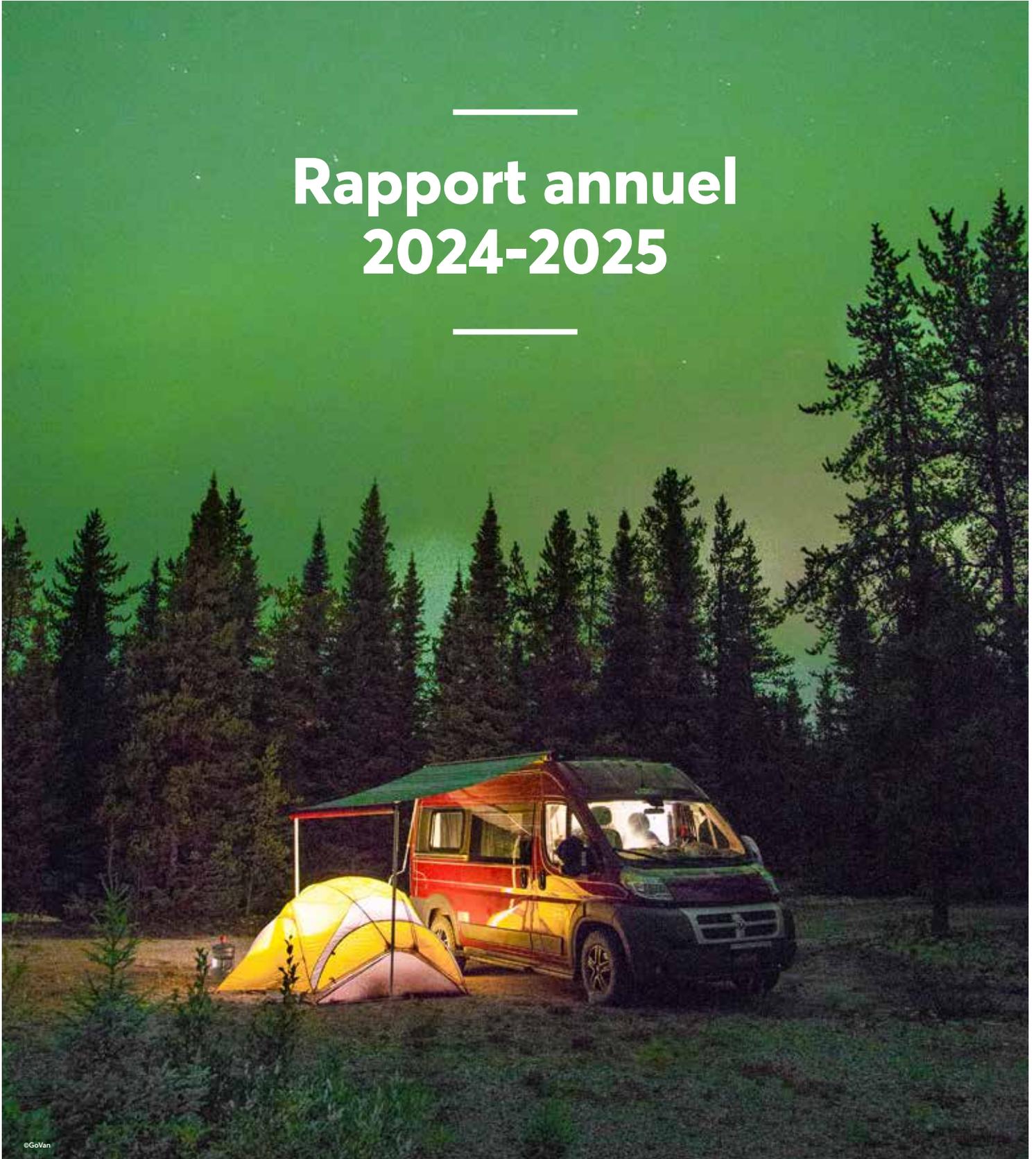

Rapport annuel 2024-2025



On parle d'Eeyou Istchee Baie-James

ACTUALITÉS

Assemblée générale annuelle

Une année marquée par la résilience de l'industrie touristique du Nord-du-Québec

DANNY DESBENS,
DIRECTEUR DE JOURNALISME LOCAL

Tourisme Baie-James a tenu un bilan positif de son année 2023-2024, et ce, malgré une année marquée par la résilience de l'industrie touristique de 2023. Une année où la résilience de l'industrie touristique a été essentielle dans la dévotion générale, Isabelle Milet.

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« 2023 est marquant car le fait de voir une campagne touristique gratuite à la suite des fêtes, et ce, pendant 10 semaines, c'est un bon signe », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« 2023 est marquant car le fait de voir une campagne touristique gratuite à la suite des fêtes, et ce, pendant 10 semaines, c'est un bon signe », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.



Les membres du conseil d'administration de Tourisme Baie-James. Certains membres étaient absents lors de la prise de la photo. (C. Desbends/Tourisme Baie-James)



Les participants à l'assemblée générale annuelle de Tourisme Baie-James. (C. Desbends/Tourisme Baie-James)

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« 2023 est marquant car le fait de voir une campagne touristique gratuite à la suite des fêtes, et ce, pendant 10 semaines, c'est un bon signe », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

ACTUALITÉS

Tourisme Baie-James et le Nord-du-Québec attendent de nombreux visiteurs cet été

DANNY DESBENS,
DIRECTEUR DE JOURNALISME LOCAL

Si l'on se base sur les données d'informations touristiques et la distribution des permis, le secteur touristique a enregistré une croissance de 34,5 % sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« 2023 est marquant car le fait de voir une campagne touristique gratuite à la suite des fêtes, et ce, pendant 10 semaines, c'est un bon signe », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.



