

---

# Rapport annuel 2022-2023

---





# On parle d'Eeyou Istchee Baie-James



## bonjour Eeyou Istchee Baie-James

Bonjour Québec vous fait découvrir des régions et activités tout au long de l'été. Des vacances de rêve vous attendent au Québec!

En quête de dépaysement total? L'immense région d'Eeyou Istchee Baie-James vous invite à vivre l'aventure nordique dont vous rêvez. Mettez le cap au nord du 49<sup>e</sup> parallèle pour vivre une immersion inoubliable au sein de cultures riches et unique, et d'une nature grandiose.

bonjour Québec



© Mathieu Dupuis



© Cendrius Dupuis



© Mathieu Dupuis



© Haddock



**QUÉBEC**  
THE WORLD'S MUST-RIDE DESTINATION THIS WINTER  
SUNRISE GREAT REPORT IN COLLABORATION WITH bonjour Québec

Here's the best news snowmobilers have had in a long time! Everyone knows it's been tough for snowmobilers to travel to their favorite destinations the past few winters.

Most riders have been restricted to riding in the snow. But now, thanks to a combination of factors, it's time to get back on the snow. Québec is ready to welcome thousands of snowmobilers back to the province.

Quebec has a variety of trails for all levels of riders. There are hundreds of trails, from short and easy to long and challenging. There are also many trails that are open to all levels of riders.

Now you can enjoy the best of both worlds: the snow and the sun. Québec is ready to welcome thousands of snowmobilers back to the province. There are hundreds of trails, from short and easy to long and challenging. There are also many trails that are open to all levels of riders.

Now you can enjoy the best of both worlds: the snow and the sun. Québec is ready to welcome thousands of snowmobilers back to the province. There are hundreds of trails, from short and easy to long and challenging. There are also many trails that are open to all levels of riders.

**Aventure Chasse Pêche**  
23 mars

Ce soir à l'émission, pêche dans la région de la Baie-James et d'Eeyou Istchee qui soi-disant est un endroit extraordinaire à visiter! 🎣🐟🌲

Lien: <https://www.aventure-chasse-peche.com/.../la-region/>

Browning Canada Father's Cooker Fédération québécoise des chasseurs et pêcheurs AIRMEDIC Thomas Marine Bouffe et Cie Ecotone Saint-Pascal / Centre du travail / La Salopette et l'Aventurier Traktiq - Produits de chasse & pêche Groupe-Conseil Forchemex Lée Saumon Québec Sépaq Import Export Fourmures Pronature Plein air, Chasse et Pêche Michel Therrien Félix Goulet Pêcheur et Guide professionnel

AVENTURE-CHASSE-PECHE.COM  
La Région d'Eeyou Istchee Baie-James et le Festival du doré | video de chasse original



## Profitez de l'été pour visiter des lieux récréotouristiques

JEAN TREMBLAY

Chapais regorge de sites attrayants pour y passer de bons moments durant la saison estivale. De plus, cette année, retour à la normale pour la 2<sup>e</sup> édition de Chapais en filer qui se déroulera sur le stationnement du Centre sportif et communautaire de Chapais le samedi 13 août.

### Plâtes cyclables

Que vous soyez grand explorateur ou simple randonneur, la ville de Chapais a aménagé quatre sentiers éducatifs en forêt offrant plusieurs niveaux de difficulté.

Le sentier du lac Campbell, s'adresse aux gens de tout âge et fait le tour du lac portant le même nom. Le sentier du mont Sprague et le sentier de l'Éscarpement rocheux sont d'un niveau de difficulté plus élevé en terrain montagneux – ils offrent aux randonneurs une vue panoramique exceptionnelle. Finalement, la piste d'hébergement à été faite pour les sportifs de tout âge qui aiment les défis.

Agencements de panneaux d'interprétation et de signalisations, de belvédères, d'un ruisseau, de quais, de tables de pique-nique et de bancs, ces sentiers vous feront découvrir les merveilles de la forêt boréale à votre rythme.

### Souvenirs ou cadeaux

Vous désirez offrir un cadeau original, procurez-vous une œuvre de l'artiste Jocelyne Grosdin. Elles sont disponibles à son atelier au lac Opémiska à Chapais et sur sa boutique en ligne [www.artsofthelake.com](http://www.artsofthelake.com).

Durant la saison estivale, elle propose des ateliers créatifs. Sous forme de mosaïque de verre ou de verre fusion, vous passerez un moment dans un environnement majestueux au bord du lac Opémiska.

**L'Institut culturel cri Aanischaaukamikw d'Oujé-Bougoumou.** Pour en connaître davantage sur l'histoire et la culture de la nation cri, rendez-vous à l'Institut culturel cri Aanischaaukamikw d'Oujé-Bougoumou.

La boutique vous propose une foule d'objets d'art et d'artisanat cri fabriqués par des artisans d'Oyayu Isitchee Baie-James. Des célèbres appellants de méduse aux bijoux perlés, vous trouverez certainement un souvenir emblématique de la culture cri.

De nombreux livres sont aussi en vente pour en apprendre davantage sur l'histoire de la nation cri.

**Voyages Eyouy Isitchee Baie-James.** Pour les amateurs de forêts et de tout pour obtenir des conseils et de l'information à propos d'un voyage, on peut consulter les spécialistes d'une agence de voyages qui a fait



L'Institut culturel cri Aanischaaukamikw d'Oujé-Bougoumou. Photo: Pascale Tates

Ses preuves.

Voyages Eyouy Isitchee Baie-James est un organisme à but non lucratif de propriété régionale. L'organisme vous propose une quinzième de forêts pour vivre de l'aventure à l'été par l'agence travaille auprès de visiteurs individuels, mais également auprès d'autres agences de voyages, de récipients québécois et canadiens ainsi que de voyageurs internationaux. Voyages Eyouy développe également le tourisme d'affaires et corporatif.

### Sites Web

Pour en savoir davantage sur les activités offertes dans le secteur de Chibougamou-Chapais et les environs, rendez-vous sur le site Web [decochecommemojama.com](http://decochecommemojama.com). Vous y retrouverez une quantité phénomé-



Sentier Campbell. Photo: Sylvie Béland

ne d'informations. On peut également consulter les forêts de Voyages Eyouy Isitchee Baie-James en consultant le site [voyageisitee.com](http://voyageisitee.com).

## Visitez votre région et découvrez des trésors cachés

JEAN TREMBLAY

Profitez de la saison estivale pour y découvrir à Chibougamou et ses environs des lacs immenses, des rivières sauvages, des aurores boréales, des paysages de vue et une faune diversifiée qui nous rappellent l'importance de la nature qui nous entoure. Le grand choix des destinations touristiques permet à chacun de vivre une expérience unique.

### Centre de villégiature marina de Chibougamou

Ce centre, un complexe unique à Chibougamou, permet aux amateurs de plein air de profiter de la nature environnante.

On peut y louer des embarcations motorisées telles que canot, kayak, paddle board, bateau à moteur. On peut y dormir en chalet ou en tente. Le bar et les restaurants sont ouverts à tous. C'est l'endroit idéal pour profiter d'une multitude

d'activités proposées par FauN'Nord », explique la DG.

FauN'Nord est une équipe de passionnés qui vous offre des services d'interprétation de la nature sur l'ensemble du territoire. De plus, elle vous accompagne pour la cueillette de champignons, la correction de votre sacquet de thé du Labrador, la découverte du monde des oiseaux, l'observation des plantes carnivores et la dégustation de plantes aux mille et une

« En prime, les touristes y rencontrent un personnel très sympathique et accueillant », explique Isabelle Milrod, directrice générale du Tourisme Baie-James.

### FauN'Nord

« Si vous aimez des activités en lien avec la forêt boréale, inscriviez-

vous aux activités proposées par FauN'Nord », explique la DG.

FauN'Nord est une équipe de passionnés qui vous offre des services d'interprétation de la nature sur l'ensemble du territoire. De plus, elle vous accompagne pour la cueillette de champignons, la correction de votre sacquet de thé du Labrador, la découverte du monde des oiseaux, l'observation des plantes carnivores et la dégustation de plantes aux mille et une

« En prime, les touristes y rencontrent un personnel très sympathique et accueillant », explique Isabelle Milrod, directrice générale du Tourisme Baie-James.

### FauN'Nord

« Si vous aimez des activités en lien avec la forêt boréale, inscriviez-

SUITE À LA PAGE 9

## EYOUY ISITCHEE BAIE-JAMES LA DÉMESURE AU NORD DU 49<sup>e</sup> PARALLÈLE

Bordez au nord par le Nunavik, Eyouy Isitchee Baie-James s'étend du 49<sup>e</sup> au 59<sup>e</sup> parallèles sur 250 000 km<sup>2</sup> soit 10<sup>e</sup> un cinquième du territoire du Québec. Immense vous dites? À 8 h de Montréal – 5 h 30 de Québec – on vient découvrir la culture cri et vivre le plein air autrement. Par Diane Laberge

Présenté par la région touristique d'Eyouy Isitchee Baie-James



### ROULER LA ROUTE BILLY-DIAMOND

Sur l'ancienne route de la Baie-James, dans le habitat naturel, on vient observer les lacs, les ours blancs et les caribous de l'agon à la fois respectueuse et sécuritaire. À vos appareils photos! Oiseaux migrateurs, belugas et autres mammifères marins sont aussi au rendez-vous.

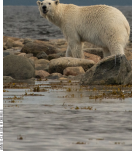
### OBSERVER LES OURS BLANCS ET LES LOUUPS

Dans le habitat naturel, on vient observer les lacs, les ours blancs et les caribous de l'agon à la fois respectueuse et sécuritaire. À vos appareils photos! Oiseaux migrateurs, belugas et autres mammifères marins sont aussi au rendez-vous.

### CONTEMPLER LES AUBORES BORÉALES:

De Chibougamou à Radisson, on assiste au spectacle fascinant des aurores boréales. La pollution lumineuse y étant encore un concept abstrait, les conditions sont gagnantes à longueur d'année partout sur le territoire. Envie d'une visite guidée des neuf communautés crie, de profiter d'une croisière écolouristique sur la baie James ou d'un séjour de pêche mémorable?

Contactez les spécialistes de Voyages Eyouy Isitchee Baie-James au 1 855 745 3888. [www.decochecommemojama.com](http://www.decochecommemojama.com)



## ACTUALITÉS

### Une entente historique pour Tourisme Baie-James

DENIS LORD INITIATIVE DE JOURNALISME LOCAL

Tourisme Baie-James a reçu du gouvernement québécois une somme de 2,42 M\$ pour assurer son fonctionnement dans les deux prochaines années.

Son organisation jumelle, l'Association crie de tourisme et de poursuite, a reçu la même somme.

Ces montants, en provenance du ministère du Tourisme, servent au développement et à la structuration de l'offre, à la mise en marché, la promotion, l'accueil, l'information et la signalisation touristiques.

« C'est pour un mandat de base, auquel deux mandats s'ajoutent, le développement durable et la culture d'innovation, précise la directrice générale de Tourisme Baie-James, Isabelle Milrod. Ça va nous aider à consolider l'équipe. On passe de l'émergence à l'affermissement. Ça bouge beaucoup. C'est une démonstration de la confiance du ministre envers les associations touristiques régionales. »

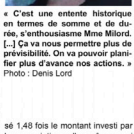
Habituellement, ces associations bénéficient d'un budget triennal.

« C'est une entente historique en termes de somme et de durée, enthousiasme Mme Milrod. [...] Ça va nous permettre plus de visibilité. On va pouvoir planifier plus d'avance nos actions. »

### Investissements supplémentaires

Les deux organisations bénéficient, entre autres, de sommes additionnelles octroyées dans le cadre de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme.

Dans le cas de Tourisme Baie-James, ce montant s'élève à 745 000 \$ pour trois ans; pour l'Association crie, il est de 887 000 \$. Le ministère du Tourisme a ver-



« C'est une entente historique en termes de somme et de durée, enthousiasme Mme Milrod. [...] Ça va nous permettre plus de visibilité. On va pouvoir planifier plus d'avance nos actions. » Photo: Denis Lord

### La reprise

La saison touristique estivale 2021 s'est terminée dans les meilleures conditions. On va pouvoir planifier plus d'avance nos actions. Mais l'ombre d'un autre épisode pandémique plane.

De côté d'Eyouy Isitchee, les communautés étaient fermées l'année passée en raison de la pandémie, le retour à la normalité se fait progressivement, sous l'égide de Damodoss d'un autre épisode globalisé de COVID-19. Il y a quand même quelques cas », note la directrice de l'Association crie de tourisme et de poursuite, Robin McGinley. Winiipaak [...] offre des tours de bateau sur la baie de James. C'est offert juste aux résidents de Waskaganish. On fait pas beaucoup de promotion.

C'est un départ lent. « Des tours en bateau devraient aussi être offerts à Chisasibi. »

Les associations jumelles viennent de lancer une carte touristique régionale comprenant tous les attraits et atouts d'intérêt de la région. Sa distribution commence tout juste. Cette carte est disponible en version papier, mais également sur l'application Oudago. « Une fois qu'elle est téléchargée, note Mme Milrod, on peut suivre son déplacement même hors réseau. »

Autrement, les associations mettent l'accent sur les forêts actives/hébergement, inventoriés sur différents sites Internet, par exemple [Voyageisitee.com](http://voyageisitee.com).

Une nouvelle carte exhaustive de la région est disponible en version papier et sur l'application Oudago. (Denis Lord)

« De notre côté, tout est vraiment ouvert, dit Isabelle Milrod. Il faut juste bien planifier, pour s'assurer des heures d'ouverture, qui peuvent varier d'un endroit à l'autre. Certains endroits manquent de main-d'œuvre. Mais on est optimistes. »

### Une carte exhaustive

Les associations jumelles viennent de lancer une carte touristique régionale comprenant tous les attraits et atouts d'intérêt de la région. Sa distribution commence tout juste.

Cette carte est disponible en version papier, mais également sur l'application Oudago. « Une fois qu'elle est téléchargée, note Mme Milrod, on peut suivre son déplacement même hors réseau. »

Autrement, les associations mettent l'accent sur les forêts actives/hébergement, inventoriés sur différents sites Internet, par exemple [Voyageisitee.com](http://voyageisitee.com).

Ni Mme McGinley ni Mme Milrod n'ont jusqu'à maintenant constaté l'impact du Plan québécois de transport aérien régional (billets à 500 \$) sur l'affluence touristique. Quant au projet d'inscrire une partie de la région dans le réseau de géoparc de l'Unesco, l'étude de faisabilité n'est pas encore terminée.

## PUBLIREPORTAGE

### EYOUY ISITCHEE BAIE-JAMES

## LA BEAUTÉ DES GRANDS ESPACES

L'idée de sillonner les routes d'une région de Québec au fil de la nature est née et le silence prédominant nous fait rêver? C'est ici, on explore Eyouy Isitchee Baie-James en toute autonomie grâce à un road trip rythmé par la découverte!

Avec ses forêts à perte de vue et ses vastes étendues d'eau, la région d'Eyouy Isitchee Baie-James a tout pour plaire aux voyageurs en quête de paysages époustouflants, d'activités en plein air et de rencontres mémorables. Si le temps s'étire pas en esprit et que votre véhicule nous offre le confort nécessaire, les routes la région représentent le terrain de jeu idéal pour nos aventuriers à la fois accessibles et dépayés.

C'est au par' ailleurs, à environ 8 heures de route de Montréal et 6 heures de Québec, que le voyage au cœur de ce territoire grandiose débute. En direction de notre première étape, on fait le plein de paysages le long de la route et on se familiarise avec la langue et la culture cri en écoutant Taoulo-circuit Achil Tiqui - Tené et ses.

### Troisième arrêt: Waskaganish et ses mytiques cours d'eau

À l'embarcadere de la route Rupert, au cœur de la communauté crie de Waskaganish, autrefois l'emplacement de l'un des trois postes de traite de la compagnie de la Baie d'Hudson, c'est là qu'on pose enfin notre regard sur les mytiques eaux de la baie James, cet immense golfe d'environ 300 km de long et 100 km de large. Le secret est un lien de prédilection pour observer les oiseaux migrateurs et découvrir les pratiques traditionnelles de la pêche. La Coopérative de solidarité Winiipaak Touy y propose des croisières écotouristiques afin d'explorer les eaux et les îles de la baie James en compagnie d'un guide cri. Les plus chanceux croiseront sur leur route les présences d'ours blancs et de caribous.

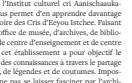
### Deuxième arrêt: Oujé-Bougoumou et sa culture bien vivante

D'ailleurs, c'est l'organisme FauN'Nord qui assure la cueillette des produits forestiers non ligneux, qui servent de prémioses à la confection des bières de cette microbrasserie inaugurée en 2018. Si on est curieux et qu'on souhaite en savoir plus sur ces raisons ancestrales de la forêt boréale de la région, on planifie une activité de découverte avec un guide interprète. On pourra ainsi s'initier à la cueillette de champignons et de plantes comestibles.

### Dernier arrêt: Radisson et ses ouvrages hydroélectriques

Ce voyage en Eyouy Isitchee Baie-James nous mène jusqu'à la ville de Radisson. Au cœur de la seule localité non autochtone au Nord du 49<sup>e</sup> parallèle, on aura l'occasion de constater l'ampleur des installations hydroélectriques. Située à 175 mètres sous terre, l'installation Robert-Bourassa tient le fer depuis sa mise en service à l'automne 1979. Somme toute: l'écologie, son amoureux de creux nous éblouit par ses gigantesques. Environ 10 kilomètres plus loin, le complexe La Grande offre un panorama tout aussi saisissant, en harmonie avec la nature et l'eau. Pour apprécier l'édifice on consulte le musée de l'hydroélectricité, on réserve une visite guidée des deux centrales.

