



Chaire Desjardins
en développement
des petites collectivités

Université du Québec
en Abitibi-Témiscamingue

**PORTRAIT DES PERCEPTIONS RELATIVES
À L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE PAR
LES COMMERÇANTS ET PROPRIÉTAIRES
D'IMMEUBLES COMMERCIAUX DE LA
MUNICIPALITÉ DE MALARTIC**

AOÛT 2013



UNIVERSITÉ DU QUÉBEC EN ABITIBI-TÉMISCAMINGUE
CHAIRE DESJARDINS EN DÉVELOPPEMENT DES PETITES COLLECTIVITÉS

PORTRAIT DES PERCEPTIONS RELATIVES À L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE
PAR LES COMMERÇANTS ET PROPRIÉTAIRES D'IMMEUBLES COMMERCIAUX
DE LA MUNICIPALITÉ DE MALARTIC

Transformations et bouleversements d'un territoire :
le cas de la municipalité de Malartic

PAR

PATRICE LEBLANC
HUGO ASSELIN
AUGUSTIN EPENDA
ANDRÉ GAGNON
LOUISE PELLETIER

AOÛT 2013

La Chaire Desjardins en développement des petites collectivités de l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue a pour principales préoccupations la vitalité sociale, la viabilité économique et la validité politique des petites collectivités, plus particulièrement en ruralité. Ses travaux visent à développer la connaissance des problématiques propres aux petites collectivités et à enrichir l'expertise sur les stratégies de revitalisation de ces communautés.

Distribution

Chaire Desjardins en développement des petites collectivités
Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT)
445 boul. de l'Université
Rouyn-Noranda (Québec) J9X 5E4
Courriel: chaire.desjardins@uqat.ca

Chaire Desjardins en développement des petites collectivités (UQAT)
ISBN 978-2-924231-03-6
Dépôt légal: Août 2013
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
© Tous droits réservés

Vous pouvez télécharger ce document sur le site Internet de la Chaire Desjardins en développement des petites collectivités (UQAT).

SOMMAIRE

Cette enquête vise à tracer un portrait des perceptions relatives à l'environnement économique des commerçants et des propriétaires d'immeubles commerciaux de l'ensemble de la ville de Malartic. Elle a été effectuée suite à des inquiétudes soulevées par les propriétaires/investisseurs du centre-ville de Malartic, situé à proximité du site minier, quant à la valeur et à la rentabilité de leur commerce/immeuble. L'enquête s'est déroulée du 1^{er} juin au 10 octobre 2012, par sondage postal auto-administré. Elle brosse un portrait des perceptions au début de la phase d'exploitation du projet minier *Canadian Malartic*, officiellement débutée le 19 mai 2011. L'année 2011 correspond à la fin de la phase de construction de la mine *Canadian Malartic* et au début de la phase d'exploitation. Au total, 38 questionnaires ont été remplis sur l'ensemble des 165 propriétaires de commerces ou d'immeubles commerciaux de Malartic.

Aux fins de l'enquête, la ville de Malartic a été subdivisée en deux secteurs: le Centre-ville (situé à proximité du site minier) et le Nord-Ouest de la ville (adjacent au nouveau quartier des résidents déménagés suite à l'implantation du projet minier). Les entreprises ont été regroupées sous six (6) catégories: le commerce de détail; le commerce de gros; les services personnels; les services professionnels; le secteur de la restauration et de l'hébergement; et les autres services. Les analyses ont permis de vérifier si des différences de perceptions étaient significatives selon la localisation géographique et le type de commerce.

Profil des répondants

Près de 40% des répondants habitaient Malartic et près du quart des répondants habitaient Rivière-Héva ou Val-d'Or. Près de 80% des répondants au sondage avaient créé leur entreprise ou pris la relève de l'entreprise familiale. Une proportion de 70% des entreprises avait leur principale place d'affaires à Malartic et étaient des entreprises indépendantes. Les entreprises avaient en moyenne 16,76 ans d'existence. Jusqu'en 2006, la majorité des entreprises ont établi leur principale place d'affaires à Malartic, contrairement aux entreprises établies depuis 2007, année correspondant au début de la phase de construction du projet *Canadian Malartic*. On constate que pour la période précédant l'année 2007, la quasi-totalité des répondants avaient établi leur place d'affaires au centre-ville. Depuis 2007, sur les 5 entreprises ayant leur place d'affaires à Malartic, 3 l'avaient établie au centre-ville et 2 dans la zone nord-ouest de la ville. Les répondants ont affirmé que la moitié de leur clientèle était locale et que plus de 40% provenait de la région, à l'extérieur de Malartic.

Plus du tiers des répondants ont affirmé que le chiffre d'affaires de leur entreprise a connu une croissance de plus de 15% durant la période correspondant à la phase de construction de la mine *Canadian Malartic*. La proportion de répondants ayant connu une croissance de plus de 15% diminue à 18% depuis le début de l'année 2011. Pour le tiers des entreprises, le chiffre d'affaires était demeuré plutôt stable depuis le début de la phase d'exploitation.

Intentions entrepreneuriales

Dans l'ensemble, 37% des dirigeants des entreprises du centre-ville affirmaient avoir l'intention d'investir pour augmenter le chiffre d'affaires de leur entreprise, comparativement à 57% des dirigeants des entreprises situées dans le secteur Nord-Ouest. Plus de 40% des répondants avaient l'intention de développer les activités de leur entreprise, autant au centre-ville que dans le secteur nord-ouest de la ville. Les résultats montrent également que les répondants n'avaient pas l'intention de déménager leur entreprise ou de démarrer une nouvelle entreprise à l'extérieur de Malartic.

Description des immeubles commerciaux et des activités locatives

Près du tiers des immeubles commerciaux ont été acquis après l'année 2007, soit après le début de la phase de construction de la mine *Canadian Malartic*. Au moment de l'enquête, 8% de la superficie commerciale des immeubles était vacante. Cette proportion est semblable pour chacune des deux zones d'influence. Le taux d'occupation des immeubles commerciaux pour les trois dernières années (2009-2012) a augmenté davantage dans la zone nord-ouest. Une proportion plus élevée de propriétaires d'immeubles avait l'intention d'investir au cours des cinq prochaines années dans la zone nord-ouest.

Perceptions de l'environnement économique

Dans l'ensemble, les répondants étaient en accord pour dire que les activités du projet *Canadian Malartic* étaient favorables au développement économique de Malartic. Cette opportunité ne se traduirait cependant pas nécessairement par une hausse de l'achalandage des commerces du centre-ville. Quant aux changements qu'occasionnerait une voie de contournement de la route 117, les avis étaient plutôt partagés. Près de la moitié des répondants se disaient plus ou moins inquiets des changements qui pourraient en découler. Aucune différence significative n'a été observée selon les zones d'influence, mais l'a été selon le type de commerce. Les répondants qui dirigeaient un commerce de détail étaient plutôt inquiets.

Perceptions de l'évolution de la situation pour les cinq prochaines années

Les perceptions étaient plutôt positives en ce qui concerne les incidences à long terme sur la valeur des immeubles commerciaux du quartier nord-ouest ou sur l'évolution de la situation économique à Malartic en général. Néanmoins, une proportion de 35% des répondants a affirmé que le projet minier *Canadian Malartic* leur causait des problèmes ou des inquiétudes.

Quant au niveau de confiance accordé aux organismes locaux pour trouver des solutions à la suite d'éventuels problèmes en lien avec le projet minier *Canadian Malartic*, l'opinion était partagée. Une majorité de répondants considéraient que c'était la Ville de Malartic qui était plus à même de trouver des solutions face à des problèmes avec la minière. En outre, le Comité de vigilance était considéré plus pertinent que le Comité de suivi Osisko Malartic. Un répondant a indiqué qu'il serait tout à fait pertinent de chercher des solutions directement avec un représentant d'Osisko.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	iii
Table des matières	v
Liste des tableaux.....	vii
Liste des figures	viii
Introduction.....	1
1. Méthodologie.....	2
1.1 Indicateurs et outils	2
1.2 Échelles géographiques	4
1.3 Participants et collecte de données.....	5
1.4 Méthode d'analyse	6
1.5 Considérations éthiques.....	7
2. Présentation des résultats.....	8
2.1 Profil des répondants.....	8
2.2 Type de propriété des entreprises et trajectoire des dirigeants.....	9
2.3 Période d'établissement des entreprises	10
2.4 Établissements par zone d'influence	11
2.5 Description des entreprises et des activités commerciales.....	12
2.6 Évolution du chiffre d'affaires des entreprises	16
2.7 Intentions entrepreneuriales	17
2.8 Description des immeubles commerciaux et des activités locatives.....	18
2.9 Superficie et utilisation des immeubles.....	20
2.10 Évolution du taux d'occupation et du taux de location	20
2.11 Investissements.....	21
2.12 Perceptions de l'environnement économique.....	22
2.13 Perceptions de l'évolution de la situation pour les cinq prochaines années.....	26
2.14 Perceptions des problèmes et inquiétudes	28
2.15 Perceptions des organismes de soutien disponibles	28
2.16 Organisation et participation des acteurs locaux	30
2.17 Commentaires.....	31
Conclusion	33
Annexe I : Questionnaire	34
Annexe II : Définitions et typologie des activités commerciales	39

Annexe III : Formulaire de consentement 41

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Dimensions et indicateurs du cadre d'analyse.....	3
Tableau 2 : Délimitation des zones d'influence aux fins de l'enquête	4
Tableau 3 : Origine des répondants	8
Tableau 4 : Secteur de résidence des répondants.....	8
Tableau 5 : Niveau de scolarité des répondants.....	8
Tableau 6 : Sexe des répondants.....	9
Tableau 7 : Groupes d'âge des répondants	9
Tableau 8 : Mode d'acquisition de l'entreprise	9
Tableau 9 : Proportion des entreprises ayant leur principale place d'affaires à Malartic.....	10
Tableau 10 : Type de propriété des entreprises	10
Tableau 11 : Période d'établissement de la place d'affaires à Malartic	11
Tableau 12 : Place d'affaires établies depuis 2007 par zone d'influence	11
Tableau 13 : Secteurs d'activité des entreprises répondantes et représentativité de l'échantillon	12
Tableau 14 : Nombre d'entreprises par zone d'influence et représentativité de l'échantillon	13
Tableau 15 : Types de biens offerts par les entreprises répondantes.....	13
Tableau 16 : Nombre d'employés des entreprises répondantes par type d'activité.....	14
Tableau 17 : Proportion des ventes selon le type de clientèle	15
Tableau 18 : Provenance de la clientèle selon les secteurs géographiques.....	16
Tableau 19 : Chiffre d'affaires pour l'année 2011.....	17
Tableau 20 : Intentions quant au développement des activités commerciales à court terme (1 à 3 ans)	18
Tableau 21 : Proportion des propriétaires occupants de l'immeuble commercial.....	18
Tableau 22 : Nombre d'immeubles commerciaux.....	19
Tableau 23 : Période d'acquisition des immeubles commerciaux.....	19
Tableau 24 : Année de construction des immeubles commerciaux par zone d'influence	19
Tableau 25 : Superficie et utilisation des immeubles	20
Tableau 26 : Portion vacante de l'immeuble commercial par zone d'influence.....	20
Tableau 27 : Nouveaux investissements dans l'immeuble commercial depuis l'année 2009	21
Tableau 28 : Intentions d'investissements dans l'immeuble commercial au cours des cinq prochaines années	22
Tableau 29 : Scores obtenus quant aux perceptions de l'environnement économique.....	23
Tableau 30 : Inquiétudes par rapport aux changements qu'occasionnerait une voie de contournement partielle ou totale de la route 117 selon le type d'activités des répondants...	25
Tableau 31 : Perceptions de l'évolution de la situation économique pour les cinq prochaines années.....	26
Tableau 32 : Perceptions des problèmes et inquiétudes.....	28
Tableau 33 : Solutions envisagées	28
Tableau 34 : Pertinence des organismes locaux dans la recherche de solutions	28
Tableau 35 : Participation dans des organismes ou regroupements de gens d'affaires	30
Tableau 36 : Commentaires recueillis considérés importants pour le secteur commercial	32

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Zones d'influence de Malartic.....	5
Figure 2 : Lieu d'établissement de la principale place d'affaires par période	11
Figure 3 : Zone d'implantation de la place d'affaires selon l'année d'établissement	12
Figure 4 : Évolution du chiffre d'affaires des entreprises selon les phases	17
Figure 5 : Évolution du taux d'occupation pour les trois dernières années, par zone d'influence	21
Figure 6 : Évolution du taux locatif pour les trois dernières années, par zone d'influence....	21
Figure 7 : Proportions des réponses des perceptions de l'environnement économique	24
Figure 8 : Proportions des réponses des perceptions des incidences d'une voie de contournement.....	24
Figure 9 : Proportions des réponses des perceptions de l'évolution de l'environnement économique pour les cinq prochaines années	27
Figure 10 : Perceptions quant à la pertinence des organismes locaux pour la recherche de solutions	29

INTRODUCTION

La municipalité de Malartic (Québec) subit des changements majeurs à la suite du développement d'un des plus importants projets d'exploitation minière à ciel ouvert au Canada. Le projet minier *Canadian Malartic* suscite plusieurs attentes au regard des retombées économiques, mais également plusieurs inquiétudes face aux impacts sociaux et environnementaux qu'il pourrait engendrer. Des inquiétudes ont été soulevées par les propriétaires/investisseurs du centre-ville de Malartic, situé à proximité du site minier, quant à la valeur et à la rentabilité de leur commerce/immeuble. La Chaire Desjardins en développement des petites collectivités de l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT) a été sollicitée pour dresser un portrait de leurs perceptions des avantages et des inconvénients de la situation actuelle et des solutions qu'ils pourraient envisager pour y faire face.