La possibilité d'activités en nature sur notre territoire. (C. Desbends/Tourisme Baie-James)



Visiter le Nord-du-Québec, c'est découvrir une nature riche et diversifiée. (C. Desbends/Tourisme Baie-James)

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« 2023 est marquant car le fait de voir une campagne touristique gratuite à la suite des fêtes, et ce, pendant 10 semaines, c'est un bon signe », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

ACTUALITÉS

Tourisme Baie-James

Développer un tourisme d'appartenance envers les communautés... et attirer de futurs résidents

DANNY DESBENS,
DIRECTEUR DE JOURNALISME LOCAL

Tourisme Baie-James a débuté, à quelques semaines, les préparatifs de son plan d'action 2024-2025. L'objectif est de développer le tourisme d'appartenance envers les communautés et attirer de futurs résidents.

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.



Tourisme Baie-James a débuté son plan d'action 2024-2025 à Baie-James, Manicouagan et La Grande-Grande. (C. Desbends/Tourisme Baie-James)

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

ACTUALITÉS

Le projet VâHumania de Tourisme Baie-James permet des partages d'expériences enrichissantes

DANNY DESBENS,
DIRECTEUR DE JOURNALISME LOCAL

Le projet pilote VâHumania de Tourisme Baie-James qui met en lumière les expériences de vie des habitants et des visiteurs qui partagent celles-ci, poursuit cette année et se veut une occasion de bien-être et de développement. En effet, l'annonce d'une seconde phase d'expériences touristiques est prévue cet été en lien avec le projet qui consiste à bien vivre.

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.



Le projet pilote de découvrir les richesses du territoire, mais surtout de bien vivre, sera mené par des bénévoles locaux. (C. Desbends/Tourisme Baie-James)

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

ACTUALITÉS

Une 4^e cohorte de l'Incubateur-acclérateur nordique lancée en septembre prochain

DANNY DESBENS,
DIRECTEUR DE JOURNALISME LOCAL

Les membres de la 4^e cohorte de l'Incubateur-acclérateur nordique ont été sélectionnés et se réuniront en septembre prochain.

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.



La 4^e cohorte de l'Incubateur-acclérateur nordique sera lancée en septembre prochain. (C. Desbends/Tourisme Baie-James)

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

« Nous avons connu une hausse importante de la base sur l'indicateur annuel de 34,5 %, sur notre territoire, mais à tout moment nous sommes restés en deçà de ce que nous aurions voulu », dit-elle. Elle ajoute que l'année 2023 a été marquée par la présence de plusieurs projets touristiques sur le territoire. Toutefois, les habitants ont remarqué la présence de visiteurs en dehors de la période des fêtes de Noël, ce qui est un bon signe, car les visiteurs ont été répartis tout au long de l'année.

VâHumania

Levez les yeux vers le ciel et voyez les oriflammes qui s'affichent sur les rues de votre ville!

VâHumania vous invite à vivre des expériences touristiques innovantes dans le cadre de 488 feux de signalisation qui seront allumés du 08 au 14 février 2024. Les feux d'été se dérouleront durant le mois de septembre 2024. Pour consulter les listes d'expériences VâHumania qui vous sont proposées cet été, rendez-vous sur notre page Facebook / VâHumania

- Chibougamou - 01 septembre 2024 entre 9 h et 17 h 30
- Chénoua - 2 septembre 2024 entre 9 h et 19 h 30
- Label-our-Québec - 11 septembre 2024 entre 9 h et 21 h

Cher quoi VâHumania?

Un projet innovant financé au cœur de l'expérience touristique en favorisant des rencontres authentiques par l'activation d'un réseau d'animateurs professionnels et bénévoles.

Où?

Dans les 7 communautés partenaires: Chibougamou, Manicouagan, Label-our-Québec, Radisson, Valentin et Villedieu.

Comment?

Par un jumelage entre bénévoles et la passion de nos animateurs.

Envie d'en savoir plus?

Que ce soit pour vivre une expérience ou pour devenir animateur, contactez-nous: volontaire@tourismebaiejames.com

Nous serons également présents dans plusieurs événements de la région.

Ces projets sont rendus possibles grâce au soutien de:

