

PLAN D'ACTION 2017-2020 DE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA BAIE-JAMES



Administration régionale
Baie-James

Réalisation :

Yves-Cédric Koyo, coordonnateur au développement de l'offre touristique
Tourisme Baie-James

Marie-Josée Racicot, agente de développement
Administration régionale Baie-James

Avant-propos

Depuis quelques années, l'industrie du tourisme de la Baie-James fait face à des défis considérables : multiplication et concurrence accrue des destinations touristiques nordiques, fluctuation du taux de change, hausse du prix de l'essence, ralentissement de l'économie aux États-Unis et dans le monde, resserrement des mesures de sécurité (obtention obligatoire d'un passeport), etc. En termes de développement de l'offre touristique, l'offre doit indéniablement répondre adéquatement aux attentes des clientèles visées.

Les infrastructures ainsi que les services d'hébergement, d'accueil et d'information touristiques doivent être consolidés. Les produits touristiques à commercialiser doivent être diversifiés, résolument innovateurs et concurrentiels. La nature et la culture qui forment le caractère distinctif de la Baie-James doivent être exploitées dans le respect des volontés locales. La chasse et la pêche sont des produits matures qui contribuent à renforcer la notoriété de la région. Les tendances qui se dessinent pour l'avenir laissent entrevoir un potentiel de développement des activités d'aventure douce et de découverte de la nature dans les pourvoiries. Diverses activités en milieu naturel sans prélèvement pourraient être mises en place, puisqu'elles correspondent aux attentes des nouvelles clientèles. Des investissements doivent être consentis afin d'augmenter la capacité régionale en matière de formation de la main-d'œuvre. La formation en tourisme doit être rendue plus accessible et mieux adaptée aux besoins des entrepreneurs. L'entrepreneuriat doit être développé et un soutien accru doit être offert aux promoteurs. Pour favoriser un entrepreneuriat fort et viable, l'accès aux programmes d'aide et au financement doit être amélioré. Les divers usages du territoire (motoneige, quad, pourvoirie, tourisme de nature et d'aventure, etc.) doivent s'harmoniser afin de préserver l'accès aux sites naturels et culturels. Enfin, dans le but d'assurer une mise en marché efficace de la destination, la connaissance stratégique des marchés et des clientèles doit être améliorée.

Tourisme Baie-James et l'Administration régionale Baie-James ont uni leurs forces dans une démarche conjointe et novatrice visant à doter la Baie-James d'un plan d'action commun en matière de développement de l'offre touristique. La démarche, qui s'inscrit dans le cadre de la Stratégie touristique québécoise au nord du 49^{ème} parallèle ainsi que du Plan quinquennal jamésien de développement 2015-2020 quant à l'axe d'intervention « 3.2.4 – le développement et la promotion de l'offre touristique concertée », vise à créer un environnement propice à l'investissement, une offre touristique attractive, structurée et distinctive ainsi qu'une industrie reconnue comme un moteur de développement économique régional et une source de création d'emplois.

Objectifs: Faire d'Eeyou Istchee Baie-James, une destination de calibre international d'ici 2020

Une destination de calibre international répond aux besoins et attentes des marchés ciblés autant sur le plan de la qualité de l'hébergement, de la sécurité, du transport sur le territoire, du personnel qualifié, etc. Par conséquent, les produits et services offerts au client, à son arrivée, doivent être conformes à ceux auxquels il s'attend et à ceux dont la promotion a été faite.

De manière générale :

- Un établissement d'hébergement hôtelier doit être classé 3 étoiles ;
- Un établissement d'hébergement insolite en milieu naturel doit faire partie d'un ensemble qui inclut une programmation liée à la nature, l'aventure et la culture ;
- Un établissement de pourvoirie doit en plus de ses activités de base de chasse et/ou de pêche viser des produits d'écotourisme et d'aventure ;
- Les infrastructures d'accueil et les attraits doivent mettre en valeur la nature et la culture et contenir un volet d'animation;
- Les circuits et forfaits d'expériences commercialisés doivent être authentiques, uniques et distinctifs.

