

---

# Rapport annuel 2023-2024

---

# On parle d'Eeyou Istchee Baie-James

## ACTUALITÉS

### Les espoirs de reprise économique partis en fumée Les feux ont joué au trouble-fête dans l'industrie touristique

JEAN TREMBLAY  
INITIATIVE DE JOURNALISME LOCAL

La situation vécue « après » la pandémie où l'on a connu une reprise significative de l'achalandage est dramatiquement partie en fumée avec les feux de forêt. Plusieurs entreprises du secteur touristique se retrouvent maintenant dans une situation financière difficile et les prochains mois seront déterminants pour la survie de plusieurs acteurs de l'industrie touristique.

Dépendamment des secteurs couverts par Tourisme Baie-James, durant les feux, on a vécu une interdiction de circuler dans les forêts pour une période variant de quelques jours à plusieurs semaines.

« Les avis d'interdiction d'aller en forêt sur les terres de l'État et les chemins forestiers ont créé une barrière pour les visiteurs. Ce qui a eu pour effet d'empêcher les gens de venir chez nous. Certaines interventions étaient notamment bloquées ».



Il est toutefois trop tôt pour mesurer les impacts économiques à long terme des entreprises qui vivent du tourisme et encore moins de cibler celles qui ne passeront pas à travers. Photo : Paddy Tails

## ACTUALITÉS

### Tourisme Baie-James « Un autre coup dur pour la région » - Isabelle Milord de TBJ

RENÉ MARTEL  
INITIATIVE DE JOURNALISME LOCAL

Tout le monde a été ébranlé par l'ordre d'évacuation de la ville de Chibougamau. Comme tous les secteurs d'activités, le monde du tourisme n'y a pas échappé. Comment va se relever l'industrie qui peine déjà à sortir la tête de l'eau depuis la pandémie et qui est prise avec des interdictions de circuler en forêt qui bloquent les pêcheurs et les amateurs de la nature hors de la région?

« C'est la deuxième fois que le monde du tourisme dans la région reçoit un coup dur en peu de temps », lance Isabelle Milord, directrice générale de Tourisme Baie-James (TBJ).

Elle compare même cette fermeture de la ville à ce qu'avait fait la pandémie en 2020. « Tout a dû arrêter d'un coup. La différence c'est que, la pandémie, ça se contrôlait un peu, les masques, le lavage des mains. Mais avec les feux de forêt, il n'y a pas d'accommodation, il faut quitter ».



## ACTUALITÉS

### Tourisme 2022-2023, une année de croissance

DENIS LORD  
INITIATIVE DE JOURNALISME LOCAL

Entre pandémie et feux de forêt, l'année fiscale 2022-2023 en a été une de croissance exceptionnelle selon des chiffres révélés lors de l'assemblée générale annuelle de Tourisme Baie-James, le 13 septembre dernier à Chibougamau.

« Si l'on se fie à la croissance exceptionnelle de la taxe sur l'hébergement cette année, fait valoir la directrice de Tourisme Baie-James (TBJ), Isabelle Milord, en présentant au rapport annuel 2022-23, 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 précédente ».

augmentations de 12,7 % et 58,5 % (17,6 % et 83,6 % par rapport à l'année précédente).

Ces hausses sont expliquées par la mise en place de nouveaux produits, un engouement pour la région, mais aussi par la présence de travailleurs dans les établissements d'hébergement.

Un bilan riche Parmi les nombreuses activités qui se sont déroulées durant l'année fiscale se terminant le 31 mars dernier, on retiendra, notamment, l'inventaire et l'évaluation touristique de la route Billy-Diamond et les différentes formations reçues par les membres de l'organisation.

l'implémentation du « système de mesure de l'excellence de la destination » (SAMED), un outil de développement et d'amélioration continue des destinations et des associations touristiques régionales, qui sert en outre à mettre en valeur l'originalité d'une destination. Cet outil a permis de caractériser la Baie-James et d'établir des recommandations pour l'amélioration dans des catégories clés, recommandations qui serviront de base pour le plan stratégique 2023-2026, prévu pour l'automne prochain.

Les ateliers ont été suivis avec le support du Centre mondial d'excellence des destinations; à leur issue, TBJ a reçu une attestation valide jusqu'en juin 2025.



Chiffres à l'appui, Isabelle Milord affirme que 2022-2023 a été une année de croissance remarquable. (Denis Lord)

## ACTUALITÉS

### 15M\$ supplémentaires au NDQ Pour en faire une destination de renommée internationale

LA RÉDACTION

Vendredi dernier, le monde touristique de la région avait rendez-vous à l'Hôtel Chibougamau pour discuter avec la ministre du Tourisme, Caroline Proulx. La ministre a profité de l'occasion pour annoncer un montant de 15 M\$ supplémentaires afin de poursuivre la réalisation de projets touristiques au nord du 49<sup>e</sup> parallèle.

Précisons qu'en avril 2021, le gouvernement du Québec avait accordé un montant de 8 millions de dollars à ce programme. C'est donc un total de 23 millions qui lui a été alloué jusqu'à maintenant, pour une valeur d'investissement évaluée à plus de 45 millions d'ici le 31 mars 2026. Ajoutons que ces fonds proviennent en parts égales du ministère du Tourisme et de la Société du Plan Nord.

Accélérer la réalisation de pro-



La ministre du Tourisme, Caroline Proulx, en compagnie des différents intervenants touristiques de la région.

## ACTUALITÉS

### « Tourisme Baie-James demeure aux aguets pour la prochaine saison touristique estivale » - Isabelle Milord, directrice générale

DANNY DESBENS  
INITIATIVE DE JOURNALISME LOCAL

L'année 2023 aura été une année particulière pour le tourisme dans le Nord-du-Québec, en raison bien sûr des tragiques feux de forêt qui ont paralysé toute une économie et bouleversé plusieurs communautés. Mais comment s'annonce l'été 2024 en tourisme pour ce vaste territoire?

« C'est une question à laquelle nous n'avons pas de réponse pour maintenant. Le bûche couvert de neige au sol laisse présager une saison qui pourrait ressembler à celle de l'an dernier, ce que l'on ne souhaite évidemment pas. Il faut rester aux aguets. Il nous faut aussi continuer à nous adapter aux différents évé-

nements. La région regorge de magnifiques paysages. Il faut sensibiliser les gens à ces belles images », explique Isabelle Milord. Un autre coup dur à lequel Tourisme Baie-James est l'impact de la pandémie et les feux de forêt sur les opportunités internationales, notamment avec l'absence d'activités aux forêts. Ajoutons que Tourisme Eeyou Istchee (communauté) est aussi affecté puisque les deux organismes travaillent sur des dossiers communs touchant notamment la promotion et le marketing. « Le ministère du Tourisme est très collaborateur notamment par le biais de l'Étendue de partenariat régional et de l'association régionale en tourisme (ÉPRNT) 2022-2025. Avec des partenariats comme l'Alliance d'industrie touristique (A.I.), Québec, cela nous aide ».



ront s'accomplir. En ce sens l'inco- Photos : Guy Tremblay  
bateurs-accelérateur nordique présente de belles occasions ».



Isabelle Milord, directrice régionale de Tourisme Baie-James en compagnie de la ministre Caroline Proulx.

## ACTUALITÉS

### Un projet porteur pour Chapais Vivez VāHumania, une expérience unique et avant-gardiste

JEAN TREMBLAY  
INITIATIVE DE JOURNALISME LOCAL

Pour la Corporation de développement économique de Chapais, il ne fait aucun doute que la première édition de vivez VāHumania initiée par Tourisme Baie-James aura des impacts économiques significatifs.

« L'activité se tient en collaboration avec des entreprises du secteur qui proposent des expériences uniques », explique Stéphanie Houde, directrice du développement économique pour la Corporation de développement économique de Chapais.

L'une d'elles, BoreA Découverte, qui produit des huiles essentielles, des hydrolats et autres extraits d'une très grande qualité grâce à son procédé d'extraction à la fois traditionnel et novateur basé sur la durabilité, fait partie des partenaires.

au monde », commente Isabelle Milord, directrice générale de Tourisme Baie-James.

Durant ce même weekend, VāHumania propose également d'en apprendre sur l'époque militaire de Chibougamau par une tournée qui permettra de visiter des bâtiments, consulter des documents d'archives et en apprendre par des anecdotes vécues. On fera vivre aux participants un voyage dans le temps au cœur de la Guerre froide.

Fruit d'une longue réflexion

Pour réaliser ce projet, Tourisme Baie-James a mis sur pied un réseau d'animateurs d'expériences touristiques humaines. Celles-ci sont offertes par des résidents passionnés de la Jamésie qui invitent les visiteurs, les nouveaux arrivants et les résidents à explorer et apprendre avec eux sur



L'activité « Rencontrez l'inventeur de la distillation circulaire, un procédé unique et breveté » s'est tenue en compagnie de l'animateur Jean-Claude Villeneuve. (Photo courtoisie)

# 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. Planification stratégique	14
6. Nos membres	16
7. Relation avec le milieu	23
8. Développement de l'offre touristique	29
9. Accueil et information touristique	36
10. Marketing	39
11. Bilan de la performance touristique 2023-2024	47
12. Une équipe dynamique et impliquée	52
13. États financiers	56

# 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'activité touristique 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 :

- l'accueil, l'information et la signalisation touristique
- le développement et la structuration de l'offre
- la promotion.

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

# Mot du président

Eric Hamel



Chers membres et partenaires de Tourisme Baie-James,

C'est avec grand plaisir que nous vous présentons le bilan de l'année 2023-2024.

Il va sans dire que les feux de forêt de l'an dernier nous ont beaucoup affectés pour ce qui est du tourisme sur le territoire. Dès le mois de juin 2023, et pendant tout l'été, des villes et localités ont été évacuées et des routes ont été fermées pour la sécurité des visiteurs. Malgré cela, nous avons su redoubler d'efforts afin de maintenir et même d'augmenter, dans certains cas, l'achalandage dans nos sites. Mes félicitations à tous pour ce fait remarquable!

En terme de recrutement nous avons, comme tous les employeurs de la région, connu de nombreux défis. Nous sommes conscients qu'il faut redoubler d'efforts et être compétitif et attractif pour embaucher du personnel.

Par ailleurs, en novembre 2023, la Ministre du Tourisme, Mme Caroline Proulx, nous a rendu visite et a rencontré les représentants de Tourisme Baie-James et de l'Association crie de pourvoirie et de tourisme (COTA). Cette rencontre a été fructueuse à plusieurs égards, entre autres par la prise de conscience des spécificités de notre territoire puisque les distances sont parfois très longues entre les communautés. Nous avons aussi exposé nos dossiers et projets en cours, discuté du transport aérien qui constitue un enjeu pour les touristes et ceux qui les accueillent, et souligné le besoin d'améliorer la signalisation touristique sur le territoire.

Chez Tourisme Baie-James, nous avons le privilège de pouvoir compter sur une équipe d'employé.e.s compétent.e.s et dynamiques ainsi que sur une directrice-générale dévouée et généreuse qui sait bien les encadrer. J'aimerais aussi remercier les membres du conseil d'administration provenant de tous les horizons, qui tout au long de l'année, nous permettent de bien aligner nos orientations.

Je tiens aussi à 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.

En terminant, je tiens à démontrer ma reconnaissance envers tous les acteurs du territoire et au-delà qui nous soutiennent dans nos réalisations, que ce soit sous forme d'appui, de contributions financières et/ou en biens et services.

De grands défis et projets nous attendent pour l'année qui vient,

Bonne lecture,

Eric Hamel  
Président

# Mot de la directrice générale

Isabelle Milord



Chers membres, partenaires et collaborateurs,

Le moins que l'on puisse dire, c'est que l'équipe de Tourisme Baie-James est passée maître dans la gestion des situations d'urgences cette année. En effet, 2023-2024 aura été marquée par les feux de forêt qui nous ont donné beaucoup de fil à retordre en termes de promotion, de communication des renseignements touristiques, de développement et de gestion des attentes des visiteurs.

