

Conseil canadien pour les  
**COMMERCE**  
**AUTOCHTONES**

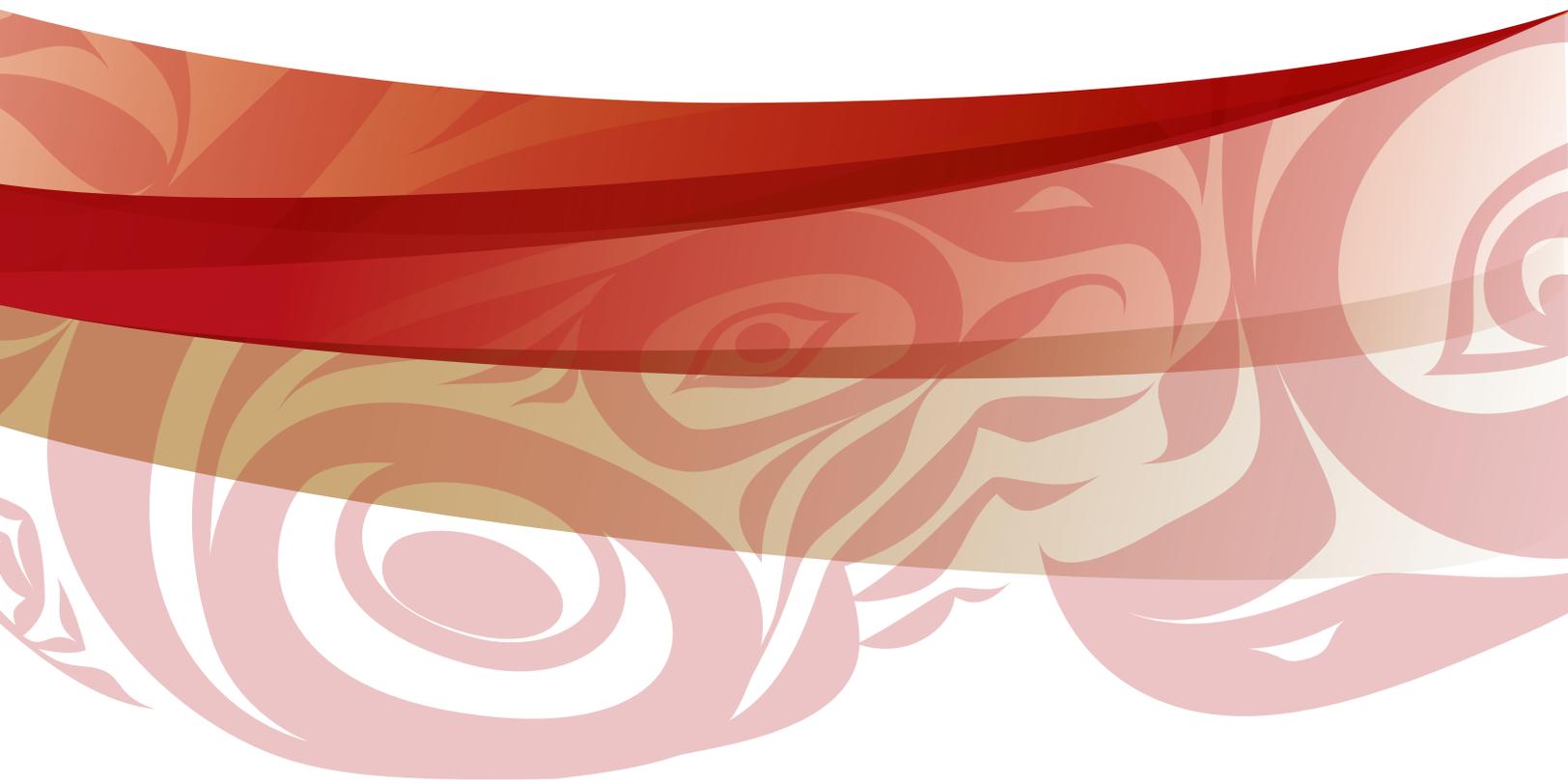


# Promesse et prospérité

Sondage sur les commerces autochtones 2016

En partenariat avec

**ENVIRONICS**  
RESEARCH



Notre partenaire :



Indigenous and  
Northern Affairs Canada

Affaires autochtones  
et du Nord Canada

# Table des matières

Sommaire.....	4
À propos du Sondage national sur les commerces autochtones 2016.....	5
Faits saillants de la recherche.....	5
Prochaines étapes.....	8
Les entrepreneurs autochtones au Canada.....	10
Le travail autonome chez les peuples autochtones.....	11
Répartition régionale.....	12
Industrie.....	13
Caractéristiques des entreprises.....	15
Emplacement et type d'entreprise.....	16
Marchés.....	17
Employés.....	19
Objectifs des entreprises et réussite jusqu'à maintenant.....	22
Phase de développement.....	23
Perceptions de la réussite des entreprises.....	23
Attentes pour l'avenir.....	26
Rentabilité et croissance des entreprises.....	27
Rentabilité.....	28
Croissance du chiffre d'affaires.....	28
Obstacles à la croissance.....	30
Facteurs de croissance pour les entreprises autochtones.....	32
Financement.....	33
Plan d'affaires.....	36
Innovation.....	36
Internet et médias sociaux.....	38
Appuis extérieurs.....	39
Utilisation des programmes gouvernementaux.....	41
Concurrence pour les contrats du gouvernement fédéral.....	43
Entreprises autochtones par degré de réussite.....	46
Phase de développement.....	47
Plan d'affaires.....	48
Innovation.....	48
Marchés.....	48
Autres indicateurs.....	49
Financement.....	49
Méthodologie.....	50

1

# Sommaire

## À propos du Sondage national sur les commerces autochtones 2016

Les peuples et les communautés autochtones se tournent de plus en plus vers le développement économique, afin d'améliorer la qualité de vie et construire un avenir prometteur pour les membres de leur communauté. Selon l'Enquête nationale auprès des ménages (ENM) de 2011, il existe plus de 43 000 membres des Premières Nations, des Inuits et des Métis au Canada qui sont propriétaires de leur propre entreprise

Bien que nous possédions beaucoup de données sur les propriétaires d'entreprises canadiennes en général, les particularités des entrepreneurs autochtones nous échappent. Qui sont-ils quelle est la nature de leurs expériences et qu'ont-ils besoin pour assurer leur croissance et leur réussite futures. Afin de combler ces lacunes et d'acquérir une meilleure compréhension des enjeux auxquels sont confrontés les entrepreneurs autochtones au Canada, le Conseil canadien pour le commerce autochtone (CCCA), avec l'appui du gouvernement du Canada, est heureux de publier le Sondage national sur les commerces autochtones 2016. Cette étude actualisée des propriétaires d'entreprises autochtones partout au Canada, s'appuie sur des recherches antérieures menées par le CCCA dans le rapport de 2011 intitulé Promesse et prospérité : Sondage sur les commerces autochtones.

La recherche du CCCA montre que les entrepreneurs autochtones sont motivés par un désir d'innover, de développer et de tirer profit de leur entreprise, mais aussi qu'ils font face à des défis particuliers qui les limitent dans leur croissance et leur développement. Une meilleure compréhension de ces réalités par les entreprises et les gouvernements, combinée avec l'optimisme des entrepreneurs autochtones, crée des possibilités illimitées pour tous. L'objectif du CCCA est de diffuser largement les résultats de cette recherche afin qu'ils puissent être utilisés par les peuples autochtones, les entreprises et les collectivités, de même que par les entreprises non autochtones et les gouvernements, pour développer des outils, des initiatives et des politiques qui réalisent pleinement le potentiel des entreprises autochtones au Canada.

## Faits saillants de la recherche

Que nous apprend l'Enquête nationale auprès des ménages sur les entreprises autochtones ?

- La population des travailleurs autonomes autochtones continue à croître (15,6 % entre 2006 et 2011), mais à un rythme plus lent qu'auparavant (p. ex., la croissance était de 37,6 % entre 2001 et 2006), tandis que la population de travailleurs autonomes canadiens a diminué (-4,4 % entre 2006 et 2011). Cependant, les Autochtones demeurent moins susceptibles d'être des travailleurs autonomes (6,3 % de la main-d'œuvre autochtone) que le reste de la population canadienne (10,7 % de la population active).
- Les entreprises autochtones sont représentées dans l'ensemble de la gamme complète des groupes d'identité (Premières Nations, Inuits et Métis), des régions et des types d'industrie, y compris les secteurs des ressources naturelles, la construction, la fabrication, le commerce de détail et les services.

- En général, les entreprises autochtones ont tendance à être assez petites, dont les trois quarts (73 %) sont non incorporées en société et plus de six sur dix (64 %) n'emploient aucun salarié. Il s'agit d'un profil similaire aux entreprises canadiennes en général, bien que les entreprises autochtones soient légèrement moins susceptibles d'être incorporées en société.

#### **Quelles connaissances supplémentaires notre sondage fournit-il sur le profil des entreprises autochtones ?**

- Les entreprises autochtones approvisionnent une variété de secteurs en biens et services, et depuis 2010 elles ont augmenté leur clientèle parmi les entreprises du secteur privé et des gouvernements à tous les niveaux (fédéral, provincial, municipal et autochtone).
- Depuis 2010, le profil géographique de ces clients demeure pratiquement inchangé : les entreprises autochtones continuent de se concentrer principalement sur les marchés locaux et dans leur propre province/territoire. Néanmoins, la moitié possède des clients dans d'autres provinces et territoires, et d'importantes minorités ont des clients aux États-Unis (25 %) ou dans d'autres pays (17 %).
- Plus d'une entreprise autochtone sur trois (36 %) crée des emplois pour d'autres. Depuis 2010, la proportion d'entreprises créant de l'emploi temporaire ou à temps plein a diminué, ainsi que le taux d'emploi des Autochtones au sein de ces entreprises. Attirer du personnel qualifié continue d'être un défi et un obstacle à la croissance : les deux tiers des entreprises disent qu'il est difficile de trouver des employés autochtones, un problème qui est particulièrement répandu parmi les grandes entreprises (p. ex., incorporées, avec un chiffre d'affaires annuel plus élevé).

#### **Quels sont leurs objectifs d'affaires et que pensent-ils de leurs progrès ?**

- La plupart des entreprises autochtones se considèrent comme des entreprises établies, axées davantage sur la stabilité et la rentabilité (60 %) que sur la croissance et l'expansion (22 %) par une marge de presque trois contre un. Une entreprise sur dix se décrit comme une start-up.
- Les entreprises autochtones continuent de maintenir une attitude positive concernant les progrès réalisés, tant du côté de leur succès jusqu'à maintenant qu'en fonction de leurs perspectives d'avenir. Les performances commerciales déclarées soutiennent cette attitude, avec une forte croissance de la part des entreprises déclarant un bénéfice net (76 %, en hausse de 15 points depuis 2010) et une augmentation des revenus (41 %, en hausse de 6 points) sur l'année précédente. En outre, une majorité (72 %) demeure optimiste qu'ils généreront une croissance de revenus pour l'année à venir.

- Les entreprises autochtones reconnaissent de plus en plus la valeur de l'innovation, avec plus de six sur dix (63 %) ayant introduit soit des nouveaux produits ou services, soit des procédés nouveaux dans leur entreprise au cours des trois dernières années, une hausse de la moitié (49 %) en 2010. Cela augure bien pour l'avenir de ces entreprises, puisque les données indiquent que l'innovation est liée au succès des entreprises (tel que défini par la rentabilité, la croissance des revenus et les bénéfices de l'entreprise).

### Qu'est-ce qui empêche les entreprises autochtones de progresser ?

- L'accès aux capitaux propres/capitaux et au financement demeure un problème et est notamment cité comme un défi par les start-ups et les entreprises axées sur la croissance. Comme en 2010, les entreprises autochtones comptent beaucoup sur les épargnes personnelles pour le démarrage et le financement continu (en combinaison avec les bénéfices non répartis).
- Localiser des sources potentielles de financement est un important goulot d'étranglement : la moitié (51 %) des entreprises a trouvé cela très ou assez difficile. La nature multiple du financement est évidente, par exemple, dans le nombre de programmes gouvernementaux utilisés pour fournir des prêts/subventions aux petites entreprises ou le financement de l'emploi ou des formations; parmi les quatre sur dix entreprises autochtones qui ont utilisé un programme gouvernemental, un total de 27 différents programmes ou sources ont été mentionnés. L'information sur l'existence de ces programmes est partagée principalement par le bouche-à-oreille entre les propriétaires d'entreprise.
- Une autre préoccupation liée au financement est de satisfaire les qualifications ou les exigences en matière de prêt; près de la moitié (45 %) des entreprises autochtones ont éprouvé des difficultés à les satisfaire. Ce n'est peut-être pas surprenant étant donné que seulement trois entreprises sur dix ont un plan d'affaires commercial (qui est généralement une documentation requise), et cette proportion n'a pas augmenté depuis 2010.
- L'accès numérique n'est pas universellement disponible aux entreprises autochtones. Quatre sur dix entreprises ne disposent pas de connexion Internet (14 %) ou de connexion fiable (26 %); ces problèmes sont plus fréquents pour les entreprises situées dans les réserves et dans les territoires et les provinces de l'Atlantique. Parmi les entreprises disposant d'une connexion Internet, la plupart utilisent une forme quelconque de médias sociaux pour leur entreprise, Facebook étant de loin l'outil le plus largement utilisé (plus encore que les sites Web d'entreprise).

### Quel est le rôle des conseillers extérieurs aux entreprises autochtones ?

- Beaucoup d'entreprises autochtones communiquent avec des spécialistes, officiellement ou officieusement, pour obtenir des conseils sur leurs entreprises. Ceci est particulièrement fréquent chez les entreprises autochtones prospères qui accordent une plus grande importance que les autres à leurs relations avec les fournisseurs et leurs partenariats avec des entreprises autochtones ou non autochtones.

- Depuis 2010, la proportion des entreprises ayant l'expérience de soumissionner pour un contrat du Gouvernement du Canada a grandi (de 11 % à 31 %). Une entreprise autochtone sur cinq déclare avoir soumissionné ou songé à soumissionner pour des marchés réservés aux entreprises autochtones dans le cadre de la Stratégie d'approvisionnement auprès des entreprises autochtones (SAEA); d'ailleurs, la satisfaction des entrepreneurs avec les critères actuels de la SAEA s'est améliorée depuis 2010. L'insatisfaction provient principalement de préoccupations qu'on abuserait des entreprises autochtones tentant de se qualifier pour les marchés réservés de la SAEA.

## Prochaines étapes

Selon les résultats du Sondage national sur les commerces autochtones 2016, le CCCA estime que les actions suivantes – de la part des gouvernements, des institutions financières et des entrepreneurs autochtones eux-mêmes – aideront plus d'entreprises autochtones à réussir.

**#1 : S'assurer que les fonds disponibles pour les entreprises autochtones ou les petites entreprises puissent être accessibles à ceux qui en ont besoin et qui en veulent.** Les propriétaires d'entreprises autochtones font face à plusieurs obstacles, y compris la localisation des possibilités de financement, la satisfaction des exigences de prêt (p. ex. : avoir besoin de capital afin d'accéder aux fonds correspondants) et la connaissance de la manière de remplir correctement les formulaires de demande qui sont difficiles et complexes. Les gouvernements et les institutions financières autochtones doivent faire des efforts pour faire connaître les possibilités de financement, s'assurer que les normes requises pour accéder au financement soient pertinentes et réalisables pour les entreprises autochtones et soutenir les propriétaires d'entreprises dans le processus de demande de financement.

**#2 : Appuyer le développement des ressources humaines en fournissant des formations professionnelles et en les finançant.** Les propriétaires d'entreprises autochtones (et les futurs propriétaires d'entreprises) peuvent bénéficier d'une variété de possibilités éducatives, telles que l'élaboration de plans d'affaires, l'accès au financement, le leadership et la gestion des compétences des employés, ainsi que la commercialisation et les médias sociaux. En outre, le besoin d'investir dans la formation professionnelle des autochtones de façon générale demeure criant afin d'élargir la réserve de travailleurs qualifiés dont les entreprises autochtones ont besoin pour croître et réussir.

**#3 : Mettre à jour les politiques de gouvernance et de gestion des terres dans les réserves.** Les politiques actuelles encouragent les entreprises dans les réserves à rester petites et locales, et à mettre l'accent sur la stabilité plutôt que sur la croissance. Des dispositions claires et souples sont nécessaires pour encourager la création d'entreprises et leur réussite à long terme. Clarifier les responsabilités et les procédures fiscales ainsi que les procédures concernant les infrastructures, tout en soutenant les plans de gestion de l'utilisation des terres encouragerait les entreprises dans les réserves à réorienter leurs énergies vers la croissance. Les outils et les connaissances pour la gouvernance communautaire encourageraient également un environnement commercial positif.

**#4 : Être un défenseur des entreprises autochtones.** Cette recherche prouve que beaucoup d'entreprises autochtones sont en plein essor, malgré les obstacles sur leur chemin. Les collectivités autochtones et les gouvernements, les gouvernements fédéral et provincial et les entreprises non autochtones ont tous un rôle important à jouer pour aider ces entreprises à atteindre leur plein potentiel, en reconnaissant et en favorisant la connaissance de leur valeur, non seulement pour les peuples autochtones eux-mêmes, mais pour l'ensemble du Canada.

## Méthodologie

Ce rapport présente les résultats d'un sondage téléphonique mené auprès de 1 101 propriétaires d'entreprises des Premières Nations (dans et hors réserve), des Inuits et des Métis partout au Canada, entre le 10 février et le 10 mars 2015.

La recherche est une collaboration entre le CCCA et Environics Research, une des principales entreprises de recherche de l'opinion publique du Canada et l'organisme qui a effectué les travaux pour l'édition 2011 de *Promesse et prospérité : Sondage sur les commerces autochtones*.

Des répondants des Premières Nations, des Inuits et des Métis furent trouvés dans différentes bases de données et organisations, et on augmenta l'échantillon de noms obtenus par référence. Les données sont pondérées statistiquement par groupe d'identité autochtone, taille et type d'entreprise (c'est-à-dire, avec/sans employés et incorporée/non incorporée en société) pour s'assurer que l'échantillon final reflète fidèlement les travailleurs autonomes autochtones selon les plus récentes données de recensement du Canada (2011).

### Comité de direction de la recherche

**Brenda LaRose**, fondatrice de Higgins Executive Search, a développé une pratique nationale et elle est maintenant reconnue comme un chef de file canadien dans le recrutement des cadres autochtones.

**Dr. Brent Mainprize** est un professeur à l'Université de Victoria enseignant l'entrepreneuriat et la stratégie. Dr. Mainprize a aidé les nouveaux entrepreneurs à réussir sur le marché depuis plus d'une décennie.

**Chuck Strahl**, politicien et homme d'affaires canadien, a été député de 1993 à 2011. Il devint un éminent membre du cabinet, agissant comme ministre de l'Agriculture, Affaires autochtones et du Nord, et du Transport.

**Miles G. Richardson** est le directeur exécutif du Consortium National de développement économique des peuples autochtones à l'Université de Victoria.

Le très honorable **Paul Martin** a été Premier Ministre du Canada de 2003 à 2006 et ministre des Finances de 1993 à 2002. Après avoir quitté la politique, M. Martin a fondé plusieurs Initiatives autochtones axées sur l'éducation, l'esprit d'entreprise et les fonds d'investissements investissant dans des entreprises autochtones.

