

LA REPRÉSENTATION MÉDIATIQUE DE LA REPRISE COLLECTIVE AU QUÉBEC

RAPPORT DE RECHERCHE

Réalisé par :
Isabeau Four
Olivier Corbin-Charland
Mamadou Diagne
Maricarmen Merino
France Lavoie

Novembre 2020



CÉRSÉ

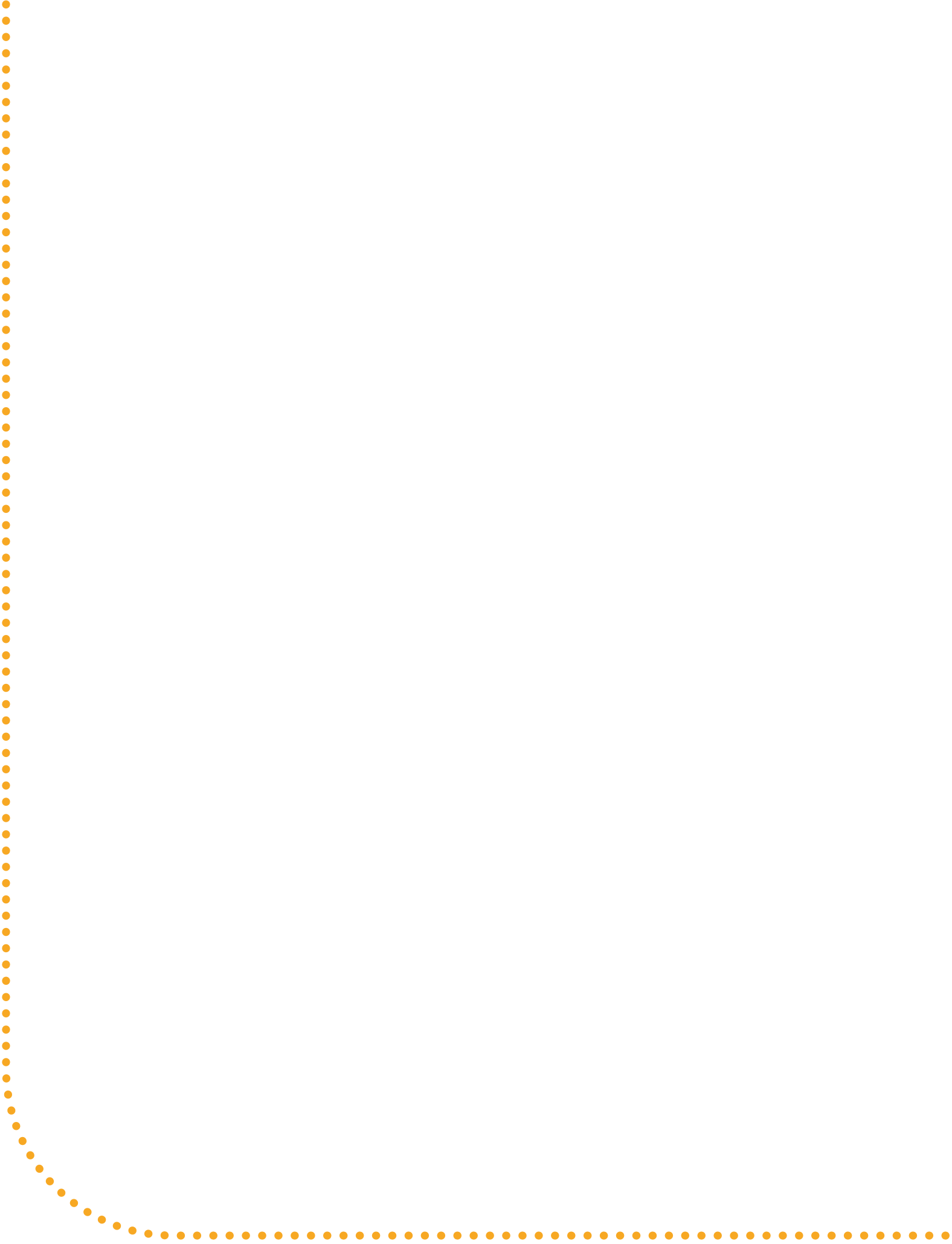


TABLE DES MATIÈRES

1.	INTRODUCTION	1
1.1	Contexte de la recherche partenariale	1
1.2	Objectifs de la recherche partenariale	1
1.3	La représentation médiatique	2
1.4	Démarche méthodologique	2
1.5	Limitations de l'étude	3
1.6	Description du corpus	4
1.6.1	Portée du média	4
1.6.2	Type d'article	5
2.	CARACTÉRISTIQUES DES REPRISES COLLECTIVES RÉPERTORIÉES	6
2.1	Forme juridique des entreprises repreneuses	6
2.1.1	Forme juridique des entreprises repreneuses ayant fait l'objet d'un traitement médiatique	6
2.1.2	Forme juridique des repreneurs selon le rapport MÉI	7
2.1.3	Forme juridique dans les articles analysés	8
2.2	Secteur d'activités des entreprises cédées	10
2.2.1	Secteur d'activités des entreprises cédées ayant fait l'objet d'un traitement médiatique	10
2.2.2	Secteurs d'activité des entreprises cédées selon le rapport MÉI	11
2.2.3	Secteur d'activités des entreprises cédées dans les articles analysés	12
3.	DYNAMIQUES ET ACTEURS DE LA REPRISE COLLECTIVE	14
3.1	Facteurs moteurs de la reprise	14
3.2	Facteur moteur de la reprise mentionnée selon la portée des médias	15
3.3	Acteurs de la reprise collective mentionnés dans les articles	16
3.4	Situation des entreprises cédées et repreneuses	17
4.	FACTEURS DE LA REPRISE COLLECTIVE SPÉCIFIQUEMENT RATTACHÉS A L'ÉCONOMIE SOCIALE	18
4.1	Présence de facteurs positifs rattachés à l'économie sociale	18
4.2	Présence de facteurs négatifs rattachés à l'économie sociale	19
4.3	Particularités du vocabulaire véhiculé dans les médias	20
5.	CONCLUSION	21

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Comparaison des formes juridiques des entreprises repreneuses _____	9
Tableau 2 : Comparaison des secteurs d'activité des entreprises cédées _____	13
Tableau 3 : Facteur moteur de la reprise mentionné selon la portée des médias (n=373) _____	15

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Portée du média (n=373) _____	4
Figure 2 : Type d'article (n=373) _____	5
Figure 3 : Forme juridique des repreneurs ayant fait l'objet de traitement médiatique (n=104) _____	6
Figure 4 : Forme juridique des repreneurs collectifs, base de données MÉI-CTEQ 2009-2019 (n=102) _____	7
Figure 5 : Formes juridiques des repreneurs collectifs dans les articles analysés (n=373) _____	8
Figure 6 : Secteur d'activités des entreprises cédées ayant fait l'objet de traitement médiatique (n=155) _____	10
Figure 7 : Secteur d'activités des entreprises cédées, base de données MÉI-CTEQ 2009-2019 (n=118) _____	11
Figure 8 : Secteur d'activités des entreprises cédées dans les articles analysés (n=373) _____	12
Figure 9 : Facteur moteur de la reprise mentionné dans les médias (n=373) _____	14
Figure 10 : Acteurs mentionnés dans l'article (réponses multiples, n=373) _____	16
Figure 11 : Situation des entreprises cédées et repreneuses (réponses multiples, n=373) _____	17
Figure 12 : Présence de facteurs positifs rattachés à l'économie sociale (réponses multiples, n=373) _____	18
Figure 13 : Impact des particularités associées à l'ÉS sur le processus de rachat (n variant de 35 à 37) _____	19
Figure 14 : Présence de facteurs négatifs rattachés à l'économie sociale (réponses multiples, n=373) _____	20

1. INTRODUCTION

1.1 Contexte de la recherche partenariale

Le vieillissement de la population est un enjeu important qui touche également les dirigeants des PME et soulève l'important enjeu social et économique de la reprise d'entreprise (Cadieux et al., 2019). Déjà en février 2017, la Caisse de dépôt et placement du Québec estimait que 30 % des propriétaires d'entreprises allaient prendre leur retraite dans les six ans¹. L'émergence de modèles novateurs comme ceux portés par l'économie sociale pourrait contribuer à redynamiser et renouveler le tissu économique québécois.

Toutefois, force est de constater que si les études sur le repreneuriat sont de plus en plus nombreuses, peu d'entre elles portent sur la perspective collective (Four et al., 2019), un phénomène complexe qui soulève plusieurs enjeux pouvant varier selon l'entité créée (OBNL ou coopérative) : prix de cession et financement du rachat, aspects juridiques et fiscaux, management de la reprise et gouvernance de la nouvelle entité créée. La recherche partenariale menée par le CÉRSÉ avec le Chantier d'économie sociale, le CQCM, Réseau Coop et la Caisse d'économie solidaire Desjardins vise à produire des connaissances sur la reprise collective propres à la réalité québécoise.

NOTE : Cette recherche a été entreprise en 2019, avant la crise sanitaire. Bien que pour l'instant aucune étude fasse état des intentions de retraite influencées par la pandémie de COVID-19, selon Statistique Canada, dans son Aperçu économique du 19 août 2020², on s'attend à des «répercussions négatives particulièrement importantes sur les petites et moyennes entreprises, car celles-ci sont grandement concentrées dans les industries liées au voyage et au tourisme, dont celles du transport, des services d'hébergement et de restauration, et des arts, spectacles et loisirs». Il s'agit des secteurs porteurs pour la reprise collective au Québec identifiés par le CÉRSÉ³ lors d'un volet de cette recherche (Four et al., 2020). Par ailleurs, la durée de la pandémie pourrait influencer la valeur de l'entreprise cédée à la baisse (CTEQ, webinaire, 20 octobre 2020).

1.2 Objectifs de la recherche partenariale

Le principal objectif de cette recherche est de mieux connaître les différents types de reprise collective afin d'en définir les spécificités et les modalités. Plus spécifiquement, elle vise à :

1. Identifier les caractéristiques des différents types de reprises collectives ;
2. Analyser les facteurs de succès et les freins rencontrés ;
3. Identifier les secteurs porteurs pour de la reprise collective.

¹ Communiqué de presse de la Caisse de dépôt et placement du Québec, Montréal, le 15 février 2017

² Statistique Canada, Aperçus économiques — 19 août 2020. Répercussions économiques de la pandémie de COVID-19 sur les entreprises canadiennes de toutes les catégories de taille, par Wulong Gu. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/pub/11-626-x/11-626-x2020017-fra.pdf?st=164fsojE> (Consulté le 16 septembre 2020)

³ Dans le « Relevé des secteurs porteurs de la reprise collective au Québec », réalisé en avril 2020 par le CÉRSÉ, on identifie quelques secteurs comme propices pour la reprise collective, dont le commerce de détail, l'hébergement et la restauration, l'industrie d'information et industrie culturelle, les arts, spectacles et loisirs, entre autres.

