



# l'observatoire

## La région aux 20 000 lacs



L'Abitibi-Témiscamingue compte non pas 100 000 lacs, comme on l'entend régulièrement, mais plutôt 20 000, soit cinq fois moins. Ce quiproquo a pris sa source il y a plus de trente ans. Petite histoire d'un grand mythe !

Au début des années 1970, l'association touristique couvrait un territoire qui dépassait de beaucoup les frontières actuelles de l'Abitibi-Témiscamingue. En effet, la région touristique englobait la totalité de la réserve faunique la Vérendrye, le réservoir Gouin, Chibougamau et Matagami. L'expression « la région aux 100 000 lacs » avait été lancée comme un slogan par l'association à l'époque, sans inventaire quelconque. Ce slogan était tellement accrocheur qu'il a perduré dans le temps et demeure omniprésent encore aujourd'hui. Mais quand on sait que l'ensemble du Québec compte moins de 150 000 lacs...

### Nombre de lacs selon la région, 2004

| Région                                   | Nombre  |
|--|---------|
| Centre-du-Québec                         | 105     |
| Chaudière-Appalaches                     | 613     |
| Estrie                                   | 370     |
| Montréal                                 | 367     |
| Lanaudière                               | 1 362   |
| Laurentides                              | 2 245   |
| Bas-Saint-Laurent (+Gaspésie+Îles)       | 3 033   |
| Montréal (+ Laval)                       | 3 895   |
| Capitale-Nationale                       | 5 938   |
| Mauricie                                 | 16 443  |
| Abitibi-Témiscamingue                    | 20 240  |
| Outaouais                                | 23 577  |
| Côte-Nord                                | 23 830  |
| Saguenay-Lac-Saint-Jean                  | 34 238  |
| Nord-du-Québec (inventaire non complété) | 6 234   |
| Ensemble du Québec                       | 144 709 |

\* : Plusieurs lacs, particulièrement dans le Nord-du-Québec, n'ont pas encore été répertoriés dans la banque de données. Requête faite en nov. 2004. Lacs visibles sur une carte au 1 : 50 000. Source : *Fichier des lacs et des cours d'eau du Centre d'expertise hydrique du Québec.*

L'Abitibi-Témiscamingue peut tout de même se vanter d'être une région de lacs. Elle en compte même un pour sept habitants ! Seules les régions du Nord-du-Québec (où l'inventaire est loin d'être complété), du Saguenay-Lac-Saint-Jean, de la Côte-Nord et de l'Outaouais en comptent davantage, la plaçant au 5<sup>e</sup> rang des régions du Québec quant à son nombre de lacs, suivi par la Mauricie.

La province compte 89 très grands plans d'eau mesurant plus de 100 km<sup>2</sup>. Parmi ceux-ci, les deux tiers se trouvent dans le Nord-du-Québec et sont difficilement accessibles. On en compte neuf en Abitibi-Témiscamingue, soit les lacs Abitibi, Parent, Simard, Des Quinze, Kipawa, Témiscamingue, le Grand lac Victoria ainsi que les réservoirs Decelles et Dozois. Ils représentent 10 % des grands lacs du Québec et 30 % des grands lacs facilement accessibles.

C'est donc presque 10 % du territoire de la région qui est couvert d'étendues d'eau, correspondant à une superficie

### Nombre de lacs et superficie selon la MRC de l'Abitibi-Témiscamingue, 1995

| MRC            | Nombre de lacs | Superficie en lacs (km <sup>2</sup> ) | Superficie de la MRC | Étendues d'eau (%) | Lacs de plus de 100 km <sup>2</sup> |
|----------------|----------------|---------------------------------------|----------------------|--------------------|-------------------------------------|
| Abitibi        | 393            | 220                                   | 7 948                | 2,8                | 0                                   |
| Abitibi-Ouest  | 169            | 256                                   | 3 416                | 7,5                | 1                                   |
| Rouyn-Noranda  | 627            | 384                                   | 6 638                | 5,8                | 0                                   |
| Témiscamingue  | 7 544          | 2 542                                 | 19 244               | 13,2               | 6                                   |
| Vallée-de-l'Or | 11 301         | 2 468                                 | 27 632               | 8,9                | 2                                   |
| Total région   | 20 034         | 5 870                                 | 64 878               | 9,1                | 9                                   |

Source : *Plan de développement régional associé aux ressources fauniques*, Société de la faune et des parcs, 2002. Note : le total du nombre de lacs de la région diffère entre les deux tableaux car la date de la requête est plus récente pour l'autre tableau. La banque de données est la même et elle est encore non-complète à ce jour.

