

Rapport Annuel 2015-2016

ON PARLE

D'EEYOU ISTCHEE BAIE-JAMES!

Motoneiges La saison se prolonge en Eeyou Baie-James

COLIN CÔTÉ-PAULLETTE

Contrairement à plusieurs autres endroits au Québec, il semble que la saison des motoneiges perdure encore quelque temps dans le Nord du Québec.

La région d'Eeyou Istchee Baie-James bénéficie encore d'une quantité de neige abondante, de près de 100 centimètres de moyenne, surtout en ce début d'été. Après avoir traversé quelques semaines, d'après le motoneigiste de Chibougamau, Tourisme Baie-James.

Outre du Club Automobile de Chibougamau, on estime que les services pourront durer quelques semaines encore, tout dépendant de la température.

« Tant que les surfaces vont pouvoir travailler de nuit, les motoneiges vont continuer à être utilisées dans la région, mais qu'on dépende de la météo pour prévoir la durée des communications, dit le directeur du club, René Martel.

Selon lui, la fin de saison c'est avec un bon coup de vent.



Dans le projet actuel, une structure en bois d'œuvre représentera le tipi des autochtones et une toiture en bois recouverte d'un feu végétal en forme d'échelle de poisson symbolisera l'importance de la pêche dans la région pour les Jamésie ainsi que les Cris.

Projet de bureau touristique à Matagami

COLIN CÔTÉ-PAULLETTE

Le Gouvernement régional d'Eeyou Istchee Baie-James (GRIJB) a l'intention d'ouvrir un nouveau bureau d'information touristique se situant dans le PNR 2017.

Si le projet se concrétise et s'avère rentable, le bureau touristique de Matagami sera le premier de ce genre à être ouvert dans la région d'Eeyou Istchee Baie-James. Le projet de bureau touristique de Matagami sera le premier de ce genre à être ouvert dans la région d'Eeyou Istchee Baie-James.

Destinations incontournables de l'été en Jamésie

NATHALIE BELLEROS

Cet été, c'est le temps de découvrir comme jamais en profitant des activités offertes dans notre région, en famille, entre amis ou en solo. Voici des vacances incontournables.

La saison est riche en activités et, pour vous aider à planifier vos vacances, les experts de chez Tourisme Baie-James et Tourisme Eeyou Istchee vous proposent trois classiques.

Ces trois voyages à la recherche de sensations fortes, de tranquillité ou de nouveauté.

Si vous voulez à la recherche de sensations fortes, de tranquillité ou de nouveauté.



DESTINATION POUR RELAXER

Les Escarpements du Lac Matagami vous proposent un site enchanteur fonctionnant à l'énergie solaire et à l'énergie éolienne. Idéal pour les groupes, vous pourrez vous reposer dans l'un de leurs trois chalets en bois ou l'une de leurs deux yourtes. Le site offre trois kilomètres de passerelles en bois, des belles plages, des bains nordiques, des sentiers, tout pour vous aider de la routine. Selon les horaires et la température, vous serez les bienvenus et la température, vous serez les bienvenus.

DESTINATION POUR PROFITER DE LA PÊCHE

Le portuaire Angèle-Péchu, situé en plein cœur du plus grand lac d'eau douce au Québec, vous propose un forfait amical, comprenant le service d'hébergement, de location de matériel et d'un guide professionnel.

Cet été, pourquoi ne pas partir à la découverte du pays des glaciers à Radisson?

DESTINATION PLUS GRANDE QUE NATURE

Cet été, pourquoi ne pas partir à la découverte du pays des glaciers à Radisson? Unique en son genre, Hydro-Québec vous offre la possibilité de visiter gratuitement l'un des plus grands systèmes hydroélectriques au monde.

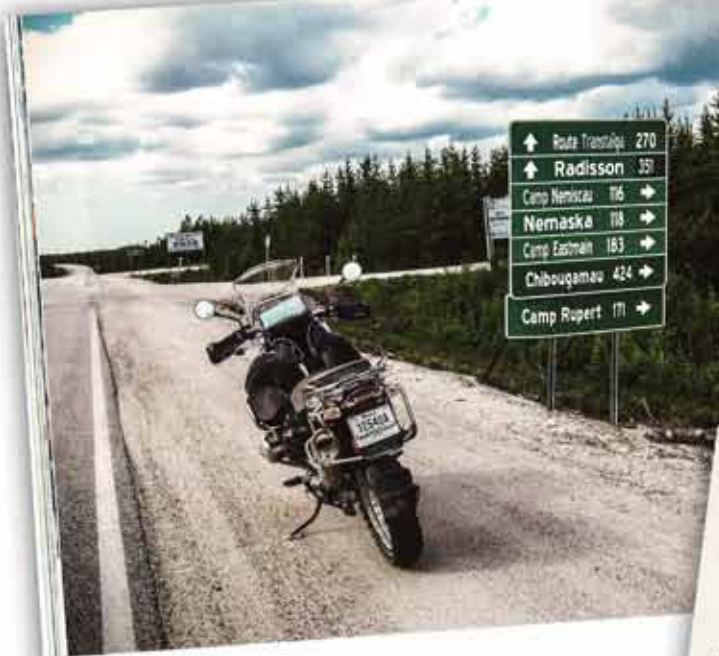
Cet été, pourquoi ne pas partir à la découverte du pays des glaciers à Radisson?



Une activité pour découvrir la faune régionale



Voilà de près des oiseaux, grenouilles et papillons peu connus. C'est ce que propose l'équipe de FauNORD est prête à chercher dans tous les sens pour trouver le plus d'espèces possible lors du Bio-Bitz.

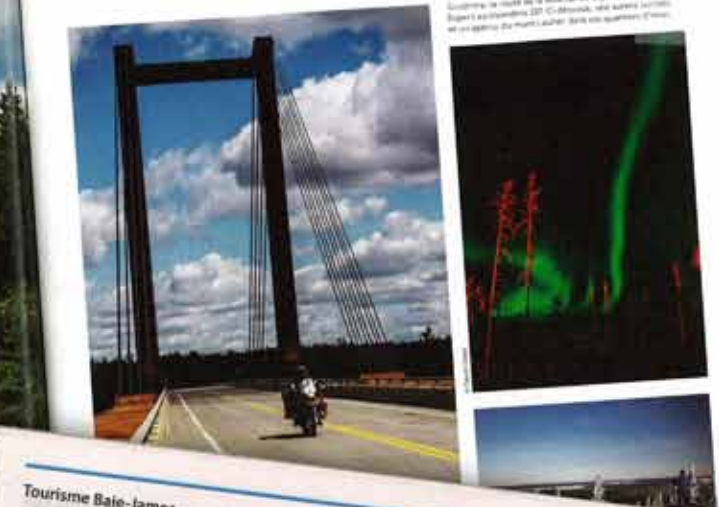


Sur la route de la Baie-James

ROAD TRIP SÉRIÉ

Quand on arrive à Matagami, à 180 km au nord d'Amos, on trouve déjà fait beaucoup de chemin. Et pourtant, la petite ville minière, du « vrai Nord », comme le proclame une pancarte à son entrée, ne fait que le début d'un périple bien plus long encore: on se trouve au début de la route de la Baie-James qui, 620 km plus loin, se termine au génie québécois, l'aménagement Robert-Bourassa.

PHOTOS: Tourisme Baie-James



Tourisme Baie-James Le nouveau DG est entré en poste au début juillet

BENÉ MARTEL

Tourisme Baie-James (TBJ) a fait connaître, officiellement, le nom de son nouveau directeur général. Il s'agit de Bené Martel, qui a débuté ses fonctions au début du mois de juillet.

Bené Martel a rejoint l'équipe de Tourisme Baie-James en tant que directeur général. Il a été nommé à ce poste par le conseil d'administration de l'organisme.



« ROAD TRIP » PAR -40 °C AU PAYS D'



Un road trip en hiver, c'est une expérience unique. Avec des températures qui descendent jusqu'à -40 °C, c'est l'occasion de vivre une aventure inoubliable.

Sommaire

05	Notre mission, notre vision, nos mandats
06	Mot de la présidente
07	Mot du directeur général
08	Eeyou Istchee Baie-James Performance touristique 2015-2016
12	Nos membres
17	Concours géo plein air
23	Stratégie de communication
27	Stratégie d'accueil et d'information touristique
35	Mise en œuvre du plan de développement des ressources humaines de l'industrie touristique (PDRH-IT)
38	Réalisations
39	L'équipe de Tourisme Baie-James
40	États financiers

Notre mission Notre vision Nos mandats

Mission

Tourisme Baie-James est appelé à exercer un leadership régional et à jouer un rôle de concertation des intervenants sur son territoire, afin de favoriser une convergence des actions touristiques régionales et interrégionales et un arrimage de celles-ci avec les orientations de la région et de Tourisme Québec.

Vision

Tourisme Baie-James est la référence et le leader incontournable dans tous les secteurs d'activités touristiques sur le territoire de la Baie-James et ce, en partenariat avec Cree Outfitting Tourism Association (COTA) et Eeyou Istchee Tourism (EIT), ainsi que l'Administration régionale Baie-James et le Gouvernement régional d'Eeyou Istchee Baie-James.

Mandats

Tourisme Baie-James est une association touristique régionale (ATR) reconnue par le gouvernement du Québec ;

- Tourisme Baie-James est le partenaire régional privilégié de Tourisme Québec quant à l'établissement des priorités, des orientations, des politiques de développement et de promotion touristique pour la région, ainsi que des actions stratégiques en matière touristique sur son territoire et ce, dans le respect de ses particularités et des orientations gouvernementales ;
- Tourisme Baie-James joue, sur son territoire, un rôle de coordination des efforts de structuration de l'industrie touristique en matière de promotion de sa région, de développement de l'offre, d'accueil, d'information et de signalisation touristiques ;
- Tourisme Baie-James est le gestionnaire de la taxe sur l'hébergement ;
- En tant que représentant des divers partenaires touristiques de la Baie-James, l'organisme doit jouer un rôle important de concertation vis-à-vis de l'ensemble des partenaires touristiques du territoire ;
- Tourisme Baie-James est le catalyseur permettant aux partenaires touristiques et à Tourisme Québec d'intégrer leurs actions, et ce, autant sur le plan régional qu'interrégional ;
- Les rôles et mandats spécifiques de Tourisme Baie-James sont liés par un protocole d'entente avec Tourisme Québec.

