

carrière



Les finalistes de Mode Académie au boulot

Les neuf finalistes du troisième concours Mode Académie ont été présentés par le cégep Marie-Victorin et L'Aubainerie. Les finalistes, tous étudiants en Design de mode ou en Commercialisation de la mode, ont à confectionner une ligne de vêtements ou à créer un concept commercial pour la chaîne québécoise. Les trois grands gagnants seront dévoilés en mai. Ils se partageront une bourse de 13 000 \$ et effectueront un stage rémunéré à L'Aubainerie.

MÉTRO

Entrepreneurs immigrants

Des joueurs actifs de l'économie québécoise

LAILA MAALOUF
info@journalmetro.com



EMPLOI. Selon l'*Enquête sur la population active* (EPA) de Statistique Canada (2006), au cours des 10 prochaines années, 40 % des entreprises québécoises auront besoin de relève. Parallèlement, le Québec connaîtra un important déficit démographique en raison du vieillissement de sa population.

«La communauté immigrante constitue un bon bassin pour répondre au défi entrepreneurial du Québec», avance Michel Fortin, directeur général du SAJE (Service d'aide aux jeunes entrepreneurs). Près de 40 % de ces nouveaux arrivants, jeunes et dynamiques, possèdent un diplôme universitaire et ont le désir de se lancer en affaires, un désir souvent

transmis d'une génération à l'autre. «Ce sont des acteurs sur lesquels on peut compter pour le développement futur.»

Des obstacles surmontables
L'intégration des entrepreneurs immigrants est double. Non seulement doivent-ils s'informer pour comprendre et s'appropriier le marché québécois, mais ils doivent aussi maîtriser la langue d'affaires.

Chia-Yi Toung, présidente de l'agence de communication Orchimédia, encourage les immigrants à suivre une formation dès leur arrivée. «La langue, c'est la clé qui ouvre la porte vers n'importe quel succès. Sans elle, on ne peut pas réussir, même si on est passionné.»

La Taïwanaise d'origine insiste aussi sur la nécessité d'obtenir de l'aide. Elle recon-



Près de 40 % des nouveaux arrivants, jeunes et dynamiques, possèdent un diplôme universitaire et ont le désir de se lancer en affaires.

naît que, sans le SAJE, elle n'aurait pu monter, il y a six ans, une compagnie florissante qui compte aujourd'hui parmi ses clients le Cirque du Soleil et Bombardier.

Malgré les obstacles, de plus en plus d'entreprises québécoises issues des communautés culturelles connaissent du succès. Solo Fruit et Float4 ne sont que

d'autres exemples, qui, comme Orchimédia, ont réussi à profiter de leur bagage culturel pour conquérir le marché québécois.

MÉTRO

30 %

30 % des 1 200 entrepreneurs accompagnés annuellement par le SAJE sont des immigrants.

20 %

20 % des entreprises de l'industrie du savoir appartiennent à de nouveaux arrivants.

Environ 70 % de la population immigrante du Québec a moins de 35 ans. Plus des trois quarts de ces immigrants résident dans la grande région de Montréal.

NOUS AVONS LES CARRIÈRES
VOUS AVEZ LES POSSIBILITÉS

Montage de tentes et de chapiteaux