

Mesurer l'espace économique francophone des entreprises et des entrepreneurs canadiens : explorations, estimations et pistes de réflexion

RÉSUMÉ

Marc Duhamel

1 novembre 2012

Sommaire des Études préparées pour le Comité directeur du *Forum pancanadien sur le développement économique en francophonie canadienne 2012*, en partenariat avec PGF Consultants Inc.



Résumé

Peut-on mesurer l'espace économique francophone des entreprises et des entrepreneurs canadiens?

Cette question, simple voire même anodine en apparence, est importante puisqu'elle soutient l'identification des facteurs qui favorisent le développement des entreprises et des entrepreneurs de l'économie plurielle canadienne qui contribuent à renforcer l'essor économique de la francophonie canadienne.

Beaucoup ont tenté de répondre à cette question en se basant sur les salaires ou l'impact socio-économique des travailleurs de langue maternelle française au Canada.¹

Notre recherche suggère que cette approche est incomplète. Premièrement, nous constatons que le critère de la langue maternelle, fréquemment utilisé pour définir le caractère francophone des employés sur-estime l'usage du français au sein des entreprises. Deuxièmement, elle n'est pas adaptée à l'ensemble des activités, échanges et transactions économiques, internes et externes, des entreprises modernes où les travailleurs ne constituent qu'un seul élément de la valeur ajoutée par l'entreprise. En particulier, cette approche omet l'importance potentielle de la langue française comme courroie de transmission de l'information, de la culture d'entreprise et de coordination dans la prise de décision en français dans l'entreprise.

Ainsi, toute mesure de l'espace économique francophone des entreprises qui repose uniquement sur les travailleurs peut sous-estimer l'utilisation de la langue française au sein des entreprises et son impact sur la mesure des transactions et des échanges économiques francophones qui contribuent au développement l'espace économique de la francophonie canadienne.

Cette recherche propose un cadre conceptuel qui étend l'espace économique francophone des entreprises et des entrepreneurs à huit éléments (ou dimensions) qui sont reconnus pour contribuer à la valeur ajoutée des entreprises. Quatre éléments mesurent l'espace qu'occupe l'usage du français dans les échanges et transactions économiques internes à l'entreprise: les propriétaires, la gouvernance (par exemple, à travers son conseil d'administration ou ses unités d'opérations), les gestionnaires et les employés. Quatre autres éléments mesurent l'espace économique qu'occupe l'usage du français dans les échanges et transactions économiques externes de l'entreprise: les clients, les fournisseurs, les investisseurs et les partenaires établis à travers les réseaux d'affaire et autres formes d'alliances ou partenariats stratégiques. Ces huit éléments déterminent un espace *mesurable* de l'importance économique de l'utilisation de la langue française dans les entreprises au Canada.

¹ Par exemple, voir et également, Conference Board du Canada. 2012. L'Espace économique de la francophonie canadienne. Étude préparée pour Le regroupement des gens d'affaires de la capitale nationale. Octobre.

Trois implications apparaissent potentiellement importantes pour la mesure et l'impact de l'espace économique francophone des entreprises de l'économie plurielle à partir de ce cadre conceptuel.

Premièrement, toutes les entreprises, quelle que soit leur vocation ou nationalité, contribuent au développement de l'espace économique francophone lorsqu'elles font usage du français lors d'échanges et transactions économiques avec des clients, des fournisseurs et des investisseurs. Ainsi, une compagnie internationale italienne qui dessert une grande clientèle en français pourrait contribuer de façon plus importante à l'espace économique francophone qu'une entreprise appartenant à un propriétaire de langue maternelle française qui dessert exclusivement une clientèle espagnole. Malheureusement, les données ne nous permettent pas d'étudier cette question plus à fond.

Deuxièmement, une littérature émergente sur la théorie de la culture des entreprises suggère que la langue française peut non seulement influencer la rémunération des employés et des gestionnaires mais pourrait influencer la vocation, le statut juridique, et la gouvernance internes des entreprises, et ce particulièrement lorsqu'elles opèrent dans des communautés linguistiques minoritaires. En particulier, les coopératives et les organismes à but non lucratif pourraient être des formes organisationnelles plus concurrentielles et mieux adaptées à l'environnement concurrentiel des communautés linguistiques minoritaires que les entreprises commerciales.

Troisièmement, les récentes recherches sur la gouvernance des entreprises à vocation commerciale minimiseraient l'importance de la langue des propriétaires vis-à-vis celles des gestionnaires dans les transactions et échanges internes de l'entreprise et celles des investisseurs dans les transactions externes de l'entreprise. Ainsi, l'utilisation de la langue française par les investisseurs et les gestionnaires, et ce même auprès d'entreprises étrangères, pourrait contribuer de façon plus importante au développement de l'espace économique francophone des entreprises que la propriété d'entreprise par des propriétaires francophones, toute chose étant égale par ailleurs.

Ce cadre conceptuel nous permet d'estimer le nombre d'entreprises francophones au Canada à partir des données probantes disponibles. Au meilleur de nos connaissances, ceci constituerait la première estimation faite du nombre d'entreprises francophones, établi à partir d'enquêtes de Statistique Canada sur la langue maternelle du propriétaire majoritaire d'entreprises.

Ainsi, on estime le nombre total d'entreprises francophones en 2007 au Canada à près de 430 000, dont 86 % étaient établies au Québec. Ce nombre inclut les entreprises de travailleurs autonomes, les PME, les organismes à but non lucratif et les coopératives et exclut les grandes entreprises avec 500 employés et plus. Ce nombre représente un peu plus de 18 % de toutes les entreprises au Canada, soit près de 4 % inférieur au poids démographique de la population et des travailleurs de langue maternelle française. De plus, le nombre d'entreprises francophones serait inférieur à ce qu'il était

en 2004. L'*Enquête nationale auprès des ménages* et une nouvelle enquête de Statistique Canada en 2011 pourrait confirmer cette tendance.

Les données probantes disponibles ne permettent qu'une mesure partielle et imparfaite des huit éléments que constitue l'espace économique francophone des entreprises et ne permettent pas d'en déterminer l'impact sur l'économie canadienne.