Mot de la présidente

Chers membres et partenaires de l'industrie touristique,

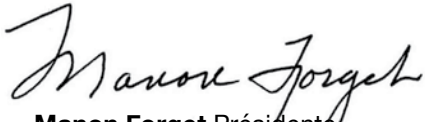
C'est avec grand plaisir que je vous présente, au nom du conseil d'administration, le rapport annuel 2015-2016 de Tourisme Baie-James. En effet, 2015-2016 a été une année charnière avec son importante transition à la présidence et à la direction générale. Je profite une fois de plus de l'occasion pour remercier Luc Letendre, qui a présidé l'organisme pendant plusieurs années et Jean Chartier, qui a quitté après onze ans de services à la direction générale et, qui ont chacun, contribué, au développement et au rayonnement de la région.

Cette transition n'a guère ralenti notre rythme, au contraire. Je tiens d'ailleurs à féliciter Mitchell Dion, et toute son équipe qui ont travaillé très fort à nous fournir une année riche en projets, orientée sur la concertation régionale.

L'année 2015-2016 a également été bien remplie avec la révision du modèle d'affaires qu'a connue l'industrie touristique québécoise en général. En effet, ayant été nommée sur le conseil d'administration d'ATR associées du Québec en septembre dernier, j'ai participé à l'élaboration et aux décisions qui ont mené à cette nouvelle gouvernance du tourisme qui s'annonce très prometteuse. Annoncées, dans le cadre des Assises en octobre 2015, nous avons tout d'abord salué la création de l'Alliance, une organisation indépendante et imputable, chargée de réaliser le marketing international de la destination québécoise et financée par les fonds du ministère du Tourisme, des ATR, et des entreprises privées. Nous aurons également droit à un meilleur encadrement législatif de l'hébergement touristique dans le but de pallier l'iniquité fiscale vécue par les hôteliers et par les autres exploitants d'hébergement touristique. Enfin, nous étions ravis du budget provincial 2016-2017 qui annonçait plus de 150 millions de dollars sur cinq ans pour le développement du produit touristique, notamment grâce au retour des ententes de partenariat régional en tourisme.

Je peux donc vous affirmer qu'avec la merveilleuse équipe que nous avons en place, notre philosophie de concertation avec les acteurs régionaux et le nouveau modèle d'affaires, nous serons dorénavant mieux outillés pour faire face aux enjeux de la concurrence mondiale et ultimement, faire croître et enrichir les entreprises touristiques de notre région.

Maintenant que toutes les conditions sont réunies, on ne peut que réussir!


Manon Forget Présidente



Mot du directeur général

C'est avec grand honneur que j'ai pris la direction générale de Tourisme Baie-James le 1^{er} juillet 2015. Je remercie une fois de plus le conseil d'administration et la présidente pour leur support, car le défi était de taille! Remplir les souliers de Jean Chartier qui nous a donné onze années de loyaux et valeureux services n'a pas été une mince tâche.

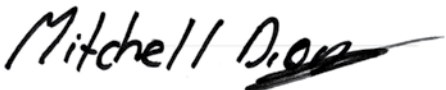
Je ne pourrais continuer de dresser le bilan de l'année en parlant seulement au « je » puisqu'à mon arrivée, ma première constatation fut de réaliser à quel point Tourisme Baie-James est doté d'une équipe merveilleuse. Je suis encore fasciné par tout ce que nous avons pu réaliser avec seulement 7 employés. Si ce fut possible, c'est parce que nous avons une équipe de professionnels, qui ont à cœur leur région, son développement touristique, et qui sont soucieux de fournir le meilleur service possible aux membres et aux partenaires de l'industrie.

Suite à notre toute première enquête de satisfaction auprès des membres, nous avons effectué une tournée régionale, formalisé une structure d'intervention avec les corporations de développement, en plus de créer des comités pour l'accueil et le développement des ressources humaines en collaboration avec Eeyou Istchee Tourism et Cree Outfitting and Tourism Association (COTA) Je tiens d'ailleurs à remercier les deux associations crie d'être restées de fidèles et incontournables partenaires malgré l'incertitude entourant la transition.

Nous sommes très fiers du travail accompli au niveau des ressources humaines. Avec un plan de développement des ressources humaines de l'industrie et une nouvelle ressource responsable de développer des formations, nous serons davantage outillés pour améliorer la qualité des services de notre destination au potentiel infini. Nous avons également poursuivi la mise en œuvre de nos actions marketing qui assure une visibilité nationale et internationale à la destination Eeyou Istchee Baie-James. L'administration d'un nouveau sondage en continu nous permettra d'avoir des statistiques très détaillées sur la clientèle et ainsi améliorer l'efficacité de nos actions.

En terminant, Tourisme Baie-James travaille maintenant plus étroitement avec vous, membres et partenaires de l'industrie touristique, à l'atteinte des objectifs qui vous sont chers. Votre dynamisme, votre ouverture et votre collaboration ont été grandement appréciés et j'espère que cette fin d'année n'est que le début d'une nouvelle, remplie de succès et d'avancements afin qu'un jour, la région soit reconnue comme une destination touristique de calibre international.

Au plaisir de travailler avec vous!


Mitchell Dion Directeur général



Eeyou Istchee Baie-james

Performance touristique 2015-2016

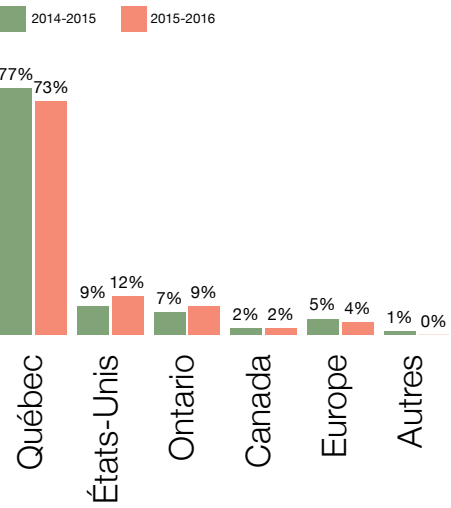
Période du 1 ^{er} avril 2015 au 31 mars 2016	2014-2015	2015-2016	VARIATION
Taxe sur l'hébergement collectée	174 318\$	172 341 \$*	- 1 %
Taux d'occupation moyen Baie-James	41,76 %	42,90 %	+ 1,14 %
Taux d'occupation moyen – Province de Québec	54,83 %	55,84 %	+ 1,02 %
Prix de location moyen – Baie-James	111,58\$	111,76\$	+ 0,18\$
Prix de location moyen – Province de Québec	129,60\$	133,30\$	+ 3,70\$

* Données prévisionnelles pour le trimestre de janvier à mars 2016

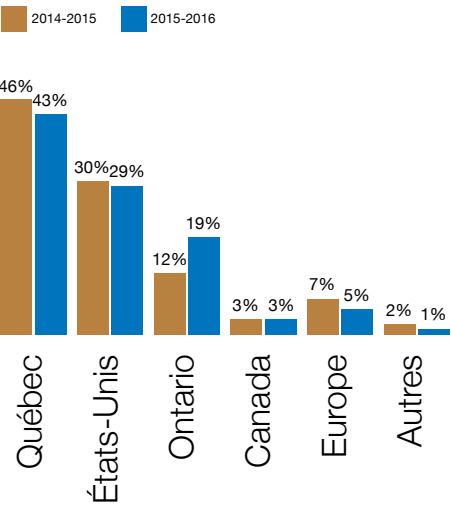
Écosystème numérique

DECROCHEZCOMMEJAMAIS.COM	
Visites	25905
Pages vues	80595
Moyenne des pages consultées	2,42
Provenance géographique (%)	Québec : 52,23 USA : 16,12 Ontario : 13,12
Profil démographique (%)	Hommes : 69,5 Femmes : 30,5 45-54 ans : 27,54 55-64 ans : 22,16 35-44 ans : 17,66 25-34 ans : 16,45
Nouveaux visiteurs (%)	77,62
Anciens visiteurs (%)	22,38
FACEBOOK Mentions J'aime	2015 : 2 247 2016 : 4 103 (+ 82,6 %)
TWITTER Abonnés	123
INSTAGRAM Abonnés (lancé en janvier 2016)	103
YOUTUBE Abonnés	11
Nombre de vues	40655

Provenance des demandes Guide touristique

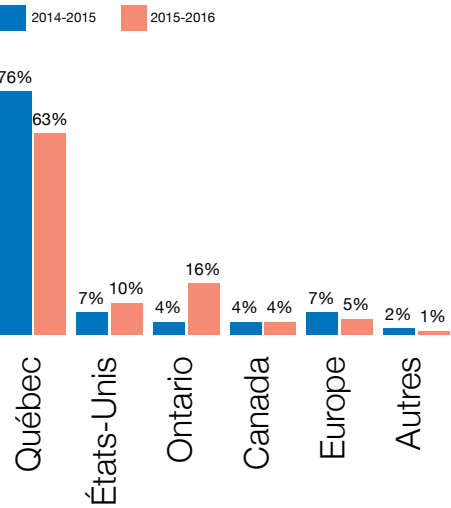


Provenance des demandes Carte motoneige

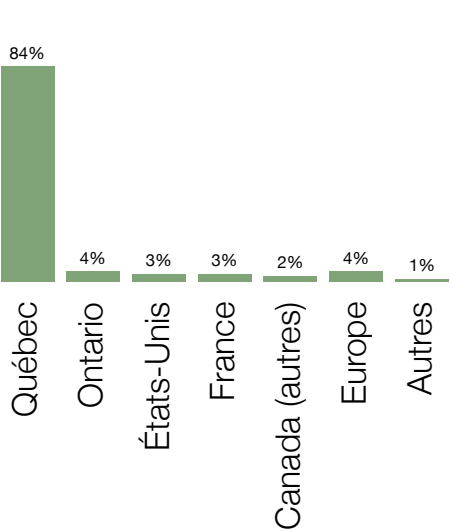


Provenance des demandes Carnet Québec à moto

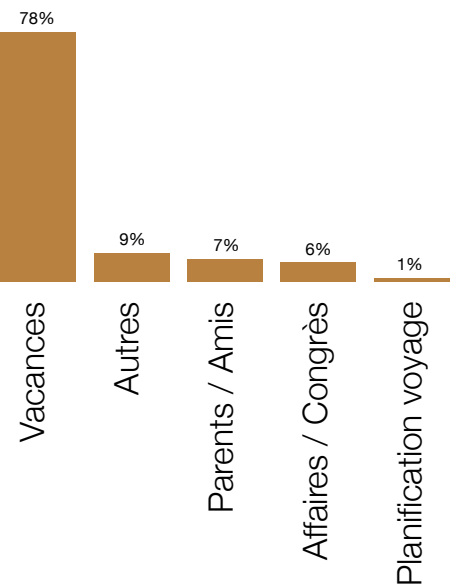
Source : Base de données de Tourisme Baie-James