laSentinelle

300 St-Jean
Chibougamou (Québec) G9P 0P4
Téléphone: 819-346-2400
Fax: 819-346-2401

Canada

1-877-303-3636

laSentinelle

300 St-Jean
Chibougamou (Québec) G9P 0P4
Téléphone: 819-346-2400
Fax: 819-346-2401

Canada

1-877-303-3636

laSentinelle

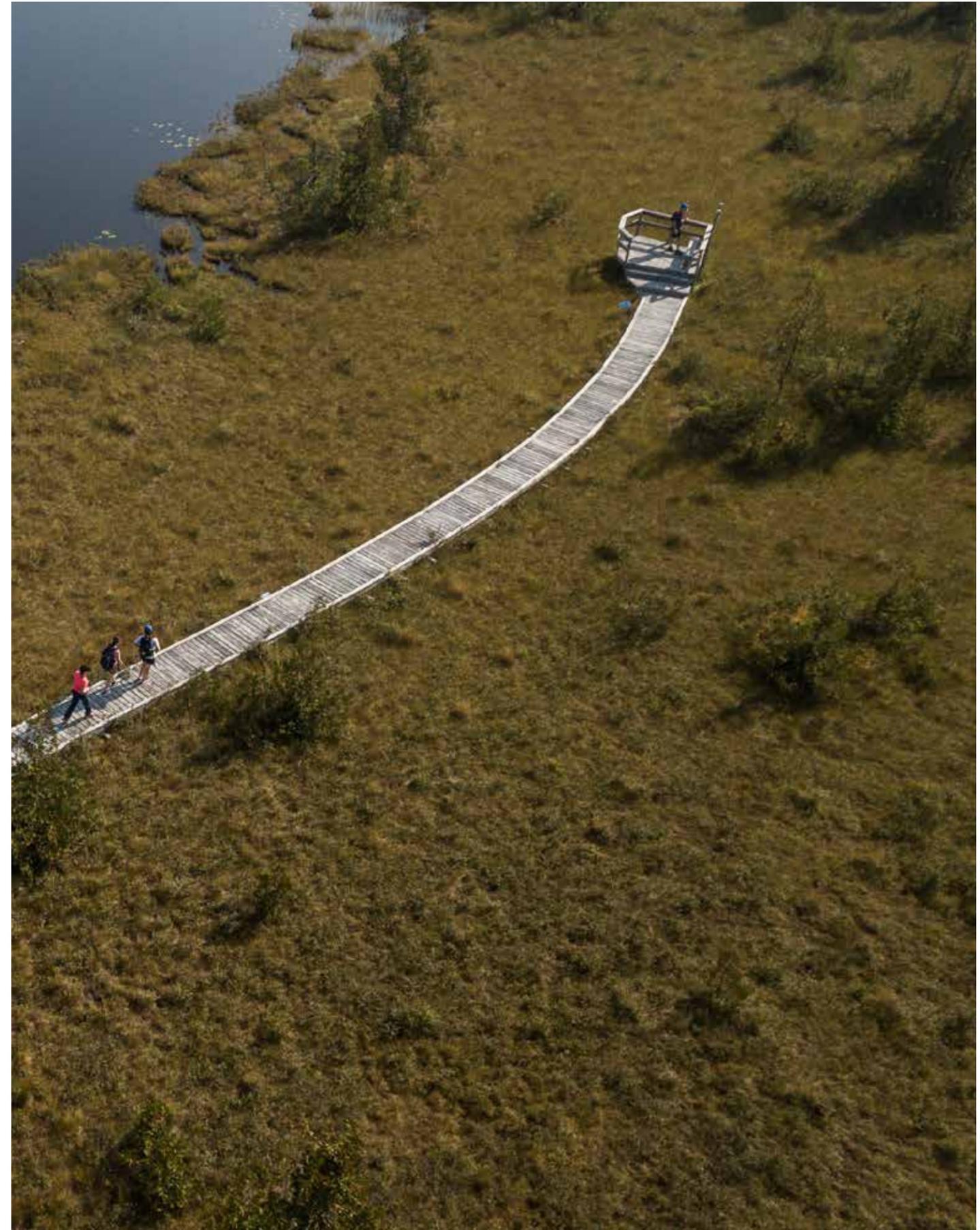
300 St-Jean
Chibougamou (Québec) G9P 0P4
Téléphone: 819-346-2400
Fax: 819-346-2401

Canada

1-877-303-3636

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. Nos membres | 16 |
| 6. Communication | 19 |
| 7. Relation avec le milieu | 26 |
| 8. Développement de l'offre touristique | 34 |
| 9. Accueil et information touristique | 43 |
| 10. Marketing | 47 |
| 11. Bilan de la performance touristique 2024-2025 | 54 |
| 12. Une équipe dynamique et impliquée | 61 |
| 13. États financiers | 65 |



1.

À propos de Tourisme Baie-James

Notre Mission

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

Nos Mandats

- **Concertation régionale** : mobiliser les acteurs et assurer la cohérence des actions ;
- **Structuration de l'industrie touristique** : renforcer les capacités et la mise en réseau des intervenants ;
- **Structuration et développement durable de l'offre** : soutenir la création et l'amélioration d'expériences touristiques responsables et pérennes ;
- **Promotion et commercialisation** : accroître la visibilité et l'attractivité de la destination sur les marchés ciblés ;
- **Accueil, information et signalisation touristique** : offrir aux visiteurs un accompagnement de qualité et faciliter leur parcours sur le territoire.

Notre Vision

Tourisme Baie-James est un **vecteur déterminant** du développement de la destination touristique d'Eeyou Istchee Baie-James. Il est le **porte-étendard du caractère unique** de la destination et d'un **tourisme sécuritaire et responsable**. C'est un **carrefour de ressources** : son soutien contribue au succès des organisations du secteur et au **développement d'une offre touristique diversifiée, durable et innovante**.

Nos Partenaires

Québec 

 ARBJ
Administration régionale Baie-James

 Eeyou Istchee Tourism

 Développement économique Canada pour les régions du Québec / Canada Economic Development for Quebec Regions

 Société de développement de la Baie-James
Québec 

 COTA
COMITÉ OUVRIER ET TOURISME ASSOCIÉS

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 2024-2025.

Plusieurs projets se concrétisent et font même école dans d'autres organisations : VāHumania^{MD} en est un très bon exemple.

Notons également le projet de Géoparc qui, malgré les délais occasionnés par des circonstances hors de notre contrôle (pandémie, feux de forêt, manque de personnel), fait toujours l'objet d'une étude de faisabilité et va bon train.

Afin d'optimiser nos réunions du conseil d'administration, nous avons créé le comité " Éthique et gouvernance ". Le comité des ressources humaines s'est également réuni à quelques occasions en dehors des rencontres du conseil.

Compte tenu de l'installation en cours du réseau cellulaire sur le territoire, il faut bien informer les visiteurs et utilisateurs de la route Billy-Diamond, de la Route du Nord et de la Transtaïga pour qu'ils se déplacent de façon sécuritaire. Il faut aussi s'assurer que ces mêmes utilisateurs aient les bons outils avant d'entreprendre leur périple.

Nous pouvons encore cette année compter sur une forte équipe de membres du conseil d'administration, provenant de tous les horizons, qui nous supportent dans toutes les réalisations. Je tiens à les remercier pour leur implication et dévouement à chacune des réunions.

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

En terminant, je désire remercier tous les acteurs qui nous supportent de près ou de loin dans nos réalisations et contribuent à nos réflexions sur le tourisme.

