMPACT Survey of the Effects of Government Policy and Programs on Small Business, as Seen by Their Industry Organizations, Institute of Public Affairs, université Dalhousie, Halifax, Nouvelle-Écosse, décembre 1984
- Secrétariat de la petite entreprise, ministère de l'Industrie et du Commerce, Small Business in the Canadian Economy and the Impact of Federal Policy, 1983
- Sorenson, Jean, "Using Ethnic Networks for Business Success", Travelling on Business, vol. 3, n° 1, septembre 1986
- Analyse des statistiques, Politique, ministère de l'Expansion industrielle régionale, A Study of Job Creation in Canada, 1976-1984, 1986
- Analyse des statistiques, Politiques, ministère de l'Expansion industrielle régionale, Analyse de la création d'emplois fondée sur la base de données sur les estimations de l'emploi d'après les T4, 1978-1982, 1986
- Stevenson, Lois, An Investigation of the Entrepreneurial Experience of Women: Implications for Small Business Policy in Canada, Université Acadia, Wolfville, Nouvelle-Écosse, novembre 1983

