L'évolution des gens d'affaires franco-ontariens

Yves Robichaud et Rolland Lebrasseur

Il est généralement reconnu que la petite et moyenne entreprise contribue fortement au développement économique, tant en Ontario que dans l'ensemble du Canada. Au cours de la période 1978-1988, les petites entreprises (de moins de 100 employés) ont été responsables de 74% de tous les nouveaux emplois créés en Ontario et de 88% dans le reste du Canada. La contribution la plus significative à cet égard provient des entreprises de moins de cinq employés, lesquelles ont créé, durant cette même décennie, la moitié de tous les nouveaux emplois. Cela représente un taux de croissance de 125% sur cette période de 10 ans et une moyenne de 8,5% par année, soit le double de la moyenne du taux de croissance du produit national brut (MICT, 1990).

Petersen (1991) démontre, en plus, que les PME s'avèrent complémentaires aux grandes entreprises et appuient leur productivité en offrant une gamme spécialisée de services et d'activités de production. Somme toute, les gouvernements canadien et ontarien ont compris les enjeux et ont tenté d'appuyer les PME financièrement et techniquement. Ces interventions sont doublement importantes pour la minorité franco-ontarienne où les PME prédominent.

Traditionnellement, les gens d'affaires francophones n'ont jamais occupé une place importante dans l'économie ontarienne, même si dans certaines régions de la province, ils ont établi des entreprises dynamiques et prospères. On les retrouve surtout dans les régions à forte concentration francophone, notamment dans l'Est et le Nord de la province, où habite 74% de la population francophone (Leroux, 1990). Un récent sondage (Leroux, 1990) mené auprès d'un échantillon de 727 entreprises francophones indique une forte concentration de ces entreprises dans les secteurs de détail (24%) et de service (21%).

La majorité d'entre elles sont de petite taille : 84% possèdent moins de 20 employés. L'étude signale cependant que leur contribution au développement économique régional et provincial est non-négligeable, puisque leur taux de croissance moyen atteint 15% par année. Ce taux de croissance se compare favorablement à celui du produit intérieur brut de l'Ontario qui a atteint, de 1987 à 1990, une moyenne de croissance annuelle d'environ 9%.

Or, les gens d'affaires franco-ontariens semblent entretenir aujourd'hui une nouvelle vision du potentiel et du rôle qu'ils peuvent jouer dans le développement économique de l'Ontario. Ils font preuve d'une nouvelle dynamique, d'un changement de mentalité en ce qui a trait à leur façon de faire des affaires. En 1990, afin de leur venir en aide, une structure provinciale regroupant des personnes et des groupes intéressés à l'épanouissement de la communauté franco-ontarienne a été établie. Cet organisme, qui s'appelle la Chambre économique de l'Ontario (CEO), vise à promouvoir les intérêts économiques des Franco-Ontariens et à favoriser le développement économique de l'Ontario. La CEO s'est intéressée rapidement aux dossiers d'envergure provinciale, tels le libre-échange, le perfectionnement professionnel et le COFAM (Conseil ontarien de formation et d'adaptation de la main-d'oeuvre), les fonds d'investissement, et le développement économique communautaire. Cependant le rôle de la Chambre vis-à-vis des collectivités locales est moins bien défini.

Chaque ville et chaque région possèdent leur propre histoire et leur propre dynamique qui engendrent et activent le changement et l'évolution. Les gens d'affaires d'une localité oeuvrent dans cet environnement et, ensemble, peuvent avoir un impact. Toute intervention économique intelligente doit être fondée sur une bonne connaissance des besoins réels des entreprises et de la communauté en général. Le fait d'identifier ces besoins et d'avoir recours à un mécanisme pour y répondre peut produire un véritable impact sur le développement économique régional.

MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

Pour notre étude de l'évolution du secteur économique franco-ontarien, nous avons adopté la méthode d'analyse contextuelle fondée sur les travaux théoriques de Granovetter (1985), Lie (1991) et Pettigrew (1987). Selon cette approche, pour bien comprendre les phénomènes économiques, il faut situer les événements dans leur contexte et non dans des situations isolées. C'est dans cette perspective que s'inscrit la présente étude qui fait valoir l'importance des regroupements de gens d'affaires comme mécanisme et outil de développement économique.

Pour ce faire, dans un premier temps, nous définirons les Franco-Ontariens, en expliquant brièvement le développement de leurs revendications au cours des dernières décennies, ainsi que les répercussions de ces dernières sur les gens d'affaires franco-ontariens. Dans un second temps, nous traiterons du contexte économique et de son impact sur la façon de mener les affaires. Finalement, nous ferons le point sur les regroupements de gens d'affaires franco-ontariens actuels et sur les résultats d'un sondage commercial mené récemment à Sudbury. Nous conclurons avec ce que nous réserve le nouveau contexte des années 90.