Axes d'intervention

1. Miser sur des attraits et des produits distincts
2. Développer des infrastructures de qualité
3. Investir dans la formation et la gestion des ressources humaines
4. Promouvoir et commercialiser la destination
5. Agir en partenariat

Axe 1 : Miser sur des attraits et des produits distinctifs

Objectifs (changements souhaités)	Actions (moyens)	Indicateurs et livrables	Cibles				Porteurs	Partenaires potentiels
			2017	2018	2019	2020		
1.1. D'ici 2020, rendre disponible la location d'équipements touristiques en région <i>Notes : Modèle coopératif (exemples : Aventure Cap Jaseux / Vallée du bras du Nord)</i>	1.1.1. Doter la région d'un parc d'équipements d'aventure (<i>canots, kayaks, motoneiges, quads, etc.</i>), utilisés par des membres selon une formule de prêt ou de location	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de communautés offrant la location d'équipements divers ○ Une structure régionale adaptée 	X	X			TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ARBJ (Pôle d'économie sociale)
1.2. D'ici 2020, consolider au minimum six (6) activités et produits touristiques existants <i>Exemples :</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Réseau d'observation de la biodiversité ○ Écogîtes du lac Matagami ○ Parc Robert-A.-Boyd ○ Centre de villégiature Marina Chibougamau ○ Parc Obalski ○ Festival Folifrets Chibougamau Baie-James ○ Festival du doré Baie-James ○ Festival western de Lebel-sur-Quévillon ○ Centre plein air Mont-Chalco ○ Parcours canotables existants ○ Escalade (Paroi du mont Bédard) ○ Hôtels 	1.2.1. Mettre en valeur les points d'intérêt le long de la route de la Baie-James (<i>concept régional, haltes routières, rampes de mise à l'eau, sites de camping sauvage, panneaux d'interprétation, points d'observation, etc.</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Rapport d'inventaire (en 2017) ○ Plan d'amélioration ○ Investissements (\$) 	X	X	X	X	GREIBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ TBJ ○ COTA ○ SDBJ
	1.2.2. Consolider l'offre existante de circuits de nature et d'aventure (<i>exemples: réseau d'observation de la biodiversité, parcours canotables de Valcanton, Villebois, Lac Gilman, etc.</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de circuits consolidés 		X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ FaunENord ○ GREIBJ ○ MFFP/MERN
	1.2.3. Faire un diagnostic de trois (3) festivals d'envergure existants (<i>forces, faiblesses, modèle de gestion, statistiques, commercialisation, etc.</i>), émettre des recommandations et assurer un accompagnement à court terme	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de festivals identifiés ○ Nombre de diagnostics livrés ○ Nombre de recommandations appliquées 	X	X			TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ COTA ○ SATQ-FEQ ○ ARBJ (Pôle d'économie sociale)
	1.2.4. Évaluer la qualité des services des hôtels participants, produire des recommandations et assurer un accompagnement à court terme (services, gestion des RH, formations, développement d'activités, commercialisation, ventes, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Offre adaptée à tous les types de clientèles (affaires, familles, etc.) ○ Niveau régional de classification hôtelière ○ Commentaires de la clientèle ○ <i>Notes : sans infrastructure</i> 	X	X			TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ Emploi-Québec ○ MTO ○ AHQ ○ SADC
	1.2.5. Évaluer les restaurants participants, émettre des recommandations d'amélioration et accompagner à courts-terme l'établissement dans les différents changements	<ul style="list-style-type: none"> ○ Évolution du taux d'achalandage ○ Commentaires de la clientèle (en ligne ou sur place) / Évaluation de clients mystères 		X	X		TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ARQ
	1.2.6. Consolider l'offre touristique actuelle axée sur les produits du terroir, de la gastronomie locale et des PFNL (<i>exemple : cueillette de champignons, interprétation de la faune et de la flore, livre de recettes</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de forfaits développés ○ Locaux de mise en valeur créés ○ Nombre d'offres touristiques développées 	X	X			TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ARBJ (Pôle d'économie sociale) ○ ARBJ (PDZA) ○ Écogîtes/FaunENord

Axe 1 : Miser sur des attraits et des produits distinctifs (suite)