L'enquête vise à tracer un portrait des perceptions relatives à l'environnement économique des commerçants et des propriétaires d'immeubles commerciaux de l'ensemble de la ville de Malartic. L'enquête qui s'est déroulée du 1^{er} juin au 10 octobre 2012 visait à tracer le portrait des perceptions au début de la phase d'exploitation du projet minier *Canadian Malartic*, celui-ci ayant officiellement débuté le 19 mai 2011. Les résultats de cette enquête serviront également à établir un portrait de référence aux fins de comparaisons, dans le temps, dans le cadre de d'une étude plus globale des incidences sociales du projet *Canadian Malartic*. À noter qu'en octobre 2012, la Chaire Desjardins publiait le rapport intitulé *Transformations et bouleversements d'un territoire : Le cas de la municipalité de Malartic*. Une deuxième collecte de données s'adressant au même groupe de participants est prévue, plus tard durant la phase d'exploitation, en 2016.

1. MÉTHODOLOGIE

1.1 Indicateurs et outils

Afin de vérifier l'influence des changements en cours suite à l'implantation du projet *Canadian Malartic* sur le niveau des activités commerciales, la présente enquête s'inspire du cadre d'analyse retenu par le Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE)¹ sur la situation des centres-villes au Québec. Elle décrira: les activités commerciales et locatives des répondants; les perceptions des opportunités et avantages procurés par l'environnement économique; les problèmes ou inquiétudes; les solutions envisagées; les incidences du projet *Canadian Malartic*; le mode d'organisation et la participation des acteurs locaux.

Questionnaire

Le questionnaire conçu pour l'enquête comptait 36 items, dont 35 questions fermées ou semi-ouvertes et une question ouverte (à la fin) qui permettait aux répondants d'apporter des précisions ou de fournir des informations supplémentaires (Annexe I). Des questions différentes ont été posées aux dirigeants d'entreprises et aux propriétaires d'immeubles. Les questions étaient regroupées sous quatre sections qui visaient à décrire : les activités commerciales (Section A); la description des immeubles commerciaux et les activités locatives (Section B); les perceptions de l'environnement économique (Section C); et le profil des répondants (Section D). Puisqu'il était possible que les répondants soient propriétaires de plus d'un commerce ou d'un immeuble commercial, une question visait à s'assurer que les réponses aux sections C et D ne soient considérées qu'une seule fois dans le traitement des données. Un prétest du questionnaire a été réalisé auprès de trois (3) propriétaires de commerce et d'immeuble de Malartic. Suite à ce prétest, quelques modifications ont été apportées à la formulation des questions. L'enquête a été réalisée par sondage postal auto-administré. Le questionnaire visait à observer les indicateurs regroupés dans les différentes dimensions qui sont présentés dans le tableau 1.

¹ Québec, Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation – MDEIE (2007). « Les centres-villes au Québec : indicateurs de performance », Tableau de bord des indicateurs de performance des centres-villes du Québec, 68 p.

Tableau 1 : Dimensions et indicateurs du cadre d'analyse

Dimensions/catégories	Indicateurs	Questions
Description des répondants	Profil sociodémographique des répondants	Q31 à Q35
	Trajectoire du dirigeant	Q6
Description des entreprises et des activités commerciales	Principale place d'affaires à Malartic	Q3
	Place d'affaires à Malartic depuis quand	Q4
	Année de fondation/acquisition	Q7
	Nombre d'emplois/locaux, total	Q8
	Mode d'occupation/propriétaire ou locataire de l'immeuble	Q15
	Type d'entreprise/indépendantes, franchises, succursales, chaînes	Q5
	Type d'activité/catégories de produits/services	Q1
	Type de biens/indice de mixité commerciale	Q2
	Type de clientèle/particuliers, entreprises	Q9
	Provenance de la clientèle/locale, régionale	Q10
	Chiffre d'affaires	Q11
	Évolution du chiffre d'affaires	Q12, Q13
Description des immeubles commerciaux et des activités locatives	Propriétaire depuis quelle année	Q16
	Année de construction/patrimoine bâti	Q17
	Type d'immeubles/% mode occupation de la superficie locative	Q19
	Superficie commerciale	Q18
	Évolution du taux locatif	Q22
Entrepreneuriat	Évolution du taux de vacance commerciale	Q20, Q21
	Intention entrepreneuriale	Q14
	Investissements depuis 2009	Q23
Perceptions des opportunités/avantages	Intention d'investissement	Q24
	Proximité de nouveaux espaces verts, piste cyclable, musée, tourisme	Q25d
Perceptions des problèmes/inquiétudes	Projet <i>Canadian Malartic</i> est favorable au développement économique	Q25a, b, c
	Évolution de la valeur marchande	Q26c, d, e, g
	Rentabilité	Q26f
	Réseau de circulation	Q25g
	Évolution de la valeur marchande/possibilité de vente à un prix satisfaisant	Q26g
	Achalandage	Q25e, f
Incidences du projet <i>Canadian Malartic</i>	Climat économique	Q26a, b
	Projet <i>Canadian Malartic</i> cause des problèmes	Q27
Solutions envisagées	Vente/fermeture	Q28
	Regroupement des commerçants/investisseurs du centre-ville	Q29
Organisation et participation des acteurs locaux	<i>Membership</i> dans les regroupements de gens d'affaires ou dans les organismes de développement économique	Q30
	Niveau de confiance dans les organisations locales	Q29

1.2 Échelles géographiques

La zone d'étude visait l'ensemble de la ville de Malartic. Aux fins de l'enquête, la ville de Malartic a été subdivisée en deux secteurs: le Centre-ville et le Nord-Ouest de la ville, ce dernier étant le secteur adjacent au nouveau quartier des résidents déménagés suite à l'implantation du projet minier. Les limites géographiques utilisées pour la présente enquête sont définies comme suit :

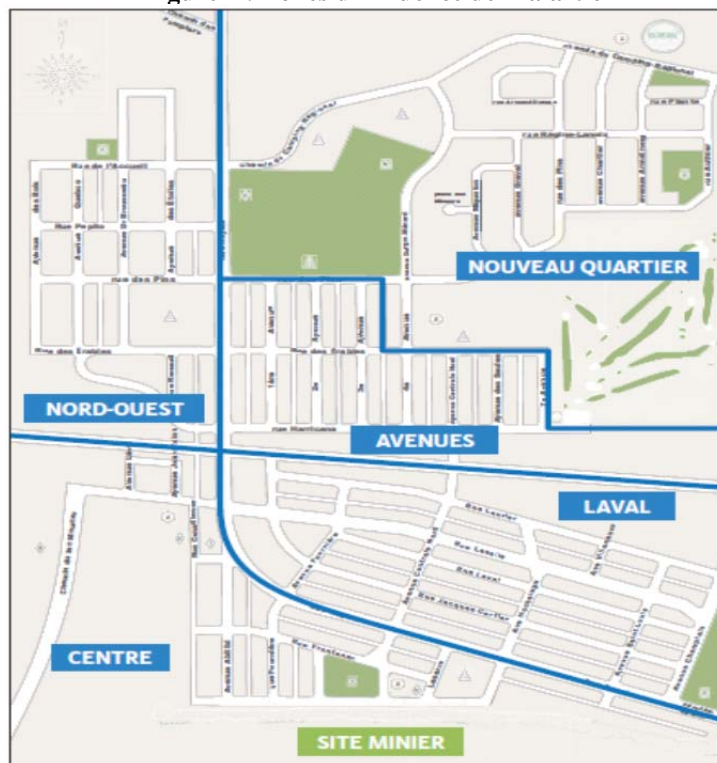
Tableau 2 : Délimitation des zones d'influence aux fins de l'enquête

Secteurs	Limites géographiques
Centre-ville	Partie Sud, délimitée par la voie ferrée. (Quartiers Centre et Laval)
Nord-Ouest	Partie Nord-Ouest, délimitée par la voie ferrée. (Quartiers Nord-Ouest, Avenues, Nouveau quartier)

Ces limites géographiques font référence aux zones d'influence utilisées dans le cadre de l'étude longitudinale sur les incidences sociales du projet *Canadian Malartic*² et elles correspondent aux différents quartiers de la ville de Malartic (Figure 1).

² P. LeBlanc, H. Asselin, A. Ependa, A. Gagnon et L. Pelletier. (2012). *Transformations et bouleversements du territoire: Le cas de la municipalité de Malartic*. Rouyn-Noranda : Chaire Desjardins en développement des petites collectivités (UQAT).

Figure 1 : Zones d'influence de Malartic



Source : Ville de Malartic, modifiée par André Simard,
en ligne : <http://ville.malartic.qc.ca/>

1.3 Participants et collecte de données

L'ensemble des commerçants et des propriétaires d'immeubles commerciaux de la ville de Malartic ont été sollicités pour répondre au sondage. Pour recruter les entreprises participantes, le répertoire des entreprises du Centre local de développement de la Vallée-de-l'Or (CLD-VDO) ainsi que le répertoire des entreprises disponible sur le site internet de la Ville de Malartic ont été utilisés. Pour nous assurer de joindre les propriétaires d'immeubles commerciaux, nous avons utilisé une liste fournie par la Ville de Malartic suite à une demande d'accès à l'information. Les listes ont été fusionnées et les doublons ont été retirés. Seules les entreprises qui exerçaient des activités commerciales étaient visées par l'enquête, conséquemment les entreprises qui exerçaient des activités industrielles ont été retirées. Au total, la liste des participants potentiels comprenait 207 entreprises ou adresses d'immeubles commerciaux.

La collecte de données s'est faite par questionnaire postal auto-administré. Une lettre d'invitation à participer au sondage accompagnée du questionnaire et du formulaire de consentement a été postée aux participants potentiels le 30 mai 2012. Une lettre de rappel a été postée le 26 juin 2012 et une relance téléphonique a été effectuée les 19 et 20 septembre 2012. Les questionnaires ont été remplis entre le 1^{er} juin et le 10 octobre 2012.

Taux de réponse

Initialement, 207 questionnaires ont été postés. De ce nombre, 37 questionnaires ont été retournés avec la mention « adresse inexistante » ou « parti sans laisser d'adresse » et 5 participants potentiels qui ne se qualifiaient pas au sein de l'échantillon ont été retirés. Conséquemment, la population visée était de 165 propriétaires de commerces ou d'immeubles commerciaux. Au total, 38 questionnaires ont été retournés pour un taux de réponse de 23%. Ce taux de réponse est comparable aux taux de réponse normalement obtenus lors de sondages postaux.

1.4 Méthode d'analyse

Les données ont été traitées à l'aide du logiciel SPSS. Les analyses ont permis de vérifier si des différences de perceptions étaient significatives selon le type de commerce ou selon la localisation géographique.

Typologies

Nous avons regroupé les entreprises participantes au sondage sous six (6) catégories: le commerce de détail; le commerce de gros; les services personnels; les services professionnels; le secteur de la restauration et de l'hébergement; et les autres services. La description de cette classification et sa correspondance avec les définitions d'Industrie Canada et les codes Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) associés sont présentés à l'annexe II.

Les types de biens offerts par les commerces participants au sondage sont présentés selon la classification utilisée pour déterminer l'indice de mixité commerciale de l'organisme Fondation Rues principales. Cet indice est établi selon la classification suivante :

- achats courants, qui représentent des achats quotidiens ou très fréquents;
- achats semi-courants, qui regroupent des achats nécessitant plus de comparaison entre les prix, la qualité;
- achats réfléchis, qui nécessitent un investissement plus important et pour lesquels la comparaison entre différents produits et commerces va être plus importante; la distance à parcourir pour de tels achats importe moins;
- restauration et divertissement.³

1.5 Considérations éthiques

Plusieurs précautions ont été prises tout au long de l'étude, afin d'assurer le respect des considérations éthiques. Les principales mesures concernent l'obtention des consentements, le mode d'entreposage des questionnaires et les engagements à la confidentialité des renseignements et à l'anonymat des participants.

Le formulaire de consentement, obtenu des participants, est présenté à l'annexe III. Puisqu'il est prévu d'effectuer un pairage des répondants en vue d'un deuxième sondage, les coordonnées des répondants qui auront accepté de participer à la deuxième enquête seront conservées jusqu'à la deuxième collecte de données.