PROFIL DES FRANCO-ONTARIENS

Il existe en Ontario une communauté dispersée de 464,000 francophones, qui représentent 4,6% de la population majoritairement anglophone de cette province (Statistiques Canada, 1991). Cette minorité, originaire principalement du Québec, s'est enracinée en terre ontarienne tout en conservant son héritage culturel et religieux. La plupart des Franco- Ontariens se regroupent dans deux régions de la province : l'Est et le Nord-Est (voir tableau 1).

Au cours du XX^{e} siècle, les Franco-Ontariens ont évolué au même titre que l'ensemble de la population ontarienne. Ils sont devenus plus urbains et présents partout dans une économie

plus complexe et moderne, avec notamment un peu de retard dans le Nord

TABLEAU 1

REPARTITION DES FRANCO-ONTARIENS PAR AGGLOMERATIONS

Régions	Agglomérations	Francophones	Total	%
Est	Hawkesbury	9 175	11 070	82,9%
	Cornwall	14 900	53 545	27,8%
	Ottawa-Hull	302 890	920 860	32,9%
Nord-Est	Sudbury	43 310	157 615	27,5%
	Sault-Ste-Marie	3 120	85 010	3,7%
	Timmins	17 320	47 460	36,5%
	Hearst	5 185	6 079	85,3%
Nord-Ouest	Thunder Bay	2 875	124 430	2,3%
	Kenora	365	15 910	2,3%
Centre/	Windsor	12 420	262 075	4,7%
Sud-Ouest	Toronto	49 800	3 893 050	1,3%
	Kingston	3 530	136 400	2,6%
	Welland	6 072	47 914	12,7%
	St.Catharines	13 395	364 550	3,7%

Source : Statistiques Canada (1991)

(Ouellet, 1993). Ils ont, cependant, connu des retards importants en ce qui concerne la scolarisation (Ouellet, 1993). Il n'est donc pas surprenant de constater qu'ils étaient sous-représentés dans les professions libérales et les postes de direction.

Étant donné leur situation minoritaire, les Franco-Ontariens ont dû et doivent encore lutter pour faire reconnaître leurs droits collectifs (Jaenen, 1993). Ils ont démontré, jusqu'à présent, la volonté de se prendre en main et de se doter d'outils de développement qui répondent à leurs besoins particuliers. Ce sont ces efforts qui ont rendu possible des institutions qui leur sont propres, telles que les écoles, les collèges, les caisses populaires et les différents organismes économiques et culturels.

L'intensité de leurs revendications dans les années 60 et 70 et la montée du mouvement séparatiste au Québec ont obligé les gouvernements canadien et ontarien à réagir constructive-

ment. Ainsi le gouvernement ontarien a fait preuve d'un engagement soutenu et étapiste à l'égard de la population franco-ontarienne (Carrière, 1993). La disponibilité et la variété des services publics en français ont augmenté progressivement.

L'adoption de la *Loi 8 sur les services en français* en 1986 et sa mise en vigueur en 1989 ont consolidé les progrès réalisés et donné un deuxième souffle aux revendications des Franco-Ontariens. De toute évidence, les études universitaires en commerce en français ont pris de plus en plus d'importance en Ontario : entre 1987 et 1991, le nombre de cours a augmenté de 23,5% et les inscriptions de 28% (Adam, 1992). Ce contexte politique favorable aurait dû aussi faciliter la création d'organismes francophones de nature économique et ainsi favoriser le rassemblement et le développement personnel des gens d'affaires francophones isolés et dispersés un peu partout.

LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE DES ANNÉES 80

Pour réussir, se développer ou encore simplement pour survivre, les gens d'affaires dépendent de certains facteurs. L'un de ces facteurs, et non le moindre, est d'oeuvrer dans des environnements interne et externe stables. Les environnements interne et externe de l'entreprise sont vastes et se composent d'un certain nombre d'éléments interreliés. L'environnement interne, par exemple, comprend les employés, les gestionnaires, la technologie, la structure organisationnelle et les pratiques de gestion. D'autre part, l'environnement externe regroupe les clients, fournisseurs, investisseurs et concurrents, l'information et la conjoncture économique et politique. C'est dans ces deux environnements complexes que l'entreprise évolue.

Pendant les années 80, et encore plus dans les années 90, les PME ont connu des environnements interne et externe instables, dynamiques et incertains. Plusieurs facteurs conjoncturels, tels la mondialisation de la concurrence (CEC, 1988), le progrès technologique (Bethcherman & McMullen, 1986), le système de taxation, les aspirations des employés et la performance variable de l'économie, ont créé ce climat d'incertitude.

Il n'était plus possible de faire des affaires de la même façon. Les gens d'affaires se sont progressivement rendus compte qu'il y avait peu de développement possible sans ouverture vers l'extérieur et sans partenariat.

L'un des moyens à la disposition des gens d'affaires pour tenter d'élargir leurs rapports avec l'extérieur est la possibilité de se regrouper en organisation. Un tel regroupement peut répondre à leurs besoins sociaux et économiques. Il combine les services économiques d'une chambre de commerce et les services sociaux d'un club Richelieu.