### La région d'Eyouy Isitchee Baie-James nous ouvre les portes d'une nature dépayée. A nous d'en savourer chaque instant sur [www.decochecommemojama.com](http://www.decochecommemojama.com)



Premier arrêt: Chibougamou et ses savanes étonnantes

Forté d'être au territoire d'Eyouy Isitchee Baie-James, la ville de Chibougamou et ses quelques 8000 habitants nous réservent un accueil des plus chaleureux. Entre nature sauvage et vie urbaine, on constate rapidement que cette ville fait honneur à sa région d'origine autochtone qui signifie « lieu de ras-

\*Les communautés crie de la région d'Eyouy Isitchee Baie-James se développent graduellement. On vous recommande de communiquer avec chacun des lieux avant de vous y rendre.



# Sommaire

---

1. À propos de Tourisme Baie-James	06
2. Mot du président	08
3. Mot de la directrice générale	09
4. Gouvernance et gestion	10
5. Réflexion et grands chantiers	12
6. Nos membres	20
7. Concertation régionale et provinciale	26
8. Développement de l'offre touristique	31
9. Accueil et information touristique	39
10. Marketing	44
11. Bilan de la performance touristique 2022-2023	62
12. Une équipe dynamique et impliquée	67
13. États financiers	71





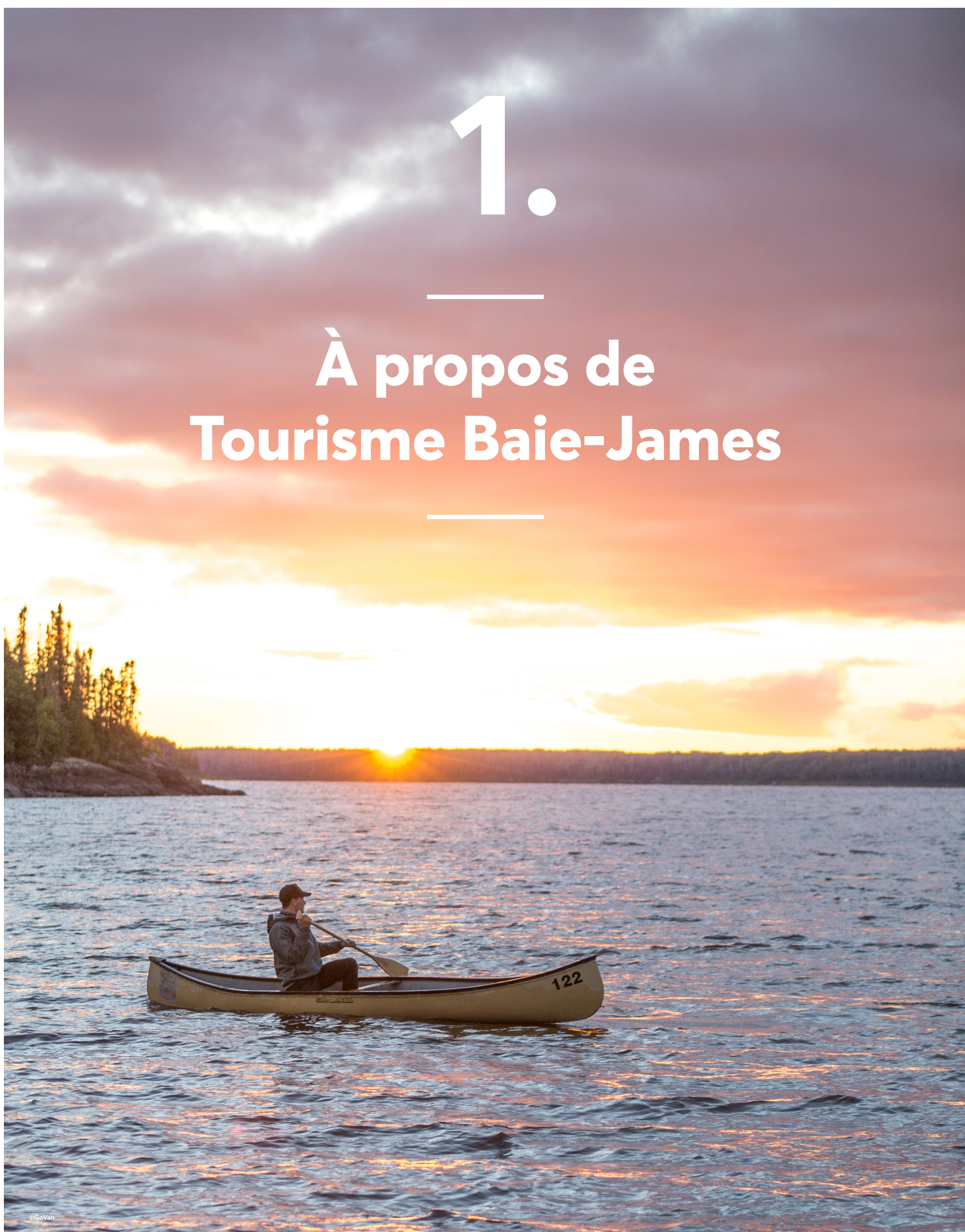


1.

---

# À propos de Tourisme Baie-James

---





## Mission

---

Afin de favoriser une convergence des actions touristiques régionales et interrégionales, ainsi qu'un arrimage de celles-ci avec les orientations de la région et du ministère du Tourisme, Tourisme Baie-James exerce un leadership régional et joue un rôle de concertation auprès des intervenants sur son territoire.

## 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 l'Association crie de pourvoirie et de tourisme (COTA), Tourisme Eeyou Istchee (EIT) ainsi que l'Administration régionale Baie-James (ARBJ), la Société de développement de la Baie-James (SDBJ) et le Gouvernement régional d'Eeyou Istchee Baie James (GREIBJ).

## Mandats

---

Tourisme Baie-James est une association touristique régionale (ATR) reconnue par le gouvernement du Québec et liée par un protocole d'entente avec le ministère du Tourisme. Ses principaux mandats sont :

- La promotion
- Le développement et la structuration de l'offre
- L'accueil, l'information et la signalisation touristiques.

L'ATR s'engage à développer un tourisme qui soit durable, responsable et innovant.



# Mot du président

Eric Hamel



# 2.

Chers membres et partenaires de Tourisme Baie-James,

C'est avec grand plaisir que nous vous présentons le bilan de l'année 2022-2023.

J'aimerais souligner la grande résilience de notre équipe d'employés (es) sans qui toutes les réalisations n'auraient pu avoir lieu. Leur dévouement et leur adaptation sont exemplaires à plusieurs égards et nous connaissons, nous aussi, des besoins de main-d'œuvre en région.

Oui, la pandémie que nous avons vécue a eu ses effets sur notre industrie touristique, mais nous en sortons malgré tout gagnants à plusieurs égards.

Cette année a été marquée par une augmentation substantielle de la taxe sur l'hébergement (TSH), qui indique une augmentation de la fréquentation de nos établissements en région.

Le projet de Géoparc, sur lequel nous travaillons depuis plusieurs années, devrait avoir des répercussions sur tout le territoire.

Nous avons tenu une formation en gouvernance à l'automne 2022 pour les personnes administratrices, nouvelles et anciennes, afin de nous assurer qu'elles suivent les règles qui sont conformes à l'éthique.

Afin d'alléger nos réunions du conseil d'administration, nous avons créé trois comités internes : un comité sur l'éthique et la déontologie, un comité sur les ressources humaines et un comité d'audit.

La consultation des membres s'est poursuivie en avril 2022, afin d'améliorer notre accueil et de voir comment mieux desservir nos visiteurs, augmenter les services, et assurer leur sécurité sur les 350 000 km carrés du territoire. Il faut bien informer les visiteurs qui arrivent, en plus de veiller à ce qu'ils aient les bons outils avant d'entreprendre leur périple.

Nous pouvons compter sur une forte équipe de membres du conseil d'administration provenant de tous les horizons qui nous supporte dans toutes les réalisations.

J'aimerais souligner notre collaboration avec Tourisme Eeyou Istchee et l'Association crie de pourvoirie et de tourisme, qui nous aident à mieux développer le domaine touristique de notre beau et grand territoire.

J'aimerais en terminant remercier tous les acteurs qui nous supportent dans nos réalisations, que ce soit sous forme d'appui ou de contributions financières et/ou en biens et services.

De grands défis et projets nous attendent pour l'année et comme on dit : l'Accueil commence d'abord par un sourire...

Bonne lecture,

Eric Hamel  
Président



# Mot de la directrice générale

Isabelle Milord



# 3.

Très chers membres et partenaires de l'industrie,

Au sortir de la pandémie, notre économie touristique se relève enfin. La résilience de nos entrepreneurs et leur capacité à rebondir y sont certainement pour quelque chose. Si l'on se fie à la croissance exceptionnelle de la taxe sur l'hébergement (TSH) cette année, on peut dire que la région touristique de la Baie-James a vraiment le vent dans les voiles. En effet, elle affiche une croissance de 23 % comparée à l'année pré-pandémie (2019-2020), du jamais vu pour la région. Malgré le fait que les entreprises continuent de composer avec une pénurie de main-d'œuvre, nous pouvons maintenant affirmer haut et fort que notre industrie est en croissance et que les efforts des entrepreneurs et de l'équipe ont vraiment porté leurs fruits. Tous ensemble, nous avons de quoi être fiers!

L'année 2022-2023 a été particulièrement forte en maillage de toutes sortes. Nous avons établi des réseaux jusqu'à l'international, fiers de porter cette industrie à des sommets jamais atteints dans la région. Le renouvellement et la bonification de l'entente-mandat avec le ministère du Tourisme confirment notre rôle important dans le développement touristique de la région. La qualité des liens avec nos partenaires démontre que le tourisme est non seulement une clé de succès importante pour la diversification économique de notre région, mais également pour assurer la qualité de vie des résidents, augmenter la capacité d'attraction et de rétention de notre milieu et contribuer au développement du sentiment d'appartenance. C'est avec cette approche holistique que Tourisme Baie-James a décidé d'aborder le travail dans les dernières années et il semble que cela est porteur de succès.

Votre association continue de poser les gestes nécessaires pour développer une destination prisée par les visiteurs et qui reste attractive pour les résidents. Afin d'aider à l'atteinte de cet objectif, deux nouvelles ressources ont été ajoutées à l'équipe, formant ainsi un département de développement à la hauteur de nos ambitions.

Encore cette année, nous avons travaillé un peu dans l'ombre pour solidifier l'équipe, l'écosystème touristique de la région, et nos liens avec les différents partenaires, faisant grandir notre crédibilité et la reconnaissance de notre expertise auprès des instances d'influence. Nous avons, en parallèle, poursuivi l'implantation du système de mesure de l'excellence de notre destination et avancé notre planification stratégique sur ces nouvelles bases de travail.

Toute cette belle évolution ne serait pas possible sans le travail acharné de l'équipe, autant celui des membres du Conseil d'administration que de mes précieux et dévoués collègues. Je remercie également les membres qui répondent toujours présents, qui collaborent et qui contribuent avec leurs idées. Vous êtes inspirants et motivants. Puis, on ne pourrait passer sous silence la précieuse collaboration de Tourisme Eeyou Istchee et de l'Association crie de pourvoirie et de tourisme ainsi que celle de nos précieux partenaires.

C'est donc avec grand enthousiasme que l'équipe entame la prochaine année et avec la ferme conviction que le vent de changement qui souffle nous mènera encore plus loin. Je vous laisse maintenant apprécier les réalisations de Tourisme Baie-James pour l'année 2022-2023.

Isabelle Milord  
Directrice générale



# 4.

---

## Gouvernance et gestion

---





## Une entente-mandat renouvelée et bonifiée avec le ministère du Tourisme

---

L'année 2022-2023 a été particulièrement marquée par le renouvellement d'une entente-mandat historique pour TBJ. En effet, la nouvelle entente, qui s'échelonne sur une période de 4 ans, a été bonifiée de près de 260 000 \$ par année pour la région. La directrice générale s'est impliquée activement dans le processus de renouvellement de l'entente avec 5 autres ATR afin d'arriver à une bonification substantielle pour l'ensemble du réseau.

Pour TBJ, cette nouvelle entente permettra non seulement de consolider l'équipe pour continuer de supporter et d'accompagner les entreprises touristiques de la Baie-James et de répondre à leurs besoins grandissants, mais également d'assurer la pérennité de notre industrie en maximisant les retombées socio-économiques pour la région et en favorisant la vitalité du territoire. Le renouvellement de cette entente, ainsi que sa bonification par le gouvernement témoignent de la reconnaissance du rôle prépondérant de TBJ dans le développement touristique de la région.

Rappelons que cette entente, qui vise la réalisation des mandats de développement et structuration de l'offre, de mise en marché et de promotion ainsi que d'accueil, d'information et de signalisation touristiques, est celle qui balise les mandats qui sont confiés à l'ATR. Elle favorise également le développement d'un tourisme qui soit durable et responsable, en concertation avec le milieu, ainsi que l'implantation d'une culture d'innovation. Ces principes seront d'ailleurs au cœur de ceux qui guident chacune des actions mises de l'avant par l'ATR afin d'assurer la pérennité du développement touristique de la région et le rayonnement de cette dernière.

## Une mise à niveau du cadre de gouvernance de l'ATR

---

Dans un souci d'amélioration continue, le conseil d'administration a confié un mandat à l'Institut sur la gouvernance d'organisations privées et publiques (IGOPP) pour la réalisation d'un diagnostic de ses pratiques de gouvernance. L'IGOPP formulera par la suite des recommandations afin que celles-ci puissent être adaptées au contexte de l'ATR. Cela permettra d'assurer que son fonctionnement et ses structures de gouvernance soient en lien avec les meilleures pratiques en la matière. L'actualisation du cadre de gouvernance permettra à l'ATR de bien réaliser sa mission, d'assurer une utilisation optimale des fonds mis à sa disposition et de garantir de hauts standards de transparence et d'intégrité.



# 5.

---

## Réflexion et grands chantiers

---



## **Poursuivre la réflexion et les grands chantiers**

---

Avec la grande transformation que subit l'industrie touristique depuis les dernières années, notamment pour prendre en compte le virement numérique, les changements climatiques, le développement d'une industrie responsable, durable et innovante, TBJ a poursuivi sa période de réflexion ainsi que les grands chantiers entamés l'année dernière. L'équipe a choisi de consolider les acquis afin de solidifier les bases de son écosystème touristique et de bien s'arrimer avec ses partenaires, anciens et nouveaux, afin de répondre aux besoins actuels des marchés.



## **Le tourisme, une clé de succès pour le développement de nos communautés!**

---

À la base de notre réflexion, il est important de se rappeler qu'au-delà de l'aspect économique, le tourisme constitue, sans contredit, une clé de succès importante pour le développement de nos communautés. En effet, il s'agit d'un élément puissant d'attractivité et de rétention qui favorise la vitalité et le dynamisme du territoire. De plus, le développement de l'offre touristique contribue à accroître le sentiment d'appartenance, d'autant plus si les communautés dans lesquelles se développent les projets s'impliquent dans la prestation d'expériences et dans le développement de la destination. Les résidents font donc partie des ressources importantes pour la réussite des projets et nous l'avons bien senti durant la tournée de réflexion stratégique qui s'est poursuivie cette année dans le cadre de la démarche d'implantation du système de mesure de l'excellence de la destination (SMED).

L'industrie touristique commence à prendre forme lorsqu'une population réalise l'extraordinaire potentiel de son quotidien, celui qui peut paraître bien ordinaire, mais qui se révèle être une grande source d'intérêt à travers les yeux d'un visiteur. Les langues, les savoirs, les coutumes, les lieux, les histoires et les anecdotes sont autant d'ingrédients qui en se combinant favorisent le développement touristique. Lorsque la fierté régionale s'ajoute, elle a un effet multiplicateur sur le potentiel touristique d'une région. Le secteur du tourisme saura certainement se tailler une place de choix comme industrie qui contribue non seulement au développement et à la diversification économique de la région, mais également au développement social de celle-ci. C'est ce qui assurera sa pérennité.

## **Les grands chantiers qui se sont poursuivis cette année**

---

Les grands chantiers, qui se sont poursuivis cette année, visent notamment la mise en place de mécanismes et d'outils qui permettront de poser plus facilement des actions concrètes qui rendront possible :

- une meilleure efficacité de l'ATR;
- un développement touristique plus structuré, durable et innovant de la région et qui soit bénéfique pour les communautés qui habitent le territoire;
- une amélioration de son réseau d'accueil pour assurer une information touristique rigoureuse et sécurisante pour les visiteurs;
- une visibilité optimisée pour les membres et pour la destination.

# 1. La main-d'œuvre : un enjeu de tous les instants

---

## Révision de la structure organisationnelle et développement d'outils de gestion de la performance

Le travail amorcé pour revoir la structure organisationnelle de TBJ s'est poursuivi en 2022-2023, alors que l'enjeu de recrutement de ressources humaines est toujours plus grand. L'examen interne de nos stratégies de gestion des ressources humaines, entrepris l'an dernier, permettra d'assurer une meilleure efficacité de TBJ et d'offrir aux membres de l'équipe un environnement de travail motivant et enrichissant.

Au terme du mandat confié à la firme PCI Conseil pour aider la direction générale en ce sens, une révision et une mise à jour des descriptions de poste ont été réalisées. Une nouvelle échelle salariale concurrentielle a été mise en place ainsi qu'une bonification des avantages sociaux afin de correspondre au marché du travail actuel pour des postes équivalents dans la région.