**Ce mois-ci :**  
Le mythe des 100 000 lacs, le portrait de l'économie sociale et la mise en marché des produits agroalimentaires de la région.

en eau de 5 870 km<sup>2</sup>. La MRC de La Vallée-de-l'Or compte le plus grand nombre de lacs, soit 11 301, suivie par le Témiscamingue, où on en trouve 7 544. Toutefois, ces deux territoires possèdent une superficie en lacs quasi-équivalente.

Parmi l'ensemble des lacs de la région, près de 15 000, soit 75 %, ne portent même pas de nom ! Ces lacs sont dispersés un peu partout en forêt - un survol en avion suffit pour s'en convaincre - et quelques-uns sont le fruit de barrages de castors.

À nos 20 000 lacs s'ajoutent un grand nombre de rivières, dont les principales sont la rivière des Outaouais, l'Harricana, la Kinojévis ainsi que la Bell. Une superficie de 3 864 km<sup>2</sup> de milieux humides, marais et marécages viennent compléter le portrait.

Le grand nombre de lacs de la région s'explique entre autres par son relief très plat, qui permet aux rivières et aux lacs de s'étendre allègrement.

# dos sier □ □ □ Économie

## Conjuguer économie et social



L'économie sociale représente tout un pan de l'économie qui, bien qu'important, demeure flou aux yeux de plusieurs. Une première étude réalisée sur le sujet dans la région trace un portrait global de ce secteur de l'économie qui vise deux cibles : la rentabilité sociale et la rentabilité économique.

Une entreprise d'économie sociale est une entreprise collective qui vend des biens et des services en visant le bien commun. Son mode de gestion valorise la démocratie et le respect de la personne. Voilà pour la théorie.

En pratique, quatre critères doivent être présents pour qu'une entreprise soit identifiée au champ de l'économie sociale : elle doit être dotée d'une mission sociale (soit de favoriser l'embauche de personnes handicapées, de fournir de l'aide aux familles à faible revenu, etc.). Ensuite, il doit bien s'agir d'une entreprise, c'est-à-dire qu'elle doit offrir des emplois et des services. Elle doit aussi avoir une capacité d'autofinancement relativement importante. Finalement, la notion de démocratie doit être présente,

### Entreprises d'économie sociale selon le secteur d'activité, 2003

| Secteur d'activité  | Nombre     |
|---|------------|
| Aide domestique (travaux ménagers, maintien à domicile, popote roulante)      | 8          |
| Culture (écoles de musique, troupes de théâtre)                               | 27         |
| Médias, NTI (médias communautaires)   | 10         |
| Centres de la petite enfance (CPE)  | 18         |
| Production et transformation (ateliers de couture, serres)                    | 6          |
| Commerces et services (coopératives funéraires, Centre d'amitié autochtone)   | 7          |
| Forêt (coopératives, associations forestières)                                | 24         |
| Habitation (coopératives)   | 8          |
| Hébergement (personnes âgées, à faible revenu, en perte d'autonomie)          | 16         |
| Loisir-tourisme (clubs de golf, motoneige, centre de ski, bureau touristique) | 51         |
| Agroalimentaire (coopérative alimentaire ou d'utilisation de machinerie)      | 20         |
| Récupération et recyclage (vêtements de seconde main)                         | 7          |
| Transport (adapté, coopérative de taxi)                                       | 13         |
| Autres secteurs (animation jeunesse, alphabétisation, maison de la famille)   | 24         |
| <b>Total</b>  | <b>239</b> |

référant au fait que l'entreprise possède un conseil d'administration et ne doit pas appartenir à une seule famille, par exemple. Les coopératives, même si elles ne génèrent pas d'emploi, font d'office partie de l'économie sociale.

Au niveau juridique, les entreprises d'économie sociale sont essentiellement des organismes à but non lucratif (80 %), des coopératives ou des mutuelles (20 %). Au niveau administratif, 88 % des entreprises ont des membres. Les deux tiers des conseils d'administration comptent entre 6 et 10 membres et ceux-ci se répartissent équitablement entre hommes et femmes. Seules 10 % des entreprises d'économie sociale sont syndiquées.