Prenons l'exemple des programmes et services de nature économique mis de l'avant par les gouvernements ou autres organismes à l'intention des petites entreprises. Souvent les renseignements à cet égard sont disponibles dans l'environnement externe de l'entreprise, mais ne sont pas facilement accessibles ou connus des gens d'affaires, lesquels sont trop préoccupés par les activités quotidiennes de leur entreprise. Ainsi, le manque d'information peut parfois restreindre leur développement.

Une récente étude démontre qu'en dépit des efforts publicitaires du gouvernement ontarien, les PME francophones ne sont pas familières avec les programmes gouvernementaux, puisque seulement 4% des entreprises interrogées connaissaient sept programmes gouvernementaux parmi les treize en place. Le plus connu des programmes n'était utilisé que par 25% des répondants (Blatt, 1991-1992). Un réseautage social et économique bien structuré permettrait à ces personnes d'avoir accès à cette banque d'informations informelles et à une gamme d'avantages additionnels. Le tableau 2 énumère les avantages et les inconvénients d'un regroupement de gens d'affaires.

Robichaud et McGraw (1993) ont identifié l'importance des réseaux informels (collègues d'affaires, experts-conseils, employés, familles) pour les prises de décision du propriétaire-dirigeant franco-ontarien. L'appui des réseaux constitués par les organismes reconnus demeure inexploré.

TABLEAU 2

AVANTAGES ET DESAVANTAGES D'UN REGROUPEMENT

Avantages	Inconvénients
- se former, se perfectionner et apprendre	- exige du temps
- avoir accès à des experts-conseils	- besoins individuels non-comblés
- avoir accès à des partenaires d'affaires	- frais d'adhésion
- avoir accès à des ressources matérielles, financières, humaines et technologiques	- peut gêner l'autonomie du commerçant
- influencer les instances décisionnelles	
- créer un réseau de contacts	
- organiser des activités sociales	

LES REGROUPEMENTS DE GENS D'AFFAIRES

La présence des gens d'affaires francophones était plutôt discrète au cours des années 70 (Carrière, 1993). On peut imaginer que le mouvement nationaliste et contestataire mené par l'ACFO (Association canadienne française de l'Ontario) les gênait. Ceci dit, divers organismes francophones à vocation économique étaient déjà à l'oeuvre : les caisses populaires, les sociétés de développement économique (par ex., Nord-Aski, à Hearst) et les chambres de commerce (par ex., Hawkesbury). Dans le cas de Hearst et Hawkesbury, la forte concentration de francophones (voir tableau 1) a permis la main-mise sur les structures typiquement anglophones.

Plus récemment, on a assisté à la naissance de la corporation de développement économique communautaire (par ex., le groupe des entreprises VERSO à Ottawa), un regroupement voué à la création d'entreprises ancrées dans la communauté. Reste la formule de regroupement de gens d'affaires qui, en principe, convient à n'importe quel milieu. Un survol téléphonique des communautés francophones a permis de découvrir les efforts qui se font actuellement à Windsor, St. Catharines et à Timmins pour lancer un tel regroupement. Les quatre regroupements suivants sont les plus établis :

- L'Association des femmes d'affaires francophones (AFAF)
- Le Cercle canadien (CC)
- L'Association des gens d'affaires canadiens-français de Welland (AGDW)
- Le Regroupement des gens d'affaires de l'Outaouais (RGAO).

Deux entrevues téléphoniques menées auprès des responsables de ces regroupements ainsi que de la documentation interne nous ont permis de brosser le profil de ces organismes.

L'Association des femmes d'affaires francophones

Située dans la région de Toronto, cette association existe depuis 1985. Ce qui a motivé ce regroupement à l'origine, c'était le besoin des femmes francophones de la région de constituer un groupe intègre dans le but d'établir des réseaux efficaces d'information et d'échange entre le monde des affaires et les femmes francophones. De plus, il s'agissait de promouvoir le développement professionnel et de contribuer à l'épanouissement personnel des femmes francophones. Ces femmes voulaient ainsi acquérir la fierté et le respect au sein du milieu économique et de la communauté francophone en Ontario.

L'Association des femmes d'affaires francophones comprend une centaine de membres et regroupe des femmes de carrière, des femmes d'affaires, des chefs d'entreprise et celles qui aspirent à le devenir, ainsi que toutes les femmes qui s'intéressent au domaine des affaires. En raison de l'ampleur de la région de Toronto, on a dû diviser l'association en deux chapitres distincts afin de mieux desservir les membres. Le premier s'appelle *Toronto* et dessert la zone métropolitaine; le deuxième, *Halton-Peel*, et comprend les villes de Mississauga, Oakville et Brampton.

Cet organisme à but non lucratif est très bien structuré. Il est constitué, pour chacun des deux chapitres, d'un comité administratif élu pour un mandat d'un an.