La mise à jour du programme actuel de gestion des performances, afin de créer des objectifs SMART et de permettre un suivi et la formation si nécessaire, se met en place doucement afin d'augmenter la motivation et le sentiment de bien-être et d'appartenance des membres de l'équipe. Des stratégies seront également mises de l'avant pour reconnaître et récompenser les bonnes performances et offrir de l'aide à ceux qui en ont besoin.

Comme les ressources du département marketing sont partagées entre EIT et TBJ, les deux ATR ont procédé au même exercice. Cela permettra en outre, de consolider les bases de la collaboration entre TBJ et EIT et de procéder à l'embauche des ressources nécessaires au bon fonctionnement de celles-ci, tout en optimisant les ressources présentes et futures et de s'assurer d'être un employeur de choix au sein de la région.

## Des nouvelles recrues en développement

L'année qui vient de s'écouler a permis de stabiliser l'équipe en ouvrant les postes nécessaires pour la compléter. Afin de bien répondre au mandat de développement et de structuration de l'offre touristique, deux nouvelles recrues se sont jointes au coordonnateur en développement, afin de former un département complet de développement. Cette bonification de l'équipe permet d'offrir un meilleur support aux entreprises et de mettre sur pied des projets structurants pour la région qui seront portés par l'ATR.



## De nouvelles compétences développées

Dans le cadre des nouveaux mandats confiés aux ATR par l'entremise de l'entente-mandats, les employés de TBJ ont reçu des formations en développement durable et en innovation. De plus, afin de solidifier les liens avec nos partenaires cris, l'équipe de TBJ a participé à des cours d'apprentissage de la langue crie.

L'implantation du SMED a pour sa part permis à l'équipe d'être formée pour l'utilisation de cet important outil de développement. Une formation sur le modèle d'excellence organisationnelle QUALimètre, offerte par le Mouvement québécois de la qualité (MQQ), a également permis de faire un diagnostic de performance de l'ATR.

## 2. Le développement régional : plus structuré, durable et innovant, au bénéfice des résidents

### Succès de l'implantation du Système de mesure de l'excellence de la destination Baie-James

En avril 2022, TBJ poursuivait les ateliers de travail débutés dans le cadre de sa démarche de réflexion stratégique, avec le support du Centre mondial de l'excellence des destinations (CED). Ces ateliers de concertation visaient essentiellement l'implantation du SMED sur le territoire desservi par TBJ ainsi que l'établissement de critères de *design* du développement et de la structuration de l'offre.

Le SMED constitue un outil holistique de développement et d'amélioration continue de la destination et de votre association touristique régionale. Il permet de dresser une caractérisation de la destination Baie-James et une liste de recommandations pour l'amélioration de sa performance dans chacune des catégories clés pour l'atteinte de l'excellence. Ces recommandations serviront de base pour le plan stratégique 2023-2026.

Au terme des travaux effectués de concert avec l'équipe du CED, TBJ s'est vu remettre une attestation SMED en juin 2022, en reconnaissance de son adhésion au réseau mondial des destinations engagées vers l'excellence. Cette attestation est valide jusqu'en juin 2025.



## Plan d'action stratégique 2023-2026

Les conclusions et les recommandations de la démarche d'implantation du SMED serviront de bases pour l'élaboration du plan stratégique de développement de la destination. Il ne faut pas oublier que notre industrie touristique en est à l'étape de l'émergence et qu'il faut consolider nos acquis avant de passer à une étape supérieure. Le plan final devrait être prêt à l'automne 2023, afin de répondre aux nouvelles exigences du ministère du Tourisme en matière d'innovation et de tourisme durable et responsable.

### 3. Le rayonnement de la destination et de ses membres : le rendre plus accru que jamais

---

#### Des ateliers de réflexion sur l'écosystème numérique touristique de la destination Eeyou Istchee Baie-James

Les travaux d'inventaire des actifs numériques de l'écosystème touristique d'Eeyou Istchee Baie-James ont démontré que le parcours numérique d'un visiteur n'est actuellement pas optimal pour qu'il puisse se traduire en conversion sur le site internet de la destination. TBJ et EIT ont donc mandaté la firme Libéo afin de les accompagner dans une démarche de réflexion numérique. La planification numérique par les ateliers de type *design sprint* est un processus pratique et reproductible de résolution de problèmes. Il permet à une équipe d'adopter les principes du *design thinking* pour comprendre, imaginer et concevoir une solution rapidement. L'objectif est de créer, tester et valider un produit, une fonctionnalité, ou un service.

L'objectif principal de cette initiative était donc de développer une stratégie pour mettre en œuvre un écosystème numérique plus robuste, cohérent et efficace reliant les quatre principaux sites web touristiques qui sont administrés, conjointement ou indépendamment, par EIT et TBJ.

Ces sites sont les suivants :

- [decrochezcommejamais.com](https://decrochezcommejamais.com) ;
- [tourismebaiejames.com](https://tourismebaiejames.com) ;
- [creetourism.ca](https://creetourism.ca) ;
- [voyageseibj.com](https://voyageseibj.com).



Les ateliers de *design sprint* ont permis de faire un inventaire des besoins propres aux deux ATR ainsi que ceux de la destination et des membres, incluant l'augmentation de l'efficacité des deux organisations. Dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre, les ATR se doivent, notamment, d'automatiser les tâches à valeur non ajoutée afin que l'équipe puisse concentrer ses efforts sur les tâches qui donneront plus de valeur pour l'industrie touristique. Plus précisément, nous avons cherché des moyens de rationaliser nos opérations internes, de fournir aux membres un soutien en ligne supplémentaire et d'améliorer l'expérience des visiteurs.

Les résultats de ce processus de collaboration sont détaillés dans un rapport complet qui servira de plan directeur pour guider le développement futur de notre paysage numérique.

Cette initiative a été financée conjointement par EIT et TBJ.

### **Recherche d'une ressource supplémentaire pour le département marketing**

Un poste en développement de contenu numérique reste toujours à combler au sein du département marketing. Les difficultés de recrutement pour ce poste imposent l'utilisation d'agences qui ne connaissent souvent pas assez la région pour écrire des textes efficacement.

## **4. Une synergie d'Accueil pour la région**

---

### **La formation des conseillers en séjour**

L'an dernier, la responsable de l'accueil et du service aux membres a conçu une toute nouvelle formation pour un accueil mémorable des visiteurs dans la région. Alors que la formation était donnée par quelqu'un d'externe à l'ATR dans les dernières années, TBJ a choisi de reprendre ce précieux mandat dans un souci d'offrir une formation qui soit uniforme et en phase avec la réalité de la région et qui permette une meilleure compréhension de l'importance du rôle des employés de première ligne.

Cette formation est d'abord et avant tout destinée aux conseillers en séjour des trois bureaux d'information touristique qui sont situés à Chibougamau, Lebel-sur-Quévillon et Matagami et du bureau d'accueil touristique de Radisson, mais elle sera également bientôt offerte aux répondants de première ligne afin qu'un message cohérent soit diffusé à travers la région.

### Un réseau de conseillers en séjour tissé serré

La rigueur de l'information touristique donnée aux visiteurs constitue un facteur de succès dans leur appréciation de leur visite sur le territoire. Ainsi, TBJ souhaite instaurer une synergie entre les bureaux d'information et d'accueil touristique afin que les informations des différentes villes et localités puissent être connues en temps réel par l'ensemble du réseau des conseillers. Cela permettra de rendre la région encore plus sécuritaire et accueillante pour les visiteurs.





A full-page photograph of a forest with large, gnarled trees. A person is standing in the lower right, looking up at the trees. The sun is visible through the trees in the background, creating a lens flare effect. The text '6.' is centered at the top, and 'Nos membros' is centered below it, both in white. There are horizontal lines above and below the text.

6.

Nos membros



## Assemblée générale annuelle 2022

---

Lors de sa 20e assemblée générale annuelle, tenue par visioconférence et en présence à Lebel-sur-Quévillon le 12 septembre 2022, les membres de TBJ ont élu leur nouveau conseil d'administration pour l'année 2022-2023.

Cet événement a également été l'occasion de présenter le rapport annuel de l'ATR qui fait état de la performance touristique de la région, ainsi que des différents projets réalisés au cours de la dernière année notamment en matière de concertation régionale et provinciale, de services aux membres, de communication, de marketing, d'accueil touristique, de développement de l'offre et des ressources humaines de l'industrie touristique.

L'assemblée générale annuelle demeure un moment privilégié pour les membres de prendre connaissance des réalisations de l'organisme pour l'année qui s'est terminée et d'en connaître davantage sur les projets en cours. En tout, plus de 11 membres étaient présents ainsi que 11 invités.

## Le portrait de l'adhésion

---

### **Vous, nos précieux membres**

Pour 2022-2023, tout près d'une centaine de membres ont décidé de renouveler leur adhésion à TBJ. Ceux-ci proviennent de partout sur le territoire et sont répertoriés par tous les collèges électoraux.

Tout comme vous, ils s'emploient à enrichir et à faire rayonner la région d'Eeyou Istchee Baie-James, et ce, par l'excellence de leur accueil, leurs services et leurs offres touristiques.



## Répartition par collège électoral

	2021-2022	2022-2023
Attrait, événement, festival	5	7
Aventure, plein air, écotourisme	5	4
Camping	5	4
Entreprise de services touristiques	15	12
Entreprise publique, parapublique, OBNL	15	15
Hôtellerie	19	19
Restauration	7	7
Membre individuel	10	10
Motoneige, quad*	7	5
Municipalité, localité et agglomération	7	8
Pouvoirie	2	2
Membre associé/hors région	3	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>96</b>

\*3 clubs quad ont fusionné (Chibougamau, Chapais, Lebel-sur-Quévillon) pour devenir Club quad Eeyou Istchee Baie-James.

## Communications corporatives

Les communications ont subi une certaine variation en cours d'année due à un mouvement de personnel.

Il est possible d'observer une baisse considérable du nombre de visites sur le site internet corporatif, probablement attribuable à la diminution des communications en lien avec la pandémie. Le nombre de nouveaux visiteurs a pour sa part augmenté de 2,63 % et le nombre moyen de pages consultées par visite est nettement plus élevé.

On note une augmentation des abonnés à l'infolettre et le taux d'ouverture a bondi de 14 %.

**Site internet corporatif :  
nombre de nouveaux  
visiteurs**

**+ 2,63 %**

**Augmentation du taux  
d'ouverture de l'infolettre**

**+ 14 %**

### Site internet corporatif

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars	2021-2022	2022-2023	Variation %
Nombre de visites	12 413	9 317	-24,9
Nombre total de visiteurs	8 280	6 218	-24,9
Nouveaux visiteurs	83,5 %	85,7 %	+2,2
Visiteurs récurrents	16,5 %	14,3 %	-2,2
Nombre de pages consultées	14 385	13 339	-7,3
Nombre moyen de pages consultées par visite	1,3	2,2	

#### Provenance géographique (%) des visiteurs du site

Québec	60,3	81,5	+21,2
Ontario	9,3	16,6	+7,3
Canada autre	0,0	0,2	+0,2
États-Unis	11,0	20,6	+9,6
Europe	5,2	6,6	+1,4
Autres	14,1	3,3	-10,8

#### Profil démographique (%) des visiteurs du site

Hommes	49,9	46,5	-3,4
Femmes	50,1	53,5	+3,4
18—24 ans	14,2	12,9	-1,3
25—34 ans	19,7	20,0	+0,3
35—44 ans	19,1	23,8	+4,7
45—54 ans	19,4	17,0	-2,4
55—64 ans	14,7	15,8	+1,1
65 ans et +	14,3	10,6	-3,7

### Facebook corporatif

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars	2021-2022	2022-2023	Variation %
Mentions j'aime au 31 mars	1 066	1 181	+10,8
Nombre de publications au 31 mars	66	19	-71,2

### Facebook membre entreprise (groupe privé)

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars	2021-2022	2022-2023	Variation %
Mentions j'aime au 31 mars	38	44	+15,8
Nombre de publications au 31 mars	38	23	-39,5



## Entrevues médias réalisées

### 2022-2023

2022-07-08 Journal La Sentinelle, Investissement de 3,2 M\$ pour soutenir le développement touristique de la région Baie-James.

2022-07-12 Journal La Sentinelle, Découvrir des trésors cachés — Profitez de l'été pour visiter des lieux récréotouristiques.

## Infolettre membre

	2021-2022	2022-2023
Nombre d'abonnés	152	155
Taux moyen d'ouverture	49 %	63 %
Nombre d'infolettres envoyées	9	15

## Communiqués de presse 2022-2023

### 4 communiqués de presse ont été publiés :

- 2022-06-23 Avis de nomination – Agent de développement touristique
- 2022-06-23 Avis de nomination – Directrice marketing par intérim
- 2022-06-30 Investissement de 3,2 M\$ pour soutenir le développement touristique de la région de la Baie-James
- 2023-01-16 Avis de nomination – Agente de développement touristique



## Programme de commandites

---

En plus de contribuer au succès des projets mis sur pied par des organismes, l'attribution d'une commandite revêt, pour TBJ, une valeur indéniable puisqu'elle associe son image à des projets dynamiques et positifs pour la région touristique.

L'évaluation des demandes est réalisée par un comité composé d'un membre du conseil d'administration, de la directrice générale et de certains membres de l'équipe, afin d'assurer une meilleure équité dans le traitement de chaque dossier.

Au total, 10 322,76 \$ ont été versés cette année afin de soutenir des événements touristiques.

Les événements et/ou membres ayant bénéficié de sommes en vertu du programme de commandites sont les suivants :

- Festival du doré Baie-James
- Festival en août (ville de Chibougamau)
- Fête nationale de Lebel-sur-Quévillon
- Supercross 2022 (Club MX Chibougamau)
- Gala du Mérite entrepreneurial (SADC Chibougamau-Chapais)
- Sentier du bonheur
- Salon des Arts en Nord (Les Arts en Nord)
- BoréA Canada
- Défi Osentreprendre Nord-du-Québec (SADC Chibougamau-Chapais)
- Club motoneige de Chapais (visibilité sur une affiche avec logo TBJ et image de marque souhaitant la bienvenue aux visiteurs dans le relais du club).
- Défi polaire Baie-James
- Festival Folifrets Baie-James
- Jocelyne Grondin – Projet Opémiska
- Club de motoneige de Lebel-sur-Quévillon (visibilité sur une affiche avec logo TBJ et image de marque souhaitant la bienvenue aux visiteurs dans le relais du club).
- Challenge sur glace (Club MX Chibougamau)



A background image of a campfire with a basket of mushrooms in the foreground. The campfire is burning brightly with orange and yellow flames, set against a blurred background of green foliage. In the foreground, a woven basket filled with various mushrooms, including large orange and red ones, sits on a log. A knife with a wooden handle is visible next to the basket. The overall scene is outdoors and suggests a camping or wilderness setting.

7.

---

**Concertation régionale  
et provinciale**

---

## Stratégie de concertation et mise en place du SMED Baie-James

---

Comme mentionné précédemment, la mise en place du SMED s'est poursuivie en 2022-2023 alors que les ateliers de concertations se sont terminés en avril 2022.

En juin 2022, TBJ recevait sous forme de rapport, les résultats issus des ateliers de travail avec les entrepreneurs de l'industrie touristique de la région. Parmi les conclusions de la concertation, pour les acteurs locaux de la Baie-James, le développement du tourisme et la structuration de l'offre doit par ordre prioritaire :

- Assurer la conservation et améliorer la qualité de vie de la population locale ;
- Respecter la richesse culturelle : le patrimoine, l'authenticité, les traditions et les caractéristiques de la communauté d'accueil ;
- Protéger l'environnement et veiller à l'efficacité des ressources utilisées ;
- Travailler à la satisfaction des visiteurs.

Rappelons que le SMED vise à mettre en valeur l'originalité géographique d'une destination, à savoir son environnement, sa culture, son esthétique, son patrimoine et le bien-être de ses résidents. Sa mise en place découle d'une volonté de l'ATR de développer une industrie touristique qui soit responsable et durable, et qui puisse bénéficier en premier lieu aux résidents de la région et y favoriser l'occupation et la vitalité du territoire.

Le SMED permettra de suivre l'évolution de la performance de la destination et un meilleur arrimage entre les besoins du milieu et les solutions innovantes.



## Tourisme Baie-James s'implique dans l'industrie et dans son milieu

Afin d'assurer son rôle de leader et de partenaire incontournable en matière de concertation régionale, TBJ s'implique dans divers comités provinciaux, régionaux et locaux et participe également à des tables de concertations et certains conseils d'administration.