Objectifs (changements souhaités)	Actions (moyens)	Indicateurs et livrables	Cibles				Porteurs	Partenaires potentiels
			2017	2018	2019	2020		
1.3. D'ici 2020, développer un minimum de cinq (5) nouvelles activités touristiques (+- 4/saisons). Exemples : o Nature et aventure : parcours lumineux, observation et interprétation de la faune et de la flore, escalade, traineau à chiens, canot, kayak, motomarine, voile, flyboard, kitesurf, randonnée, VHR, etc. o Culture, festivals et événements : festivals nordiques, événements sportifs (vélo, moto, VHR), maison de la culture, centres d'expositions, etc. o Tourisme industriel o Pourvoiries	1.3.1. Développer des circuits de nature et d'aventure (exemple : randonnées, raquettes, kayak, parcours canotables, back-packing, etc.)	o 1 circuit de canot/kayak o 1 circuit régional de canot-camping o 1 circuit de randonnée (back-Packing)		X	X	X	TBJ COTA	o FaunENord o GREIBJ o MFFP/MERN
	1.3.2. Développer des produits touristiques incluant des forfaits de motoneige et de quad, hors-piste et guidé en partenariat avec les Cris	o Rapport de faisabilité (2017) o Nombre de partenaires mobilisés o Produit disponible	X	X			TBJ	o COTA o GREIBJ / ARBJ o AEQ
	1.3.3. Soutenir le développement de nouveaux événements uniques et distinctifs dans la région (événement culturel, art environnemental, vélo, moto, quad, motoneige).	o 1 événement à Matagami o 1 événement à Radisson		X	X	X	TBJ	o ARBJ o Ministère du Tourisme
	1.3.4. Mettre en place un circuit de visites guidées des entreprises du secteur industriel (mines, forêt, etc.)	o Nombre d'entreprises mobilisées o Nombre d'activités de visites créées	X	X	X	X	TBJ	o TJCM o ARBJ (Naturalia)
	1.3.5. Mettre en place des tours de ville guidés	o Nombre de tours de ville créés	X	X			TBJ	o Municipalités
	1.3.6. Repérer des zones de migration fauniques (exemple : caribou migrateur, ours, etc.) ou des points d'observation de la faune (oiseaux) et développer des activités de type « safari d'observation »	o Rapport		X	X	X	TBJ	o MFFP o FaunENord
1.4. D'ici 2020, réaliser au moins deux (2) initiatives pilotes visant à intégrer des pratiques innovantes dans l'industrie touristique et à la consolider	1.4.1. Réaliser une mission d'affaires visant à découvrir de meilleures pratiques d'affaires en tourisme et à attirer de potentiels investisseurs en tourisme	o Nombre de missions commerciales o Nombre d'échanges /tournées		X	X	X	ARBJ TBJ	o SPN
	1.4.2. Analyser plusieurs modèles de développement de l'entrepreneuriat en tourisme en milieu rural, dont celui de l'économie sociale et en adapter un à la région	o Rapport o Nombre d'ateliers de sensibilisation o Nombre d'accompagnements	X	X			TBJ	o ARBJ (Pôle d'économie sociale)
1.5. D'ici 2020, réaliser au moins trois (3) initiatives de développement touristique durable	1.5.1. Créer des stations de lavage pour bateaux (exemple : dans les secteurs sensibles et plans d'eau à accès publics) (exemple : Bassin du versant Abitibi)	o Nombre de stations de lavage créées o Stations de lavage dans les festivals de pêche o Aire faunique communautaire		X	X		FaunENord	o GREIBJ o MFFP
	1.5.2. Développer des outils et des activités visant à promouvoir la pratique durable de la pêche	o Nombre de partenaires mobilisés o Nombre d'activités de sensibilisation réalisées		X	X	X	FaunENord	o TBJ
	1.5.3. Élaborer et appliquer à l'industrie touristique régionale un programme de qualité en tourisme durable	o Programme / certification élaboré o Nombre d'entreprises participantes	X	X	X		COTA TBJ	o Crén. ACCORD o FaunENord
1.6. D'ici 2020, rendre sécuritaire l'expérience touristique offerte par un minimum de 5 entreprises de nature, d'aventure et d'écotourisme	1.6.1. Outiller les entreprises touristiques de nature et d'aventure (exemple : Écogîtes, pourvoiries et clubs VHR) de pratiques sécuritaires et reconnues de nature et d'aventure (ex : plans de gestion des risques, manuel de sécurité, plan d'interprétation, etc.)	o Nombre de plans de gestion des risques développés et opérationnels	X	X	X	X	TBJ	o COTA o AEQ
1.7. D'ici 2020, créer au moins un (1) pôle d'affaires propices à l'organisation d'événements et de congrès de grande envergure et internationaux	1.7.1. Créer et distribuer un guide du planificateur d'événements d'affaires en Eeyou Istchee Baie-James	o Achalandage de la clientèle d'affaires o Nombre de canaux de distribution	X	X	X	X	TBJ COTA	
	1.7.2. Étudier la faisabilité de créer un centre de congrès et d'affaires sur le territoire, dotée de salles multifonctionnelles à grande capacité (+ de 400 pers.)	o Étude de faisabilité réalisée (2017) o Projet réalisé	X	X	X		TBJ	o Municipalités o Localités