En complément à ces éléments et en lien avec l'objectif 2, l'équipe a jugé opportun d'élargir les perspectives en réalisant une étude sur la représentation médiatique de la reprise collective au Québec par l'évaluation de la couverture et du traitement médiatiques des cas de reprise collective répertoriés dans les médias québécois. Ce complément est apparu nécessaire, entre autres, car quelques acteurs rencontrés ont exprimé que la couverture médiatique pourrait avoir une influence sur les facteurs de succès. Notamment, dans le sondage réalisé par le CÉRSÉ pour le compte du MÉI-CTEQ sur la reprise collective, un repreneur collectif faisait ce constat :

« Le repreneuriat collectif n'est pas encore assez connu dans la société québécoise et pourtant, ce n'est pas parce qu'il n'y a pas assez d'organismes pour en parler. Ce sera toujours un mystère pour moi, car, quand on parle de notre modèle d'entreprise, pratiquement personne ne sait ce que c'est. »

1.3 La représentation médiatique

Si la représentation médiatique de la reprise collective au Québec est au cœur de cette étude complémentaire, c'est parce que les médias font partie intégrante de la réalité ou, si l'on préfère, produisent des effets de réalité en créant une vision médiatique de la réalité qui finit par passer dans celle-ci. En effet, les médias ne font pas que rapporter des faits, ils construisent des nouvelles, en sélectionnant celles qu'ils publient ou encore en adoptant un ton particulier, autrement dit, les médias contribuent donc à la diffusion de représentations sur certains phénomènes et, ce faisant, à la façon dont le lectorat s'en saisit (Champagne, 1991 ; Hall, 1978). C'est pourquoi le champ journalistique est devenu, dans nombre de domaines, un lieu stratégique majeur et pratiquement incontournable (Champagne, 1991). Il en va de même pour les entreprises, qui tentent d'orienter ou encore de contrôler leur image, véhiculée dans les médias, elles aussi ont une influence sur la façon dont les nouvelles sont construites. Autrement dit, les médias contribuent à la construction sociale de nos représentations sur certains phénomènes, l'économie et l'entrepreneuriat/le repreneuriat n'y échappent pas. Ils ne reflètent donc pas objectivement la réalité, ils sont plutôt un acteur qui contribue à la construction sociale de cette dernière et il est donc important de tenir compte des messages qu'ils véhiculent. Il nous semblait donc important de mieux comprendre quels sont les messages véhiculés par les médias québécois sur la reprise collective.

1.4 Démarche méthodologique

Ce travail d'analyse de la représentation médiatique de la reprise collective au Québec a été réalisé avec l'utilisation exclusive de données secondaires. Plus précisément, nous avons fait usage d'articles de journaux relatifs à la reprise collective, lesquels ont servi pour faire l'analyse. Les articles ont été obtenus grâce à une recherche d'informations (principalement dans Google) portant sur les cas de reprise identifiés.

Cette recherche des articles a été réalisée à partir d'une base de données générale recensant des cas de reprises collectives et constituée avec l'apport des partenaires de la recherche (le CQCM, le Chantier d'économie sociale, Réseau Coop et la Caisse d'économie solidaire ainsi que du ministère de l'Économie et de l'Innovation). Elle a permis d'identifier 258 cas de reprises ayant eu lieu entre 1976 et janvier 2020. Pour rappel, cette base de données ne contient que des reprises collectives identifiées à partir des informations publiques disponibles sur les sites web ou dans les documents produits par les entreprises identifiées, ainsi que par le Registraire des entreprises. D'autre part, son utilisation comme source d'identification des cas de reprise en vue de documenter la représentation médiatique de la reprise collective au Québec se justifie par notre souci d'avoir une vision globale, ainsi qu'une représentation plus complète du phénomène.

Il faut aussi mentionner qu'une deuxième base de données (issu de la première base de données générale) a été réalisée pour le compte du ministère de l'Économie et de l'Innovation (MÉI) et du Centre de transfert d'entreprises du Québec (CTEQ) pour une période circonscrite entre 2009 et 2019. Un rapport sur les faits saillants concernant les secteurs d'activité et les formes juridiques des repreneurs, entre autres, a également été produit par le CÉRSÉ (2020). Ainsi, certains éléments de comparaison qui seront traités dans ces pages proviennent soit de l'une soit de l'autre de ces bases de données. Afin de les distinguer, nous les nommerons Base de données générale et Base de données MÉI-CTEQ.

Les articles ont été sélectionnés avec comme critère principal que ceux-ci portent sur la reprise collective des cas identifiés dans notre base de données générale. Toutefois, il y a lieu de souligner que **nous n'avons pas trouvé d'articles pour tous les cas de reprise**, et ce, malgré que la recherche ait porté sur les **258 cas de reprises répertoriées dans la base de données générale**.

Ainsi, 373 articles au total ont été identifiés et analysés à l'aide d'une grille d'analyse (voir fiche en annexe). À noter que les **373 articles analysés se rapportent à 155 cas** de reprises pour lesquels des articles ont été trouvés, de ce fait, il a été retenu plus d'un article par cas de reprise. **De ces 155 cas, 104 repreneurs collectifs ont été identifiés**, un repreneur pouvant être impliqué dans plus d'un cas de reprise.

Sources de données mobilisées :

- 258 cas de reprises collectives recensés par le CÉRSÉ – Base de données générale
- 155 cas de reprises collectives/entreprises cédées mentionnés dans les médias
- 104 repreneurs collectifs/entreprises reprenneuses ayant procédé à ces reprises
- 373 articles répertoriés au total

Afin d'offrir un portrait juste et nuancé, chaque figure et tableau présenté identifie le nombre d'observations pour chaque question traitée. De plus, il était parfois logique d'avoir plus d'un choix de réponse à certaines questions. Pour ces dernières, une indication est apportée (réponses multiples), car il faut noter qu'alors le total des pourcentages peut être supérieur à 100 %. À noter également que, dû aux arrondis, le total des pourcentages de certaines figures peut légèrement ne pas atteindre ou dépasser 100 % (soit 99 % ou 101 %).

1.5 Limitations de l'étude

Cette recherche ne prétend pas à l'exhaustivité. Certains cas de reprises collectives pourraient avoir échappé aux chercheurs lors du recensement réalisé en 2019 pour le MÉI-CTEQ et identifiant les cas de reprises collectives effectuées au Québec et toujours en activité en 2019. Également, certains articles pourraient ne pas avoir été repérés malgré un travail méthodique et vigilant.

Par ailleurs, les médias écrits constituent un matériau particulier. En effet, malgré la position en théorie neutre du journaliste, leurs écrits sont empreints d'éléments qui façonnent la nouvelle. Effectivement, dans tout le processus, de la sélection de la nouvelle en passant par le traitement qui en sera fait et sa publication, la machine médiatique induit une série d'effets qui contribuent tous à une construction particulière de l'événement. Les médias, télévisuels surtout, mais écrits aussi, vont avoir tendance à saisir, faire mousser ou créer la nouvelle, souvent spectaculaire, hors du commun, et surtout commercialisable (Champagne, 1991). Le lectorat joue un rôle important dans la construction de la nouvelle, un public est ciblé ou imaginé, ce que Nielsen (2016) qualifie de public implicite, comme étant le récepteur de la nouvelle. Ce public consomme la nouvelle, l'achète, il est donc tant pour le journaliste que pour la direction d'un journal un élément capital, justifié par ces acteurs, entre autres, par la présence d'enjeux

économiques. Dans le cas de la présente étude, on peut penser que les cas d'entreprises documentés sont sélectionnés avec des critères similaires, celles qui pourront attirer la sympathie du lectorat ou encore celles qui ont les moyens d'attirer la nouvelle de par leur taille et leur poids économique vont bénéficier d'une plus large couverture.

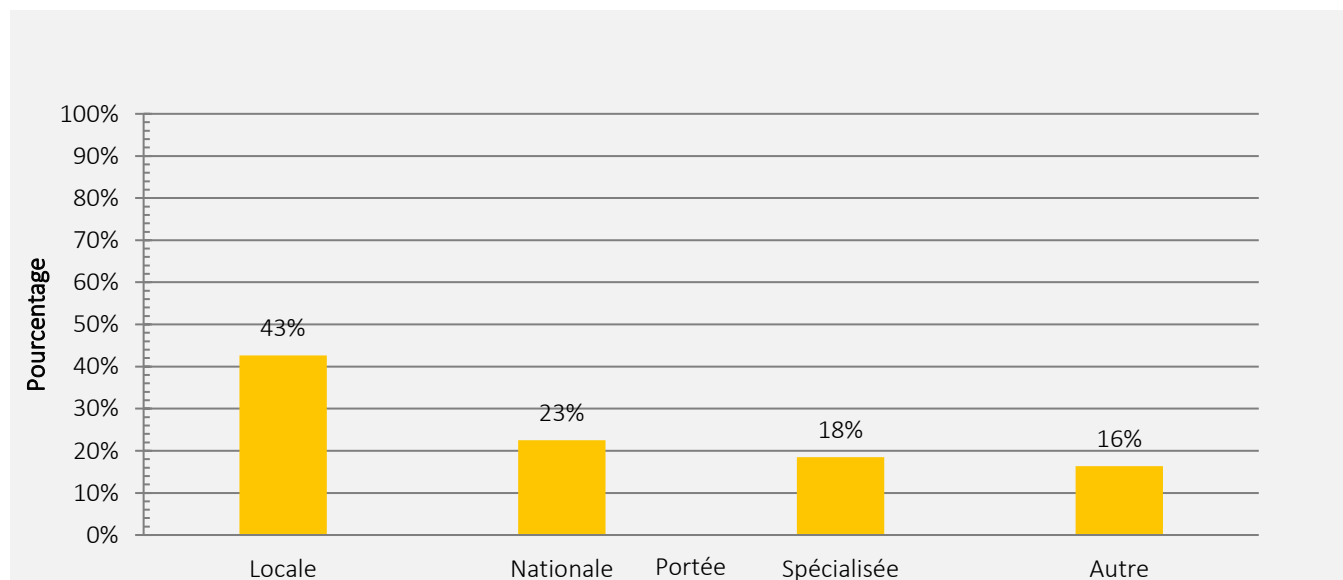
1.6 Description du corpus

Comme mentionné plus haut, les articles retenus dans le cadre de cette analyse de la représentation médiatique et qui constituent notre corpus ont été sélectionnés à partir d'une recherche informationnelle via Google principalement, et ce, en se basant sur la base de données générale qui contient tous les cas de reprises identifiés par l'équipe du CÉRSÉ. Il s'agit principalement d'articles de journaux de portée variée (locale, nationale, spécialisée ou autre). Pour ce qui est du type d'article, on y retrouve des nouvelles, des éditoriaux et, dans une moindre mesure, des communiqués de presse. Les dates de parution des articles utilisés dans cette étude couvrent une période allant d'octobre 2003 à mars 2020.