### Comités et tables

### Porteur

#### provinciaux

Conférence des directeurs généraux des ATR et ATS	Alliance de l'industrie touristique du Québec
Table participative des directeurs généraux des ATR	Tourisme Laval
Table des directeurs marketing	Alliance de l'industrie touristique du Québec
Comité de travail pour le renouvellement des ententes ATR	Ministère du Tourisme
Table de développement	Alliance de l'industrie touristique du Québec
Table des communications	Alliance de l'industrie touristique du Québec

#### régionaux

Comité de gestion de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) de la Baie-James 2022-2025	TBJ
Comité des officiers de tourisme des communautés autochtones	TBJ et EIT
Comité de mise en œuvre de la stratégie Tourisme de nature, culture et aventure	Créneau d'excellence Tourisme nordique, filière Eeyou Istchee Baie-James
Conseil régional des partenaires du marché du travail	Services Québec

#### locaux

Table de gestion intégrée des ressources et du territoire (Table GIRT) de Chibougamau-Chapais	Gouvernement régional Eeyou Istchee Baie-James
Table de concertation locale pour la main-d'œuvre (Chibougamau)	Développement Chibougamau
Comité de soutien à la relance des entreprises de Chibougamau-Chapais	Développement Chibougamau
Comité de suivi du projet Destination de calibre international Chibougamau-Chapais	Développement Chibougamau

**Participations à des événements****Porteur**

Gueuletons touristiques - Tendances 2023	Réseau de veille en tourisme
3 <sup>e</sup> Colloque sur l'identité culinaire québécoise, « L'identité culinaire, à la fois patrimoine et modernité »	Société du réseau ÉCONOMUSÉE®
Séance d'information sur la Loi et Règlement sur l'hébergement touristique	Corporation de l'industrie touristique du Québec
Rencontre avec SADC : fonds de financement PAPETR	Société d'aide au développement des collectivités
Club Innovation MTLab & LLio	MTLab & LLio
Le développement durable en tourisme - Une meilleure compréhension pour une meilleure intervention	Ministère du Tourisme

## Tourisme Baie-James, membre du Pôle jamésien d'économie sociale (PJÉS)

TBJ est membre du PJÉS depuis le 3 novembre 2022. La mission du PJÉS est le développement de l'économie sociale à la Baie-James. Il promeut et valorise ce modèle entrepreneurial pour assurer la diversification économique de son territoire. Ainsi, dans la mesure où TBJ répond aux besoins de ses membres, elle se qualifie pour être membre du PJÉS. Cette adhésion amène certains avantages, notamment de faire partie d'un réseau d'entreprises d'économie sociale, d'être visible sur les médias du PJÉS et d'avoir accès à des services de consultation.

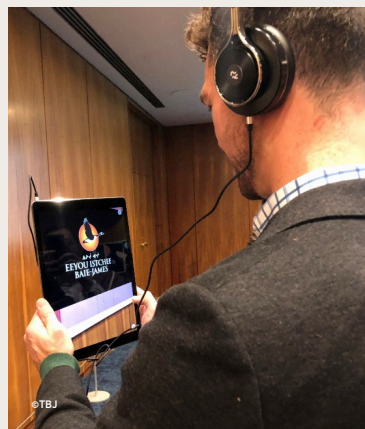


# Présence de Tourisme Baie-James à la COP15

En décembre 2022, suite à une invitation lancée par le CED, TBJ a présenté une demande d'accréditation et d'inscription comme observateur à la partie II de la Conférence de l'ONU sur la biodiversité (COP15 : Fifteenth meeting of the Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity [Part Two]).

Durant l'événement, qui se tenait à Montréal, de nombreuses conférences sur le secteur touristique ont été présentées et ont porté à la réflexion, entre autres sur le tourisme durable et sur la préservation de la biodiversité et de l'environnement. Cet événement a permis de tisser des liens, notamment avec des autochtones du peuple Sami, et de mieux comprendre les enjeux liés au développement touristique.

Pour l'occasion, la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James a bénéficié d'une opportunité de visibilité dans une vitrine technologique présentée par Montréal International (MI) lors de sa Réception annuelle des organisations internationales (OI) qui se tenait en marge de la COP15. Des gens de partout à travers le monde ont pu voir de magnifiques images de la région.





A large, conical teepee made of dark fabric and wooden poles stands against a deep blue twilight sky. The interior of the teepee is brightly lit by a warm, glowing fire burning in a stone fire pit. Several people are sitting on the ground inside the teepee, looking towards the camera. The overall atmosphere is cozy and inviting.

8.

---

# Développement de l'offre touristique

---



# Renouvellement de l'EPRTNT et projets

---

L'Entente de partenariat régional en tourisme constitue un levier financier important pour les entreprises touristiques. Il s'agit du principal outil d'investissement dont dispose l'ATR pour le développement touristique de la région. Dans le cadre du renouvellement de cette entente, à laquelle s'est ajouté un volet sur la transformation numérique, un montant de 445 000 \$ sur 3 ans a été octroyé à TBJ, qui a pour sa part bonifié l'enveloppe de 300 000 \$. De plus, l'Administration régionale Baie-James (ARBJ) et la Société de développement de la Baie-James (SDBJ), deux partenaires régionaux incontournables pour le développement de la région, ont ajouté respectivement 210 000 \$ et 120 000 \$ sur 3 ans, portant le montant total de l'enveloppe à 1 075 000 \$ pour la durée de l'entente. La SDBJ offre également le service technique d'analyse financière des projets.

Rappelons que cette entente a été mise en place dans le cadre du plan de relance touristique du gouvernement du Québec. Les projets admissibles doivent favoriser l'atteinte des objectifs suivants :

- Stimuler l'économie des régions par le maintien d'une offre touristique de qualité, la mise en valeur d'une offre touristique innovante et le développement de nouveaux créneaux pour les entreprises touristiques ;
- Favoriser le développement d'une offre touristique originale, complémentaire, respectueuse du développement durable.

Les projets doivent correspondre à l'une des 6 catégories décrites ci-dessous. Les projets plus substantiels d'adaptation au nouveau contexte sanitaire sont également admissibles à chacune de ces catégories, soit :

1. Attrait, activités et équipements ;
2. Structuration de l'offre touristique régionale ;
3. Hébergement ;
4. Festivals et événements ;
5. Études et services-conseils ;
6. Développement numérique d'une entreprise.

L'aide financière prend la forme d'une contribution non remboursable (subvention) dont le pourcentage maximal accordé au projet d'un organisme à but lucratif (OBL) est de 50 % et de 80 % pour un organisme à but non lucratif (OBNL).

Une mise de fonds minimale de 20 % est demandée et le cumul d'aides gouvernementales des projets ne peut dépasser 50 % pour un OBL et 80 % pour un OBNL. Les promoteurs doivent également démontrer que des démarches ont été faites afin de s'adjoindre d'autres partenaires financiers.

Un premier appel à projet a été lancé au printemps 2023.

## Accompagnement et mise en réseau

---

Les agents de développement de l'offre touristique accompagnent les membres de TBJ dans leur projet, mais également dans la recherche de financement. Ceux-ci collaborent également avec des promoteurs dans le développement de nouveaux projets et veillent à les mettre en lien avec les bailleurs de fonds potentiels pour le financement des projets.

## Réseau d'expériences touristiques humaines : VăHumania<sup>mc</sup>

---

Depuis de nombreuses années, Tourisme Baie-James souhaite mettre en place un réseau de guides touristiques dans la région. Cette année, l'équipe a enfin réussi à jeter les bases d'un projet-pilote de réseau d'animateurs d'expériences touristiques humaines en tissant des liens importants avec des réseaux similaires au Québec, en Ontario et en Nouvelle-Écosse, afin d'élaborer un concept original qui soit à l'image de notre région.

Le projet VăHumania<sup>mc</sup> (va avec l'humain) émane d'un désir d'augmenter l'offre touristique encore émergente dans les 4 villes et 3 localités de la région, afin de retenir les visiteurs plus longtemps et d'animer nos milieux de vie à partir des capacités humaines déjà présentes sur le territoire. Nous avons des gens qui ont des passions et des anecdotes à partager et nous les invitons à le faire à travers des expériences humaines d'interprétation touristique interactives et immersives qui permettront de créer un lien affectif avec les visiteurs.

Afin d'assurer la qualité et la sécurité des expériences qui seront offertes à travers le réseau, TBJ souhaite professionnaliser celles-ci en formant les animateurs aux plus hauts standards de qualité VăHumania<sup>mc</sup>. Après vérification des accréditations et assurances nécessaires pour la tenue de leur activité, les animateurs seront certifiés et pourront faire partie du réseau.

En plus d'augmenter l'offre touristique sur le territoire en utilisant les forces humaines qui y sont déjà présentes et de le dynamiser, nous sommes confiants



que le projet permettra le maillage entre les résidents, les visiteurs et les nouveaux arrivants. Cela aura non seulement un effet d'attraction, mais permettra également d'ancrer les nouveaux arrivants dans leur milieu et favorisera, par conséquent, une meilleure rétention.

Afin de démontrer la pertinence du projet, un tableau d'indicateurs de performances a été conçu pour mesurer les impacts humains, sociaux, économiques, environnementaux et sur le développement touristique durable. La phase de projet-pilote va également permettre d'évaluer le meilleur modèle d'affaire pour le réseau.

### **Comités d'accueil touristiques**

Avec les forces vives du milieu et la collaboration des villes et localités, TBJ souhaite que des Comités d'accueil des visités et des visiteurs soient mis en place dans les 7 communautés jamésiennes, afin de reconnaître que nous avons tous un rôle significatif à jouer pour réussir en tourisme. Notre objectif est de mobiliser chacune des 7 communautés jamésiennes à s'investir avec ses résidents, ses organisations et ses entrepreneurs à s'offrir des espaces d'accueil qui nous ressemblent et qui nous rassemblent, afin de permettre aux visiteurs locaux, touristiques, investisseurs, économiques, gouvernementaux d'y trouver des réponses à leurs questions.

# **Des projets en partenariat avec Tourisme Eeyou Istchee**

---

Soucieux de développer un tourisme responsable et durable, TBJ et EIT allient leurs efforts dans le développement conjoint de projets structurants pour la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James. En travaillant ensemble, les ATR sont mieux positionnées pour entreprendre des projets et des initiatives qui profitent au développement touristique sur l'ensemble de la région et qui bénéficient à un maximum de villes, localités et communautés.

## Créneau d'excellence Tourisme nordique (ACCORD)

---

Le créneau d'excellence Tourisme nordique est issu de la démarche ACCORD (Action concertée et de coopération régionale de développement), une initiative gouvernementale qui vise à dynamiser l'économie des régions du Québec. Cette démarche s'appuie sur les forces régionales, sur la mobilisation et le dynamisme des gens d'affaires en région, ainsi que sur la recherche de l'excellence dans les secteurs industriels clés du Québec. Un créneau d'excellence se définit comme un ensemble d'entreprises d'une même région menant des activités économiques interreliées. Ce regroupement vise à se démarquer de façon concurrentielle par rapport aux autres régions, ainsi que sur les marchés internationaux, et ce, grâce aux compétences qui lui sont propres.

Depuis juin 2020, TBJ agit à titre d'organisme hôte et collaborateur principal du créneau d'excellence Tourisme nordique. Le directeur du créneau participe activement au développement touristique régional d'Eeyou Istchee Baie-James en réalisant toutes études nécessaires, en élaborant des plans d'action et des stratégies et en mettant en oeuvre tous les moyens pour favoriser le partenariat et la coopération, le tout, en collaboration avec TBJ et EIT, l'Association crie de pourvoirie et de tourisme (COTA) ainsi que les entrepreneurs Cris et Jamésien, afin de stimuler la compétitivité et susciter l'innovation au sein des entreprises touristiques sur le territoire.

En avril 2022, le comité de créneau a adopté une planification stratégique d'une durée de cinq ans. Celle-ci résulte d'une tournée de mobilisation, d'un diagnostic sur le terrain et de séances de remue-méninges en comité.

### Vision

Grâce à ses expériences touristiques nordiques regroupées au sein du créneau, la région d'Eeyou Istchee Baie-James s'impose comme le plus grand terrain de jeu en plein air au monde, vivant au rythme des six saisons<sup>1</sup>, dans le respect du territoire et des valeurs des communautés locales.

### Principaux axes de développement

- Mobilisation et valorisation du secteur écotouristique comme vecteur de diversification économique, de dynamisme et d'attractivité des communautés.
- Développement et professionnalisation des producteurs écotouristiques.
- Accroissement de la mobilité et de la sécurité touristique en Eeyou Istchee Baie-James.

1 Chez les Cris, comme chez la plupart des Premières Nations, la saisonnalité se divise en six périodes. On distingue donc les cycles de gel et de dégel (avant l'hiver et avant le printemps) comme des saisons à part entière.



## Mission

Viser collectivement l'excellence en créant un lieu de rencontre, d'échange et de partage regroupant les entreprises du Créneau et de son périmètre.

# Inventaire et évaluation touristique de la route Billy-Diamond

---

L'objectif de cette initiative est de faire reconnaître la route Billy-Diamond auprès du ministère du Tourisme comme l'une des principales routes touristiques du Québec au nord du 49<sup>e</sup> parallèle.

La première étape de ce projet a permis de recenser et d'évaluer les sites touristiques existants le long de la route Billy-Diamond et des routes d'accès menant aux communautés de Waskaganish, Nemaska (route du Nord entre les kilomètres 406 et 300), Eastmain, Wemindji et Chisasibi. Les correctifs à leur apporter ont également été notés le cas échéant, et de nouveaux sites exceptionnels qui comportent des éléments intéressants en termes de paysage, d'histoire, de culture, d'écosystèmes ou de biodiversité ont été identifiés. Bien que certains inventaires partiels soient déjà existants (par exemple, celui des haltes routières), il est important d'obtenir un portrait global du potentiel récréotouristique de la région afin que le développement de celle-ci se fasse de manière cohérente.

Le recensement des sites a notamment permis :

- de vérifier la capacité d'accueil des lieux, l'état visuel des sites et services s'il y a lieu (en spécifiant ceux qui sont bilingues, la qualité des aménagements, la qualité de l'accueil et des installations et les périodes d'ouverture);
- d'identifier les améliorations ou réparations nécessaires sur l'un ou l'autre des sites.

L'établissement de la route Billy-Diamond en tant que route touristique permettra de :

- bonifier l'offre touristique de la région;
- favoriser l'accessibilité à son patrimoine naturel;
- mettre en valeur les richesses régionales;
- favoriser la rétention des touristes dans la région.

## Projet de géoparc mondial de l'UNESCO

---

En 2021, une étude de faisabilité a été lancée pour évaluer le potentiel de création d'un géoparc mondial de l'UNESCO en Eeyou Istchee Baie-James, en partenariat avec EIT et COTA. Les géoparcs mondiaux de l'UNESCO sont des sites gérés selon un concept global de protection, d'éducation et de développement durable qui implique les communautés locales. Ces milieux comprennent des sites d'intérêt géologique, archéologique, faunique, environnemental, historique, folklorique et culturel.

L'emplacement du géoparc sera choisi pour son importance géologique et comprendra un pavillon central et une vingtaine de sites à proximité qui mettent en valeur l'histoire et les caractéristiques géomorphologiques du territoire. Les sites supplémentaires seront reliés au géoparc par des géoroutes afin de mettre en valeur la géologie de l'ensemble de la région. Nous étudions actuellement plusieurs emplacements possibles et examinons les moyens d'améliorer l'expérience des visiteurs par des présentations multimédias, des expositions interactives, immersives et la réalité virtuelle.

Ce projet représente une opportunité puisque le géoparc sera le fil conducteur de la stratégie touristique, car il :

- facilite la mobilité touristique dans la région ;
- positionne favorablement la région d'Eeyou Istchee Baie-James sur les marchés internationaux ;
- met l'accent sur notre position en tant que destination offrant des cadres et des attractions naturels exceptionnels, notamment dans le domaine des sciences de la terre et de la recherche.

Le financement de cette étude de faisabilité a été assuré par le ministère des Affaires municipales et de l'Habitation (MAMH) par le biais du programme Fonds d'appui au rayonnement des régions (FARR).

En raison des restrictions liées à pandémie, le projet a été prolongé jusqu'au 31 décembre 2023.

Les géoparcs sont créés pour protéger et utiliser le patrimoine géologique de manière durable, favorisant ainsi le bien-être économique des personnes qui vivent à proximité. Les géoparcs offrent d'innombrables possibilités d'exploration, d'apprentissage, de mise en valeur et de préservation d'un patrimoine naturel unique. Le développement d'un géoparc en Eeyou Istchee Baie-James est conforme à notre engagement envers un tourisme durable de haute qualité qui reflète les valeurs criées et jamésiennes et améliore le bien-être économique des résidents locaux.



## Cours de conversation en langue cri

---

Afin de solidifier les ponts avec ses partenaires cris, l'équipe de TBJ a participé à des cours d'apprentissage de la langue cri. C'est en réponse à un projet de loi du Gouvernement de la nation cri visant à soutenir et à promouvoir l'utilisation de cette langue que COTA a lancé un cours hebdomadaire qui consiste en des leçons en ligne de 45 minutes. Celles-ci ont été rendues accessibles à l'équipe de COTA ainsi qu'au personnel d'EIT, Voyages Eeyou Istchee Baie-James et TBJ.

Conçu à l'origine comme un projet pilote, le cours de conversation en cri a été financé par COTA et a débuté en novembre 2022. Il a été proposé pour une période de huit semaines.

Les participants au cours de conversation en cri ont appris :

- les mots de base de la langue cri ;
- différentes façons d'utiliser les mots cris ;
- comment se présenter en cri ;
- comment présenter leur organisation en cri ;
- saluer et se présenter ;
- engager une conversation de base.

Compte tenu du succès du cours, COTA prévoit de rechercher d'autres financements pour poursuivre cette initiative populaire.





# 9.

---

## Accueil et information touristique

---



## Guide touristique officiel 2023-2024



Dans le cadre de son entente de partenariat avec le ministère du Tourisme, TBJ s'engage à élaborer un guide touristique régional officiel conformément aux directives et aux normes provinciales. Ce guide, produit conjointement avec EIT, est une source d'information essentielle pour les voyageurs qui se rendent dans la région. Il met en valeur les nombreuses attractions et activités touristiques disponibles et contient un calendrier des événements.

Valide pour une période d'un an et imprimé à plus de 30 000 exemplaires, le guide est également disponible en ligne en version française et anglaise. Il est distribué à partir du mois de février, un moment plus propice pour préparer un voyage dans la région.