³ *Tableau de bord des indicateurs de performance des centres-villes du Québec*. (2007). [Montréal] : Développement économique, innovation, exportation, Direction générale des communications et des services à la clientèle, p. 9.

2. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

2.1 Profil des répondants

Parmi les 38 répondants, 4 étaient propriétaires de plus d'un commerce ou d'un immeuble commercial. Conséquemment, 34 personnes ont répondu au sondage, dont la moitié était originaire de Malartic.

Tableau 3 : Origine des répondants

Q31-Êtes-vous originaire de Malartic?		
	n	%
Oui	17	50,0
Non	17	50,0
Total	34	100,0

Près de 40% des répondants habitaient Malartic et près du quart des répondants habitaient Rivière-Héva ou Val-d'Or.

Tableau 4 : Secteur de résidence des répondants

Q32- Parmi les secteurs suivants, lequel habitez-vous?		
	n	%
Malartic	13	38,2
Rivière-Héva	8	23,5
Val d'Or	8	23,5
Autres	5	14,7
Total	34	100,0

Dans l'ensemble, près de 60% des répondants avaient accédé à un niveau d'études postsecondaires et plus du quart des répondants détenaient un diplôme universitaire.

Tableau 5 : Niveau de scolarité des répondants

Q33- Quel est votre niveau de scolarité?		
	n	%
Secondaire sans diplôme	4	11,8
Secondaire avec diplôme	3	8,8
Secondaire professionnel	7	20,6
Collégial sans diplôme	3	8,8
Collégial avec diplôme	5	14,7
Universitaire sans diplôme	3	8,8
Universitaire avec diplôme	9	26,5
Total	34	100,0

On trouve plus d'hommes que de femmes parmi les répondants, dans une proportion de 60%.

Tableau 6 : Sexe des répondants

Q34-Vous êtes?		
	n	%
Un homme	21	61,8
Une femme	13	38,2
Total	34	100,0

La moyenne d'âge des répondants était de 51 ans. Nous avons regroupé les répondants par classes d'âge. On trouve près de 40% des répondants dans la catégorie d'âge des 50 à 59 ans et un peu plus de 30% pour les 40 à 49 ans.

Tableau 7 : Groupes d'âge des répondants

	n	%
Moins de 30 ans	1	2,9
De 30 à 39 ans	3	8,8
De 40 à 49 ans	11	32,4
De 50 à 59 ans	13	38,2
60 ans et plus	6	17,6
Total	34	100,0

2.2 Type de propriété des entreprises et trajectoire des dirigeants

Près de 80% des répondants au sondage avaient créé leur entreprise ou pris la relève de l'entreprise familiale. Quatre répondants avaient racheté une entreprise existante et en ce qui concerne les deux autres modes d'acquisition, il s'agissait d'un achat de franchise et d'une mise sur pied d'une entreprise coopérative.

Tableau 8 : Mode d'acquisition de l'entreprise

Q6-De quelle façon êtes-vous devenu propriétaire/dirigeant de cette entreprise?		
	n	%
J'ai créé l'entreprise	20	69,0
Un rachat	4	13,8
Relève de l'entreprise familiale	3	10,3
Autres	2	6,9
Total	29	100,0

Une proportion de 70% des entreprises avait leur principale place d'affaires à Malartic et était des entreprises indépendantes.

Tableau 9 : Proportion des entreprises ayant leur principale place d'affaires à Malartic

Q3-Votre entreprise a-t-elle sa principale place d'affaires à Malartic?		
	n	%
Oui	24	70,6
Non	10	29,4
Total	34	100,0

Tableau 10 : Type de propriété des entreprises

Q5-Quel est le type de propriété de votre entreprise?		
	n	%
Entreprise indépendante	23	67,6
Franchise	4	11,8
Succursale	5	14,7
Autres	2	5,9
Total	34	100,0

2.3 Période d'établissement des entreprises

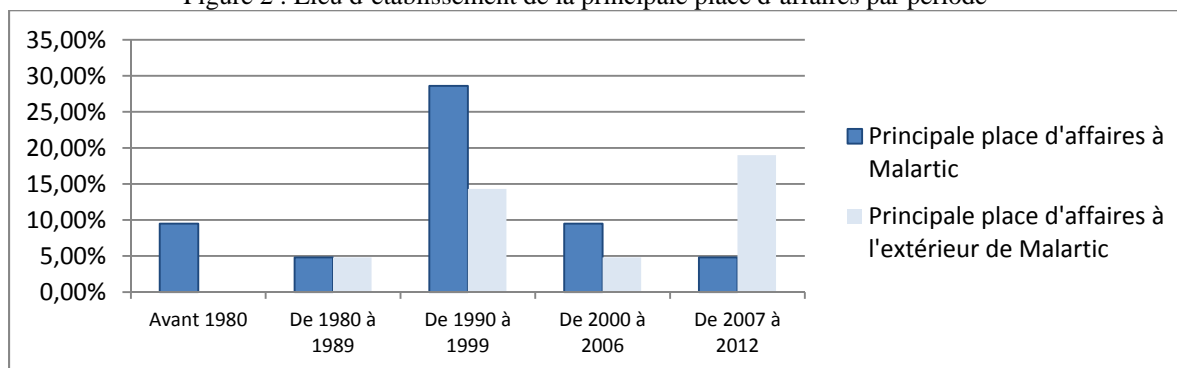
Parmi les répondants, 21 personnes ont mentionné le nombre d'années d'existence de leur entreprise. Les entreprises avaient en moyenne 16,76 ans d'existence. La plus vieille ayant été fondée en 1947 (65 ans d'existence) et la plus récente en 2011 (1 an d'existence). Plus de 40% des entreprises des répondants ont été implantées à Malartic dans les années 1990 à 1999, et près du quart l'ont été depuis 2007, soit depuis le début de la période de construction de la mine *Canadian Malartic*.

Tableau 11 : Période d'établissement de la place d'affaires à Malartic

Période d'établissement de la place d'affaires à Malartic.		Q3-Votre entreprise a-t-elle sa principale place d'affaires à Malartic?		Total
		Oui	Non	
Avant 1980	n	2	0	2
	% du total	9,5%	,0%	9,5%
De 1980 à 1989	n	1	1	2
	% du total	4,8%	4,8%	9,5%
De 1990 à 1999	n	6	3	9
	% du total	28,6%	14,3%	42,9%
De 2000 à 2006	n	2	1	3
	% du total	9,5%	4,8%	14,3%
De 2007 à 2012	n	1	4	5
	% du total	4,8%	19,0%	23,8%
Total	n	12	9	21
	% du total	57,1%	42,9%	100,0%

Jusqu'en 2006, la majorité des entreprises ont établi leur principale place d'affaires à Malartic, contrairement aux entreprises établies depuis 2007.

Figure 2 : Lieu d'établissement de la principale place d'affaires par période



2.4 Établissements par zone d'influence

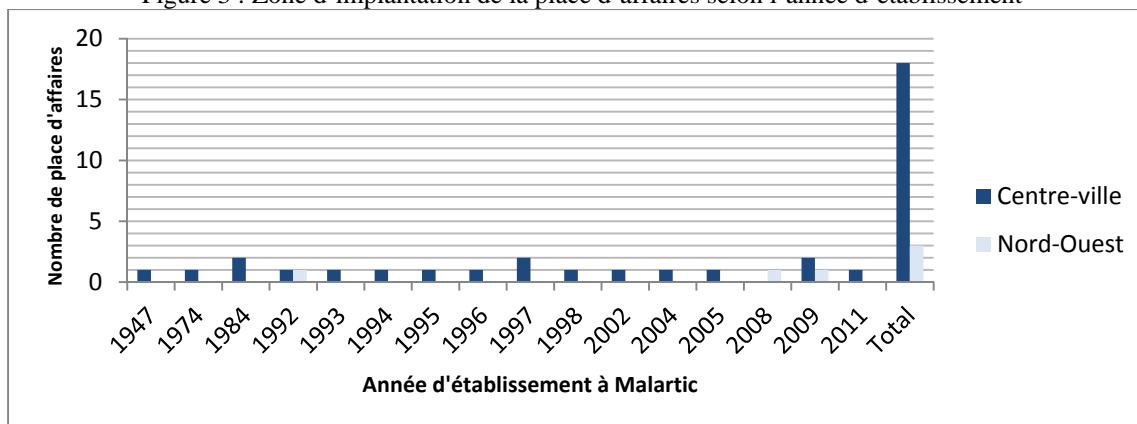
Parmi les entreprises répondantes, 5 entreprises avaient leur place d'affaires à Malartic depuis l'année 2007, période correspond au début de la phase de construction du projet *Canadian Malartic*. Parmi celles-ci, 3 entreprises avaient établi leur place d'affaires au centre-ville et 2 entreprises l'avaient établi dans la zone Nord-Ouest de la ville.

Tableau 12 : Place d'affaires établies depuis 2007 par zone d'influence

Q4-Votre entreprise a une place d'affaires à Malartic depuis quelle année?	Zone d'influence		Total
	Centre-ville	Nord-Ouest	
2008	0	1	1
2009	2	1	3
2011	1	0	1
Total	3	2	5

On constate que pour la période précédant l'année 2007, la quasi-totalité des répondants avaient établi leur place d'affaires au centre-ville, tel qu'illustré à la figure 3.

Figure 3 : Zone d'implantation de la place d'affaires selon l'année d'établissement



2.5 Description des entreprises et des activités commerciales

Près du quart des entreprises des répondants étaient des commerces de détail. Les proportions des commerces de détail, des commerces de gros et des entreprises de services personnels représentés au sein de l'échantillon étaient sensiblement les mêmes que celles que l'on trouve au sein de la population. Toutefois, les entreprises de services professionnels étaient surreprésentées (10,6%) et les entreprises œuvrant dans la restauration et l'hébergement (-5,8%) ou dans d'autres services (-8%) étaient légèrement sous-représentées au sein de l'échantillon. Ces écarts n'étaient cependant pas significatifs (khi-carré: 5,416, $p = 0,32$).

Tableau 13 : Secteurs d'activité des entreprises répondantes et représentativité de l'échantillon

Q1-Parmi les catégories suivantes, laquelle décrit le mieux vos activités commerciales?					
	n	%	N	%	Sur (+) ou sous (-) représentation
Commerce de détail	8	23,5	26	21,7	1,8%
Commerce de gros	2	5,9	6	5,0	0,9%
Services personnels	3	8,8	10	8,3	0,5%
Services professionnels	7	20,6	12	10,0	10,6%
Restauration et hébergement	2	5,9	14	11,7	-5,8%
Autres	12	35,3	52	43,3	-8,0%
Total	34	100,0	120	100,0	

Près de 80% des entreprises répondantes avaient leur place d'affaires au centre-ville. Celles-ci sont légèrement surreprésentées comparativement aux entreprises ayant leur place d'affaires dans la zone Nord-Ouest.

Tableau 14 : Nombre d'entreprises par zone d'influence et représentativité de l'échantillon

Zone d'influence	n	%	N	%	Sur (+) ou sous (-) représentation
Centre-ville	27	79,4	86	71,7	7,7%
Nord-Ouest	7	20,6	34	28,3	-7,7%
Total	34	100,0	120	100,0	

Le tableau 15 présente les types de biens offerts par les entreprises répondantes et représente la mixité commerciale. Moins de 10% des entreprises répondantes offraient des biens d'achats courants.

Tableau 15 : Types de biens offerts par les entreprises répondantes

Type de biens	n	%
Achats courants	3	8,8
Achats semi-courants	8	23,5
Achats réfléchis	20	58,8
Restauration et hébergement	1	2,9
Autres	2	5,9
Total	34	100,0

L'ensemble des entreprises répondantes employait 107 personnes à temps plein et 109 personnes à temps partiel. Le tableau 16 indique le nombre d'employés à temps plein et à temps partiel des entreprises répondantes et le nombre d'employés moyen selon le type d'activités commerciales.

Tableau 16 : Nombre d'employés des entreprises répondantes par type d'activité

Type d'activités	n ⁽¹⁾	Nombre d'employés à temps plein	Moyenne	n ⁽¹⁾	Nombre d'employés à temps partiel	Moyenne
Commerce de détail	6/8	26	4,33	8/8	73	9,13
Commerce de gros	2/2	5	2,00	2/2	4	2,00
Services personnels	3/3	6	2,00	3/3	0	0
Services professionnels	7/7	39	5,57	6/7	27	4,5
Restauration et hébergement	2/2	20	10,00	2/2	2	1
Autres	8/12	11	1,38	9/12	3	,33
Total	28/34	107	3,82	30/34	109	3,63

(1) Indique le nombre de répondants sur le total de répondants possibles pour chacune des catégories, les autres répondants n'ayant pas fourni les informations.

Dans l'ensemble, plus de la moitié de la clientèle des entreprises répondantes était constituée de particuliers. Outre la totalité des commerces de gros, un peu plus de la moitié des autres commerces et le tiers des entreprises de services professionnels était constitué d'une clientèle d'entreprises. Près de 65% de la clientèle des commerces de détail était des particuliers.