**Phil Fontaine** est un ancien Chef national de l'Assemblée des Premières Nations pendant trois mandats. Phil Fontaine est un défenseur éloquent pour l'avenir du Canada et pour nos peuples autochtones.

**Susan Aglukark** est l'une des artistes autochtones les plus respectées du Canada, une puissante voix du Nord à titre d'Inuk d'Arviat influente.

# 2

## Les entrepreneurs autochtones au Canada

Le but de cette section est de fournir une image de la population des entreprises autochtones au Canada, en termes de taille et de croissance, ainsi que de caractéristiques clés (p. ex., groupe d'identité autochtone, région et industrie).

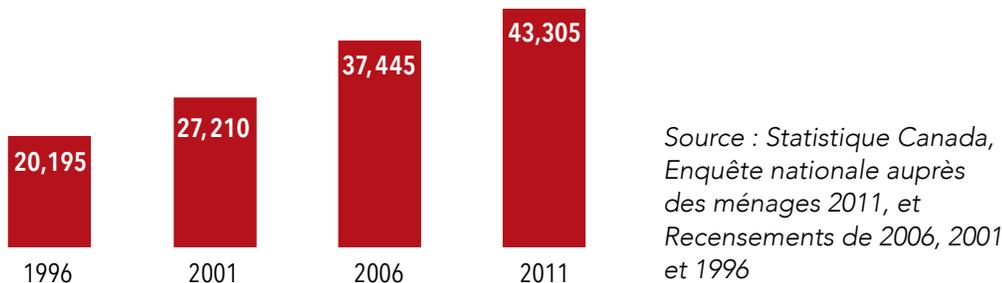
Les plus récentes données de recensement révèlent que les entrepreneurs autochtones sont situés partout au Canada, qu'ils sont en concurrence dans tous les secteurs, et que leur taux de croissance continue à être supérieur à celui de leurs homologues canadiens

# Le travail autonome chez les peuples autochtones

L'Enquête nationale auprès des ménages (ENM) de 2011 révèle que le nombre de travailleurs autonomes autochtones continue de croître.

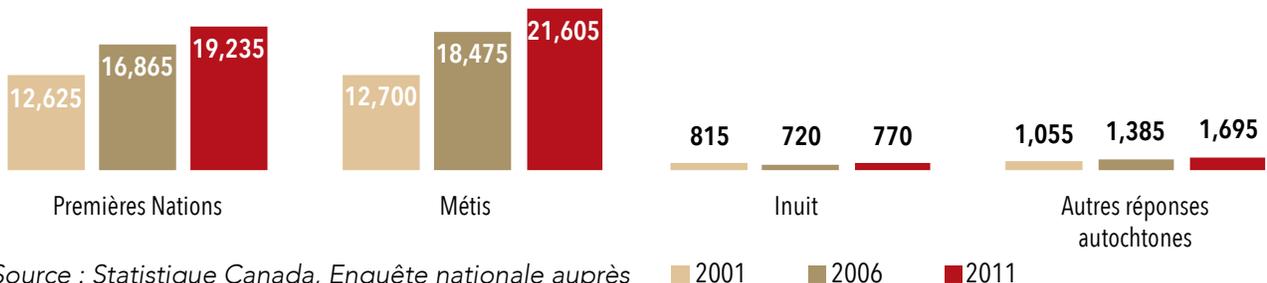
En 2011, 43 305 individus autochtones ont déclaré qu'ils étaient des travailleurs autonomes. En 2006, le nombre était 37 445, ce qui représente une hausse de 15,6 %. Bien que la croissance dans le travail autonome a ralenti par rapport aux périodes de recensement précédentes (par exemple, 37,6 % entre 2001 et 2006 et 34,7 % entre 1996 et 2001), elle reste plus élevée que le taux de croissance des travailleurs autonomes canadiens dans l'ensemble qui a enregistré une baisse de 4,4 % entre 2006 et 2011.

## Taux de travail autonome chez les peuples autochtones



Selon l'ENM 2011, les Métis représentent la plus grande proportion de la population de travailleurs autonomes autochtones (50 %), suivie par les Premières Nations (44 %), tandis que deux pour cent des travailleurs autonomes autochtones s'identifient comme Inuit. L'autre 4 pour cent représente des réponses multiples ou « d'autres Autochtones ». Ces proportions restent essentiellement inchangées entre 2006 et 2011. Individuellement, les Métis ont connu la plus forte augmentation de travailleurs autonomes (13,7 %), suivie des Premières Nations (10,8 %) et des Inuits (4,2 %).

## Taux de travailleurs autonomes chez les peuples autochtones par groupe d'identité



Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages 2011, et Recensements 2006 et 2001

<sup>1</sup> Totalisation spéciale basée sur la « population active, expérimentée » qui comprend les personnes qui occupaient un emploi et les personnes qui étaient des chômeurs qui ont travaillé contre rémunération ou comme travailleurs autonomes depuis le 1er janvier 2010. Cette définition est utilisée pour toutes les statistiques qui font référence à l'Enquête nationale auprès des ménages de 2011 et les recensements de 2006 et 2001.1 Censuses.

**Proportion de la population autochtone.** Une autre façon de comprendre les statistiques sur l'entrepreneuriat autochtone est de considérer les travailleurs autonomes autochtones comme un pourcentage de la population autochtone dans son ensemble. En 2011, les travailleurs autonomes autochtones représentaient 6,3 pour cent de la population active autochtone, âgée de 15 ans ou plus. Cette proportion est nettement inférieure au 10,7 pour cent de la population canadienne qui se définit comme travailleur autonome.

La proportion de travailleurs autonomes autochtones au sein de la population active autochtone n'a pas augmenté entre 2006 (lorsque 6,6 % se sont déclarés autonomes) et 2011 (6,3 %).<sup>2</sup> Bien que cela puisse sembler contraire à la croissance décrite dans la section précédente, c'est parce que la population autochtone est plus jeune et en pleine croissance à un rythme plus rapide que le reste de la population canadienne. Entre 2006 et 2011, l'ensemble de la population active autochtone, âgée de 15 ans et plus, a augmenté de 19 pour cent par rapport à la croissance de 6,7 pour cent pour la population active canadienne. Dans l'ensemble, le nombre d'autochtones dans la population active et le nombre de travailleurs autonomes autochtones ont considérablement augmenté. En conséquence, le nombre de travailleurs autonomes autochtones, en pourcentage de la population, reste plat et nettement inférieur par rapport à la population non autochtone de travailleurs autonomes.

## Répartition régionale

Conforme à 2006, le recensement de 2011 a trouvé que les travailleurs autonomes autochtones sont plus susceptibles de résider en Ontario (24 %), en Colombie-Britannique (22 %) et en Alberta (18 %). Par rapport à la population autochtone, les travailleurs autonomes autochtones restent surreprésentés en Colombie-Britannique et en Alberta et sous-représentés au Manitoba et en Saskatchewan.

### Taux de travailleurs autonomes par région (2011)

Région	Population de travailleurs autonomes autochtones (15 +)		Population autochtone totale (15 +)	
	N	%	N	%
Provinces de l'Atlantique	2,180	5	71,865	7
Québec	5,115	12	108,365	11
Ontario	10,320	24	227,240	23
Manitoba	4,250	10	133,170	13
Saskatchewan	3,175	7	103,965	10
Alberta	7,720	18	154,125	15
Colombie-Britannique	9,360	22	171,600	17
Territoires	905	2	38,275	4
Canada	43,305		1,008,595	

Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages 2011

<sup>2</sup> À titre de comparaison, en 2006 et 2011 le pourcentage de travailleurs autonomes parmi l'ensemble de la population canadienne était de 11,6 % et 10,7% respectivement.

## Industrie

Les entrepreneurs autochtones continuent de bâtir des entreprises dans un large éventail de secteurs d'industries au Canada. Malgré une différence marquée dans l'ensemble de la population de travailleurs autonomes, la répartition du travail autonome chez les autochtones et les non autochtones est semblable dans les secteurs primaire, de la fabrication, de la vente en gros et au détail, et des arts et spectacles.

Comme en 2006, il continue à y avoir un écart perceptible entre la proportion de travailleurs autonomes autochtones (34 %) et leurs homologues dans la population canadienne générale (41 %) dans les secteurs professionnel, scientifique et technique, l'éducation, la santé et les services sociaux. Les peuples autochtones demeurent également légèrement surreprésentés dans la construction.

### Taux de travailleurs autonomes par industrie (2011)

Région	Entrepreneurs autochtones		Entrepreneurs canadiens	
	N	%	N	%
Primaire	4,315	10	196,985	10
Construction	7,885	19	284,845	14
Fabrication, transport, entreposage	3,855	9	173,165	9
Commerce en gros et au détail	3,625	9	200,850	10
Services professionnels, scientifiques et techniques, éducation, santé et sociaux	14,155	34	829,095	41
Arts, divertissement, hébergement, nourriture et culture	3,930	9	174,920	9
Autres	4,280	10	175,940	9
Total - population de travailleurs autonomes	42,100	100	2,035,810	100

Source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages 2011

**Une note sur les données de l'ENM.** Alors que les données de l'ENM sont la meilleure source d'information sur le nombre d'autochtones qui se définissent comme des travailleurs autonomes, les données sur la population active autochtone et le nombre et les caractéristiques des entrepreneurs autochtones et des petites entreprises, ne sont pas à la disposition de tous.

Les caractéristiques de l'entrepreneuriat autochtone sont difficiles à analyser et à comprendre en utilisant des mesures et définitions traditionnelles. Beaucoup sont petites, axées sur la communauté, non incorporées en société et exploitées par des entrepreneurs avec des objectifs et des stratégies qui privilégient souvent les valeurs culturelles, l'investissement communautaire et un souci de l'environnement davantage que le profit.<sup>3</sup>

En nous permettant de suivre les tendances de croissance et de faire des comparaisons avec la population non autochtone, le recensement de 2006 et l'ENM de 2011 offrent les statistiques les plus récentes et les plus détaillées sur les travailleurs autonomes autochtones et l'organisation des entreprises au Canada. Toutefois, les réponses sont volontaires et la catégorie de travailleur autonome, qui comprend des personnes qui ne possèdent pas d'entreprise, n'est pas une mesure tout à fait exacte de l'entrepreneuriat. Par contre, l'Enquête sur la population active (EPA) a une grande portée et est mise à jour tous les mois, mais elle utilise la même définition de travailleur autonome. Ni l'EPA, ni l'Enquête auprès des peuples autochtones 2012 n'incluent les communautés des réserves et les deux ont des données manquantes pour le Nord du Canada.<sup>4</sup>

Les résultats de la recherche du CCCA présentés dans le reste de ce rapport complètent les données de Statistique Canada sur la croissance des travailleurs autonomes autochtones.

## Transformation internationale

### Développement économique et social

Carol Anne Hilton, PDG et Ainjil Hunt, directrice

Adoptant une approche inclusive du développement économique, Ainjil Hunt et Carol Anne Hilton ont créé Transformation afin d'améliorer le bien-être de la communauté. En incluant la culture, la santé et l'identité dans le tissu des entreprises, Hunt et Hilton visent à modifier les processus de développement économique et de la santé conjointement pour promouvoir l'amélioration des résultats économiques et sociaux. Se concentrer trop étroitement sur la production de profits peut déconnecter les sociétés de développement économique de l'impact plus large des changements économiques sur la langue, la communauté, le comportement organisationnel et la gouvernance. Faire face à ces enjeux et défis permet à Transformation d'apporter des changements significatifs aux réalités vécues par les peuples autochtones.

En établissant la gouvernance et les structures décisionnelles bien avant qu'une entreprise soit créée, cette approche prépare les collectivités à tirer profit de la croissance régionale. Un élément clé du rôle de Hunt et de Hilton est de faciliter la discussion communautaire sur les risques et les opportunités de développement des affaires, la nature des cycles économiques et les stratégies pour réussir sur le marché. Ces entrepreneures ont réussi à mettre en application ce modèle auprès des entreprises autochtones et d'organisations au Canada, aux États-Unis et en Amérique du Sud. Hunt et Hilton sont fières de leur entreprise, et avec raison, car elles ont reçu le Prix de la Création de la richesse attribué par le Conseil National des aînés autochtones, le Prix de l'Entreprise de l'année de la Société de développement économique de l'île de Vancouver et le Prix des Réalisations autochtones de la Colombie-Britannique.

<sup>3</sup> Statistique Canada, « Définition du travail autonome, » Rural and Small Town Canada Analysis Bulletin, Vol. 9, N° 1, catalogue no. 21-006-X, p. 4-5.

<sup>4</sup> Statistique Canada, Enquête auprès des peuples autochtones, Cat. N° 2012, 89-653-X; Guide de l'Enquête sur la population active, 2012, Cat. N° 71-54G; Dictionnaire de l'Enquête nationale auprès des ménages, 2011, Cat. N° 99-000-X2011001.

# 3

## Caractéristiques des entreprises

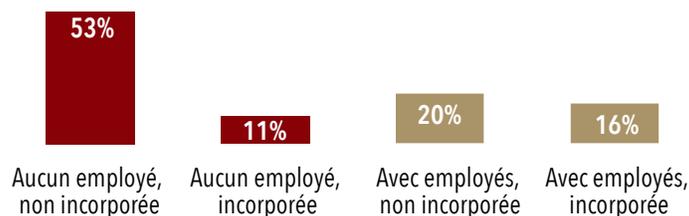
## Emplacement et type d'entreprise

*Les entreprises autochtones ont tendance à être plutôt petites : la plupart sont non incorporées en société et n'emploient aucun salarié. Depuis 2010, la proportion d'entreprises situées hors réserve des Premières Nations a augmenté de plus de quatre sur dix.*

**Taille et structure de l'entreprise.** L'échantillon du sondage a été conçu pour correspondre à la population de propriétaires d'entreprises autochtones au Canada par la taille (nombre d'employés) et par la structure de l'entreprise, selon les plus récentes données de recensement (2011).

La plupart des entreprises autochtones (73 %) ne sont pas incorporées, fonctionnant soit comme une entreprise individuelle (61 %) soit comme une société (12 %), tandis qu'une entreprise sur quatre (27 %) est incorporée en vertu d'une charte fédérale ou provinciale.<sup>5</sup> Par ailleurs, la plupart des propriétaires d'entreprises autochtones (64 %) fonctionnent sans employés. Bien que ce profil soit semblable aux entreprises canadiennes dans leur ensemble, les entreprises autochtones sont moins susceptibles d'être incorporées.

### Business size and corporate structure



Q2b. Avez-vous des employés autres que vous-même ?

Q3. L'entreprise est-elle une entreprise individuelle, une société ou une personne morale qui est constituée en vertu d'une charte provinciale ou fédérale ?

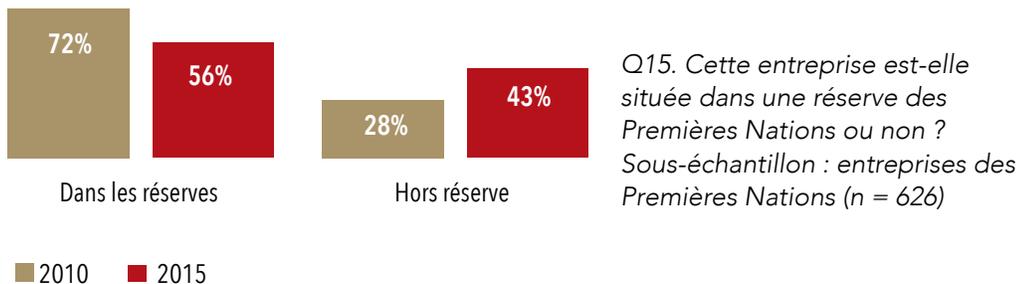
Les entreprises individuelles sont le modèle d'affaires privilégié par les entrepreneurs autochtones, probablement en raison de la simplicité relative de leur création. Ce modèle est plus populaire parmi les entreprises appartenant à des femmes ainsi que celles opérant dans les secteurs secondaires ou des services et dans la province de Québec. On ne s'étonne pas que les entreprises individuelles soient également plus susceptibles d'être des petites entreprises sans employés avec un chiffre d'affaires annuel inférieur.

Les entreprises incorporées en sociétés autochtones demeurent les plus courantes en Alberta et sont généralement de plus grosses entreprises avec des employés et des revenus plus élevés. Parce que les compagnies constituées ne sont pas admissibles aux exemptions fiscales en vertu de l'article 87 de la Loi sur les Indiens, les entreprises dans les réserves sont beaucoup moins susceptibles d'être incorporées (14 % contre 32 % situées hors réserve). En conséquence, les entreprises incorporées sont plus répandues chez les propriétaires d'entreprises Métis (34%) que chez les Premières Nations (19 %).

<sup>5</sup> Pour être admissible à l'enquête, les entreprises qui ne sont pas une entreprise individuelle doivent être détenues majoritairement par des personnes autochtones, mais ne pas appartenir à une communauté.

Emplacement. Plus de la moitié (56 %) des entrepreneurs des Premières Nations ont établi leurs entreprises dans une réserve. Et quatre sur dix (43 %) sont situées hors réserve, une proportion qui s'est accrue de manière importante en hausse de 28 % en 2010.

### Entreprise située dans une réserve des Premières Nations parmi les propriétaires d'entreprises des Premières Nations



La majorité des entreprises autochtones continuent également à être à domicile. Deux tiers (66 %) des propriétaires d'entreprises autochtones rapportent que leur entreprise opère actuellement à partir de leur domicile ou la maison de leur partenaire d'affaires, ce qui est essentiellement la même proportion qu'en 2010 (66 %).

Les entreprises à domicile sont plus fréquentes hors réserve que dans les réserves et parmi les entreprises plus petites sans employés et aux revenus moins élevés. Elles sont également plus répandues parmi les start-ups et les entreprises établies qui sont axées sur la stabilité et moins fréquentes chez les entreprises établies axées sur la croissance.

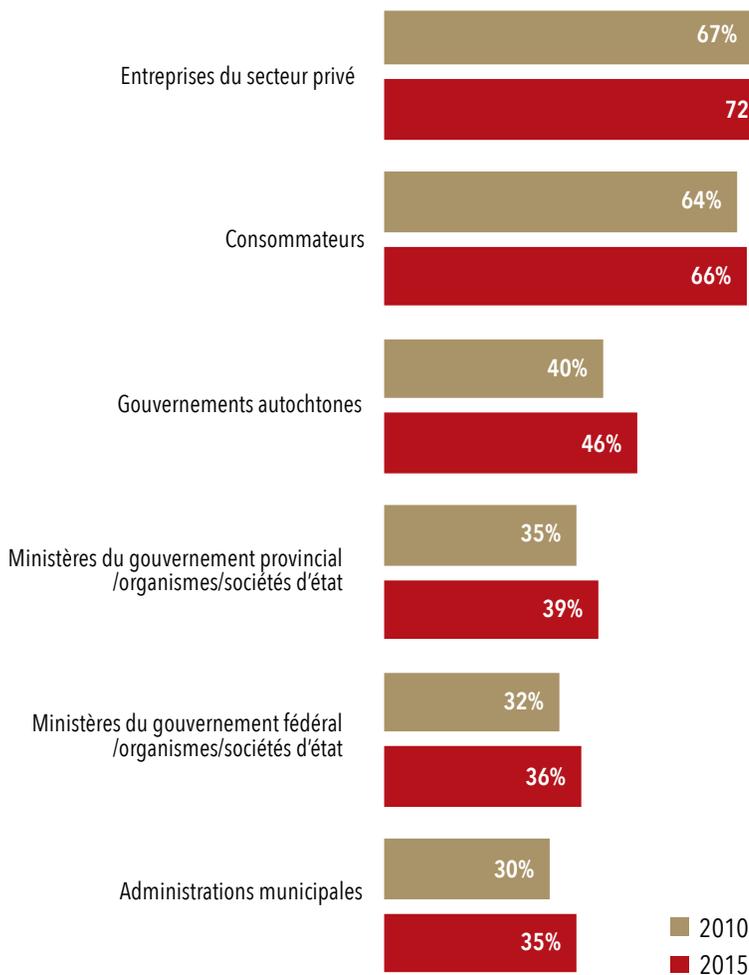
## Marchés

*Depuis 2010, les entreprises autochtones ont continué à accroître leur clientèle dans tous les secteurs, y compris le secteur privé et à tous les niveaux du gouvernement. Le profil géographique de leurs clients demeure pratiquement inchangé : la plupart continuent de se concentrer sur les marchés locaux, bien qu'une minorité non négligeable ait également des clients internationaux.*

**Type de client.** Les résultats indiquent que les entreprises autochtones s'efforcent de diversifier leur clientèle. Ils demeurent plus susceptibles de fournir des biens ou des services aux entreprises du secteur privé (72 %) et aux consommateurs (66 %). Près de la moitié (46 %) fournissent des biens aux gouvernements autochtones, tandis que plus d'un tiers approvisionnent des ministères provinciaux, des organismes ou des sociétés d'état (39 %), des ministères fédéraux, des organismes ou des sociétés d'état (36 %) et des administrations municipales (35 %). Plus important encore, depuis 2010, le pourcentage d'entreprises qui fournissent maintenant des biens et services à chacun de ces types de clients a augmenté, ce qui démontre que les efforts visant à établir une solide clientèle ont donné des résultats positifs.