En réalité, l'année 2023-2024 était l'une des plus prometteuses pour Tourisme Baie-James mais quand les feux de forêt ont sévi un peu partout sur le territoire, menant à l'évacuation de la majorité de la population, y compris celle de l'équipe, ce fut la consternation.

Heureusement, la grande résilience développée dans les dernières années et la capacité à rebondir de notre personnel ont pu être notre planche de salut pour passer à travers cet épisode malheureux. Même que nos liens à l'interne en ont été solidifiés! La résilience de nos entrepreneurs face à l'interdiction d'aller en forêt mérite également d'être soulignée.

Malgré tout, la région de la Baie-James a réussi à tirer son épingle du jeu avec une croissance de la taxe sur l'hébergement de plus de 35%. La présence de pompiers forestiers dans plusieurs hébergements durant les mois de juin et juillet explique probablement en partie cette croissance, mais les hôteliers ont tout de même remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période reliée aux feux de forêt.

En dépit d'une année tumultueuse durant laquelle nous avons perdu plusieurs joueurs importants, l'équipe peut être fière de ses réalisations, comme en fait foi le bilan annuel de votre association touristique régionale. Nonobstant les défis particuliers à relever en 2023-2024, l'équipe a su innover et rester motivée pour poursuivre le développement touristique de la région.

Je tiens à remercier mes précieux collègues ainsi que les administrateurs pour leur dévouement dans le développement touristique de la région. Un merci spécial à Madame Joanik Linteau, ressource partagée entre Tourisme Eeyou Istchee et Tourisme Baie-James qui a quitté ses fonctions de chargée de projet en marketing en février 2024 après plus de 18 années de loyaux services pour le développement touristique de la destination Eeyou Istchee Baie-James.

Je remercie également Madame Sophie Hénault pour son dévouement et ses excellents services, ainsi que les membres et partenaires qui font partie de cet écosystème touristique complexe et qui croient aux bénéfices de notre secteur pour la région.

C'est donc avec enthousiasme que nous vous présentons le bilan de l'année 2023-2024.

Isabelle Milord  
Directrice générale

# 4.

## Gouvernance et gestion

### Renouvellement de l'entente avec l'Agence de Développement économique du Canada (DEC)

L'année 2023-2024 a été particulièrement marquée par le renouvellement d'une entente bonifiée avec DEC. C'est en avril 2023 qu'un montant de 600 000\$ sur 4 ans, couvrant la période 2023 à 2027, a été octroyé à Tourisme Baie-James pour soutenir l'accompagnement des entreprises pour le développement et la structuration de l'offre et la commercialisation hors Québec. Une entente entre Tourisme Baie-James et Tourisme Eeyou Istchee permet d'utiliser ce montant pour la commercialisation et le développement conjoint des deux régions touristiques, créant un effet de levier pour les deux ATR. Les activités de développement et de structuration de l'offre doivent appuyer les trois priorités de DEC, soit:

- le tourisme durable
- le tourisme inclusif
- l'accélération de la numérisation des entreprises.

Les activités doivent aussi miser prioritairement sur les expériences touristiques identifiées par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec. Les activités de commercialisation doivent, quant à elles, être alignées avec les plans et les activités de mise en marché de l'Alliance. Les marchés géographiques visés par le volet de commercialisation sont le Canada et les États-Unis, mais d'autres marchés peuvent être ciblés si c'est justifié.

### Suite de la mise à niveau du cadre de gouvernance de l'ATR

En 2022, 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. À la suite de l'analyse de divers documents et procédés internes en 2023, l'IGOPP a formulé plusieurs recommandations quant au cadre de gouvernance afin d'assurer une gestion saine et adaptée aux nouvelles réalités de l'ATR. En outre, une réflexion a été entamée pour la révision des règlements généraux afin d'assurer le bon fonctionnement de l'ATR et que 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.

## Implantation des exigences liées à la loi 25 sur la protection des renseignements personnels

Afin de se conformer aux exigences de la loi 25, législation adoptée au Québec qui exige des organisations qu'elles mettent en œuvre des protocoles robustes pour protéger les données personnelles et garantir leur confidentialité et leur protection, la directrice générale a suivi une formation complète sur le sujet avec la firme Therrien, Couture, Jolicoeur.

## Mouvement et recrutement de personnel et structure de l'organisation

La dernière année a été mouvementée en termes de personnel pour Tourisme Baie-James. En effet, les défis liés au développement touristique sont extrêmement exigeants sur un territoire où tout est à bâtir et où les opportunités d'emplois qualifiés sont nombreuses dans la région. Plusieurs membres de l'équipe ont souhaité relever de nouveaux défis dans d'autres organisations et un départ à la retraite s'est également ajouté, mais le remplacement a été immédiat dans ce dernier cas. L'ATR a dû jongler avec les tâches afin de permettre à l'équipe de garder un certain équilibre le temps de trouver la main-d'œuvre nécessaire pour poursuivre les mandats. De plus, en janvier 2024, deux ressources ont annoncé vouloir prendre un congé de maternité à l'été suivant, ce qui a mené à plusieurs affichages de postes.

Dans le cadre de sa nouvelle structure organisationnelle mise en place l'année dernière, Tourisme Baie-James souhaite se doter d'un département de développement afin de renforcer la mise en place de stratégies de développement et de structuration de l'offre aux membres. Si la région souhaite se démarquer, elle doit mettre en place des initiatives innovantes qui pourront servir à l'ensemble de l'industrie touristique et qui bénéficiera à l'ensemble de la population.

Notons que le département marketing est toujours à la recherche d'une ressource en développement de contenu numérique. Actuellement, les difficultés de recrutement pour ce poste imposent l'utilisation d'agences externes qui ne connaissent souvent pas assez la région pour écrire des textes efficacement.

## Refonte de l'écosystème numérique de la destination

Des ateliers de réflexion sur l'écosystème numérique touristique de la destination Eeyou Istchee Baie-James ont été mis en place l'an passé. Parmi les travaux réalisés, ceux concernant l'inventaire des actifs numériques de l'écosystème touristique d'Eeyou Istchee Baie-James avaient alors démontré que le parcours numérique d'un visiteur n'est pas suffisamment optimal pour se traduire en conversion sur le site internet de la destination. Des ateliers de design sprint ont donc 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.

Considérant le manque de ressource à l'interne, ce projet a été mis en attente malgré le fait qu'il soit jugé prioritaire.



# 5.

## Planification stratégique

### Plan d'action stratégique pour une destination durable et responsable 2024-2029

#### Contexte de réalisation

On se rappelle qu'en 2022 Tourisme Baie-James a débuté l'implantation du Système de mesure de l'excellence de la destination (SMED) sur le territoire de la Baie-James, en partenariat avec le Centre mondial d'excellence des destinations. Cet outil holistique permet de mesurer l'évolution de la destination dans son ensemble et de poser les jalons nécessaires pour développer une offre touristique qui tient pleinement compte des impacts économiques, sociaux et environnementaux, actuels et futurs, tout en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil, mais sans compromettre les besoins des générations futures.

C'est en décembre 2023 que Tourisme Baie-James terminait une série de rencontres de concertation avec ses membres et partenaires, rencontres qui avaient été effectuées dans le cadre de l'implantation du SMED afin d'élaborer une vision régionale du développement durable et responsable de la destination.

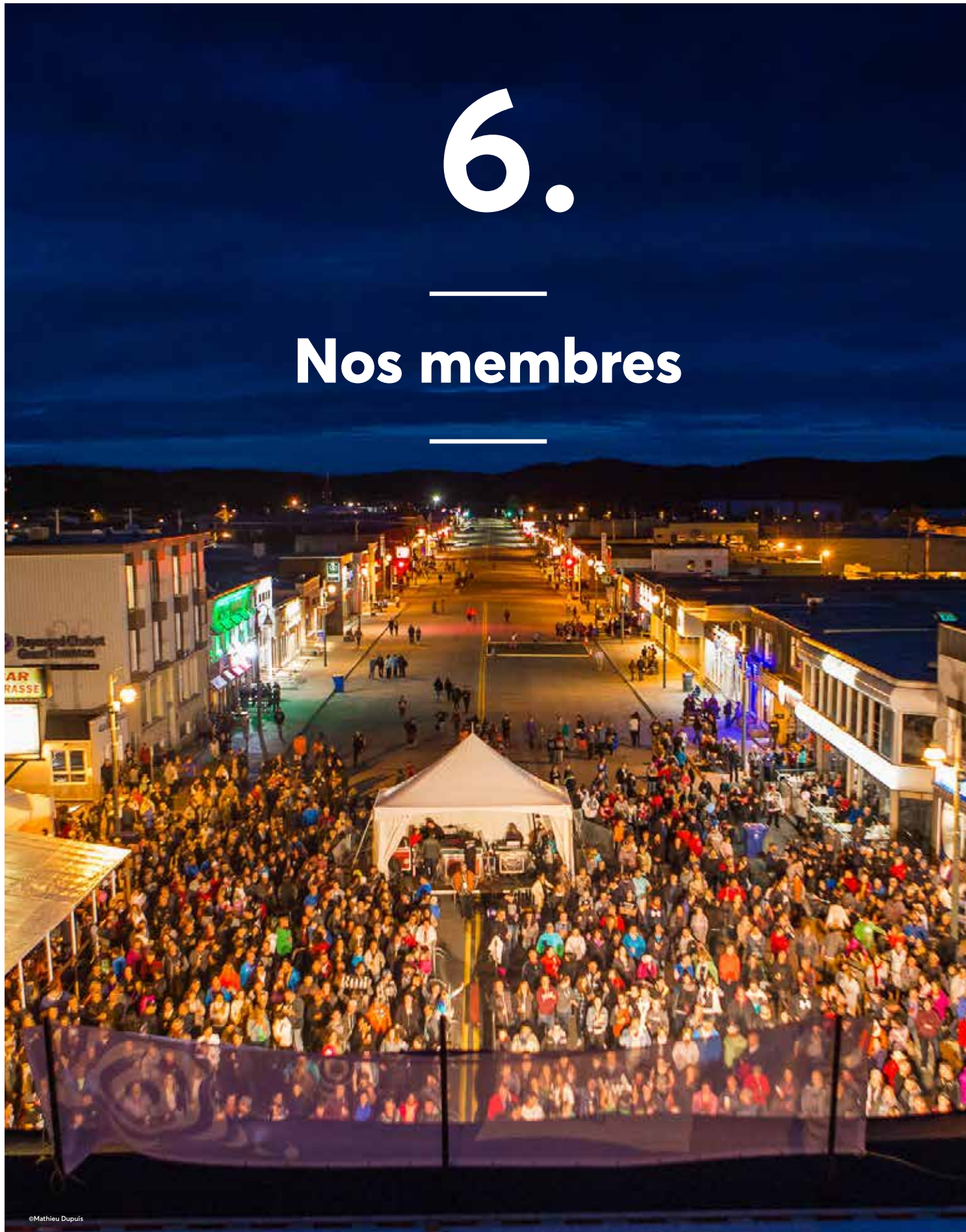
C'est au terme de cette démarche et d'un accompagnement par la firme Ellio que Tourisme Baie-James a soumis une première ébauche de sa planification stratégique pour une destination durable et responsable 2024-2029 au ministère du Tourisme en octobre 2023 et la version finale a été déposée en mars 2024. La présentation du plan d'action stratégique est prévue pour le printemps et l'automne 2024 dans chaque ville et localité de la région.

Cet audacieux plan d'action stratégique va permettre d'assurer le développement d'un tourisme durable et responsable au sein de la destination, et ce, conformément aux priorités établies collectivement avec les intervenants touristiques de la région. En parallèle de cette démarche, un parcours d'accompagnement en développement durable et en adaptation aux changements climatiques, piloté par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec et Ouranos, a été débuté par la directrice générale et la chargée de projet en développement de l'offre. Malheureusement, dû à un manque de temps et de ressources, le parcours a été mis sur pause.