Le Cercle Canadien

Le Cercle Canadien de Toronto est un organisme à but non lucratif incorporé en 1986 pour offrir aux francophones et francophiles de la région de Toronto l'occasion de se rencontrer. Il a également été créé pour assurer une présence francophone dans le monde des affaires et rendre visible le fait français à Toronto. Cette association ne prend pas de position sur les grandes questions économiques et autres. Ses 160 membres oeuvrent dans le domaine des affaires, des arts, des sciences et de l'éducation, dans les secteurs privé et public.

Cet organisme est structuré selon les règles et est constitué d'un conseil administratif élu par les membres, ainsi que d'un directeur général et d'un assistant rémunérés. Bien qu'il soit autonome, le Cercle fait partie d'un réseau national de clubs semblables établis de longue date.

L'Association des gens d'affaires canadiens-français de Welland

L'Association des gens d'affaires canadiens-français de Welland est un organisme à but non lucratif fondé en 1955. Au fil des années, cette association a connu des changements au sein de sa structure. Au tout début, elle se nommait l'Association des hommes d'affaires de Welland; elle est devenue l'Association des gens d'affaires de Welland en raison de l'importance des femmes dans le domaine des affaires.

Le but de cet organisme est de promouvoir les intérêts économiques des membres et d'encourager le consommateur à acheter dans la région, tout en essayant de donner l'élan à l'épanouissement et au respect de la langue française. L'association vise aussi à élever le niveau intellectuel et social des membres et leur donne l'occasion de se connaître davantage, de s'apprécier et de collaborer entre eux. Il aide, de plus, à promouvoir le développement des talents individuels et à unifier les forces individuelles des membres tout en respectant les droits

de chacun, afin de constituer un organisme solide digne de respect.

L'association comprend 65 membres et regroupe les gens d'affaires de la péninsule de Welland. La structure de cet organisme est très officielle et est constituée d'un conseil de direction élu par ses membres qui, à leur tour, forment plusieurs comités.

Le regroupement des gens d'affaires de l'Outaouais

Le regroupement des gens d'affaires de l'Outaouais est un organisme à but non lucratif incorporé en 1985. Il a été créé pour répondre au besoin de se regrouper et se connaître, et pour créer un contrepoids à la dominance anglophone dans toutes les présentations. Sa mission est de regrouper les gens d'affaires d'expression française en un réseau qui leur permet de s'informer, d'apprendre, de prospérer, de partager la fierté de leurs réussites et d'unir leurs forces en vue d'accélérer leur développement économique et financier.

Ses membres oeuvrent dans le domaine des affaires, des arts, des sciences et de l'éducation, tant dans le secteur privé que public. L'organisme compte environ 350 membres dans la région de l'Outaouais et couvre une partie du Québec et de l'Ontario. Le regroupement est très bien structuré et est constitué d'un conseil d'administration et d'un bureau de direction.

Comparaison des quatre organismes

Le tableau 3 qui suit résume les caractéristiques et les services offerts par ces quatre regroupements. Certaines généralités ressortent de l'analyse de ces résultats :

- Mis à part l'AGAW, ces regroupements sont nés en 1985-1986 pendant une période de croissance économique et de reconnaissance gouvernementale de la légitimité de la communauté franco-ontarienne.
- Tous partagent l'objectif de réseautage, mais ils se différencient quant aux autres objectifs.

TABLEAU 3 : PROFIL DES REGROUPEMENTS

	AFAF	AGAW	CC	RGAO
FONDATION	1985	1955	1986	1985
MEMBERSHIP	100	65	160	350
TERRITOIRE	Toronto Met. et Hall-Peel	Péninsule de Welland	Région de Toronto	Région d'Outaouais
% FRANCO*	2%	16%	2%	20%**
OBJECTIFS	Réseautage Dévelop. pers. Revendications	Réseautage Dévelop. pers. Appui communau.	Réseautage Information	Réseautage Dévelop. pers. Dévelop. écono.
INCORPORATION	sous étude	Non	Oui	Oui
SERVICES:				
BULLETIN	Mensuel Information Evènements Publicité	Hebdo. Evènements Publicité	Mensuel Evènements Publicité	Bi-mensuel Information Publicité Cahier commer.
CONFERENCES	Souper mensuel	Souper mensuel	Déjeuner mensuel	Déjeuner mens.
ATELIERS	Non	Non	Non	Oui
LOBBYING	Oui	Non	Non	Non
FINANCEMENT:				
COTISATION	40$	115$	50$	215$
PUBLICITE	Oui	Oui	Oui	Oui
AUTRES	Non	Non	Commanditaires	Commanditaires Tournoi de golf Gala annuel Salon promo.

AFAF : Association des femmes d'affaires francophones
AGAW : Association des gens d'affaires canadiens-français de Welland
CC : Le cercle canadien
RGA : Regroupement des gens d'affaires de l'Outaouais

* Statistiques Canada 1986/Ministère des Affaires municipales 1990
** Ottawa et Ottawa-Carleton

- Le développement personnel est jugé important par chaque organisme, mais seul re RGAO organise des ateliers à cet égard.
- Le partage d'information est primordial et se fait principalement au moyen d'un bulletin et de repas-con férence
- Tous ont une structure officielle, mais ils ne sont pas tous constitués en corporation.
- L'autofinancement est une préoccupation constante mais seul le RGAO fait preuve d'un grand dynamisme à ce niveau.