Tableau 17 : Proportion des ventes selon le type de clientèle

Type d'activités		% particulier	% entreprise	% institutionnelle
Commerce de détail	Moyenne	64,38	31,25	4,38
	Écart-type	20,431	17,269	4,955
	Minimum	20	15	0
	Maximum	85	70	10
Commerce de gros	Moyenne	,00	100,00	,00
	Écart-type	,000	,000	,000
	Minimum	0	100	0
	Maximum	0	100	0
Services personnels	Moyenne	99,67	,33	,00
	Écart-type	,577	,577	,000
	Minimum	99	0	0
	Maximum	100	1	0
Services professionnels	Moyenne	56,00	32,57	11,43
	Écart-type	35,758	25,813	18,645
	Minimum	0	0	0
	Maximum	100	80	50
Autres	Moyenne	47,22	52,78	,00
	Écart-type	40,242	40,242	,000
	Minimum	0	0	0
	Maximum	100	100	0
Total	Moyenne	56,24	39,79	3,97

Dans l'ensemble, les répondants ont affirmé que la moitié de leur clientèle était une clientèle locale et que plus de 40% provenait de la région à l'extérieur de Malartic.

Tableau 18 : Provenance de la clientèle selon les secteurs géographiques

Type de commerce		% clientèle locale	% clientèle régionale	% clientèle provenant de l'extérieur de la région	% visiteurs/ touristes
Commerce de détail	Moyenne	67,25	25,00	5,63	2,13
	Écart-type	22,846	18,127	6,255	2,232
	Minimum	25	0	0	0
	Maximum	100	50	20	5
Commerce de gros	Moyenne	,50	89,00	10,50	,00
	Écart-type	,707	12,728	13,435	,000
	Minimum	0	80	1	0
	Maximum	1	98	20	0
Services personnels	Moyenne	69,00	26,33	2,33	2,33
	Écart-type	26,514	22,591	2,517	2,309
	Minimum	40	5	0	1
	Maximum	92	50	5	5
Services professionnels	Moyenne	57,14	35,00	7,86	,00
	Écart-type	36,269	31,358	9,512	,000
	Minimum	5	5	0	0
	Maximum	90	80	25	0
Restauration et hébergement	Moyenne	80,00	7,00	7,00	6,00
	Écart-type	28,284	9,899	9,899	8,485
	Minimum	60	0	0	0
	Maximum	100	14	14	12
Autres	Moyenne	30,90	60,00	3,10	6,00
	Écart-type	32,919	36,742	5,322	18,974
	Minimum	0	0	0	0
	Maximum	100	100	15	60
Total	Moyenne	50,47	41,13	5,41	3,00

2.6 Évolution du chiffre d'affaires des entreprises

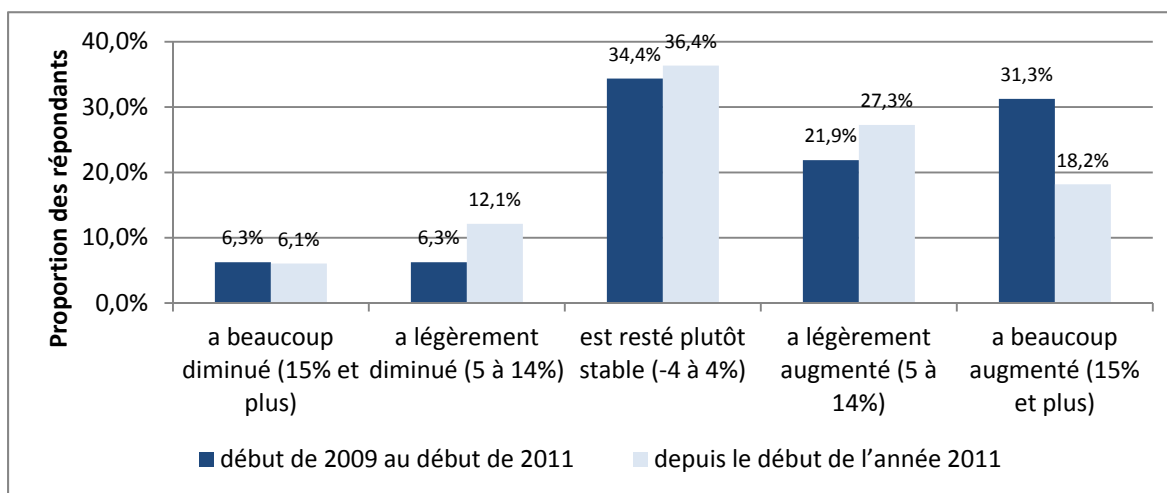
Près du quart des entreprises répondantes avait un chiffre d'affaires de 500 000 \$ à 1 M \$ pour l'année 2011. L'année 2011 correspond à la fin de la phase de construction de la mine *Canadian Malartic* et au début de la phase d'exploitation. À partir du calcul du centre des classes, nous pouvons estimer que les entreprises répondantes avaient un chiffre d'affaires moyen de près de 1 M \$ (995 833 \$).

Tableau 19 : Chiffre d'affaires pour l'année 2011

Q11-Quel a été le chiffre d'affaires de votre commerce pour l'année 2011?		
	n	%
Moins de 50 000 \$	5	16,7
50 000 \$ à 99 999 \$	3	10,0
100 000 \$ à 149 999 \$	1	3,3
150 000 \$ à 249 999 \$	2	6,7
250 000 \$ à 499 999 \$	2	6,7
500 000 \$ à 999 999 \$	7	23,3
1 000 000 \$ à 1 999 999 \$	2	6,7
2 000 000 \$ et plus	8	26,7
Total	30	100,0

Plus du tiers des répondants ont affirmé que le chiffre d'affaires de leur entreprise a connu une croissance de plus de 15% durant la période correspondant à la phase de construction de la mine *Canadian Malartic*. La proportion de répondants ayant connu une croissance de plus de 15% diminue à 18% depuis le début de l'année 2011. Pour le tiers des entreprises, le chiffre d'affaires était demeuré plutôt stable depuis le début de la phase d'exploitation.

Figure 4 : Évolution du chiffre d'affaires des entreprises selon les phases



2.7 Intentions entrepreneuriales

Dans l'ensemble, 37% des dirigeants des entreprises du centre-ville affirmaient avoir l'intention d'investir pour augmenter le chiffre d'affaires de leur entreprise, comparativement à 57% des dirigeants des entreprises situées dans le secteur Nord-Ouest. On trouve plus de 40% des répondants qui avaient l'intention de développer les activités

de leur entreprise, et ce, autant au centre-ville que dans le secteur Nord-Ouest de la ville. En outre, les résultats montrent que les répondants n'avaient pas l'intention de déménager leur entreprise ou de démarrer une nouvelle entreprise à l'extérieur de Malartic.

Tableau 20 : Intentions quant au développement des activités commerciales à court terme (1 à 3 ans)

Intentions entrepreneuriales		Zone d'influence		Moyenne
		Centre-ville	Nord-Ouest	
J'ai l'intention d'investir pour augmenter le chiffre d'affaires de mon entreprise actuelle.	Oui	37,0%	57,1%	41,2%
	Non	63,0%	42,9%	58,8%
J'ai l'intention de développer de nouveaux produits/services dans mon entreprise actuelle.	Oui	44,4%	42,9%	44,1%
	Non	55,6%	57,1%	55,9%
J'ai l'intention de démarrer une nouvelle entreprise à Malartic.	Oui	,0%	,0%	,0%
	Non	100,0%	100,0%	100,0%
J'ai l'intention de démarrer une nouvelle entreprise à l'extérieur de Malartic.	Oui	3,7%	,0%	2,9%
	Non	96,3%	100,0%	97,1%
J'ai l'intention de déménager mon entreprise à Malartic.	Oui	,0%	,0%	,0%
	Non	100,0%	100,0%	100,0%
J'ai l'intention de déménager mon entreprise à l'extérieur de Malartic.	Oui	3,7%	,0%	2,9%
	Non	96,3%	100,0%	97,1%

2.8 Description des immeubles commerciaux et des activités locatives

La majorité des répondants étaient propriétaires de l'immeuble commercial où ils opéraient leur commerce.

Tableau 21 : Proportion des propriétaires occupants de l'immeuble commercial

Q15-Êtes-vous propriétaire ou locataire de l'immeuble commercial?		
	n	%
Propriétaire	25	73,5
Locataire	9	26,5
Total	34	100,0

La section B du questionnaire s'adressait aux répondants qui étaient propriétaires des immeubles commerciaux et visait à décrire l'évolution de leurs activités. Parmi ceux-ci, 4 personnes étaient propriétaires de plus d'un immeuble commercial pour un total de 29 immeubles commerciaux.

Tableau 22 : Nombre d'immeubles commerciaux

	n	%
Immeubles locatifs	4	14 %
Occupation commerciale	25	86 %
Immeubles commerciaux	29	100 %

Près du tiers des immeubles commerciaux ont été acquis après l'année 2007, soit après le début de la phase de construction de la mine *Canadian Malartic*.

Tableau 23 : Période d'acquisition des immeubles commerciaux

Période d'acquisition de l'immeuble	n ⁽¹⁾	%
Avant 1980	1	3,8%
De 1980 à 1989	3	11,5%
De 1990 à 1999	9	34,6%
De 2000 à 2006	6	23,1%
De 2007 à 2012	7	26,9%
Total	26/29	100,0%

- (1) Indique le nombre de répondants sur le total de répondants possibles, les autres répondants n'ayant pas fourni les informations.

Parmi les réponses recueillies quant à l'année de construction des immeubles, 3 avait été construits depuis l'année 2008, dont 2 immeubles construits dans le secteur Nord-Ouest.

Tableau 24 : Année de construction des immeubles commerciaux par zone d'influence

	Zone d'influence		Total
	Centre-ville	Nord-Ouest	
1939	1	0	1
1940	1	0	1
1943	0	1	1
1945	1	0	1
1950	3	0	3
1954	1	0	1
1955	1	0	1
1958	1	0	1
1960	2	0	2
1970	2	0	2
1988	1	0	1
1991	1	0	1
1995	1	0	1
2008	0	2	2
2010	1	0	1
Total	17	3	20

2.9 Superficie et utilisation des immeubles

La superficie moyenne des immeubles commerciaux s'élevait à 2 500 pieds carrés. En moyenne, les propriétaires occupaient plus de 40% de la superficie pour exploiter leur propre commerce et près de 50% de la superficie était louée à d'autres commerçants.

Tableau 25 : Superficie et utilisation des immeubles

	n	Moyenne	Écart-type	Minimum	Maximum
Superficie commerciale de l'immeuble en pieds carrés	18	2496,44	1580,643	100	6750
% Locative commerciale	26	47,81	43,345	0	100
% Locative résidentielle	26	9,19	17,725	0	50
% Propriétaire occupant	26	43,00	44,145	0	100

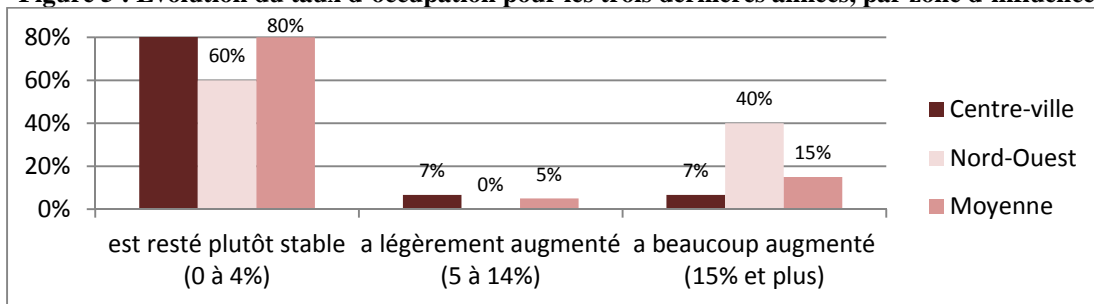
Au moment de l'enquête, 8% de la superficie commerciale des immeubles était vacante. Cette proportion est semblable pour chacune des deux zones d'influence.