Axe 2 : Développer des infrastructures touristiques de qualité

Objectifs (changements souhaités)	Actions (moyens)	Indicateurs et livrables	Cibles				Porteurs	Partenaires potentiels
			2017	2018	2019	2020		
2.1. D'ici 2020, augmenter le niveau régional moyen de classification des établissements d'hébergement (<i>hôtels et gîtes</i>) de 2,4 à 3 étoiles <i>Note : Amélioration du niveau de classification des campings (2.2.4)</i>	2.1.1. Accompagner les établissements d'hébergement (hôtels et gîtes) dans l'amélioration de la qualité des infrastructures actuelles (chambres, aires d'accueil, etc.)	○ Nombre d'établissements d'hébergement rénovés	X	X	X	X	TBJ	○ CITQ ○ ARBJ
	2.1.2. Soutenir le développement d'un minimum de trois (3) projets d'hébergement insolite (<i>yourtes, chalets, roulottes gitanes, etc.</i>) incluant des activités de bien-être (<i>spas, saunas, bains nordiques, massothérapie, etc.</i>)	○ Nombre de projets réalisés	X	X	X	X	TBJ	○ CITQ
2.2. D'ici 2020, consolider un minimum de trois (3) établissements de camping <i>Exemples :</i> ○ <i>Campings municipaux</i> ○ <i>Camping Opémiska</i> ○ <i>Camping du lac Pajegasque</i>	2.2.1. Soutenir la diversification des infrastructures d'hébergement des campings (hébergement insolite, prêt-à-camper)	○ Nombre de projets réalisés	X	X	X	X	TBJ	○ MTO
	2.2.2. Analyser plusieurs modèles d'affaires et en adapter un aux campings afin d'assurer leur autonomie financière	○ Ateliers de sensibilisation ○ Nombre d'accompagnements	X	X			ARBJ	○ Camping QC ○ TBJ
	2.2.3. Accompagner au moins deux (2) établissements de camping dans le développement et la mise en œuvre de pratiques écoresponsables	○ Nombre de campings accompagnés	X	X	X	X	TBJ	○ Camping QC ○ FaunENord ○ SADC
2.3. D'ici 2020, éradiquer l'hébergement illégal sur le territoire de la Baie-James	2.3.1. Répertorier le nombre d'établissements d'hébergement illégaux sur le territoire de la Baie-James	○ Portrait chiffré de l'hébergement illégal sur le territoire	X				TBJ	○ ARBJ (Pôle d'économie sociale)
	2.3.2. Réaliser un projet d'accompagnement qui vise à rendre conformes les établissements d'hébergement illégaux	○ Nombre d'établissements illégaux qui se sont conformés	X	X				
2.4. D'ici 2020, s'assurer d'avoir diversifié les activités d'un minimum de trois (3) pourvoiries jamésiennes	2.4.1. Réaliser une analyse du potentiel de diversification des activités et des clientèles des pourvoiries régionales	○ Un (1) diagnostic du potentiel de diversification des pourvoiries du Nord	X				TBJ MTO	○ FPQ ○ COTA / TAQ
	2.4.2. Accompagner les pourvoiries participantes dans le processus de diversification de leurs activités et de leurs clientèles	○ Activités complémentaires d'aventure et d'écotourisme (motoneige, quad, observation de la faune, canot-kayak, etc.)		X	X	X	TBJ MTO	○ FPQ ○ COTA
2.5. D'ici 2020, assurer la consolidation de 75 % des sentiers VHR	2.5.1. Mettre à jour le portrait de l'industrie des VHR ainsi que des problématiques relatives à l'entretien des sentiers VHR	○ Portrait ○ Mesures déployées et problématiques réglées	X	X		X	TBJ	○ GREIBJ ○ FQCQ/FCMQ
	2.5.2. Améliorer l'expérience en sentiers fédérés (<i>motoneige et quad</i>). <i>Exemples : boucles, signalisation, etc.</i>	○ Tracé amélioré ○ Mesures déployées et problématiques réglées		X	X		GREIBJ	○ TBJ ○ COTA
	2.5.3. Mettre sur pied un mécanisme de financement pour l'entretien des sentiers VHR. <i>Note : Essence</i>	○ Investissements annuels (\$) ○ Nombre de projets soutenus	X	X				○ GREIBJ (Table GIR)
2.6. D'ici 2020, maximiser les retombées (\$) de la pratique des VHR entre Chibougamau - La Doré et Chapais - Lebel-sur-Quévillon	2.6.1. Évaluer la faisabilité d'implanter un relais motoneige chauffé autonome entre Chibougamau et La Doré	○ Nombre de relais potentiels créés		X			TBJ	○ GREIBJ
	2.6.2. Assurer un service d'essence à l'échelle régionale pour la pratique des VHR.	○ Réserve faunique Ashuapmushuan ○ Lebel-sur-Quévillon-Chapais	X	X			TBJ	○ GREIBJ