## Formation des conseillers en séjour

En juin 2022, la chargée de projet accueil et service aux membre a offert une formation gratuite sur les techniques d'accueil aux conseillers en séjour et à l'information touristique qui travaillent dans les lieux d'accueil touristique de la région.

Les principaux objectifs de cette formation qui se donne annuellement sont :

- maîtriser l'application des techniques d'accueil;
- développer son savoir-être afin d'offrir un service de qualité;
- savoir comment utiliser les outils d'information disponibles.

Fait également partie de cette rencontre, une période d'information sur les principales activités, les produits touristiques, les caractéristiques de notre région et du territoire, ainsi que l'utilisation du guide touristique et la saisie de données à des fins de statistiques.

Au total 9 participants ont assisté à cette formation virtuelle.

Chibougamau : 4 participants

Radisson : 2 participants

Matagami : 2 participants

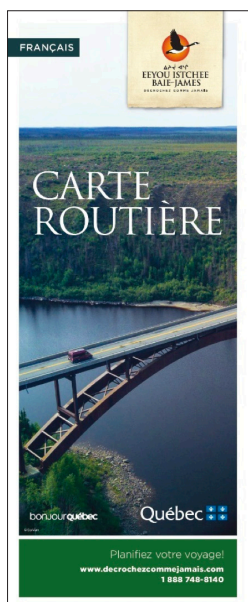
Lebel-sur-Quévillon : 1 participant



## Nos étudiants du secondaire s'informent

Au printemps 2023, TBJ a été invité par une enseignante de la polyvalente La Porte du Nord à Chibougamau, pour offrir une session d'information concernant le territoire dans le cadre d'un cours de français. La chargée de projet accueil et service aux membres a donc rencontré 3 groupes d'étudiants de secondaire 1. Chaque rencontre, d'une durée d'environ 1h30, a suscité beaucoup d'intérêt de la part des étudiants. Nous espérons pouvoir reproduire l'expérience auprès de d'autres écoles du territoire également.

## Carte routière d'Eeyou Istchee Baie-James



Disponible depuis juin 2022, la carte routière d'Eeyou Istchee Baie-James est un outil indispensable pour la planification d'un séjour dans la région et un guide de voyage essentiel durant le déplacement des visiteurs. Celle-ci comprend toutes les villes et localités de la région, ainsi que les communautés criées. L'indication des routes pavées et gravellées ainsi qu'un tableau des distances permettront aux voyageurs de planifier leur visite en conséquence.

Cette carte contient des renseignements importants comme l'emplacement des haltes routières, des téléphones publics, des stations-service ainsi que des sites d'intérêt. Elle mentionne également les précautions à prendre pour voyager sur les routes isolées et indique les catégories de terre.

Imprimée à 100 000 exemplaires, la carte est disponible en version française et anglaise dans les bureaux d'information touristique et dans plusieurs entreprises touristiques à travers la région. Elle peut également être téléchargée et commandée en ligne.

On sent un intérêt certain pour ce type de document d'information touristique depuis sa mise en circulation.



## Je suis ambassadeur de ma région

Des capsules de formation en ligne destinées aux employés de première ligne d'Eeyou Istchee Baie-James sont disponibles en français sur le site Internet de TBJ et en anglais sur le site Internet d'EIT. Ces capsules de formation ont pour objectif de développer un réseau d'ambassadeurs dans la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James. Quatre capsules d'une durée approximative de 10 minutes sont proposées. Elles sont gratuites, accessibles en tout temps et disponibles en ligne.

Des modifications seront apportées incessamment aux capsules afin de mettre à jour certaines informations.

Cette année, 10 nouveaux ambassadeurs ont été formés, portant le total à 126 depuis le lancement des capsules en 2018.

## Baromètre touristique régional et sondage de satisfaction clientèle

Une vingtaine de membres ont été sollicités et ont accepté de participer à la collecte de données par l'entremise d'un sondage remis aux visiteurs, afin d'obtenir des statistiques de tous genres sur notre territoire.

### Ce sondage est effectif toute l'année

Ce projet est possible grâce aux entreprises touristiques qui proposent aux visiteurs un signet avec code QR les invitant à répondre à un sondage d'une durée de 2 à 3 minutes. L'implication des entreprises est très importante, car les résultats du sondage permettent à TBJ :

- a) d'analyser la performance touristique de la région grâce à une meilleure compréhension du comportement des visiteurs ;
- b) de disposer d'informations nouvelles et exclusives sur la clientèle dans le but d'orienter nos stratégies ;
- c) de combler le manque d'information sur les clientèles touristiques, leurs profils et leurs préférences.

## Une belle collaboration avec Les Chantiers Chibougamau

Une belle collaboration entre Les Chantiers Chibougamau et TBJ a donné lieu à un produit unique, inédit et original, à l'image de notre région.

Dans un désir de participer à l'écosystème de l'économie circulaire de la région et d'offrir un souvenir significatif aux visiteurs, TBJ a eu l'idée de récupérer les résidus de bois de pin gris de l'entreprise forestière Les Chantiers Chibougamau et d'en faire des signets. Une belle équipe de passionnés a collaboré à la réalisation de ce produit distinctif qui, en plus de son utilité, éveille plus d'un sens.

Nous tenons à remercier Les Chantiers Chibougamau, ainsi que Monsieur Billy Boivin, nouvellement retraité de cette entreprise, pour leur grande contribution à ce projet très significatif. Un lancement officiel aura lieu à l'automne 2023.





# 10.

---

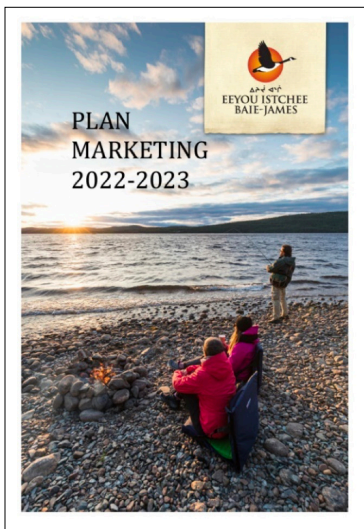
## Marketing

---





## Plan marketing 2022-2023 pour la destination Eeyou Istchee Baie-James



Chaque année, un plan marketing est présenté et des actions spécifiques pour sa mise en œuvre s’y retrouvent détaillées. Pour la période 2022-2023, l’accent a été mis sur des efforts concertés de promotion et de commercialisation sur les marchés du Québec, de l’Ontario et de la France. Dans un contexte de pandémie, le nord-est des États-Unis a été mis en veille.

De plus, le positionnement touristique de la destination Eeyou Istchee Baie-James, ainsi que de ses produits ciblés, tels que la culture crie, le volet nature et aventure, la motoneige et la pêche en pourvoirie, est réalisé en étroite collaboration avec l’Alliance de l’industrie touristique du Québec, soit l’organisme responsable de coordonner et de faire exécuter les activités de promotion et de commercialisation de la destination québécoise sur les marchés hors Québec et d’en mesurer les retombées.

Nous avons la chance de bénéficier du soutien financier de Développement économique Canada pour la réalisation de nos actions de promotion.

## Carte des sentiers de motoneige



Encore une fois cette année, l’édition 2022-2023 de la carte des sentiers de motoneige était disponible en ligne seulement. L’impression de la carte n’a pas été effectuée en raison des facteurs suivants : incertitude quant à l’ouverture des communautés crie, suspension des salons promotionnels, limitation de la distribution due aux mesures sanitaires en place, vente d’espaces publicitaires plus difficile et coûts d’impression très élevés.

Les sentiers de motoneige de la région sont aussi affichés sur le site Internet de la destination et celui de la Fédération des clubs de motoneigistes du Québec (FCMQ), ainsi que sur le site de la campagne motoneige générée par l’Alliance de l’industrie touristique du Québec. On peut également retrouver les sentiers sur l’application motoneige de la FCMQ qui réunit l’ensemble des sentiers de motoneige du Québec, en plus d’indiquer leurs conditions. Cela permet d’assurer une visibilité accrue des points de services offerts en Eeyou Istchee Baie-James et des sentiers aux motoneigistes.

## Tournées médias

Médias	Détails	Format	Marché
Filles du Nord	Expérience plein air et aventure. Séjour à Chibougamau Aventure	Article de blogue, photos et réseaux sociaux	Multimarché
Simon Jodoin	« Road trip » jusqu'aux grands barrages et visite chez Animal Paquin et à Chisasibi.	Article de blogue, photos et réseaux sociaux	Multimarché
Mathieu Dupuis	Expérience motoneige et plein air d'hiver	Création d'image pour la banque de photos	Multimarché

# Campagnes de promotion de la destination Eeyou Istchee Baie-James

## Campagnes en partenariat avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

Participation à la campagne « Bonjour Régions » de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec à l'été 2022. Une trentaine d'associations touristiques et sectorielles y participaient et notre région s'est avérée des plus performantes, se situant dans le top 3 des régions ou secteurs participants. Pour la période du 16 mai au 11 septembre, nous obtenons un taux de clics de 2 860 depuis la Presse + comme mentionné à la section des statistiques du site [decrochezcommejamais.com](http://decrochezcommejamais.com).

Les produits d'appel de cette campagne étaient la Coopérative de solidarité Wiinipaakw Tours, les Chalets flottants Mwakw de la Corporation Nibiischii, FaunENord et la pourvoirie Mirage Aventure.

### Campagne « Bonjour Régions »

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
La Presse +	Bannières Web et mobile	Plein écran et îlots	Québec



## Campagne « Motoneige »

Un collectif de 9 participants dans une campagne pour démontrer que le Québec est une destination incontournable pour les mordus de motoneige et attiser leur intérêt quant à une escapade en motoneige au Québec en présentant divers types de circuits.

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
Vidéos programmatiques 15 secondes	SuperTrax.com	Publications et bannières numérique	Ontario et Nord-Est des États-Unis
Annonces de 15 secondes (segment personnalisé)	SuperTrax TV	Publicité (annonces)	Ontario et Nord-Est des États-Unis
Pleines pages et contenu commandité	SuperTrax Mag	Numérique	Ontario et Nord-Est des États-Unis
Publications sociales et bannières	SuperTrax Mag	Numérique	Ontario et Nord-Est des États-Unis
Tuiles natives et courriels	Yahoo	Numérique	Ontario et Nord-Est des États-Unis

## Campagne « Autochtone »

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
Le Figaro	Web	Article web Infolettre	France
Québec Le Mag	Web	Podcast Infolettre	France

## Campagnes Image de marque

La marque Eeyou Istchee Baie-James est promue de façon transversale à travers les campagnes mentionnées dans ce document. De façon plus spécifique, elle a été véhiculée à travers une vidéo inspirante. Cette vidéo promotionnelle est d'une durée de 90 secondes. Disponible en anglais et en français, elle a suscité l'intérêt des voyageurs. La destination est aussi promue en continu par les réseaux sociaux officiels d'Eeyou Istchee Baie-James et par des mises à jour de contenu du site Internet [decrochezcommejamais.com](http://decrochezcommejamais.com).

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
Vidéo inspirante « Ma région, ma destination »	YouTube, Facebook, Instagram	Vidéo	Multimarché
Affichage « Recycle Bins »	Affichage extérieur	Publicité	Ottawa
Création de contenu	Filles du Nord	Création de 2 articles de blogue à sujet hivernal	Multimarché
Géo Plein air	Magazine	Publireportage et publicité	Québec
Géo Plein air	Numérique	Illet et bannière	Québec
Le Bel Age	Magazine et infolettre	Publireportage (2 parutions)	Québec
Bourse des médias	AITQ	Rencontre d'influenceurs, journalistes.	Multimarché



## Campagne pêche

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
Réseaux sociaux	Facebook et Instagram	Vidéo de 15 secondes. Publication sur la pêche et les pourvoies	Intrarégion et Québec
Québecor	Numérique	Ilot et PréRoll (Audience Chasse et Pêche et Plein Air. TVA+. Page de Salut Bonjour)	Région de Québec, Trois-Rivières, Montérégie et couronne nord de Montréal
Géo Plein air	Magazine	Publireportage et publicité	Québec
Géo Plein air	Numérique	Ilot et bannière	Québec
Magazine	Guide des pourvoies	Publicité	Québec
Campagne inspiration pêche pour rediriger vers notre chaîne YouTube et notre site web	YouTube reciblage	Vidéo de 15 secondes	Québec et Ontario
Aventure Chasse-Pêche (en ligne et sur chaîne Télémag)	Émission de télévision et réseaux sociaux du média ACP	Tournage et montage sur la pêche en mettant en valeur le Festival du doré Baie-James	Québec
Québec à vol d'oiseau Tuiles natives et courriels	Expérience pêche au lac Goéland (collaboration de Tourisme Autochtone du Québec)	Émission télévisuelle	Québec

## Campagne mototourisme

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
Collectif des régions du Centre du Québec, Charlevoix, Côte-Nord, Lanaudière, Mauricie, Outaouais et Saguenay-Lac-Saint-Jean.	Site Internet, Facebook, Infolettre	Publication et infolettre de région EIBJ à propos du mototourisme	Québec



## Campagne motoneige

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
Campagne inspiration sur les sentiers motoneige pour rediriger vers notre chaîne YouTube et notre site web	YouTube reciblage	Vidéo de 15 secondes produite par OSM. (1 x 60 secondes et 2 x 15 secondes)	Québec et Ontario
Réseaux sociaux	Facebook et Instagram	Vidéo de 15 secondes	Intrarégion, Québec et Ontario
Magazine	OnSnow Guide de salon	Publicité salon de Toronto	Ontario
Télévision	Émission STV	Segment de 20 minutes	Ontario
Affichage « Recycle Bins »	Affichage extérieur	Publicité motoneige	Ottawa
Création de contenu	Yves Ouellette	Rédaction d'un article Circuit du Conquérant	Ontario / Québec
Participation AITQ	Supertrax et Yahoo	Publicité numérique et collectif magazine	Ontario
Entente avec l'AITQ	FCMQ	Carte interactive	Canada

## Campagne culture autochtone

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
Festival KWE	Festival grand public	Espace à l'activité	Québec
Québec Le Mag numérique (collectif avec Tourisme Autochtone Québec)	Magazine en ligne	Article de blogue et podcast	France
Québec Le Mag imprimé (collectif avec Tourisme Autochtone Québec)	Magazine	Publicité	France
Québec Le Mag – Le Petit futé (collectif avec Tourisme Autochtone Québec)	Guide touristique	Publicité	France

## Campagne estivale 2022

Campagne visant à faire découvrir aux gens d'ici et d'ailleurs les attraits existants. Démontrer aux Québécois et Ontariens que notre région a beaucoup à offrir et les inciter à prendre leurs vacances ici et, par le fait même, encourager les entreprises d'ici!

Type d'action	Média/Placement	Format	Marchés
Réseaux sociaux	Facebook/Instagram	Publication avec photos	Québec et Ontario
Le Bel Age	Magazine et infolettre	Publireportage (2 parutions)	Québec
Québécor	Numérique Espace	Bannière et PreRoll	Québec

## Campagnes YouTube

Le projet a pour but de faire connaître la région Eeyou Istchee Baie-James par le biais de la plateforme YouTube en publiant de courtes vidéos adressées à différents publics. Les actions ici se rattachent aux actions citées plus haut dans différentes campagnes.

Résultats :

Pour la période, les annonces des campagnes ont 1 310 clics sur la chaîne YouTube de la destination pour un total de 187 386 visionnements, avec un coût moyen par clic de 4,3 \$. Un grand total de 1 394 079 impressions, soit vues d'une annonce.

Afin d'optimiser les actions marketing de ce projet, chaque vidéo contient un lien de redirection vers une section du site Web de la destination selon l'expérience présentée. Ces liens permettent également de suivre le trafic vers le site Web de la destination.

Campagnes	Clics	Visionnements	Marchés
FR Territoire spectaculaire	232	24 378	Québec
EN Spectacular territory	199	25 333	Ontario
FR Territoire spectaculaire 2	189	32 522	Québec
FR De la neige en abondance	172	11 017	Québec
EN Land of snow	162	30 029	Ontario
FR Pêche	144	12 926	Québec
EN Spectacular territory 2	134	35 856	Ontario
EN Pêche	78	15 325	Ontario

## Campagne Google Ads

Eeyou Istchee Baie-James profite de crédits d'une valeur de 10 000 \$ d'achat média en ce qui concerne les annonces Google Ads. Une agence spécialisée s'occupe de la gestion de ces annonces et de leur performance en ligne avec les actions marketing de l'équipe interne.

Pour la dernière année, les annonces ont été vues (impressions) 121 359 fois sur le moteur de recherche de Google. Le taux de clic des annonces a été de 9,5 (CTR) pour un nombre de clics de 11 617 directement sur le site de la destination Eeyou Istchee Baie-James. Le coût moyen par clic est de 2,70 \$.

Les groupes d'annonces les plus performantes :

Campagnes	Clics	Visionnements	Marchés
FR Québec TEIBJ	Pêche - pourvoirie	2 190	26 115
FR Branding Québec TEIBJ	Barrages	760	2 883
FR Branding Québec TEIBJ	Lieux - Baie James	734	4 897
FR Québec TEIBJ	Hébergement - Chibougamau	298	2 546
FR Québec TEIBJ	Découvrir	136	843
FR Québec TEIBJ	Pêche - Espèces	1 162	14 079
FR Québec TEIBJ	Hébergement - Chisasibi	100	550
FR Activités Québec TEIBJ	Canot	263	2 909
FR Branding Québec TEIBJ	Lieux	150	994
FR Québec TEIBJ	Hébergement - Radisson	150	904
FR Québec TEIBJ	Cree Culture	375	3 601

Google organique amène un taux d'achalandage de 37,9 %, tandis que 13,4 % des visiteurs arrivent par accès direct au site et les annonces Google Ads (CPC) sont à 11,5 % du taux de visiteurs en troisième place.