Les grandes entreprises (c.-à-d., les entreprises incorporées avec employés et celles avec des revenus annuels de plus de 100 000 \$) continuent d'avoir la clientèle la plus diversifiée; elles sont plus susceptibles que les autres d'avoir des clients dans le secteur privé et à tous les niveaux de gouvernement (fédéral, provincial/territorial et municipal).

### Types de clients dans l'année écoulée



Q17. Au cours de la dernière année, avez-vous fourni des produits ou des services aux... ?

Les entreprises dans les réserves sont plus susceptibles que les entreprises hors réserve de faire affaire avec les gouvernements autochtones. Dans le cas contraire, les entreprises dans les réserves ont plus de difficultés à accéder à presque tous les autres types de clients.

Partout au pays, les entreprises dans les territoires (c.-à-d., Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut) continuent à être les plus susceptibles de travailler pour les gouvernements aux niveaux fédéral, provincial/territorial et municipal; les entreprises dans les territoires et en Saskatchewan sont également les plus susceptibles de travailler avec les gouvernements autochtones.

Les entreprises prospères (c'est-à-dire les entreprises qui ont été rentables durant l'année écoulée, ont augmenté leurs ventes et s'attendent à une croissance des revenus au cours des deux prochaines années) sont plus susceptibles d'avoir fourni des biens ou services à tous ces types de clients.

**Lieu géographique de la clientèle.** Les propriétaires d'entreprises autochtones sont plus susceptibles d'avoir des clients dans leur propre communauté ou province/territoire, mais comme en 2010, la moitié ont des clients dans d'autres provinces ou territoires alors que des proportions plus faibles fonctionnent à l'échelle internationale.

Lorsqu'on leur demande où sont situés leurs clients (à partir d'une liste fournie), la plupart des propriétaires d'entreprises autochtones affirment qu'ils ont des clients dans leur communauté locale (85 %) et dans leur province ou territoire (76 %), et ces proportions sont essentiellement inchangées depuis 2010.

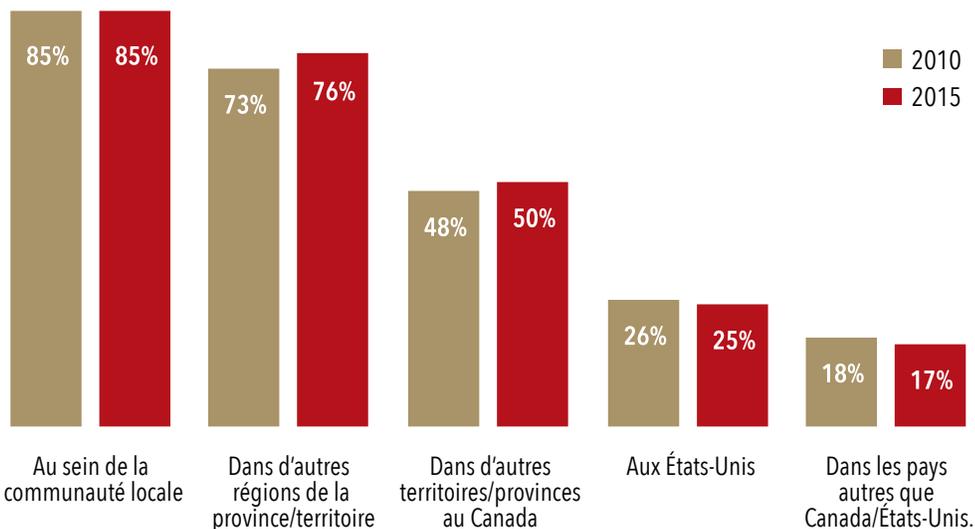
La proportion de propriétaires d'entreprises autochtones qui se lancent ailleurs reste elle aussi conforme à 2010. La moitié (50 %) continuent d'avoir des clients ailleurs au Canada, un quart (25 %) ont des clients aux États-Unis, et presque deux sur dix (17 %) ont des clients dans des pays autres que le Canada et les États-Unis.

Les clients locaux sont la source la plus courante de clients quel que soit le type d'entreprise autochtone. Cela est particulièrement vrai pour les start-ups, qui sont moins susceptibles que les entreprises établies d'avoir des clients en dehors de leur communauté locale.

En revanche, les entreprises avec un objectif de croissance et les entreprises dans les secteurs secondaire et tertiaire ont la clientèle la plus diversifiée qui inclut des clients situés dans d'autres régions du Canada, aux États-Unis et à l'étranger. Les entreprises en Colombie-Britannique et en Ontario sont plus susceptibles d'avoir des clients américains ou internationaux, peut-être en raison de la proximité de la frontière et de l'accès maritime.

Les entreprises situées en Colombie-Britannique et en Ontario sont plus susceptibles d'avoir des clients américains ou internationaux, peut-être en raison de la proximité de la frontière et de l'accès maritime. Des facteurs similaires peuvent peut-être aussi expliquer pourquoi les entreprises hors réserve sont plus susceptibles que celles dans les réserves d'avoir des clients dans d'autres régions de la province ou du territoire où elles se trouvent et dans d'autres régions du Canada. Les entreprises appartenant à des femmes autochtones et à des entrepreneurs plus âgés (55 ans) sont aussi plus susceptibles que d'autres de dire qu'ils ont accédé à des marchés américains et internationaux.

### Lieu géographique de la clientèle



Q16. L'an dernier, dans quels endroits votre entreprise comptait-elle les clients ?

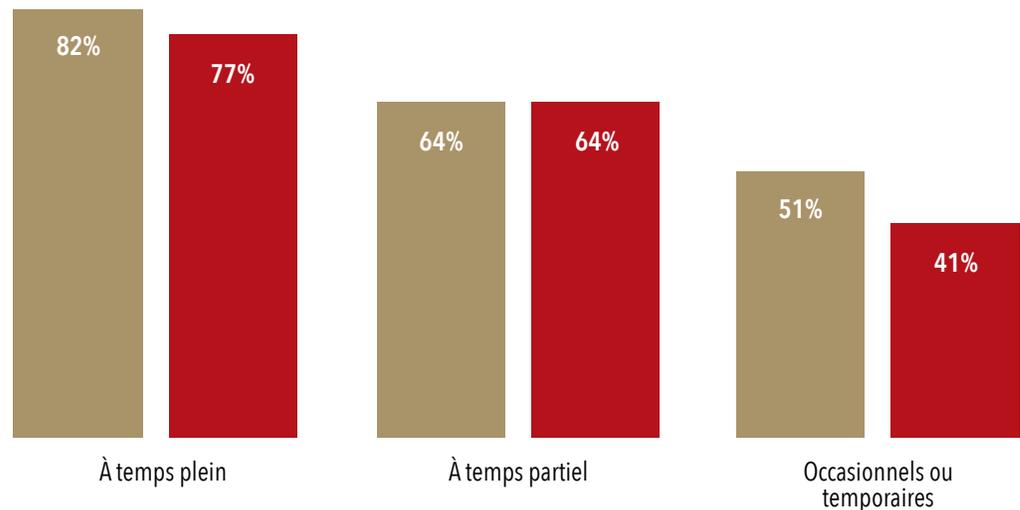
## Employés

Plus d'un sur trois propriétaires d'entreprises autochtones en Ontario créent des emplois pour d'autres, et presque tous ont au moins un employé autochtone. Cependant, depuis 2010, la proportion créant des emplois temporaires ou à temps plein a diminué, de même que celle du taux d'emploi des autochtones au sein de ces sociétés. Il y a une reconnaissance généralisée de la difficulté à trouver des employés autochtones qualifiés, particulièrement parmi les propriétaires d'entreprises plus grandes.

**Type d'emploi.** Conformément au recensement de 2011, plus du tiers (36 %) des propriétaires d'entreprises autochtones dans cette étude déclarent qu'ils ont au moins un employé et que ceux-ci sont plus susceptibles d'être des travailleurs à temps plein, permanents. Environ trois sur quatre (77 %) ont actuellement des employés à temps plein (soit 28 % de toutes les entreprises autochtones). Ces entreprises sont également une source de travail à temps partiel et occasionnel. Plus de six sur dix (64 %) ont actuellement des employés permanents à temps partiel et quatre sur dix (41 %) ont des employés occasionnels ou temporaires (soit 23 % et 15 % de toutes les entreprises autochtones, respectivement). Depuis 2010, la proportion d'entreprises autochtones avec des employés à temps plein ou temporaires a diminué, tandis que le taux d'emploi à temps partiel reste inchangé.

En moyenne, ces entreprises rapportent qu'ils ont cinq employés à temps plein permanents, quatre employés à temps partiel et deux employés occasionnels ou temporaires.

**Proportion d'entreprises créant des emplois par catégorie parmi les entreprises ayant des employés**



■ 2010     Q18. À l'exclusion de vous-même, votre entreprise possède combien d'employés actuellement qui sont... ? (Sous-échantillon : entreprises avec employés, n = 740)  
 ■ 2015

**Employés autochtones.** Presque toutes (83 %) les entreprises autochtones ayant des employés déclarent qu'elles emploient au moins une personne autochtone (ce qui représente 30 % de l'ensemble des entreprises autochtones).

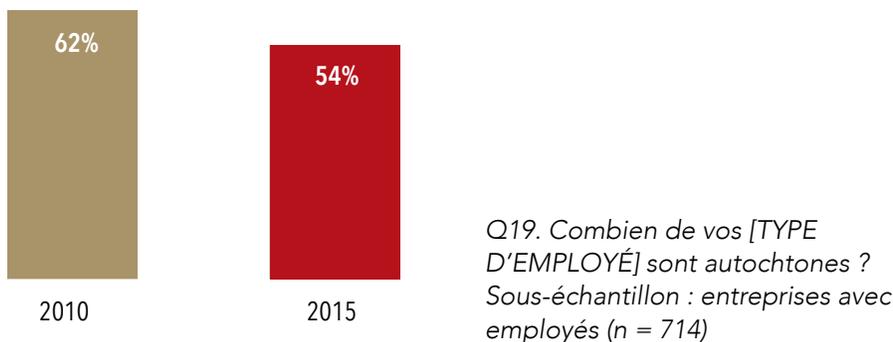
En moyenne, les peuples autochtones représentent 54 pour cent des employés d'une entreprise, ce qui est en baisse de 62 % en moyenne en 2010. Cette moyenne est plus élevée chez les entreprises non incorporées en société (61 %) et celles dont les revenus annuels sont inférieurs à 100 000 \$ (70 %), ce qui laisse entendre que, au fur et à mesure que les petites entreprises grandissent, elles éprouvent des difficultés à trouver un nombre suffisant d'employés autochtones qualifiés. Les entreprises Inuk (71 %) et celles appartenant aux Premières Nations (68 %), ainsi que celles situées dans les réserves (76 %) ont toutes tendance à avoir un plus grand nombre d'employés autochtones.

Trouver et conserver des employés autochtones. Les propriétaires d'entreprises autochtones ayant des employés déclarent qu'ils ont des difficultés à trouver des employés autochtones qualifiés, mais une fois qu'ils sont engagés, qu'il est plus facile de les conserver.

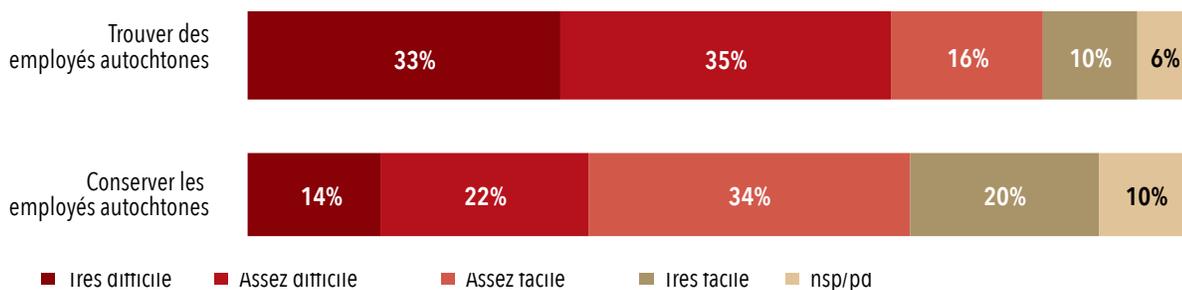
Deux tiers (68 %) affirment qu'ils jugent très ou assez difficile de trouver des travailleurs autochtones qualifiés. Cela est particulièrement difficile pour les plus grandes entreprises incorporées en société (78 %) et les entreprises ayant des revenus annuels supérieurs à 100 000 \$ (73 %).

Toutefois, moins de quatre sur dix (36 %) disent qu'il est difficile de conserver leurs employés autochtones; un peu plus de la moitié (54 %) disent que c'est très ou assez facile. Une fois de plus, ce défi est plus élevé pour les grandes entreprises : quatre sur dix (41 %) entreprises incorporées en société disent que c'est difficile, tout comme le font les quatre sur dix (43 %) entreprises ayant des revenus annuels de 500 000 \$ ou plus.

### Proportion d'employés qui sont des autochtones parmi les entreprises ayant des employés



### Facilité à trouver et conserver des employés autochtones chez les entreprises avec employés



Q20. D'après votre expérience, est-il très facile, assez facile, assez difficile ou très difficile de... ? Sous-échantillon : entreprises avec des employés (n=718)

4

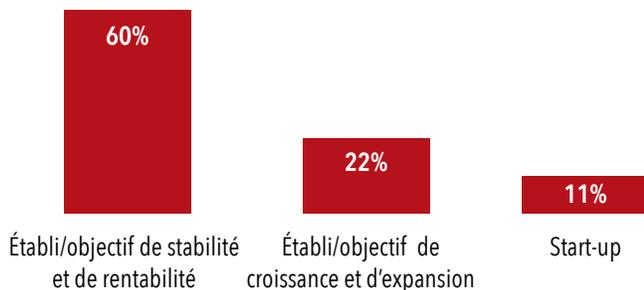
Objectifs des entreprises et  
réussite jusqu'à maintenant

## Phase de développement

*La majorité des entrepreneurs autochtones considèrent que leur entreprise est établie et ils sont axés sur la stabilité et la rentabilité plutôt que la croissance et l'expansion. Un sur dix propriétaires d'entreprises autochtones se dit en phase de démarrage.*

La majorité (60 %) des propriétaires d'entreprises autochtones décrivent leurs entreprises comme établies, avec comme objectif principal la stabilité et la rentabilité. Par comparaison, deux sur dix (22 %) disent qu'ils sont établis avec un objectif de croissance et d'expansion. Un sur dix (11 %) est encore en phase de démarrage. (Un autre cinq pour cent sont des entreprises établies axées sur la stabilité et la croissance, tandis que les autres trois pour cent ne pouvaient pas classer leur entreprise).

### Phase de développement



Q7. Considérez-vous que votre entreprise est établie ou en instance de démarrage ?  
Q9. (SI ÉTABLIE) Qu'est-ce qui décrit le mieux votre principal objectif d'affaires actuellement ?

Les entreprises établies axées sur la stabilité sont le type d'entreprise le plus fréquent dans toutes les régions et tous les sous-groupes, bien qu'elles soient plus visibles dans les territoires (74 %), les provinces de l'Atlantique (73 %) et dans les réserves canadiennes (66 %).

Un objectif de croissance est plus manifeste chez les grandes entreprises (c.-à-d., celles ayant des employés et un chiffre d'affaires annuel de 500 000 \$ ou plus).

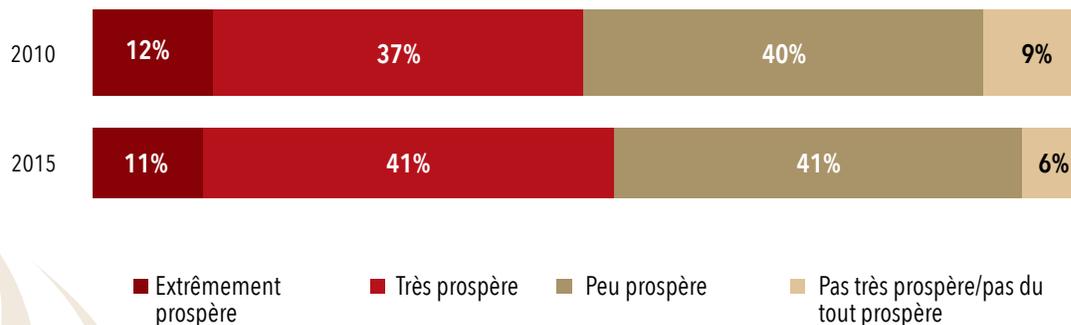
Comme on s'y attendrait, les start-ups sont plus susceptibles que la moyenne d'être détenues par des jeunes entrepreneurs (45 % sous 45 ans contre une moyenne de 27 %), et moins susceptibles d'avoir des employés (seulement 18 % contre une moyenne de 36 %). Les start-ups sont également plus fréquentes en Saskatchewan (19 %) et dans le secteur des ressources naturelles (22 %).

## Perceptions de la réussite des entreprises

*Comme en 2010, presque tous les propriétaires d'entreprises autochtones croient qu'ils ont connu au moins un certain degré de réussite et la moitié considèrent que leurs entreprises sont très ou extrêmement prospères.*

Se fondant sur ce qu'ils espèrent personnellement réaliser, les propriétaires d'entreprises autochtones demeurent largement positifs sur leur réussite jusqu'à maintenant. La moitié (52 %) disent que leur entreprise est extrêmement (11 %) ou très (41 %) prospère, ce qui concorde avec les résultats de 2010. Un autre quatre sur dix (41 %) décrivent leur entreprise comme assez prospère et moins d'un sur dix (6 %) déclarent que leur entreprise n'a pas réussi.