Axe 3 : Investir dans la formation et la gestion des ressources humaines de l'industrie touristique de la Baie-James

Objectifs (changements souhaités)	Actions (moyens)	Indicateurs et livrables	Cibles				Porteurs	Partenaires potentiels
			2017	2018	2019	2020		
3.1. D'ici 2020, améliorer les compétences du personnel (y compris bénévoles) d'un minimum de 10 entreprises touristiques jamésiennes <i>Notes : Voir Plan de développement des ressources humaines de l'industrie touristique d'Eeyou Istchee Baie-James</i> Compétences visées : <ul style="list-style-type: none"> ○ Service à la clientèle ○ Connaissance touristique régionale ○ Bilinguisme ○ Particularités culturelles des touristes ○ Service de table ○ Gestion des ventes ○ Supervision hôtelière ○ Réseaux sociaux ○ Guidage canot-kayak ○ Guidage VHR ○ Mycologie et PFNL ○ Tourisme autochtone ○ Etc. 	3.1.1. Développer et mettre en œuvre un plan de formation pour l'ensemble des ressources humaines (y compris bénévoles) de l'industrie touristique	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre d'entreprises mobilisées ○ Nombre de formations 	X	X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ COTA ○ Emploi QC ○ ARBJ (Pôle d'économie sociale)
	3.1.2. Développer des capsules de formation (service à la clientèle et connaissance de l'offre touristique régionale) en ligne pour l'ensemble des employés de première ligne (commerces de détail, taxis, restaurants, stations d'essence, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre d'entreprises ou d'employés ayant réussi la formation 	X	X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ COTA
	3.1.3. Former un minimum de 5 guides d'aventure polyvalents (ex. : survie, canot, kayak, cueillette, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de personnes ayant réussi la formation 		X	X	X	TBJ	
3.2. D'ici 2020, amoindrir les effets de la saisonnalité et les besoins en main d'œuvre de l'industrie qui y sont reliés	3.2.1. Développer et mettre en œuvre un modèle coopératif de partage de ressources humaines en tourisme pour répondre à la pénurie de main d'œuvre en tourisme (ex : coopérative RH)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Projet pilote concrétisé ○ Structure en opération 		X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ COTA ○ ARBJ (Pôle d'économie sociale)