# 6.

## Nos membres



### Assemblée générale annuelle 2023

La 21<sup>e</sup> assemblée générale annuelle s'est tenue par visioconférence et en présentiel à Chibougamau, le 13 septembre 2023, et les membres de TBJ ont élu leur nouveau conseil d'administration pour l'année 2023-2024.

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 et de développement de l'offre et des ressources humaines de l'industrie touristique.

L'assemblée générale annuelle demeure un moment privilégié pour les membres afin qu'ils puissent prendre connaissance des réalisations de l'organisme pour l'année qui s'est terminée et en connaître davantage sur les projets en cours. Un total de 11 membres et 11 invités étaient présents.

### Le portrait de l'adhésion

#### **Vous... nos membres, avec qui nous faisons équipe**

Tout près d'une centaine de membres ont renouvelé leur adhésion à Tourisme Baie-James. 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, par l'excellence de leur accueil, leurs services et leur offre touristique.

## Répartition par collège électoral

	2022-2023	2023-2024
Attrait, événement, festival	7	6
Aventure, plein air, écotourisme	4	4
Camping	5	6
Entreprise de services touristiques	14	12
Entreprise publique, parapublique, OBNL	14	15
Hôtellerie	19	19
Restauration	6	7
Membre individuel	9	12
Motoneige, quad	5	5
Municipalité, localité et agglomération	8	8
Pourvoirie	2	1
Membre associé/hors région	3	3
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>98</b>

## Achalandage du site corporatif

Le nombre de visites et de visiteurs sur le site internet a chuté drastiquement en 2023-2024, assurément en raison des feux de forêt. Le nombre de visiteurs récurrents a également diminué considérablement, mais le taux de nouveaux visiteurs a, quant à lui, augmenté de 5,1 %.

On observe une hausse du nombre de visites sur les réseaux sociaux avec un gain de 75 nouvelles mentions J'aime et une augmentation de plus de 147 % du nombre de publications sur Facebook !

En ce qui concerne les variations importantes observées dans les données associées au profil sociaux démographiques, l'implantation des exigences législatives liées à la loi 25 limite maintenant la collecte de données sur le genre et l'âge. De plus, l'utilisation de certains navigateurs permettent aux utilisateurs de naviguer de manière anonyme.

### Nombre total de visiteurs

# - 18,6 %

### Site internet corporatif : nombre de nouveaux visiteurs

# + 5,1 %

## Site internet corporatif

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars	2022-2023	2023-2024	Variation %
Nombre de visites	9 317	6 845	-26,5
Nombre total de visiteurs	6 218	5 062	-18,6
Nouveaux visiteurs	85,7 %	90,8 %	+5,1
Visiteurs récurrents	14,3 %	9,2 %	-5,1
Nombre de pages consultées	13 339	13 969	+4,7
Nombre moyen de pages consultées par visite	2,15	2,5	+16,2

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

Québec	55,45
Ontario	11,67
Canada autre	0,30
États-Unis	7,72
Europe	21,95
Autres	2,91

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

Hommes	9,85
Femmes	14,74
Genre inconnu	75,41
18—24 ans	2,77
25—34 ans	5,43
35—44 ans	4,78
45—54 ans	4,70
55—64 ans	3,23
65 ans et +	3,15
Age inconnu	75,94

## Facebook corporatif

1 <sup>er</sup> avril au 31 mars	2022-2023	2023-2024	Variation %
Mentions J'aime au 31 mars	1 181	1 256	+6,4
Nombre de publications au 31 mars	19	47	+147,4

Quant aux infolettres, les envois ont augmenté de 40 % dans la dernière année bien qu'on observe une baisse de 3,8% dans le taux d'ouverture.

### Infolettre membre

	2022-2023	2023-2024	Variation %
Nombre d'abonnés	155	142	-8,4
Taux moyen d'ouverture	63,0 %	59,2 %	-3,8
Nombre d'infolettres envoyées	15	21	40,0

### Communiqués de presse 2023-2024

2023-04-12 - Bonification de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025 de la Baie-James et lancement du premier appel à projets.

2023-06-05 - État de situation concernant les feux de forêt dans la région Eeyou Istchee Baie-James.

2023-08-24 - Bonification de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025 de la Baie-James et lancement du deuxième appel à projets.

2023-09-28 - Prolongation du deuxième appel à projets de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025 de la Baie-James.

2023-12-04 - Avis de nomination – Chargée de projets marketing et contenu numérique.

2024-02-26 - Lancement du Guide touristique officiel 2024-2025 – Eeyou Istchee Baie-James.



### REVUE DE PRESSE 2023-2024

DATE	TITRE DU TEXTE	JOURNAL
Le 3 avril 2023	Un tourisme en manque d'acteurs et de signature selon Sylvain Paquin	Le Jamésien
Le 1 <sup>er</sup> mai 2023	Caractérisation de Billy-Diamond	Le Jamésien
Le 10 mai 2023	Tourisme Baie-James / Attirer plus de motoneigistes et les garder plus longtemps	La Sentinelle
Le 6 juin 2023	L'industrie du plein air durement touchée par les feux de forêt	Le Devoir
Le 21 juin 2023	Un autre coup dur pour la région	La Sentinelle
Le 4 septembre 2023	Les espoirs de reprise économique partis en fumée / Les feux ont joué au trouble-fête dans l'industrie touristique	Le Jamésien
Le 5 septembre 2023	Un projet porteur pour Chapais / Vivez VâHumania <sup>MD</sup> , une expérience unique et avant-gardiste	La Sentinelle
Le 19 septembre 2023	L'agence de voyage Eeyou Istchee Baie-James ferme ses portes	La Sentinelle
Le 10 octobre 2023	Tourisme / 2022-2023, une année de croissance	La Sentinelle
Le 28 novembre 2023	15M\$ supplémentaires au NDQ / Pour en faire une destination de renommée internationale	La Sentinelle
Le 19 mars 2024	« Tourisme Baie-James demeure aux aguets pour la prochaine saison touristique estivale » - Isabelle Milord, directrice générale	La Sentinelle

### Entrevues médias 2023-2024

27 juin 2023  
Radio-Canada Abitibi-Témiscamingue  
Émission *Des matins en or*  
Réflexion sur le tourisme dans les régions touchées par les feux de forêt

28 septembre 2023  
CHEF 99 Radio Matagami  
Projet VāHumania<sup>MD</sup>

13 octobre 2023  
CHEF 99 Radio Matagami  
Prolongation du deuxième appel à projet de l'entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme à la Baie-James

### 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 deux membres de l'équipe, afin d'assurer une équité dans le traitement de chaque dossier.

Au total, 15 249,30 \$ ont été versés cette année afin de soutenir des événements touristiques ainsi qu'une valeur d'environ 350 \$ en objets promotionnels ont été remis durant certains de ces événements.

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)
- Salon des Arts en Nord (Les Arts en Nord)
- Défi Osentreprendre Nord-du-Québec (SADC Chibougamau-Chapais)
- Défi polaire Baie-James
- Festival Folifrets Baie-James
- Club de motoneige de Lebel-sur-Quévillon
- Challenge sur glace (Club MX Chibougamau)
- Salle de quilles Bollorama
- Coopérative Nord Médiéval
- Marianne Dumas
- Sentier du bonheur

Les événements et/ou membres ayant bénéficié d'objets promotionnels en vertu du programme de commandites :

- Gala du Mérite Entrepreneurial (SADC Chibougamau-Chapais)
- BoréA découVERTE



## Événements relatifs aux feux de forêt

L'année 2023-2024 a été particulièrement marquée par les incendies de forêt qui ont ravagé plus de 2,8 millions d'hectares de forêt en Eeyou Istchee Baie-James. Cette situation sans précédent a forcé la mise en place d'une cellule de crise à l'interne alors que de nombreuses villes et localités ont été évacuées sur le territoire. L'équipe de Tourisme Baie-James n'y a pas échappé.

### Cellule de crise provinciale

**Présence de la directrice générale aux rencontres provinciales animées par le ministère du Tourisme avec les régions touchées par les feux de forêt, et ce un jour sur deux.**

### Cellule de crise régionale

La directrice générale a assisté, sur invitation, à des rencontres avec les intervenants régionaux impliqués dans la gestion des feux de forêt sur le territoire.

### Cellule de crise interne

Afin de pouvoir offrir une information juste en continu sur la situation, les membres de l'équipe de TBJ se sont rencontrés pour établir des mécanismes de communication.

### Site de la destination

Une foire aux questions a été bâtie spécialement pour la situation des feux de forêt, incluant les interdictions d'aller en forêt.

### Réseaux sociaux

Des informations ont été diffusées en continu sur nos réseaux sociaux concernant les interdictions d'aller en forêt et la situation des incendies de forêt.

Un nouveau personnage nommé Monsieur Sansflamme est né sur nos réseaux sociaux afin de sensibiliser les visiteurs aux dangers d'incendie en forêt.

### Communication

Plusieurs communiqués spéciaux ainsi qu'une infolettre ont été acheminés aux membres durant la période des feux. De plus, diverses démarches de représentation ont été faites auprès du gouvernement pour s'assurer de la survie des entreprises.

L'équipe de Tourisme Baie-James tient à remercier sincèrement le soutien de l'équipe de Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean lors des évacuations, ainsi que la solidarité des entreprises touristiques de cette région pour leur accueil réconfortant.

## Visite de la ministre du Tourisme dans la région

Le 24 novembre 2023, la Ministre du Tourisme et Ministre responsable de la région de Lanaudière, Madame Caroline Proulx, était de passage à Chibougamau, accompagnée de certains membres de son équipe et de Madame Natalia Acuna, conseillère politique du cabinet de Monsieur Jean Boulet, Ministre du Travail et Ministre responsable de la région de la Mauricie, de la région de l'Abitibi-Témiscamingue et de la région du Nord-du-Québec. Afin de rendre cette rencontre efficiente et efficace, le 2 novembre, en amont de la visite, une rencontre de consultation du ministère du Tourisme auprès des entreprises touchées par les feux de forêt dans la région avait eu lieu afin de permettre aux entrepreneurs d'exprimer leurs besoins et d'explorer des pistes de solution pour la reprise des activités de l'industrie touristique de la Baie-James. De façon plus spécifique, la Ministre souhaitait avoir une meilleure connaissance de l'état des lieux après le sinistre des feux de l'été dernier.

C'est donc lors d'un dîner avec les équipes et certains administrateurs de Tourisme Baie-James et de Tourisme Eeyou Istchee qu'ont eu lieu des discussions portant sur les préoccupations suivantes :

- l'impact des feux sur l'activité touristique
- l'identification des besoins de relance touristique
- les besoins particuliers de la région et la distinction entre les Cris et les Jamésiens
- l'accès à la région, l'état de situation de l'offre d'hébergement et la structuration de l'offre
- la question de la sécurité dans la région.

Certains enjeux ont également été amenés par les ATR, notamment les pertes financières des entreprises, la fausse perception des touristes que la région est dévastée suite aux feux de forêt, les occasions manquées par les ATR pour les campagnes promotionnelles de l'AITQ dû aux différentes fermetures de la région depuis la pandémie, la fragilité de l'écosystème touristique qui est tributaire de la présence des travailleurs dans la région et le manque de vitalité dans la région qui dépend de multiples paramètres.

La ministre propose la mise en œuvre d'un plan de reprise « post-feux », pour voir à la relance des activités.

Lors de sa venue, la Ministre a également profité de l'occasion pour visiter quelques entreprises touristiques de la région dont BoréA Découverte et Chibougamau Aventures afin de voir leurs produits et services et mieux comprendre leur réalité et leurs besoins. Des échanges enrichissants et constructifs de part et d'autre en sont ressortis.