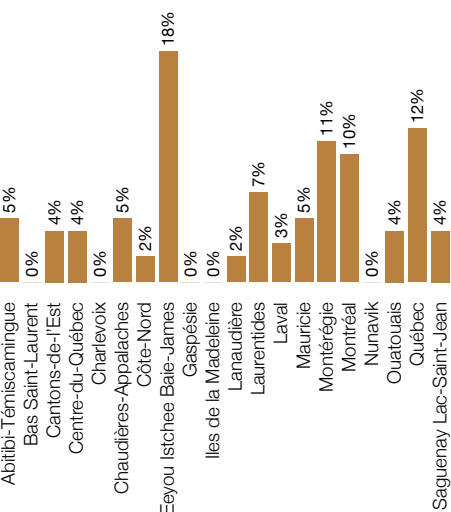
Provenance de la clientèle



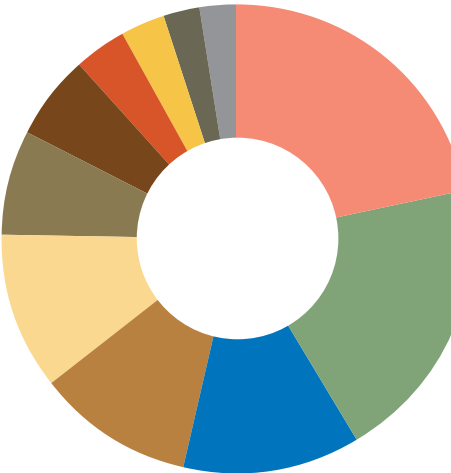
But principal du séjour



Provenance des visiteurs québécois



Information demandée*



- 36% Direction routière
- 33% Autres
- 20% Hébergement
- 18% Camping - Caravaning
- 18% Pêche
- 12% Restaurant
- 10% Randonnée pédestre
- 6% Observation de la faune
- 5% Centrales hydro-électrique
- 4% Tourisme autochtone
- 4% Festivals et événements

* « Information demandée » autorise la sélection de plusieurs valeurs. Par conséquent, le pourcentage total indiqué peut excéder 100 %. Ce pourcentage est basé sur le nombre de sondages pour lesquels au moins une valeur a été sélectionnée.

Source: Bonjour Québec Lieux d'accueil



Enquête de satisfaction auprès des membres

Dans le but d’améliorer son image de marque et de répondre de manière plus pointue aux besoins de ses membres, Tourisme Baie-James a réalisé, le 13 juillet 2015, une enquête de satisfaction. L’analyse des résultats a fait ressortir quelques constats majeurs : la nature et les mandats de Tourisme Baie-James ne sont pas assez connus par les membres qui, par ailleurs, veulent non seulement être plus impliqués dans la vie associative de l’organisme, mais également être plus écoutés. La priorité est donc accordée au suivi de ces requêtes et à la satisfaction des besoins des membres en termes de promotion et d’accompagnement stratégique.

Tournée régionale d’information

Tourisme Baie-James a réalisé une tournée régionale du 8 au 13 novembre 2015 (Radisson, Matagami, Lebel-sur-Quévillon, Villebois, Val-Paradis, Beaucanton) et du 14 au 25 janvier 2016 (Chibougamau, Chapais) au cours de laquelle le directeur général, M. Mitchell Dion, et deux membres de l’équipe ont rencontré les membres et partenaires de l’industrie touristique afin de discuter des principaux enjeux les concernant et de leur présenter les projets réalisés et futurs conformément aux orientations stratégiques de Tourisme Baie-James. La tournée a par ailleurs permis d’expliquer le nouveau modèle d’affaires et de gouvernance de l’industrie touristique québécoise, de discuter de l’encadrement de l’hébergement touristique et de la lutte contre l’hébergement illégal. Les structures d’intervention en matière d’accueil, d’information touristique, d’accompagnement des promoteurs et de développement économique ont notamment été formalisées avec les corporations de développement des localités de Radisson, Villebois, Val-Paradis et Beaucanton ainsi qu’avec celles des municipalités de Matagami, Lebel-sur-Quévillon, Chibougamau et Chapais. Tourisme Baie-James est heureux de la tournée qui mise sur la concertation régionale et dont les issues s’annoncent positives notamment avec l’Administration régionale Baie-James, le Gouvernement régional d’Eeyou Istchee Baie-James, la Société de Développement de la Baie-James, les municipalités et localités, le Carrefour Jeunesse Emploi de la Jamésie, Gens d’affaires de Lebel-sur-Quévillon, la Table touristique de la vallée de la Turgeon et les membres de l’industrie touristique.

Nombre de membres

2014-2015 : 108 membres

2015-2016 : 112 (+3,7 %)

Répartition par territoire

	2014-2015	2015-2016
Beaucanton-Villebois	6	5
Chibougamau	48	54
Chapais	11	9
Lebel-sur-Quévillon	8	7
Matagami	11	12
Radisson	13	13
Territoire du Gouvernement régional EIBJ	5	8
Membres hors territoire	6	4

Répartition par collège électoral

	2014-2015	2015-2016
Attrait, événement, festival	8	10
Aventure, plein air, écotourisme, aérotourisme	2	2
Entreprise publique, parapublique, OBNL	20	22
Entreprise de services touristiques	21	20
Hôtellerie, restauration	22	26
Membre individuel, associé	14	12
Motoneige, quad	6	6
Municipalité, localité et agglomération	7	7
Pouvoirie	8	7

Services-conseils gratuits

- Développement et diversification de vos activités et clientèle
- Aide financière
- Programme de commandes
- Signalisation touristique
- Extranet (intelligence d'affaires)
- Formations pour l'industrie touristique
- Services-conseils en marketing



Restez informé et joignez-vous à nous

NOTRE ÉQUIPE
Mitchell Dion, directeur général
Sylvie Thériault, adjointe administrative
Johanne T. Godin, service aux membres et chargée de projets
Joanik Linteau, coordonnatrice du réseau accueil
Steven Pomerleau, directeur marketing
Angel Miascum, agente numérique
Audrey Perreault, coordonnatrice des ressources humaines de l'industrie touristique
Yves-Cédric Kays, coordonnateur du développement de l'offre touristique

Abonnez-vous à l'Infolettre

 /eyouitchee.baiejames

 @etrbajames

 /Eyouitchee_Baie_James

 /Eyouitchee_Baie_James

Pour plus d'informations, contactez :
Johanne T. Godin
Service aux membres et chargée de projets
418 748-8140, poste 221
1 888 748-8140 | Téléc. : 418 748-8150
jgodin@tourismebaiejames.com
tourismebaiejames.com

Être membre à Tourisme Baie-James des avantages pour tous!



Tourisme Baie-James est une association touristique régionale (ATR) reconnue par le gouvernement du Québec comme l'interlocuteur régional privilégié en matière de tourisme dans tous les secteurs d'activités touristiques de la région Eyouitchee Baie-James et ce, en partenariat avec Chie Outfitting, Tourism Association (COTA) et Eyouitchee Tourism, ainsi que l'Administration régionale Baie-James et le Gouvernement régional d'Eyouitchee Baie-James.





Visibilité

- Parution gratuite dans le Guide touristique officiel
- Sur le site Internet decrochezcommejamais.com
- Sur les réseaux sociaux et dans l'Infolettre
- Distribution gratuite de vos dépliants par Tourisme Baie-James et dans les lieux d'accueil touristiques
- Tournée journalistique
- Tournée de familiarisation
- Salons consommateurs



Les bénéfices

50 % DE FINANCEMENT

Programmes de publicité coopérative Intra-Québec hors-Québec et international (PMI)

Crédit MARKETING OBTENEZ 15 %

Membres hébergement uniquement
Perception de la taxe (TSH récoltée) pour vos besoins promotionnels

OBTENEZ 20 % DE RABAIS

Sur les publicités dans les outils Tourisme Baie-James

Vie associative

- Participez aux assemblées annuelles
- Événements réseautage
- Contribuez au développement et à l'aboutissement des objectifs et projets de votre entreprise et de notre organisme
- Tourisme Baie-James est présent sur un grand nombre de comités stratégiques et de diverses instances (ATRAQ, TO, etc.)

A photograph of two women sitting on a large, mossy rock in the middle of a river with rapids. The woman on the left is wearing a red jacket and the woman on the right is wearing a green jacket. They are both looking towards the right. The background shows a dense forest of evergreen trees under a blue sky with some clouds. A white circular graphic element is partially visible on the left side of the image.

Concertation régionale et provinciale

Stratégie de concertation

Exercer un leadership régional et jouer un rôle de concertation avec tous les intervenants du milieu local et régional afin de favoriser une synergie des actions de développement touristique et un arrimage de celles-ci avec les orientations de Tourisme Québec.