### Le portrait

L'Abitibi-Témiscamingue compte 239 entreprises d'économie sociale, réparties dans 43 municipalités, réserves, établissements autochtones ou territoires non organisés. C'est à Rouyn-Noranda qu'on en compte le plus grand nombre, mais au prorata de la population, c'est au Témiscamingue

## La définition officielle

### Économie

Concept qui renvoie à la production concrète de biens ou de services ayant l'entreprise comme forme d'organisation et contribuant à une augmentation nette de la richesse collective.

### Sociale

Notion qui réfère à la rentabilité sociale et non purement économique de ces activités. Cette rentabilité s'évalue par la contribution au développement démocratique, par le soutien d'une citoyenneté active, par la promotion des valeurs et d'initiatives de prise en charge individuelle et collective. La rentabilité sociale contribue donc à l'amélioration de la qualité de vie et du bien-être de la population.

Source : Chantier de l'économie sociale, *Conjuguer l'économie et le social*.

### Entreprises d'économie sociale selon la MRC, la masse salariale et les revenus moyens, 2003

| MRC                          | Nombre     | Masse salariale moyenne | Moyenne des revenus |
|------------------------------|------------|-------------------------|---------------------|
| MRC Abitibi                  | 47         | 265 000 \$              | 550 000 \$          |
| MRC Abitibi-Ouest            | 28         | 200 000 \$              | 287 000 \$          |
| MRC Rouyn-Noranda            | 70         | 283 000 \$              | 630 000 \$          |
| MRC Témiscamingue            | 54         | 142 000 \$              | 409 000 \$          |
| MRC Vallée-de-l'Or           | 40         | 349 000 \$              | 497 500 \$          |
| <b>Abitibi-Témiscamingue</b> | <b>239</b> | <b>250 000 \$</b>       | <b>514 000 \$</b>   |

Note : la masse salariale et les revenus moyens sont calculés à partir des réponses des 120 entreprises ayant répondu au sondage.

# sociale

qu'elles sont les plus présentes. Les secteurs d'activité comptant le plus grand nombre d'entreprises d'économie sociale sont le loisir-tourisme (51), la culture (27), la forêt (24) et l'agroalimentaire (20). La région se distingue du Québec par son grand nombre d'entreprises dans le secteur forêt (24 sur 83). La MRC Abitibi se distingue par une majorité d'emplois saisonniers. En Abitibi-Ouest, la majorité des emplois sont plutôt à temps partiel, tout comme au Témiscamingue. Rouyn-Noranda compte une plus forte proportion d'entreprises dans la culture et le loisir-tourisme. La Vallée-de-l'Or se démarque par sa main-d'oeuvre à 90 % féminine.

## L'emploi

Les entreprises d'économie sociale fournissent de l'emploi à 3 400 personnes, ce qui représente 5,4 % de l'emploi régional. Plusieurs emplois sont atypiques car, si la majorité des emplois demeurent à temps complet, les emplois à temps partiel et les emplois saisonniers sont plus nombreux que dans l'économie en

général. On compte 32 % des emplois qui sont financés en partie ou en totalité par des programmes. Les femmes représentent le trois quart des employés (74 %). En effet, chaque entreprise compte en moyenne 13,5 employés, soit 3,5 hommes pour 10 femmes.

Par ailleurs, 60 % des entreprises déclarent profiter des services de bénévoles, le plus souvent au nombre de 1 à 10 par organisation. C'est dans le secteur de l'aide domestique que l'on en compte le plus grand nombre.

## L'aspect économique

La masse salariale est estimée à 65 M\$, pour une masse moyenne de 250 000 \$ par entreprise. Le salaire moyen des organisations sondées représente un montant avoisinant 12 \$ l'heure. C'est dans les centres de la petite enfance, la forêt et la culture que les salaires sont les plus intéressants. Ils le sont moins dans l'aide domestique, l'habitation/hébergement et dans l'agroalimentaire.