1.6.1 Portée du média

La plupart des articles analysés (43 %) et traitants de la reprise collective sont issus de médias de portée locale. On peut aussi constater que la reprise collective n'est pas seulement l'affaire des médias locaux. En effet, 23 % des articles sélectionnés sont issus de médias de portée nationale, suivis respectivement des articles tirés de médias spécialisés (exemple en affaires, en agriculture, etc.), soit 18 %, et d'autres types (exemple : sites web repreneur/cédant, site web MEI, etc.), soit 16 %.

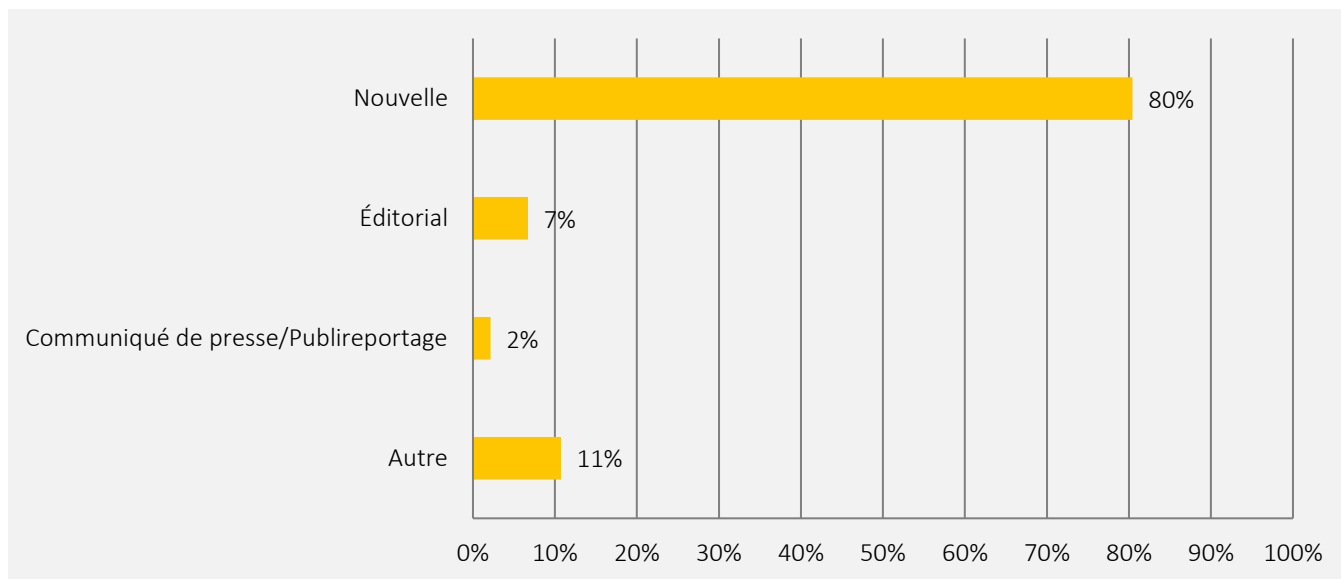
Figure 1 : Portée du média (n=373)



1.6.2 Type d'article

La majorité des articles traités (80 %) sont des nouvelles. Les éditoriaux et communiqués de presse/publireportage représentent respectivement 7 % et 2 % des articles. Les autres types (exemple : annonce, information de type autre, etc.) représentent 11 % des articles.

Figure 2 : Type d'article (n=373)



2. CARACTÉRISTIQUES DES REPRISES COLLECTIVES RÉPERTORIÉES

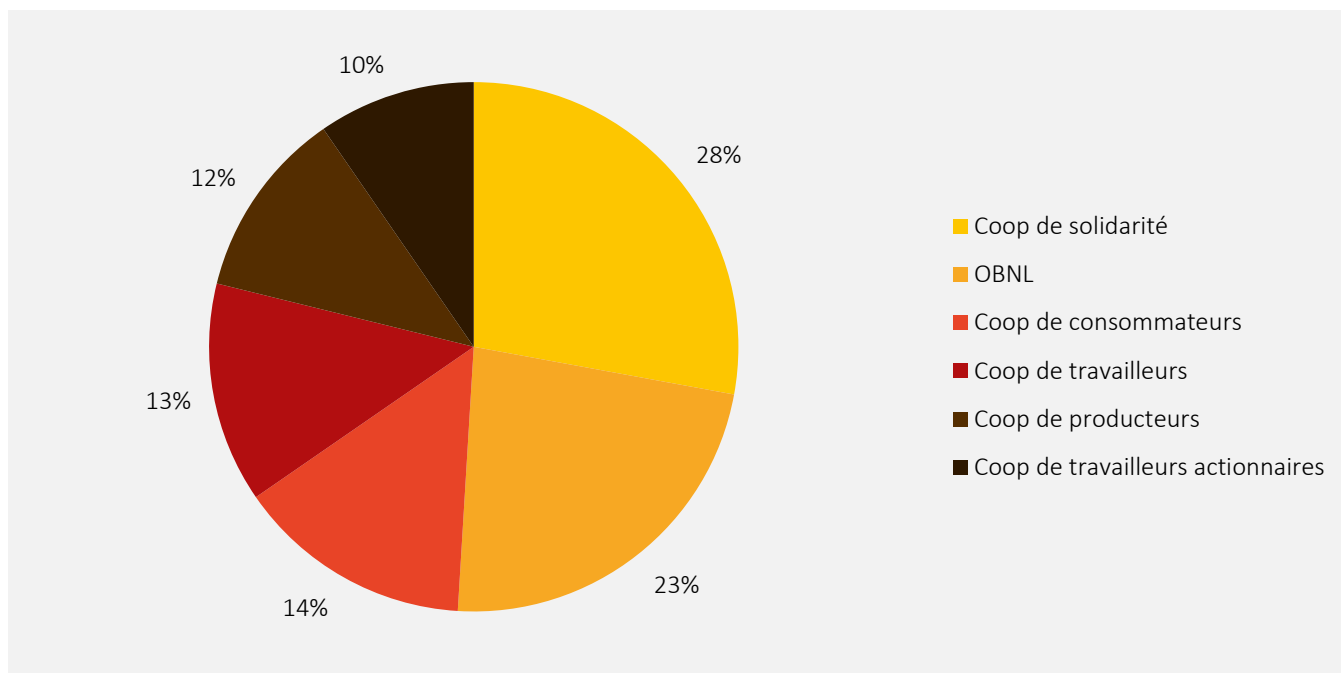
Cette section traite de la forme juridique des entreprises repreneuses, ainsi que des secteurs d'activités des entreprises cédées. À des fins de comparaison, aussi bien les résultats de l'analyse de la représentation médiatique sur ces deux questions que ceux du rapport MÉI-CTEQ sont présentés. Enfin, l'analyse permet aussi de comparer les caractéristiques des entreprises repreneuses et cédées identifiées (respectivement 104 et 155) et leurs mentions dans l'ensemble des articles analysés (soit 373 articles).

2.1 Forme juridique des entreprises repreneuses

2.1.1 Forme juridique des entreprises repreneuses ayant fait l'objet d'un traitement médiatique

Dans le cas de cette étude sur la représentation médiatique de la reprise collective au Québec, la figure 3 ci-après montre que les entreprises repreneuses, pour lesquelles nous avons trouvé des articles, sont principalement des coopératives de solidarité (28 %) et des OBNL (23 %), suivies respectivement des coopératives de consommateurs (14 %), de travailleurs (13 %), de producteurs (12 %), ainsi que des coopératives de travailleurs actionnaires (10 %). On constate donc que les médias parlent des différentes formes de reprises collectives existantes au Québec.

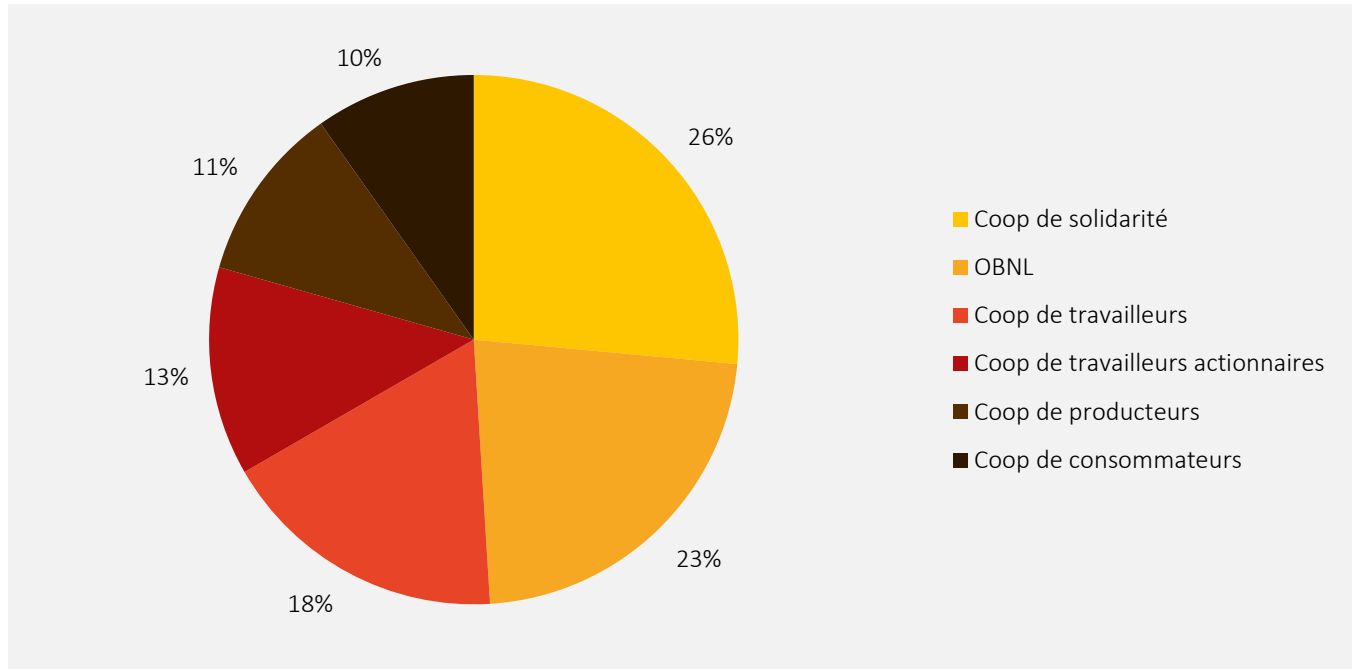
Figure 3 : Forme juridique des repreneurs ayant fait l'objet de traitement médiatique (n=104)



2.1.2 Forme juridique des repreneurs selon le rapport MÉI

Selon le rapport réalisé en mars 2020 par le CÉRSÉ pour le compte du MÉI et du CTEQ (Base de données MÉI), sur un total de 125 cas de reprise répertoriés, l'équipe de recherche a identifié 102 entreprises collectives ayant réalisé une reprise au cours de la période 2009-2019. De ces 102 entreprises d'économie sociale, 27 sont des coopératives de solidarité (26 %), 23 des OBNL (23 %), 18 des coopératives de travail (18 %), 13 des coopératives de travailleurs actionnaires (13 %), 11 des coopératives de producteurs (11 %) et 10 des coopératives de consommateurs (10 %).