Ces regroupements poursuivent cependant des objectifs différents pour l'avenir. L'AFAF s'est donnée une mission provinciale et cherche a créer des sections partout en Ontario. Pour ce faire, elle est à la recherche de subventions gouvernementales. L'AGDW et le CC ont les mêmes préoccupations, soit l'augmentation de leurs effectifs et une participation accrue. Quant au RGAO, il cherche à recruter plus d'entrepreneurs et à lancer le dossier économique régional.

L'AFAF se distingue des autres regroupements par ses efforts de revendication et de lobbying. Sa mission sociale, l'épanouissement des femmes d'affaires francophones, n'est pas restreinte géographiquement comme c'est le cas pour les autres organismes. Bien que tous les autres regroupements se tiennent à l'écart du lobbying, il est difficile d'imaginer un dossier économique régional fort sans la composante du lobbying.

SONDAGE

Voyons maintenant une situation plus récente qui a eu lieu en février 1993, à l'Université Laurentienne de Sudbury. A ce moment, des directeurs et des gérants de caisses populaires ainsi que quelques propriétaires-dirigeants de la région se sont réunis pour une conférence d'affaires. Bien que le sujet principal portait sur les développements au palier provincial et le rôle de la Chambre économique de l'Ontario, les participants ont exprimé un vif intérêt pour la création d'un regroupement local de gens d'affaires francophones. Toutefois, plusieurs se rap-

pelaient de certaines tentatives antérieures infructueuses. Tout récemment, la Chambre de Commerce de Sudbury venait d'épauler le lancement du Valley East Business Association, un organisme bilingue qui a connu une réussite mitigée. A la lumière de ces mauvaises expériences, les participants hésitaient à s'engager sans un sondage préalable.

Ce sondage, effectué auprès de la communauté d'affaires de la région de Sudbury (ville de Sudbury et la région voisinante), tentait de mesurer la satisfaction des répondants à l'égard des organismes économiques et sociaux locaux et d'évaluer l'intérêt manifesté au sujet d'un regroupement de gens d'affaires francophones pour la région.

MÉTHODOLOGIE

Ce sondage reposait sur l'utilisation d'un questionnaire, administré par téléphone et comportant des questions fermées avec des réponses à choix multiples. Pour la préparation de ce questionnaire, un pré-sondage a été effectué; neuf hommes et neuf femmes, représentant les secteurs clés de la région, ont été interviewés individuellement. Pour s'assurer ensuite de la validité du questionnaire, nous avons conduit un pré-test auprès de huit personnes faisant partie de notre population cible. Suite à cette étape, quelques corrections mineures ont été apportées. Afin d'assurer un contrôle de la qualité, les enquêteurs sélectionnés pour ce sondage ont reçu une brève formation afin de normaliser leur comportement et leur communication. Une procédure d'appel écrite et une simulation d'appels ont suffi à cette fin. Le critère de trois appels avant l'abandon fut adopté.

Le sondage a été effectué au cours de l'été 1993 auprès d'une population cible de 367 francophones majoritairement des propriétaires-dirigeants. Par propriétaire-dirigeant francophone, on entend les personnes de langue française qui sont propriétaires de leur entreprise et qui en assument la direction. Aux fins de l'échantillonnage, nous avons utilisé la quatrième édition (1992-1993) du Répertoire des gens d'affaires francophones du Nord-est de l'Ontario, le Répertoire des diplômés

francophones du baccalauréat en commerce de l'Université Laurentienne 1987-1993, les bottins des membres du Sudbury Professionnal Women Club et des avocats d'expression française, ainsi que la liste du Club des Patriotes. Cent-quinze personnes ont participé, soit un taux de réussite ajusté de 35% en tenant compte des raisons justifiant la non-participation au sondage. De ce nombre, 68 répondants étaient des propriétaires-dirigeants et 47 des gérants d'entreprises et des spécialistes.

PROFIL DES RÉPONDANTS

Le tableau 4 présente les caractéristiques personnelles des répondants telles l'âge, le sexe et le niveau d'éducation.