Réalisations

Tourisme Baie-James est présent dans le milieu :

- Comité du créneau ACCORD en tourisme nordique, filière Eeyou Istchee Baie-James;
- Conférence des directeurs généraux de l'ATRAQ;
- Conseil d'administration de l'ATRAQ;
- Table des régions de l'ATRAQ;
- Comité Stratégie Nature et Aventure de Tourisme Québec;
- Comité de la Stratégie touristique au nord du 49° parallèle;
- Conférence administrative régionale (CAR) du Nord-du-Québec;
- Assemblée générale de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec;
- Table provinciale des responsables régionaux de l'accueil touristique – ATRAQ;
- Comité conjoint cri jamésien pour l'accueil touristique;
- Table provinciale des chargés du guide touristique, ATRAQ;
- Table des directeurs marketing – Québec et Montréal;
- Conseil d'administration de la SADC Chibougamau-Chapais;
- Comité de développement des ressources humaines de l'industrie touristique;
- Comité des utilisateurs de la route 167 Nord – route des monts Otish;
- Journées annuelles de l'accueil touristique – ATRAQ.

Stratégie de concertation

Exercer un leadership régional et jouer un rôle de concertation avec tous les intervenants du milieu local et régional afin de favoriser une synergie des actions de développement touristique et un arrimage de celles-ci avec les orientations de Tourisme Québec.

Réalisations

Tourisme Baie-James est présent dans le milieu :

- Comité du créneau ACCORD en tourisme nordique, filière Eeyou Istchee Baie-James ;
- Conférence des directeurs généraux de l'ATRAQ ;
- Conseil d'administration de l'ATRAQ ;
- Table des régions de l'ATRAQ ;
- Comité Stratégie Nature et Aventure de Tourisme Québec ;
- Comité de la Stratégie touristique au nord du 49° parallèle ;
- Conférence administrative régionale (CAR) du Nord-du-Québec ;
- Assemblée générale de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec ;
- Table provinciale des responsables régionaux de l'accueil touristique – ATRAQ ;
- Comité conjoint cri jamésien pour l'accueil touristique ;
- Table provinciale des chargés du guide touristique, ATRAQ ;
- Table des directeurs marketing – Québec et Montréal ;
- Conseil d'administration de la SADC Chibougamau-Chapais ;
- Comité de développement des ressources humaines de l'industrie touristique ;
- Comité des utilisateurs de la route 167 Nord – route des monts Otish ;
- Journées annuelles de l'accueil touristique – ATRAQ.



Positionnement

Le positionnement de la destination touristique d'Eeyou Istchee Baie-James se fait sur deux paliers : l'image de la destination touristique et ses différents produits touristiques.

Les produits touristiques

Motoneige et activités hivernales :

- Pêche en pourvoirie ;
- Culture autochtone crie ;
- Nature et aventure ;
- Marchés prioritaires ;
- Québec ;
- Ontario ;
- Nord-Est des *États-Unis* ;
- Marchés secondaires ;
- France ;
- Royaume-Uni.





Carnet moto 2015-2016

Développé par le réseau ATR associées du Québec dans le but de positionner les ATR participantes sur le marché du mototourisme au Québec, la 4^e édition du carnet moto fait la promotion de deux tronçons à savoir la route de la Baie-James et les routes 113 et 167. Il a été édité en 40 000 exemplaires bilingues et est distribué dans les salons spécialisés sur la moto (Québec, Moncton, Montréal, Toronto). Ce dernier est soutenu par une promotion via le site quebecamoto.com, une campagne web et des magazines spécialisés.



Carte des sentiers de motoneige 2015-2016

Éditée à 20 000 exemplaires bilingues, elle a été distribuée aux touristes qui en ont fait la demande lors de divers salons promotionnels spécialisés ainsi que dans les présentoirs @ l’Affiche 2000, et ensachée dans le magazine Motoneige Québec et Supertrax.

Tournées photo / vidéos

- **5 au 23 août 2015** - Photographe/vidéaste : Annie-Claude Roberge Produits touristiques ciblés : culture autochtone crie, tournois de pêches autochtones Cris, faune, flore, paysage, campings, hôtels.
- **12 au 21 août 2015** - Photographe : Mathieu Dupuis Produits touristiques ciblés : randonnée pédestre, pêche en pourvoirie, canot/kayak, culture crie, aurores boréales, tourisme d’affaires, hôtels et restaurants, paysages.
- **11 au 19 février 2016** - Photographe : Jean-François Bergeron Produits touristiques ciblés : motoneige, culture crie, caribous, pêche sur glace, chasse au lagopède, randonnée en raquettes, hôtels et restaurants, paysages.

Tournées journalistiques

DATES	JOURNALISTES	MÉDIAS	PRODUITS TOURISTIQUES
12 au 16 juin 2015	Expédition Faune	Épisode de 30 minutes sur TVA Sports et réseaux sociaux	Pêche à la pourvoirie Aventure lac Goéland
14 au 21 juin 2015	Aventure Grandeur Nature	3 épisodes de 30 minutes sur RDS et réseaux sociaux	Matagami, Écogîtes du lac Matagami, Pourvoirie Aventure lac Goéland, Radisson, Hydro Québec, Parc Robert-A.-Boyd, boutique les Arts et trésors Inouis, Auberge Radisson, Oujé-Bougoumou, Institut culturel cri Aanischaaukamikw, Festival du doré Baie-James, Pourvoirie Osprey et camps Louis-Jolliet.
29 juin au 6 juillet 2015	Cyril Gressot	Article diffusé dans le magazine Voyages de pêche	Pêche à la pourvoirie Osprey
11 au 17 juillet et 24 au 28 août 2015	Hooké	2 épisodes de 30 minutes sur Uni. tv et sur réseaux sociaux / 6 vidéos promotionnelles	Pêche à la pourvoirie Mirage et aux Camps Louis-Jolliet
26 au 31 juillet 2015	AMS Moto	10 capsules de 3 minutes à Télé-Mag et réseaux sociaux	Mototourisme sur les routes 113 et 167, la route de la Baie-James.
24 au 28 août 2015	Le camp en pourvoirie en collaboration avec Tourisme Autochtone Québec	Épisode de 30 minutes sur TVA Sports, Wild TV, Sportsmen Channel et réseaux sociaux	Pêche aux camps Louis-Jolliet
26 février au 3 mars 2016	OSM Magazine et Motoneiges.ca	Articles dans le magazine OSM et sur : motoneiges.ca/sledmagazine.com	Cross-country du Festival Folifrets, sentiers de motoneige et services offerts à Oujé-Bougoumou, Lebel-sur-Quévillon, Matagami et Chibougamau
27 février au 5 mars 2016	Martin Horik	2 émissions de 30 minutes diffusées à V télé dans l’émission Octane	Festival Folifrets Baie-James, cross-country et randonnée du président

Concours Géo plein air

Dans le cadre du concours «palmarès des municipalités les plus plein air du Québec», les Écogîtes du lac Matagami et Eeyou Istchee Baie-James présentaient le grand prix du concours pour les participants ayant voté, soit un forfait tout inclus aux Écogîtes du lac Matagami d’une valeur de 4 000\$. La personne gagnante profitera de son prix du 27 juin au 4 juillet 2016.

Campagnes de promotion

	ACTIONS	MARCHÉS CIBLÉS
CAMPAGNE MOTOTOURISME		
Campagne promotionnelle - Alliance Mototourisme	Site web, salons, bannières web	Québec, Ontario
Tournée de presse - AMS moto	10 capsules de 3 minutes + photos	Est du Canada
Campagne promotionnelle - Alliance Mototourisme	Site web, salons, bannières web	Québec, Ontario
Carnet moto 2015-2016	Promotion de 2 circuits - 40 000 exemplaires	Est du Canada
CAMPAGNE IMAGE DE MARQUE		
Guide touristique d'Eeyou Istchee Baie-James	60 000 exemplaires	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Guide touristique de l'Abitibi-Témiscamingue	Publicité d'un format d'une page	Québec, Ontario, Nord-Est des É-U
Guide touristique de Wendake	Publicité d'un format d'une page	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
Facebook - campagne « like »	Publications sponsorisées	Québec, Ontario
Quebec Vacation Guide	Publicité d'un format d'1/4 de page	Ontario et Maritimes
Guide des vacances au Québec été/automne 2016	Publicité d'un format d'une page	Québec
CAMPAGNE CULTURE AUTOCHTONE CRIE		
Magazine Origin(e) (TAQ)	Publicité d'un format d'une page	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
Magazine Québec Le Mag	Publicité d'un format d'une page	Europe
Magazine Destination (Air Creebec)	Publicité d'un format d'une page	Québec et Ontario
COOP - Facebook avec Institut culturel cri Aanischaaukamikw	Publications sponsorisées	Québec
COOP - Facebook avec Institut culturel cri Aanischaaukamikw	Publications sponsorisées	Québec
Magazine Destination (Air Creebec)	Publicité d'un format d'une page	Québec et Ontario
Dictionnaire anglais-français-cri	10 000 exemplaires	Québec
Magazine Destination (Air Creebec)	1 page	Québec et Ontario
Magazine Québec Le mag	Publicité d'un format d'une page + 3 pages d'éditorial	Europe
Tourismeautochtone.com	Bannière	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
Magazine Destination (AirCreebec)	Publicité d'un format d'une page	Québec et Ontario
Magazine Origin(e) TAQ	Publicité d'un format d'une page	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
Magazine Québec Le Mag	Publicité d'un format d'une page + 3 pages d'éditorial	Europe
CAMPAGNE MOTONEIGE		
Google Adwords - Bannières web motoneige	Bannières	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Carte motoneige d'Eeyou Istchee Baie-James 2015-2016	20 000 exemplaires	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Carte motoneige de l'Abitibi-Témiscamingue 2015-2016	Publicité d'une demi-page	Québec, Ontario, Nord-Est USA
OSM Magazine USA	Publicité d'un format d'une page	Canada
OSM Magazine CAN	Publicité d'une page	Canada
Toronto Show Program OSM	Publicité d'une page	Ontario
Osmmag.com	Bannière web	Canada, USA
Supertraxmag.com	Bannière web	Canada, USA