## 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, Tourisme Baie-James s'implique dans divers comités provinciaux, régionaux et locaux ainsi qu'avec des tables de concertation 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
Commission des partenaires associatifs	Conseil québécois des ressources humaines en tourisme
Table de développement	Alliance de l'industrie touristique du Québec
Table du développement durable	Alliance de l'industrie touristique du Québec, Tourisme Durable Québec et le pôle d'innovation en tourisme durable du MT Lab
Table des communications	Alliance de l'industrie touristique du Québec
Parcours accompagnement en adaptation aux changements climatiques en tourisme	Ouranos

#### régionaux

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

### 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

Rencontre remue-méninges des clubs motoneige de la région de la Baie-James	Tourisme Baie-James
Discussion régionale - Enjeux du transport	Administration régionale Baie-James
3 <sup>e</sup> rencontre groupe de travail changements climatiques	Centre régional de santé et de services sociaux de la Baie-James
Financement du milieu des entreprises de VVB	Centre d'entrepreneuriat nordique
Rendez-vous en intelligence d'affaires, présentation et formation sur les tableaux de bord sur l'hébergement et les entrées à la frontière	Ministère du Tourisme
Comité participatif Plein air Baie-James	Groupe Neurones
Consultation desserte aérienne	Ministère du Tourisme

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

TBJ a conservé son adhésion au PJÉS dont la mission est le développement de l'économie sociale à la Baie-James. Le PJÉS promeut et valorise ce modèle entrepreneurial pour assurer la diversification économique de son territoire et 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.

## 8.

## Développement de l'offre touristique



### Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025

L'EPRTNT constitue un levier financier important pour les entreprises touristiques de la Baie-James. En effet, 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 en 2022, la participation des partenaires financiers est la suivante:

Bailleurs de fonds	2022-2023	2023-2024	2024-2025	Total
MTO	143 500 \$	143 500 \$	158 000 \$	445 000 \$
ATR	100 000 \$	100 000 \$	100 000 \$	300 000 \$
SDBJ*	25 000 \$	70 000 \$	25 000 \$	120 000 \$
ARBJ	70 000 \$	70 000 \$	70 000 \$	210 000 \$
<b>Grand total</b>	<b>338 500 \$</b>	<b>383 500 \$</b>	<b>353 000 \$</b>	<b>1 075 000 \$</b>

\* La SDBJ offre le service d'analyse financière des projets.

L'Administration régionale Baie-James (ARBJ) et la Société de développement de la Baie-James (SDBJ) sont des partenaires régionaux incontournables pour le développement de la région.

La récurrence de l'appui financier de nos partenaires démontre une réelle volonté de stimuler le développement touristique de la région de la Baie-James et l'équipe est fière de pouvoir compter sur cet appui pour l'EPRTNT 2022-2025 afin de soutenir des projets porteurs pour l'industrie touristique régionale et qui seront bénéfiques pour les populations qui habitent le territoire.

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 :

- 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 et respectueuse du développement durable.

#### Bilan du 1<sup>er</sup> appel à projets (14 avril au 12 mai 2023)

Nombre de projets admissibles reçus	4
Nombre de projet soutenus	4
Somme totale versée pour les projets	241 544 \$

#### Bilan du 2<sup>e</sup> appel à projets (21 août au 6 octobre 2023)

Aucun projet n'a été soumis durant cette période.

Un troisième et dernier appel à projets a été lancé en continu au printemps 2024.

## VäHumania<sup>MD</sup>: Réseau d'expérience touristique humaine

Initié l'an dernier, le projet VäHumania<sup>MD</sup> permet enfin de concrétiser la mise en place d'un réseau d'animateurs d'expérience touristique humaine, lequel était prévu depuis fort longtemps dans le plan d'action annuel de Tourisme Baie-James. Forte de maillages importants avec des réseaux similaires au Québec, en Ontario et en Nouvelle-Écosse, l'équipe a su élaborer un concept original qui soit à l'image de notre région.

Le projet VäHumania<sup>MD</sup> émane d'un désir d'augmenter l'offre touristique encore émergente dans les 4 villes et 3 localités de la région, afin d'allonger les séjours des visiteurs et d'animer nos milieux de vie à partir des capacités humaines déjà présentes sur le territoire. Nous avons des résidents 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 et développer un lien affectif non seulement avec les visiteurs, mais aussi avec les résidents et les nouveaux arrivants de la région d'Eeyou Istchee Baie-James. 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 pour la région, un tableau d'indicateurs de performance a été conçu pour mesurer les impacts humains, sociaux, économiques, environnementaux et sur le développement touristique durable. En 2023-2024, des jalons importants ont été posés pour le projet. En effet, une première phase pilote a été réalisée à l'automne 2023 mettant en valeur 5 expériences touristiques humaines. Plus de 39 personnes ont ainsi pu vivre une des expériences VäHumania<sup>MD</sup> et ont accepté de partager avec nous leur appréciation des animateurs et du réseau.



©Gabrièle Munger

Grâce à un questionnaire d'appréciation rempli par les visiteurs, il a été possible d'observer que :

- 100 % recommanderaient à leurs proches de vivre une expérience VäHumania<sup>MD</sup>.
- 86 % sont d'accord que les expériences les rendent fiers de leur région et donnent le goût de le partager à leur entourage.
- 35 % souhaitent avoir des expériences d'une heure et 32 % des expériences de deux heures.



©Gabrièle Munger

Cette phase nous a permis de démontrer l'intérêt local pour le réseau VäHumania<sup>MD</sup> et de récolter des informations qui serviront à déterminer son modèle d'affaire. Par ailleurs, une phase de recrutement a été faite au printemps 2024 augmentant le nombre d'animateurs potentiels à 12, répartis un peu partout dans le territoire. Des démarches ont également été entreprises pour l'enregistrement de la marque de commerce VäHumania<sup>MD</sup>, un plan de communication a été élaboré et des présentations ont été faites afin de s'assurer de l'ancrage du projet dans la communauté.

Rappelons que cette initiative de Tourisme Baie-James est rendue possible grâce au soutien financier du ministère du Tourisme et de la Société du Plan Nord.



## Comités d'accueil touristique

TBJ souhaite rassembler les forces vives du milieu dans chacune des villes et localités de la région en mettant sur pied des comités d'accueil touristique qui permettront 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 afin qu'elles s'investissent avec leurs résidents, leurs organisations et leurs espaces d'accueil qui nous ressemblent et qui nous rassemblent, le tout dans le but de permettre aux visiteurs locaux et touristiques et aux investisseurs économiques et gouvernementaux d'y trouver des réponses à leurs questions et de travailler en collaboration pour un développement touristique durable et responsable.

## 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.

### Plan Montagne - Dépôt d'une demande pour un circuit géologique

Le fonds du Plan Montagne vise à accroître la vitalité et la résilience de l'écosystème d'entreprises et de communautés gravitant autour du tourisme de montagne, par le développement et la mise en œuvre d'actions concertées et durables dans les territoires où l'offre touristique de montagne se distingue et présente un potentiel structurant.

Tourisme Baie-James a déposé une demande d'aide financière en partenariat avec Tourisme Eeyou Istchee pour le développement et l'implantation d'un circuit géologique qui permettra à divers publics de profiter de la vulgarisation scientifique offerte lors de ce parcours. Ce circuit permettra également d'articuler une offre différente et de bonifier l'expérience des randonneurs dans les sentiers déjà existants.

## Projet de géoparc mondial de l'UNESCO

Une étude de faisabilité est en cours pour évaluer le potentiel de création d'un Géoparc mondial de l'UNESCO en Eeyou Istchee Baie-James. Les géoparcs mondiaux de l'UNESCO sont des zones désignées qui préservent et gèrent des sites et des paysages d'importance géologique internationale, en mettant l'accent sur la protection, l'éducation et le développement durable. Ils impliquent également une participation active des communautés locales.

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 cries et jamésiennes et améliore le bien-être économique des résidents locaux.

Selon le réseau mondial des géoparcs, ce sont des zones dotées d'un patrimoine géologique exceptionnel. Les géoparcs peuvent également comprendre des sites archéologiques, des habitats naturels, des attractions environnementales, des repères historiques, des sites folkloriques et culturels, tous étroitement liés aux caractéristiques géologiques de la région.

Les critères de l'UNESCO exigent que le projet comporte une composante récréotouristique, qui profitera à l'ensemble de la région touristique de l'Eeyou Istchee Baie-James. L'EIT, COTA et TBJ collaboreront avec les acteurs régionaux pour développer et structurer l'offre touristique autour de ce projet.

L'appartenance au réseau mondial de l'UNESCO renforcera la visibilité internationale de la région.

Ce projet est financé par le ministère des Affaires municipales et de l'Habitation. Cependant, en raison des interdictions d'aller en forêt en 2023-2024, le projet a été encore une fois retardé.

### Créneau d'excellence Tourisme nordique (ACCORD)

En octobre 2023, le directeur du créneau a démissionné de son poste et en mars 2024, le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE) a pris la décision de ne plus soutenir financièrement les créneaux dans le secteur du tourisme à partir du 1er avril 2024. Cette décision a été prise dans un souci de consolidation et de cohérence de l'intervention gouvernementale. Cette orientation s'inscrit également dans le repositionnement de la démarche ACCORD, lequel a fait l'objet de discussions lors d'une rencontre en décembre 2023 où participaient tous les présidents des créneaux.

Afin d'assurer une transition, le MEIE offre un soutien financier pour l'année 2024-2025, dans le cadre d'un programme en vigueur, afin de poursuivre certains projets déjà initiés par les créneaux.

### Atelier pour maîtriser la communication organisationnelle

Cet atelier d'une journée, initié par COTA et auquel les membres de l'équipe de Tourisme Baie-James ont été invités, s'est concentré sur l'amélioration des compétences de communication des membres de l'équipe, ce qui est crucial pour une collaboration et un développement de projet réussis. Cet atelier visait à améliorer les stratégies de communication interne et externe, facilitant ainsi un meilleur engagement avec les partenaires et les agences de financement au sein de l'équipe.

Aperçu de l'atelier :

- Comprendre les styles de communication personnels : les participants ont étudié l'impact des préférences individuelles en matière de communication sur les interactions et la dynamique de l'équipe.
- Construire la confiance et la transparence : des stratégies pour favoriser des relations professionnelles ouvertes et honnêtes ont été discutées.
- Gérer les préjugés sur le lieu de travail : l'atelier a porté sur la reconnaissance et le traitement des préjugés afin de promouvoir un environnement de travail inclusif.
- Donner et recevoir un retour d'information : des conseils ont été donnés sur la manière de fournir et d'accepter un retour d'information de manière constructive.
- S'engager dans les réunions hebdomadaires de type Scrum : l'accent a été mis sur l'importance de réunions d'équipe régulières pour une collaboration continue et un suivi des progrès.
- Introduction à la technologie Chat GPT : les participants ont été initiés à l'utilisation de Chat GPT pour une communication avancée, visant à stimuler la productivité et l'efficacité.

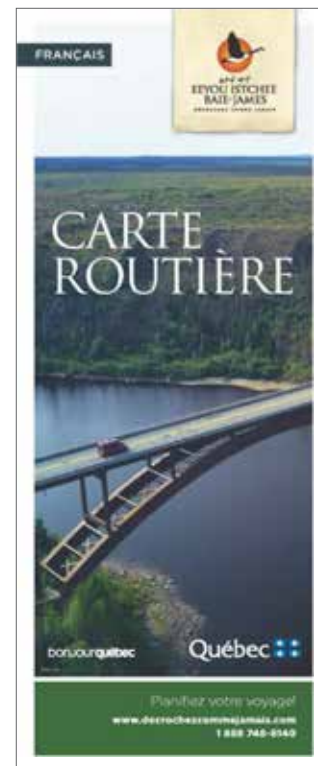
En conclusion, les participants ont acquis une meilleure compréhension de l'influence de leur personnalité sur leur style de communication. En mettant l'accent sur la confiance et la transparence, l'atelier a renforcé la capacité des membres des équipes à interagir de manière efficace et professionnelle.





## Guide touristique officiel 2024-2025

Disponible depuis le 14 février 2024.  
Valide pour un an et imprimé à 30 000 copies (anglais et français).



## Carte routière d'Eeyou Istchee Baie-James

La carte est disponible pour les voyageurs dans les bureaux d'information touristique et les entreprises touristiques de toute la région. Elle peut également être commandée en ligne.