Facebook, par référence ou par hyperliens des publications, amène près de 20 % de l'achalandage au site.

Les mots clés les plus utilisés pour l'accès à notre site sont en français :

Pourvoirie pêche | Pêche doré | Séjour pêche | Pourvoirie nord | Pow Wow | Road trip



## Actions coopératives – Programme marketing Coop

Le Programme de marketing coopératif a été introduit en 2013 pour fournir des incitatifs financiers aux membres d'EIT et de TBJ afin qu'ils forment des alliances, développent et fassent connaître des produits et des forfaits touristiques. Les alliances permettent aux membres de promouvoir plus efficacement le tourisme régional. Le programme s'efforce également de promouvoir le tourisme dans la province et au-delà de ses frontières.

Les stratégies de promotion approuvées reçoivent une subvention couvrant jusqu'à 50 % des dépenses admissibles. Pour être admissibles, les demandeurs doivent être membres d'EIT ou de TBJ, et leurs produits doivent être prêts à la commercialisation.

Membres	Média/Placement	Format	Marchés
Pourvoirie Aventure Lac Goéland	Expédition Faune Expérience chasse à l'ours et pêche automnale	Émission et réseaux sociaux	Québec
Nibiischi	Kalamouche, émission télévisée diffusée sur RDS et RDS2 Expérience au lac Robineau (réserve faunique AMW)	Émission de 4 rediffusions	Québec
Festival Folifrets	Radio KYK 95,7 Radio Abitibi The Nation Magazine Le Jamésien	Publicité	Québec Québec Intra région Intra région
Festival du doré Baie-James	Radio, Facebook et Instagram	Publicité	Est du Canada

## Infolettres adressées aux touristes

Pour l'année financière de 2022-2023, 16 infolettres ont été envoyées, soit 8 en français et 8 en anglais. Dans les abonnements, nous avons noté plus d'adhésions en anglais.

		2021-2022	2022-2023	Variation
Abonnés au 31 mars		5 629	6 561	+16 %
Langues	Français	3 295	2 797	
	Anglais	2 133	2 482	
	Non spécifié	201	1 282	
Infolettres	Taux d'ouverture moyen	20,2 %	19,4 %	
	Nombre de clics moyen	3,0 %	2,7 %	



## Données des meilleurs résultats promotionnels de la page Facebook Eeyou Istchee Baie-James et résultats de quelques publications Instagram

Contenu/Date	Couverture	Mention J'AIME	Clic
Coup de coeur de Jonathan. Pêcheur aguerri et passionné, Jonathan ne cesse d'être émerveillé par la qualité de la pêche ... 30 mai 2022	29 104	141	558
Nibiischii, La Terre des Eaux, s'étend sur 24 000 km <sup>2</sup> dans lesquels on trouve des milliers de lacs ainsi que plusieurs rivières spectaculaires. 20 juillet 2022	97 303	674	532
Nos pourvoiries   Pourvoirie Aventure Lac Goéland Ici, on pêche : le brochet et le doré. Vous recherchez un endroit où passer un séjour... 14 avril 2022	55 427	176	469
Sortez des sentiers battus et réservez votre séjour à Les Écogîtes du Lac Matagami. Chalets ou yourte? 7 mai 2022	40 545	257	353
Nous sommes fières d'annoncer le lancement du Guide touristique officiel 2023-2024 de la région! 14 février 2023	31 305	695	347
Nos pourvoiries   Air Tamarac Ici, on pêche : le doré, en grande quantité! : Vol de 45 minutes à bord de leurs propres hydravions. 22 avril 2022	45 864	208	290
Nos pourvoiries   Mirage Aventure / Pourvoirie Mirage Ici, on pêche et chasse : brochet, doré, truite grise, truite mouchetée et petit gibier. 27 avril 2022	51 785	288	273
Bonne nouvelle! Le Festival du doré Baie-James, qui se tient sur les berges du lac Opémisca, sera de retour cette année! ... 31 mai 2022	68 751	415	262
À ajouter sur votre liste des musts à faire : Venir découvrir la toute première microbrasserie de la région, la Microbrasserie Maître Renard! 14 juin 2022	38 735	87	246
#PourUnInstant rêver à son prochain voyage de pêche 5 mai 2022	35 427	165	221



Contenu/Date	Couverture	Mention J'AIME	Clic
Activités   FaunENord c'est une équipe de passionnés qui vous offre des services d'interprétation de la nature, sur l'ensemble du territoire. 15 juin 2022	34 085	392	145
Festival du savoir cri/Cree Knowledge Festival 17 mars 2022	21 525	55	109
Le goût de l'aventure! 12 décembre 2022	8 405	114	104
C'est ici, dans la région d'Eeyou Istchee Baie-James, qu'on retrouve les plus grandes nappes d'eau douce du Québec, de véritables mers intérieures. 25 juin 2022	29 497	518	100



## Instagram

Près de  
**7 000**  
abonnés, toujours  
en augmentation

### Profil démographique (%)

Hommes	45 %
Femmes	55 %
18-24	8 %
25-34	41 %
35-44	26 %
45-54	14 %
55-64	6 %
65+	5 %

## Page de groupe - Eeyou Istchee Baie-James | Votre aventure *Your adventure* |

Partagez vos aventures en Eeyou Istchee Baie-James sur ce groupe. Nous voulons voir les plus belles photos de la région!

En publiant des photos sur cette page, TBJ et EIT et leurs partenaires peuvent partager ces photos sur les réseaux sociaux avec mention du crédit de l'auteur.

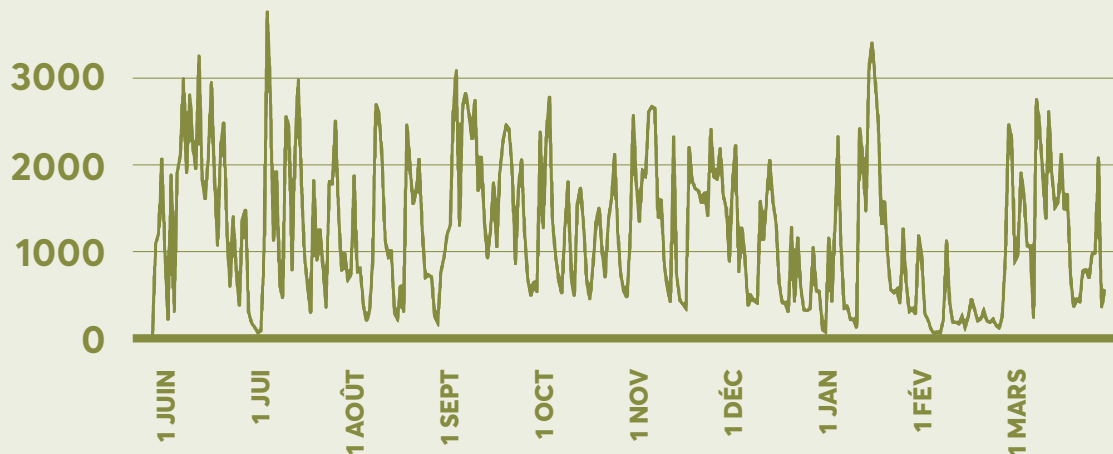
Près de  
**6 000**  
membres

au 31 mars 2023

## Nombre de personnes ayant vu :

**375 759**

au 31 mars 2023



# Écosystème numérique

Site web de la destination [www.decrochezcommejamais.com](http://www.decrochezcommejamais.com)

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars	2021-2022	2022-2023	Variation
Nombre de visites	84 189	98 262	+17 %
Nombre moyen de pages consultées	4,6	4,0	-13 %
Canada	86 %	83 %	-3 %
• Québec	83 %	70 %	-13 %
• Ontario	14 %	27 %	+13 %
États-Unis	7 %	11 %	+4 %
France	1 %	1 %	-
Autres	6 %	5 %	-1 %
Hommes	57 %	57 %	-
Femmes	43 %	43 %	-
18-24	12 %	12 %	-
25-34	20 %	17 %	-3 %
35-44	19 %	22 %	+3 %
45-54	19 %	20 %	+1 %
55-64	17 %	16 %	-1 %
65+	13 %	13 %	-
Nouveaux visiteurs	98 %	98 %	-
Visiteurs récurrents	2 %	2 %	-





## Facebook promotionnel d'Eeyou Istchee Baie-James

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars		2021-2022	2022-2023	Variation
Membres au 31 mars		21 661	23 710	+9 %
Abonnés de la page au 31 mars		21 988	23 846	+8 %
<b>Provenance géographique (%)</b>	Canada	76 %	79 %	+3 %
	États-Unis	8 %	10 %	+2 %
	France	12 %	7 %	-5 %
	Autres	4 %	4 %	-
<b>Profil démographique (%)</b>	Hommes	48 %	48 %	-
	Femmes	52 %	52 %	-
	Sexe non spécifié	-	-	-
	17 ans et moins	-	-	-
	18-24	3 %	2 %	-1 %
	25-34	23 %	21 %	-2 %
	35-44	26 %	25 %	-1 %
	45-54	22 %	23 %	+1 %
	55-64	15 %	16 %	+1 %
65+	11 %	13 %	+2 %	

## Groupe Facebook *Votre Aventure / Your Adventure*

		2021-2022	2022-2023	Variation
Membres au 31 mars		4 654	6 100	+31 %
<b>Provenance géographique (%)</b>	Canada	92 %	92 %	-
	États-Unis	0,5 %	2 %	+1,5 %
	France	0,7 %	4 %	+3,3 %
	Autres	0,5 %	2 %	+1,5 %
<b>Profil démographique (%)</b>	Hommes	46 %	46 %	-1 %
	Femmes	54 %	54 %	-
	18-24	6 %	7 %	+1 %
	25-34	24 %	20 %	- 4 %
	35-44	24 %	25 %	+1 %
	45-54	19 %	19 %	-
	55-64	16 %	16 %	-
	65+	11 %	13 %	+2 %

## Instagram

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars		2021-2022	2022-2023	Variation
Nombre d'abonnés au 31 mars		5 787	7 121	+23 %
<b>Provenance géographique (%)</b>	Canada	70 %	72 %	+2 %
	•Montréal, Qc	12 %	14 %	+2 %
	•Québec, Qc	6 %	6 %	-
	•Chibougamau, Qc	4 %	4 %	-
	États-Unis	2 %	2 %	-
	France	3 %	3 %	-
	Autres	25 %	23 %	-2 %
<b>Profil démographique (%)</b>	Hommes	44 %	46 %	+2 %
	Femmes	56 %	54 %	-2 %
	17 ans et moins	-	-	-
	18-24	9 %	8 %	-1 %
	25-34	43 %	41 %	-2 %
	35-44	24 %	26 %	+2 %
	45-54	14 %	14 %	-
	55-64	6 %	7 %	+1 %
	65+	4 %	5 %	+1 %

## YouTube

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars		2021-2022	2022-2023	Variation
Nombre d'abonnés au 31 mars		273	341	+25 %



## Commercialisation d'objets promotionnels

Les objets promotionnels améliorent la visibilité et la reconnaissance de notre région en créant un lien avec le visiteur. Ils envoient une image agréable et conviviale qui évoque un souvenir et un sentiment de proximité avec la région. Ils contribuent également à accroître la notoriété de la région par une visibilité durable qui pique la curiosité.

Ils sont offerts en ligne et certains membres ont accepté de les intégrer à leur entreprise et les vendent à qui en fait la demande. Ceci crée un sentiment de fierté et d'appartenance à notre région.

Les membres sont invités à se les procurer et d'en faire la vente dans leur entreprise pour contribuer à l'effort de promotion de la région.





# 11.

---

## Bilan de la performance touristique 2022-2023

---





## Performance touristique 2022-2023

Période du 1 <sup>er</sup> avril au 31 mars	2021-2022	2022-2023	Variation %
Taxes sur l'hébergement	362 118 \$	420 354 \$	+16,1
Taux d'occupation moyen Baie-James	50,1	48,7	-1,4
Taux d'occupation moyen – Province de Québec	43,9	60,0	+16,1
Prix de location moyen Baie-James	128,30 \$	133,65 \$	+4,2
Prix de location moyen – Province de Québec	140,40 \$	179,58 \$	+27,9

Le fait le plus marquant cette année pour notre industrie touristique régionale est sans contredit l'augmentation substantielle de la taxe sur l'hébergement qui montre une croissance de 16,1 % dans la région de la Baie-James comparée à l'année passée. Si l'on compare avec l'année pré-pandémie, la performance touristique de la région montre une croissance exceptionnelle de 23,0 %. Si on ajoute à cela la perte de TSH causée par l'incendie de l'hôtel Matagami en janvier 2022, qui contribuait pour environ 1/7 de celle-ci, cela aurait porté l'augmentation à environ 37 %. Cela démontre bien les efforts soutenus des entreprises touristiques dans leur prestation de services.



## Historique de la TSH 2020 à 2023

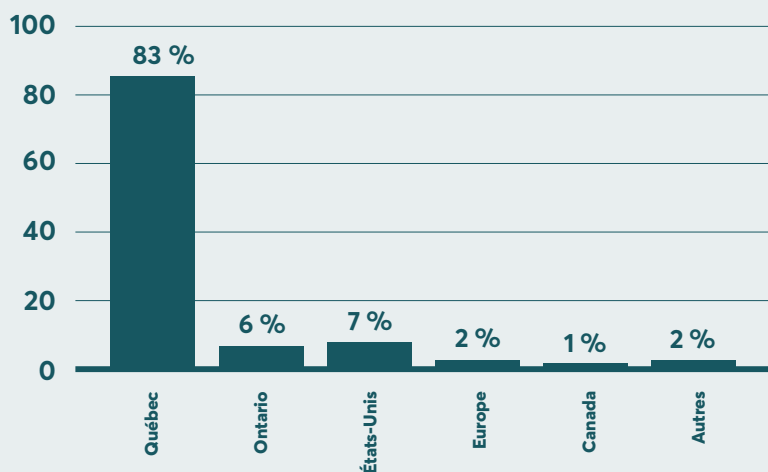
Trimestre	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Avril à juin	84 995 \$	37 955 \$	73 473 \$	77 751 \$
Juillet à septembre	117 791 \$	107 090 \$	122 837 \$	138 477 \$
Octobre à décembre	77 268 \$	67 222 \$	94 324 \$	90 854 \$
Janvier à mars	61 705 \$	67 342 \$	71 484 \$	113 270 \$
<b>Total pour l'année</b>	<b>341 757 \$</b>	<b>279 610 \$</b>	<b>362 118 \$</b>	<b>420 354 \$</b>
Variation année précédente	0,6 %	-18,2 %	29,5 %	16,1 %
Variation par rapport à l'année prépandémie	-	-18,2 %	6,0 %	23,0 %

Malgré la hausse du prix de l'essence, de l'inflation, ainsi que la reprise des voyages à l'étranger en raison de la levée des mesures spéciales aux frontières du pays, la saison estivale et la saison hivernale ont été positives pour les entreprises touristiques. En effet, les trimestres de juillet à septembre et de janvier à mars montrent les plus grandes augmentations, soit respectivement 12,7 % et 58,5 % (17,6 % et 83,6 % par rapport à l'année prépandémie). Les autres trimestres sont restés plutôt stables par rapport à l'an dernier. Ces hausses considérables peuvent s'expliquer par la mise en place de nouveaux produits et un certain engouement pour la région, mais également par certains contrats d'entreprises ayant provoqué l'augmentation de travailleurs dans les établissements d'hébergement.