## Perceptions de la réussite de l'entreprise



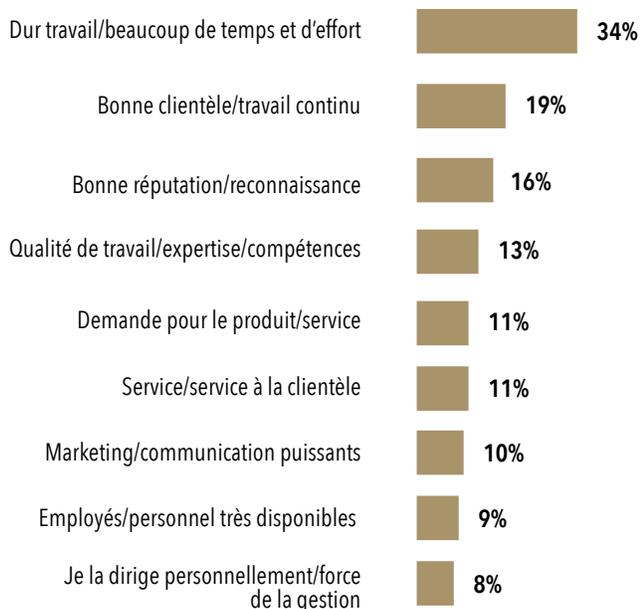
Q10. En fonction de vos propres objectifs personnels pour votre entreprise, dans quelle mesure pensez-vous que votre entreprise prospère jusqu'à maintenant ?

On ne s'étonne pas que les entreprises ayant des revenus annuels de 100 000 \$ ou plus et celles qui ont connu une prospérité financière (définies comme des entreprises qui ont été rentables et qui ont augmenté leurs ventes durant la dernière année écoulée et s'attendent à une croissance du chiffre d'affaires dans les deux prochaines années) soient plus susceptibles de se percevoir comme prospères. Cela est également vrai des entreprises ayant des employés et les entreprises opérant depuis plus de cinq ans. En comparaison, les petites entreprises, définies comme non incorporées et sans employés, sont moins convaincues que les autres de la réussite de leur entreprise et sont plus aptes à se décrire elles-mêmes comme peu prospères.

Les start-ups sont parmi les moins susceptibles de croire qu'elles ont réussi en fonction des objectifs qu'elles se sont fixées pour elles-mêmes; seulement un quart (23 %) pensent qu'elles sont extrêmement ou très prospères, avec un nombre presque égal (26 %) qui disent qu'elles n'ont pas réussi jusqu'à maintenant.

**Raisons apparentes de la réussite.** Les propriétaires d'entreprises autochtones qui pensent que leurs entreprises sont extrêmement ou très prospères (52 % de l'échantillon total) ont été invités à expliquer ce à quoi ils attribuaient leur réussite (spontanément, sans options de réponse offertes). Ils sont les plus susceptibles de citer l'énorme quantité d'efforts et de travail dur (34 %). D'autres attribuent leur réussite à une clientèle régulière (19 %), leur solide réputation (16 %), la qualité du travail (13 %), la demande pour leurs produits ou services (11 %) et leur niveau de service à la clientèle (11 %).

**Raison pour laquelle l'entreprise est extrêmement ou très prospère (réponses prépondérantes)**



**Raison pour laquelle l'entreprise a peu réussi (réponses prépondérantes)**



Q11. À votre avis, quelle est la raison principale pour laquelle votre entreprise est prospère (extrêmement/très) jusqu'à maintenant ? Sous-échantillon : ceux qui pensent que leur entreprise est extrêmement ou très prospère (n = 643)

Q11. À votre avis, quel est la raison principale pour laquelle votre entreprise a plus ou moins réussi jusqu'à maintenant ? Sous-échantillon : ceux qui pensent que leur entreprise est extrêmement ou très prospère (n = 402)

**Perception des raisons pour une moindre réussite.** Les propriétaires d'entreprises autochtones en Ontario qui considèrent que leur entreprise a eu une réussite modérée (41 % de l'échantillon total) citent un mélange de raisons pour cela. Il y a des références à des deux aspects positifs – la quantité de travail qu'ils ont investi dans l'entreprise (11 %), la qualité de leur travail (7 %) et leur dévouement (7 %), ainsi que les obstacles ou les défis qu'ils ont rencontrés, notamment la faiblesse de l'économie (11 %), des difficultés de commercialisation (7 %) et la concurrence (7 %).

Le groupe très restreint de propriétaires d'entreprises autochtones qui pensent qu'ils n'ont pas réussi jusqu'à maintenant (6 % de l'échantillon total) cite plusieurs facteurs, y compris les difficultés de commercialisation, la faiblesse de l'économie, la concurrence et le manque de financement, ou parce qu'ils opèrent leur activité à temps partiel seulement.

## Attentes pour l'avenir

*La plupart des propriétaires d'entreprises autochtones continuent à avoir confiance dans la viabilité à long terme de leur entreprise.*

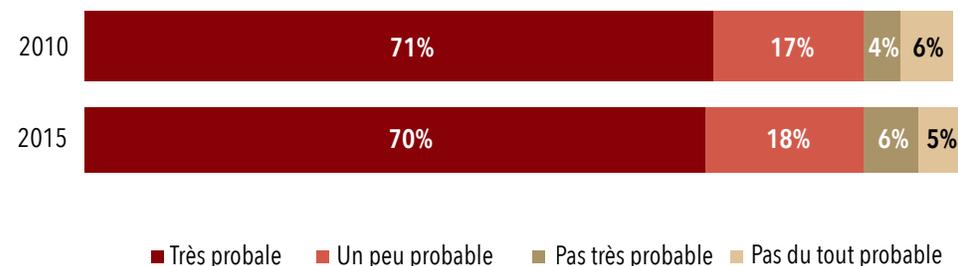
Les propriétaires d'entreprises autochtones demeurent largement convaincus que leur entreprise sera opérationnelle pendant un certain temps à venir. Sept sur dix (70 %) disent qu'il est très probable qu'ils dirigeront toujours leur entreprise dans cinq ans, un niveau d'optimisme qui reste inchangé par rapport à 2010 (71 %). Deux sur dix (18 %) disent qu'il est assez probable qu'ils seront encore en affaires dans cinq ans, alors que seulement un sur dix (11 %) pense que c'est peu probable.

Les entreprises autochtones étudiées fonctionnent depuis 13 ans, en moyenne, et leurs propriétaires sont très optimistes quant à leur avenir indépendamment de l'âge de leur entreprise.

Comme on s'y attendrait, les propriétaires d'entreprises qui ont connu un degré élevé de réussite (définies comme étant les entreprises qui ont été rentables au cours de la dernière année, avaient augmenté leurs ventes et s'attendaient à une croissance de revenus au cours des deux prochaines années) sont plus susceptibles que les entrepreneurs qui ont eu moins de succès de croire qu'ils seront encore en affaires dans cinq ans à partir de maintenant.

Bien que seule une minorité exprime des doutes sérieux quant à la viabilité à long terme de leur entreprise (c'est-à-dire, disent qu'il n'est pas très probable ou du tout probable qu'ils soient opérationnels d'ici cinq ans), ce groupe est composé d'une plus grande proportion d'entreprises établies opérant depuis plus de 15 ans, les entrepreneurs plus âgés (55 ans ou plus) et les entreprises dans le secteur secondaire (c'est-à-dire la fabrication, le transport, l'entreposage, la vente au détail et en gros).

### Probabilité d'exploiter l'entreprise dans cinq ans



Q12. En pensant à l'avenir, quelle est la probabilité que dans cinq ans vous dirigerez toujours cette entreprise ? Est-ce... ?

5

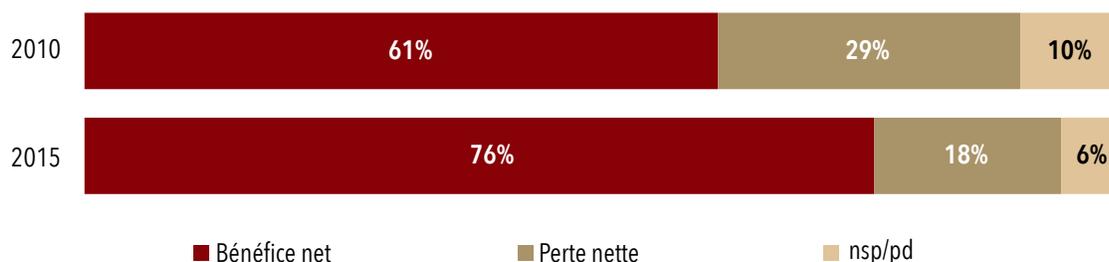
## Rentabilité et croissance des entreprises

## Rentabilité

*Les trois quarts des propriétaires d'entreprises autochtones ont enregistré un bénéfice net pour l'année financière précédente, contre six sur dix en 2010.*

Les propriétaires d'entreprises autochtones sont quatre fois plus susceptibles d'avoir réalisé un bénéfice net plutôt qu'une perte nette dans leur plus récent exercice. Trois sur quatre (76 %) disent que leur entreprise a connu un bénéfice net, une proportion qui a augmenté considérablement depuis 2010 (61 %). Par comparaison, deux sur dix (18 %) disent qu'ils avaient une perte nette, en baisse de trois sur dix (29 %) en 2010. (Six pour cent ne pouvaient pas dire ou refusèrent de donner cette information). Un bénéfice net est signalé plus communément par les organisations ayant des revenus annuels plus élevés (100 000 \$ ou plus) et par les entreprises en affaires depuis au moins cinq ans.

Bénéfice net ou perte nette pour l'exercice le plus récent



Q32. Votre entreprise a-t-elle connu un bénéfice net ou une perte nette au cours de votre plus récent exercice ?

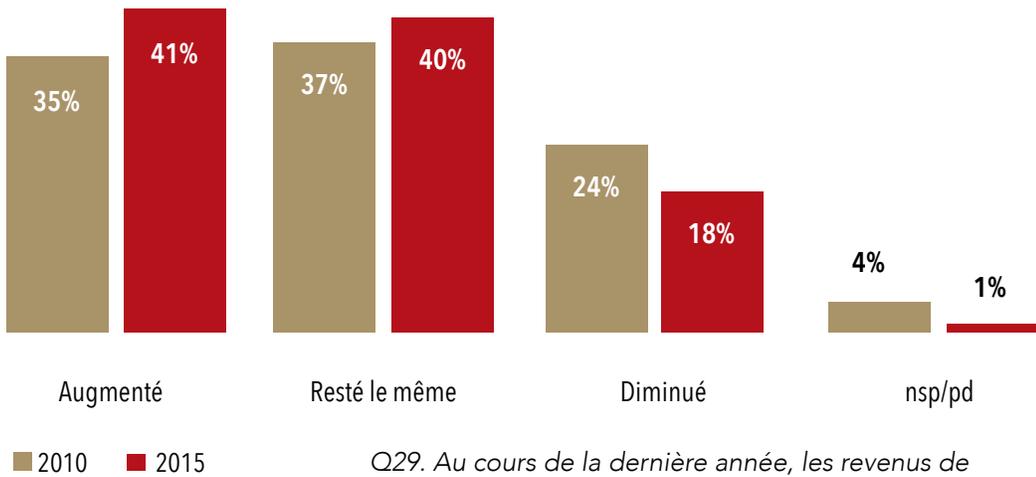
## Croissance du chiffre d'affaires

*Quatre sur dix entreprises autochtones ont vu leurs revenus augmenter l'an dernier, en hausse d'un tiers depuis 2010. Le niveau d'optimisme demeure également élevé quant à une croissance de revenus dans un avenir proche.*

Les propriétaires d'entreprises autochtones rapportent des résultats mixtes en ce qui concerne le changement du chiffre d'affaires brut (c'est-à-dire, le montant total des sommes reçues pour les marchandises vendues ou les services fournis) entre 2014 et 2015. Quatre sur dix (41 %) rapportent avoir augmenté leurs revenus depuis un an, soit la même proportion (40 %) qui disent que leurs revenus sont restés les mêmes, tandis que les autres 18 % affirment que leurs revenus ont diminué. Depuis 2010, le pourcentage d'entreprises déclarant une croissance de revenus a augmenté légèrement (en hausse de 6 points), tandis que moins d'entreprises rapportent une baisse de revenus (-6 points).

La croissance de revenus est plus susceptible d'être mentionnée par les entreprises incorporées en société, les entreprises ayant des employés, les entreprises dont les revenus annuels sont plus élevés, les entreprises situées hors réserve et les entreprises établies axées sur la croissance.

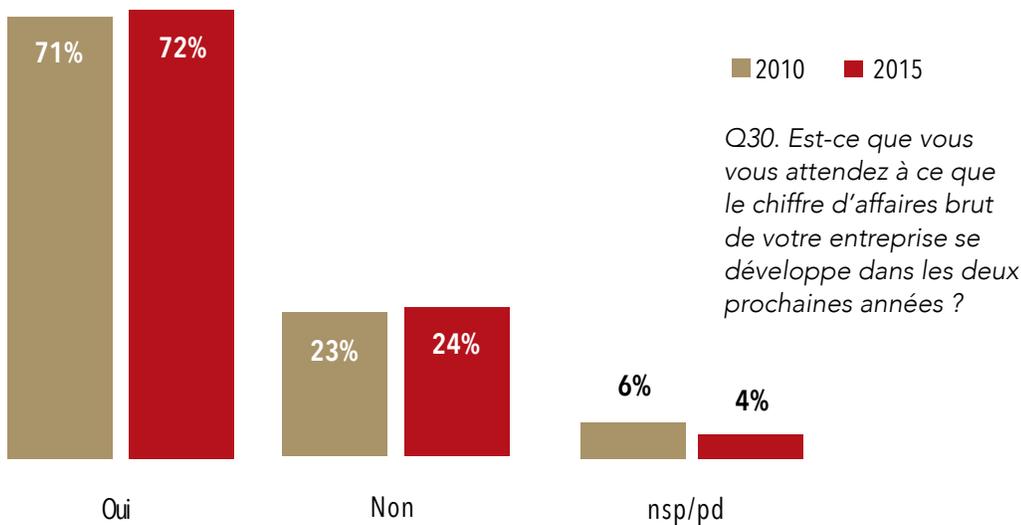
## Changement du chiffre d'affaires brut pour l'année écoulée



Q29. Au cours de la dernière année, les revenus de vente bruts de l'entreprise ont-ils... ?

**Attentes de croissance future.** Bien que seule une minorité de propriétaires d'entreprises autochtones aient rapporté une croissance de revenus dans l'exercice précédent, ils sont néanmoins optimistes pour leur croissance future. Exprimant le même niveau d'optimisme qu'en 2010, sept sur dix (72 %) propriétaires d'entreprises autochtones s'attendent à une augmentation des ventes au cours des deux prochaines années, tandis que seulement un quart (24 %) ne s'y attendent pas.

## Attentes de croissance en chiffre d'affaires au cours des deux prochaines années



Q30. Est-ce que vous vous attendez à ce que le chiffre d'affaires brut de votre entreprise se développe dans les deux prochaines années ?

Une majorité des propriétaires d'entreprises autochtones s'attendent aussi à ce que leur revenu d'entreprise, ou le montant restant après que tous les frais ont été déduits des revenus, augmente au cours des deux prochaines années. Huit sur dix (79 %) disent qu'ils s'attendent à ce que leur revenu d'entreprise croisse au cours des deux prochaines années, légèrement en hausse de 75 % en 2010. Par comparaison, deux sur dix (19 %) ne s'attendent pas à une croissance de revenus d'affaires (et 2 % sont incapables ou refusent de dire si oui ou non ils s'attendent à une hausse de leur chiffre d'affaires).

## Higgins Executive Search

Diversité de recrutement pour une expertise spécialisée

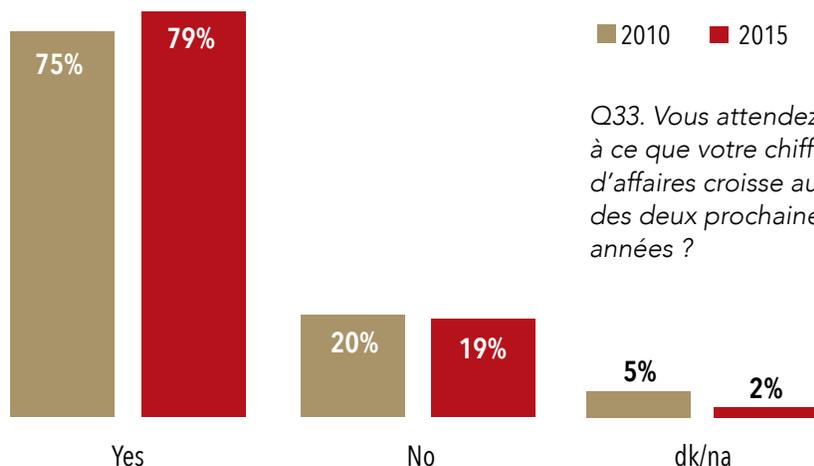
Brock Higgins

Higgins Executive Search, une entreprise familiale commencée par Brenda LaRose en 1999, fournit des services de recherche de cadres pour les entreprises, le gouvernement, les institutions et les organisations autochtones à travers l'Amérique du Nord. Brenda LaRose a déjà travaillé pour une firme de recherche de cadres, où elle a trouvé que les gens d'affaires autochtones étaient régulièrement stéréotypés et dissuadés de postuler à des emplois, à la recherche de placements et même de franchir les halls d'entrée! Aujourd'hui, Higgins Executive Search a grandi et est désormais à la pointe du placement des cadres autochtones. En tant que firme traditionnelle et innovatrice, Higgins dépasse les frontières et aide à la restructuration des institutions avec des dirigeants autochtones.

Par l'entremise de Higgins Executive Search, l'Université Laurentienne a piloté une de leurs priorités stratégiques - augmenter le nombre de professeurs autochtones à travers l'institution. L'Université Laurentienne a embauché 7 professeurs autochtones créant ainsi une masse critique d'enseignants autochtones. L'Université estime que ce sera la force motrice derrière de meilleurs résultats scolaires et des possibilités de mentorat accrues pour les étudiants des Premières Nations, des Inuits et des Métis.

L'augmentation des réalisations post-secondaires à leur tour, aidera à combler l'écart de capacité humaine, identifiée comme l'un des défis les plus pressants auxquels font face les entreprises autochtones.

Attendent une croissance dans le chiffre d'affaires au cours des deux prochaines années



Q33. Vous attendez-vous à ce que votre chiffre d'affaires croisse au cours des deux prochaines années ?

Les entreprises incorporées en société ayant des employés et les entreprises dirigées par des entrepreneurs âgés de moins de 45 ans, expriment un plus grand optimisme en ce qui concerne la croissance de revenus et le revenu. De même, les entreprises en activité depuis moins de cinq ans, les entreprises axées sur la croissance et les entreprises ayant signalé une augmentation des ventes pour l'année précédente, sont également plus optimistes quant à la croissance de leur chiffre d'affaires dans les deux prochaines années.

## Obstacles à la croissance

*Les propriétaires d'entreprises autochtones au Canada considèrent que l'attraction d'employés qualifiés et la conjoncture économique globale constituent les principaux obstacles à la croissance future.*

Il y a un certain nombre d'obstacles de croissance auxquels font face les entreprises autochtones partout au Canada. Quand on leur demande d'évaluer une liste de 11 problèmes possibles sur une échelle de 1 à 5, les entrepreneurs autochtones considèrent que d'attirer des employés avec les compétences appropriées (39 %) et la conjoncture économique globale (35 %) constituent les plus grands obstacles à la croissance de leur entreprise au cours des deux prochaines années.

Près de trois sur dix propriétaires d'entreprises autochtones anticipent que leur croissance sera affectée par l'accès aux capitaux propres ou au capital (31 %), les politiques du gouvernement (31 %), la difficulté de conserver les précieux employés (30 %) et l'accès au financement (29 %).