	ACTIONS	MARCHÉS CIBLÉS
Salon Toronto snowmobile, atv & powersports show	Kiosque 10x10	Toronto
Salon des sports récréatifs motorisés de Québec	Kiosque 10x10	Québec
Osmmag.com	Bannière web	Canada, USA
Supertraxmag.com	Bannière web	Canada, USA
Snowgoer.com	Bannière web	USA
Magazine Motoneige Québec	Publicité d’une page	Québec
sledmagazine.com	Bannière web	Est du Canada, Nord-Est des USA
Motoneiges.ca	Bannière web	Québec
Osmmag.com	Bannière web	Canada, USA
Supertraxmag.com	Bannière web	Canada, USA
Snowgoer.com	Bannière web	USA
Supertrax Magazine USA	Publicité d’une page	USA
Supertrax Magazine CAN	Publicité d’une page	Canada
SnowGoer Magazine CAN	Publicité d’une double page	Canada
OSM Magazine USA	Publicité d’une page	USA
OSM Magazine CAN	Publicité d’une page	Canada
Google Adwords - Bannières web motoneige	Bannière web	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Achat de mots clés motoneige	Mots clés Google Adwords	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Campagne promotionnelle - Alliance Motoneige	Site web, magazine, bannières web	Est du Canada, Nord-Est des USA
SnowGoer Magazine CAN	Double page	Canada
OSM Magazine USA	1 page	USA
OSM Magazine CAN	1 page	Canada
Magazine Motoneige Québec	1 page	Québec
Motoneiges.ca	Bannière web	Québec
sledmagazine.com	Bannière web	Est du Canada, Nord-Est des USA
Osmmag.com	Bannière web	Canada, USA
Supertraxmag.com	Bannière web	Canada, USA
Snowgoer.com	Bannière web	USA
Google Adwords - Bannières web motoneige	Bannière web	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Achat de mots clés motoneige	Mots clés Google Adwords	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Campagne promotionnelle - Alliance Motoneige	Site web, magazine, bannières web	Est du Canada, Nord-Est des USA
Motoneiges.ca	Bannière web	Québec
sledmagazine.com	Bannière web	Est du Canada, Nord-Est des USA
Osmmag.com	Bannière web	Canada, USA
Supertraxmag.com	Bannière web	Canada, USA
Google Adwords - Bannières web motoneige	Bannière web	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Achat de mots clés motoneige	Mots clés Google Adwords	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Tournée de presse motoneige - OSM Magazine et Motoneiges.ca	Articles et photos	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Campagne promotionnelle - Alliance Motoneige	Site web, magazine, bannières web	Est du Canada, Nord-Est des USA
Motoneiges.ca	Bannière web	Québec
sledmagazine.com	Bannière web	Est du Canada, Nord-Est des USA
Osmmag.com	Bannière web	Canada, USA
Supertraxmag.com	Bannière web	Canada, USA
Google Adwords - Bannières web motoneige	Bannière web	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Achat de mots clés motoneige	Mots clés Google Adwords	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Facebook - motoneige	Publications sponsorisées	Québec, Ontario, Nord-Est USA
CAMPAGNE PRODUITS PLEIN-AIR		
Radio-canada.ca	Bannière web	Québec
Geopleinair.ca	Bannière web	Québec
Magazine Découvertes	Publicité d’une page	Québec
Infolettre magazine Découvertes	Bannière web	Québec
Campagne nature avec Aventure écotourisme Québec et Tourisme Québec	Microsite	Québec, Ontario, USA, Europe
CAMPAGNE FESTIVALS DE PÊCHE		
COOP - Facebook avec Festival du doré Baie-James	Publication commanditées	Québec
COOP - Radio Planète 99,5 Roberval avec Festival du doré Baie-James	30 secondes	Roberval
COOP - Radio KYK Radio X Saguenay avec Festival du doré baie-James	30 secondes	Saguenay
COOP - Magazine Sentier chasse et pêche avec Festival du doré Baie-James	Publicité d’une page	Québec
CAMPAGNE MULTI-PRODUITS		
Tournée de presse - Aventure Grandeur Nature	3 émissions de 30 minutes	Québec
Campagne estivale avec Tourisme Québec	Microsite	Ontario et USA
Tournée de presse - Plein air, voyages et compagnie	3 articles + photo	Québec

	ACTIONS	MARCHÉS CIBLÉS
Tournée photo - Mathieu Dupuis	Photos	
Tournée photo et vidéo - Annie-Claude Roberge	Photos et vidéos	
Salon du VR de Montréal en collaboration avec Hydro-Québec	Kiosque 10x10	Montréal
Tournée photo - EnviroFoto	Banque de Photos	Intra et Hors-Québec
CAMPAGNE PÊCHE EN POURVOIRIE		
COOP - Tournée de presse Expédition Faune avec Pourvoirie Aventure lac Goéland	1 émission 30 minutes	Québec
Tournée de presse - Hooké avec TAQ, FPQ et Pourvoirie Mirage	1 émission 30 minutes + vidéos promotionnelles et photos	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
Tournée de presse - Cyril Gressot à la pourvoirie Osprey	1 article de 9 pages + photo	Europe
Tournée de presse - Hooké avec TAQ, FPQ et les camps Louis-Jolliet	1 émission 30 minutes + vidéos promotionnelles et photos	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
Tournée de presse - Le camp en pourvoirie avec TAQ, FPQ et les camps Louis-Jolliet	Émission et photos	Québec
Guide de la pourvoirie	2/3 page + 1 page	Québec
Quebec Outfitters magazine	Publicité d’2/3 page	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
Magazine Voyage de pêche	Publicité d’une page	Europe
Magazine Aventure Chasse et pêche	Publicité d’une page	Québec
COOP - Salon national de la pourvoirie de Montréal avec Pourvoirie Aventure lac Goéland	Kiosque 10x10	Québec
Facebook - pêche en pourvoirie	Vidéos sponsorisées	Québec, Ontario, Nord-Est USA
COOP - Salon expert Chasse, pêche et camping de Montréal avec Osprey/Louis-Jolliet	Kiosque 10x20	Montréal
COOP - Salon expert Chasse, pêche et camping de Montréal avec Pourvoirie Mirage	Kiosque 10x10	Montréal
COOP - Magazine Sentier chasse et pêche avec Tourisme Mistissini	Publicité d’1/2 page	Québec
Facebook - pêche en pourvoirie	Vidéos sponsorisées	Québec, Ontario, Nord-Est USA
Youtube - pêche en pourvoirie	Vidéos sponsorisées	Québec, Ontario, Nord-Est USA
COOP - Salon expert Chasse, pêche et camping de Québec avec Tourisme Mistissini	Kiosque 10x20	Québec
COOP - Salon Toronto Sportsmen’s show avec Tourisme Mistissini	Kiosque 10x10	Ontario
COOP - Magazine Origin(e) TAQ avec Tourisme Mistissini	1 page	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
COOP - Salon expert Chasse, pêche et camping de Québec avec Pourvoirie Mirage	Kiosque 10x10	Québec
COOP - Salon Toronto Sportsmen’s show avec Pourvoirie Mirage	Kiosque 10x10	Ontario
COOP - Salon Great American Outdoor Show avec Pourvoirie Mirage	Kiosque 10x10	Nord-Est USA
COOP - Magazine Sentier chasse et pêche avec Tourisme Mistissini	1/2 page	Québec
COOP - Salon nautique et plein air de l’Outaouais avec Pourvoirie Aventure lac Goéland	Kiosque 10x10	Québec, Ontario
CAMPAGNE CHASSE EN POURVOIRIE		
Tournée de presse - QVO avec TAQ et les camps Kiskimaastakin	Émission et photos	Est du Canada, Nord-Est des USA, Europe
CAMPAGNE FESTIVALS DE MOTONEIGE		
COOP - Salon des sports récréatifs motorisés de Québec avec Festival Folifrets Baie-James	Kiosque 10x10	Québec
COOP - Facebook avec Festival Folifrets Baie-James	Publications sponsorisées	Québec
COOP - Youtube avec Festival Folifrets Baie-James	Vidéos sponsorisées	Québec
COOP - Facebook avec Festival Folifrets Baie-James	Publications sponsorisées	Québec
COOP - Youtube avec Festival Folifrets Baie-James	Vidéos sponsorisées	Québec
COOP - Publicité télé émission Octane avec Festival Folifrets Baie-James	30 secondes	Québec
COOP - Tournage émission Octane avec Festival Folifrets Baie-James	2 x 30 minutes	Québec
CAMPAGNE ÉVÈNEMENT SPORTIF		
COOP - Facebook avec Défi Xtrême Chibougamau	Publications sponsorisées	Québec
COOP - Facebook avec Défi Xtrême Chibougamau	Publications sponsorisées	Québec

Priorités 2016-2017

- Élaborer et mettre en œuvre un plan marketing 2016-2018 ;
- Implanter le système de gestion de la relation client (CRM) infusionsoft pour obtenir des données stratégiques sur notre clientèle actuelle et potentielle ;
- Créer une infolettre à l’intention des touristes pour les renseigner sur les nouveautés, attractions et événements à ne pas manquer ;
- Développer de nouveaux produits relatifs à la nouvelle image de marque et maintenir la mise en marché de ceux-ci.

Communications

Stratégie de communication

- Améliorer la visibilité et la crédibilité de Tourisme Baie-James tout en se positionnant favorablement aux yeux de l'opinion publique ;
- Valoriser l'image du tourisme et de son industrie, vulgariser son importance dans le développement touristique local et régional ;
- Tenir informer le milieu politique municipal, les membres, la population et les partenaires sur les réalisations et l'état d'avancement du plan stratégique ;
- Diffuser la connaissance relative au développement de l'industrie touristique (statistiques, études de marché, Réseau de veille en tourisme nordique, etc.).