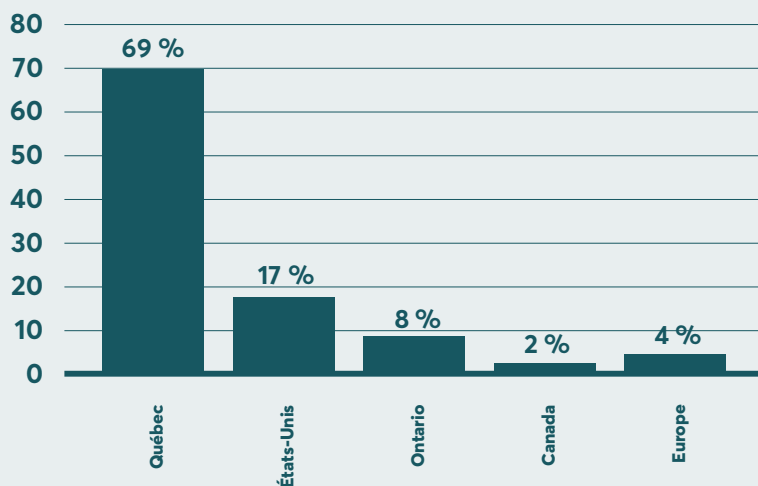


## Provenance des demandes de publications

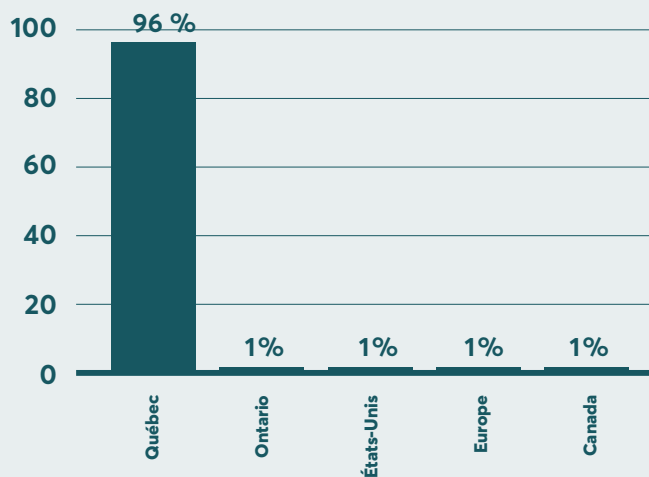
### Guide touristique officiel 2022-2023



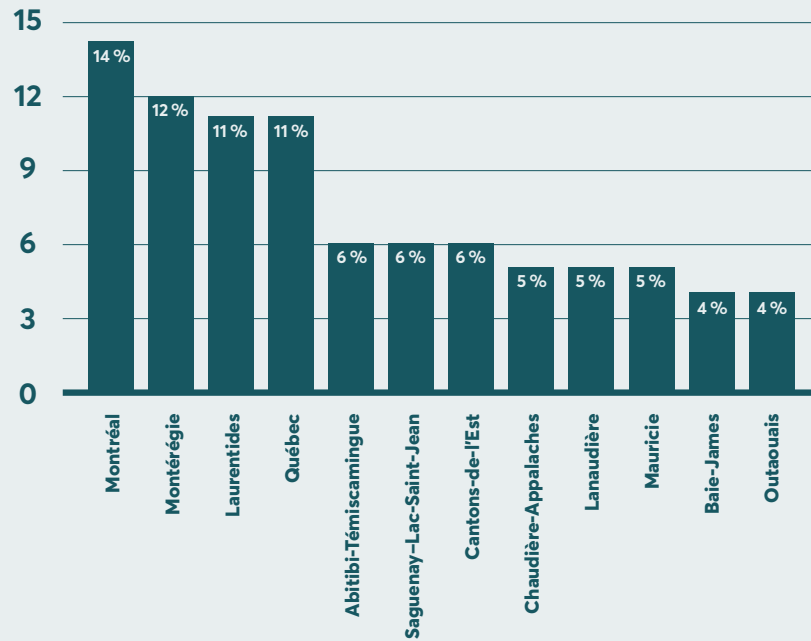
### Carte motoneige 2022-2023



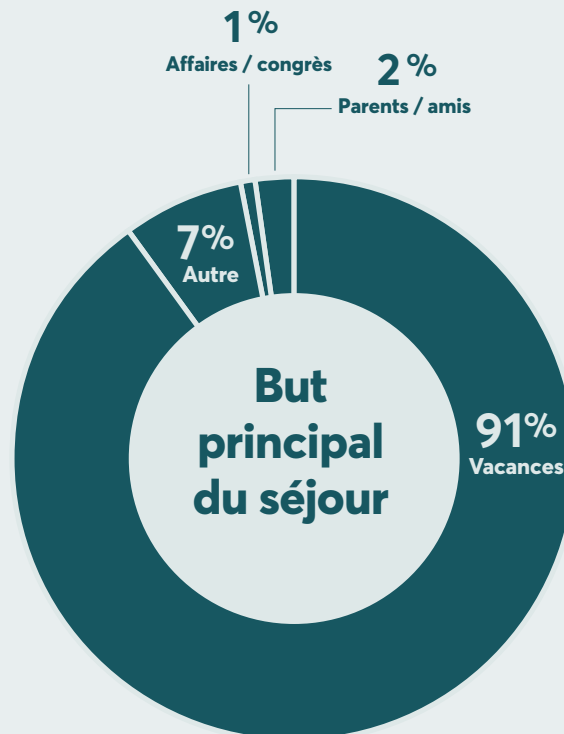
### Carte routière



## Provenance des visiteurs québécois (96,4%)



Source : Lieux d'accueil touristique (3) d'Eeyou Istchee Baie-James - Outil de compilation Interface conseiller du ministère du Tourisme (1<sup>er</sup> avril 2022 au 30 septembre 2022)



Source : Lieux d'accueil touristique (3) d'Eeyou Istchee Baie-James - Outil de compilation Interface conseiller du ministère du Tourisme (1<sup>er</sup> avril 2022 au 30 septembre 2022)



A person wearing a red hoodie and a black and white cap is seen from behind, looking out over a vast landscape. The foreground shows a rocky outcrop. The middle ground is dominated by a large, dark lake. Beyond the lake is a dense, green forest that stretches to the horizon. In the distance, there are rolling hills and a small body of water under a clear sky.

# 12.

---

**Une équipe dynamique  
et impliquée**

---



## Réalisations du conseil d'administration

---

Durant l'année 2022-2023, le conseil d'administration de TBJ a tenu 5 assemblées ordinaires, 2 assemblées extraordinaires et 1 assemblée générale annuelle. Il a également procédé à l'embauche de deux agents de développement touristique le 24 mai 2022 et le 9 janvier 2023 afin d'agrandir l'équipe et de supporter le développement touristique de la région.

Un comité en ressources humaines a été créé le 7 décembre 2022, et est composé de M. Éric Hamel, administrateur, M. Denis Lemoyne, administrateur, Mme Marilee Savage, administratrice et Mme Isabelle Milord, directrice générale. Un mandat a également été donné à une firme de consultants pour une mise à jour de l'échelle salariale et de la structure organisationnelle.

Comme toujours, le conseil d'administration a consolidé son partenariat avec EIT et l'Association crie de pourvoirie et de tourisme (COTA).

# Le conseil d'administration

Au 31 mars 2023, le conseil d'administration était composé de :



**Éric Hamel,**  
président

Hydro-Québec  
Entreprise de services  
touristiques



**Anne-Marie Allard,**  
vice-présidente

Les Arts en Nord  
Entreprise publique,  
parapublique et OBNL



**Marilee Savage,**  
secrétaire-trésorière

Hôtel Chibougamau  
Hôtellerie, restauration (A)



**Jacques Marquis,**  
administrateur

Motel Iris  
Hôtellerie, restauration (C)



**Michel Laurendeau,**  
administrateur

Club quad Les lynx du nord  
de Chapais  
Motoneige, quad



**Denis Lemoyne,**  
administrateur

Ville de Lebel-sur-Quévillon  
Municipalité, localité,  
agglomération (B)



**Jean Blanchard,**  
administrateur

Air Tamarac- pourvoirie  
Lac Hébert  
Pourvoirie



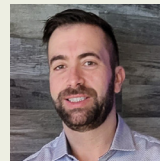
**Pascale Masson-  
Trottier,**  
administratrice

FaunENord  
Aventure, plein air,  
écotourisme



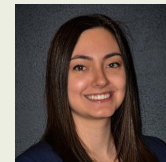
**Stéphanie Houde,**  
administratrice

Ville de Chapais  
Municipalité, localité,  
agglomération (A)



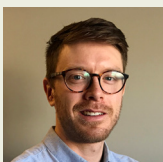
**Sébastien Lebrun,**  
administrateur

Motel Carrefour La Grande  
Hôtellerie, restauration (B)



**Isabelle Lessard,**  
membre par  
cooptation

(sans droit de vote)  
GREIBJ



**Marc-Antoine Vallée-Lebouthillier**  
Membre par cooptation

(sans droit de vote) ARBJ  
Jusqu'au 10 février 2023.



**Dany Boulianne,**  
administrateur

Festival du doré Baie-James  
Attrait, événement, festival

# L'équipe de Tourisme Baie-James



**Isabelle Milord**  
Directrice générale



**Manon St-Louis**  
Adjointe administrative



**Johanne Thibault-Godin**  
Chargée de projet / accueil  
et service aux membres



**Lyne Comtois**  
Directrice marketing  
par intérim  
Jusqu'au 13 janvier 2023



**Stéphanie Bourgault**  
Directrice marketing



**Joanik Linteau**  
Chargée de projet /  
marketing



**Angel Mianscum**  
Agente numérique



**Réal Chabot**  
Coordonnateur  
au développement  
touristique



**Olaniran Apollinaire  
Cyr Loïc Afoudah**  
Agent au  
développement



**Mégane Filion**  
Agente au  
développement



**Frédéric Maltais**  
Directeur / Créneau d'excellence  
Tourisme nordique



# 13.

---

## États financiers

31 mars 2023

---







**TOURISME BAIE-JAMES**

**ÉTATS FINANCIERS**

**31 MARS 2023**



**TOURISME BAIE-JAMES**  
**ÉTATS FINANCIERS**  
**31 MARS 2023**

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT	1-3
ÉTATS FINANCIERS	
Résultats	4
Évolution de l'actif net	5
Bilan	6
Flux de trésorerie	7
NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS	8 - 15
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES	16 - 22

## RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Aux administrateurs de  
**Tourisme Baie-James**

### **Opinion**

J'ai effectué l'audit des états financiers ci-joints de Tourisme Baie-James (ci-joint l'« l'organisme » , qui comprennent le bilan au 31 mars 2023 et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, ainsi que les notes aux états financiers, y compris le résumé des principales méthodes comptables, et les annexes.

À mon avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'organisme au 31 mars 2023, ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

### **Fondement de l'opinion**

J'ai effectué mon audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers » du présent rapport. Je suis indépendante de l'organisme conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à mon audit des états financiers au Canada et je me suis acquittée des autres responsabilités déontologiques qui m'incombent selon ces règles. J'estime que les éléments probants que j'ai obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder mon opinion d'audit.

### **Responsabilité de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états**

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité de l'organisme à poursuivre son exploitation, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'organisme ou de cesser son activité ou si aucune autre solution réaliste ne s'offre à elle.

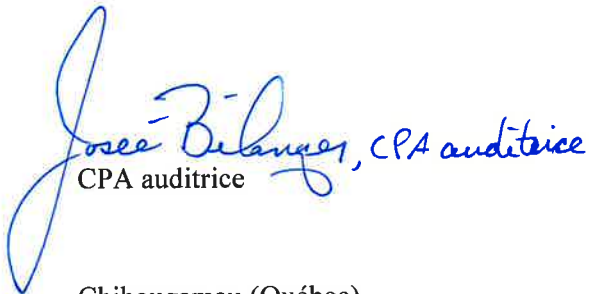
Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'organisme. Mes objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant mon opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, j'exerce mon jugement professionnel et fais preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- J'identifie et évalue les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, conçois et mets en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunis des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder mon opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- J'acquerrai une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'organisme;
- J'apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;



- Je tire une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'organisme à poursuivre son exploitation. Si je conclus à l'existence d'une incertitude significative, je suis tenu d'attirer l'attention des lecteurs de mon rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Mes conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de mon rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'organisme à cesser son exploitation;
- J'évalue la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécie si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle;
- Je communique aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et mes constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que j'aurais relevé au cours de mon audit.

  
CPA auditrice

Chibougamau (Québec)

Le 6 septembre 2023

## TOURISME BAIE-JAMES

## RÉSULTATS

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

	2023			2022	
	Fonction-	Fonds	Entente de	Total	Total
	nement	EDNET	partenariat		
	\$	\$	régional en	\$	\$
			tourisme		
<b>PRODUITS (annexe A)</b>					
Subventions					
Gouvernement du Québec	694 434		( 33 154)	661 280	907 307
Gouvernement du Canada	91 849			91 849	100 205
Gouvernance régionale	18 750		( 10 112)	8 638	45 229
	<u>805 033</u>		<u>( 43 266)</u>	<u>761 767</u>	<u>1 052 741</u>
Taxe sur l'hébergement - promotion	335 989			335 989	297 913
Taxe sur l'hébergement - revenus administratifs	22 121			22 121	19 306
Revenus du milieu	245 455			245 455	120 354
	<u>1 408 598</u>		<u>( 43 266)</u>	<u>1 365 332</u>	<u>1 490 314</u>
<b>CHARGES</b>					
Frais administratifs (annexe B)	512 378			512 378	381 996
Frais accueil, information et distribution (annexe C)	97 714			97 714	74 713
Services aux membres (annexe D)	78 462			78 462	33 256
Frais de soutien et développement de l'offre (annexe E)	190 289	5 379	344 853	540 521	360 149
Promotion intra Québec (annexe F)	90 765			90 765	111 402
Promotion hors Québec (annexe G)	197 873			197 873	239 923
Frais de perception taxe sur l'hébergement	1 122			1 122	1 248
	<u>1 168 603</u>	<u>5 379</u>	<u>344 853</u>	<u>1 518 835</u>	<u>1 202 687</u>
<b>EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES (CHARGES SUR LES PRODUITS)</b>	<u>239 995</u>	<u>( 5 379)</u>	<u>( 388 119)</u>	<u>( 153 503)</u>	<u>287 627</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

	2023					2022	
	Investi en immobili- sations	Non affecté	Fonds affectés (note 11)	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourisme	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
SOLDE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	171 438	452 436	558 499	58 439	628 964	1 869 776	1 582 149
EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES (CHARGES SUR LES PRODUITS)	(12 105)	448 455	(196 355)	(5 379)	(388 119)	(153 503)	287 627
INVESTISSEMENTS EN IMMOBILISATIONS							
Acquisitions d'immobilisations corporelles	3 938	(3 938)					
Remboursement en capital de la dette à long terme	54 469	(54 469)					
AUTRES ÉLÉMENTS							
Transferts à l'actif net affecté		(609 128)	609 128				
SOLDE À LA FIN DE L'EXERCICE	<u>217 740</u>	<u>233 356</u>	<u>971 272</u>	<u>53 060</u>	<u>240 845</u>	<u>1 716 273</u>	<u>1 869 776</u>



## TOURISME BAIE-JAMES

## BILAN

AU 31 MARS 2023

<b>ACTIF</b>	2023	2022
	\$	\$
<b>À COURT TERME</b>		
Encaisse	1 255 279	1 626 801
Subventions à recevoir	138 713	206 609
Débiteurs (note 3)	314 562	122 063
Frais payés d'avance	23 894	19 357
Total de l'actif à court terme	1 732 448	1 974 830
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES (note 4)</b>		
Total de l'actif	1 978 170	2 230 072
<b>PASSIF</b>		
<b>À COURT TERME</b>		
Créditeurs (note 6)	63 545	64 318
Cotisations des membres perçues d'avance	21 532	12 317
Crédit marketing (note 7)	137 573	87 904
Subventions reportées (note 8)	6 773	67 461
Dettes à long terme échéant au cours du prochain exercice (note 9)		54 198
Total du passif à court terme	229 423	286 198
<b>DETTES À LONG TERME (note 9)</b>		
		40 271
<b>APPORT REPORTÉ AFFÉRENT AUX IMMOBILISATIONS (note 10)</b>		
Total des passif	32 474	33 827
	261 897	360 296
<b>ACTIF NET</b>		
NON AFFECTÉ	233 356	452 436
AFFECTÉ (note 11)	971 272	558 499
GREVÉ D'AFFECTATION D'ORIGINE EXTERNE	293 905	687 403
INVESTI EN IMMOBILISATIONS CORPORELLES	217 740	171 438
Total de l'actif net	1 716 273	1 869 776
Total du passif et de l'actif net	1 978 170	2 230 072

POUR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

\_\_\_\_\_, administrateur

\_\_\_\_\_, administrateur

TOURISME BAIE-JAMES  
 FLUX DE TRÉSORERIE  
 DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	\$	\$
<b>ACTIVITÉS D'EXPLOITATION</b>		
Excédent des produits sur les charges (charges sur les produits)	( 153 503)	287 627
Amortissement des immobilisations corporelles	13 458	13 931
Amortissement de l'apport reporté afférent aux immobilisations	<u>( 1 353)</u>	<u>(1 409)</u>
	( 141 398)	300 149
Variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement (note 12)	<u>( 131 717)</u>	<u>46 983</u>
	<u>( 273 115)</u>	<u>347 132</u>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>		
Acquisitions d'immobilisations corporelles	<u>( 3 938)</u>	<u>(4 682)</u>
	<u>( 3 938)</u>	<u>(4 682)</u>
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>		
Remboursement des dettes à long terme	<u>( 94 469)</u>	<u>( 22 147)</u>
	<u>( 94 469)</u>	<u>(22 147)</u>
<b>AUGMENTATION (DIMINUTION) DE LA TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU COURS DE L'EXERCICE</b>	<u>( 371 522)</u>	<u>320 303</u>
<b>TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	<u>1 626 801</u>	<u>1 306 498</u>
<b>TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN DE L'EXERCICE</b>	<u>1 255 279</u>	<u>1 626 801</u>
<b>TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN DE L'EXERCICE</b>		
Encaisse	<u>1 255 279</u>	<u>1 626 801</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
AU 31 MARS 2023

Note 1- STATUTS CONSTITUTIFS ET NATURE DES ACTIVITÉS

Tourisme Baie-James, constituée en vertu de la partie III de la *Loi sur les compagnies* (Québec), est un organisme sans but lucratif, au sens de la *Loi de l'impôt sur le revenu* ayant principalement pour objet de favoriser la promotion et le développement de l'industrie touristique régionale dans la région Nord-du-Québec, secteur Baie-James.

Note 2- PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

Les états financiers ont été dressés selon les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif et comprennent les principales méthodes comptables suivantes :

**Instruments financiers**

Lors de la comptabilisation initiale, tous les actifs et les passifs financiers sont évalués et comptabilisés à leur juste valeur.

L'organisme évalue ultérieurement tous ses actifs et ses passifs au coût ou au coût après amortissement.

Les actifs et les passifs évalués subséquemment au coût après amortissement selon la méthode linéaire se composent de l'encaisse, des subventions à recevoir, des débiteurs (à l'exception des TPS-TVQ à recevoir) et des créditeurs (à l'exception des déductions à la source à payer).