Il s'agit d'un outil indispensable pour tout voyageur dans la région.

## Rencontre d'information sur le territoire

La chargée de projet – Accueil et Service aux membres a créé une présentation visuelle intitulée: Rencontre - information sur le territoire. Le contenu de cette présentation offre des renseignements importants sur les caractéristiques de notre région, les produits touristiques et l'utilisation du guide touristique. Depuis mai 2023, ces rencontres sont offertes aux nouveaux employés de TBJ, aux conseillers en séjour des bureaux d'information touristique et à toute personne intéressée à y participer.

## Je suis ambassadeur de ma région



Depuis 2018, des capsules de formation en ligne destinées aux employés de première ligne d'Eeyou Istchee Baie-James sont disponibles en français et en anglais sur les sites de Tourisme Baie-James et Tourisme Eeyou Istchee respectivement. À ce jour, plus de 132 nouveaux ambassadeurs ont été formés à travers la région et au-delà.

Les capsules sont actuellement en révision afin de les remettre au goût du jour et à jour, notamment dans la section concernant les informations sur le territoire. Les deux ATR souhaitent dynamiser les capsules et les rendre intemporelles afin qu'elles puissent être conservées un certain nombre d'années.



## Une belle collaboration avec Les Chantiers Chibougamau qui perdure

À ce jour, tout près de 2000 signets créés en partenariat avec Chantiers Chibougamau ont été remis lors d'événements, festivals et autres occasions de promotion. Ce produit, non disponible à la vente, est distribué autant par Tourisme Eeyou Istchee que Tourisme Baie-James et témoigne de la force du partenariat qui unit les deux ATR. Au cours de l'année, le nom du site internet est devenu : eeyouistcheebaiejames.com. La pyrogravure sur les signets a donc été modifiée en conséquence.

Le lancement officiel, prévu à l'automne 2023, a été reporté à 2024. Ce signet de bois, qui constitue une carte de visite extraordinaire pour la région en réunissant le secteur touristique et le secteur forestier dans un effort d'économie circulaire, est un magnifique exemple de collaboration intra-régionale. De plus, il demeure un produit unique, inédit et original, fidèle à notre image.

### Une synergie d'Accueil pour la région

## Formation-Accueil des conseillers en séjour

Considérant les feux de forêt l'été dernier en Eeyou Istchee Baie-James, il n'a pas été possible d'offrir de formation aux conseillers en séjour. Toutefois, du travail a été fait afin de pouvoir l'offrir au printemps 2024 au personnel des bureaux d'informations touristiques de Chibougamau, Radisson, Matagami et Lebel-sur-Quévillon.

Les principaux objectifs de la formation sont les suivants : maîtrise de l'application des techniques d'accueil, développement du savoir-être afin d'offrir un service de qualité, utilisation des outils d'information disponibles et saisie de statistiques.

## 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. Tel que prévu, TBJ a instauré une synergie entre les bureaux d'information et d'accueil touristique en créant un groupe privé par l'entremise des réseaux sociaux (Messenger) dans lequel était diffusé de l'information en continu. Les conseillers en séjour y ont adhéré, de même que certains responsables à la communication (ex. pompier à Radisson), et les collègues de TBJ. Tous sont d'avis que l'information doit circuler, et ce, en temps réel, entre les villes, localités et individus.

Durant la période des feux de forêt de l'été 2023, cette initiative a permis de se renseigner, entre autres, sur les fermetures de routes, l'étendue des feux et les situations d'évacuation partout sur le territoire afin de rendre la région encore plus sécuritaire et accueillante pour les visiteurs. Malgré les distances qui nous séparent, un sentiment de solidarité entre tous a su se développer au fil de ces communications.



## Mise en contexte

Dans cette section, nous mettons en lumière les actions de l'équipe marketing pour la commercialisation de la destination Eeyou Istchee Baie-James en 2023-2024. En effet, diverses initiatives stratégiques ont été mises en place afin de stimuler l'activité touristique et de promouvoir la destination sur le marché intra-Québec et international.

En tant qu'association touristique régionale, un de nos principaux objectifs est de positionner la région comme destination de choix pour les voyageurs en quête d'aventures uniques et d'expériences authentiques.

Cependant, l'année écoulée a été marquée par des défis imprévus, notamment les feux de forêt, qui ont perturbé la mise en place de certaines actions marketing comme les tournées promotionnelles et ont mis en évidence la vulnérabilité de notre milieu. Malgré ces difficultés, nous avons su faire preuve de résilience et d'ingéniosité. Nous avons continué à atteindre la plupart de nos objectifs grâce à des actions dirigées qui nous ont permis de communiquer efficacement avec nos publics cibles et de susciter l'intérêt pour notre destination. Ce contexte a aussi amené l'opportunité de faire de la sensibilisation sur nos réseaux sociaux sous la thématique de Monsieur Sansflamme. La création de ce contenu éducatif et ludique nous a permis de mettre de l'avant un tourisme plus durable et de promouvoir notre destination sous un angle engageant.

Voici donc un portrait des différentes actions marketing réalisées et des résultats atteints pour l'année 2023-2024.



## Plan Marketing 2023-2027

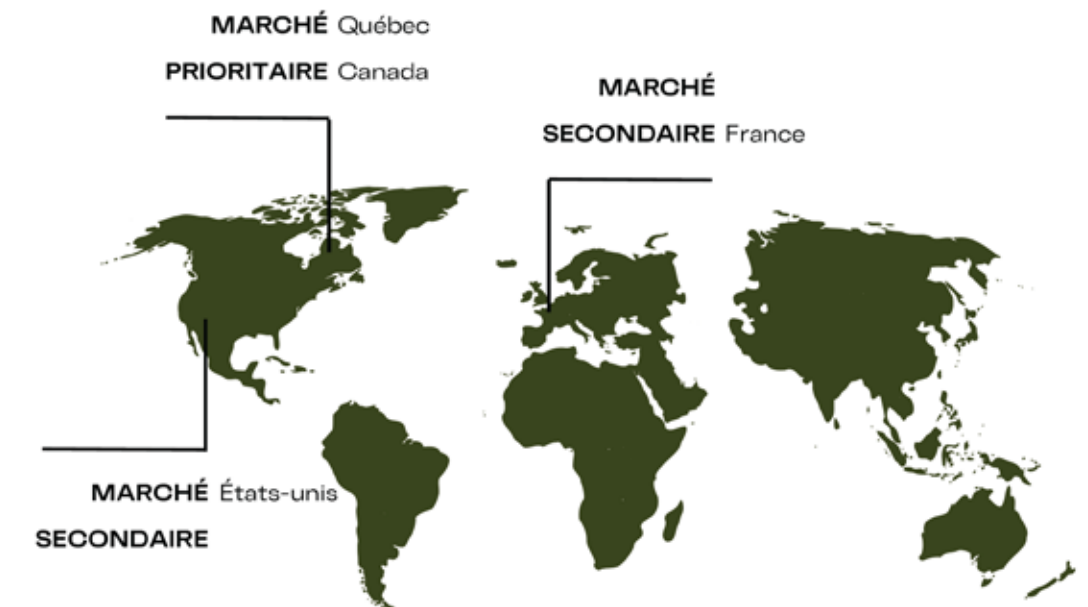
Dans le cadre de notre stratégie de développement pour la région d'Eeyou Istchee Baie-James, un plan marketing triennal ambitieux a été mis en place. Ce plan a été conçu pour répondre aux enjeux actuels du secteur touristique tout en soutenant les orientations stratégiques du plan d'action de l'organisation. Il vise à revitaliser notre approche numérique afin de stimuler l'engagement et la conversion à travers des canaux innovants.

De plus, il cherche à renforcer la participation de nos membres dans nos actions, en veillant à enrichir l'expérience offerte aux visiteurs et à valoriser notre réseau local. Nous nous efforçons également d'améliorer la perception de notre offre et d'élargir notre notoriété au niveau intra-Québec ainsi que sur les marchés canadiens et internationaux voisins. En intégrant ces objectifs, nous visons à maintenir l'intérêt des visiteurs potentiels, à assurer la pertinence de notre offre actuelle et à rester agile face à l'évolution des expériences sur notre territoire.

Ce plan marketing triennal est ainsi élaboré pour s'adapter aux besoins dynamiques de notre région et pour maximiser son attractivité à l'échelle globale.

### Objectifs

1. Améliorer et stimuler l'engagement, la considération et la conversion sur tous les marchés avec une restructuration numérique complète
2. Améliorer la participation inclusive des membres aux différentes actions pour optimiser et bonifier l'expérience
3. Améliorer la perception de l'offre à l'intra-Québec et accroître la notoriété sur les marchés limitrophes canadiens et internationaux



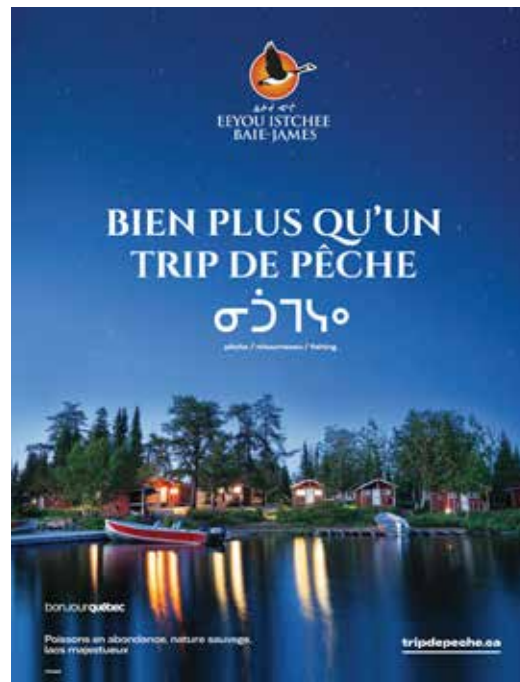
## Actualisation de l'identité visuelle

L'identité visuelle de la marque Eeyou Istchee Baie-James a été entièrement révisée dans la dernière année pour mieux positionner la destination dans le secteur touristique et créer une image plus nette et intemporelle. L'ancienne identité visuelle, centrée autour du slogan « Décrochez comme jamais », ne se distinguait plus suffisamment dans un marché où de nombreuses destinations mettent en avant cette promesse de bien-être liée à la déconnexion.

Nous avons donc choisi de mettre en avant le caractère unique de la région avec la nouvelle signature « Réellement surréel ». Cette nouvelle approche invite les voyageurs à explorer un monde surréaliste, leur permettant de se reconnecter avec la nature et avec eux-mêmes à travers des expériences empreintes de la sagesse des traditions nordiques québécoises.

Parallèlement, nous avons modifié notre nom de domaine, passant de « décrochezcommejamais.com » à « eeyouistcheebaiejames.com ». Ce changement vise à renforcer notre position en tant que destination touristique et à améliorer notre visibilité sur les moteurs de recherche.

Enfin, nous avons revu la plateforme graphique de la marque pour maximiser son impact, mettre en valeur la richesse culturelle de la région et simplifier sa présentation afin d'en améliorer la compréhension.



## Actions Marketing 2023-2024

Vous trouverez, dans la présente section, les actions marketing prépondérantes réalisées en 2023-2024. En effet, en nouveauté cette année, l'équipe a produit un Rapport d'actions marketing complet dans l'optique de rassembler les résultats marquants en lien avec les différentes actions marketing réalisées en cours d'année. Le document est disponible en version imprimée auprès de l'équipe marketing ou en ligne.

L'objectif était de fournir aux membres de notre organisation un portrait complet et simplifié des actions posées. C'est par une analyse concrète des résultats que notre organisation et nos membres sont en mesure d'améliorer leurs offres et renforcer leur présence sur le marché.

Ce rapport met en évidence les données les plus significatives et est divisé en six sections.

### Télévision

Cette section sous-entend l'ensemble des apparitions payées sur des chaînes de télévision. Au niveau de la diffusion, 2 publicités de 30 secondes ont été diffusées à 201 occasions sur plus de 5 chaînes télé : LCN, Addik TV, TVA SPORT, Évasion, ZESTE.

