

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

TROIS GRANDS DE LA FINANCE S'UNISSENT POUR SOUTENIR L'ESSOR D'UNE CULTURE ENTREPRENEURIALE FORTE AU QUÉBEC

La Caisse de dépôt et placement du Québec, le Mouvement Desjardins et la Banque Nationale lancent la campagne « Devenir entrepreneur »

Montréal, le 13 octobre 2015 – La Caisse de dépôt et placement du Québec, le Mouvement Desjardins et la Banque Nationale donnent aujourd'hui le coup d'envoi à « Devenir entrepreneur », une vaste initiative de sensibilisation qui vise à donner un élan de plus à l'entrepreneuriat au Québec. Les différents volets de l'initiative, qui seront déployés sur trois ans, contribueront à mettre en place les meilleures conditions pour inciter les jeunes et leur entourage à considérer le métier d'entrepreneur. Devenir entrepreneur est le résultat de la mobilisation d'entrepreneurs québécois, d'acteurs clés de l'entrepreneuriat et des trois grandes institutions financières québécoises.

« Au Québec, les entrepreneurs qui créent les petites et moyennes entreprises emploient près de 60% de la population active. L'entrepreneuriat est essentiel à notre croissance économique. Comment, dans ce contexte, favoriser la naissance de nouvelles entreprises? À notre avis, cela passe par une culture entrepreneuriale forte, parce que la culture est l'ADN de l'entrepreneuriat, c'est à la base de tout. C'est dans cet esprit qu'a été développée l'initiative Devenir entrepreneur : pour créer le déclic qui suscitera de nouvelles vocations entrepreneuriales », a indiqué Michael Sabia, président et chef de la direction de la Caisse.

« La campagne Devenir entrepreneur arrive à point nommé, de souligner Monique F. Leroux, présidente et chef de la direction du Mouvement Desjardins. Au cours des 10 prochaines années, ce sont quelque 100 000 entreprises québécoises qui changeront de main. Or, seulement 19 % de notre population a l'intention de se lancer en affaires, contre 27 % pour le reste du Canada. Nous sommes donc à risque de perdre des fleurons et des emplois de qualité, notamment en région. C'est pourquoi Desjardins investit pour encourager l'entrepreneuriat chez les jeunes et pour accompagner les entrepreneurs dans le démarrage, la croissance ou le transfert de leur entreprise.»

« Une vague de transferts d'entreprises sans précédent s'amorce au Québec. Il faut s'assurer que la prochaine génération d'entrepreneurs soit prête pour prendre la relève. C'est notre culture de propriétaire qui en dépend, affirme Louis Vachon, président et chef de la direction de la Banque Nationale. Créée par des entrepreneurs il y a plus de 150 ans, la Banque Nationale s'est toujours distinguée par sa proximité avec la communauté d'affaires. Et par son engagement dans le développement économique et social. Il était donc tout naturel pour nous de prendre part à la campagne « Devenir entrepreneur », ajoute-t-il.

Une initiative qui répond à des besoins concrets

Les plus récentes données publiées par la Fondation de l'entrepreneurship démontrent que le dynamisme entrepreneurial a beaucoup progressé au Québec au cours des dernières années. Mais, malgré cette amélioration, la partie n'est pas gagnée. En matière de création de nouvelles entreprises, les Québécois accusent toujours un retard de près de 8 % par rapport au reste du Canada dans leurs intentions de se lancer en affaires. De plus, d'ici 2020, le Québec aura un manque à gagner de près de 38 000 entrepreneurs pour prendre la relève des entreprises déjà en activité.

Les liens entre la culture entrepreneuriale et la propension à entreprendre ont été clairement établis par de nombreuses études menées à l'échelle mondiale. C'est dans cette foulée qu'est née une première initiative liée à la culture entrepreneuriale : la campagne de sensibilisation « Devenir entrepreneur ».