Les revenus du secteur de l'économie sociale atteignent 170 M\$ annuelle-

ment, pour une moyenne de plus de 500 000 \$ par entreprise. Un peu plus de la moitié du revenu provient de la vente de produits ou de services (53 %), 42 % provient de subventions gouvernementales et 5 % d'autres sources telles le membership, les campagnes de financement, etc. Toutefois, plusieurs entreprises ont inclus dans les subventions gouvernementales des montants qu'elles percevaient de la part du gouvernement en échange d'un service qu'elles rendaient au nom de celui-ci. La part de subventions gouvernementales à proprement parler se rapprocherait davantage de 30 %. Rappelons que les subventions servent parfois à compenser une plus faible productivité liée à l'embauche de personnes avec incapacités.

## Les difficultés

Les trois principales difficultés rencontrées sur le plan technique et financier sont le manque de subvention récurrente pour assurer la viabilité de l'entreprise, la difficulté à augmenter les revenus des ventes ainsi que le manque de fonds pour maximiser les compétences des employés. En revanche, les entreprises semblent bénéficier d'un accompagnement suffisant à l'étape du projet d'affaires et du démarrage. Elles semblent aussi bénéficier d'un bon soutien technique une fois en opération.

Au niveau de la croissance, 19 % des entreprises d'économie sociale estiment avoir atteint le stade de maturité, 61 % affirment être en phase de croissance/expansion/développement et 8 % se disent en démarrage. Enfin, la moitié des entreprises ont des projets d'expansion dans une perspective de trois ans.

### Principales difficultés rencontrées sur le plan technique et financier par les entreprises d'économie sociale, 2004

| Difficulté   | Nombre de mentions |
|--|--------------------|
| Manque de subventions récurrentes pour assurer la viabilité de l'entreprise        | 48                 |
| Difficulté à augmenter les revenus des ventes de produits et services              | 43                 |
| Manque de fonds pour maximiser la qualification et les compétences des employé(e)s | 35                 |
| Manque de subventions de consolidation   | 32                 |
| Manque de fonds de roulement   | 26                 |
| Manque de connaissance des sources de financement                                  | 23                 |
| Lourdeur administrative des bailleurs de fonds                                     | 20                 |

Note : les Caisses populaires et des mutuelles d'assurances ont été volontairement exclues du champ de l'économie sociale car elles risquaient d'avoir une forte influence à la hausse sur les données. Échantillon : 120 entreprises sur les 239 que possède la région, soit un taux de réponse de 50 %.

Source : *Portrait des entreprises d'économie sociale de l'Abitibi-Témiscamingue et de ses cinq MRC*, Devamco et C.C. Consultants, 2004.

Disponible au [www.devamco.qc.ca/dossier/etude1.htm](http://www.devamco.qc.ca/dossier/etude1.htm)

# Mise en marché en agro



Un sondage réalisé auprès des entreprises agroalimentaires de la région commercialisant des produits tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la région nous aide à mieux comprendre les difficultés reliées au marketing en Abitibi-Témiscamingue.

Ces entreprises sont relativement jeunes – 60 % ont moins de dix ans – et plutôt petites, les trois quarts embauchant moins de cinq personnes, incluant les propriétaires. La majorité (58 %) commercialisent leur produits à l'intérieur des limites géographiques de la région, tantôt à la ferme, sur le marché local ou le marché régional. Les entrepreneurs d'ici qui réussissent à percer le marché québécois représentent 23 % de l'ensemble et 19 % ont une place dans le marché hors Québec. Un peu plus de la moitié, soit 53 %, indiquent que leurs produits sont référencés ou distribués par les différentes chaînes et/ou grossistes desservant la région (A de la Chevrotière, Ben Deshaies, Loblaws, etc.). En contrepartie, 47 % des entreprises ne font pas partie de ces réseaux.

Les produits en question sont pour la plupart des produits de spécialité, ou produits de niche c'est-à-dire des produits de haute spécialité qui se destinent à un tout petit marché. Ils trouvent leur place sur les tablettes de supermarchés, mais aussi des pharmacies, des boutiques spécialisées, des kiosques touristiques, de certains hôtels et restaurants, ou encore des kiosques du Parc d'Aiguebelle.

Parmi les difficultés rencontrées, on retrouve en premier lieu l'entretien de bonnes relations avec le réseau de distribution. Ce dernier peut exiger un certain volume qui peut être à l'occasion difficile à atteindre pour des producteurs (climat, etc.). Ensuite, fixer un prix compétitif donne des maux de tête à plusieurs entrepreneurs, de même que l'établissement et la réalisation d'un plan d'action marketing.