1. Éveiller l'intérêt pour la région
2. Mettre en valeur la pêche et la culture crie

### Imprimé

Ce volet comprend les apparitions payées dans les journaux, revues spécialisées, guides et brochures. Cela inclut également différents outils tels que les autocollants, la carte motoneige et un parapost.

Tout d'abord et tel que mentionné plus haut, la plateforme graphique de la marque Eeyou Istchee Baie-James a été revue et un nouveau parapost a été imprimé en conséquence dans le but de:

1. Créer un impact
2. Mettre en lumière la distinction culturelle de la région
3. Épurer la plateforme afin d'améliorer la compréhension

En parallèle à ce changement majeur, la région a été présentée dans 9 médias différents sur les marchés prioritaires et 3 médias sur les marchés secondaires afin de publiciser différents attraits : destination, culture crie, motoneige, pourvoires, entreprises touristiques.

Page publicitaire et publi-reportage dans le Journal de Québec : 1 300 000 lecteurs.

Page de publicité et un article dans Le meilleur du Canada : 20 000 exemplaires dans 7 salons européens.

Demi-page de publicité et article co-marqué pour le marché canadien : 5 000 exemplaires édition industrie touristique, 75 000 édition consommateur.

Tiers de page de publicité et page descriptive incluant nos entreprises touristiques dans le Guide de la pourvoirie : 25 000 exemplaires.



Page de publicité et un publi-reportage pour le marché intra-Québec : 250 000 lecteurs et 50 400 exemplaires vendus.

Carte des sentiers de motoneige 2023-25 distribuée à plus de 20 000 exemplaires.

## Web

La section «web» englobe la diffusion vidéo, l'utilisation des réseaux sociaux, les articles promotionnels, les campagnes numériques et les concours en ligne.

En ce qui concerne la diffusion vidéo, 7 capsules vidéo d'environ une minute mettant notre région en valeur à travers les entrepreneurs jamésiens ont été réalisées en collaboration avec le photographe Mathieu Dupuis. Celles-ci ont été diffusées à partir du printemps 2024. Nos publics continuent d'ailleurs de se diversifier et de s'agrandir sur les réseaux sociaux :

**24 000 abonnés Facebook**

**8 121 abonnés Instagram**

**1 577 503 vues totales YouTube**

**6 801 membres groupe FB**

Au cours de l'année, différentes actions ont été posées afin de faire rayonner les attraits de la région. À travers 3 articles, 3 balados, 2 vidéos publicitaires, un concours, 7 îlots, 2 bannières et d'autres apparitions d'Eeyou Istchee Baie-James sur le Web, il a été possible d'élargir notre portée.

Ces actions ont principalement touché le marché intra-Québec, mais ont également touché ceux de l'Ontario, du Nord-Est des États-Unis et de l'Europe francophone.

## En personne

Cette partie implique les rencontres en présentiel avec l'industrie, les médias et les touristes lors d'événements, de kiosques et de salons.

La présence de notre équipe marketing sur le terrain lors d'événements de l'industrie touristique, de tournages promotionnels, de tournées médias et de salons touristiques s'est révélée extrêmement pertinente cette année.

La participation à des événements d'envergure comme le Carnaval de Québec, nous a permis de renforcer notre visibilité et notre notoriété, mais aussi d'établir des relations clés avec des partenaires du secteur. À titre indicatif, un événement comme le Salon plein air, chasse, pêche et camping qui se déroulait à Québec a réuni 235 exposants de l'industrie et atteint un niveau d'achalandage de 24 000 visiteurs.

Ces interactions directes nous ont permis de recueillir des informations sur les tendances du marché et les attentes des consommateurs, enrichissant ainsi notre stratégie et notre approche. Les retours positifs reçus sur notre région lors de ces événements attestent également de l'impact de nos actions marketing.

## CO-OP

Ce point comprend les actions réalisées avec les membres TBJ grâce au programme de publicité coopérative.

Le programme de marketing coopératif a permis à 7 de nos membres de réaliser différentes actions marketing telles que des publicités radio, des réalisations de médias imprimés et numériques, des tournages ainsi que la participation à des salons.

## On parle de nous !

Cette section inclut les apparitions non payées sur des chaînes de télévision et des médias imprimés et numériques.

Les actions marketing que nous avons menées cette année ont considérablement élargi notre rayonnement et ont généré une couverture médiatique notable sans nécessiter de dépenses supplémentaires en publicité ou de sollicitations directes.

Grâce à des initiatives créatives et stratégiquement ciblées, nous avons réussi à capter l'attention des médias et à obtenir une visibilité organique significative. Ici Radio-Canada Découverte a, entre autres, réalisé une émission sur la région. De plus, Eeyou Istchee Baie-James a été mentionné à différentes reprises dans les journaux Le Soleil, L'Actualité et Le Devoir afin de promouvoir l'offre de certains de nos membres. Nos partenaires Tourisme autochtone Québec et Bonjour Québec ont également fait la promotion de la région sur leurs réseaux sociaux.

Cette reconnaissance gratuite témoigne de l'efficacité de notre approche, consolidant ainsi notre réputation et notre influence dans le secteur tout en optimisant nos ressources.

## Commercialisation d'objets promotionnels

Les objets promotionnels jouent un rôle clé dans l'amélioration de la visibilité et de la reconnaissance de notre région en établissant un lien tangible avec les visiteurs. Ils transmettent une image accueillante et mémorable, créant un sentiment de proximité et de connexion avec la région. Ces articles contribuent également à susciter la curiosité et à augmenter la notoriété de la région grâce à leur présence continue.

Disponibles en ligne, certains de ces produits sont également proposés par nos membres dans leurs établissements, renforçant ainsi un sentiment de fierté et d'appartenance régionale. Nous encourageons vivement nos membres à les acquérir et à les vendre dans leurs commerces, afin de participer activement à la promotion de notre destination.

Pour l'avenir, Tourisme Baie-James et Tourisme Eeyou Istchee envisagent de développer une stratégie plus efficace pour la vente des produits promotionnels, avec un accent particulier sur des articles plus durables. Cette approche vise à optimiser l'impact des objets promotionnels tout en soutenant un développement durable de notre image régionale.





## Performance touristique 2023-2024

Période du 1 <sup>er</sup> avril au 31 mars	2022-2023	2023-2024	Variation %
Taxes sur l'hébergement	420 354 \$	569 250 \$	35,4 %
Taux d'occupation moyen Baie-James	48,7 %	50,8 %	2,1 %
Taux d'occupation moyen – Province de Québec	60,0 %	60,7 %	0,7 %
Prix de location moyen Baie-James	133,65 \$	139,00 \$	4,0 %
Prix de location moyen – Province de Québec	179,58 \$	205,37 \$	14,4 %

Considérant la situation des feux de forêt et les nombreuses interdictions d'aller en forêt qui ont prévalu au printemps et à l'été 2023, Tourisme Baie-James aurait pu s'attendre à une certaine diminution de la taxe sur l'hébergement comme ce fut le cas durant la pandémie. Pourtant, l'ATR dresse un bilan très positif de l'année 2023-2024, avec une augmentation marquée de 35,4 % de sa taxe sur l'hébergement comparé à l'an passé, notamment durant le premier et le second trimestre qui montrent respectivement une augmentation de 62,0 % et 41,9 %. Il est toutefois important de mentionner que cette hausse correspond probablement en grande partie à la présence de pompiers forestiers et des services essentiels venus en renfort de l'étranger. D'un autre côté, le manque de neige observé de façon générale dans l'ensemble du Québec a certainement été favorable pour notre région qui détient l'une des plus longues saisons hivernales.

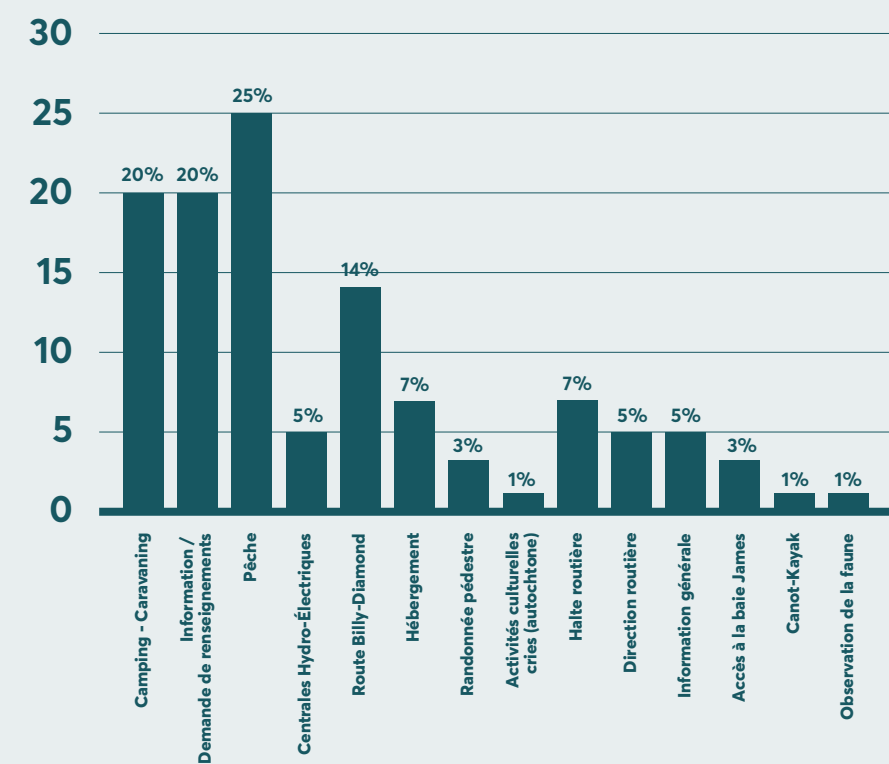
Bien que ce fut une année très particulière en ce qui a trait à l'achalandage touristique, la région a bénéficié d'une campagne promotionnelle considérable lors des feux de forêt. En effet, les reportages présentés en boucle dans les médias ont certainement permis à de nombreuses personnes de mieux connaître et situer notre région pour mieux s'y intéresser.



## Historique de la TSH des 5 dernières années

Trimestre	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024
Avril à juin	84 995 \$	37 955 \$	73 473 \$	77 751 \$	125 991 \$
Juillet à septembre	117 791 \$	107 090 \$	122 837 \$	138 477 \$	196 491 \$
Octobre à décembre	77 268 \$	67 222 \$	94 324 \$	90 854 \$	122 402 \$
Janvier à mars	61 705 \$	67 342 \$	71 484 \$	113 270 \$	124 366 \$
<b>Total pour l'année</b>	<b>341 757 \$</b>	<b>279 610 \$</b>	<b>362 118 \$</b>	<b>420 354 \$</b>	<b>569 250 \$</b>
Variation année précédente	0,6 %	-18,2 %	29,5 %	16,1 %	<b>35,4 %</b>
Variation par rapport à l'année pré-pandémie	-	-18,2 %	6,0 %	23,0 %	<b>66,6 %</b>

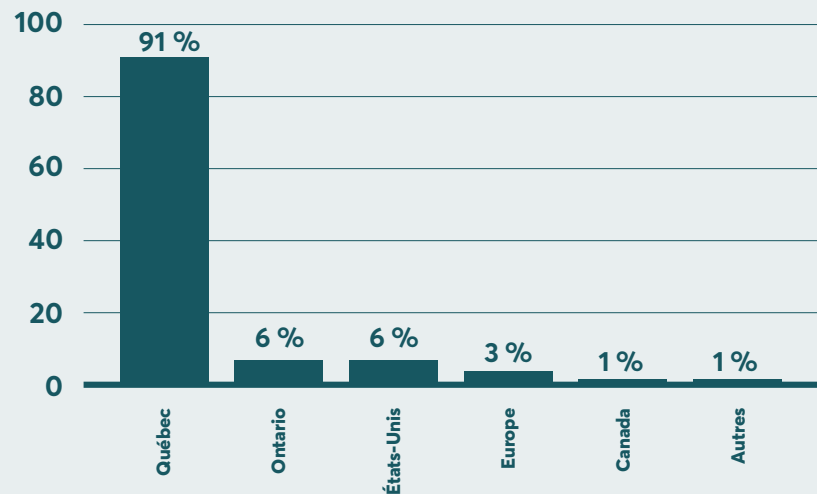
## Principale Information demandée - été 2023



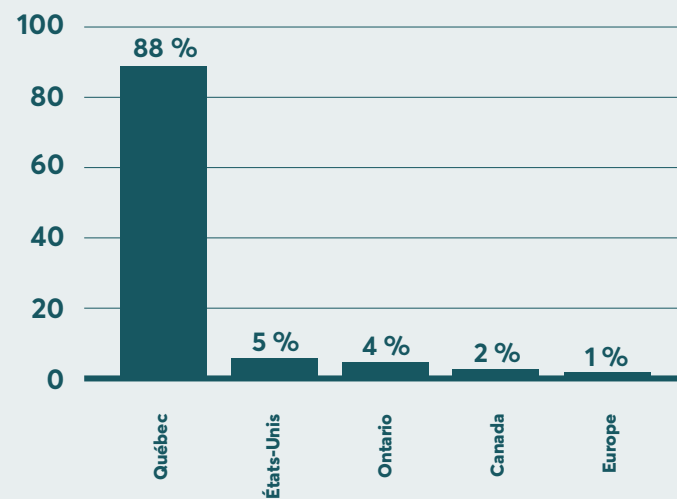
Information demandée permet la sélection de plusieurs valeurs. En conséquence, le nombre total des pourcentages indiqués peut excéder 100%. Ce pourcentage est basé sur le nombre de sondages pour lesquels au moins une valeur a été sélectionnée.