Figure 4 : Forme juridique des repreneurs collectifs, base de données MÉI-CTEQ 2009-2019 (n=102)



Source : « La reprise collective au Québec, faits saillants de la base de données 2009-2019 », rapport réalisé par Four et al. pour le compte du MÉI/CTEQ, page 8, mars 2020

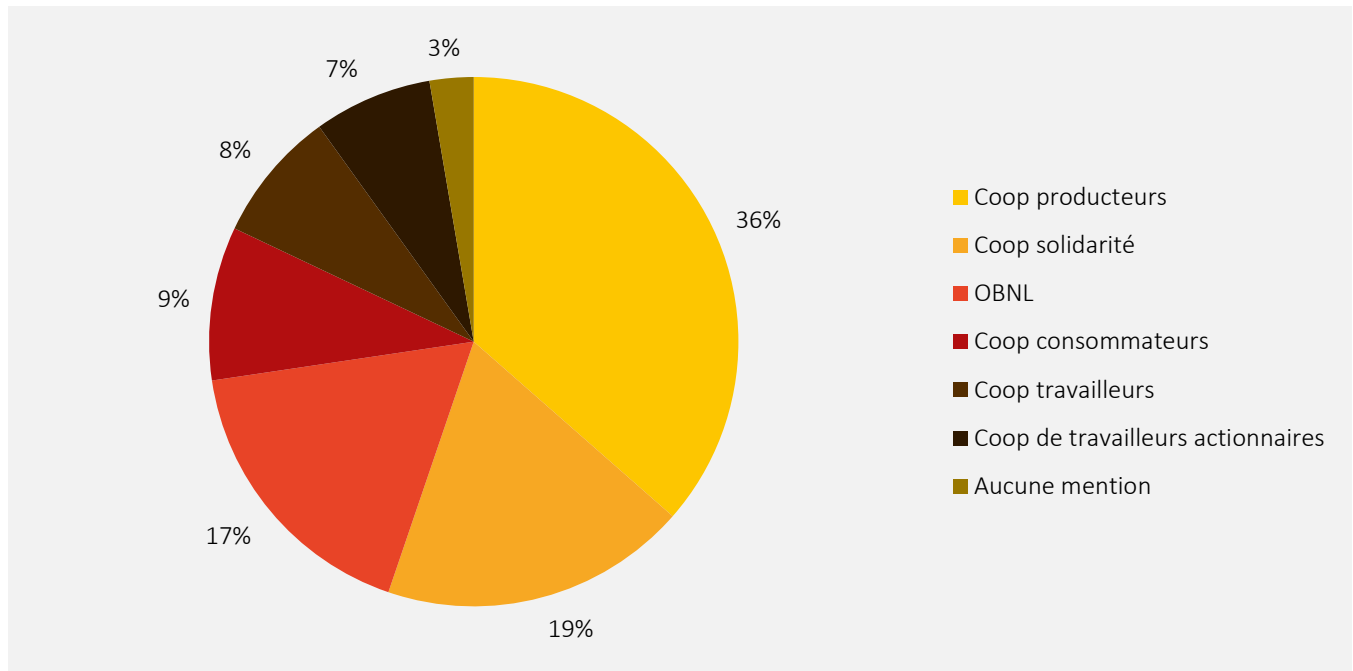
Au regard des deux figures qui précèdent (figures 3 et 4), on constate une certaine correspondance entre les formes juridiques des entreprises repreneuses ayant fait l'objet d'au moins une publication dans les médias et celles recensées dans la Base de données MÉI-CTEQ. On observe quelques variations de pourcentage entre le poids des formes juridiques dans les représentations médiatiques et la base de données, mais leur présence reste tout de même relativement semblable. Ceci étant dit, dans les médias, certaines formes juridiques gagnent en représentativité, dont la coopérative de consommateurs (+4 %), la coopérative de solidarité (+2 %) et dans une moindre mesure la coop de producteurs (+1 %), alors que l'OBNL reste égal en proportion. Pour leur part, les coopératives de travailleurs et de travailleurs actionnaires sont moins couvertes par les médias que ce qu'elles représentent dans la base de données (-5 %) pour la première et (-3 %) pour la seconde. Il est cependant important de rappeler que ce ne sont pas tous les cas de reprises répertoriés dans la base de données qui font l'objet d'un traitement médiatique.

Autre point important à noter, la notoriété semble faire en sorte que certains cas de reprise attirent davantage l'attention des médias (et font donc l'objet de plus d'articles), si l'on compare le nombre d'articles publiés pour chacun des cas de notre étude.

2.1.3 Forme juridique dans les articles analysés

Lorsque nous analysons leur présence dans les médias en considérant l'ensemble des articles (figure 5), nous trouvons une surreprésentation de certaines formes juridiques. Ainsi, les coopératives de producteurs avec une proportion de 36 % arrivent en tête des mentions. Certains cas font donc l'objet de plus d'articles, et ce, tout particulièrement lorsque ce sont de grands groupes coopératifs qui opèrent la reprise. Elles sont suivies respectivement des coopératives de solidarité (19 %), des OBNL (17 %) et des coopératives de consommateurs (9 %). De plus, 3 % des articles analysés ne font pas mention de la forme juridique de l'entreprise reprenneuse.

Figure 5 : Formes juridiques des repreneurs collectifs dans les articles analysés (n=373)



S'il y a une certaine correspondance entre les entreprises reprenneuses ayant fait l'objet de publications médiatiques et celles répertoriées dans la Base de données MÉI-CTEQ, il n'en va pas de même lorsque l'on tient compte du nombre total d'articles trouvés (n=373). Le tableau ci-dessous présente les écarts en points de pourcentage de la représentation médiatique réelle et la composition actuelle des entreprises d'économie sociale ayant fait une ou plusieurs reprises.

Tableau 1 : Comparaison des formes juridiques des entreprises reprenues

	Représentation médiatique (373 articles)	Représentation réelle (Base de données MÉI-CTEQ)	Écart en points de pourcentage
Coop de producteurs	36 %	11 %	+ 25
Coop de solidarité	19 %	26 %	- 7
OBNL	17 %	23 %	- 6
Coop de consommateurs	9 %	10 %	- 1
Coop de travailleurs	8 %	18 %	- 10
Coop de travailleurs actionnaires	7 %	13 %	- 6

Cette comparaison montre clairement que les coopératives de producteurs (+25 points de pourcentage) ont une place de choix dans les médias. Elles représentent 11 % des cas de reprises collectives répertoriés dans la Base de données MEI alors qu'elles représentent 36 % des articles trouvés dans les médias. Les coopératives de solidarité ainsi que les OBNL qui sont les entreprises d'économie sociale ayant le poids le plus important (26 % et 23 %) dans la base de données ont, quant à elles, une présence médiatique de moindre importance (-7 et -6 points de pourcentage). Notons enfin que les coopératives de travailleurs sont en troisième position (18 %) des entreprises d'économie sociale dans la base de données alors qu'elles sont à l'avant-dernier rang pour la représentation médiatique (8 %).

Cet exercice de comparaison offre l'occasion de bien situer ce qui est communiqué à l'ensemble de la population québécoise. S'il est possible que la surreprésentation des coopératives de producteurs soit due au fait que celles-ci regroupent des entreprises d'envergure, telles que la Coop fédérée (maintenant Sollio), Nutrinor, etc., force est de constater que les coopératives de travailleurs, de solidarité ainsi que les OBNL n'occupent pas une place bien importante dans les médias.

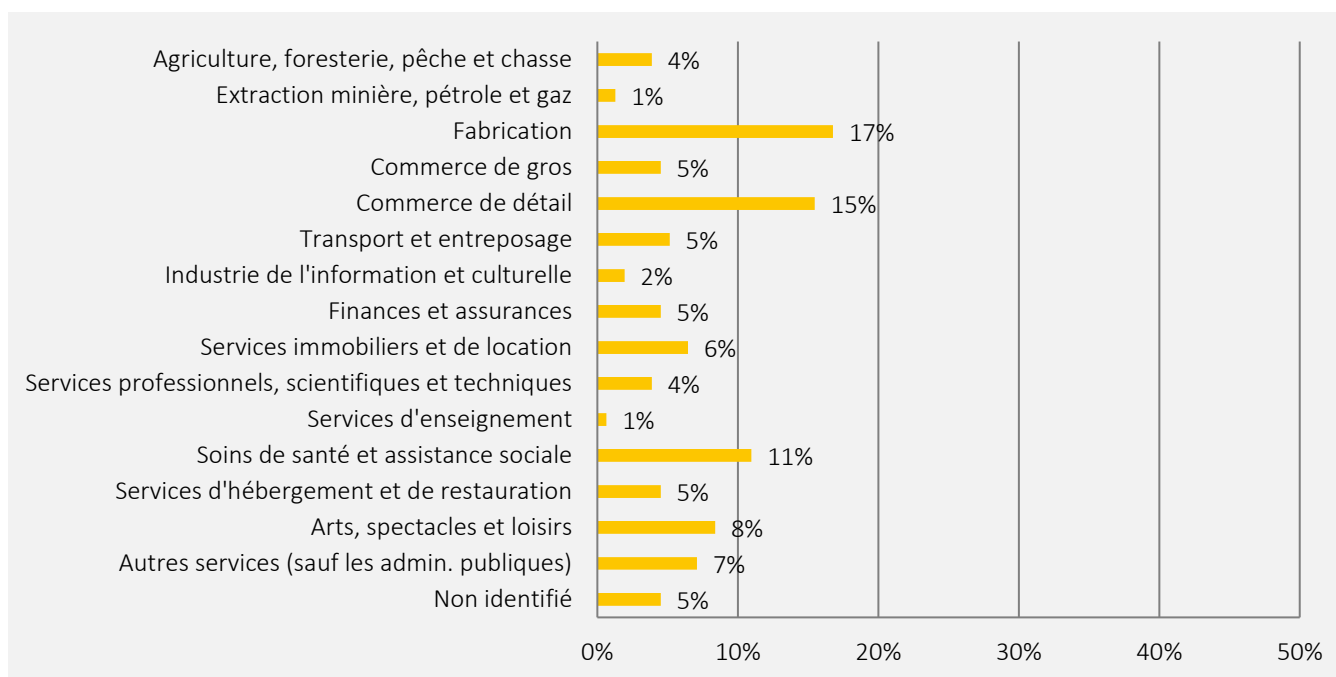
2.2 Secteur d'activités des entreprises cédées

En ce qui concerne les secteurs d'activités, ceux-ci ont été identifiés non pas sur la base de leurs mentions dans les articles (cette mention étant généralement absente des articles), mais plutôt en se référant aux codes d'activité économique (code CAE) de la base de données générale afin de déterminer leurs secteurs d'activités.