Au moins un sur cinq s'attendent également à ce que la concurrence (27 %), le coût d'être en affaires (24 %), les TI fiables (21 %) et l'accès au soutien pour la formation des employés (21 %) soient des défis à la croissance future. Les infrastructures comme l'électricité, l'eau et les routes (19 %) sont une préoccupation mineure pour les entreprises autochtones.

Obstacles à la croissance de l'entreprise au cours des deux prochaines années (évalués à 4 ou 5 sur une 5)

	Toutes les entreprises	Entreprises qui s'attendent à une croissance de revenus au cours des 2 prochaines années	
	2015	2015	2010
Attirer des employés possédant les compétences/qualifications appropriées *	39%	40%	n/a
Ensemble de la conjoncture économique	35%	37%	46%
Accès aux capitaux propres ou au capital	31%	36%	38%
Politique gouvernementale, règles et règlements	31%	33%	34%
Conserver les employés de qualité *	30%	29%	n/a
Accès au financement	29%	34%	43%
Concurrence	27%	28%	38%
Coûts d'exploitation tels que les coûts de démarrage	24%	25%	38%
Accès Internet, téléphone et autres technologies informatiques fiables	21%	22%	n/a
Accès au soutien pour la formation et le développement des compétences des employés *	21%	20%	n/a
Autres infrastructures telles que l'électricité, l'eau et les routes	19%	18%	n/a

Q31. Dans quelle mesure les éléments suivants présentent-ils des obstacles à la croissance de votre entreprise au cours des deux prochaines années ? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 5, où 1 signifie « pas du tout » et 5 signifie « beaucoup. »

\* Demandé aux entreprises avec des employés

Par rapport à 2010, les propriétaires d'entreprises anticipant une croissance de revenus au cours des deux prochaines années sont moins susceptibles qu'avant d'avoir des préoccupations au sujet de la conjoncture économique (en baisse de 9 points), l'accès au financement (en baisse de 9 points), la concurrence (en baisse de 10 point) et le coût de faire des affaires (en baisse de 13 points), indiquant peut-être un optimisme à la hausse.

Comme ce fut le cas en 2010, les propriétaires d'entreprises en 2015, qui ont subi une perte nette l'année précédente continuent de s'interroger davantage sur l'accès au financement, les capitaux propres et le capital, et sur le coût d'être en affaires, que ceux qui ont enregistré un bénéfice net. Contrairement à leurs homologues plus établis axés sur la stabilité, les start-ups et les entreprises axées sur la croissance expriment également plus de préoccupations sur l'accès au financement et aux capitaux propres/capital.

Les entreprises ayant des revenus annuels de 500 000 \$ ou plus sont également plus susceptibles que les petites entreprises d'exprimer leurs préoccupations concernant plusieurs obstacles, notamment la conjoncture économique, la concurrence, le coût d'être en affaires, les besoins d'infrastructure comme les routes et l'eau, et les défis associés à la conservation du personnel qualifié. Enfin, les inquiétudes sur la conjoncture économique globale sont notamment plus élevées en Alberta (46 %) et en Colombie-Britannique (43 %) que dans le reste du Canada.

6

## Facteurs de croissance pour les entreprises autochtones

## Financement

*Tel que rapporté en 2010, les propriétaires d'entreprises autochtones s'appuient fortement sur les épargnes personnelles non seulement pour le financement de démarrage, mais aussi comme source importante de financement continu. La localisation de sources potentielles de financement demeure le principal obstacle à la croissance des entreprises et le développement en 2015.*

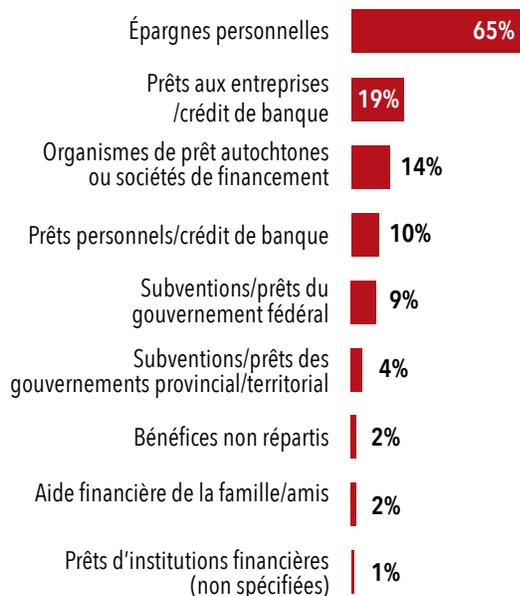
Financement de démarrage. Les entrepreneurs autochtones continuent de s'appuyer fortement sur les épargnes personnelles plutôt que sur les prêts, les capitaux propres ou les dettes pour démarrer leur entreprise. En hausse de 55 % en 2010, deux tiers (65 %) des propriétaires disent qu'ils ont utilisé leurs propres épargnes personnelles pour démarrer leur entreprise. Loin derrière, deux sur dix rapportent utiliser les prêts d'affaires ou des marges de crédit (19 %); d'autres ont obtenu des prêts accordés par les institutions de prêt autochtones (14 %), des prêts personnels/marges de crédit (10 %), ou des subventions/prêts du gouvernement fédéral (9 %) ou des gouvernements provincial/territorial (4 %).

Pour les propriétaires d'entreprises autochtones partout au Canada, les épargnes personnelles sont, de loin, la source la plus communément utilisée comme fonds de démarrage. Cependant, les entreprises plus petites sans employés et ayant des revenus inférieurs à 100 000 \$, ont beaucoup de difficultés à accéder à des sources alternatives de financement. Un plus grand pourcentage d'hommes entrepreneurs, les grandes entreprises avec des employés et un chiffre d'affaires annuel de 500 000 \$ ou plus, les entreprises situées hors réserve (et donc toutes les entreprises de Métis), ainsi que les entreprises de l'industrie de la construction, rapportent utiliser des prêts personnels ou commerciaux venant des institutions financières.

Les entreprises des Premières Nations situées dans les réserves et les entreprises établies avec un objectif de croissance utilisent plus couramment les organismes de prêt autochtones comme source de financement de démarrage. L'utilisation de prêts et de subventions des gouvernements fédéral et provincial/territorial est assez constante dans tous les types d'entreprises.

Sources actuelles de financement. Depuis 2010, les sources utilisées par les propriétaires d'entreprises autochtones pour leurs besoins de financement actuels n'ont pas changé considérablement.

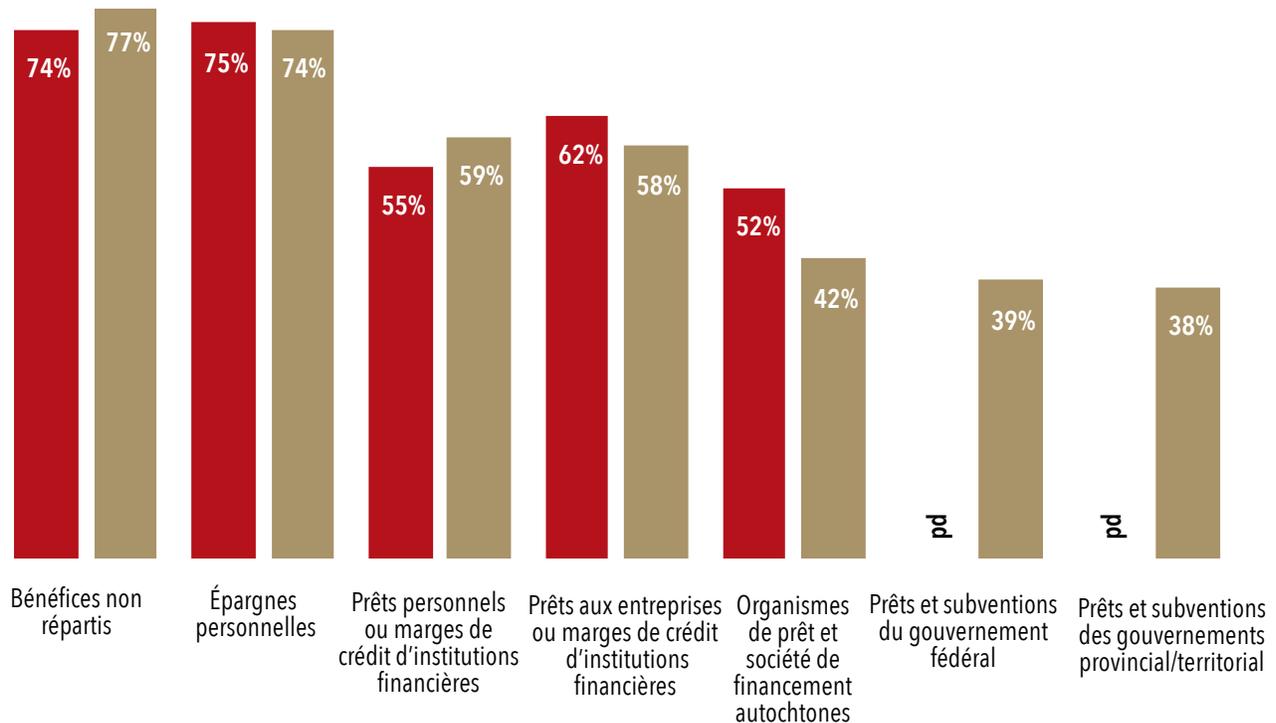
Sources de financement utilisées pour démarrer une entreprise (réponses spontanées)



*Q34. Quelle a été la principale source de financement que vous avez utilisée pour démarrer votre entreprise ? Avez-vous utilisé une autre source de financement pour démarrer ?*

Interrogés sur l'importance de diverses sources de financement pour leur entreprise à l'heure actuelle, les bénéfices non répartis (77 %) et l'épargne personnelle (74 %) restent en haut de la liste. Les institutions financières constituent un second niveau d'importance pour la sécurisation des prêts personnels (59 %) et des prêts aux entreprises (58 %) ou les marges de crédit. Moins de propriétaires d'entreprises qu'en 2010 disent que les organismes de prêt autochtones et les sociétés de financement (42 %, en baisse de 10 points) sont d'importantes sources actuelles de financement pour eux, maintenant semblable au niveau de l'importance attribuée aux subventions gouvernementales et prêts fédéraux (39 %) et provinciaux/territoriaux (38 %).

### Sources actuelles de financement (très ou assez importantes)



Q35. Veuillez nous dire si chacune des sources de financement suivantes est très importante, peu importante, pas très importante, ou pas du tout importante pour votre entreprise à l'heure actuelle?

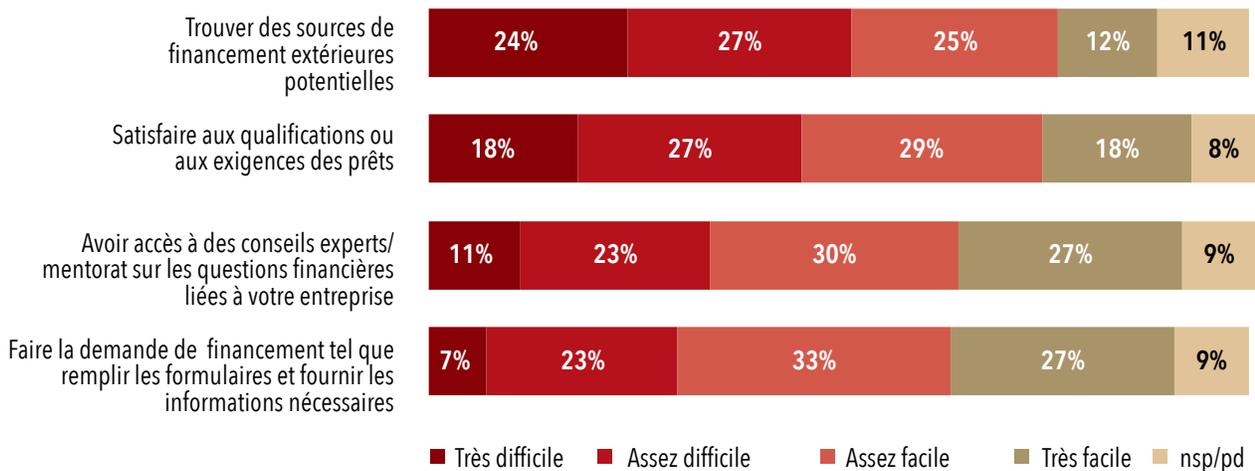
L'importance des prêts aux entreprises/marges de crédit auprès des institutions financières est plus élevée chez les grandes entreprises (à savoir, les entreprises incorporées avec des employés, celles ayant des revenus supérieurs à 500 000 \$). Les propriétaires individuels, ainsi que les start-ups, considèrent les épargnes personnelles comme une source particulièrement importante de financement actuel.

Les sources actuelles de financement varient également en importance selon le sexe. Plus d'hommes classent les prêts personnels et les prêts aux entreprises ainsi que les marges de crédit comme des sources importantes de financement actuel, ce qui incite à penser que les femmes peuvent avoir plus de difficulté à accéder au financement institutionnel.

Facilité d'obtenir diverses formes de soutien financier. Tout au long de la recherche du CCCA sur l'entrepreneuriat autochtone, les entreprises autochtones ont toujours identifié le manque d'accès au financement comme un obstacle majeur au développement commercial et à la croissance. Pour cette raison, le sondage de 2015 comprenait une nouvelle question qui identifiait de plus près les obstacles dans le processus de financement.

Lorsqu'on a demandé de définir quatre éléments pouvant entraver l'accès au financement, le plus grand défi était celui de localiser des sources extérieures de financement possibles : la moitié (51%) des propriétaires d'entreprises autochtones disent qu'ils ont trouvé cela très ou assez difficile, d'après leur propre expérience. En outre, une fois que les prêteurs ou les programmes sont trouvés, près de la moitié (45%) ont trouvé difficile de satisfaire aux qualifications ou aux exigences pour l'obtention de prêts. En comparaison, seulement environ un sur trois disent qu'il est difficile d'accéder à des conseils experts ou au mentorat sur les questions financières (34%) ou de naviguer le processus de demande (30%).

### Facilité/difficulté d'obtenir différents types de soutien financier



Q36. Selon votre expérience comme propriétaire d'une entreprise, est-il très facile, assez facile, assez difficile ou très difficile de ... ?

En général, les entreprises en activité depuis moins de cinq ans, celles en phase de démarrage et celles qui ont subi une perte nette durant l'année écoulée sont plus susceptibles de rencontrer des difficultés avec chacun des aspects du financement mentionnés ci-dessus. Les propriétaires d'entreprise sans diplôme universitaire sont également plus enclins à déclarer qu'ils ont des difficultés à trouver des sources de financement et à satisfaire les critères de qualifications pour les prêts, tandis que les femmes sont plus susceptibles que les hommes de déclarer que l'accès à des conseils d'experts est un défi.

## SAY Magazine

Leslie Lounsbury, propriétaire

Leslie Lounsbury a fondé SAY Magazine en 2002. Poussée par la passion et le désir de publier des histoires positives et inspirantes sur les peuples autochtones, Lounsbury chercha à lutter contre les représentations désespérément négatives dans les médias avec une publication qui célébra la culture et la connaissance, et fournit des informations et de l'espoir à tous les peuples autochtones.

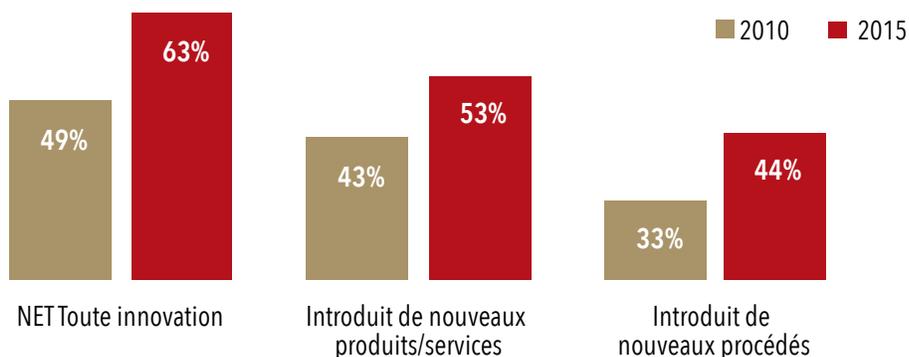
Pour connaître le succès, il faut connaître l'échec. Lounsbury savait qu'elle pouvait raconter beaucoup d'histoires inspirantes, mais la question sous-jacente était, pourrait-elle les vendre ? Sentant que personne n'était intéressé, elle prit les choses en main. Lounsbury obtint un succès en se tournant vers son réseau et vers Entreprise autochtone Canada. Même si au départ on lui refusa le financement, SAY Magazine a finalement été approuvé pour le financement de démarrage. Lounsbury attribue également son succès dans l'industrie de l'édition à une recherche de marché approfondie et une expérience significative acquise dans un emploi antérieur, en tant que fonctionnaire et éditrice de tabloïds sur les carrières et la formation. En fin de compte, la fondatrice de SAY Magazine souligne l'importance du dévouement et de l'élaboration d'un modèle d'affaires qui peut générer des revenus durables; c'est une base solide pour tout entrepreneur en herbe.

## Innovation

*Le pourcentage d'entreprises autochtones qui ont récemment introduit l'innovation sous forme de nouveaux produits, services ou procédés a augmenté depuis 2010 et est maintenant signalé par plus de six sur dix propriétaires d'entreprises autochtones.*

Les entreprises autochtones reconnaissent de plus en plus l'importance de l'innovation. Plus de six sur dix (63 %) ont introduit de nouveaux produits, services ou procédés dans leur entreprise au cours des trois dernières années, en hausse de façon importante de 49 % en 2010

### Innovation au cours des trois dernières années



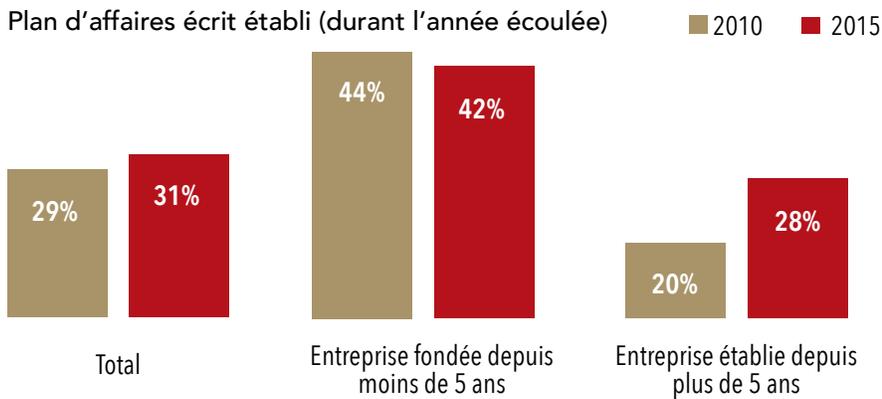
Q25. Nous voudrions maintenant vous poser des questions sur l'innovation au sein de votre entreprise. Au cours des trois dernières années, votre entreprise a-t-elle introduit ...?

Les entreprises autochtones les plus susceptibles d'introduire des innovations dans les trois dernières années comprennent les grandes entreprises avec des employés et des revenus annuels de 500 000 \$ et plus et les entreprises établies axées sur la croissance. Les entreprises prospères (définies comme les entreprises qui étaient rentables au cours de la dernière année, ont augmenté leurs ventes et s'attendent à une croissance de revenus au cours des deux prochaines années) ont aussi introduit de nouveaux produits à un taux plus élevé que l'ensemble des entreprises autochtones (73% contre 63%).