### Provenance des demandes de publications

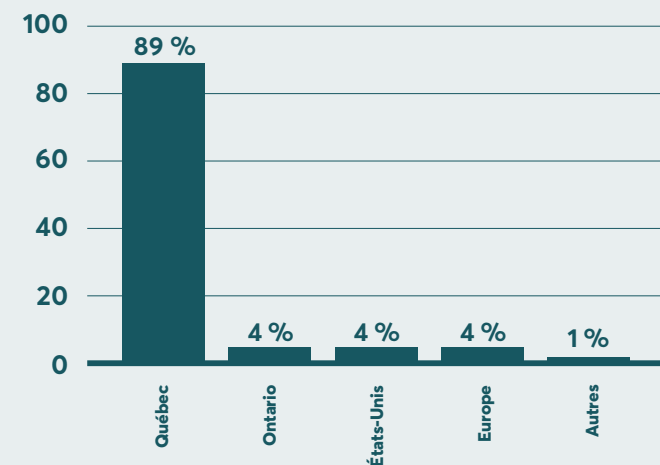
Guide touristique officiel 2023-2024



Carte motoneige 2023-2024

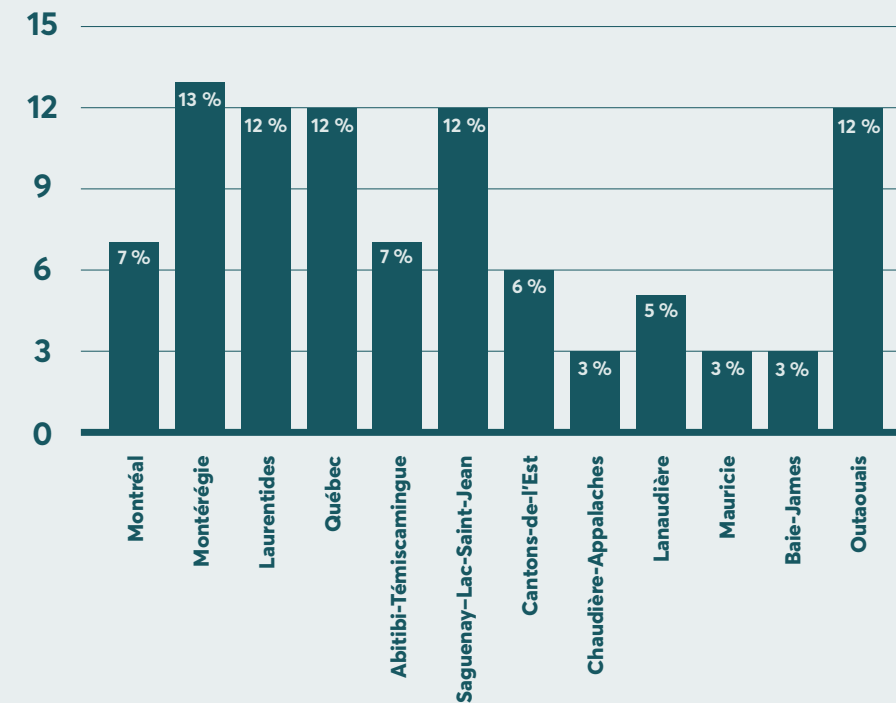


Carte routière

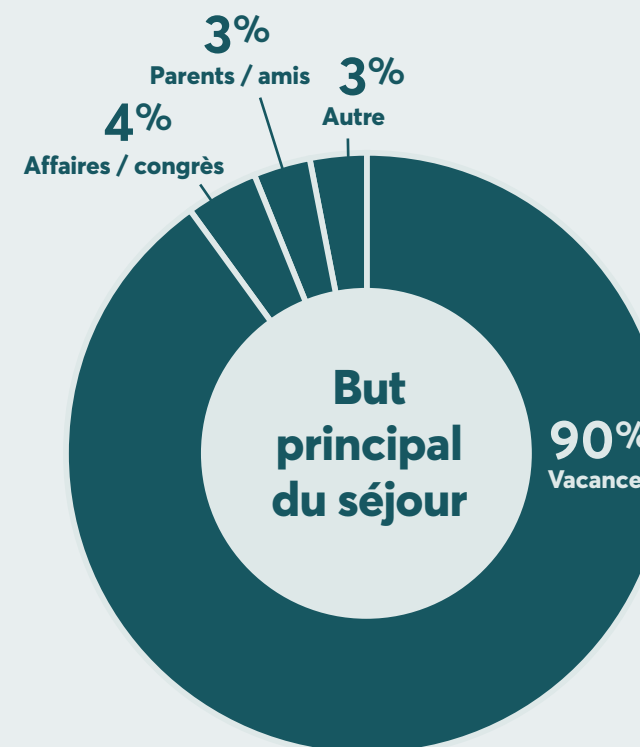


Source : Système de gestion de la destination Eeyou Istchee Baie-James (base de données numérique.ca)

### Provenance des visiteurs québécois (93,41%)



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 2023 au 31 mars 2024)



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 2023 au 31 mars 2024)

# 12.

## Une équipe dynamique et impliquée



### Réalisations du conseil d'administration

Durant l'année 2023-2024, le conseil d'administration de TBJ a tenu 4 assemblées ordinaires, 2 assemblées extraordinaires et 1 assemblée générale annuelle. Il a également procédé à l'embauche d'une ressource partagée à titre de chargée de projets marketing et contenu numérique le 27 novembre 2023 – Madame Élisabeth Bonneau. Le salaire de cette ressource a été défrayé à 50% par Tourisme Baie-James et à 50% par Tourisme Eeyou Istchee (EIT). Cet ajout à l'équipe de travail permettra de supporter le développement touristique de la région.

M. Papa Oumar Badji a également rejoint l'équipe de travail à titre de consultant pour continuer l'élaboration de VāHumania<sup>MD</sup>, un magnifique projet mis en place par le département du développement, en collaboration avec le reste de l'équipe.

Afin de faciliter les opérations de l'ATR, le conseil d'administration a mandaté l'Alliance de l'industrie touristique du Québec pour effectuer sa comptabilité. Ceci a permis de mettre en place les nouvelles exigences du ministère du Tourisme.

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 2024, 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



**Romain Pernon**  
ADMINISTRATEUR  
FaunENord  
Remplaçant  
À partir de novembre 2023



**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  
Jusqu'en novembre 2023



**Caroline  
Belleau-Poirier,**  
ADMINISTRATRICE  
Ville de Chapais  
Municipalité, localité,  
agglomération (A)  
Entrée en fonction en sept. 2023



**Sébastien Lebrun,**  
ADMINISTRATEUR  
Motel Carrefour La Grande  
Hôtellerie, restauration (B)



**Isabelle Lessard,**  
MEMBRE PAR COOPTATION  
(sans droit de vote)  
GREIBJ  
Jusqu'en novembre 2023



**Dany Boulianne,**  
ADMINISTRATEUR  
Festival du doré Baie-James  
Attrait, événement, festival

MEMBRE PAR  
COOPTATION  
(sans droit de vote)  
ARBJ  
VACANT

# L'équipe de Tourisme Baie-James



**Isabelle Milord**  
Directrice générale



**Manon St-Louis**  
Adjointe administrative  
Jusqu'en novembre 2023



**Johanne T. Godin**  
Accueil et service  
aux membres



**Angel Mianscum**  
Agente numérique  
Jusqu'en septembre 2023



**Stéphanie Bourgault**  
Directrice marketing



**Joanik Linteau**  
Chargée de projets marketing  
Jusqu'en janvier 2024



**Frédéric Maltais**  
Directeur du créneau  
d'excellence Touristique  
Nordique  
Jusqu'en octobre 2023



**Réal Chabot**  
Coordonnateur  
au développement  
touristique  
Jusqu'en décembre 2023



**Olaniran Apollinaire  
Cyr Loïc Afoudah**  
Agent de  
développement  
touristique  
Jusqu'en octobre 2023



**Mégane Filion**  
Agent de  
développement  
touristique



**Élisabeth Bonneau**  
Chargée de projets marketing  
et contenu numérique  
Entrée en fonction en novembre 2023

# 13.

---

## États financiers

31 mars 2024

---

**TOURISME BAIE-JAMES**

**ÉTATS FINANCIERS**

**31 MARS 2024**

**TOURISME BAIE-JAMES**  
**ÉTATS FINANCIERS**  
**31 MARS 2024**

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 - 13
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES	14 - 15

## 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'« organisme » , qui comprennent le bilan au 31 mars 2024 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 2024, 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 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.