*Dépréciation*

Les actifs financiers évalués au coût ou au coût après amortissement sont soumis à un test de dépréciation s'il existe des indications possibles de dépréciation. Le montant de réduction de valeur est comptabilisé aux résultats nets. La moins-value déjà comptabilisée peut faire l'objet d'une reprise de valeur dans la mesure de l'amélioration, soit directement, soit par l'ajustement du compte de provision, sans être supérieure à ce qu'elle aurait été à la date de reprise si la moins-value n'avait jamais été comptabilisée. Cette reprise est comptabilisée aux résultats nets.



TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2023

Note 2- PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

**Constatation des produits**

L'organisme applique la méthode du report pour comptabiliser les apports. Les apports affectés sont constatés à titre de produits de l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées. Les apports non affectés sont constatés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa réception est raisonnablement assurée.

Les droits d'inscription aux activités sont constatés à titre de produits lorsque les activités ont lieu.

Les cartes de membres, les collectes de fonds et les intérêts sont constatés à titre de produits au prorata dans l'exercice auquel ils se rapportent.

**Immobilisations corporelles**

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût. Elles sont amorties en fonction de leur durée de vie utile respective selon la méthode d'amortissement du solde dégressif et les taux suivants :

	<u>Taux</u>
Bâtisse	4%
Enseigne	20%
Mobilier et équipements	20%
Matériel roulant	30%
Équipement informatique	30% - 45% - 55%

**Apport reporté afférent aux immobilisations corporelles**

L'apport reporté afférent aux immobilisations corporelles est amorti au même rythme que les immobilisations corporelles auxquelles il se rapporte.

**Dépréciation d'actifs à long terme**

Les immobilisations corporelles sont soumises à un test de recouvrabilité lorsque des événements ou des changements de situation indiquent que leur valeur pourrait ne pas être recouvrable. Une perte de valeur est constatée lorsque leur valeur comptable pourrait ne pas être recouvrable. La perte de valeur constatée est mesurée comme étant l'excédent de la valeur comptable de l'actif sur sa juste valeur.

TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2023

Note 2- PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

**Utilisation d'estimations**

La préparation des états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif exige que la direction procède à des estimations et pose des hypothèses qui ont une incidence sur le montant présenté au titre des actifs et des passifs et sur les informations présentées au sujet des actifs et des passifs éventuels à la date de clôture ainsi que sur les montants des produits et des charges de l'exercice. Les chiffres réels pourraient différer de ces estimations. Les éléments importants des états financiers qui requièrent l'utilisation d'estimations sont la durée de vie des immobilisations, la dépréciation des comptes clients, et la provision pour le Crédit-Marketing. Ces estimations sont révisées périodiquement et des ajustements sont apportés au besoin aux résultats de l'exercice au cours duquel ils deviennent connus.

**Comptabilité par fonds**

*Fonds Entente de développement numérique pour les entreprises touristiques (EDNET)*

Le fonds EDNET présente les produits et les charges afférent aux activités de développement numérique de l'offre touristique.

*Fonds Entente de partenariat régional en tourisme*

Le fonds Entente de partenariat régional en tourisme présente les produits et les charges afférents aux activités.

**Trésorerie et équivalents de trésorerie**

La politique de l'entité consiste à présenter dans la trésorerie et les équivalents de trésorerie les soldes bancaires incluant les découverts bancaires dont les soldes fluctuent souvent entre le positif et le négatif.

Note 3- DÉBITEURS

	2023	2022
	\$	\$
Comptes clients	171 578	11 499
Taxe sur l'hébergement à recevoir	113 271	71 484
TPS -TVQ à recevoir	29 713	39 080
	<u>314 562</u>	<u>122 063</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2023

Note 4- IMMOBILISATIONS CORPORELLES

COÛT	Solde au début	Acquisitions	Disposition	Solde à la fin
	\$	\$	\$	\$
Terrain	17 509			17 509
Bâtisse	346 970			346 970
Enseigne	14 115			14 115
Mobilier et équipements	51 037		30	51 007
Matériel roulant	42 784			42 784
Équipement informatique	49 348	3 938	4 179	49 107
	521 763	3 938	4 209	521 492
AMORTISSEMENT CUMULÉ	Solde au début	Amortis- sement	Diminution	Solde à la fin
	\$	\$	\$	\$
Bâtisse	122 459	8 979		131 438
Enseigne	10 785	666		11 451
Mobilier et équipements	48 303	547	30	48 820
Matériel roulant	35 953	2 049		38 002
Équipement informatique	49 021	1 217	4 179	46 059
	266 521	13 458	4 209	275 770
VALEUR NETTE	255 242			245 722

Note 5- EMPRUNT BANCAIRE

L'organisme dispose d'une marge de crédit autorisée de 50 000 \$, taux préférentiel bancaire plus 3,5 %, garantie par Tourisme Québec. Elle est renouvelable annuellement. Cette marge de crédit n'était pas utilisée à la fin de l'exercice.



TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2023

Note 6- CRÉDITEURS

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	\$	\$
Comptes fournisseurs	5 582	19 528
Salaires à payer	30 164	18 804
Déductions à la source à payer	27 799	25 986
	<u>63 545</u>	<u>64 318</u>

Note 7- CRÉDIT MARKETING

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	\$	\$
Solde au début de l'exercice	87 904	51 169
Montant accordé de l'année	103 827	54 173
Crédit marketing périmé	(40 829)	(8 987)
Montant engagé de l'année	(13 329)	(8 451)
	<u>137 573</u>	<u>87 904</u>

Note 8- SUBVENTIONS REPORTÉES

	<u>Solde au début</u>	<u>Encaissées</u>	<u>Utilisées</u>	<u>Solde à la fin</u>
	\$	\$	\$	\$
Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation	12 035	2 632	7 894	6 773
Ministère de l'Économie et de l'Innovation	55 426		55 426	
	<u>67 461</u>	<u>2 632</u>	<u>63 320</u>	<u>6 773</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2023

Note 9- DETTES À LONG TERME

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	\$	\$
Emprunt bancaire d'un montant original de 130 000 \$, 5,21 %, remboursable par versements mensuels de 1 392 \$, capital et intérêts, remboursé en entier au cours de l'exercice		54 469
Emprunt bancaire, sans intérêt, remboursé en entier au cours de l'exercice		<u>40 000</u>
		94 469
Moins :		
Dettes à long terme échéant au cours du prochain exercice		<u>54 198</u>
		<u>40 271</u>

Note 10- APPORT REPORTÉ AFFÉRENT AUX IMMOBILISATIONS

L'apport reporté afférent aux immobilisations représente l'apport affecté ayant servi à l'acquisition de la bâtisse. Il s'agit d'un montant original de 65 000 \$, accordé par la Conférence régionale des élus de la Baie-James. La variation survenue dans le solde de l'apport reporté pour l'exercice est la suivante :

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	\$	\$
Solde au début de l'exercice	33 827	35 236
Moins : montant amorti dans les résultats	<u>1 353</u>	<u>1 409</u>
Solde à la fin de l'exercice	<u>32 474</u>	<u>33 827</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2023

Note 11- ACTIFS NETS AFFECTÉS

Le conseil d'administration, par résolution du conseil, a affecté des montants de l'actif non affecté à l'actif net affecté.  
 La liste des projets est détaillée ci-bas :

	Solde au début	Augmentation	Utilisations	Transfert	Solde à la fin
	\$	\$	\$	\$	\$
Bâtiment (démolition, amiante, téléphonie, climatisation, fenêtre)	93 505		84 200		9 305
EPRT 2020-2022	100 000		10 628	(89 372)	
EPRT 2023-2026		210 628		89 372	300 000
Construction Écosystème numérique	102 000				102 000
Restructuration RH et mise à jour des politiques	20 004		5 910		14 094
Contenu photo membres jamésiens	34 990		124		34 866
Système de collecte de données	15 000		7 493		7 507
Remboursement du prêt d'urgence	40 000		40 000		
Remboursement de l'hypothèque	48 000		48 000		
Projet Géoparc et bureau d'accueil	105 000				105 000
Fonds de roulement		200 000			200 000
Mise à jour Capsules ambassadeur		25 000			25 000
Équipe mobile (matériel)		5 000			5 000
Ciscuits Géologique		50 000			50 000
Marketing (contenu, annonces et autres)		50 000			50 000
Initiative en développement durable (ex. valorisation transchée feu)		23 500			23 500
Concept et thématique - route Billy-Diamond		45 000			45 000
	<u>558 499</u>	<u>609 128</u>	<u>196 355</u>		<u>971 272</u>



TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2023

Note 12- FLUX DE TRÉSORERIE

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	\$	\$
Variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement :		
Subventions à recevoir	67 896	53 841
Débiteurs	( 192 499)	67 709
Frais payés d'avance	( 4 537)	28 598
Créditeurs	( 773)	( 61 393)
Cotisation membres perçus d'avance	9 215	12 317
Crédit marketing	49 669	36 735
Produits reportés	<u>( 60 688)</u>	<u>( 90 824)</u>
	<u>( 131 717)</u>	<u>46 983</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

## ANNEXE A

	2023			2022	
	Fonction- nement \$	Fonds EDNET \$	Entente de partenariat régional en tourisme \$	Total \$	Total \$
<b>PRODUITS</b>					
Gouvernement du Québec					
Tourisme Québec	615 800			615 800	840 299
Tourisme Québec (remboursement)			( 33 154)	( 33 154)	
Ministère de l'Économie et de l'Innovation	55 426			55 426	64 574
Services Québec	15 314			15 314	2 434
Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation	7 894			7 894	
	694 434		( 33 154)	661 280	907 307
Gouvernement du Canada					
Développement économique du Canada	91 849			91 849	100 205
	91 849			91 849	100 205
Gouvernement régional					
Société de développement de la Baie-James			35 000	35 000	
Société de développement de la Baie-James (remboursement)			( 11 956)	( 11 956)	
Administration régionale Baie -James					40 000
Administration régionale Baie -James (remboursement)			( 33 156)	( 33 156)	
Eeyou Istchee Tourism	18 750			18 750	5 229
	18 750		( 10 112)	8 638	45 229
Taxe sur l'hébergement					
Taxe sur l'hébergement - Promotion	335 989			335 989	297 913
Taxe sur l'hébergement - revenus administratifs	20 999			20 999	18 058
Taxe sur l'hébergement - Revenu Québec	1 122			1 122	1 248
	22 121			22 121	19 306
Sous-total des produits	1 163 143		( 43 266)	1 119 877	1 369 960

TOURISME BAIE-JAMES  
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

	2023			ANNEXE A 2022	
	Fonction- nement \$	Fonds EDNET \$	Entente de partenariat régional en tourisme \$	Total \$	Total \$
PRODUITS (suite)					
Solde reporté des produits	1 163 143		( 43 266)	1 119 877	1 369 960
Revenus du milieu					
Cotisations des membres	24 542			24 542	19 761
Contributions du milieu					
Publicité coopérative	10 093			10 093	6 303
Guide touristique	46 145			46 145	
Participation aux promotions mises en oeuvre par l'ATR					5 800
Revenus ATR (interrégional) Intra -Québec	49 697			49 697	6 624
Revenus ATR (inter-régional) Hors-Québec	62 500			62 500	52 500
Société du réseau Économusée					2 520
	192 977			192 977	93 508
Objets promotionnels	7 442			7 442	14 021
Tournée de formation BIT-BAT					2 169
Revenus d'intérêts	1 035			1 035	
Location d'immeuble et autres produits	44 001			44 001	10 656
	245 455			245 455	120 354
	1 408 598		( 43 266)	1 365 332	1 490 314



TOURISME BAIE-JAMES  
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

	2023			ANNEXE B 2022	
	Fonction- nement	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourisme	Total	Total
FRAIS ADMINISTRATIFS	\$	\$	\$	\$	\$
Affiliations et abonnements	6 314			6 314	7 405
Frais informatiques	3 120			3 120	4 480
Amortissement (propriété et améliorations locatives)	12 105			12 105	12 522
Contrats de location, entretien d'équipement	1 913			1 913	1 273
Assurances	13 177			13 177	11 784
Honoraires professionnels et conseils juridiques	40 525			40 525	19 320
Frais vérifications comptables	11 083			11 083	13 265
Fournitures de bureau	2 071			2 071	3 329
Télécommunication	11 639			11 639	9 759
Traduction/communication					92
Frais d'exploitation (taxes, entretien, réparation, électricité, etc)	48 832			48 832	31 412
Frais postaux	501			501	294
Frais bancaires	760			760	1 241
Conseil d'administration	910			910	270
Dépenses ATR(inter-régional)	3 048			3 048	
Salaires et charges sociales	255 479			255 479	232 407
Formation	7 831			7 831	200
Recrutement de personnel	75			75	
Frais de déplacements et de représentation	19 102			19 102	25 476
Intérêts sur emprunt à long terme	1 529			1 529	3 222
Frais de véhicule corporatif	3 364			3 364	4 245
Frais de démolition	69 000			69 000	
	512 378			512 378	381 996

TOURISME BAIE-JAMES  
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

	2023			ANNEXE C 2022	
	Fonction- nement	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourisme	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>FRAIS ACCUEIL, INFORMATION ET DISTRIBUTION</b>					
Carte régionale	5 538			5 538	2 274
Contrat de location et entretien d'équipement	57			57	94
Fournitures de bureau	15			15	101
Frais postaux	5 991			5 991	5 791
Salaires et charges sociales	53 344			53 344	50 326
Guide touristique (production, impression, entreposage, etc.)	31 809			31 809	9 828
Capsules e-fomation	795			795	1 471
Frais de déplacement et de représentation	165			165	1 688
Tournée de formation BIT-BAT					3 140
	97 714			97 714	74 713

	2023			ANNEXE D 2022	
	Fonction- nement	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourisme	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>SERVICES AUX MEMBRES</b>					
Formation					
Fournitures de bureau	387			387	867
Frais informatiques	690			690	187
Frais postaux	650			650	
Événement à l'intention des membres	192			192	
Frais de déplacements et de représentation	205			205	140
Salaires et charges sociales	58 053			58 053	29 436
Image corporative de l'ATR	2 925			2 925	1 767
Équipe mobile	211			211	
Commandite, attrait, événement	14 435			14 435	500
Communications	714			714	359
	78 462			78 462	33 256

TOURISME BAIE-JAMES  
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

## ANNEXE E

	2023			2022	
	Fonction- nement	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourisme	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>FRAIS DE SOUTIEN ET DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE</b>					
Frais postaux	52			52	246
Fourniture de bureau	151			151	72
Frais informatiques	1 241			1 241	746
Télécommunication	1 259			1 259	715
Salaires, charges sociales	132 433			132 433	59 913
Recrutement de personnel	75			75	1 209
Frais de réunion	113			113	
Frais de déplacement et de représentation	14 654			14 654	4 775
Accompagnement, coaching et formation	6 083			6 083	
Objets promotionnels	6 393			6 393	16 886
Recherche marketing, cueillette de données	15 335			15 335	
Entente de partenariat régional en tourisme			344 853	344 853	233 337
Honoraires professionnels	12 500			12 500	35 491
Soutien - développement RH					6 759
Développement numérique		5 379		5 379	
	190 289	5 379	344 853	540 521	360 149



TOURISME BAIE-JAMES  
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

	2023			ANNEXE F 2022	
	Fonction- nement	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourisme	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
PROMOTION INTRA QUÉBEC					
Placements média écrit	5 600			5 600	6 486
Placements média Web	6 099			6 099	2 137
Placements média Télé					8 445
Placements média radio					600
Placement coop média écrit	770			770	460
Matériel et outils promotionnels	6 578			6 578	11 377
Frais informatique	556			556	627
Site Web	6 498			6 498	8 759
Publicité internet	4 190			4 190	
Télécommunications	750			750	895
Frais de déplacement	5 389			5 389	75
Salaires et charges sociales	9 719			9 719	6 756
Frais de recrutement de personnel	75			75	75
Image de marque commune-Eeyou Istchee	1 915			1 915	17 095
Promotion interrégionale (fait par plus d'un ATR ensemble)	7 206			7 206	480
Promotion interrégionale Multi-marchés					1 330
Campagne promotionnelle "Into the North"					115
Accueil de journalistes spécialisés	11 358			11 358	17 106
Taxe sur le papier	1 856			1 856	
Réseaux sociaux	1 926			1 926	4 025
Honoraires professionnels					2 250
Commandite, attrait, événement, festival (visant une clientèle extérieure)					3 180
Publicité coopérative avec les membres	18 417			18 417	11 406
Participation de l'ATR aux salons, bourses	825			825	299
Projet collectif marketing	1 038			1 038	7 424
	90 765			90 765	111 402

TOURISME BAIE-JAMES  
 RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
 DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2023

## ANNEXE G

	2023			2022	
	Fonction- nement	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourism	Total	Total
PROMOTION HORS QUÉBEC	\$	\$	\$	\$	\$
Placements média télé-Canada					2 144
Participation de l'ATR aux salons	200			200	
Matériel promotionnel - Multimarchés	3 800			3 800	4 055
Placements média écrit - Canada	5 400			5 400	5 576
Placements média écrit - Europe					2 450
Placements média Web - Canada					2 336
Placements média Web - Multi-marchés	35 902			35 902	64 736
Placements coop tournée journalistique	1 000			1 000	
Contribution Alliance-Taxe hébergement	56 730			56 730	43 451
Salaires et charges sociales	78 865			78 865	74 931
Entente marketing membres - Multi-marchés	487			487	600
Promotion inter-régionale (faite par plus d'une ATR)					1 988
Accueil de journalistes spécialisés - Multimarchés	8 305			8 305	7 443
Banque photos, vidéo promotionnelle	500			500	6 500
Réseaux sociaux	5 409			5 409	593
Frais informatique					2 400
Honoraire contractuel					1 000
Site internet	1 275			1 275	19 720
	197 873			197 873	239 923