## Plan d'affaires

*Trois sur dix entreprises autochtones ont un plan d'affaires officiel, un niveau qui est demeuré pratiquement inchangé depuis 2010. Celles sans un plan d'affaires ont tendance à ne pas en voir la nécessité ou ne disposent pas de ressources pour en créer un.*

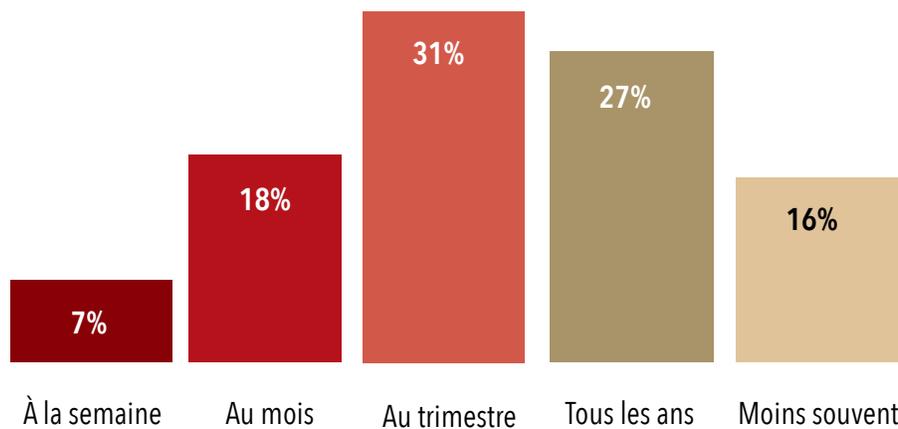
Une minorité (31 %) d'entreprises autochtones déclare avoir un plan d'affaires écrit en application pour l'année écoulée, un nombre qui ne s'est pas amélioré depuis 2010 (29 %). Un plan d'affaires actuel reste plus fréquent chez les entreprises plus jeunes établies au cours des cinq dernières années (42 %) par rapport aux entreprises établies il y a plus de cinq ans (28 %). Les grandes entreprises avec des employés et des revenus annuels supérieurs à 500 000 \$, celles qui sont situées hors réserve, les entreprises du secteur des ressources naturelles et les entreprises appartenant à/exploitées par des entrepreneurs ayant un diplôme universitaire sont également plus susceptibles d'avoir un plan d'affaires officiel.



*Q21. Votre entreprise a-t-elle un plan d'affaires écrit établi durant l'année écoulée ?*

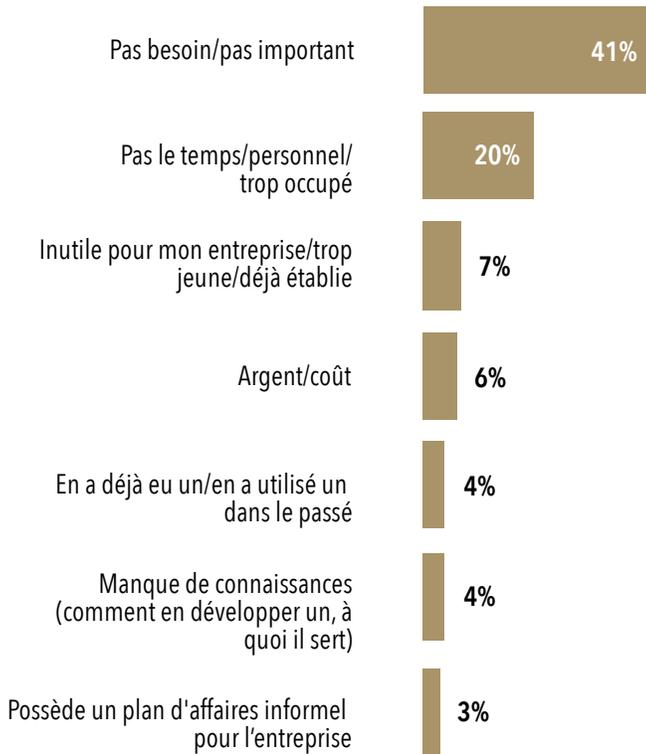
Plus de la moitié (56 %) des propriétaires avec un plan d'affaires s'y réfèrent à tous les trois mois ou plus souvent, plus d'un sur quatre (27 %) le font à tous les ans et 16 pour cent s'y réfèrent moins fréquemment. Non seulement les grandes entreprises avec des employés et un chiffre d'affaires plus élevé sont plus susceptibles d'avoir un plan d'affaires, ils sont aussi plus susceptibles de le consulter fréquemment (p. ex., au moins tous les trimestres).

**Combien de fois un plan d'affaires écrit est consulté parmi celles qui ont un plan d'affaires pour l'année écoulée**



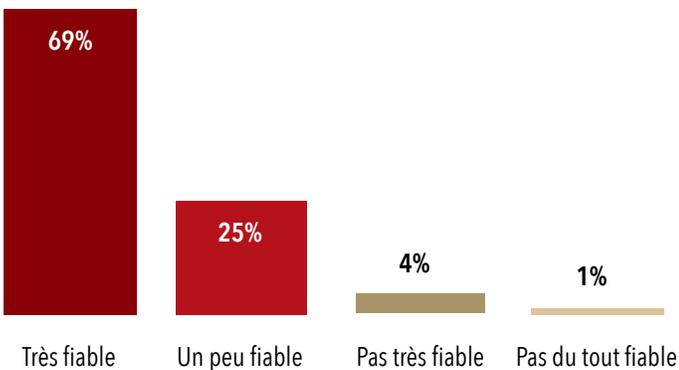
*Q23. Combien de fois consultez-vous votre plan d'affaires afin de déterminer dans quelle mesure vous rencontrez vos objectifs ? Sous-échantillon : entreprises avec des plans d'affaires (n = 390)*

**Principales raisons de ne pas avoir un plan d'affaires parmi celles sans un plan d'affaires pour l'année écoulée**



Q22. Y a-t-il quelque chose de particulier qui vous empêche de développer un plan d'affaires ?  
Sous-échantillon : entreprises sans aucun plan d'affaires (n = 709)

**Fiabilité de votre connexion d'affaires pour Internet parmi les entreprises disposant d'une connexion Internet**



Q27. Votre connexion à Internet pour vos affaires est-elle fiable ?  
Sous-échantillon : avec Internet (n = 971)

**Raisons de ne pas avoir un plan d'affaires.** Quand on leur demande pourquoi elles n'ont pas développé un plan d'affaires, les entreprises sans plan (69 % de l'échantillon total) sont plus susceptibles de dire qu'elles ne voient pas la nécessité de cet outil de planification (41 %). Ensuite, la raison la plus courante est un manque de ressources, sur le plan du temps (20 %) ou de l'argent (6 %), pour élaborer un plan d'affaires. Un plus petit pourcentage des propriétaires pensent qu'un plan d'affaires n'est pas nécessaire pour leur type d'entreprise ou leur phase de développement (7 %), ou admettent qu'ils ne connaissent pas suffisamment les plans d'affaires ou comment en développer un (4 %).

## Internet et médias sociaux

*Une majorité des propriétaires d'entreprises autochtones ont une connexion Internet, et la plupart la décrivent comme fiable, bien qu'elle soit moins fiable dans les Territoires et les provinces de l'Atlantique et dans les réserves. Il y a une utilisation généralisée des médias sociaux à des fins commerciales, bien que ce soit vrai davantage des jeunes entrepreneurs et des femmes.*

La grande majorité (86 %) des entreprises autochtones ont une connexion Internet. Les connexions Internet sont plus répandues parmi les entreprises dans le secteur des services (91 %) et moins fréquentes dans les provinces de l'Atlantique (72 %), dans les réserves (77 %) et parmi les entrepreneurs sans une formation universitaire (82 %).

Sept sur dix entreprises (69 %) avec une connexion Internet disent qu'elle est très fiable, alors que les autres (25 %) la décrivent comme peu fiable. Seulement cinq pour cent rapportent que leur connexion n'est pas très ou pas du tout fiable. Les entreprises dans les Territoires (41 %) et les provinces de l'Atlantique (59 %) accordent à leurs connexions Internet une cote de fiabilité considérablement plus basse que les entreprises dans d'autres régions. La fiabilité d'Internet est également classée plus basse par les entreprises dans les réserves (63 %) par rapport à celles qui sont hors réserve (72 %).

Dans quelle mesure les entrepreneurs autochtones utilisent-ils des outils de médias sociaux à des fins commerciales ? Une majorité (67 %) des entreprises autochtones disposant d'une connexion Internet

signalent certaines formes d'utilisation des médias sociaux dans leurs activités commerciales, ce qui se traduit par six sur dix (58 %) de toutes les entreprises autochtones.

L'utilisation des médias sociaux est plus élevée chez les entreprises dans le secteur des services (74 %) et celles qui sont situées hors réserve (71 %). Dans le cas contraire, le principal facteur déterminant la fréquence d'utilisation des médias sociaux est démographique : les entrepreneurs âgés de moins de 45 ans (77 %), les femmes (73 %), et les propriétaires ayant au moins certaines études postsecondaires (71 %) signalent des taux plus élevés d'utilisation des médias sociaux à des fins commerciales.

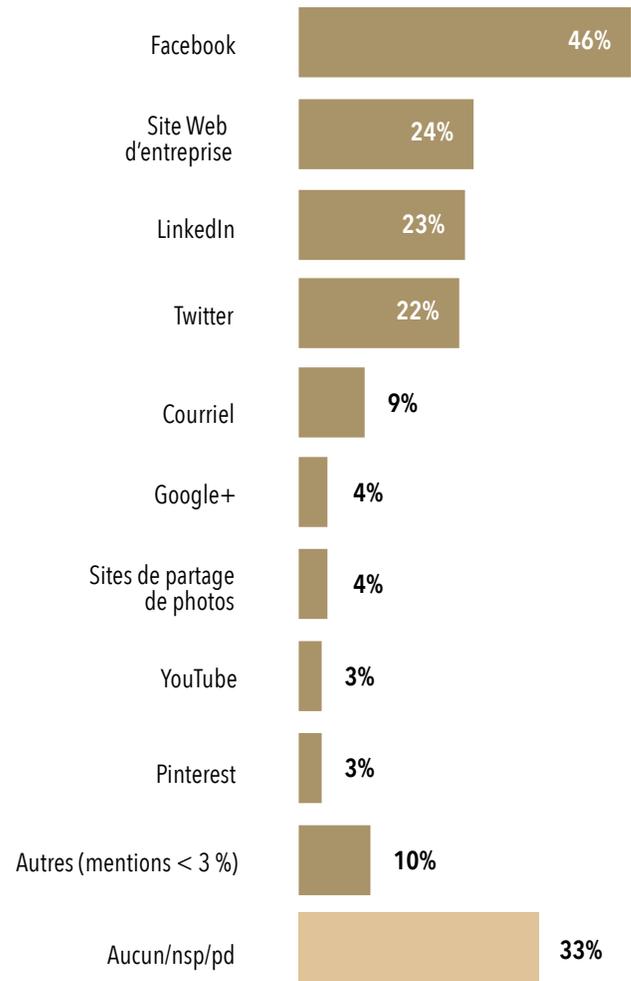
Facebook est le média social le plus généralement utilisé (46 % des entreprises disposant d'une connexion Internet). Plus d'une sur cinq disent que l'entreprise a un site Web (24 %), un profil LinkedIn (23 %) et utilisent Twitter (22 %). Beaucoup moins d'entreprises utilisent des sites de partage de photos (4 %) ou de vidéos (par exemple, YouTube, 3 %) ou Pinterest (3 %). Un pour cent mentionnent qu'elles ont leur propre blog.

## Appuis extérieurs

***De nombreux propriétaires d'entreprises autochtones consultent les spécialistes, officiellement ou officieusement, pour obtenir des conseils sur leurs affaires. Ils citent aussi des relations solides, notamment avec les fournisseurs et leurs collectivités locales, comme des facteurs importants dans leur réussite.***

Les propriétaires d'entreprise font face à une multitude de défis, financiers ou autres. Dans quelle mesure les entrepreneurs autochtones cherchent-ils des conseils à l'extérieur pour les aider à maximiser leurs chances de réussite ? Une majorité (59 %) des propriétaires d'entreprises autochtones déclarent qu'ils cherchent souvent ou parfois à faire du réseautage informel ou le soutien d'un mentor. Un quart (23 %) sollicitent une assistance plus formelle en convoquant un conseil consultatif ou en embauchant un consultant.

### Outils de médias sociaux utilisés dans les entreprises disposant d'une connexion Internet



Q28. Quels outils des médias sociaux, le cas échéant, utilisez-vous dans votre entreprise ? Sous-échantillon : disposent d'une connexion Internet. (n = 971)

## Neechie Gear Inc.

Kendal Netmaker  
Entrepreneur primé |  
Conférencier motivateur

Grâce au travail acharné, au dévouement et à la persévérance, Kendal Netmaker s'est établi comme un entrepreneur prospère et un conférencier motivateur. Il attribue sa réussite à sa famille, la culture, le mentorat et en dernière instance le fait de s'associer à des personnes positives. Cela remonte à son enfance; à l'école primaire, la famille du meilleur ami de Netmaker a reconnu ses difficultés et pris en charge ses activités dans les sports scolaires. C'est à ce moment précis qu'il comprit l'importance des gens positifs et influents, et comment ils vous permettent de grandir et d'exceller dans de nombreux aspects de la vie. S'appuyant sur cette expérience précoce, Netmaker développa une marque de vêtements de sports rentable, faisant le don d'une partie des bénéfices pour aider les jeunes autochtones défavorisés qui souhaitaient participer dans les sports. Reconnaisant son succès et son estime de soi, Kendal poursuivit sa passion pour redonner aux autres en montant sur la scène et en inspirant d'autres, à titre de conférencier motivateur. « Une action cohérente vous donnera tous les résultats désirés au fil du temps. N'inventez pas des prétextes, commencez aujourd'hui et poursuivez votre rêve ! Continuez à avancer ! »

## Cherchent activement des conseils externes ou des contributions pour l'entreprise

De manière informelle, telle que le réseautage ou le mentorat



De manière formelle, comme un conseil d'administration ou l'embauche d'un consultant



■ Souvent ■ Parfois ■ Rarement ■ Jamais

Q24. Dans quelle mesure cherchez-vous activement des conseils externes ou des contributions pour votre entreprise... ?

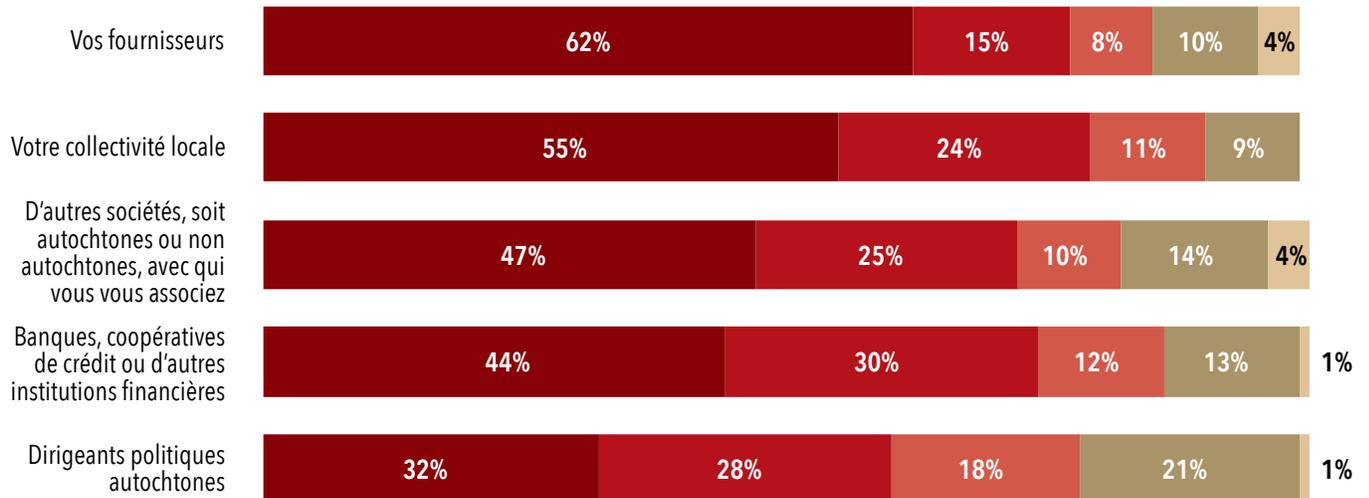
Des conseils informels sont le plus souvent recherchés par les entreprises avec des employés dans le secteur des services et dans les entreprises situées hors réserve. Les entrepreneurs de moins de 45 ans, ceux avec des entreprises de moins de cinq ans, les femmes et les propriétaires d'entreprise ayant fait des études universitaires indiquent aussi chercher des conseils informels de façon routinière.

Les conseils officiels sont plus souvent sollicités par les plus grandes entreprises incorporées en société avec des employés et des revenus annuels de plus de 500 000 \$. En particulier, c'est aussi plus fréquent chez les entreprises ayant déclaré une perte nette pour l'exercice précédent. Toutefois, la mesure dans laquelle cette situation financière contribue (ou non) au recours à des mécanismes de conseils formels ne peut être déterminée à partir des données actuelles et exige davantage de recherche.

Alors que les bonnes relations avec la clientèle sont essentielles pour réussir en affaires, dans quelle mesure les propriétaires d'entreprises autochtones trouvent-ils que d'autres relations jouent un rôle central dans la performance de leur entreprise ?

En fait, la majorité, soit six sur dix ou plus disent que leurs relations d'affaires continues sont très ou assez importantes pour leur réussite. Les propriétaires d'entreprises sont les plus axés sur leur relation avec les fournisseurs (62 % très importante) et leur communauté locale (55 %), suivi des partenariats avec d'autres entreprises (47 %) et les institutions financières (44 %). Un peu moins (32 %) mettent le même degré d'importance sur les relations solides avec les dirigeants politiques autochtones.

## Importance des relations d'affaires permanentes



■ Très important ■ Plus ou moins important ■ Pas très important ■ Pas du tout important ■ Ne sait pas/pas de réponse

Q37. Quelle est l'importance des relations permanentes avec chacun des entités suivantes pour la réussite de votre entreprise ?

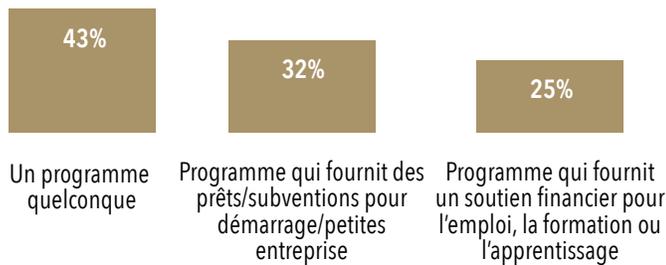
Tel que prévu, les propriétaires d'entreprise dans les réserves placent une plus grande importance sur les relations avec la communauté locale et avec les dirigeants politiques autochtones. Les relations avec les fournisseurs et avec les institutions financières sont évaluées comme étant plus importantes par les entreprises avec employés, les entreprises dont les revenus sont supérieurs à 500 000 \$ et les entreprises qui œuvrent dans les ressources naturelles, la construction ou les secteurs secondaires (par rapport au secteur des services). Notamment, les nouvelles entreprises (entreprise de moins de cinq ans) et les entreprises établies axées sur la croissance (plutôt qu'un accent sur la stabilité) accordent une plus grande valeur aux partenariats avec d'autres sociétés.