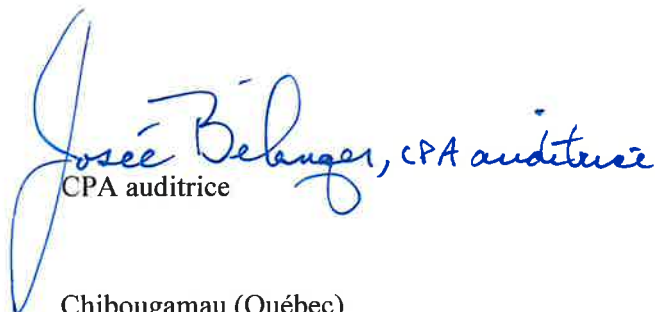
Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, j'exerce mon jugement professionnel et fais preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- 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 12 août 2024

## TOURISME BAIE-JAMES

## RÉSULTATS

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2024

	2024			2023
	Fonction- nement \$	Fonds EDNET \$	Entente de partenariat régional en tourisme \$	Total \$
<b>PRODUITS (annexe A)</b>				
Subventions				
Gouvernement du Québec	777 169			661 280
Gouvernement du Canada	146 284			91 849
Gouvernance régionale	18 750			8 638
	942 203			761 767
Taxe sur l'hébergement - promotion	486 736			358 110
Revenus du milieu	273 040			245 455
	<u>1 701 979</u>			<u>1 365 332</u>
<b>CHARGES</b>				
Salaires et charges sociales	586 248			587 894
Recrutement de personnel	17 694			225
Formation	16 620			13 914
Publicité, information, promotion	242 245			211 578
Taxe sur l'hébergement	101 668			57 852
Remboursement entreprises - EPRTNT	24 568			24 568
Versements aux promoteurs		51 572	51 928	350 232
Honoraires professionnels et conseils juridiques	154 335			64 108
Frais d'exploitation (taxes, entretien, réparation, électricité, etc)	32 479			48 832
Loyer	13 643			13 643
Frais informatiques	49 445			6 881
Assurances	30 442			13 177
Télécommunication	7 837			13 649
Fournitures de bureau	17 019			11 790
Affiliations et abonnements	9 732			6 314
Taxes sur papier	1 770			1 856
Frais de déplacements et de représentation	35 160			40 730
Frais de véhicule corporatif	3 663			3 364
Frais bancaires	1 522			757
Intérêts sur emprunt à long terme				1 529
Mauvaises créances	342			342
Amortissement (propriété et améliorations locatives)	12 982			12 105
Dépenses ATR (interrégionales)				3 048
Frais de démolition				69 000
	<u>1 359 414</u>	<u>51 572</u>	<u>51 928</u>	<u>1 462 914</u>
<b>EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES (CHARGES SUR LES PRODUITS)</b>	<u>342 565</u>	<u>( 51 572)</u>	<u>( 51 928)</u>	<u>( 153 503)</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2024

	2024					2023	
	Investi en immobili- sations	Non affecté	Fonds affectés (note 10)	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourisme	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
SOLDE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	217 740	233 356	971 272	53 060	240 845	1 716 273	1 869 776
EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES (CHARGES SUR LES PRODUITS)	(12 982)	383 504	(27 957)	(51 572)	(51 928)	239 065	(153 503)
AUTRES ÉLÉMENTS							
Transferts à l'actif net affecté		(425 000)	425 000				
Transferts aux Fonds		26 784			(26 784)		
SOLDE À LA FIN DE L'EXERCICE	<u>204 758</u>	<u>218 644</u>	<u>1 368 315</u>	<u>1 488</u>	<u>162 133</u>	<u>1 955 338</u>	<u>1 716 273</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
 BILAN  
 AU 31 MARS 2024

<b>ACTIF</b>	<u>2024</u>	<u>2023</u>
	\$	\$
<b>À COURT TERME</b>		
Encaisse	2 276 414	1 255 279
Subventions à recevoir	125 765	138 713
Débiteurs (note 4)	153 428	314 562
Frais payés d'avance	5 428	23 894
Total de l'actif à court terme	<u>2 561 035</u>	<u>1 732 448</u>
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES (note 5)</b>	<u>231 441</u>	<u>245 722</u>
Total de l'actif	<u><u>2 792 476</u></u>	<u><u>1 978 170</u></u>
<b>PASSIF</b>		
<b>À COURT TERME</b>		
Créditeurs (note 6)	71 505	63 545
Cotisations des membres perçues d'avance		21 532
Produits reportés	35 162	
Crédit marketing (note 7)	187 017	137 573
Subventions reportées (note 8)	512 279	6 773
Total du passif à court terme	<u>805 963</u>	<u>229 423</u>
<b>APPORT REPORTÉ AFFÉRENT AUX IMMOBILISATIONS (note 9)</b>	<u>31 175</u>	<u>32 474</u>
Total des passif	<u><u>837 138</u></u>	<u><u>261 897</u></u>
<b>ACTIF NET</b>		
NON AFFECTÉ	218 644	233 356
AFFECTÉ (note 11)	1 368 315	971 272
GREVÉ D'AFFECTATION D'ORIGINE EXTERNE	163 621	293 905
INVESTI EN IMMOBILISATIONS CORPORELLES	204 758	217 740
Total de l'actif net	<u><u>1 955 338</u></u>	<u><u>1 716 273</u></u>
Total du passif et de l'actif net	<u><u>2 792 476</u></u>	<u><u>1 978 170</u></u>
<b>POUR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION</b>		
_____ , administrateur		
_____ , administrateur		

TOURISME BAIE-JAMES  
 FLUX DE TRÉSORERIE  
 DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2024

	<u>2024</u>	<u>2023</u>
	\$	\$
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Excédent des produits sur les charges (charges sur les produits)	239 065	(153 503)
Amortissement des immobilisations corporelles	12 982	12 105
	252 047	(141 398)
Variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement (note 11)	<u>769 088</u>	<u>(131 717)</u>
	<u>1 021 135</u>	<u>(273 115)</u>
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Acquisitions d'immobilisations corporelles		<u>(3 938)</u>
		<u>(3 938)</u>
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Remboursement des dettes à long terme		<u>(94 469)</u>
		<u>(94 469)</u>
AUGMENTATION (DIMINUTION) DE LA TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU COURS DE L'EXERCICE	1 021 135	(371 522)
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	<u>1 255 279</u>	<u>1 626 801</u>
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN DE L'EXERCICE	2 276 414	1 255 279
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN DE L'EXERCICE	<u><u>2 276 414</u></u>	<u><u>1 255 279</u></u>
Encaisse	<u><u>2 276 414</u></u>	<u><u>1 255 279</u></u>

TOURISME BAIE-JAMES  
NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
AU 31 MARS 2024

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 2024

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 les méthodes d'amortissement et les taux/durée suivants :

	<u>Méthodes</u>	<u>Taux/durée</u>
Bâtisse	dégressif	4%
Enseigne	dégressif	20%
Mobilier et équipements	linéaire	20%
Matériel roulant	dégressif	30%
Équipement informatique	linéaire	36 mois

**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 2024

**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 afférents 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.

*Fonds de développement de l'offre*

Le fonds de développement de l'offre 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- CHANGEMENT MÉTHODE COMPTABLE**

Au cours de l'exercice, l'organisme a effectué un changement dans la méthode et le taux d'amortissement pour l'équipement informatique. Dans les années antérieures, la méthode utilisée était la méthode d'amortissement du solde dégressif avec des taux de 30%, 45% et 55%. À partir de cette année, la méthode utilisée est la méthode d'amortissement linéaire pour une période de 36 mois.

TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2024

Note 4- DÉBITEURS

	<u>2024</u>	<u>2023</u>
	\$	\$
Comptes clients et autre comptes à recevoir	22 786	171 578
Taxe sur l'hébergement à recevoir	115 499	113 271
TPS -TVQ à recevoir	<u>15 143</u>	<u>29 713</u>
	<u>153 428</u>	<u>314 562</u>

Note 5- IMMOBILISATIONS CORPORELLES

COÛT			<u>2024</u>	<u>2023</u>
	<u>Coût</u>	<u>Amortissement cumulé</u>	<u>Valeur nette</u>	<u>Valeur nette</u>
	\$	\$	\$	\$
Terrain	17 509		17 509	17 509
Bâtisse	346 970	140 059	206 911	215 532
Enseigne	14 115	11 984	2 131	2 664
Mobilier et équipements	51 007	51 007		2 187
Matériel roulant	42 784	39 437	3 347	4 782
Équipement informatique	<u>49 107</u>	<u>47 564</u>	<u>1 543</u>	<u>3 048</u>
	<u>521 492</u>	<u>290 051</u>	<u>231 441</u>	<u>245 722</u>

Note 6- CRÉDITEURS

	<u>2024</u>	<u>2023</u>
	\$	\$
Comptes fournisseurs	15 483	5 582
Frais courus	17 326	
Salaires à payer	38 020	30 164
Déductions à la source à payer	<u>676</u>	<u>27 799</u>
	<u>71 505</u>	<u>63 545</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2024

Note 7- CRÉDIT MARKETING	2024	2023
	\$	\$
Solde au début de l'exercice	137 573	87 904
Montant accordé de l'année	73 101	103 827
Crédit marketing périmé		(40 829)
Montant engagé de l'année	(23 657)	(13 329)
Solde à la fin de l'exercice	<u>187 017</u>	<u>137 573</u>

Note 8- SUBVENTIONS REPORTÉES	Solde au début	Encaissées	Utilisées	Solde à la fin
	\$	\$	\$	\$
Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation	6 773			6 773
Tourisme Québec - projet VaHumania		85 500	41 760	43 740
Ministère de l'Économie et de l'Innovation		184 291	84 519	99 772
EPRTNT		378 500	16 506	361 994
	<u>6 773</u>	<u>648 291</u>	<u>142 785</u>	<u>512 279</u>

Note 9- 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 :

	2024	2023
	\$	\$
Solde au début de l'exercice	32 474	33 827
Moins : montant amorti dans les résultats	<u>1 299</u>	<u>1 353</u>
Solde à la fin de l'exercice	<u>31 175</u>	<u>32 474</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS  
 AU 31 MARS 2024

Note 10- 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
	\$	\$	\$	\$	\$
Développement de l'offre		400 000			400 000
Bâtiment (démolition, amiante, téléphonie, climatisation, fenêtre)	9 305				9 305
EPRT 2023-2026	300 000		6 857		293 143
Construction Écosystème numérique	102 000			200 000	302 000
Restructuration RH et mise à jour des politiques	14 094		9 900		4 194
Contenu photo membres jamésiens	34 866		11 200		23 666
Système de collecte de données	7 507	25 000			32 507
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
Circuit géologique	50 000				50 000
Marketing (contenu, annonces et autres)	50 000				50 000
Initiative en développement durable	23 500				23 500
Concept et thématique - route Billy- Diamond	45 000				45 000
	<u>971 272</u>	<u>425 000</u>	<u>27 957</u>	<u>0</u>	<u>1 368 315</u>

Note 11- FLUX DE TRÉSORERIE

	2024	2023
	\$	\$
Variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement :		
Subventions à recevoir	12 948	67 896
Débiteurs	161 134	( 192 499)
Frais payés d'avance	18 466	( 4 537)
Créditeurs	7 960	( 773)
Cotisation membres perçus d'avance	( 21 532)	9 215
Produits reportés	35 162	
Crédit marketing	49 444	49 669
Subventions reportés	505 506	( 60 688)
	<u>769 088</u>	<u>( 131 717)</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2024

## ANNEXE A

	2024			2023	
	Fonction- nement	Fonds EDNET	Entente de partenariat régional en tourisme	Total	Total
PRODUITS	\$	\$	\$	\$	\$
Gouvernement du Québec					
Tourisme Québec	668 598			668 598	582 646
EPRTNT	17 711			17 711	
Ministère de l'Économie et de l'Innovation	84 519			84 519	55 426
Services Québec	6 341			6 341	15 314
Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation					7 894
	<u>777 169</u>			<u>777 169</u>	<u>661 280</u>
Gouvernement du Canada					
Développement économique du Canada	146 284			146 284	91 849
	<u>146 284</u>			<u>146 284</u>	<u>91 849</u>
Gouvernement régional					
Société de développement de la Baie-James					35 000
Société de développement de la Baie-James (remboursement)					( 11 956)
Administration régionale Baie -James (remboursement)					( 33 156)
Eeyou Istchee Tourism	18 750			18 750	18 750
	<u>18 750</u>			<u>18 750</u>	<u>8 638</u>
Taxe sur l'hébergement					
Taxe sur l'hébergement - Promotion	486 736			486 736	358 110
Revenu du milieu					
Contribution du milieu	23 998			23 998	24 542
Objets promotionnels	5 259			5 259	7 442
Revenus partenariat	106 946			106 946	112 197
Revenus de publicité	84 259			84 259	56 238
Revenus d'intérêts	10 841			10 841	1 035
Location d'immeuble et autres produits	41 737			41 737	44 001
	<u>273 040</u>			<u>273 040</u>	<u>245 455</u>
	<u>1 701 979</u>			<u>1 701 979</u>	<u>1 365 332</u>

TOURISME BAIE-JAMES  
 RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES  
 DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2024  
 VAHUMANIA

## ANNEXE B

	<u>2024</u>
	\$
<b>PRODUITS</b>	
Tourisme Québec	39 771
Revenu de gestion	<u>1 989</u>
	<u>41 760</u>
<b>CHARGES</b>	
Honoraires professionnels	27 502
Fournitures de bureaux	1 209
Loyer	6 000
Publicités	<u>5 060</u>
	<u>39 771</u>
<b>EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES</b>	<u><u>1 989</u></u>