2.2.1 Secteur d'activités des entreprises cédées ayant fait l'objet d'un traitement médiatique

Pour ce qui est du secteur d'activités des entreprises cédées ayant fait l'objet de traitement médiatique, la figure 6 ci-après permet de constater que les secteurs de la Fabrication (17 %), du Commerce de détail (15 %) et des Soins de santé et assistance sociale (11 %) sont les plus fortement représentés. Ils sont suivis respectivement des secteurs des Arts, spectacles et loisirs (8 %), des Autres services (sauf les administrations publiques) (7 %), des Services immobiliers et de location (6 %) et du Transport et entreposage (5 %). Le reste des secteurs représente chacun moins de 5 % des entreprises cédées ayant fait l'objet de traitement médiatique.

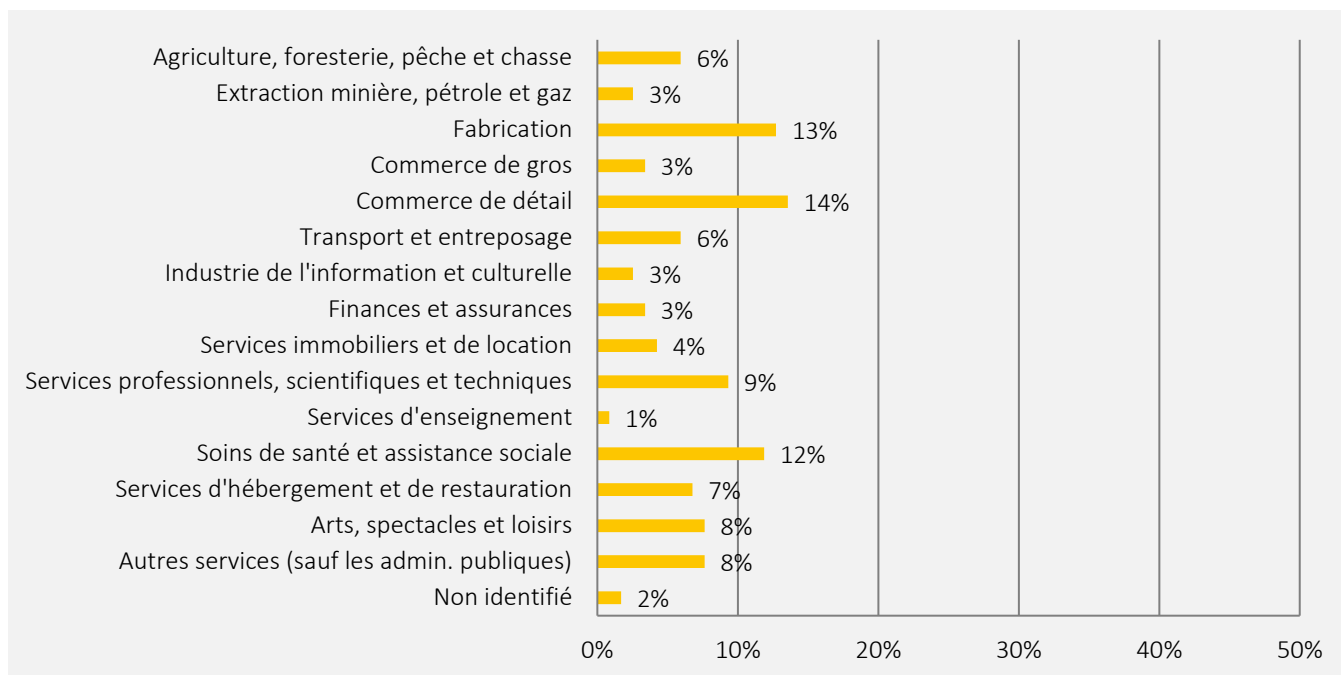
Figure 6 : Secteur d'activités des entreprises cédées ayant fait l'objet de traitement médiatique (n=155)



2.2.2 Secteurs d'activité des entreprises cédées selon le rapport MÉI

Le rapport réalisé en mars 2020 par l'équipe du CÉRSÉ pour le compte du MÉI et du CTEQ (Base de données MÉI) a permis d'identifier 118 entreprises cédées au cours de la période 2009-2019. Les secteurs d'activités de ces entreprises cédées les plus représentés sont le Commerce de détail (14 %), la Fabrication (13 %), les Soins de santé et assistance sociale (12 %) et les Services professionnels, scientifiques et techniques (9 %).

Figure 7 : Secteur d'activités des entreprises cédées, base de données MÉI-CTEQ 2009-2019 (n=118)

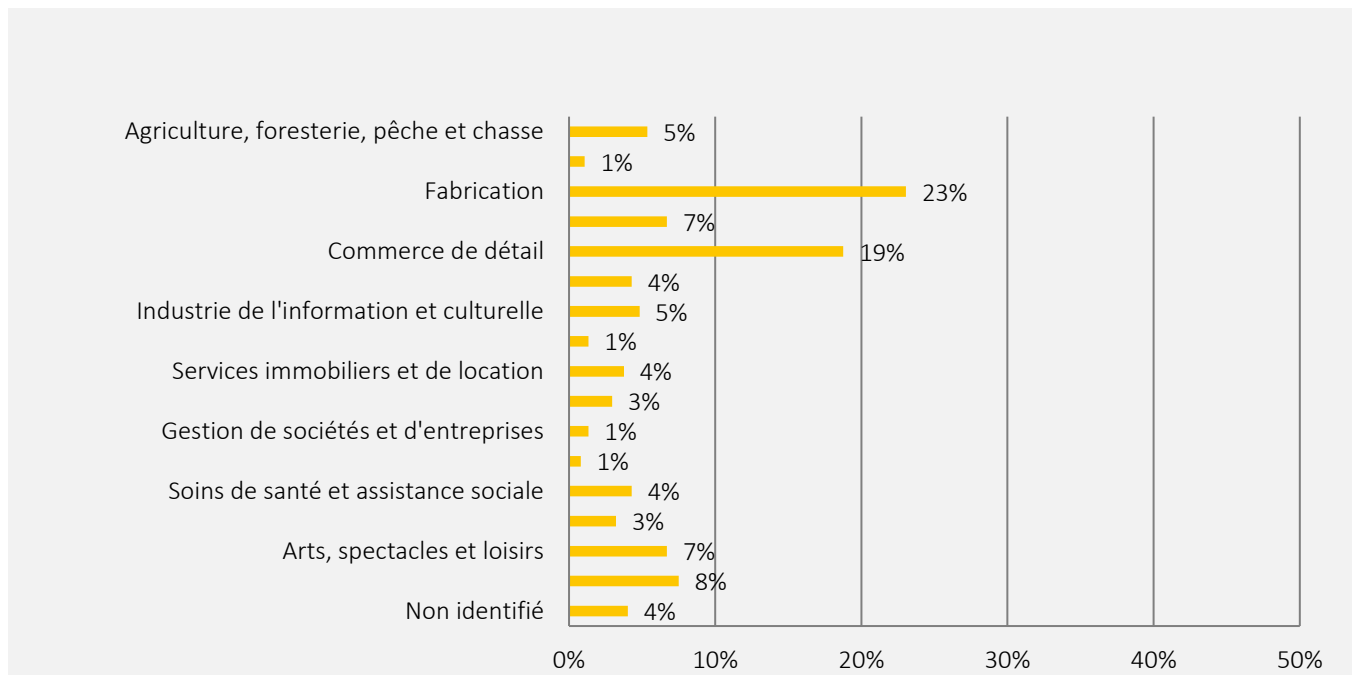


Source : « La reprise collective au Québec, faits saillants de la base de données 2009-2019 », rapport réalisé par Four et al. pour le compte du MEI/CTEQ, page 7, mars 2020

2.2.3 Secteur d'activités des entreprises cédées dans les articles analysés

Pour chacun des 373 articles analysés, le secteur d'activité de l'entreprise cédée a été déterminé. Ainsi, l'on se retrouve avec un même nombre de secteurs que d'articles (soit n=373). Sur cette base, la figure 8 ci-dessous montre que les secteurs de la Fabrication (23 %) et du Commerce de détail (19 %) sont les plus mentionnés. Ils sont suivis des secteurs des Autres services (sauf les administrations publiques) (8 %), des Arts, spectacles et loisirs (7 %), du Commerce de gros (7 %) et de l'Agriculture, foresterie, pêche et chasse (5 %).

Figure 8 : Secteur d'activités des entreprises cédées dans les articles analysés (n=373)



Si on compare la figure 8 à la figure 7 (tableau 2), on note une présence plus marquée des secteurs de la Fabrication et du Commerce de détail dans la représentation médiatique. À l'opposé, le secteur des Soins de santé et assistance sociale voit son taux de présence dans les médias passer à seulement 4 %, bien qu'il représente 12 % du nombre d'entreprises cédées dans la base de données MÉI-CTEQ.

Tableau 2 : Comparaison des secteurs d'activité des entreprises cédées

		Représentation médiatique (373 articles)	Représentation réelle (Base de données MÉI-CTEQ)	Écart en points de pourcentage
*Secteurs d'activité identifiés comme porteurs pour la reprise collective par le CÉRSÉ (Four et al., 2020)	• Agriculture, foresterie, pêche et chasse	5 %	6 %	- 1
	• Commerce de détail	19 %	14 %	+ 5
	• Industrie de l'information et Culturelle; Services immobiliers et de location; Services administratifs, de soutien; Soins de santé et assistance sociale et; Arts, spectacles et loisirs	20 %	27 %	- 7
	• Services d'hébergement et de restauration	3 %	7 %	- 4
*Secteur d'activité le plus médiatisé	• Fabrication	23 %	13 %	+ 10

Dans notre rapport Relevé des secteurs porteurs de la reprise collective au Québec (Four et al. 2020)⁴, nous avons identifié le Commerce de détail comme un des « jeunes secteurs » propices à la reprise collective. On constate dans notre analyse des médias, que le Commerce de détail figure parmi les secteurs ayant profité d'une couverture médiatique un peu plus importante que son poids dans le nombre de cas étudiés. Si le milieu de l'ÉS décidait d'encourager la reprise collective dans ce secteur, il pourrait profiter de cet « intérêt » des médias dans leurs campagnes de communication.

Pour ce qui est des secteurs dits traditionnels de l'économie sociale et identifiés dans le Rapport Relevé des secteurs porteurs de la reprise collective au Québec, on constate que le regroupement des secteurs Industrie de l'information et Culturelle/Soins de santé et assistance sociale/Arts, spectacles et loisirs est l'un de ceux qui attirent le moins l'intérêt des médias lors d'une reprise en mode collectif. On peut donc penser que des efforts additionnels dans les communications émises par les acteurs de l'économie sociale devraient être faits pour rendre ces secteurs plus attractifs pour les médias, notamment en vertu des nombreux enjeux auxquels ces secteurs doivent faire face en contexte de Covid-19.

⁴ Dans ce rapport, le CÉRSÉ a comparé et analysé les résultats du « Portrait de repreneuriat de PME au Québec en 2017 » de Cadieux et al. (2019), de l'analyse sectorielle de l'ÉS de l'ISQ (2019), ainsi que du portrait sectoriel issu de notre base de données MÉI (CÉRSÉ, 2019) sur la reprise collective.