Tableau 26 : Portion vacante de l'immeuble commercial par zone d'influence

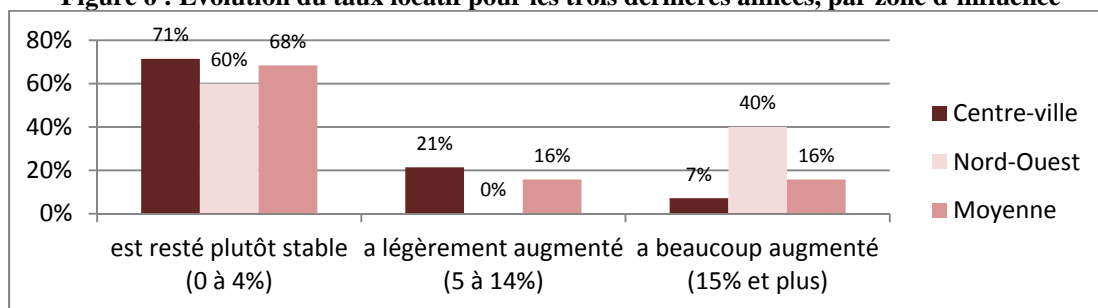
	Zone d'influence		Total
	Centre-ville	Nord-Ouest	
n	21	5	26
Moyenne	7,62	9,00	7,88
Écart-type	23,217	13,416	21,456
Minimum	0	0	0
Maximum	100	30	100

2.10 Évolution du taux d'occupation et du taux de location

Les répondants étaient invités à se prononcer sur l'évolution du taux d'occupation et du taux de location de leur immeuble commercial pour les trois dernières années. Selon les données récoltées, le taux d'occupation des immeubles commerciaux a augmenté davantage dans la zone Nord-Ouest.

Figure 5 : Évolution du taux d'occupation pour les trois dernières années, par zone d'influence

En outre, le taux de location a beaucoup augmenté au cours des trois dernières années dans 40% des cas pour les immeubles situés dans la zone Nord-Ouest comparativement à 7% pour les immeubles situés dans le Centre-ville.

Figure 6 : Évolution du taux locatif pour les trois dernières années, par zone d'influence

2.11 Investissements

De nouveaux investissements ont été faits dans près de 50% des immeubles, dont 10 immeubles situés au Centre-ville, depuis le début de la phase de construction de la mine *Canadian Malartic*.

Tableau 27 : Nouveaux investissements dans l'immeuble commercial depuis l'année 2009

		Zone d'influence		
		Centre-ville	Nord-Ouest	Moyenne
Oui	n	10	4	14
	%	43,5%	66,7%	48,3%
Non	n	13	2	15
	%	56,5%	33,3%	51,7%
Total	n	23	6	29
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Une proportion plus élevée de propriétaires d'immeubles avait l'intention d'investir au cours des cinq prochaines années dans la zone Nord-Ouest.

Tableau 28 : Intentions d'investissements dans l'immeuble commercial au cours des cinq prochaines années

		Zone d'influence		Moyenne
		Centre-ville	Nord-Ouest	
Oui	n	6	4	10
	%	26,1%	66,7%	34,5%
Non	n	11	2	13
	%	47,8%	33,3%	44,8%
Ne sait pas	n	6	0	6
	%	26,1%	,0%	20,7%
Total	n	23	6	29
	%	100,0%	100,0%	100,0%

2.12 Perceptions de l'environnement économique

Un test de fiabilité a été réalisé à l'aide du test *Alpha de Cronbach* sur les sept éléments visant à mesurer les perceptions de l'environnement économique. Le coefficient de 0,866 signifie que les répondants avaient une compréhension uniforme des énoncés.

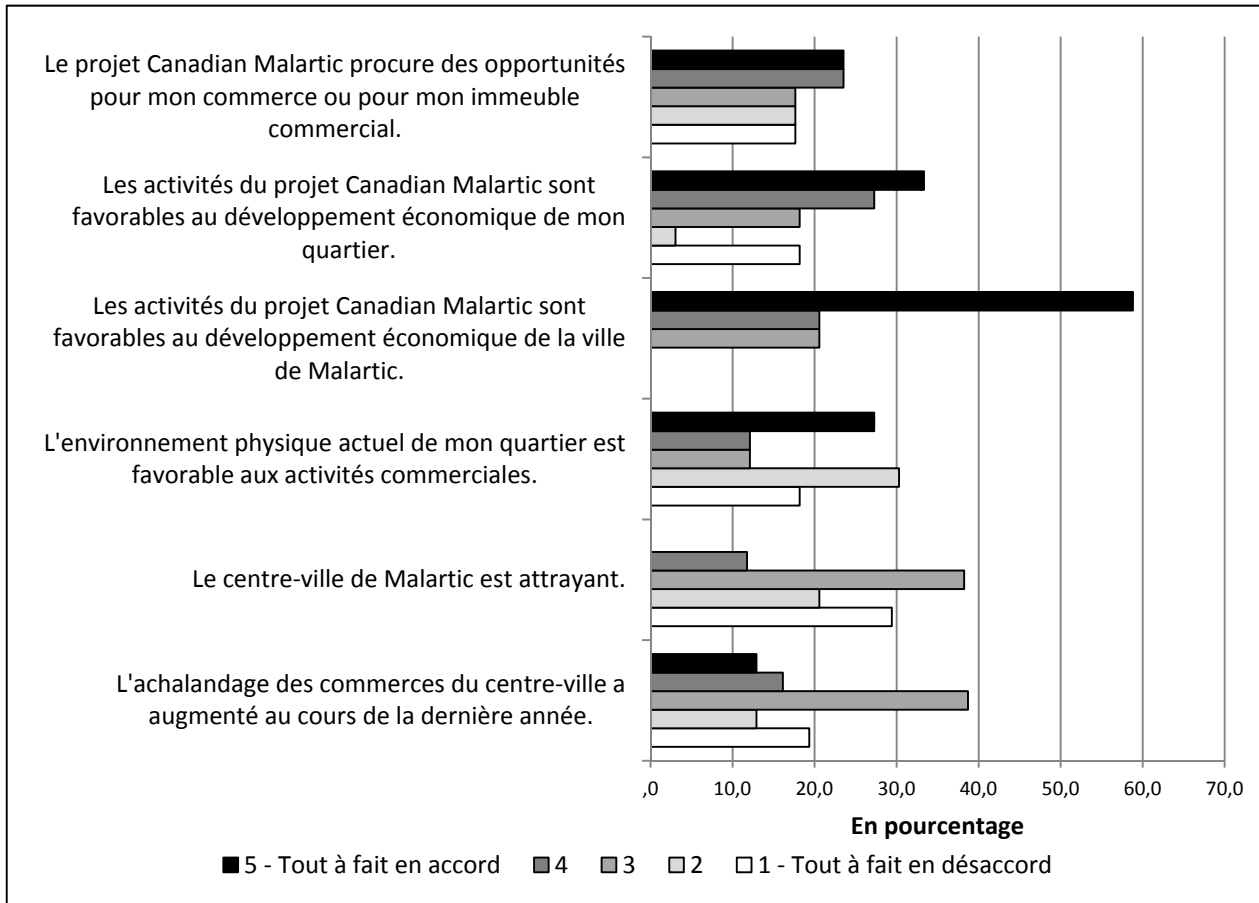
Les répondants pouvaient se prononcer sur les affirmations proposées à l'aide d'une échelle de 1 à 5 où 1 signifiait « tout à fait en désaccord » et 5 signifiait « tout à fait en accord ». Le tableau 29 indique les scores obtenus.

Tableau 29 : Scores obtenus quant aux perceptions de l'environnement économique

Énoncés	n	Score moyen	Écart-type
Le projet <i>Canadian Malartic</i> procure des opportunités pour mon commerce ou pour mon immeuble commercial.	34	3,18	1,445
Les activités du projet <i>Canadian Malartic</i> sont favorables au développement économique de mon quartier.	33	3,55	1,460
Les activités du projet <i>Canadian Malartic</i> sont favorables au développement économique de la ville de Malartic.	34	4,38	,817
L'environnement physique actuel de mon quartier est favorable aux activités commerciales.	33	3,00	1,521
Le centre-ville de Malartic est attrayant.	34	2,32	1,036
L'achalandage des commerces du centre-ville a augmenté au cours de la dernière année.	31	2,90	1,274
Je suis inquiet pour mon commerce/immeuble commercial des changements qu'occasionnerait une voie de contournement partielle ou totale de la route 117.	34	2,82	1,817

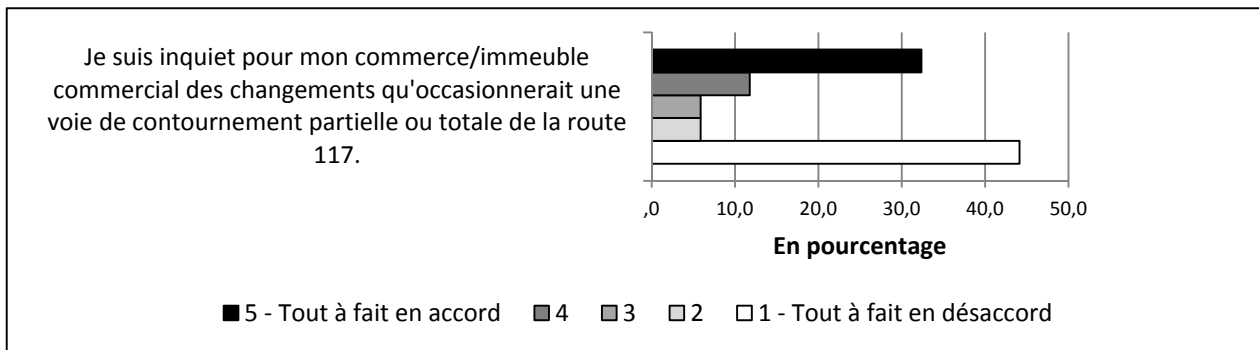
Ces résultats montrent que dans l'ensemble, les répondants étaient en accord pour dire que les activités du projet *Canadian Malartic* étaient favorables au développement économique de Malartic. Cette opportunité ne se traduirait cependant pas nécessairement par une hausse de l'achalandage des commerces du Centre-ville, comme l'indique le score de 2,90 obtenu pour cet énoncé. Les figures 7 et 8 illustrent les proportions pour chacun des échelons de l'échelle de réponse.

Figure 7 : Proportions des réponses des perceptions de l'environnement économique



Les avis étaient plutôt partagés quant aux changements qu'occasionnerait une voie de contournement de la route 117. Près de la moitié des répondants se disaient plus ou moins inquiets des changements qui pourraient en découler.

Figure 8 : Proportions des réponses des perceptions des incidences d'une voie de contournement



Aucune différence significative n'a été observée quant aux perceptions de l'environnement économique selon les zones d'influence. L'analyse de variance indique toutefois une différence significative selon le type de commerce en ce qui concerne les inquiétudes par rapport à la déviation possible de la route 117 ($F=4,531$, $ddl = 44$, $p < 0,05$). Le score obtenu pour cet énoncé était de 4,88 en moyenne pour les répondants qui dirigeaient un commerce de détail, ce qui signifie qu'ils étaient tout à fait en accord avec l'énoncé, comparativement à 2,82 pour l'ensemble des répondants.

Tableau 30 : Inquiétudes par rapport aux changements qu'occasionnerait une voie de contournement partielle ou totale de la route 117 selon le type d'activités des répondants

Type d'activités	n	Moyenne	Écart type	Variance
Commerce de détail	8	4,88	,354	,125
Commerce de gros	2	1,00	,000	,000
Services personnels	3	3,00	2,000	4,000
Services professionnels	6	2,00	1,265	1,600
Restauration et hébergement	1	1,00	.	.
Autres	10	2,50	1,958	3,833
Propriétaires d'immeubles	4	2,00	1,414	2,000
Total	34	2,82	1,1812	3,301

2.13 Perceptions de l'évolution de la situation pour les cinq prochaines années

Un test de fiabilité a été réalisé à l'aide du test *Alpha de Cronbach* sur les sept éléments visant à vérifier les perceptions de l'évolution de la situation économique pour les cinq prochaines années. Le coefficient de 0,906 signifie une compréhension uniforme des énoncés.