Axe 4 : Promouvoir et commercialiser la destination

Objectifs (changements souhaités)	Actions (moyens)	Indicateurs et livrables	Cibles				Porteurs	Partenaires potentiels
			2017	2018	2019	2020		
4.1. D'ici 2020, développer un minimum de cinq (5) forfaits touristiques de nature, d'aventure et d'écotourisme	4.1.1. Opérer une agence de voyages réceptive dont le rôle sera de créer, vendre des forfaits touristiques et fournir des services aux touristes dès leur arrivée jusqu'à leur départ	<ul style="list-style-type: none"> o Structure créée o Nombre de forfaits vendus / Achalandage 	X	X	X	X	COTA TBJ	
4.2. D'ici 2020, soutenir la commercialisation en ligne d'un minimum de dix (10) entreprises touristiques jamésiennes	4.2.1. Doter 75% des entreprises touristiques d'un site internet transactionnel	<ul style="list-style-type: none"> o Site internet transactionnel créé 		X	X		TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o Pôle éco. sociale /SADC
	4.2.2. Doter les établissements d'hébergement d'un système de gestion hôtelière (s'il y a lieu) et d'un site internet de réservation en ligne (hôtels, gîtes et campings)	<ul style="list-style-type: none"> o Système de gestion hôtelière <i>Hotello</i> o Système de réservation en ligne <i>ReservIT</i> o Système de réservation pour camping 	X				TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o ARBJ o ARBJ (Pôle éco. sociale)
	4.2.3. Doter la région d'une centrale de réservation en ligne	<ul style="list-style-type: none"> o Centrale en opération o www.decrochezcommejamais.com 	X				TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o COTA o Camping QC
	4.2.4. Rendre disponible en ligne un répertoire des sentiers et circuits d'activités de nature et de plein air	<ul style="list-style-type: none"> o Carte interactive disponible en ligne / Outil GPS o Plateformes électroniques 		X			TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o
4.3. D'ici 2020, augmenter le nombre de touristes et les retombées économiques (\$) de 15 % sur le territoire <i>Note : retombées économiques :</i> <ul style="list-style-type: none"> o Dépenses (\$) o Nombre de nuitées 	4.3.1. Élaborer des feuillets d'information sommaires sur les activités à faire et à voir dans la région	<ul style="list-style-type: none"> o Menu des incontournables par municipalité/localité 		X			TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o
	4.3.2. Réaliser des cartes touristiques (locales/régionale) incluant les points d'intérêt touristiques (rampes de mises à l'eau, les haltes routières, les points d'observation, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> o Carte(s) réalisée(s) 		X			TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o GREIBJ o COTA o Hydro Québec
	4.3.3. Faire reconnaître la route touristique de la Baie-James	<ul style="list-style-type: none"> o Rapport d'inventaire de la route (2017) o Statut de route touristique obtenu 	X	X	X		TBJ COTA	<ul style="list-style-type: none"> o GREIBJ /MTQ o SDBJ / MTO