## Utilisation des programmes gouvernementaux

**Quatre sur dix propriétaires d'entreprises autochtones ont eu recours à un programme du gouvernement durant l'année qui vient de s'écouler. Le principal obstacle à leur utilisation semble être leur perception de ces programmes comme étant inutiles pour eux, bien que la difficulté de trouver des programmes soit également un problème. Les entrepreneurs découvrent généralement les programmes gouvernementaux par l'intermédiaire du bouche-à-oreille.**

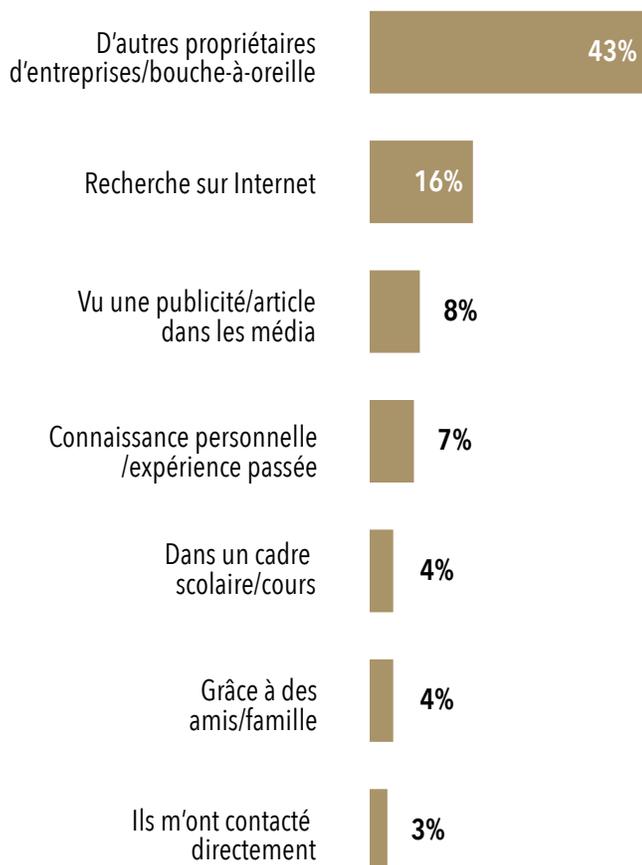
**Utilisation des programmes gouvernementaux.** Quatre sur dix (43 %) propriétaires d'entreprises autochtones rapportent avoir eu recours à un programme gouvernemental (la question ne spécifiait pas le palier du gouvernement). Il est plus fréquent d'avoir utilisé un programme qui fournit des prêts ou des subventions aux petites entreprises ou aux entreprises en démarrage (32 %) qu'un programme qui fournit un soutien financier pour l'emploi, la formation ou l'apprentissage (25 %).

## A utilisé des programmes gouvernementaux



Q38. Avez-vous déjà utilisé un programme gouvernemental quelconque... ?

## Où entendu parler du programme (les plus cités) parmi les entreprises qui ont utilisé un programme gouvernemental quelconque



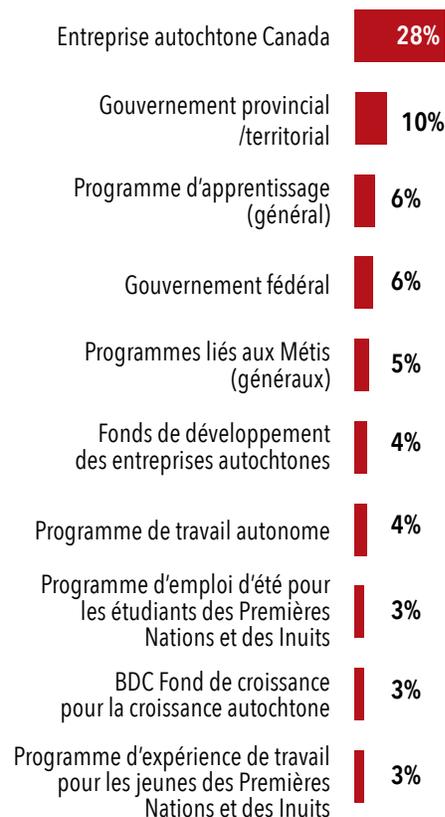
Q41. Comment avez-vous pris connaissance du programme ?

Sous-échantillon : jamais utilisé un programme gouvernemental (n = 514)

L'utilisation des programmes du gouvernement est plus élevée chez les grandes entreprises avec des employés et un chiffre d'affaires annuel supérieur à 100 000 \$ et chez les entreprises mieux établies en activité depuis 5 ans ou plus. Les entreprises de l'Alberta sont les moins susceptibles de signaler le recours à un programme gouvernemental (31 %), suivi par les entreprises ontariennes (38 %).

Parmi les entreprises autochtones qui déclarent avoir utilisé un programme gouvernemental, le programme le plus souvent utilisé est Entreprise autochtone Canada (28 %) qui n'existe plus. La nature multiple des programmes destinés à aider les petites entreprises est évidente dans la vaste gamme d'autres programmes cités : au total, 27 programmes différents (ou sources) ont été mentionnés, la plupart d'entre eux par moins de cinq pour cent des entreprises (le graphique adjacent présente uniquement les mentions les plus populaires)

## Programmes gouvernementaux utilisés (réponses les plus fréquentes) parmi les entreprises qui ont utilisé un programme gouvernemental



Q40. Quels programmes gouvernementaux avez-vous utilisés ?

Sous-échantillon : a utilisé un programme gouvernemental quelconque (n = 514)

Les propriétaires d'entreprises autochtones, en particulier ceux qui dirigent des sociétés bien établies et axées sur la croissance, sont plus susceptibles d'avoir entendu parler du programme gouvernemental qu'ils ont utilisé que d'autres propriétaires d'entreprises (43 % et 55 %, respectivement). Des sources moins courantes de renseignements sur les programmes incluent les recherches sur Internet (16 %), la publicité ou d'autres médias (8 %), l'expérience passée (7 %), l'accès par une école ou un cours (4 %), ou des amis et la famille (4 %). Trois pour cent disent qu'ils ont été contactés directement par un agent du programme.

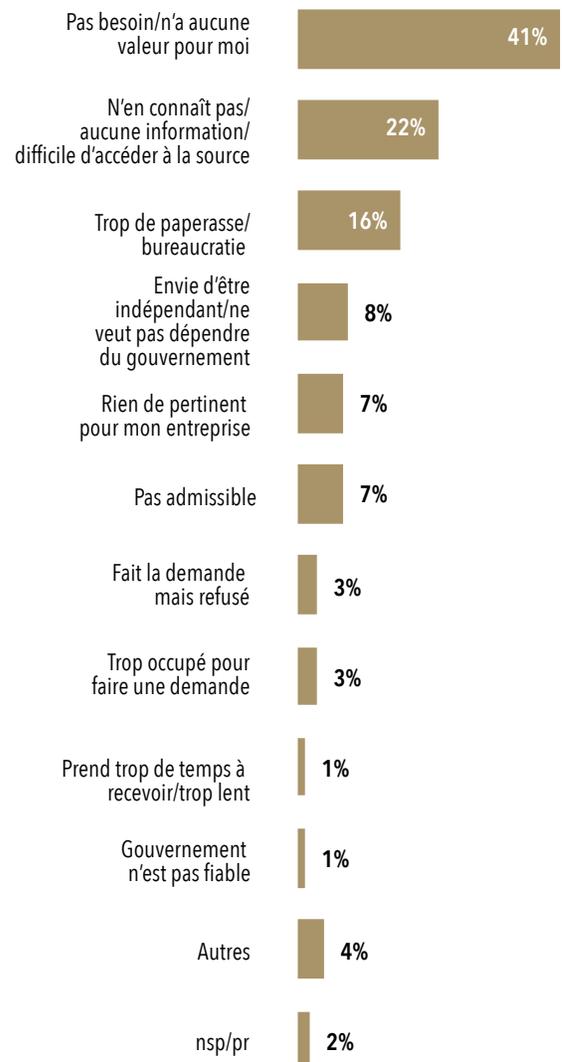
**Raisons de ne pas utiliser de programmes gouvernementaux.** Pour les propriétaires d'entreprises autochtones qui n'ont pas utilisé un programme gouvernemental, la raison la plus couramment citée est parce qu'ils ne voient pas la nécessité ou la valeur de ces programmes (41 %). D'autres indiquent que ces programmes sont difficiles à trouver (22 %) et que la demande comporte trop de bureaucratie (16 %). Un plus petit nombre de propriétaires d'entreprises ont consciemment décidé de ne pas utiliser l'aide gouvernementale (8 %), n'ont pas trouvé de programmes applicables à leur entreprise (7 %), ou ne sont pas admissibles (7 %).

## Concurrence pour les contrats du gouvernement fédéral

*Un sur cinq propriétaires d'entreprises autochtones a soumissionné ou a songé à soumissionner pour un marché réservé aux entreprises autochtones dans le cadre de la SAEA, légèrement en hausse depuis 2010. La satisfaction avec les critères actuels de la SAEA a également augmenté*

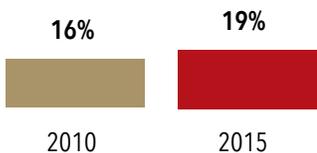
Le Gouvernement du Canada a élaboré la Stratégie d'approvisionnement auprès des entreprises autochtones (SAEA) pour augmenter le nombre des fournisseurs autochtones répondant à des appels d'offres et éventuellement obtenant des contrats fédéraux. Trois sur dix (31 %) propriétaires d'entreprises autochtones disent qu'ils ont soumissionné pour un contrat du Gouvernement du Canada (GC), ce qui est une augmentation substantielle depuis 2010 (20 %). Le pourcentage de ceux qui disent qu'ils ont songé à soumissionner est resté inchangé à 19 %. Le

### Raisons de ne pas utiliser de programmes gouvernementaux parmi les entreprises qui n'ont utilisé aucun programme gouvernemental



Q39. Quelle est la raison principale pour laquelle vous n'avez pas utilisé un programme gouvernemental ?  
Sous-échantillon : jamais utilisé un programme gouvernemental (n = 587)

## Expérience de soumission pour un marché réservé à la SAEA

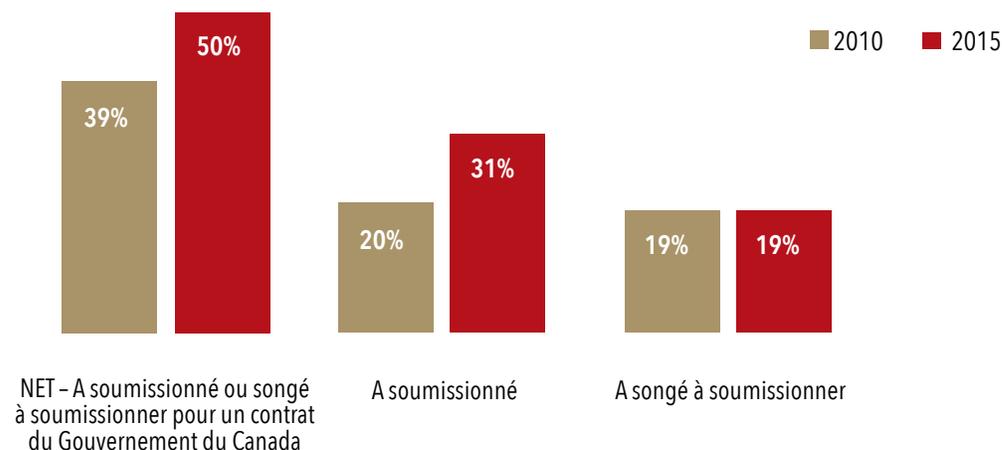


Q43. [SI A SOUMISSIONNÉ OU YA SONGÉ POUR UN CONTRAT DU GC] Le contrat était-il un marché réservé à la SAEA, qui aide les entreprises autochtones à accéder aux occasions de marchés du gouvernement fédéral?

pourcentage combiné de propriétaires qui ont soumissionné et ceux qui ont songé à soumissionner pour un contrat fédéral a atteint la moitié (50 %) de toutes les entreprises autochtones, en hausse de 11 points par rapport à 2010.

À l'exception des nouvelles entreprises en exploitation depuis cinq ans ou moins, le nombre de propriétaires d'entreprises qui ont déclaré avoir répondu à un appel d'offres pour un contrat fédéral a augmenté dans la plupart des segments de la population des entreprises. Les plus grandes entreprises incorporées en société avec des employés, les entreprises avec des revenus supérieurs à 100 000 \$ et les entreprises situées dans les territoires restent plus susceptibles d'avoir soumissionné pour un contrat fédéral.

## Expérience de soumissionner pour un contrat du Gouvernement du Canada



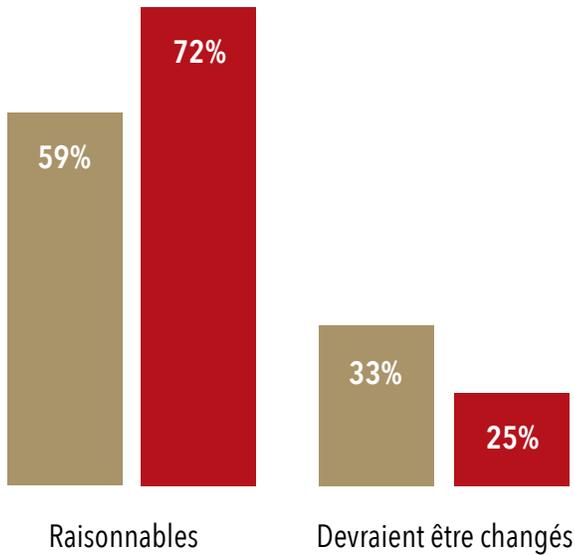
Q42. Avez-vous déjà soumissionné ou songé à soumissionner pour un contrat du Gouvernement du Canada ?

Parmi les propriétaires d'entreprises autochtones qui ont soumissionné ou songé à soumissionner pour un contrat fédéral, une minorité (38 %) indique que le contrat portait sur un marché réservé dans le cadre de la SAEA. Ce niveau reste relativement compatible avec les résultats de 2010 (40 %). En ce qui a trait à l'ensemble de la population, cela signifie que 19 pour cent de la population des entrepreneurs autochtones ont fait une soumission ou songé à faire une soumission pour un marché réservé dans le cadre de la SAEA – en hausse de 16 % en 2010 et un reflet d'une hausse générale des soumissions pour les contrats fédéraux.

Au cours des cinq dernières années, le soutien aux critères d'admissibilité actuels pour la SAEA a augmenté. Parmi les propriétaires d'entreprises autochtones qui ont de l'expérience avec un marché réservé dans le cadre de la SAEA, sept sur dix (72 %) s'accordent sur le fait que les critères sont un moyen raisonnable de prouver qu'une entreprise est autochtone, en hausse de six sur dix (59 %) en 2015.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Pour être considérée comme une entreprise autochtone admissible à un marché réservé à la SAEA, une entreprise doit répondre aux critères suivants : au moins 51 % de l'entreprise doit être détenue et contrôlée par des Autochtones, et au moins un tiers des employés, s'il y a plus de six employés à temps plein, doivent être des autochtones. Si une entreprise démarre un joint-venture, au moins 51 % du joint-venture doit être détenu par et contrôlé par une ou des entreprises autochtones, tel que défini ci-dessus. Affaires autochtones et du Nord Canada, Stratégie d'approvisionnement auprès des entreprises autochtones, Foire aux questions. Consulté le 17 février 2016. <http://www.aadnc-aandc.gc.ca/eng/1354798736570/1354798836012#chp4>

Les critères de la SAEA sont-ils raisonnables ou doivent-ils être modifiés ?  
 Parmi les entreprises qui ont soumissionné/songé à le faire pour un marché réservé à la SAEA



Q44. Pensez-vous que les critères actuels sont un moyen raisonnable de prouver qu'une entreprise est une entreprise autochtone, ou les critères devraient-ils être changés ?

(Sous-échantillon : ceux qui ont soumissionné/songé à le faire pour un marché réservé à la SAEA, n = 230)

Des partenariats authentiques avec des entreprises non autochtones fournissent une assistance indispensable aux PME autochtones pour les aider à obtenir des contrats et à développer leur propre capacité. Toutefois, les partenariats visant simplement à satisfaire aux critères et profiter d'un partenaire autochtone pour se qualifier pour les marchés réservés à la SAEA sont une source de préoccupation. Quand on leur demande comment et pourquoi ils pensent que les critères devraient être remplacés (spontanément, sans offrir des catégories de réponses), les propriétaires d'entreprise insatisfaits avec les critères recommandent plus fréquemment un meilleur suivi pour s'assurer que les critères de propriété/emploi des autochtones soient vraiment satisfaits (41 %) et que les entreprises ne soient pas détenues par un partenaire silencieux ou données en sous-traitance une fois la soumission remportée. D'autres ont recommandé d'augmenter le pourcentage requis de propriété autochtone (19 %), d'abaisser le pourcentage requis d'employés autochtones (9 %) et de simplifier le processus d'appel d'offres dans son ensemble (8 %).

### Animkii

Les solutions technologiques du point de vue autochtone.

Jeff K. Ward – directeur général

Depuis plus de 13 ans, Animkii fournit des solutions orientées sur la technologie pour les entrepreneurs autochtones socialement responsables, les organisations sans but lucratif et divers organismes. Le directeur Jeff Ward, croit qu'il a atteint la réussite en utilisant la technologie pour améliorer les relations entre les autochtones et les habitants. Jeff s'efforce de propager les pratiques et les valeurs autochtones dans tous les niveaux des opérations à Animkii en donnant plus qu'il ne reçoit et en construisant des relations significatives au sein de ses réseaux personnels et professionnels.

Mettre l'accent sur la façon de traiter les autres avec respect a permis à Animkii de construire un impressionnant réseau de partenariats sur lequel l'entreprise peut s'appuyer pour trouver des opportunités d'affaire. Ce réseau, ainsi qu'une réputation basée sur un travail de qualité a permis à Animkii d'établir et de développer ses activités commerciales sur une base durable.

# 7

## Entreprises autochtones par degré de réussite

Ce chapitre examine les différences entre les entreprises autochtones qui ont atteint différents niveaux de succès en ce qui concerne la rentabilité, le chiffre d'affaires et la croissance des bénéficiaires de l'entreprise. Certaines de ces différences ont été constatées tout au long du rapport. Cette section vise à fournir un résumé de ces différences et donner un aperçu des actions que les propriétaires d'entreprises autochtones moins prospères pourraient adopter pour améliorer leurs performances financières.

Basé sur l'information sur le rendement financier disponible dans le questionnaire du Sondage sur les commerces autochtones (SCA), l'ensemble des données a été divisé en trois catégories :

- Un groupe « très prospère » composé d'entreprises rentables qui ont signalé une augmentation des ventes durant l'exercice 2014-2015, et qui s'attendent à une augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise au cours des deux prochaines années.
- Un groupe « modérément prospère » qui possède une ou deux des caractéristiques de profit et de croissance des entreprises prospères, mais pas toutes les trois.
- Un groupe « peu prospère » qui n'a aucune des caractéristiques de profit et de croissance des entreprises prospères.