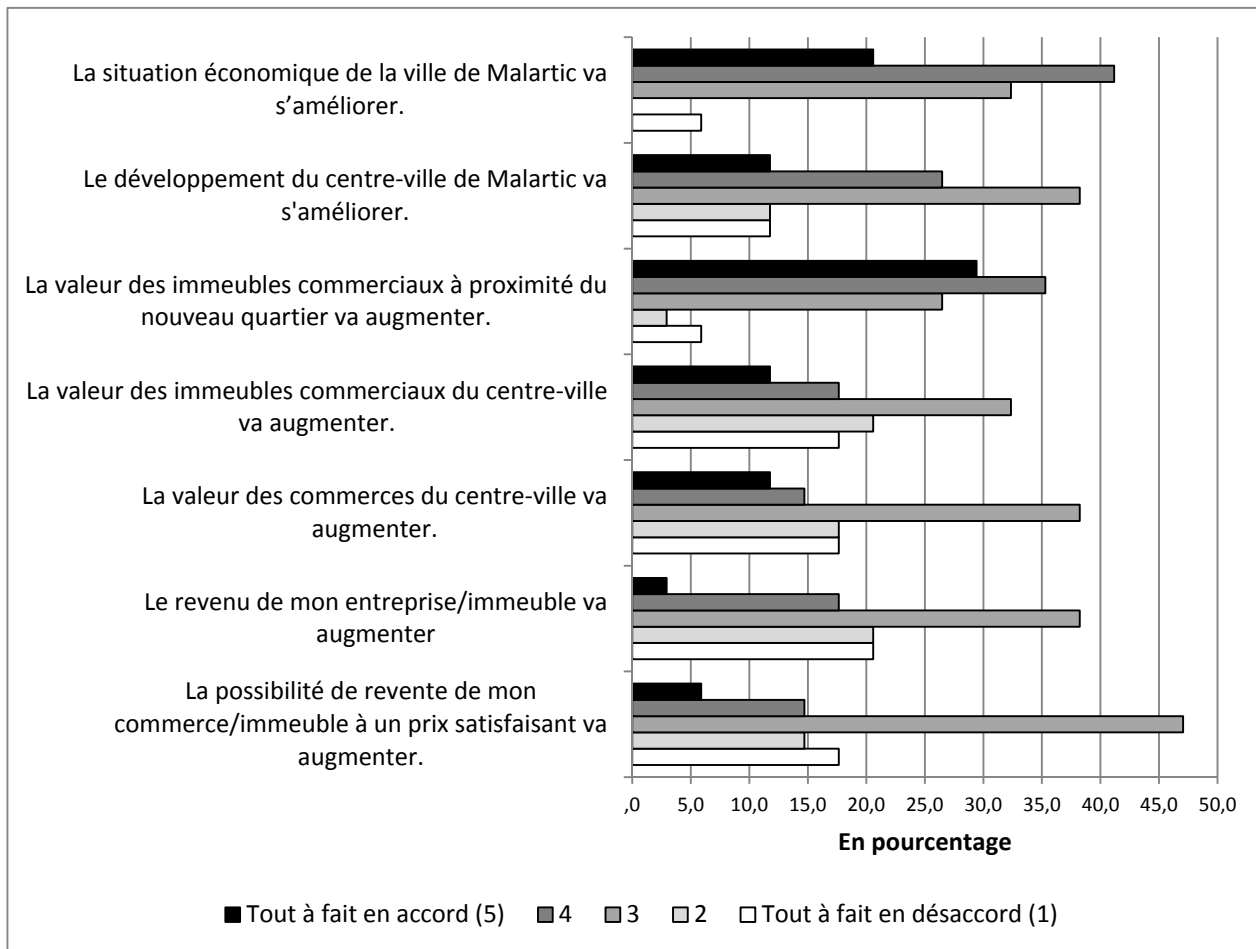
Les répondants se sont prononcés sur les affirmations proposées à l'aide d'une échelle de 1 à 5 où 1 signifiait « tout à fait en désaccord » et 5 signifiait « tout à fait en accord ». Le tableau 31 indique les scores obtenus pour les perceptions de l'évolution de la situation économique pour les cinq prochaines années.

Tableau 31 : Perceptions de l'évolution de la situation économique pour les cinq prochaines années

Énoncés	n	Score moyen	Écart-type
La situation économique de la ville de Malartic va s'améliorer	34	3,71	1,001
Le développement du centre-ville de Malartic va s'améliorer	34	3,15	1,158
La valeur des immeubles commerciaux à proximité du nouveau quartier va augmenter	34	3,79	1,095
La valeur des immeubles commerciaux du centre-ville va augmenter	34	2,85	1,258
La valeur des commerces du centre-ville va augmenter	34	2,85	1,234
Le revenu de mon entreprise/immeuble va augmenter	34	2,62	1,101
La possibilité de revente de mon commerce/immeuble à un prix satisfaisant va augmenter	34	2,76	1,103

Les perceptions étaient plutôt positives en ce qui concerne les incidences à long terme sur la valeur des immeubles commerciaux du quartier Nord-Ouest ou sur l'évolution de la situation économique à Malartic en général. La figure 9 illustre les proportions pour chacun des échelons de l'échelle de réponse.

Figure 9 : Proportions des réponses des perceptions de l'évolution de l'environnement économique pour les cinq prochaines années



2.14 Perceptions des problèmes et inquiétudes

Une proportion de 35% des répondants a affirmé que le projet minier *Canadian Malartic* leur causait des problèmes ou des inquiétudes.

Tableau 32 : Perceptions des problèmes et inquiétudes

Q27-Considérez-vous que le projet minier <i>Canadian Malartic</i> vous cause des problèmes ou des inquiétudes en rapport avec votre commerce ou votre immeuble commercial?	n	%
Oui	12	35,3
Non	22	64,7
Total	34	100,0

La proportion des répondants qui ont affirmé que la meilleure solution face à des problèmes en lien avec le projet minier serait de vendre leur commerce ou leur immeuble, si la possibilité leur était offerte, s'élevait à 67%.

Tableau 33 : Solutions envisagées

Q28-Veuillez indiquer le choix qui représenterait la meilleure solution face à ces problèmes pour vous si la possibilité vous était offerte?	n	%
Vendre mon commerce/immeuble	8	66,7
Relocaliser mon entreprise à Malartic à mes frais	1	8,3
Autres	3	25,0
Total	12	100,0

2.15 Perceptions des organismes de soutien disponibles

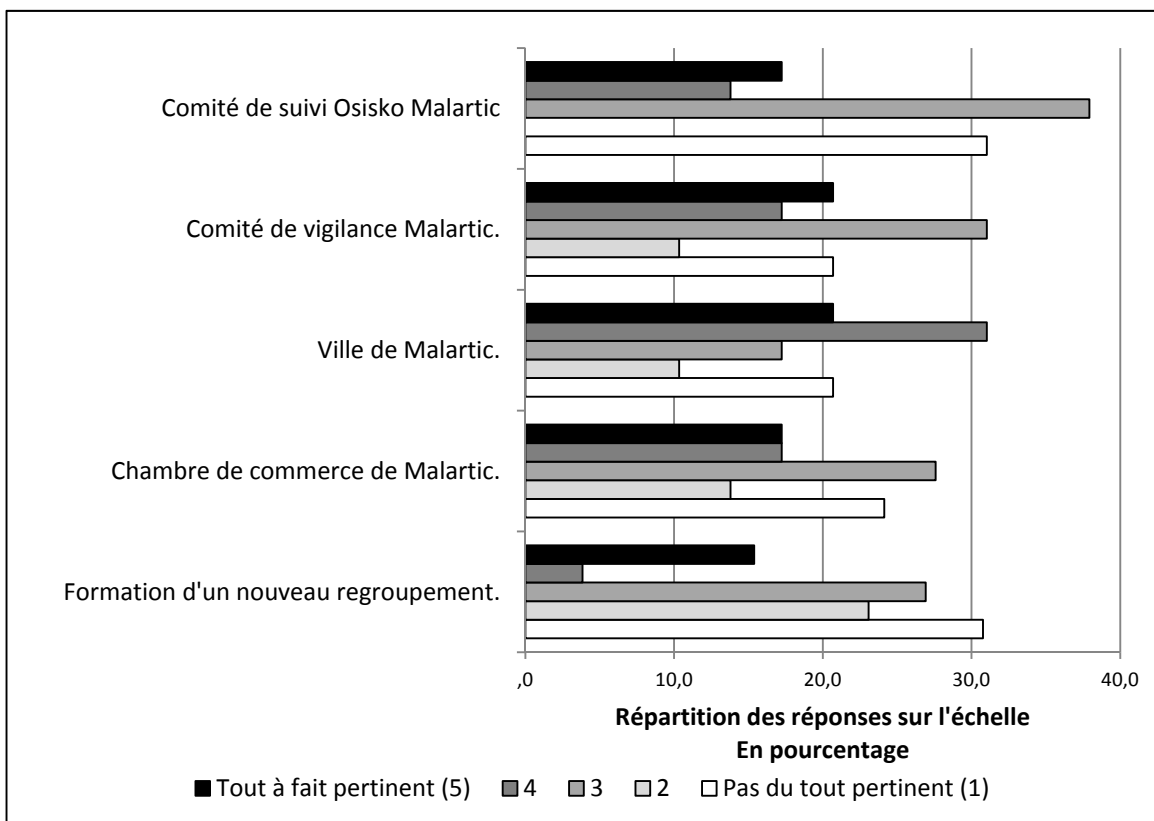
Une question visait à vérifier le niveau de confiance accordé aux organismes locaux pour trouver des solutions à la suite d'éventuels problèmes en lien avec le projet minier *Canadian Malartic*. Les répondants étaient invités à mentionner dans quelle mesure ils considéraient la pertinence des différentes organisations ou comités actifs à Malartic. Le tableau 34 indique les scores obtenus sur une échelle de 1 à 5 où 1 signifiait « pas du tout pertinent » et 5 signifiait « tout à fait pertinent ».

Tableau 34 : Pertinence des organismes locaux dans la recherche de solutions

Organisations ou comités locaux	n	Moyenne	Écart-type
Comité de suivi Osisko Malartic	29	2,86	1,457
Comité de vigilance Malartic	29	3,07	1,412
Ville de Malartic	29	3,21	1,449
Chambre de commerce de Malartic	29	2,90	1,423
Formation d'un nouveau regroupement	26	2,50	1,393
Autres	1	5,00	

Dans l'ensemble, les scores obtenus montrent que l'opinion des répondants était partagée. Une majorité de répondants considéraient que c'était la Ville de Malartic qui était plus à même de trouver des solutions face à des problèmes avec la minière. En outre, le Comité de vigilance était considéré plus pertinent que le Comité de suivi Osisko Malartic. En plus des choix suggérés, un répondant a indiqué un autre choix en mentionnant qu'il serait tout à fait pertinent de chercher des solutions directement avec un représentant d'Osisko. La figure 10 illustre la répartition des réponses obtenues pour chacun des échelons de l'échelle.

Figure 10 : Perceptions quant à la pertinence des organismes locaux pour la recherche de solutions



2.16 Organisation et participation des acteurs locaux

Il a été demandé aux participants au sondage d'indiquer s'ils étaient membres d'organisations ou regroupements de gens d'affaires dont ils avaient participé aux activités au cours des 12 derniers mois. Les répondants étaient invités à indiquer deux organisations, par ordre d'importance.

Tableau 35 : Participation dans des organismes ou regroupements de gens d'affaires au cours des 12 derniers mois.

	Première mention		Deuxième mention		Moyenne
	n	%	n	%	
Chambre de commerce	12	80,0%	1	20%	65,0%
Club Optimiste	1	6,7%			5,0%
Comité de suivi Osisko	1	6,7%			5,0%
Réunion Osisko	1	6,7%			5,0%
Nouveau regroupement			1	20%	5,0%
Réunion de conseil de ville			1	20%	5,0%
Regroupement québécois des résidences pour aînés (RQRA)			1	20%	5,0%
Société d'aide au développement des collectivités (SADC)			1	20%	5,0%
	15	100%	5	100%	100%

Dans l'ensemble, près de 45% des répondants ont affirmé n'avoir participé aux activités d'aucun regroupement au cours des 12 derniers mois.

2.17 Commentaires

Les répondants étaient invités à formuler des commentaires sur des aspects importants pour le secteur commercial à Malartic et qui n'auraient pas été abordés dans le questionnaire. Au total, 11 répondants (30%) ont formulé des commentaires.

Des répondants ont mentionné subir des inconvénients en raison du dynamitage et étaient inquiets face à l'avenir, suite à la fermeture de la mine. Certains ont mentionné qu'ils craignaient que les retombées économiques du projet minier *Canadian Malartic* soient insuffisantes pour assurer le développement économique de Malartic. D'autres ont mentionné que la Ville de Malartic devrait offrir des incitatifs pour stimuler le développement résidentiel et pour stimuler les investissements dans les commerces. Enfin, un répondant se disait très satisfait de l'implication de la minière et un autre soulevait le fait que son entreprise était en lien direct avec le projet minier. Le libellé de l'ensemble des commentaires recueillis est présenté dans le tableau 36.

Tableau 36 : Commentaires recueillis considérés importants pour le secteur commercial

Préoccupations et inquiétudes	Classification
« Détournement de la 117 »	Détournement de la route
« Climat d'incertitude/inquiétant. Pas d'augmentation de la population de Malartic si augmentation, elle semble minime. Impact négatif important sur les maisons et logements résidentiels à proximité de la mine (poussière, bruit, vibration). »	Incertain face à l'avenir. Inconvénients dus au dynamitage
« Mes locataires quittent les logements à cause du dynamitage depuis, je suis tannée de toujours relouer mes logements. Osisko nous dit que le dynamitage n'a pas d'impact sur nos immeubles. Eux ils se protègent et nous on paye. »	Inconvénients dus au dynamitage
« Le dynamitage a un impact sérieux sur nos immeubles. Les locataires se plaignent et vous parlez d'un centre-ville? J'aimerais qu'on m'explique où il est ce centre-ville. »	Inconvénients dus au dynamitage.
« Impact sur les immeubles des vibrations-Inquiétudes face à une nouvelle expropriation-Impact sur les commerces suite à la fermeture à moyen terme du projet. »	Inconvénients dus au dynamitage, inquiétudes face à l'avenir et après la fermeture de la mine.
« Je sais que Osisko a fait créer beaucoup d'emploi en région, mais si l'or chute... Elle sera toujours sous terre donc elle peut fermer tant elle veut et faire fermer la ville si elle veut. Une minière est ici et maitre en Abitibi. »	Inquiétudes face à l'avenir et après la fermeture de la mine.
« Je trouve qu'Osisko n'encourage pas les petites entreprises à tenir le coup. »	Retombées directes d'Osisko insuffisantes.
« Je considère que la ville a manqué à ses obligations en n'exigeant pas un pourcentage élevé de contenu local dans les projets de reconstruction des dernières années (ébénisterie, menuiserie, plomberie, etc.). Dans une petite municipalité comme ici, cela peut faire la différence pour de nombreux petits entrepreneurs. »	Responsabilités de la Ville - Retombées directes d'Osisko insuffisantes.
« Il faut développer des terrains à prix abordable pour attirer des gens à se bâtir à Malartic et avantager les commerces pour les moderniser et attirer d'autres commerces à s'installer ici. La minière Osisko n'aide pas tous les commerces [...]. »	Responsabilités de la Ville - Stimuler le développement résidentiel et les investissements dans les commerces.
Impact positif	
« Très satisfait de l'implication de la minière à tous les niveaux. »	Très satisfait.
« Gestion des ressources humaines-Associé au projet Osisko. »	Retombées directes d'Osisko.