3. DYNAMIQUES ET ACTEURS DE LA REPRISE COLLECTIVE

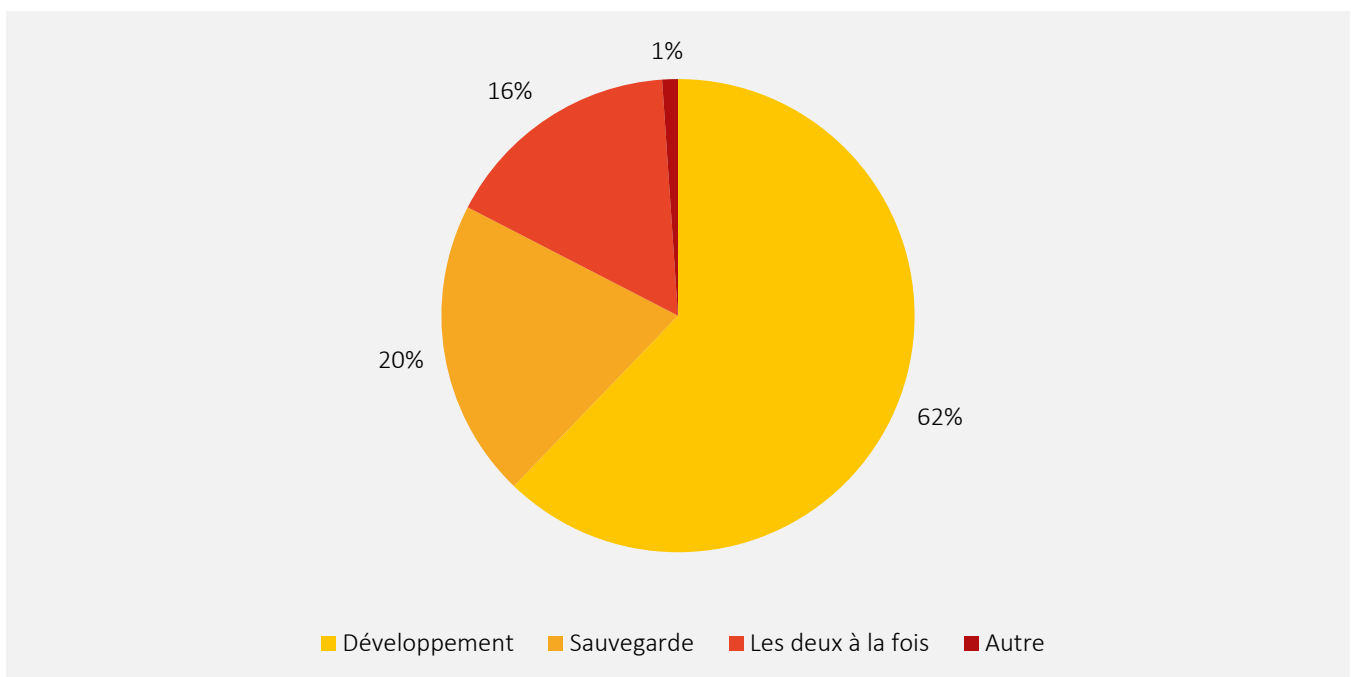
3.1 Facteurs moteurs de la reprise

Le principal facteur moteur de la reprise, nommé et véhiculé dans les médias, est le développement (62 %). Celui-ci semble principalement être le fait des grandes entreprises : La Coop fédérée (maintenant Sollio), Nutrinor, Dessercom, Agropur, etc. qui se développent par rachats, parfois en reprenant des entreprises en difficulté.

Pour ce qui est de la représentation médiatique, la sauvegarde de l'entreprise acquise a également été mentionnée comme facteur de la reprise avec une proportion de 20 %. Maintenir les activités socio-économiques locales tout en sauvegardant les services de proximité et les emplois sont aussi souvent évoqués dans les médias surtout dans les cas de reprise impliquant des entreprises de plus petite taille.

Par ailleurs, la sauvegarde de l'entreprise combinée à son développement constitue également un facteur de la reprise collective mentionné dans les médias (16 %).

Figure 9 : Facteur moteur de la reprise mentionné dans les médias (n=373)



Il est intéressant de constater que cette image communiquée dans les médias, concernant les facteurs moteurs de la reprise, diffère des résultats du sondage réalisé par le CÉRSÉ auprès des repreneurs collectifs⁵. En effet, parmi les principales raisons liées à l'acquisition soulevées par les repreneurs collectifs lors du sondage, figure en premier lieu le maintien des activités socio-économiques locales (49 %) alors que la croissance des activités est mentionnée par 33 % des repreneurs collectifs interrogés.

⁵ Four et al. (2020) La reprise collective au Québec - Résultats du questionnaire, L'avis des repreneurs québécois. Pour le MÉI et le CTEQ, page 8

3.2 Facteur moteur de la reprise mentionnée selon la portée des médias

Le facteur moteur de la reprise selon la portée du média (tableau 3) permet de constater que pour le facteur développement, 24 % (soit 90 articles sur 373) de la couverture médiatique sont le fait des médias locaux, 15 % (56 articles) des médias spécialisés et 13 % (49 articles) des médias nationaux. Alors que pour ce qui est du facteur sauvegarde, seulement 12 % (soit 43 articles sur 373) de la couverture médiatique sont le fait des médias locaux, et 5 % (20 articles) concernent les médias nationaux.

Par ailleurs, parmi les médias de portée nationale, l'on remarque que 58 % d'entre eux traitent de cas de reprise dont le facteur moteur est le développement, 24 % la sauvegarde et 18 % les deux à la fois. Concernant les médias de portée locale, ceux-ci couvrent à hauteur de 57 % des cas relevant du développement, 27 % de la sauvegarde et 16 % des deux à la fois. Pour ce qui est des médias spécialisés, 81 % de la couverture médiatique concernent le facteur développement et 16 % à la fois le développement et la sauvegarde.

En somme, la portée du média rapportée au facteur moteur de la reprise montre que la couverture médiatique reste largement dominée par les cas de reprise dont le facteur moteur est le développement. En effet, aussi bien les médias nationaux, locaux que spécialisés consacrent une large part de leur couverture aux cas de reprise soutenus par le développement.

Tableau 3 : Facteur moteur de la reprise mentionné selon la portée des médias (n=373)

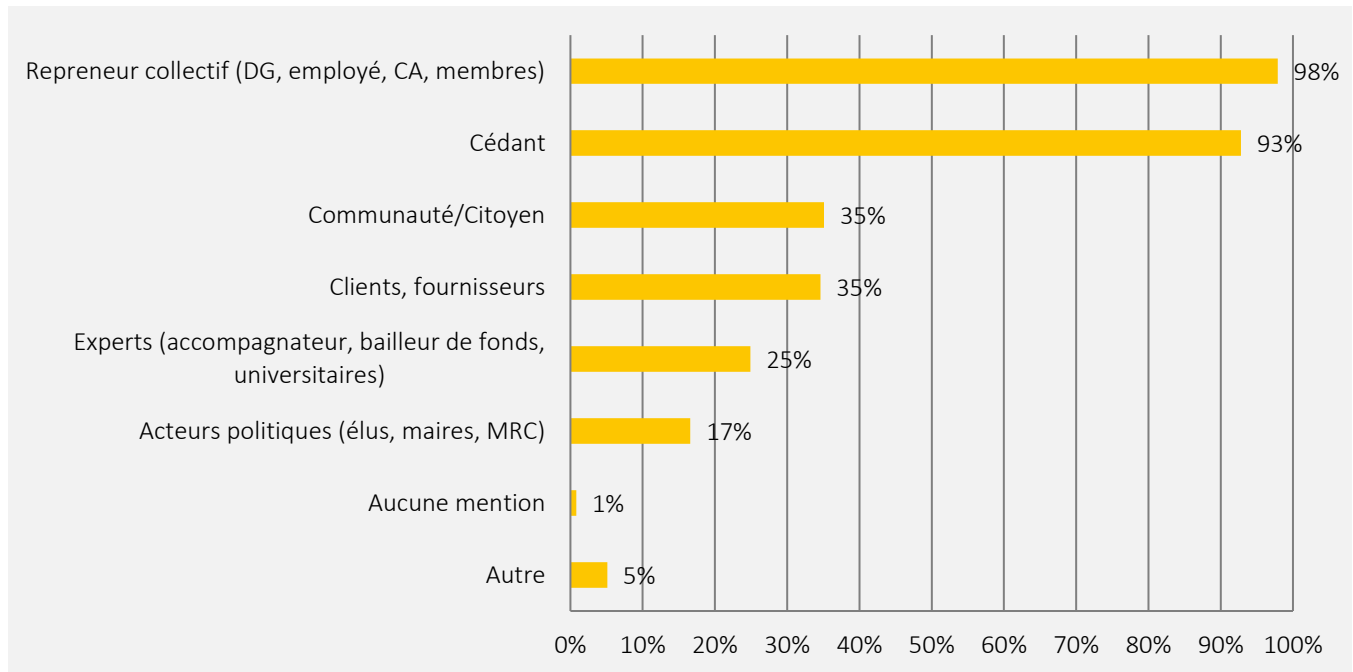
Facteur \ Portée	Nationale		Locale		Spécialisée		Autre		Total des articles	
	N. B.		N. B.		N. B.		N. B.		N. B.	
Développement	49	58 %	90	57 %	56	81 %	37	61 %	232	62 %
Sauvegarde	20	24 %	43	27 %	1	1 %	12	20 %	76	20 %
Les deux à la fois	5	18 %	25	16 %	11	16 %	10	16 %	61	16 %
Autre	0	—	1	1 %	1	1 %	2	3 %	4	1 %
Total des articles selon la portée	84	100 %	159	101 %*	69	99 %*	61	100 %	373	99 %*

*Note : le total supérieur ou inférieur à 100 % est occasionné par l'arrondissement des décimales.

3.3 Acteurs de la reprise collective mentionnés dans les articles

Le repreneur collectif (98 %) et le cédant (93 %) sont pratiquement toujours mentionnés dans les articles. En effet, si ce n'est pas le nom du repreneur et/ou du cédant qui est mentionné, c'est le représentant de l'un ou l'autre (DG, employé, membre, etc.) qui est cité. Parmi les autres acteurs mentionnés dans les articles figurent, principalement, la communauté ou le citoyen (35 %), les clients/fournisseurs (35 %), les experts (25 %), ainsi que les acteurs politiques avec une proportion de 17 %. Par ailleurs, seulement 5 % des articles ne font pas mention d'acteurs ayant pris part à la reprise collective.