TABLEAU 4

AGE, SEXE ET NIVEAU D'EDUCATION

Caractéristiques personnelles		N= 115
Age (année)	20 - 29 ans	29
	30 - 39 ans	33
	40 - 49 ans	30
	50 ans et +	23
Sexe	Féminin	24
	Masculin	91
Diplôme (collégial/ universitaire)	oui	60
	non	55

Certaines généralités ressortent du tableau 4. D'abord, les répondants sont majoritairement constitués d'hommes (79%), avec une médiane d'âge de 37 ans et une scolarité assez élevée, puisque 52% possèdent un diplôme collégial ou universitaire. Cependant si l'on compare les propriétaires-dirigeants au groupe des gérants et des spécialistes, on note que ce dernier groupe est moins âgé et plus éduqué que le groupe des propriétaires-dirigeants avec 83% ayant moins de 39 ans et possédant un diplôme d'études collégiales ou universitaires, comparativement à 66% ayant plus de 40 ans et 31% détenant un diplôme collégial ou universitaire dans le cas des propriétaires-dirigeants. Une étude menée par Robichaud et

McGraw (1993) auprès de 209 propriétaires-dirigeants francophones du Nord-Est de l'Ontario appuie les résultats obtenus à ce niveau. Leur étude révèlent que le propriétaire-dirigeant type est âgé en moyenne de 41 ans et, dans 56% des cas, possédait moins d'une treizième année de scolarité.

RÉSULTATS

Avant de passer à la discussion des résultats obtenus, définissons d'abord, pour les fins de notre étude, les termes «besoins économiques et sociaux».

Par «besoins économiques», on entend les besoins des gens d'affaires de connaître et de maîtriser leur environnement économique. Par exemple, sur le plan local, il s'agira des questions relatives au stationnement, à la circulation routière et aux piétons, aux heures d'ouvertures, à la publicité et à l'apparence du quartier. Dans un contexte politique, il sera plutôt question du fardeau fiscal, des lois et règlements municipaux et autres, et du climat économique.

Par «besoins sociaux», on fait allusion à des situations qui donnent l'occasion à des gens de se rassembler pour affirmer leur identité, se valoriser, se sécuriser ou, tout simplement, pour échanger des idées et se divertir. Différents organismes privés ou publics répondent déjà à ces besoins. On n'a qu'à penser aux organismes tels que la Chambre de Commerce, les Richelieux pour n'en nommer que quelques-uns. A ce stade, les questions qui se posent sont les suivantes: en premier lieu, les intervenants interrogés font-ils partie d'organismes économiques ou sociaux existants et, en second lieu, ces organismes répondent-ils adéquatement à leurs besoins ?

L'analyse révèle des faits intéressants. Soixante-et-un (61) des 115 répondants, soit 53%, se disent membres d'un organisme économique. La Chambre de commerce (43%), les caisses populaires (22%) et la Corporation de développement de Sudbury (13%) constituent les organismes économiques les plus populaires. Le degré de satisfaction est très élevé avec 87% des répondants qui se disent soit satisfaits ou très satisfaits des

avantages reçus. On note cependant, contrairement aux organismes sociaux, un degré plus élevé d'insatisfaction puisque 13% des répondants (tous des propriétaires-dirigeants) se sont dits insatisfaits ou très insatisfaits des avantages reçus. Parmi les avantages les plus fréquemment mentionnés, on retrouve dans l'ordre : discuter de problèmes d'affaires (72%), un groupe de pression pour représenter leurs intérêts (67%) et le réseautage (62%). Voir le Tableau 5 pour le résumé de ces réponses.

Du point de vue social, le taux de participation obtenu est un peu moins élevé, puisque 38 des 115 répondants (33%) ont dit faire partie d'un organisme social quelconque. Le club Richelieu et le club des Patriotes sont les organismes les plus convoités, avec 17% et 16% de participation. Les répondants semblent satisfaits dans l'ensemble des avantages qu'ils reçoivent de ces organismes sociaux puisqu'ils ont dit être satisfaits à 100%. Les avantages cités comme étant les plus importants sont dans l'ordre : la possibilité de faire des rencontres amicales (92%), fréquenter des gens d'affaires francophones (74%) et le réseautage (61%). Voir le tableau 5 pour une comparaison des avantages obtenus selon l'appartenance à un organisme économique ou social. Bien que les deux types d'organismes procurent des avantages appréciables aux gens d'affaires, l'organisme économique semble plus avantageux.

TABLEAU 5

COMPARAISON DES AVANTAGES OBTENUS SELON L'APPARTERNANCE A UN ORGANISME ECONOMIQUE OU SOCIAL

	Organisme économique N = 61 (%)	Organisme social N = 38 (%)
Discuter problèmes d'affaires	72	52
Groupe de pression	67	21
Réseautage	62	61
Echange d'idées	59	50
Rencontres amicales	49	92
Fréquenter gens d'affaires	39	74
Prestige	30	16
Bénéfice économique	10	5

Une constatation générale fort intéressante qui ressort des résultats est le fort taux de non-participation des répondants aux divers organismes économiques ou sociaux. En effet, 47% des répondants ne font pas partie d'un organisme économique et 67% ne font pas partie d'un organisme social. De plus, un répondant sur quatre ne fait partie ni d'un organisme économique, ni d'un organisme social.