Site internet corporatif de Tourisme Baie-James

Le 24 mars 2016, Tourisme Baie-James a lancé son nouveau site internet corporatif : www.tourismebaiejames.com. Plus ergonomique et uniquement axé sur la diffusion d'information à caractère corporatif, celui-ci permet aux membres et partenaires de Tourisme Baie-James d'accéder à une panoplie de données sur l'organisme et ses programmes de commercialisation. Ces derniers peuvent désormais adhérer ou renouveler leur adhésion à titre de membre directement en ligne. De plus, les promoteurs et les potentiels investisseurs peuvent y consulter les différents programmes de subvention et financement, qui par ailleurs seront mis à jour régulièrement. Enfin, une salle de nouvelles permettra à tous les visiteurs du site d'être tenus informés sur les projets réalisés et en cours par le biais de publications spécifiques, de communiqués de presse et d'infolettres. La refonte du site internet s'inscrit parfaitement dans la démarche amorcée depuis quelques mois par Tourisme Baie-James pour renforcer ses communications et sa relation avec ses membres et le milieu.

Le site internet corporatif www.tourismebaiejames.com est à différencier du site internet de la destination Eeyou Istchee Baie-James www.decrochezcommejamais.com qui lui est utilisé en partenariat avec Tourisme Eeyou Istchee pour faire la promotion touristique de la région.

Infolettre

Du 1^{er} avril 2015 au 31 mars 2016, Tourisme Baie-James a réalisé 10 infolettres qui ont été envoyées aux membres et partenaires ainsi qu'à toutes les personnes qui en ont fait la demande.

- Nombre d'abonnés : 107
- Taux moyen d'ouverture : 45 %



Entrevues radiophoniques

Du 1^{er} avril 2015 au 31 mars 2016, Tourisme Baie-James a réalisé **18 entrevues radios** pour parler des sujets d’actualités entourant l’industrie touristique et faire état des avancements reliés au plan stratégique 2015-2020.

DATE	ANTENNE	SUJETS
23 juin 2015	Planète 93,5 FM (Chibougamau)	Nouvelle direction générale et vision pour le développement de la destination
14 août 2015	Planète 93,5 FM (Chibougamau)	Avancements et réalisations de l'organisme en juillet-août
31 août 2015	CHEF 99,9 FM (Matagami)	Avancements et réalisations de l'organisme en juillet-août
31 août 2015	CIAU 103,1 FM (Radisson)	Avancements et réalisations de l'organisme en juillet-août
8 octobre 2015	CHEF 99,9 FM (Matagami)	Avancements et réalisations de l'organisme en septembre
15 octobre 2015	CIAU 103,1 FM (Radisson)	Avancements et réalisations de l'organisme en septembre
28 octobre 2015	CHEF 99,9 FM (Matagami)	Nouveau modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme au Québec et ses répercussions positives pour la région
2 novembre 2015	Planète 93,5 FM (Chibougamau)	Nouveau modèle d'affaires et de gouvernance du tourisme au Québec et ses répercussions positives pour la région
19 novembre 2015	CHEF 99,9 FM (Matagami)	Avancements et réalisations de l'organisme en octobre-novembre
25 novembre 2015	CIAU 103,1 FM (Radisson)	Avancements et réalisations de l'organisme en octobre-novembre
17 décembre 2015	CHEF 99,9 FM (Matagami)	Avancements et réalisations de l'organisme en novembre-décembre
17 décembre 2015	CIAU 103,1 FM (Radisson)	Avancements et réalisations de l'organisme en novembre-décembre
25 janvier 2016	CHEF 99,9 FM (Matagami)	Nouvelles modalités et réglementations pour la chasse au caribou
26 janvier 2016	CIAU 103,1 FM (Radisson)	Nouvelles modalités et réglementations pour la chasse au caribou
4 février 2016	CHEF 99,9 FM (Matagami)	Avancements et réalisations de l'organisme en janvier
4 février 2016	CIAU 103,1 FM (Radisson)	Avancements et réalisations de l'organisme en janvier
3 mars 2016	CHEF 99,9 FM (Matagami)	Avancements et réalisations de l'organisme en février
3 mars 2016	CIAU 103,1 FM (Radisson)	Avancements et réalisations de l'organisme en février

Communiqués 2015-2016

- Saison motoneige prolongée – Mars 2016 ;
- Lancement du nouveau site web de Tourisme Baie-James – Mars 2016 ;
- Budget provincial 2016-2017 – Mars 2016 ;
- Bureaux d’information touristique à Lebel-sur-Quévillon et Matagami – Février 2016 ;
- Coordinnatrice au développement des RH de l’industrie – Février 2016 ;
- Projet pilote véhicule hors route – Janvier 2016 ;
- Chasse aux caribous – Janvier 2016 ;
- Nouvelle ministre du Tourisme et AITQ – Janvier 2016 ;
- Adoption de la loi 67 – Décembre 2015 ;
- Nouveau modèle de gouvernance – Octobre 2015 ;
- Nomination – coordonnateur du projet de l’agence DMC – Août 2015 ;
- Nomination – directeur général de Tourisme Baie-James – Juin 2015 ;
- Le tourisme, un secteur clé du Plan Nord à l’horizon 2015 – Avril 2015 ;
- Lancement du guide touristique officiel 2015-2016 – Avril 2015.

Programme de commandites

En plus de contribuer au succès des projets mis sur pied par des organismes, l’attribution d’une commandite revêt, pour Tourisme Baie-James, une valeur indéniable puisqu’elle associe son image à des projets dynamiques et positifs pour la région touristique. Depuis le 12 août 2015, Tourisme Baie-James a adopté un nouveau programme de commandites qui définit clairement les différents paramètres pris en compte dans le traitement des demandes et la prise de décision. La nouvelle politique vise à encadrer et harmoniser la gestion des fonds alloués en matière de commandites dans le respect de la mission de Tourisme Baie-James. Elle tient compte des objectifs de son plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d’Eeyou Istchee Baie-James et s’inscrit dans une approche intégrée et proactive de communication. Elle a pour but de fixer des critères d’acceptation équitables et une procédure uniforme et transparente dans le traitement des demandes de commandites qui proviennent des organismes reconnus sur le territoire de la région touristique de la Baie-James. Elle précise la portée, les principes directeurs, les critères applicables, les principes de gestion et de traitement des demandes ainsi que les responsabilités administratives.

L’évaluation des demandes est réalisée par un comité composé de 6 personnes comprenant un membre du conseil d’administration, la direction générale de Tourisme Baie-James et des membres de l’équipe afin d’assurer une meilleure équité dans le traitement de chaque dossier.

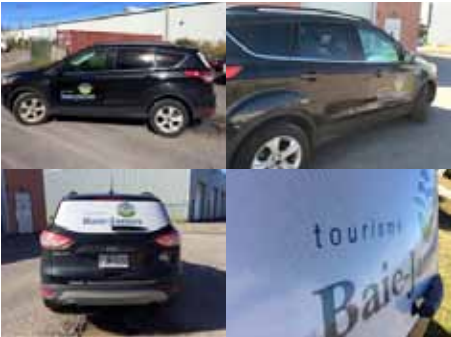
Au total 19574\$ ont été versés en dons et commandites afin de soutenir des évènements touristiques.

Enseigne corporative

Dans la foulée de la révision de sa stratégie de communication régionale et interrégionale, Tourisme Baie-James s’est doté d’une enseigne corporative installée le 24 septembre dernier. Réalisée par l’entreprise de Chibougamau *Lettrage Waldi* en collaboration avec *Chantiers Chibougamau*, l’enseigne contribuera également à positionner géographiquement l’association touristique régionale.



Lettrage du véhicule corporatif



Priorités 2016-2017

- Effectuer une revue de presse des statistiques, actualités touristiques, tendances, innovation en marketing et en développement de produits à l’attention des membres ;
- Se doter d’une base de données en ligne où les membres pourraient actualiser eux-mêmes leur fiche, mettre à jour leurs informations pour le guide touristique et renouveler leur adhésion à Tourisme Baie-James via un extranet ;
- Élaborer des capsules d’informations destinées aux employés régionaux de première ligne afin de les sensibiliser à l’importance de l’accueil touristique ;
- Organiser les premières éditions des rendez-vous annuels de l’industrie touristique soit des événements à l’intention des membres (lancement campagne marketing, 5 à 7 réseautage, etc.) ;
- Réviser le service offert aux membres et faire une campagne de recrutement de nouveaux membres ;
- Mettre en place une centrale de réservation en ligne pour les établissements d’hébergement directement sur le site internet de la destination *décrochezcommejamais.com*.

Accueil et information



© Annie-Claude Roberge



© Annie-Claude Roberge



© Mathieu Dupuis

Stratégie

Telles qu'identifiées dans le rapport «*Recommandations et diagnostic pour les lieux d'accueil touristique d'Eeyou Istchee Baie-James*», 3 principales recommandations sont mises en œuvre :

1. Création d'un comité accueil conjoint Cri et Jamésien ;
2. Adopter un plan de localisation conjoint des lieux d'accueil ;
3. Adopter une stratégie d'accueil conjointe en Eeyou Istchee Baie-James ;

Création d'un comité accueil conjoint Cri et Jamésien

Lors de la 1^{ère} rencontre du comité conjoint qui s'est tenue le 2 septembre 2015 à Matagami, le plan de localisation conjoint des lieux d'accueil a été adopté selon les termes suivants :

- 3 bureaux d'information touristique (Matagami, Lebel-sur-Quévillon, Chibougamau) situés aux portes d'entrée du territoire qui fourniront une information complète sur la région et complémentaire sur les régions limitrophes.
- 1 bureau d'accueil touristique (Radisson), à vocation locale, où les services offerts couvrent principalement le territoire desservi, soit à l'échelle d'un quartier, d'une localité ou de municipalités voisines.
- Des bureaux d'information touristique auront le même concept architectural à l'image des deux communautés présentent sur le territoire. Le Gouvernement régional Eeyou Istchee Baie-James est chargé du développement des concepts architecturaux.

Le déploiement de la stratégie d'accueil se fera autant à l'intérieur des bureaux d'information que dans tous les points de contact régionaux : sensibiliser l'ensemble du personnel de première ligne (réceptionnistes, serveuses, employés de station-service) et améliorer leurs connaissances et pratiques en matière de service à la clientèle et d'information touristique.