Figure 10 : Acteurs mentionnés dans l'article (réponses multiples, n=373)



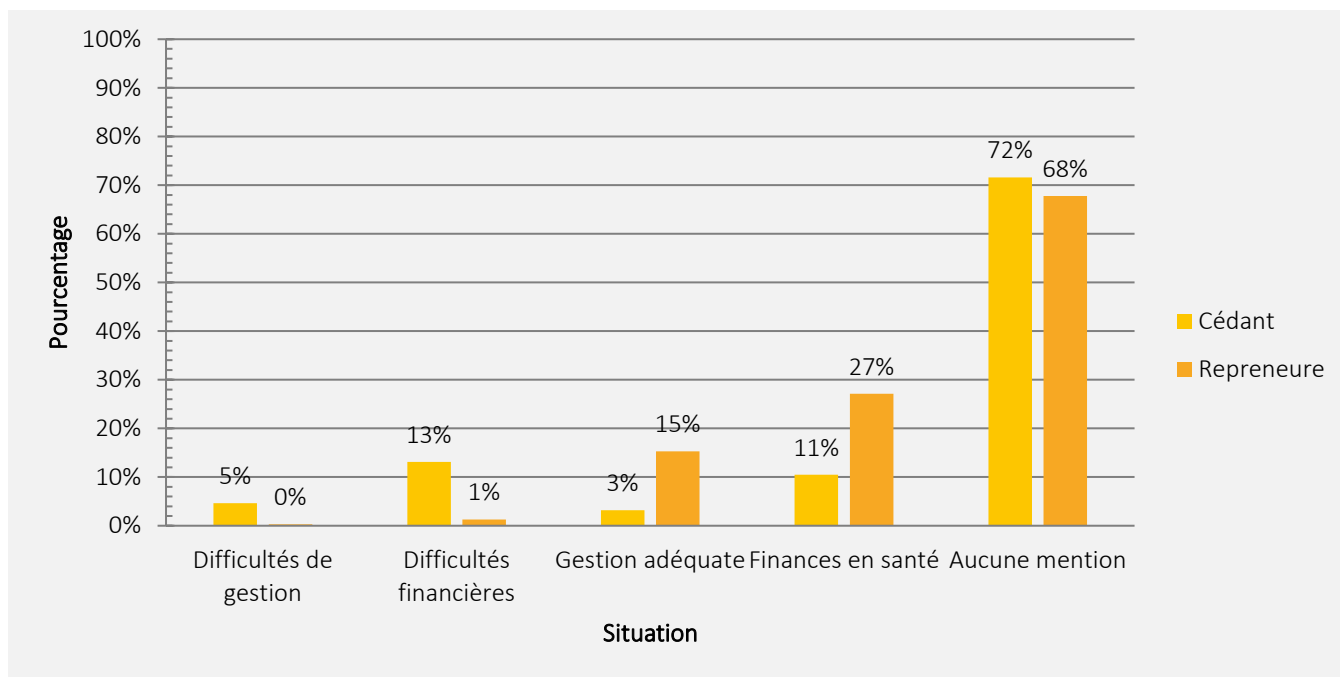
Il est intéressant de noter que l'apport des experts dans le processus de reprise ressort mieux dans les médias que lors du sondage effectué par le CÉRSÉ à l'automne 2019⁶. Ainsi, tandis que dans les médias la mention des experts représente 25 % des articles analysés, elle n'est que de 7 % lorsqu'on consulte directement les repreneurs collectifs à ce sujet.

⁶ Four et al. (2020) La reprise collective au Québec - Résultats du questionnaire, L'avis des repreneurs québécois. Pour le MÉI et le CTEQ, pages 8-9

3.4 Situation des entreprises cédées et repreneuses

Comme le montre la figure 11, la majorité des articles analysés ne mentionne pas la situation des entreprises cédées (72 %) et/ou repreneuses (68 %). Par ailleurs, on remarque que chez les entreprises repreneuses la bonne santé des finances et la gestion adéquate représentent respectivement 27 % et 15 % des mentions. Au niveau des cédants, les difficultés financières, les finances en santé et les difficultés de gestion sont mentionnées dans des proportions inférieures à 15 %.

Figure 11 : Situation des entreprises cédées et repreneuses (réponses multiples, n=373)



On peut donc constater qu'en ce qui a trait aux dynamiques de la reprise collective, les médias donnent peu d'information concernant la situation des entreprises cédées ou repreneuses. Lorsque cet enjeu est abordé, on se réfère surtout aux entreprises repreneuses pour qualifier leur situation financière ou leur gestion (finance en santé ou bonne gestion). Même chose pour les cédants, mais dans une moindre proportion, sauf s'il s'agit d'une situation financière difficile.

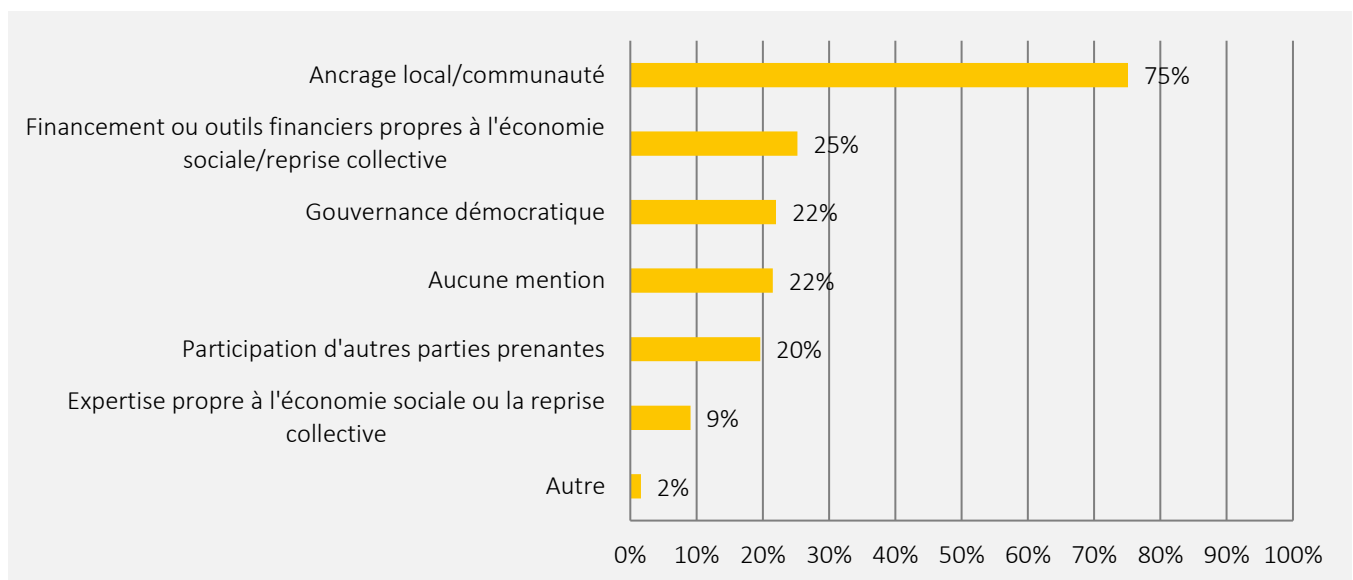
4. FACTEURS DE LA REPRISE COLLECTIVE SPÉCIFIQUEMENT RATTACHÉS A L'ÉCONOMIE SOCIALE

Lors de la réalisation de la synthèse de connaissances et de l'atelier des experts pour le compte du MÉI et du CTEQ, nous avons identifié les facteurs facilitants et les obstacles à la reprise collective. Outre les facteurs de succès propres à tout type de reprise (tels les facteurs économiques et financiers, la présence d'accompagnement et de soutien externes, etc.), des facteurs facilitants inhérents à la reprise collective étaient mentionnés dans les écrits scientifiques, soit le principe du partage égalitaire du capital, de la gestion collective et de la participation aux bénéfices, ainsi que des réserves impartageables. Du côté des obstacles, la revue de littérature réalisée permettait de faire ressortir les éléments suivants : lenteurs du processus décisionnel, difficultés de financement, manque de connaissance de l'ÉS, manque d'expertise en ÉS/reprise collective. Dans ce rapport, nous analysons la présence de ces éléments dans les articles diffusés par les médias.

4.1 Présence de facteurs positifs rattachés à l'économie sociale

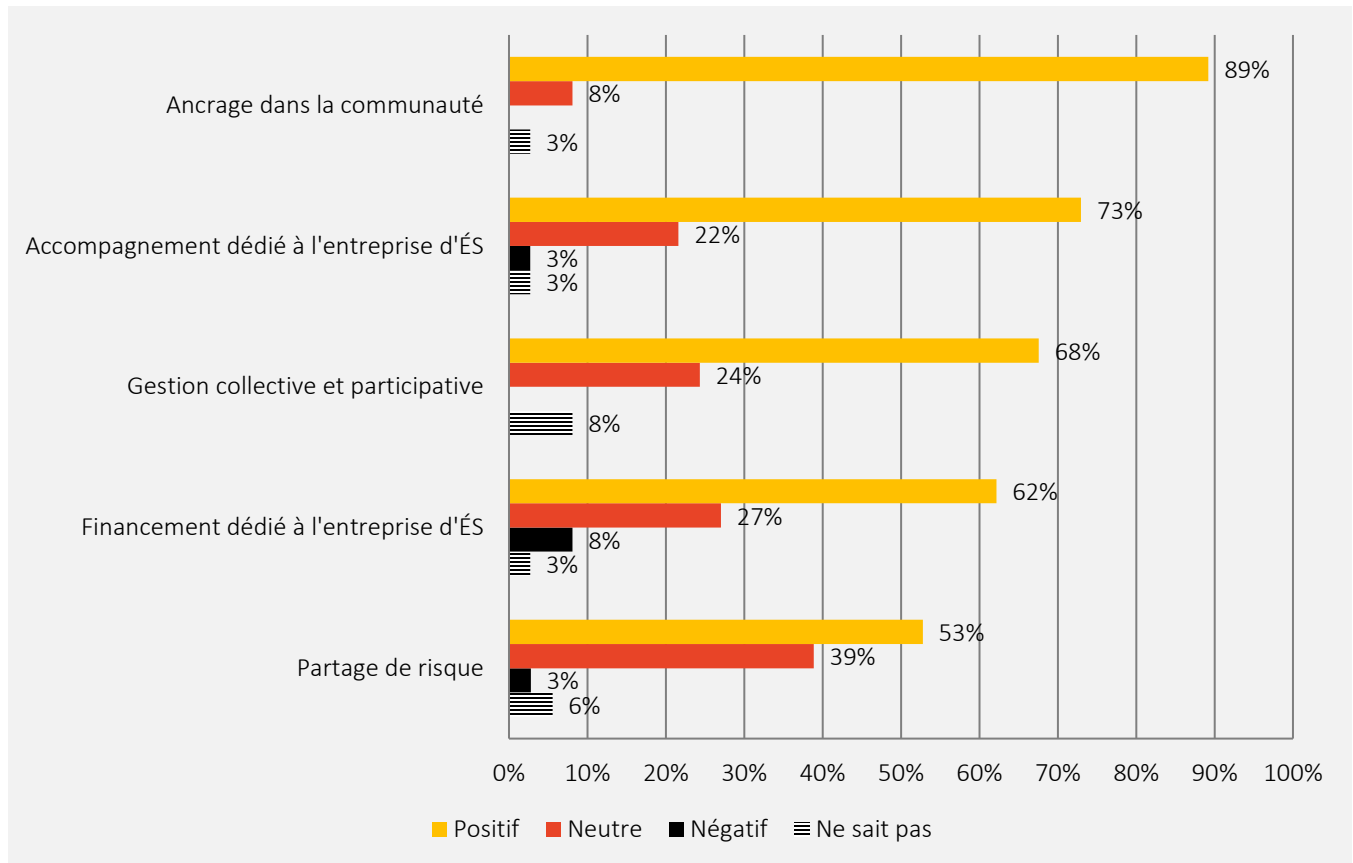
Comme le montre la figure 12 ci-dessous, les trois quarts des articles analysés (75 %) font mention de l'ancrage local parmi les facteurs positifs rattachés à l'économie sociale retenus alors qu'ils sont un quart (25 %) à mentionner le financement ou les outils financiers propres à l'économie sociale et/ou la reprise collective comme facteur positif. Ils sont deux articles sur dix à mentionner la gouvernance démocratique (22 %) et la participation d'autres parties prenantes (20 %). L'expertise propre à l'économie sociale ou la reprise collective a été mentionnée par près d'un article sur dix (9 %). À noter également que 22 % des articles ne font aucunement mention de facteurs positifs rattachés à l'économie sociale.