Quant à l'intérêt manifesté pour la création d'un regroupement de gens d'affaires francophones, voici quelques résultats assez révélateurs :

- 87% sont soit d'accord, soit complètement d'accord avec la création d'un regroupement des gens d'affaires francophones. L'appui s'avère important et dans la ville et dans la région de Sudbury.
- 58% des gens qui sont intéressés ont 39 ans et moins; 42% ont 40 ans et plus. En comparaison avec le Tableau 2, il ressort que les plus jeunes manifestent un plus grand besoin pour la création du regroupement, mais les plus vieux s'y intéressent aussi.
- 65% des répondants privilégient une organisatio complètement indépendante et autonome 56% optent pour un regroupement indépendant associé à la Chambre de commerce, et, en dernier lieu, 50% se disent en faveur d'un regroupement indépendant associé à une organisation provinciale.
- 81% sont soit d'accord ou complètement d'accord pour devenir membres du regroupement des gens d'affaires francophones. 58% de ces gens ont 39 ans et moins et 42% ont 40 ans et plus. L'appui est élevé dans la ville et dans la région de Sudbury.
- le sondage signale que 45% des gens sont prêts à payer une cotisation annuelle de 50 dollars ou moins. Il s'agit surtout de gens de 20 à 29 ans. 38% ont choisi 100 dollars ou plus.
- 36 personnes ou 31% seraient d'accord ou complètement d'accord pour faire partie du comité organisateur; la plupart ont 39 ans et moins.

A l'exception d'une demande générale ayant trait à des conférences sur des sujets d'intérêt actuels et des ateliers techniques de courte durée, les services les plus en demande cor-

respondent en général aux avantages déjà obtenus des organismes économiques existants. Les répondants semblent en vouloir le plus possible pour leur argent puisque tous les choix offerts, à l'exception de deux (club d'investissement et escompte), ont été sélectionnés dans des proportions de 80% et plus.

De prime abord, il y a une demande très claire en ce qui concerne la création d'un regroupement francophone de gens d'affaires. Il semble cependant étrange ou contradictoire que les répondants, tout en se disant très satisfaits des avantages qu'ils reçoivent de leur participation, évoquent une si grande volonté à vouloir faire partie d'un regroupement de gens d'affaires. On serait pourtant porté à croire que la création d'un tel organisme est liée aux besoins non-comblés de ses membres. Or ceci n'est pas le cas puisque ces besoins sont, d'après les résultats obtenus, très bien comblés. Comment expliquer alors cette contradiction ?

Deux explications peuvent être avancées pour tenter de répondre à cette problématique. Premièrement, les Franco-Ontariens semblent vouloir trouver des façons d'exprimer leur identité. En effet, l'étude révèle que 98% des répondants ont exprimé leur fierté d'être francophones et 90% disent se servir autant que possible du français dans leurs affaires. Donc l'idée de faire partie d'un regroupement de langue française semble plaire aux répondants.

Deuxièmement, lorsque l'on analyse de plus près les résultats, on remarque que les personnes intéressées à faire partie d'un regroupement francophone proviennent, dans une proportion assez élevée, des répondants ne faisant pas partie d'organismes. L'idée d'un regroupement attire donc une clientèle inexploitée jusqu'à maintenant, ce qui est très révélateur de l'ampleur de l'intérêt manifesté par les répondants.

Le message qui semble ressortir de l'ensemble des résultats n'est pas l'insuffisance des organismes existants à combler les besoins économiques et sociaux en général, mais plutôt la volonté des gens d'affaires francophones de faire partie d'un regroupement dans lequel ils pourront s'exprimer et vivre dans leur langue maternelle.

Les résultats de ce sondage ont été discutés au cours d'une réunion convoquée par l'École de commerce de l'Université Laurentienne, en janvier 1994. Sur un total de quarante personnes invitées, quinze personnes se sont présentées. Un petit comité organisateur s'est formé avec la responsabilité de formuler la mission du regroupement et de planifier son lancement. A notre avis, le terrain est propice pour la création d'un tel regroupement, mais son lancement et sa réussite dépendront beaucoup de la présence d'un leadership fort et dynamique.

L'exemple de Sudbury démontre une approche professionnelle au lancement d'un regroupement et d'une collaboration fructueuse entre le milieu et l'université locale. Cette collaboration a eu lieu dans une certaine mesure entre la Chambre économique de l'Ontario, le Regroupement des gens d'affaires de l'Outaouais et l'Université d'Ottawa.

CONCLUSION

Si le passé est garant de l'avenir, on peut d'ores et déjà envisager l'avenir économique des Franco-Ontariens avec optimisme. Nous pouvons mesurer, aujourd'hui, les progrès réalisés au cours de la dernière décennie au niveau de l'éducation (écoles, collèges, nombre croissant de diplômés en commerce) et du secteur économique (Chambre économique provinciale et une plus grande variété d'organismes, y compris quelques regroupements locaux). Cependant, malgré ces faits positifs, il ne faut pas s'arrêter là, car l'environnement instable et dynamique des années 90 réserve aux Franco-Ontariens des défis imposants.