CONCLUSION

Ce rapport avait pour objectif de dresser un portrait des perceptions des commerçants et des propriétaires d'immeubles commerciaux relatives à l'environnement économique de l'ensemble de la ville de Malartic au début de la phase d'exploitation du projet minier *Canadian Malartic*. Les perceptions ont été regroupées en quatre grands thèmes : 1. l'environnement économique; 2. l'évolution de la situation pour les cinq prochaines années; 3. les problèmes et inquiétudes; 4. les organismes de soutien disponibles.

Cette étude s'est effectuée dans le cadre d'une étude longitudinale plus globale sur les incidences sociales du projet *Canadian Malartic* menée par la Chaire Desjardins en développement des petites collectivités de l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT). Ainsi, une deuxième collecte de données s'adressant au même groupe de participants est prévue durant la phase d'exploitation, dans quelques années. Il sera alors possible de suivre dans le temps, alors que le projet *Canadian Malartic* sera plus avancé, l'évolution des perceptions.

ANNEXE I : QUESTIONNAIRE

Titre de la recherche : Incidences du projet *Canadian Malartic* sur le secteur commercial de la ville de Malartic

QUESTIONNAIRE

Le présent questionnaire s'adresse au propriétaire d'un immeuble commercial ou au propriétaire/dirigeant d'une entreprise commerciale de la ville de Malartic.

Ce questionnaire s'adresse au commerce ou à l'immeuble correspondant à l'adresse suivante :

Si vous êtes propriétaire de plus d'un commerce ou d'un immeuble commercial à Malartic, il est possible que vous receviez plus d'un questionnaire. Veuillez répondre aux sections A et B pour chacun des commerces ou immeubles pour lesquels vous avez reçu un questionnaire. Veuillez répondre une seule fois aux sections C et D et veuillez indiquer ci-dessous si cela s'applique à votre situation: J'ai déjà répondu aux sections C et D pour un autre commerce/immeuble :

QUELQUES CONSIGNES :

- 1) Des indications seront fournies pour vous aider à remplir le questionnaire. Veuillez y accorder la plus grande attention possible.
- 2) Chacune des personnes participantes a le droit de répondre ou de ne pas répondre à ce questionnaire, et ce, en partie ou en totalité.
- 3) Veuillez prendre note que le masculin est utilisé dans ce questionnaire dans le seul but d'alléger le texte.

Nous vous remercions sincèrement du temps que vous consacrez et de l'attention que vous portez à ce questionnaire. Les informations recueillies nous sont indispensables afin de mener à bien le projet de recherche.

Retournez le questionnaire rempli dans l'enveloppe-réponse à l'adresse suivante :

Chaire Desjardins en développement des petites collectivités
445 boul. de l'Université
Rouyn-Noranda (Qué.) J9X 5E4

QUESTIONNAIRE

Section A – Profil de l'entreprise et description des activités commerciales

La prochaine série de questions concerne la description de l'entreprise et de vos activités commerciales. Si vous êtes propriétaire de l'immeuble commercial sans y opérer un commerce, passez à la section B.

1. Parmi les catégories suivantes, laquelle décrit le mieux vos activités commerciales?
 commerce de détail
 commerce de gros
 services personnels
 services professionnels
 restauration et hébergement
 autres, spécifier : _____
2. Quels sont les principaux produits ou services de votre entreprise?
Spécifiez : _____
3. Votre entreprise a-t-elle sa principale place d'affaires à Malartic?
 Oui, continuez à la question 5
 Non
4. Votre entreprise a une place d'affaires à Malartic depuis quelle année?

5. Quel est le type de propriété de votre entreprise?
 entreprise indépendante
 franchise
 succursale, continuez à la question 8
 chaîne, continuez à la question 8
 autres, (préciser): _____
6. De quelle façon êtes-vous devenu propriétaire/dirigeant de cette entreprise?
 j'ai créé l'entreprise
 un rachat
 relève de l'entreprise familiale
 autres (préciser) : _____
7. L'entreprise que vous dirigez a été fondée en quelle année?

8. Votre entreprise compte combien d'employés qui travaillent à Malartic? Indiquez le nombre d'employés.
_____ employés à temps plein
_____ employés à temps partiel
9. Veuillez répartir la proportion de vos ventes selon le type de clientèle parmi les catégories suivantes :
_____ % particulier
_____ % entreprise
_____ % institutionnelle
100 % Total
10. Concernant la provenance de votre clientèle, veuillez en estimer le pourcentage selon les secteurs géographiques suivants :
_____ % clientèle locale (résidents de Malartic)
_____ % clientèle régionale (clients de la région, provenant de l'extérieur de Malartic)
_____ % clientèle provenant de l'extérieur de la région
_____ % visiteurs/touristes
100 % Total
11. Quel a été le chiffre d'affaires de votre commerce pour l'année 2011?
 Moins de 50 000 \$
 50 000 \$ à 99 999 \$
 100 000 \$ à 149 999 \$
 150 000 \$ à 249 999 \$
 250 000 \$ à 499 999 \$
 500 000 \$ à 999 999 \$
 1 000 000 \$ à 1 999 999 \$
 2 000 000 \$ et plus
12. Durant la **phase de construction** de la mine *Canadian Malartic*, soit pour la période du **début de 2009 au début de 2011**, quelle a été l'évolution du chiffre d'affaires de votre entreprise?
 a beaucoup diminué (15% et plus)
 a légèrement diminué (5 à 14%)
 est resté plutôt stable (0 à 4%)
 a légèrement augmenté (5 à 14%)
 a beaucoup augmenté (15% et plus)
13. Depuis le début de la **phase d'exploitation** de la mine *Canadian Malartic*, soit depuis le **début de l'année 2011**, quelle a été l'évolution du chiffre d'affaires de votre entreprise?

- a beaucoup diminué (15% et plus) a légèrement augmenté (5 à 14%)
 a légèrement diminué (5 à 14%) a beaucoup augmenté (15% et plus)
 est resté plutôt stable (0 à 4%)

14. Veuillez indiquer quelles sont vos intentions quant au développement de vos activités commerciales **à court terme (1 à 3 ans)**. Veuillez répondre pour chacun des énoncés suivants :

	Oui	Non
J'ai l'intention d'investir pour augmenter le chiffre d'affaires de mon entreprise actuelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai l'intention de développer de nouveaux produits/services dans mon entreprise actuelle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai l'intention de démarrer une nouvelle entreprise à Malartic.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai l'intention de démarrer une nouvelle entreprise à l'extérieur de Malartic.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai l'intention de déménager mon entreprise à Malartic.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai l'intention de déménager mon entreprise à l'extérieur de Malartic.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Êtes-vous propriétaire ou locataire de l'immeuble commercial?

- Propriétaire
 Locataire, continuez à la section C

Section B – Description de l'immeuble et description des activités locatives

Cette section s'adresse au propriétaire de l'immeuble commercial. Si vous n'êtes pas propriétaire de l'immeuble, passez à la section C

16. Vous êtes propriétaire de l'immeuble depuis quelle année?

17. Votre immeuble a été construit en quelle année?

18. Quelle est la superficie commerciale de votre immeuble? Veuillez indiquer le nombre de pieds carrés.

_____ pieds carrés

19. Quelle est la proportion de la vocation commerciale de votre immeuble? Veuillez en répartir la proportion selon les catégories suivantes :

_____ % locative commerciale
 _____ % locative résidentielle
 _____ % propriétaire occupant
100 %

20. Quelle est la portion commerciale de votre immeuble qui est présentement vacante? Indiquez le pourcentage.

_____ % vacant (partie commerciale)

21. **Depuis les trois dernières années**, quelle a été l'évolution du **taux d'occupation** de votre immeuble pour la partie commerciale?

- a beaucoup diminué (15% et plus) a légèrement augmenté (5 à 14%)
 a légèrement diminué (5 à 14%) a beaucoup augmenté (15% et plus)
 est resté plutôt stable (0 à 4%) ne s'applique pas (propriétaire occupant)

22. **Depuis les trois dernières années**, quelle est l'évolution du **taux de location** (prix du loyer) de votre immeuble pour la partie commerciale?

- a beaucoup diminué (15% et plus) a légèrement augmenté (5 à 14%)
 a légèrement diminué (5 à 14%) a beaucoup augmenté (15% et plus)
 est resté plutôt stable (0 à 4%) ne s'applique pas (propriétaire occupant)

23. Avez-vous fait de nouveaux investissements dans votre immeuble commercial **depuis l'année 2009**?

- Oui
 Non

24. Avez-vous l'intention de faire de nouveaux investissements dans votre immeuble commercial **au cours des cinq (5) prochaines années**?

- Oui
 Non
 Ne sait pas

Section C – Perceptions de l’environnement économique

Les deux prochaines séries de questions portent sur vos perceptions de l’environnement économique actuel et futur. Veuillez lire attentivement chacun des énoncés.

25.	Concernant l’environnement économique actuel, dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants? Répondez selon l’échelle suivante :	Tout à fait en désaccord					Tout à fait en accord				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
a.	Le projet <i>Canadian Malartic</i> procure des opportunités pour mon commerce ou pour mon immeuble commercial										
b.	Les activités du projet <i>Canadian Malartic</i> sont favorables au développement économique de mon quartier										
c.	Les activités du projet <i>Canadian Malartic</i> sont favorables au développement économique de la ville de Malartic										
d.	L’environnement physique actuel de mon quartier est favorable aux activités commerciales										
e.	Le centre-ville de Malartic est attrayant										
f.	L’achalandage des commerces du centre-ville a augmenté au cours de la dernière année										
g.	Je suis inquiet pour mon commerce/immeuble commercial des changements qu’occasionnerait une voie de contournement partielle ou totale de la route 117										
26.	Indiquez pour chacun des éléments de la liste suivante <u>vos perceptions</u> concernant l’évolution de la situation pour les cinq prochaines années . Veuillez bien lire chacun des énoncés et indiquez à quel niveau vous êtes en accord ou en désaccord. Répondez selon l’échelle suivante :	Tout à fait en désaccord					Tout à fait en accord				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
a.	la situation économique de la ville de Malartic va s’améliorer										
b.	le développement du centre-ville de Malartic va s’améliorer										
c.	la valeur des immeubles commerciaux à proximité du nouveau quartier va augmenter										
d.	la valeur des immeubles commerciaux du centre-ville va augmenter										
e.	la valeur des commerces du centre-ville va augmenter										
f.	le revenu de mon entreprise/immeuble va augmenter										
g.	la possibilité de revente de mon commerce/immeuble à un prix satisfaisant va augmenter										
27.	Considérez-vous que le projet minier <i>Canadian Malartic</i> vous cause des problèmes ou des inquiétudes en rapport avec votre commerce ou votre immeuble commercial? <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non, continuez à la question 28										
28.	Veuillez indiquer le choix qui représenterait la meilleure solution face à ces problèmes pour vous si la possibilité vous était offerte? <input type="checkbox"/> Vendre mon commerce/immeuble <input type="checkbox"/> Relocaliser mon entreprise à Malartic à mes frais <input type="checkbox"/> Relocaliser mon entreprise à l’extérieur de Malartic à mes frais <input type="checkbox"/> Autres : _____										
29.	Selon vous, quels organismes locaux parmi les suivants pourraient vous aider dans la recherche de solutions à la suite d’éventuels problèmes en lien avec le projet minier <i>Canadian Malartic</i> ? Indiquer vos choix selon l’échelle suivante :	Pas du tout pertinent					Tout à fait pertinent				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Comité de suivi Osisko Malartic										
	Comité de vigilance de Malartic										
	Ville de Malartic										
	Chambre de commerce de Malartic										

Formation d'un nouveau regroupement 1 2 3 4 5

Autres : (spécifier) _____ 1 2 3 4 5

30. Veuillez indiquer jusqu'à deux organisations ou regroupements de gens d'affaires dont vous êtes membre et auxquels vous avez participé au cours des douze (12) derniers mois, par ordre d'importance :

1. _____ 2. _____

Je n'ai participé aux activités d'aucun regroupement au cours des 12 derniers mois.