Figure 12 : Présence de facteurs positifs rattachés à l'économie sociale (réponses multiples, n=373)



Cette image véhiculée par les médias correspond à l'avis donné par les repreneurs collectifs lors de notre sondage⁷, comme le montre la figure 13 suivante issue du rapport du MÉI. Ainsi, l'ancrage dans la communauté est sans conteste le principal facteur facilitant la reprise collective, peu importe la forme juridique de l'entreprise repreneuse (OBNL ou coopérative).

Figure 13 : Impact des particularités associées à l'ÉS sur le processus de rachat (n variant de 35 à 37)



Source : Rapport du sondage « La reprise collective au Québec. L'avis de repreneurs québécois », réalisé par le CÉRSÉ pour le compte du MÉI/CTEQ, page 19, janvier 2020.

4.2 Présence de facteurs négatifs rattachés à l'économie sociale

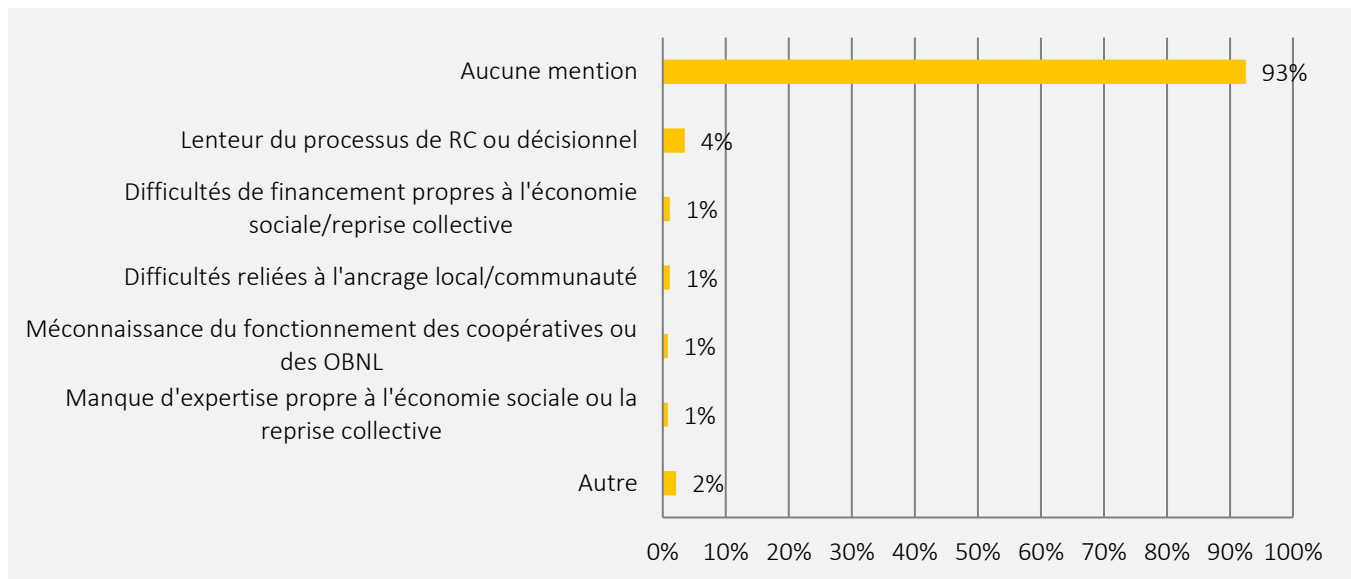
Les facteurs négatifs rattachés à l'économie sociale sont peu présents dans la représentation médiatique. En effet, la reprise collective d'une entreprise, surtout lorsque celle-ci est en difficulté ou répond à un besoin « essentiel » de la communauté, est présentée comme élément positif en soi et semble prendre le dessus dans la représentation médiatique sur tout autre aspect ou facteur négatif entourant la reprise.

Ainsi, 93 % des articles ne font mention d'aucun facteur négatif relié à l'économie sociale. Néanmoins, quelques facteurs négatifs sont présents dans les représentations médiatiques, comme la lenteur du processus décisionnel

⁷ Four et al. (2020) La reprise collective au Québec - Résultats du questionnaire, L'avis des repreneurs québécois. Pour le MÉI et le CTEQ, Page 19.

ou de reprise collective (4 % des articles), les difficultés de financement propres à l'économie sociale/la reprise collective (1 %) et les difficultés liées à l'ancrage local/communauté (1 %).

Figure 14 : Présence de facteurs négatifs rattachés à l'économie sociale (réponses multiples, n=373)



4.3 Particularités du vocabulaire véhiculé dans les médias

Lorsque le facteur moteur «développement» est mis de l'avant dans les médias, le vocabulaire utilisé met l'accent sur l'aspect entrepreneurial des reprises collectives. On parle de consolidation, de positionnement, d'expansion, de diversification (sources de revenus, gamme de produits, marchés), de développement d'affaires/local/régional, de croissance, de maximisation des actifs, ainsi que de conformité avec les valeurs de l'entreprise. Pour le facteur moteur «sauvegarde», dans le vocabulaire utilisé par les acteurs interviewés, on retrouve «pérennité», «rétention» (d'emplois), «préservation» (de la propriété en sol québécois ou de l'expertise), «maintien» (des opérations, des services) et «mobilisation», entre autres, pour expliquer les raisons de l'achat.

À la lecture des articles, on décèle aussi, parmi les justifications données à la transaction, un choix de mots qui semble propre à une forme juridique. Ainsi, dans les acquisitions effectuées par des coopératives on trouvera dans les raisons invoquées, l'inscription de l'achat dans un plan de relève, d'expansion, d'investissement, de croissance ou présenté comme un outil stratégique. Les OBNL parleront plutôt de projet s'intégrant à la mission et permettant de garder ou de continuer leur mission. On retrouvera aussi, toujours dans les articles portant sur des OBNL, des références à la recherche de revenus autonomes.

Dans le cas particulier des coopératives de travailleurs actionnaires, on parlera aussi de réduction des causes d'insatisfaction au travail, de participation et partage de profits, de diminution du taux de roulement, d'amélioration de la performance et du sentiment d'appartenance des employés.

Les bailleurs de fonds (représentant 25 % des acteurs mentionnés dans les articles) ont de leur côté parlé de concertation partenariale, mobilisation et implication des intervenants du milieu, ainsi que de secteur d'activité important pour le Québec (agroalimentaire) et de racines profondes au Québec (de l'acheteur), pour justifier leur appui financier au projet.

5. CONCLUSION

L'étude sur les représentations médiatiques au Québec de la reprise collective permet d'en savoir davantage sur la couverture et le traitement réservés aux entreprises qui s'engagent dans cette voie. Pour rappel, ce livrable constitue un des volets d'une recherche partenariale plus large réalisée par le CÉRSÉ et portant sur la Reprise collective au Québec.

De manière générale, que peut-on retenir de l'image de la reprise collective véhiculée par les médias québécois?

Faits saillants de la représentation médiatique de la reprise collective :

- Il s'agit d'une image positive, peu d'éléments négatifs s'y reportant sont mentionnés.
- La plupart des médias qui traitent de la reprise collective sont de portée locale.
- Si plus de la moitié des cas de reprises répertoriés par le CÉRSÉ ont fait l'objet d'un article (155/258), il est important de noter que plusieurs n'attirent pas l'attention des médias et que certains en bénéficient davantage, principalement celles réalisées par de gros joueurs de l'économie sociale.
- On note une surreprésentation des coopératives de producteurs dans le traitement médiatique, alors qu'elles sont proportionnellement moins nombreuses dans notre base de données générale.
- On note une sous-représentation dans les médias des coopératives de travailleurs par rapport à leur place réelle dans notre base de données. C'est également le cas, dans une moindre mesure, des coopératives de solidarité, des CTA ainsi que des OBNL.
- Les secteurs d'activités de la Fabrication et du Commerce de détail sont ceux qui retiennent le plus l'attention médiatique.
- Le secteur des Industrie de l'information et Culturelle/Soins de santé et assistance sociale/Arts, spectacles et loisirs est celui qui attire le moins l'intérêt des médias bien qu'il s'agisse d'un secteur regroupant plusieurs secteurs importants de l'économie sociale.
- Le développement de l'entreprise constitue le principal facteur moteur de la reprise mis de l'avant dans les médias, et ce, peu importe la portée du média.
- L'ancrage local et dans la communauté constitue un facteur positif très présent dans la représentation médiatique.

À partir de ces différents constats, les partenaires de la recherche et leurs réseaux respectifs pourraient réfléchir à des stratégies à mettre en œuvre pour notamment :

- Capitaliser sur cette image positive afin de mieux promouvoir la reprise collective.
- Établir une meilleure communication autour des cas de reprises collectives, tout particulièrement celles portées par les coopératives de travailleurs, de solidarité, les CTA et les OBNL.
- Assurer une attention accrue au secteur des Soins de santé et assistance sociale/Arts, spectacles et loisirs afin de mieux en valoriser les initiatives de reprises collectives.
- Continuer de miser sur les médias locaux pour promouvoir la reprise collective.

Enfin, cette image positive pourrait créer un certain fossé entre ce qui est véhiculé dans les médias et la réalité des entreprises d'économie sociale procédant à une reprise. Or une bonne connaissance du phénomène de la reprise collective au Québec passe par une vision d'ensemble ainsi qu'une prise en compte globale de l'ensemble des dimensions qui la composent.



CÉRSÉ

CENTRE D'ÉTUDE EN RESPONSABILITÉ
SOCIALE ET ÉCOCITOYENNETÉ

6400, 16^e Avenue, Montréal (Québec) H1X 2S9
514 376-1620, poste 7164 | cerse@crosemont.qc.ca | cerse.crosemont.qc.ca