	4.3.4. Appuyer la reconnaissance d'Eeyou Istchee Baie-James en tant que destination distincte de motoneige et de quad	<ul style="list-style-type: none"> o Rapport des avantages à faire reconnaître la région o Reconnaissance de la destination obtenue 		X			TBJ COTA	<ul style="list-style-type: none"> o GREIBJ o FCMQ /FCQ
	4.3.5. Développer et promouvoir une image de marque motoneige et quad Eeyou Istchee Baie-James	<ul style="list-style-type: none"> o Image développée o Campagnes de promotion réalisées 		X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o COTA o FCQ/FCMQ
	4.3.6. Faire connaître nos particularités régionales (<i>exemple : record Guinness Festival Folifrets, etc.</i>)	<ul style="list-style-type: none"> o Publications o Achalandage 	X	X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o Attraction Nord
	4.3.7. Réaliser des campagnes de promotion ciblées via les réseaux sociaux (<i>exemple : Campagne Into the North</i>)	<ul style="list-style-type: none"> o Campagnes de promotion réalisées o Achalandage 		X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o COTA
	4.3.8. Réaliser des campagnes ciblées de promotion par produits prioritaires ou émergents (<i>exemple : Matsutaké</i>)	<ul style="list-style-type: none"> o Campagnes de promotion réalisées o Achalandage 	X	X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o COTA
4.4. D'ici 2020, faire découvrir la région à au moins 5 professionnels du voyage	4.4.1. Réaliser deux (2) tournées régionales de familiarisation par année	<ul style="list-style-type: none"> o Nombre de professionnels du voyage invités o Nombre d'articles écrits / forfaits commercialisés 		X	X	X	Agence réceptive	<ul style="list-style-type: none"> o COTA o TBJ
4.5. D'ici 2020, valoriser l'initiative et les bons coups des entreprises touristiques et de leurs employés	4.5.1. Réaliser un concours et un gala de reconnaissance de l'excellence en tourisme (ex : Congrès Excellence tourisme)	<ul style="list-style-type: none"> o Nombre de partenaires mobilisés o Récurrence de l'événement o Rayonnement de l'événement 		X	X		TBJ	<ul style="list-style-type: none"> o COTA o L'Alliance o SATQ-FEQ
4.6. D'ici 2020, réduire le coût du transport aérien à une échelle comprise entre 400 \$ et 600 \$ entre Chibougamau et Montréal	4.6.1. Développer un partenariat avec les compagnies aériennes pour réduire les coûts de transport aérien en région	<ul style="list-style-type: none"> o Forfait d'activités incluant un coût de transport d'environ 600 \$ entre Chibougamau et Montréal 	X	X			TBJ COTA	<ul style="list-style-type: none"> o TBJ o COTA
	4.6.2. Développer un partenariat de travail MTQ/MTO/Compagnies aériennes/ATR pour la mise en œuvre d'une stratégie provinciale d'amélioration de l'accessibilité aérienne	<ul style="list-style-type: none"> o Forfait d'activités incluant un coût de transport d'environ 400 \$ entre Chibougamau et Montréal o Nombre de partenaires mobilisés 		X	X		MTO	<ul style="list-style-type: none"> o ARBJ o MTQ