La seconde rencontre du comité a eu lieu le 24 novembre 2015 à Oujé-Bougoumou. L'objectif principal de celle-ci a été de faire un choix de concept architectural qui représenterait l'ensemble des bureaux d'information touristique. Le concept « Ouverture » de la firme *Trame* a été sélectionné par la majorité.

Le Cégep de St-Félicien a également présenté les capsules d'information pour les employés de première ligne ainsi qu'un projet de formation d'une Attestation d'études Collégiales en services d'accueil, d'information et de promotion touristiques pour les conseillers en séjour.

Bureau d’information touristique

- Matagami (km 6 de la route de la Baie-James)
- Chibougamau (saisonnier)
- Lebel-sur-Quévillon (saisonnier)
- Suite à l'adoption du nouveau plan de localisation des lieux d'accueil.
La ville de Lebel-sur-Quévillon a procédé, en février 2016, à un changement du statut de son bureau d'accueil touristique qui est devenu un bureau d'information touristique.

Bureau d’accueil touristique

Localité de Radisson (saisonnier)

Formation des conseillers en séjour

La formation «Penser Client» du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme s’est tenue le 10 juin 2015 à Matagami. Dix représentants des lieux d'accueil, d’hôtels et de campings ont perfectionné leurs connaissances en accueil touristique. La réalisation de cette formation a été possible grâce au soutien financier d’Emploi-Québec.

Centres Infotouriste – Réseau de présentoirs

Les centres Infotouriste servent de plaques tournantes pour la découverte du Québec. Ces bureaux multiservices d’information touristique sont administrés par Tourisme Québec et Tourisme Baie-James est le représentant exclusif pour la location de présentoirs auprès des entreprises touristiques de la région. Le guide touristique Eeyou Istchee Baie-James est présent dans tous les centres : Montréal, Québec, Rigaud, Rivière Beaudette et Dégelis. Soyez présents avec nous pour bonifier l’offre de la région.

Signalisation touristique

Mise sur pied par le ministère des Transports du Québec et par Tourisme Québec, la signalisation touristique a pour objectifs de faciliter l’accès aux produits touristiques québécois à partir du réseau routier, de le mettre en valeur et de le signaler d’une façon efficace et simple en guidant les automobilistes de façon sécuritaire. La gestion quotidienne de la signalisation touristique est assumée par l’ATRAQ. **Entreprise signalisée : Hôtel Matagami**

Projet provincial du baromètre

Tourisme Baie-James participe à la mise en œuvre du baromètre touristique. L’outil permettra de mesurer la performance touristique des régions participantes et de collecter diverses données statistiques stratégiques. Il comprend à la fois un sondage en continu à l’attention de la clientèle et un panier d’indicateurs. Au cours de l’année 2016-2017, les données récoltées seront colligées et analysées afin de dresser un portrait précis des clientèles touristiques québécoises.

Objectifs du sondage :

- Analyser la performance touristique grâce à une meilleure compréhension du comportement de la clientèle venue en Eeyou Istchee Baie-James ;
- Disposer d’informations nouvelles et exclusives sur la clientèle pour orienter des choix stratégiques de promotion et de développement ;
- Développer des indicateurs de performance quantifiés relativement à la satisfaction de la clientèle sur différentes composantes de l’expérience.

Résultats de collecte par trimestre

TRIMESTRE	PÉRIODE	NOMBRE DE COUPONS RÉCOLTÉS	SONDAGES EN LIGNE COMPLÉTÉS	TAUX DE RÉPONSE
1	15 juin au 15 septembre 2015	458	133	29 %
2	15 septembre au 15 décembre 2015	176	–	–
3	15 décembre 2015 au 15 mars 2016	72	–	–
4	15 mars au 15 juin 2016	–	–	–
Total		706		
Objectif		1 000		

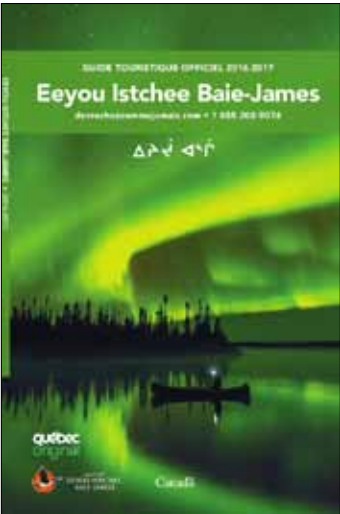
Guide touristique officiel

Le guide touristique officiel 2016-2017 met en valeur les attraits, événements et activités à découvrir et à pratiquer dans la région d’Eeyou Istchee Baie-James. Outil privilégié d’appréciation de la diversité et de la beauté de l’offre touristique régionale, il représente l’ensemble des acteurs qui vous invite à venir « décrocher comme jamais » dans cette magnifique destination. En plus de mettre l’accent sur un dizaine d’incontournables à vivre dans la région, l’information aux visiteurs est bonifiée par l’ajout d’encarts sur les produits motoneige et pêche. Il est offert gratuitement sur demande, au Québec et partout à travers le monde. Il est distribué à plus de 63 000 copies, via un réseau regroupant près de 200 lieux d’accueil et d’information touristique, Tourisme Québec, CAA Québec et les aéroports.

Refonte des guides touristiques du Québec

Proposée par ATR Associées du Québec, une démarche de refonte des guides touristiques officiels du Québec a été démarrée en 2015. Par le biais d’un sondage et de groupes de discussion auprès des utilisateurs, l’enquête visait à :

- valider l’utilisation et l’utilité des principales nouveautés soient : les incontournables et affichage de l’accès gratuit à Internet sans fil ;
- valider l’utilité ou la pertinence des rubriques ou sections du guide ;
- connaître le comportement du consommateur, s’il utilise les différentes rubriques ou sections du guide avant ou pendant son séjour.
- Un rapport d’enquête de satisfaction faisant suite à cette refonte présentait les faits suivants :



Guide touristique officiel
Eeyou Istchee Baie-James

- 87 % des utilisateurs sont satisfaits au regard de la nouvelle mouture des guides;
- 97 % des répondants affirment que le guide touristique leur a donné le goût de visiter la région;
- Plus de 70 % des répondants mentionnent que l'information sur les activités, attraits ou municipalités est l'élément qui les a incités à visiter la région;
- Internet est majoritairement utilisé pour compléter l'information dans le guide;
- Toutes sections confondues, plus de 93 % des répondants considèrent que l'information mise à leur disposition est complète;
- Lorsqu'ils sont en route, les utilisateurs des guides touristiques officiels se rendent dans les lieux d'accueil et de renseignements touristiques;
- La carte régionale indiquée dans le guide est utilisée par plus de 90 % des répondants.

Priorités 2016-2017

- Élaboration de la stratégie d'accueil Eeyou Istchee Baie-James en concertation avec le comité accueil conjoint cri-jamésien et conformément aux nouvelles orientations du ministère du Tourisme (mesure #23 : doter la destination québécoise d'une stratégie d'ensemble en matière d'accueil);
- Assurer la formation « attestation d'études collégiales (AEC) en services d'accueil, d'information et de promotion touristique (LCL.1X) » dispensée par le Service aux entreprises et aux collectivités du Cégep de Saint-Félicien. Cette formation est destinée aux conseillers en séjour, hôteliers et autres entreprises touristiques et a comme principal objectif d'uniformiser la qualité de l'accueil et de l'information donnée sur le territoire d'Eeyou Istchee Baie-James;
- Mettre en place une équipe mobile qui sera présente dans les festivals et événements régionaux avec pour objectif principal de faire découvrir aux visiteurs les attraits et les activités offertes en Eeyou Istchee Baie-James afin de prolonger le séjour des visiteurs et d'augmenter leur intention de revenir dans la région. Au cours de l'été 2016, un projet pilote qui ciblera quelques événements sera démarré;
- Élaborer des capsules d'information destinées aux employés régionaux de première ligne afin de les sensibiliser à l'importance de l'accueil touristique.



Développement de l'offre touristique





Tournée régionale d’évaluation de l’offre touristique d’Eeyou Istchee Baie-James

Du 10 au 15 septembre 2015, dans le cadre d’une tournée de familiarisation organisée par Tourisme Baie-James et COTA, des membres de l’association des agences réceptives et forfaitistes du Québec (ARF-Québec) ainsi que du ministère du Tourisme ont eu l’opportunité de découvrir pour la première fois la destination Eeyou Istchee Baie-James. Quatre agences réceptives et forfaitistes spécialisées autant sur les marchés québécois, canadiens, américains et européens et un représentant du ministère du Tourisme ont expérimenté les produits touristiques suivants : les Écogîtes du lac Matagami, la communauté crie de Waskaganish, l’Auberge Kanio-Kashee lodge, les centrales hydro-électriques de Radisson, l’Auberge Radisson, le Parc Robert A. Boyd de Radisson ainsi que le musée autochtone de Chisasibi. Leur évaluation a porté sur des aspects variés de l’expérience, tels que : transport, accessibilité, accueil, hébergement, restauration, activités, infrastructures, authenticité, unicité, etc.