Section D – Caractéristiques sociodémographiques

31. Êtes-vous originaire de Malartic?

Oui
 Non

32. Parmi les secteurs suivants, lequel habitez-vous?

Malartic
 Rivière-Héva
 Val d'Or
 Autres, préciser : _____

33. Quel est votre niveau de scolarité?

Primaire
 Secondaire sans diplôme
 Secondaire avec diplôme
 Secondaire professionnel
 Collégial sans diplôme
 Collégial avec diplôme
 Universitaire sans diplôme
 Universitaire avec diplôme

34. Vous êtes :

Un homme
 Une femme

35. En quelle année êtes-vous né?

36. Étant donné que nous étudierons les impacts sociaux et économiques du projet *Canadian Malartic* sur plusieurs années, accepteriez-vous dans le futur de répondre à nouveau à un tel questionnaire?

Oui
 Non

Nous vous prions de formuler vos commentaires sur des aspects que vous considérez comme importants pour le secteur commercial à Malartic et qui n'auraient pas été abordés dans ce questionnaire :

Merci de votre participation!

ANNEXE II : DÉFINITIONS ET TYPOLOGIE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

Source : Industrie Canada (en ligne : www.ic.gc.ca)

Le code SCIAN fait référence au Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) Canada 2012.

Commerce de détail (SCIAN 44-45): Le secteur du commerce de détail comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre des marchandises au détail, généralement sans transformation, et à fournir des services connexes. Parmi ces établissements, on compte les magasins de fournitures de bureau, les magasins d'ordinateurs et de logiciels, les stations-service, les vendeurs de matériaux de construction, les magasins de fournitures de plomberie et de fournitures électriques.

Commerce de gros (SCIAN 41): Ce secteur comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre en gros des marchandises et à fournir des services connexes de logistique, de marketing et de soutien. En général, la vente en gros est une étape intermédiaire de la distribution de marchandises; beaucoup de grossistes sont donc organisés pour vendre des marchandises en grandes quantités à des détaillants, à des entreprises et à une clientèle institutionnelle. Cependant, certains grossistes, notamment ceux qui fournissent des biens d'équipement qui ne sont pas de grande consommation, vendent des marchandises à la pièce aux utilisateurs finals.

Hébergement et services de restauration (SCIAN 72): Ce secteur comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir de l'hébergement de courte durée et des services complémentaires à des voyageurs, des vacanciers et d'autres personnes dans des installations telles que des hôtels, des auberges routières, des centres de villégiature, des motels, des hôtels-casinos, des gîtes touristiques, des chalets et cabines sans services, des parcs pour véhicules de plaisance et des campings, des camps de chasse et de pêche et différents types de camps de loisirs et de camps d'aventure. Sont aussi compris dans ce secteur les établissements dont l'activité principale consiste à préparer des repas, des repas légers et des boissons commandés par les clients pour consommation immédiate sur place ou à l'extérieur de l'établissement.

Services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 54): Ce secteur comprend les établissements dont l'activité principale repose sur le capital humain, qui constitue de ce fait le principal facteur de production. Ces établissements offrent les connaissances et les compétences de leurs employés, souvent dans le cadre d'affectations. Les différentes classes de ce secteur sont définies en fonction de l'expertise et de la formation du fournisseur de services.

Les principales composantes de ce secteur sont : les services juridiques; les services de comptabilité et les services connexes; l'architecture, le génie et les services connexes; les services de prospection et de levé et les services d'arpentage et de cartographie; les services de design; les services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques; les services de recherche et de développement scientifiques; la publicité et les services connexes.

Autres services (SCIAN 81): Ce secteur comprend les établissements qui ne figurent dans aucun autre secteur et dont l'activité principale consiste : à effectuer la réparation ou l'entretien préventif de véhicules automobiles, de machines, de matériel et d'autres produits pour en garantir le bon fonctionnement; à fournir des services de soins personnels, des services funéraires, des services de blanchissage et d'autres services aux particuliers tels que des soins pour animaux de maison et des services de développement et de tirage de photos; à organiser et à promouvoir des activités religieuses; à appuyer diverses causes par des subventions, à défendre (promouvoir) diverses causes sociales et politiques et à favoriser et défendre les intérêts de leurs membres.

Nous avons ajouté une catégorie pour distinguer les services de soins personnels des « autres services ».

Classification et regroupement des activités commerciales utilisés dans la présentation des résultats et correspondance des secteurs d'activités économiques d'Industrie Canada.

Typologie utilisée	Secteurs d'activités économiques	Code SCIAN
Commerce de détail	Commerce de détail	44-45
Commerce de gros	Commerce de gros	41
Services personnels	Autres services	81
Services professionnels, scientifiques et techniques	Services professionnels, scientifiques et techniques	54
	Services administratifs, de soutien, de gestion des déchets et d'assainissement	56
	Services d'enseignement	61
	Soins de santé et assistance sociale	62
	Assurances	52
Hébergement et services de restauration	Hébergement et services de restauration	72
Autres services	Autres services	81
	Construction	23
	Fabrication	31
	Transport et entreposage	48
	Industrie de l'information et industrie culturelle	51
	Finance	52
	Services immobiliers et services de location et de location de bail	53
	Arts, spectacles et loisirs	71

ANNEXE III : FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

TITRE DU PROJET DE RECHERCHE : TRANSFORMATIONS ET BOULEVERSEMENTS D'UN TERRITOIRE : LE CAS DE LA MUNICIPALITÉ DE MALARTIC – INCIDENCES SUR LE SECTEUR COMMERCIAL DE LA VILLE DE MALARTIC

NOM DES CHERCHEURS ET LEUR APPARTENANCE :
Patrice LeBlanc, chercheur principal (UER développement humain et social, UQAT);
Hugo Asselin (UER développement humain et social, UQAT);
Bruno Bussière (UER sciences appliquées, UQAT);
Augustin Épenda (UER développement humain et social, UQAT);
André Gagnon (UER développement humain et social, UQAT).

COMMANDITAIRE OU SOURCE DE FINANCEMENT : Chaire Desjardins en développement des petites collectivités

DURÉE DU PROJET : 8 mois – Mai à décembre 2012

CERTIFICAT D'ÉTHIQUE ÉMIS PAR LE COMITÉ D'ÉTHIQUE DE LA RECHERCHE DE L'UQAT LE : 28 MARS 2011

PRÉAMBULE :

Nous vous demandons de participer à un projet de recherche qui implique de répondre à un questionnaire. Avant d'accepter de participer à ce projet de recherche, veuillez prendre le temps de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent. Ce formulaire de consentement vous explique le but de cette étude, les procédures, les avantages, les risques et inconvénients, de même que les personnes avec qui communiquer si vous avez des questions concernant le déroulement de la recherche ou vos droits en tant que participant.

Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles au chercheur et aux autres membres du personnel affecté au projet de recherche et à leur demander de vous expliquer tout mot ou renseignement qui n'est pas clair.

BUT DE LA RECHERCHE :

Comme vous le savez sûrement, la ville de Malartic connaît d'importants changements suite au développement du projet minier à ciel ouvert *Canadian Malartic*. Le but de la présente recherche est de vérifier l'influence de ces changements et de leurs incidences sur le secteur commercial de la ville de Malartic. Plus spécifiquement, l'objectif de la recherche est de décrire les incidences, positives ou négatives, du projet minier *Canadian Malartic* sur le secteur commercial et d'examiner l'évolution de ces incidences pour chacune des phases du projet minier. Pour réaliser cette recherche, l'ensemble des commerçants et des propriétaires d'immeubles commerciaux de la ville de Malartic seront sollicités pour répondre au questionnaire.

DESCRIPTION DE VOTRE PARTICIPATION À LA RECHERCHE :

Dans le cadre de cette recherche, nous vous demandons de répondre à un questionnaire qui permettra de décrire vos activités commerciales ou locatives et leur évolution. Des questions porteront également sur vos perceptions de l'environnement économique actuel et futur à Malartic. D'autres questions porteront sur vos perceptions des problèmes et des solutions que vous envisagez. Enfin, d'autres questions porteront sur votre participation à des organismes locaux. La durée prévue pour répondre au questionnaire est d'environ trente (30) minutes.

AVANTAGES POUVANT DÉCOULER DE VOTRE PARTICIPATION :

Le principal avantage découlant de votre participation est de contribuer à mieux connaître les incidences du projet *Canadian Malartic* sur le secteur commercial, ce qui pourrait permettre de mener à des actions concrètes pour favoriser le développement de Malartic.

RISQUES ET INCONVÉNIENTS POUVANT DÉCOULER DE VOTRE PARTICIPATION :

Votre participation implique de consacrer du temps à répondre au questionnaire. De plus, il peut arriver que vous éprouviez un certain malaise à répondre à certaines questions. Vous pouvez en tout temps décider de ne pas répondre à des questions.

ENGAGEMENTS ET MESURES VISANT À ASSURER LA CONFIDENTIALITÉ :

Les chercheurs affectés à cette étude s'engagent formellement à garantir la confidentialité de toute information que vous leur communiquerez. De même, nous tenons à garantir que les informations contenues dans les questionnaires resteront confidentielles. Tous les questionnaires remplis lors du sondage seront conservés sous clef, c'est-à-dire dans un classeur accessible seulement aux membres de l'équipe de recherche. Une fois les analyses complétées, les questionnaires seront tous détruits. Les fichiers d'analyse seront conservés dans un ordinateur dont l'accès est protégé par un mot de passe. Au moment de la rédaction, les chercheurs prendront la précaution de n'inclure aucune information qui permettrait d'identifier un participant.

De plus, les chercheurs s'engagent également à assurer l'anonymat au moment de la diffusion des résultats qui, eux, afficheront uniquement des résultats globaux provenant d'un ensemble de répondants.

INDEMNITÉ COMPENSATOIRE :

Vous ne recevrez aucune rémunération pour votre participation au projet.

COMMERCIALISATION DES RÉSULTATS ET / OU CONFLITS D'INTÉRÊTS :

Les chercheurs n'entendent pas commercialiser les résultats de cette étude et affirment ne pas être en conflit d'intérêts.

DIFFUSION DES RÉSULTATS :

À la fin du projet de recherche, les chercheurs produiront un rapport de l'étude dont un exemplaire sera publié sur le site internet de la Chaire Desjardins en développement des petites collectivités de l'UQAT. Les conclusions de l'étude pourraient également être diffusées par le journal communautaire de Malartic, par l'entremise du comité de suivi Osisko Malartic ou lors de conférences publiques. Enfin, un résumé du rapport pourra également vous être envoyé si vous en faites la demande.

ÉTUDE ULTÉRIEURE :

Il est prévu d'effectuer un deuxième sondage sur les incidences sur le secteur commercial durant l'année 2016 afin d'évaluer l'évolution de vos perceptions. Si vous acceptez de participer à la deuxième enquête, vos coordonnées seront conservées dans un classeur indépendant jusqu'à la deuxième collecte de données prévue en 2016. Une question vous sera posée à cet effet à la fin du questionnaire.

CLAUSE DE RESPONSABILITÉ :

En acceptant de participer à cette étude, vous ne renoncez à aucun de vos droits ni ne libérez les chercheurs, les commanditaires ou les institutions impliquées de leurs obligations légales et professionnelles à votre égard.

LA PARTICIPATION DANS UNE RECHERCHE EST VOLONTAIRE :

Votre collaboration à cette étude est entièrement volontaire et vous avez le droit de refuser de participer. Vous êtes entièrement libre de ne pas répondre à toutes les questions sans conséquence pour vous et sans avoir à justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer, le questionnaire et les données vous concernant seront détruits.

Pour tout renseignement supplémentaire concernant vos droits, vous pouvez vous adresser au :

Comité d'éthique de la recherche impliquant des êtres humains
UQAT
Vice-rectorat à l'enseignement et à la recherche
445, boul. de l'Université, Bureau B-309
Rouyn-Noranda (Qc) J9X 5E4
Téléphone : (819) 762-0971 # 2252
(ligne sans frais : 1-877-870-8728)
maryse.delisle@uqat.ca

CONSENTEMENT :

Je, soussigné(e), accepte volontairement de participer à l'étude « Transformations et bouleversement d'un territoire : Le cas de la municipalité de Malartic – Incidences sur le secteur commercial de la ville de Malartic ».

Nom du participant (lettres moulées)

Signature du participant

Date

Ce consentement était obtenu par :



Patrice LeBlanc
Nom du chercheur

Le 30 mai 2012

QUESTIONS :

Si vous avez d'autres questions plus tard et tout au long de cette étude, vous pouvez rejoindre :

Chercheur, nom, numéro de téléphone : Patrice LeBlanc, chercheur principal,

819-762-0971 (sans frais : 1-877-870-8728), poste 2331

Veillez conserver un exemplaire de ce formulaire pour vos dossiers.