Une campagne intégrée pour rejoindre les Québécois

La campagne a pour objectif d'inspirer les jeunes et leur entourage, et de les sensibiliser au métier d'entrepreneur. De plus, elle vise à resserrer l'écart important qui subsiste entre le nombre de Québécois qui ont l'intention de se lancer en affaires et ceux qui font le grand saut. La campagne intégrée se déclinera sur plusieurs canaux comme la télévision, les médias sociaux et une plateforme numérique. Elle met en lumière des entrepreneurs qui racontent le moment charnière, le grand déclic, où ils sont passés à l'action et ont lancé leur entreprise.

Le site devenirentrepreneur.com a été conçu dans le but de fournir les informations nécessaires à ceux qui envisagent d'entreprendre ou souhaitent en savoir plus sur le métier d'entrepreneur. Des entrepreneurs de toutes les régions, générations et secteurs d'activité ont contribué à son élaboration afin d'en faire une référence pratique et pertinente. Le site présente différents témoignages, fournit conseils et astuces et prévoit des séances de clavardage avec des entrepreneurs établis. Le site répertorie également les ressources disponibles et redirige l'entrepreneur vers celles qui sont les mieux adaptées à ses besoins.

Afin de faciliter la réalisation d'activités pédagogiques à caractère entrepreneurial, le site donne aussi accès à une boîte à outils destinée aux enseignants des niveaux primaire et secondaire. La boîte à outils, unique en son genre, a été développée en collaboration avec près d'une vingtaine d'organismes œuvrant auprès des jeunes et du réseau scolaire québécois.

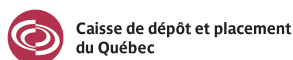
D'autres volets de la campagne « Devenir entrepreneur » seront dévoilés au cours des prochains mois.

-30-

À PROPOS DE LA CAISSE DE DÉPÔT ET PLACEMENT DU QUÉBEC

La Caisse de dépôt et placement du Québec est un investisseur institutionnel de long terme qui gère des fonds provenant principalement de régimes de retraite et d'assurances publics et parapublics. Son actif net s'élevait à 240,8 milliards CAD au 30 juin 2015. À titre de gestionnaire de fonds institutionnels parmi les plus importants au Canada, la CDPQ, qui fête son 50e anniversaire cette année, investit dans les grands marchés financiers, ainsi qu'en placements privés, en infrastructures et en immobilier à l'échelle mondiale. Pour obtenir plus de renseignements sur la Caisse : www.cdpq.com

Une initiative de



À PROPOS DU MOUVEMENT DESJARDINS

Le **Mouvement Desjardins** est le premier groupe financier coopératif au Canada et le cinquième au monde, avec un actif de près de 251 milliards de dollars. Il figure parmi les 50 employeurs de choix au Canada selon le palmarès établi par Aon Hewitt. Pour répondre aux besoins diversifiés de ses membres et clients, particuliers comme entreprises, sa gamme complète de produits et de services est offerte par son vaste réseau de points de service, ses plateformes virtuelles et ses filiales présentes à l'échelle canadienne. Considéré comme l'institution bancaire la plus solide en Amérique du Nord par l'agence d'information financière Bloomberg, Desjardins affiche des ratios de capital et des **cotes de crédit** parmi les meilleurs de l'industrie.

À PROPOS DE LA BANQUE NATIONALE

La Banque Nationale est la première institution bancaire au Québec et la sixième en importance au pays. Animée d'un esprit entrepreneurial depuis sa fondation en 1859, la Banque s'appuie sur une équipe de quelque 20 000 employés pour accompagner ses clients particuliers et commerciaux dans la réalisation de leurs projets d'affaires et de vie. Avec un actif de 216 milliards de dollars au 31 juillet 2015, la Banque Nationale (TSX: NA), incluant ses filiales, est considérée comme une institution d'importance systémique. Elle est également reconnue comme un employeur de choix. Suivez ses activités sur bnc.ca ou par l'entremise de réseaux sociaux comme [Facebook](#), [LinkedIn](#) et [Twitter](#) .

Pour renseignements :

Jean-Benoît Houde
Caisse de dépôt et placement du Québec
514 847-5493
jbhoude@cdpq.com

Richard Lacasse
Mouvement Desjardins
418 835-8444 ou 1 866 835-8444, poste 3163
media@desjardins.com

Marie-Pierre Jodoin
Banque Nationale
514 394-4209
mariepierre.jodoin@bnc.ca

Une initiative de