Dans la quasi-totalité des cas (97 %), ce sont les propriétaires qui s'occupent de la mise en marché et seul le quart possède une formation en marketing. De façon générale, les entreprises allouent moins de 10 % de leur budget aux activités marketing. Les propriétaires investissent tout leur avoir dans la qualité de leur produit, ce qui est louable, mais cela se fait souvent au détriment de l'emballage ou des activités de promotion qui viennent ajouter à l'attrait du produit.

Note : Sur les 64 entreprises éligibles, 57 ont répondu, correspondant à un taux de réponse de 89 %. L'équipe est à préparer la phase 2 de cette étude, qui servira à définir les services offerts par le futur réseau de commercialisation *Les saveurs de l'Abitibi-Témiscamingue*, sous l'égide de la Table agroalimentaire régionale. Source : *Enquête auprès des entreprises agroalimentaires de l'Abitibi-Témiscamingue*, rapport de recherche réalisé par Alice Chagnon et Monique Beaupré, UQAT, 2004.

## Problèmes de commercialisation rencontrés par les entreprises régionales, 2004

| Problèmes rencontrés  | %  |
|---|----|
| Établir et conserver de bonnes relations avec le réseau de distribution | 24 |
| Fixer un prix compétitif  | 21 |
| Établir et suivre un plan d'action marketing                            | 19 |
| Identifier l'emplacement du produit en épicerie                         | 16 |
| Réaliser des activités de promotion                                     | 13 |
| Identifier des lieux de vente   | 12 |
| Bien connaître les marchés  | 10 |

# Sorti des presses



Société de l'assurance automobile du Québec. *Dossier statistique bilan 2003. Accidents, parc automobile, permis de conduire* (année 2002 également disponible), 2004.

Gagnon, Daniel. *La forêt naturelle du Québec, un survol*, Groupe de recherche en écologie forestière interuniversitaire (UDM), 2004.

Dubé, Robert; Chabot, Claude; Lortie, Bruno; Pomerleau, René. *Bilan sommaire des consultations publiques des dernières années* (forêt), 2004.

Devamco et C.C Consultants. *Portrait des entreprises d'économie sociale de l'Abitibi-Témiscamingue et de ses cinq MRC*, 2004.

Association canadienne pour les études supérieures. *Rapport statistique 1990-2001*, 2004.

Institut national de santé publique. *Données d'incidence et de mortalité pour les principaux sièges de cancer au Québec - Projections 2004*, 2004.

Ministère de l'Environnement, Santé et Institut national de santé publique. *Avis sur l'arsenic dans l'air ambiant à Rouyn-Noranda*, 2004.

Ville de Rouyn-Noranda. *Plan de gestion des matières résiduelles Ville de Rouyn-Noranda*, 2004.

Gestion Conseil J.P. Corbeil Inc et Les Conseillers ADEC Inc. *Analyse d'impact économique - Tourisme / Produits d'appel en Abitibi-Témiscamingue*, 2004.

Boucher, Adrien. *Étude démontrant la pertinence de donner suite au projet de Pavillon des Premières Nations à Val-d'Or*, Pavillon des Premières Nations, 2004.

Hyperliens vers ces documents :  
[www.observat.qc.ca/trouvailles.htm](http://www.observat.qc.ca/trouvailles.htm)



Ce bulletin est réalisé par l'Observatoire de l'Abitibi-Témiscamingue  
 170, avenue Principale, bureau 102  
 Rouyn-Noranda, (Québec) J9X 4P7  
 Téléphone : (819) 762-0774 Télécopieur : (819) 797-0960  
 Site : [www.observat.qc.ca](http://www.observat.qc.ca)

Abonnement électronique gratuit (format PDF) : [observatoire@observat.qc.ca](mailto:observatoire@observat.qc.ca)

Agentes de recherche :  
 Lili Germain : [lili@observat.qc.ca](mailto:lili@observat.qc.ca)  
 Mariella Collini : [mariella@observat.qc.ca](mailto:mariella@observat.qc.ca)  
 Julie Thibeault : [julie@observat.qc.ca](mailto:julie@observat.qc.ca)

Tirage : 650 exemplaires