Pour l'année qui vient, de grands défis et projets nous attendent,

Bonne lecture,

Eric Hamel
Président

Mot de la directrice générale

Isabelle Milord



Chers membres, partenaires et collaborateurs,

C'est avec plaisir que nous vous présentons nos réalisations de l'année 2024-2025. Cette dernière aura été intense et riche en apprentissages. Entre l'arrivée de nouvelles ressources et les départs temporaires de deux collègues en congé de maternité, tout comme entre l'augmentation importante du nombre de projets portés par l'ATR et les obligations croissantes relatives aux exigences gouvernementales, notre équipe a sans cesse dû s'adapter. Cependant, plutôt de nous freiner, ces changements ont incontestablement renforcé notre cohésion et notre capacité à avancer ensemble.

L'année écoulée a démontré, une fois de plus, que le tourisme est un moteur essentiel de développement économique et social pour notre région. Portés par cette conviction, nous avons multiplié les projets et consolidé des partenariats qui façonnent déjà l'avenir de la Baie-James.

Le déploiement de VāHumania^{MD}, ce réseau d'animateurs d'expérience humaine unique au Québec, a été l'un des grands moments de l'année puisqu'il a fait rayonner nos communautés en valorisant notre patrimoine vivant et en suscitant une fierté palpable, ici comme ailleurs. En parallèle, le quasi-achèvement de l'étude de faisabilité du projet de Géoparc mondial UNESCO témoigne de notre volonté de mettre en lumière la richesse exceptionnelle de notre territoire afin de lui donner une portée internationale.

Notre plan stratégique 2024-2029 pour une destination durable, présenté dans plusieurs communautés, a aussi pris son envol. Ces rencontres ont confirmé l'importance d'unir nos forces pour bâtir un tourisme responsable, inclusif et inspirant, tout en restant en phase avec nos valeurs et celles de nos partenaires régionaux.

Sur une note plus personnelle, j'aimerais souligner que cette année fut une grande source de dépassement et de résilience. Je tiens aussi à exprimer toute mon admiration et ma reconnaissance envers mes collègues, véritables artisans de nos réussites, puisque derrière chacune de nos réalisations se trouve une équipe passionnée, curieuse et dévouée dont l'engagement, la créativité et l'humanité demeurent la pierre angulaire de notre action. J'adresse aussi mes remerciements aux administrateurs, toujours présents malgré leurs nombreux engagements, ainsi qu'à nos membres et partenaires, qui croient en nos orientations et nous accompagnent avec confiance dans cette belle aventure collective.

Ensemble, nous faisons grandir Eeyou Istchee Baie-James comme une destination accueillante et vibrante, où le tourisme représente bien plus qu'une activité économique : c'est un vecteur de fierté, de vitalité et de prospérité pour nos communautés.

Avec gratitude et enthousiasme, je vous laisse maintenant plonger dans les réalisations de l'équipe.

Isabelle Milord
Directrice générale

4.

Gouvernance et gestion

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

Avec le soutien de l'Institut sur la gouvernance d'organisations privées et publiques (IGOPP), une actualisation des règlements généraux a été présentée et approuvée par les membres de l'ATR lors de l'Assemblée générale annuelle tenue en septembre 2024. Une seconde phase de révision est en cours afin d'optimiser l'efficacité de l'ATR dans son développement. La mise à jour du cadre de gouvernance permettra à l'ATR d'être agile pour remplir sa mission, d'assurer une utilisation optimale des fonds qui lui sont confiés, ainsi que de maintenir des standards élevés en matière de transparence et d'intégrité.

Mise en conformité avec la Loi 25 sur la protection des renseignements personnels

Afin d'assurer la conformité de Tourisme Baie-James à la **Loi modernisant des dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels (Loi 25)**, une ressource a été embauchée et mandatée pour coordonner l'ensemble du processus, avec l'aide de la firme Therrien, Couture, Jolicoeur. Cette démarche a permis de structurer les actions nécessaires et de mettre en place des pratiques durables en matière de protection des renseignements personnels.

- Cartographie des renseignements personnels collectés et utilisés ;
- Adoption de politiques de confidentialité, sécurité et gestion des incidents ;
- Mise en place d'un registre et d'un plan de réponse aux incidents ;
- Formation et sensibilisation du personnel à la Loi 25.

Mouvement et recrutement de personnel et structure de l'organisation

Le nombre grandissant de projets a insufflé un véritable élan à Tourisme Baie-James. Trois nouvelles ressources se sont jointes à l'équipe au cours de l'année, apportant des talents et de l'expertise qui viennent renforcer notre capacité à réaliser nos initiatives et à faire rayonner la région. En parallèle, deux ressources sont en congé parental depuis juillet 2024, une situation qui témoigne à la fois du dynamisme de notre équipe et de la nécessité d'adaptation dans notre organisation.

Pour soutenir cette croissance et continuer d'avancer avec ambition, le recrutement d'une direction générale adjointe est envisagé. Cette ressource stratégique contribuera à consolider nos forces et à donner encore plus d'élan à nos projets. L'innovation, la créativité et la collaboration demeurent au cœur de notre action collective pour bâtir, ensemble, un tourisme durable et inspirant pour toute la région.

Tournée de présentation du Plan d'action stratégique pour une destination durable 2024-2029

En continuité avec le travail amorcé en 2022 dans le cadre de l'implantation du Système de mesure de l'excellence de la destination (SMED), Tourisme Baie-James a finalisé en mars 2024 sa planification stratégique 2024-2029 pour une destination durable. Au cours de l'année 2024-2025, **son plan d'action stratégique 2024-2029 pour une destination durable** a été présenté à plusieurs communautés de la région, notamment à Radisson, Matagami et Lebel-sur-Quévillon en avril 2024, puis à Villebois et Valcanton en janvier 2025. Ces rencontres ont été l'occasion d'échanger avec les participants, de répondre à leurs questions, de recueillir leurs commentaires et de renforcer les liens avec les communautés locales. Elles ont permis de rassembler tout près d'une cinquantaine de participants engagés, démontrant un fort intérêt et une mobilisation autour du développement d'un tourisme durable et responsable pour la Baie-James. Des enjeux de main-d'œuvre ont retardé la présentation du plan à Chibougamau et Chapais.