Présentation des participants

PARTICIPANTS	TYPE D’AGENCE / SPÉCIALITÉS	MARCHÉS	PRODUITS
Lafèche Tourisme	Réceptif spécialisé dans les voyages incentives, motoneige, aventure douce, tour culinaire, nature, plein-air.	Europe francophone Allemagne, Antilles	Produits sur mesure, en circuit et à la carte
Canada Xperience	Agence réceptive et expéditive ayant près de 150 produits canadiens vendus incluant le Nunavut, ours blanc à Churchill, les produits hors de l’ordinaire, les aurores boréales au Yukon, plein air. Spécialités : circuits accompagnés, voyage d’observation, sports, festivals, découvertes urbaines, nature, aventure, plein air.	Québec France, Belgique, Suisse Royaume-Uni, Allemagne Luxembourg, États-Unis	Produits sur mesure, en circuit, à la carte, en autotour et avec départ garanti. Forfaits voyages développés par des grossistes
Omnitour	Réceptif spécialiste du voyage étudiant, scolaire, éducatif et culturel. Séjour 4 saisons, motoneige, ski, réunion, congrès, voyage de motivation.	Québec, Canada États-Unis, France, Italie, Espagne, Angleterre, Belgique, Suisse	Produit sur mesure et en circuit.
Toundra Voyages	Agence réceptive et expéditive. Spécialités : Aventure douce, produit hiver, motoneige, séjour urbain, séjour de villégiature, réunion, congrès, voyage de motivation, golf, ski, gastronomie, pêche.	Royaume-Uni, France, Italie, Brésil, Espagne, Belgique, Suisse, Canada Québec, États-Unis	Produit sur mesure, en circuit, avec départ garanti, en autotour et à la carte
TOURISME QUÉBEC	N/A	N/A	Pourvoirie, tourisme autochtone, tourisme nordique

Soutien à la réalisation de projets touristiques

- **Hôtel Chibougamau** Amélioration de la classification hôtelière et de la qualité de ses infrastructures actuelles (chambres et aires communes)
- **Marina Chibougamau** Démarrage d’un centre de villégiature offrant des activités de plein air et nautiques ainsi que des services d’hébergement, de restauration, de marina et relais motoneige.

Structures d’intervention – réalisation de projets

Afin d’assurer une parfaite synergie des actions entre les corporations de développement et Tourisme Baie-James en matière d’accompagnement de promoteurs à la réalisation de projets d’affaires ou d’entreprise, une structure d’intervention qui précise le rôle de Tourisme Baie-James a été formalisée, à savoir :

- Mettre en œuvre le programme « *Aide au nord du 49^{ème} parallèle* » sur le territoire de la Baie-James ;
- Accompagner les promoteurs dans la réalisation de leurs projets d’affaires en collaboration avec les agents de développement économique locaux ;
- Apporter une expertise dans l’élaboration du volet touristique du plan d’affaires ;
- Collaborer à la recherche de financement.

La structure d’intervention a été formalisée avec la corporation de développement économique de Chapais, Matagami, Radisson, Villebois, Val-Paradis et Beaucanton, Développement Chibougamau et la Société de développement économique de Lebel-sur-Quévillon.

Priorités 2016-2017

- Concevoir et mettre en œuvre un plan d’action en matière de développement de l’offre touristique en partenariat avec l’Administration régionale Baie-James (ARBJ) ;
- Créer une entente de partenariat régional en tourisme en partenariat avec Tourisme Québec et d’autres partenaires régionaux ;
- Développer l’entreprenariat en tourisme à l’aide d’un guide d’investissement en tourisme et des séjours thématiques d’exploration pour investisseurs potentiels en collaboration avec le Carrefour Jeunesse Emploi ;
- Créer un programme de mentorat en tourisme en collaboration avec le réseau M et le Centre d’entrepreneurship nordique ;
- Collaborer avec les associations touristiques sectorielles pour amener les opérateurs touristiques régionaux à être conformes aux normes de qualité et de sécurité requises ;
- Créer des standards régionaux en tourisme durable avec un programme d’évaluation pour entreprises afin de faire de la destination Eeyou Istchee Baie-James une destination durable ;
- Élaborer une stratégie de mise en valeur de l’offre culturelle et de développement du tourisme culturel en collaboration avec le milieu.



Développement des ressources humaines de l'industrie touristique

Mise en œuvre du plan de développement des ressources humaines de l'industrie touristique (PDRH-IT)

Dans un contexte régional où la main-d'œuvre qualifiée se fait rare et dans lequel le recrutement et la rétention du personnel sont difficiles, les employeurs et employés de l'industrie touristique ont été sondés afin de connaître leurs réalités en matière de ressources humaines. Cette étude a permis aux deux associations touristiques régionales (ATR), Tourisme Baie-James et Eeyou Istchee Tourism en collaboration avec Cree Outfitting and Tourism Association (COTA) d'identifier les défis et besoins en matière de ressources humaines dans chacun des six secteurs d'activités en tourisme. Le PDRH-IT a pu être réalisé grâce à la contribution financière d'Emploi Québec, de la Grande Table interordres de l'éducation du Nord-du-Québec et des deux Associations touristiques régionales.

Pour faire suite à ce sondage d'envergure, les ATR et COTA ont travaillé en partenariat avec les institutions d'enseignement de la région, le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale (MESS) et le *Cree Human Resources Development* (CHRD) pour développer le premier Plan de développement des ressources humaines de l'industrie touristique (PDRHIT) d'Eeyou Istchee Baie-James (EIBJ). Ce plan quinquennal 2015-2020 se veut un outil pour structurer l'offre de formation en tourisme en Eeyou Istchee Baie-James (EIBJ). Ayant comme objectif *d'appliquer des solutions efficaces et d'offrir des perspectives de carrière intéressantes pour constituer une main-d'œuvre adéquate et instaurer des mécanismes de soutien solides en matière de ressources humaines*, le PDRH-IT s'articule autour de trois grands axes stratégiques, soit :

- La constitution d'un bassin adéquat de travailleurs compétents pour satisfaire les besoins de l'industrie du tourisme d'EIBJ ;
- La formation de ces travailleurs ;
- La mise en place, pour les diverses collectivités, d'occasions d'emploi et de perspectives de carrière suffisantes au sein de l'industrie du tourisme.

De ce document découle un plan d'action triennal qui répertorie, de façon exhaustive, les formations offertes par les institutions d'enseignement de la région, pouvant répondre aux besoins identifiés dans le PDRH-IT. Ces formations sont de niveaux professionnels, collégiaux et universitaires. La formation des ressources humaines de l'industrie touristique d'EIBJ créera une main-d'œuvre qualifiée en EIBJ permettant l'essor du tourisme en EIBJ dans une perspective de prospérité économique et de développement durable.

Voyant l'importance de la mise en œuvre de ce PDRH-IT, plusieurs partenaires financiers se sont jointes à Tourisme Baie-James pour permettre l'embauche d'une ressource humaine responsable de le faire. À cet effet, il est essentiel de remercier le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale, la Société du Plan Nord ainsi que COTA.

Outre la mise en œuvre du PDRH-IT, la chargée de projet est responsable de mettre à jour le plan d'action qui découle de ce dernier, de répertorier les besoins actuels des entrepreneurs en tourisme et d'identifier les sources de financement disponible pour la dispensation de ces formations.

Priorités 2016-2017

- Mise en œuvre du Plan de développement de l'industrie touristique d'Eeyou Istchee BaieJames:
 - + Actualisation du plan d'action;
 - + Actualisation des besoins de formation des entrepreneurs en tourisme;
 - + Identification et recherche de financement nécessaire au développement de l'offre de formation à l'attention de l'industrie touristique.
- Organisation et coordination de formations destinées aux ressources humaines de l'industrie touristique:
 - + Formation en accueil et en connaissances touristiques de base pour les conseillers en séjour du territoire et les agents touristiques locaux;
 - + Développement de capsules de formation destinées à l'ensemble du personnel de première ligne d'Eeyou Istchee Baie-James.
- Offrir un programme de mentorat et de coaching aux entrepreneurs en tourisme.

Gouvernance et administration

© Mathieu Dupuis



© Annie-Claude Roberge

Réalisations

Le Conseil d'administration

- Le conseil d'administration a tenu 8 assemblées régulières, 2 assemblées extraordinaires, 1 assemblée générale annuelle et 1 assemblée générale extraordinaire;
- Embauche d'un nouveau directeur général le 1^{er} juillet 2015 ;
- Embauche d'une coordonnatrice au développement des ressources humaines de l'industrie touristique le 22 février 2016 ;
- Création d'un comité de la taxe sur l'hébergement le 1^{er} décembre 2015 composé de M. René Savage, administrateur, M. Jacques Marquis, administrateur, de M. Luc Letendre, administrateur et de M. Mitchell Dion, direction générale de Tourisme Baie-James;
- Création d'un comité commandite en août 2015 composé de Mme Mireille Gravel, administratrice et de la direction générale;
- Amélioration du processus de communication interne;
- Révision de la politique et du cadre de gestion des ressources humaines de l'organisme;
 - + Évaluation du rendement
 - + Politique de déplacement et de représentation
- Depuis juillet 2015, l'équipe de Tourisme Baie-James a à sa disposition un véhicule corporatif.



De gauche à droite :

Marie-Claude Brousseau, administratrice, Ville de Matagami, Municipalité, localité, agglomération

Mireille Gravel, vice-présidente, FaunENord, Entreprise de services touristiques

Manon Forget, présidente, Localité de Valcanton, Municipalité, localité, agglomération

Jacques Marquis, administrateur, Motel Iris, Hôtellerie, restauration

Lise Aubin, secrétaire-trésorière, Festival du doré Baie-James, Attrait, événement, festival

Daniel Forgues, membre par cooptation, Administration régionale Baie-James

Pierre Chevrier, administrateur, Les Écogîtes du lac Matagami, Aventure, plein air, écotourisme

Luc Letendre, administrateur, Centre de formation professionnelle de la Baie-James, Entreprise publique, parapublique, OBNL

Absents sur la photo :

René Savage, administrateur, Hôtel Chibougama, Hôtellerie, restauration

Claude Blais, administrateur, Club motoneige de Lebel-sur-Quévillon, Motoneige, quad

L'équipe de

Tourisme Baie-James



Mitchell Dion
Directeur général

Sylvie Thériault
Adjointe administrative

Steven Pomerleau
Directeur marketing

Audrey Perreault
Coordonnatrice au développement des RH de l'industrie

Joanik Linteau
Coordonnatrice du réseau d'accueil

Johanne T. Godin
Service aux membres et chargée de projets

Yves-Cédric Koyo
Coordonnateur au développement de l'offre touristique

Rock Anctil
Coordonnateur du projet de l'agence de voyages DMC

Absente des photos :
Angel Mianscum
Agente numérique

États Financiers



Tourisme Baie-James
1252, route 167 sud, c.p. 134,
Chibougamau (QC) G8P 2K6

T 1-888-748-8140
F 418-748-8150

www.tourismebaiejames.com
www.decrochezcommejamais.com

© Mathieu Dupuis