Axe 5 : Agir en partenariat

Objectifs (changements souhaités)	Actions (moyens)	Indicateurs et livrables	Cibles				Porteurs	Partenaires potentiels
			2017	2018	2019	2020		
5.1. D'ici 2020, concerter les acteurs de l'industrie touristique au moins deux (2) fois par année	5.1.1. Mettre en place au moins une (1) table régionale d'échanges et de suivi du plan d'action	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de partenaires mobilisés ○ Nombre de rencontres 	X	X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ARBJ ○ Entreprises
	5.1.2. Créer un comité conjoint Jamésien et Cri en lien avec le développement touristique (<i>exemple : Table régionale VHR</i>) <i>Note : inclure l'industrie forestière</i>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de partenaires mobilisés ○ Nombre de rencontres 	X	X	X	X	GREIBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ TBJ ○ COTA ○ ARBJ
5.2. D'ici 2020, réaliser au moins 5 initiatives visant à stimuler l'entrepreneuriat en tourisme	5.2.1. Produire et distribuer un guide d'investissement en tourisme à la Baie-James (opportunités et incitatifs)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cahier d'investissement en tourisme ○ Plan de communication 	X	X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ Municipalités ○ Localités
	5.2.2. Formaliser et appliquer une structure d'intervention pour l'accompagnement des projets d'affaires touristiques	<ul style="list-style-type: none"> ○ Structure adoptée ○ Notes : <i>Structure déjà acceptée</i> 	X	X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ Municipalités ○ Localités
	5.2.3. Réaliser au moins deux (2) sessions d'informations par année sur les programmes de subvention et de financement	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de séances / webinaires d'information / ○ Nombre de participants 	X	X	X	X	TBJ	
	5.2.4. Étudier la faisabilité d'implanter un incubateur d'entreprises en tourisme (accompagnement, financement participatif)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de partenaires mobilisés ○ Structure créée 		X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ARBJ / Pol. Éco. sociale
	5.2.5. Renforcer la représentation du secteur touristique sur la Table d'action en entrepreneuriat (secteur tourisme)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre d'entreprises sur la table ○ Nombre de projets suscités 	X					<ul style="list-style-type: none"> ○ TBJ
	5.2.6. Créer un fond régional en tourisme adapté aux besoins financiers de la région (<i>hébergement, infrastructures d'accueil et attraits, pourvoiries et festivals et événements</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Investissements annuels (\$) ○ Nombre de projets soutenus ○ Nombre de partenaires financiers mobilisés 	X				TBJ MTO	<ul style="list-style-type: none"> ○ ARBJ ○ SDBJ
5.3. D'ici 2020, réaliser un portrait de l'industrie touristique et de ses retombées	5.3.1. Implanter une procédure uniformisée de collecte de données statistiques à tous les festivals et événements régionaux	<ul style="list-style-type: none"> ○ Utilisation de bracelets <i>RFID</i> ○ Équipe touristique mobile 	X	X			TBJ	
	5.3.2. Implanter une procédure de collecte de données statistiques sur la clientèle motoneige et quad dans les clubs et les relais existants	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre de clubs mobilisés ○ Plaques de détection de passage dans les sentiers 	X	X			TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ Clubs VHR ○ GREIBJ
	5.3.3. Uniformiser une procédure de collecte de données statistiques aux entreprises touristiques, attraits et pourvoiries (excluant festivals et événements et clubs VHR) et les accompagner dans le développement d'une culture de collecte de données	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sondage en continu ○ Nombre d'entreprises mobilisées 	X	X			TBJ	
	5.3.4. Sensibiliser les points de collecte de données statistiques à l'importance de la collecte de données (<i>exemple : BIT Km6</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Campagnes réalisées 	X	X	X	X	TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ COTA ○ GREIBJ
	5.3.5. Consolider la collecte de données statistiques auprès des établissements d'hébergement régionaux	<ul style="list-style-type: none"> ○ Système de gestion hôtelière <i>Hotello</i> ○ Système de réservation en ligne <i>ReservIT</i> 	X				TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ COTA
	5.3.6. Réaliser un portrait chiffré de l'industrie touristique régionale et de ses retombées incluant VHR	<ul style="list-style-type: none"> ○ Investissements (\$) / Emplois ○ Achalandage / Dépenses touristiques (\$) 	X		X		TBJ	<ul style="list-style-type: none"> ○ MÉSI / MTO ○ Emploi Québec

Lexique des abréviations

- AEQ : Aventure Écotourisme Québec
- ARBJ : Administration régionale Baie-James
- ARQ : Association des restaurateurs du Québec
- ATR : Association touristique régionale
- CAMPING QC : Camping Québec
- CEN : Centre d'entrepreneurship nordique
- CITQ : Corporation de l'industrie touristique du Québec
- COTA : Cree Outfitting and Tourism Association
- CRÉN. ACCORD : Créneau Accord en tourisme nordique, filière Eeyou Istchee Baie-James
- EIBJ : Eeyou Istchee Baie-James
- FCMQ : Fédération des clubs de motoneigistes du Québec
- FQCQ : Fédération québécoise des clubs quad
- FPQ : Fédération des pourvoires du Québec
- GREIBJ : Gouvernement régional d'Eeyou Istchee Baie-James
- L'ALLIANCE : Alliance de l'industrie touristique du Québec
- LSQ : Lebel-sur-Quévillon
- MAMOT : Ministère des Affaires Municipales et de l'Occupation du territoire
- MÉSI : Ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation
- MFFP : Ministère de la Faune, des Forêts et des Parcs
- MTQ : Ministère des Transports du Québec
- MTO : Ministère du Tourisme du Québec
- PFNL : Produits forestiers non ligneux
- RFID : Radio Frequency Identification
- SATQ-FEQ : Société des Attractions du Québec – Festivals et Événements Québec
- SDBJ : Société de développement de la Baie-James
- SÉPAQ : Société d'exploitation des parcs du Québec
- TAQ : Tourisme autochtone Québec
- TBJ : Tourisme Baie-James
- TJCM : Table jamésienne de concertation minière
- VHR : Véhicule hors-route