Le plan stratégique, à la fois ambitieux et innovant, constitue désormais un **outil d'encadrement essentiel** qui guide les actions de Tourisme Baie-James, **assure la cohérence des efforts** et permet de **garder le cap sur les priorités collectives** établies avec les acteurs du milieu.



Lebel-sur-Quévillon



Matagami



Villebois et Valcanton

Renforcement des compétences : Un pas de plus vers le développement durable et l'innovation !

Parcours DD offert par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

En février 2024, les responsables en développement durable des ATR du Québec ont suivi une formation en développement durable sous forme de capsules virtuelles. Ils ont ensuite participé à un accompagnement de plus de dix mois combinant **codéveloppement collectif** et **coaching individualisé**. Ce parcours leur a permis d'explorer des enjeux liés au tourisme responsable et durable, d'élaborer des pistes d'action concrètes et de bénéficier de l'expertise d'intervenants spécialisés.

Chaque organisation devait, au terme de la démarche, produire un plan d'action en plusieurs étapes : une version préliminaire issue des ateliers, une première version finale sur une thématique choisie, puis un plan d'action final intégrant trois thématiques. Malgré le fait que nous n'ayons pas été en mesure de déposer un plan d'action complet par manque de ressource, cette démarche a contribué à consolider l'engagement de l'ATR envers le développement durable et responsable.



Démarche de développement durable avec GreenStep

Au cours de l'année, l'équipe de Tourisme Baie-James a amorcé une démarche structurante en développement durable en suivant une formation offerte en collaboration avec Association crie de pourvoirie et de tourisme (COTA) et GreenStep. Cette étape visait à doter notre organisation d'un langage commun, de connaissances solides et d'outils pratiques afin **d'intégrer la durabilité au cœur de nos actions**.

Objectifs de la formation :

- Comprendre les concepts fondamentaux du tourisme durable et des objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies ;
- Évaluer notre performance de départ en matière de durabilité grâce à une auto-évaluation alignée sur les normes internationales (GSTC) ;
- Définir des objectifs clairs et des indicateurs de performance pour élaborer un plan d'action concret ;
- Développer de bonnes pratiques de communication afin de valoriser nos engagements tout en évitant l'écoblanchiment.

Bénéfices pour l'ATR et ses membres

Cette formation représente un levier majeur pour positionner Tourisme Baie-James comme modèle de destination responsable. En renforçant nos compétences internes, nous serons en mesure :

- d'intégrer progressivement des pratiques plus durables dans nos opérations et projets ;
- d'accompagner nos membres vers des actions concrètes et réalistes en matière de durabilité ;
- de répondre aux attentes croissantes des voyageurs et partenaires pour des expériences responsables ;
- de créer des retombées positives sur le plan économique, social et environnemental, en particulier dans le contexte nordique de notre région.

En s'engageant activement dans cette démarche, Tourisme Baie-James souhaite montrer l'exemple et inspirer ses membres à emboîter le pas, afin de bâtir collectivement une offre touristique plus résiliente, innovante et respectueuse des générations futures.

Formation de Conseiller.ère.s en innovation du Québec-Niveau 1

Au printemps 2024, deux membres de l'équipe de Tourisme Baie-James ont complété avec succès le **Programme d'attestation Niveau 1 de Conseiller.ère.s en innovation du Québec**, offert grâce à un partenariat entre le ministère du Tourisme et le Conseil de l'innovation du Québec. Cette formation en ligne de 40 heures, financée en partie par Services Québec, leur a permis d'acquérir des outils concrets pour mieux accompagner les entreprises du territoire dans leurs démarches d'innovation : reconnaissance et qualification de projets, analyse des besoins des dirigeants et orientation vers les ressources et programmes appropriés.

En plus de l'attestation officielle, les participants bénéficient désormais d'un accès exclusif à **AccèsPro**, une plateforme regroupant l'ensemble des ressources en innovation du Québec et offrant des opportunités de maillage et de partage d'expertise. Cette montée en compétence vient renforcer la capacité de Tourisme Baie-James à soutenir les entreprises locales, dynamiser l'offre touristique régionale et encourager une culture d'innovation durable.

Développement organisationnel et accompagnement

En 2025, Tourisme Baie-James a amorcé la démarche Oriance, un service novateur conçu par **Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean**. Cette démarche vise à améliorer la performance des destinations, un entrepreneur à la fois, en plaçant l'humain au cœur des interventions.