Avec le libre-échange nord-américain et interprovincial qui se dessine, la concurrence deviendra plus intense et toutes les régions et localités de l'Ontario seront touchées. La croissance et la réussite des PME et le phénomène des micro-entreprises (Orser et James, 1992) dépendront dans une large mesure de la qualité de la gestion. Les systèmes d'informatique et de productique deviendront non seulement souhaitables, mais feront partie intégrante de toutes les activités et fonctions de

l'entreprise (Raymond et Blili, 1992; Saint-Pierre, 1992). Les rapports avec l'extérieur détermineront l'accès aux appuis techniques et aux avantages de taille par association dont les PME auront besoin.

La communauté des affaires franco-ontarienne continuera de bénéficier des acquis des années 80 et de quelques développements prometteurs, tels que la modification de la loi régissant les caisses populaires afin qu'elles puissent offrir une gamme plus étendue de services commerciaux. Le moment semble propice pour que les gens d'affaires locaux s'organisent en regroupement pour faciliter une plus grande ouverture et l'accès à l'expertise qui les entoure. La conjoncture économique difficile pourrait tenter certains propriétaires-dirigeants à se replier sur leur entreprise et leur marché local. Cette tentation s'avère attirante pour les chefs des PME qui ont l'habitude de se concentrer sur leurs affaires et laisser aux autres la place publique. Malheureusement, travailler plus fort pour maîtriser son environnement interne ne constitue que la moitié de la solution pour réussir dans les années 90.

Nous avons identifié l'un des moyens à la disposition des gens d'affaires pour faire face à l'avenir : le regroupement. Nous ne prétendons pas que cet outil de développement économique est une fin en soi. Mais jumelé à d'autres développements, il pourrait permettre aux gens d'affaires francophones de maintenir une évolution positive et de contribuer à l'épanouissement de la population francophone au sein même de la société ontarienne.

RÉFÉRENCES

Adam, D. (1992), *Statistiques sur les inscriptions de la clientèle étudiante francophone à l'Université Laurentienne et autres universités ontariennes*, Sudbury, Université Laurentienne.

Betcherman, G. and McMullen, K. (1986), *Working with Technology, A Survey of Automation in Canada*, Economic Council of Canada.

Blatt, R. (1991-1992), «Les entrepreneurs franco-ontariens», *Revue du Nouvel-Ontario*, 13-14, 57-70.

Carrière, F. (1993), «La métamorphose de la communauté franco-ontarienne 1960-1985» , dans Jaenen, C. (Éditeur), *Les Franco-Ontariens*, Boucherville, Gaëtan Morin.

Conseil Économique du Canada (1988), *Sous les feux de la concurrence - L'adaptation dans le secteur manufacturier*, Ottawa, Centre d'édition du gouvernement du Canada.

Granovetter, M. (1985), «Economic Action and Social Structure : The Problem of Embeddedness», *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.

Jaenen, C. (Éditeur) (1993), *Les Franco-Ontariens*, Boucherville, Gaëtan Morin.

Leroux, R. (1990), *Rapport de l'enquête sur les petites entreprises franco-ontariennes*, préparé pour le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario.

Lie, J. (1991), «Embedding Ploany's Market Society», *Sociological Perspectives*, 34(2), 219-235.

Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie (MICT) (1990), *La situation des petites entreprises - Rapport annuel sur les petites entreprises en Ontario*, Toronto, Publications Ontario.

Les Promotions Nordcom Inc, (1992-1993), *Répertoire des gens d'affaires francophones du Nord-Est de l'Ontario*, 4e édition.

Ouellet, F. (1993), «L'évolution de la présence francophone en Ontario : une perspective économique et sociale», dans Jaenen, C. (Éditeur), *Les Franco-Ontariens*, Boucherville, Gaëtan Morin.

Orser, B. et James, T. (1992), *L'entreprise à domicile - Une nouvelle réalité*, préparé pour le Comité national des entreprises à domicile.

Petersen, P. (1991), «A Network Approach to the Small Enterprise», in Bergman, E., Maier, G. and Todtling, F., *Regions Reconsidered : Economic Networks, Innovation, and Local Development in Industrialized Countries*, London, Mansell.

Pettigrew, A. (1987), «Context and Action in the Transformation of the Firm», *Journal of Management Studies*, 24(6), 649-670.

Raymond, L. et Blili, S. (1992), «Les systèmes d'information dans les PME: synthèse et apports de la recherche», *Revue Organisation*, Été, 146-166.

Robichaud, Y. et McGraw, E. (1993), «Le propriétaire-dirigeant francophone du Nord-Est ontarien : éléments d'un profil», soumis pour publication à la *Revue du Nouvel-Ontario.*

Saint-Pierre, Gilles (1992), «L'influence de la productique sur la stratégie des PME», *Revue Organisation*, Été, 41-55.

Statistiques Canada (1991), *Profil des régions métropolitaines de recensement et agglomérations de recensement : Partie I*, Catalogue 93-337.

Statistiques Canada (1991), *Profil des divisions et sous-divisions de recensement de l'Ontario : Partie A*, Catalogue 95-337.