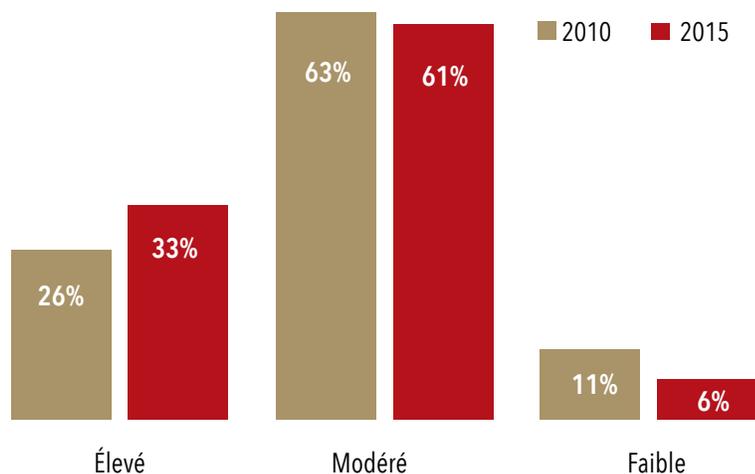
Un tiers (33 %) des entreprises autochtones interrogées peuvent être classées comme sociétés « prospères », une augmentation significative, passant de 26 % en 2010. La majorité (61 %) des entreprises continue de connaître une « prospérité modérée », tandis que le nombre d'entreprises « peu prospères » a diminué de 11 % en 2010 à 6 % en 2015.

Les paragraphes qui suivent explorent la relation entre la prospérité financière (telle que décrite ci-dessus) et d'autres indicateurs abordés dans ce rapport.

## Phase de développement

Les propriétaires d'entreprises autochtones sont plus susceptibles de se décrire comme des entreprises établies axées sur la stabilité et la rentabilité, indépendamment de leur niveau de réussite. Cependant, les entreprises très prospères sont plus susceptibles que les entreprises à prospérité modérée et faible de démontrer une mentalité de croissance – autrement dit, ils identifient la croissance et l'expansion comme leur principal objectif d'affaires (37 % contre 16 % et 6 % respectivement).

Entreprises autochtones selon le degré de réussite



## Plan d'affaires

Les propriétaires d'entreprise prospères sont plus susceptibles d'avoir un plan d'affaires écrit. Presque quatre sur dix propriétaires prospères (37 %) et trois sur dix (29 %) propriétaires avec une prospérité modérée disent qu'ils avaient un plan d'affaires écrit en application pour l'année écoulée, contre 14 pour cent des propriétaires à faible prospérité.

## Innovation

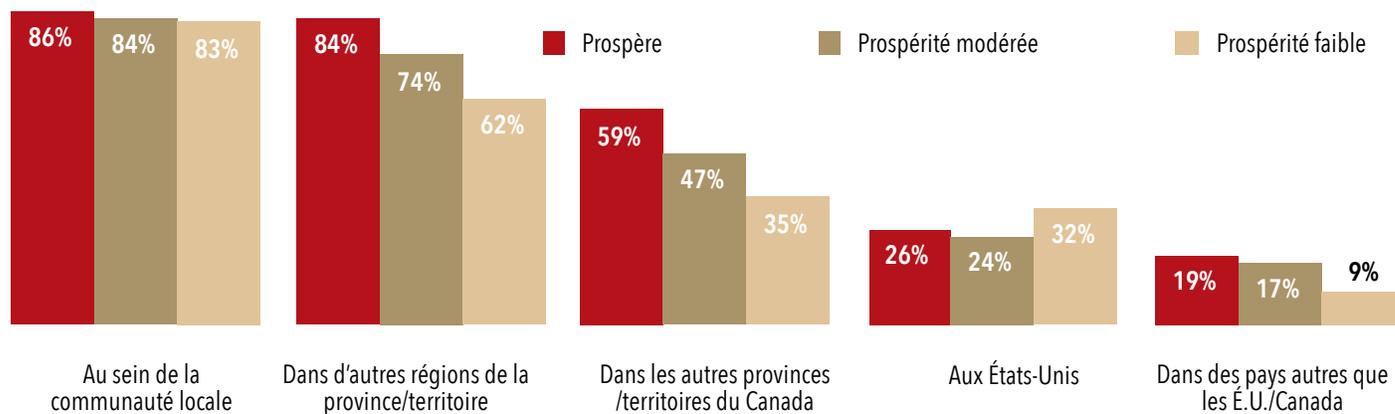
Les entreprises prospères sont beaucoup plus susceptibles d'innover au sein de leur entreprise. Près des trois quarts (73 %) des entreprises hautement performantes ont lancé soit des nouveaux produits/services soit des nouveaux procédés au cours des trois dernières années, comparativement à six sur dix (62 %) entreprises à prospérité modérée. En comparaison, seul un quart (24 %) des propriétaires à faible prospérité ont signalé des innovations commerciales.

## Marchés

**Géographie contre répartition géographique.** Quel que soit leur niveau de réussite, les entreprises autochtones se concentrent sur la vente aux marchés locaux, avec plus de huit sur dix déclarant au moins certaines ventes dans leur communauté locale.

Cependant, les entreprises très prospères sont plus susceptibles que les entreprises à prospérité modérée ou faible d'être actives dans le marché canadien plus vaste. Une plus grande proportion des entreprises hautement performantes ont les clients dans d'autres parties de leur province ou territoire (84 %) et dans d'autres provinces ou territoires (59 %)

### Emplacement des clients selon le niveau de réussite des entreprises



Q16. L'an dernier, dans lequel endroit votre entreprise comptait-elle des clients ?

**Type de client.** Une clientèle diversifiée est également un trait commun aux entreprises autochtones prospères. Les propriétaires prospères sont plus susceptibles que les propriétaires modérément prospères de fournir des biens ou services en dehors de leurs collectivités locales à des entreprises du secteur privé, à des consommateurs, aux gouvernements provincial/territorial et aux administrations municipales. Fait intéressant, les entreprises modérément prospères sont les moins susceptibles d'avoir fourni des biens ou services au gouvernement fédéral (31 % contre 44 % prospères et 40 % peu prospères).

### Appuis extérieurs

Les propriétaires d'entreprise prospères sont plus susceptibles de demander des conseils externes. Deux tiers (67 %) des propriétaires prospères ont cherché un soutien informel sous la forme de réseautage ou de mentorat (comparé à 56 % des entreprises modérément prospères et 41 % des entreprises peu prospères).

Par ailleurs, lorsqu'interrogés sur les relations permanentes qui sont importantes pour le succès de leur entreprise, les propriétaires prospères placent une plus grande importance sur leurs relations avec les fournisseurs (66 % disent qu'elles sont très importantes, comparativement à 49 % des entreprises peu prospères) et leurs partenariats avec des entreprises autochtones et non autochtones (54 % contre 37 % des entreprises peu prospères).

## Autres indicateurs

Les propriétaires d'entreprises autochtones très prospères sont également plus susceptibles de :

- Engager des employés rémunérés (45 % contre 19 % des entreprises peu prospères);
- Être situés hors réserve (77 % contre 69 % des entreprises modérément prospères et 62 % des entreprises peu prospères);
- Être âgés de moins de 45 ans (35 % contre 7 % des entreprises peu prospères)

Les entreprises qui sont peu prospères ont tendance à avoir été en activité depuis plus longtemps (46 % en affaires depuis 15 ans ou plus contre une moyenne de 32 %) et elles sont surreprésentées dans les Provinces de l'Atlantique (22 % contre une moyenne de 6 %).

En revanche, les facteurs qui ne sont pas significativement différents entre les entreprises autochtones prospères et peu prospères sont le sexe du propriétaire, l'utilisation des programmes gouvernementaux et les obstacles à la croissance auxquels elles font face.

## Financement

Les sources de financement sont un autre domaine qui ne varie pas généralement selon le degré de réussite. Par exemple, le succès est moins susceptible que d'autres caractéristiques d'être un facteur majeur en ce qui concerne le financement de démarrage, puisque les entreprises en démarrage ont encore à démontrer leur succès.

La différence notable est que les entreprises prospères sont plus susceptibles de dire que les bénéfices non répartis sont une source importante de financement (84 % pour les entreprises à indice de réussite élevé contre 76 % pour celles avec un indice modéré et 50 % pour les entreprises avec un indice faible)

# 8

## Méthodologie

Ces résultats sont basés sur un sondage téléphonique auprès de 1 101 propriétaires d'entreprises des Premières Nations, des Métis et des Inuits partout au Canada, mené du 10 février au 10 mars 2015. La marge d'erreur pour un échantillon de 1 101 est de +/-3,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20. La marge d'erreur est plus grande pour les résultats concernant les sous-groupes régionaux ou d'autres sous-groupes de l'échantillon total.

## Conception de l'échantillonnage

Le principal défi méthodologique dans le cadre de cette enquête a été la définition et la localisation d'un échantillon représentatif de propriétaires d'entreprises autochtones partout au Canada. Bien qu'il existe différentes organisations qui maintiennent des bases de données sur les entreprises autochtones, il n'y a aucune base de sondage unique et complète disponible pour la population des petites entreprises autochtones. La solution était d'utiliser l'Enquête nationale auprès des ménages 2011 (ENM) qui fournit les meilleures et les plus récentes statistiques concernant les petites entreprises autochtones, pour construire un profil idéal de cette population en fonction de l'identité autochtone, le type et la taille de l'entreprise. Des quotas ont été fixés pour ces caractéristiques et les entrevues ont été réalisées dans le but de « remplir » toutes ces cellules jusqu'à ce que les quotas soient complets.

La liste d'exemples d'entreprises autochtones provenant de l'Enquête sur les commerces autochtones de 2011 de la CCCA a été utilisée comme base pour le cadre actuel de l'échantillon. La CCCA a mis à jour la liste en identifiant et en faisant une extraction de bases de données existantes et/ou de listes pour obtenir les coordonnées d'entreprises autochtones et en faisant un réseautage avec un éventail d'organisations pour localiser des répondants qualifiés qui étaient prêts à participer. L'approche a nécessité que des noms supplémentaires soient obtenus en référence (c.-à-d., les participants à l'étude suggèrent des amis ou des collègues comme de possibles nouveaux participants) pour augmenter l'échantillon.

Dans le cadre de l'échantillonnage, des répondants ont été examinés pour s'assurer qu'ils s'identifiaient comme Autochtones et propriétaires d'une entreprise.

Les résultats définitifs ont été pondérés par groupe d'identité, taille et type d'entreprise. Des pondérations ont été assignées basés sur les données de l'ENM sur les travailleurs autonomes autochtones au Canada.

## Conception du questionnaire

Le questionnaire de cette recherche était fondé sur l'Enquête sur les entreprises autochtones 2011, avec quelques questions supprimées et d'autres ajoutées afin de répondre correctement aux objectifs actuels de la recherche. Le questionnaire a été conçu pour inclure des questions structurées, pour obtenir des informations quantifiables et des questions ouvertes, pour parvenir à une plus grande profondeur et des réponses spontanées à certains types de questions. Des opinions sur la conception du questionnaire ont été sollicitées auprès du Comité consultatif de la recherche ABS (EEA) 2015 et des parrains de l'étude.

Avant le lancement de l'enquête, le questionnaire a été mis à l'essai auprès de répondants « en direct ». L'essai pilote était constitué d'entrevues avec un petit échantillon de participants, mené de la même manière que le sondage complet. Un petit nombre de changements relativement mineurs au questionnaire ont été effectués suite aux commentaires provenant de l'essai pilote.

## Collecte de données

Des interviews par téléphone ont été effectuées depuis des installations centrales à Ottawa à l'aide de la technologie téléphonique assistée par ordinateur (TTAO). Des superviseurs étaient présents sur le site en permanence pour assurer l'exactitude des entrevues et de l'enregistrement des réponses. Un minimum de 10 pour cent du travail de chaque intervieweur fut discrètement surveillé pour contrôle de la qualité.

Toutes les entrevues ont été réalisées dans la langue officielle au choix du répondant. La durée moyenne de l'entrevue était de 17 minutes. Un minimum de cinq appels ont été faits pour chaque entreprise sélectionnée dans l'échantillon avant de la classer comme « pas de réponse. »

L'enquête a été réalisée conformément aux normes professionnelles établies par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM), ainsi que les lois fédérales applicables (Protection des renseignements personnels et les documents électroniques ou la LPRPDE). L'enquête a été enregistrée sous le système d'enregistrement de recherche de l'ARIM, qui permet au public de vérifier un appel de sondage, de s'informer sur l'industrie et/ou d'enregistrer une plainte.

## Résultats

Le taux de réponse pour l'enquête est de 45 pour cent, ce qui est très bon pour ce type de sondage auprès de professionnels occupés et difficiles à rejoindre.

Le taux de réponse est calculé comme le nombre de participants ayant répondu au questionnaire (entrevues complétées, exclusions et participants hors quota – 1 971), divisé par le nombre de numéros non résolus (occupés, aucune réponse – 1 424) et les ménages ou particuliers qui n'ont pas répondu (refus, barrière de la langue, rappels manqués – 979) plus les participants ayant répondu au questionnaire (1 971) [R/(U+IS+R)]. La disposition de tous les numéros composés de l'échantillon est présentée dans le tableau suivant.

	N
Total de l'échantillon composé	6 515
<b>NUMÉROS NON RÉSOLUS (U)</b>	1 424
Occupés	44
Pas de réponse	263
Répondeur/messagerie vocale	1 117
<b>NUMÉROS RÉSOLUS (Total moins non résolus)</b>	5 091
<b>HORS DES PARAMÈTRES (non valides/non admissibles)</b>	1 907
Non commercial	540
Pas en service	1 245
Fax/modem	122
<b>DANS LES PARAMÈTRES NE RÉPOND PAS (IS)</b>	979
Refus – autres que le répondant (p. ex., gardien)	145
Refus - répondant	338
Barrière de la langue	30
Rappel manqué/répondant non disponible	438
Ruptures (entrevue pas remplie)	28
<b>AYANT RÉPONDU DANS LES PARAMÈTRES (R)</b>	1 971
Disqualifié	870
Quota complet	0
Terminé	1 101
<b>TAUX DE RÉPONSE [R / (U + IS + R)]</b>	<b>45%</b>

## Profil du répondant

Le tableau ci-dessous présente un profil de l'échantillon final pondéré des propriétaires d'entreprises autochtones par caractéristiques personnelles et commerciales.

	%
<b>Identité</b>	
Métis	52
Premières Nations	47
Inuit	2
<b>Sexe</b>	
Homme	63
Femme	37
<b>Âge</b>	
Moins de 35 ans	7
35 - 44	20
45 - 54	30
55 ans ou plus	38
<b>Éducation</b>	
Pas terminé ES	14
Diplômé ES	14
Études postsecondaires	12
Collège terminé	28
Université terminée	19
Études supérieures	13

	%
<b>Type d'entreprise</b>	
Entreprise individuelle	61
Société incorporée	27
Partenariat	12
<b>Taille de l'entreprise</b>	
Aucun employé	64
Employés	36
<b>Secteur</b>	
Service	62
Secondaire	17
Construction	12
Primaire	10
<b>Année de création</b>	
Plus de 15 ans (avant 2000)	32
6-15 ans (2000 - 2009)	43
Depuis 5 ans (2010-2015)	23
<b>Chiffre d'affaires annuel</b>	
Moins de 25 000 \$	14
25 000 \$ – moins de 100 000 \$	21
100 000 \$ ou plus	35
Refus/pas de réponse	29

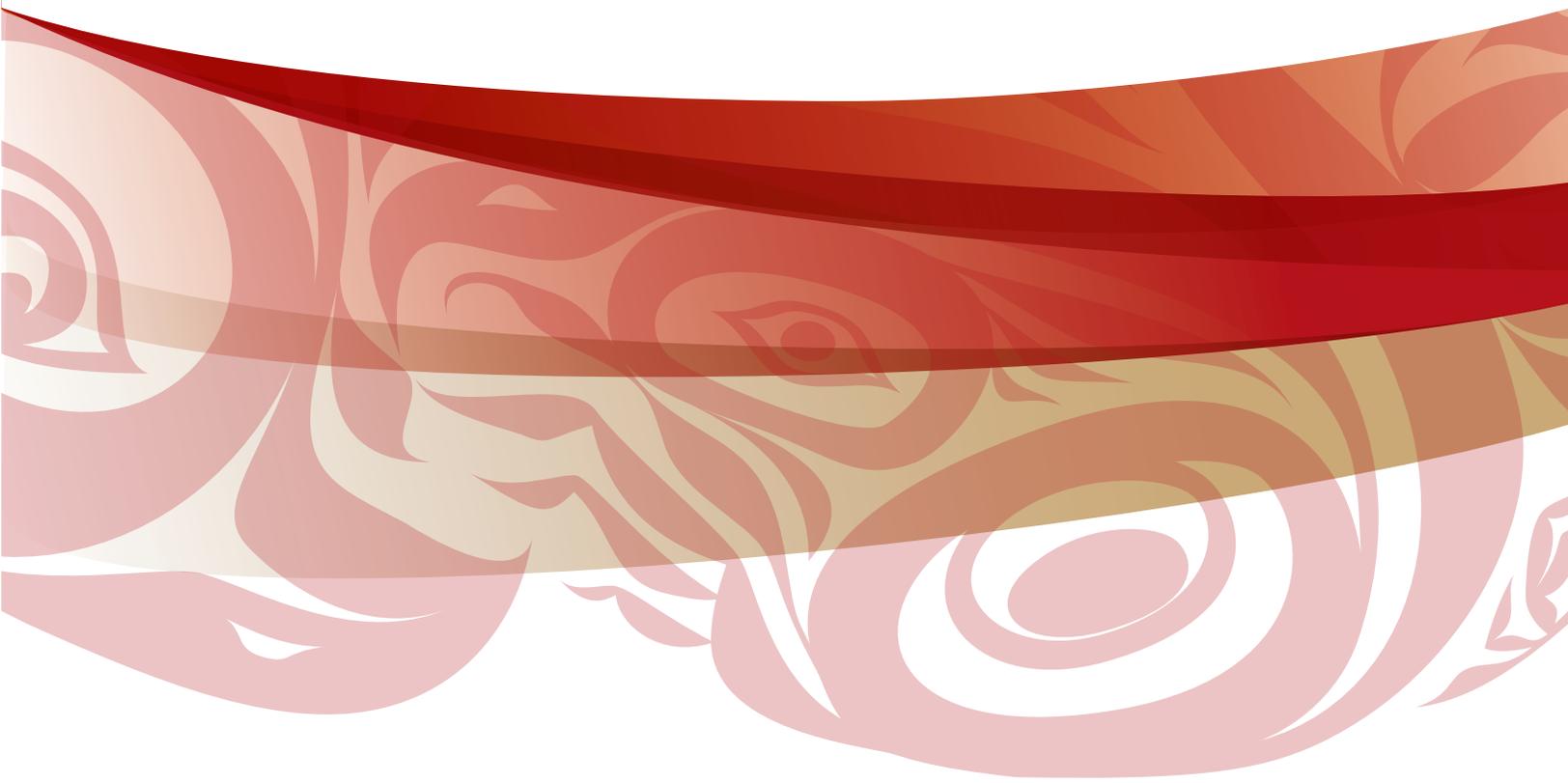
Conseil canadien pour les  
**COMMERCE**  
**AUTOCHTONES**



2 rue Berkley, bureau 310, Toronto, Ontario M5A 4J5

T 416-961-8663 F 416-961-3995 E [info@ccab.com](mailto:info@ccab.com)

[www.ccab.com](http://www.ccab.com)



Conseil canadien pour les  
**COMMERCE**  
**AUTOCHTONES**



# Promesse prospérité

Sondage sur les commerces autochtones 2016

**ENVIRONICS**  
RESEARCH