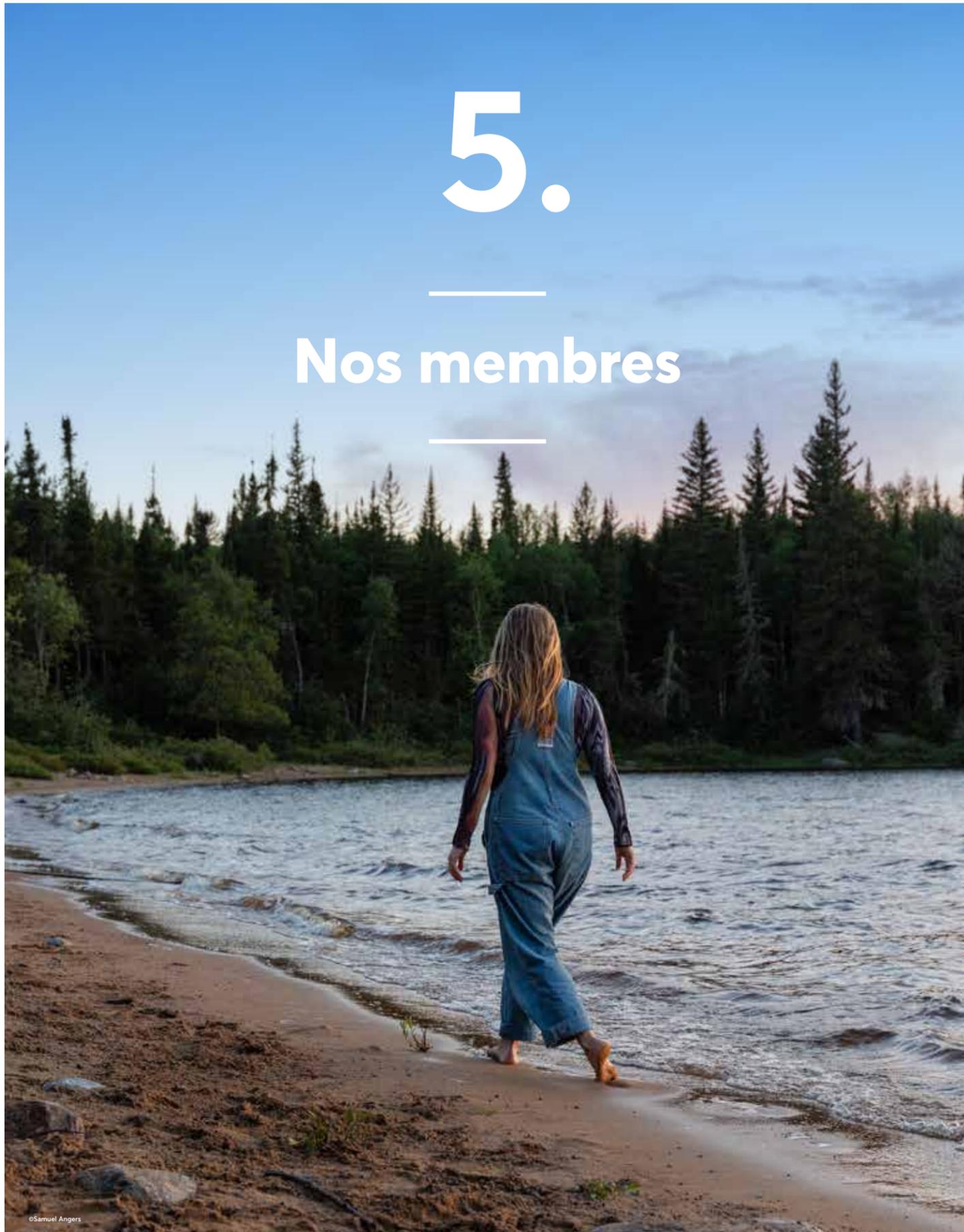
Deux employés de Tourisme Baie-James recevront une formation spécialisée afin d'accompagner les entreprises régionales à travers des diagnostics structurés, des plans d'action personnalisés et l'utilisation d'un tableau de bord interactif pour assurer le suivi et la mesure des résultats.

La méthodologie **Oriance** s'appuie sur des outils éprouvés tels que le profil psychométrique MPO, l'analyse des talents et compétences, ainsi que l'Indice Wow! permettant d'évaluer la qualité de l'expérience client.

En développant cette expertise à l'interne, Tourisme Baie-James contribue à une **amélioration durable de la performance de la destination** et à la **vitalité de l'écosystème touristique régional**.

5.

Nos membres



Assemblée générale annuelle 2024



Le 17 septembre 2024, Tourisme Baie-James a tenu sa 22^e assemblée générale à Chapais, avec une participation à la fois en présentiel et en visioconférence. Lors de cet événement, le rapport annuel de l'ATR a été présenté, mettant en avant la performance touristique de la région. Plusieurs projets ont été soulignés, notamment dans les domaines de la concertation, des services aux membres, de la communication, du marketing, de l'accueil et du développement de l'offre touristique.

L'assemblée générale annuelle est un moment clé pour les membres, leur permettant de découvrir les réalisations de l'organisation au cours de l'année écoulée et d'en apprendre davantage sur les projets en cours. Lors de cette réunion, 12 membres et 8 observateurs étaient présents.

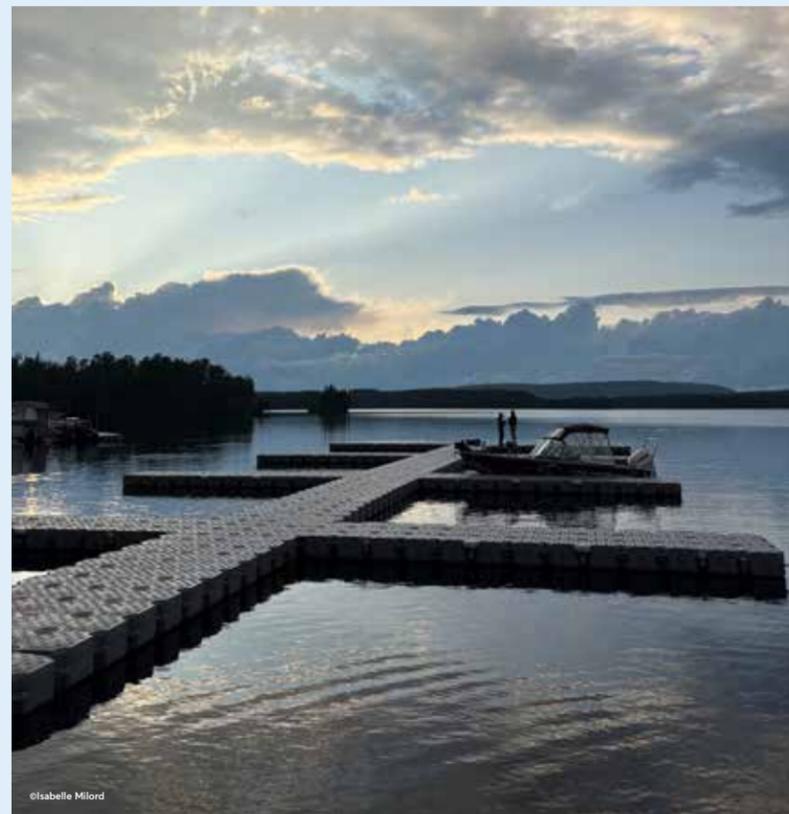
Le portrait de l'adhésion

Chers membres... ensemble pour un avenir meilleur

Près d'une centaine de membres ont renouvelé leur engagement auprès de Tourisme Baie-James. Issus de tous les coins du territoire et représentés à travers l'ensemble des collèges électoraux, ils partagent une même passion : contribuer au rayonnement de la région d'Eeyou Istchee Baie-James. Par la qualité de leur accueil, la richesse de leurs services et le dynamisme de leur offre touristique, ces membres — tout comme vous — font de notre région une destination exceptionnelle.

Répartition par collège électoral

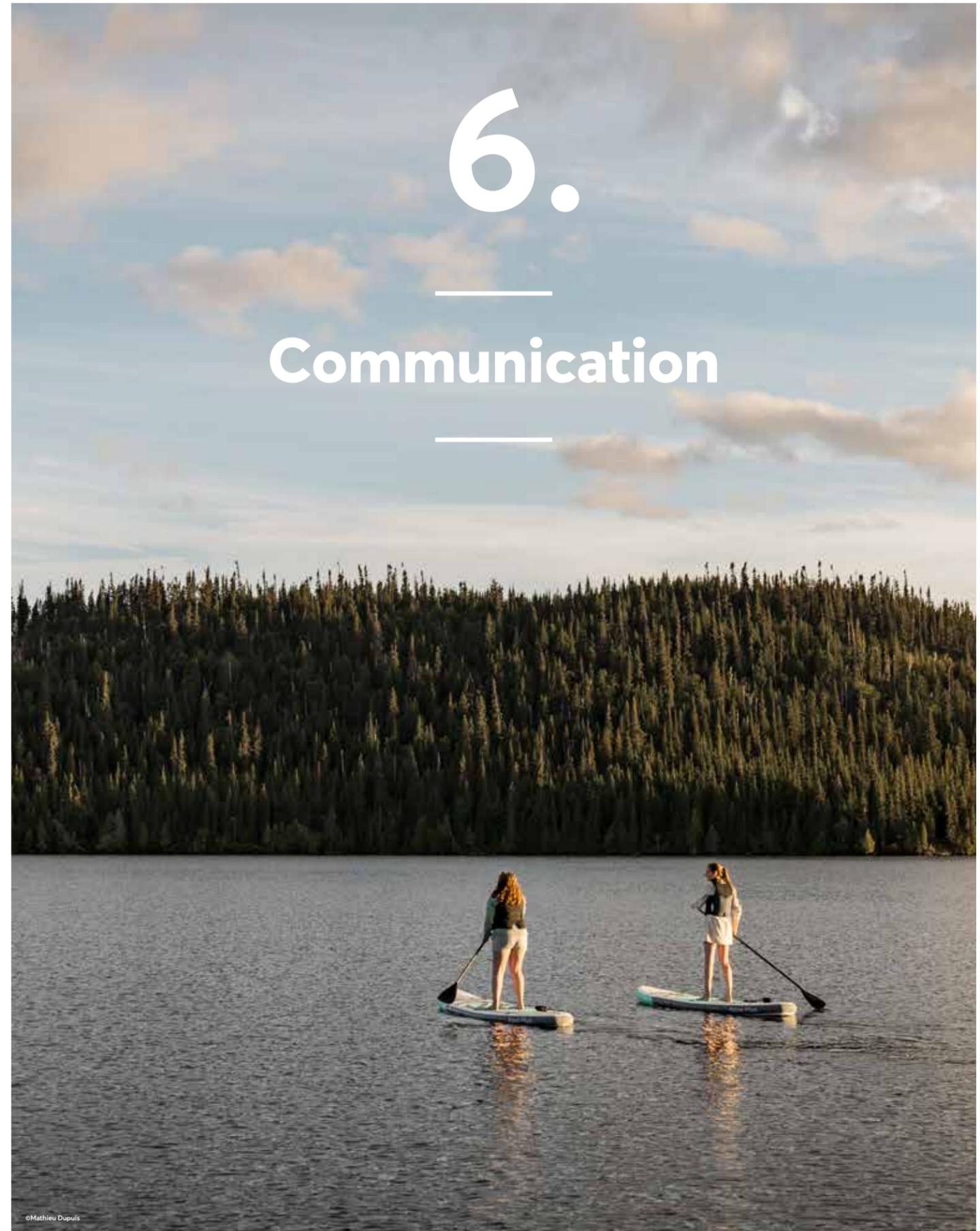
| Membres | 2023-2024 | 2024-2025 |
|---|-----------|-----------|
| Attrait, événement, festival | 6 | 6 |
| Aventure, plein air, écotourisme | 4 | 4 |
| Camping | 6 | 4 |
| Entreprise de services touristiques | 12 | 11 |
| Entreprise publique, parapublique, OBNL | 15 | 16 |
| Hôtellerie | 19 | 20 |
| Restauration | 7 | 5 |
| Membre individuel | 12 | 12 |
| Motoneige, quad | 5 | 5 |
| Municipalité, localité et agglomération | 8 | 8 |
| Pourvoirie | 1 | 1 |
| Membre associé/hors région | 3 | 3 |
| Total | 98 | 95 |



©Isabelle Milord

6.

Communication



©Mathieu Dupuis

Achalandage du site corporatif

On constate une hausse de 27,1 % du nombre de visites indiquant que le site attire davantage de trafic global. Cette augmentation pourrait être liée à l'intérêt suscité par le projet VāHumana^{MD}, lancé il y a deux ans. Le nombre de visiteurs total a toutefois chuté drastiquement (-34,8%), mais en contrepartie, les nouveaux visiteurs sont au rendez-vous avec une hausse de 28 %, ce qui démontre une meilleure attractivité pour de nouvelles audiences. De plus, les visiteurs récurrents ont progressé de 22,2 % ce qui confirme une fidélisation accrue. Les pages consultées ont subi une croissance notable de 36 %, mais une légère baisse du nombre de pages visitées par visite indique une navigation plus rapide ou une recherche d'information plus ciblée.

On peut conclure qu'il y a moins de visiteurs uniques, mais que ceux-ci sont plus engagés, visitent plus souvent et consultent davantage de contenu. Le site devient un outil de référence pour une base d'utilisateurs plus restreinte mais fidèle.

Par ailleurs, la hausse significative du nombre de publications sur la page Facebook corporative s'explique par la tenue de plusieurs événements de présentation de la planification stratégique.

En ce qui concerne la provenance, le Québec montre une nette progression de 22,8 %, avec 68,1 % de l'audience, confirmant une forte portée locale et provinciale. Les autres provinces canadiennes ainsi que les États-Unis affichent des hausses significatives, soit respectivement 18,2 % et 31,9% que l'Europe a diminué considérablement. Il semble y avoir un repositionnement du trafic vers un public beaucoup plus local et nord-américain, au détriment des marchés européens.

Enfin, bien que l'entrée en vigueur de la Loi 25 limite désormais la collecte de données sociodémographiques telles que l'âge et le genre, une croissance du nombre d'individus ayant partagé ces informations a été observée.



Nombre total de visiteurs
- 34,8 %

Nombre total de visites
+ 27,1 %

Nouveaux visiteurs
+ 28 %

Site internet corporatif

1^{er} avril au 31 mars 2023-2024 2024-2025 Variation %

| | 2023-2024 | 2024-2025 | Variation % |
|---|-----------|-----------|---------------|
| Nombre de visites | 6 845 | 8 700 | 27,1 |
| Nombre total de visiteurs | 5 062 | 3 300 | - 34,8 |
| Nouveaux visiteurs | 2 500 | 3 200 | 28,0 |
| Visiteurs récurrents | 2 700 | 3 300 | 22,2 |
| Nombre de pages consultées | 13 969 | 19 000 | 36,0 |
| Nombre moyen de pages consultées par visite | 2,5 | 2 | - 2,0 |

Provenance géographique (%) des visiteurs du site

| | 2023-2024 | 2024-2025 | Variation % |
|--------------|-----------|-----------|---------------|
| Québec | 55,45 | 68,12 | 22,8 |
| Ontario | 11,67 | 11,33 | - 2,9 |
| Canada autre | 0,30 | 5,75 | 1816,0 |
| États-Unis | 7,72 | 10,18 | 31,9 |
| Europe | 21,95 | 2,71 | - 87,7 |
| Autres | 2,91 | 2,91 | 0,0 |

Profil démographique (%) des visiteurs du site

| | 2023-2024 | 2024-2025 | Variation % |
|---------------|-----------|-----------|---------------|
| Hommes | 9,85 | 14,39 | 46,1 |
| Femmes | 14,74 | 21,05 | 42,8 |
| Genre inconnu | 75,41 | 63,50 | - 15,8 |
| 18—24 ans | 2,77 | 5,68 | 105,1 |
| 25—34 ans | 5,43 | 7,63 | 40,5 |
| 35—44 ans | 4,78 | 5,35 | 11,9 |
| 45—54 ans | 4,70 | 7,87 | 67,5 |
| 55—64 ans | 3,23 | 4,03 | 24,8 |
| 65 ans et + | 3,15 | 3,78 | 20,0 |
| Age inconnu | 75,94 | 65,08 | - 14,3 |

Facebook corporatif

1^{er} avril au 31 mars 2023-2024 2024-2025 Variation %

| | 2023-2024 | 2024-2025 | Variation % |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Mentions J'aime au 31 mars | 1 256 | 1 337 | 6,5 |
| Nombre de publications au 31 mars | 47 | 61 | 29,8 |

Facebook membre entreprise (groupe privé)

1^{er} avril au 31 mars 2023-2024 2024-2025 Variation %

| | 2023-2024 | 2024-2025 | Variation % |
|-----------------------------------|-----------|-----------|---------------|
| Mentions J'aime au 31 mars | 44 | 38 | - 13,6 |
| Nombre de publications au 31 mars | 15 | 9 | - 40,0 |

Outils de communication

Infolettre membre

| | 2023-2024 | 2024-2025 | Variation % |
|-------------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Nombre d'abonnés | 142 | 155 | 9,2 |
| Taux moyen d'ouverture | 59,5 % | 59,9 % | 0,4 |
| Nombre d'infolettres envoyées | 21 | 14 | -0,3 |

Communiqués de presse 2024-2025

8 communiqués de presse ont été publiés.

- **11-04-2024** - Lancement de la campagne touristique estivale d'Eeyou Istchee Baie-James
- **30-05-2024** - Changements importants dans le programme de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025 de la Baie-James et lancement du dernier appel de projets.
- **13-06-2024** - Avis de nomination – Chargée de projet marketing
- **09-08-2024** - Avis de nomination – Adjointe administrative
- **09-08-2024** - Avis de nomination – Chargé de projet développement
- **09-08-2024** - Avis de nomination – Chargée de projet services aux membres
- **17-03-2024** - Sortie du guide touristique officiel 2025-2026 d'Eeyou Istchee Baie-James



Revue de presse 2024-2025

| DATE | TITRE DU TEXTE | JOURNAL |
|------------------------------|---|---------------|
| Le 2 avril 2024 | Une 4 ^e cohorte de l'Incubateur-accélérateur nordique lancée en septembre prochain | La Sentinelle |
| Le 9 avril 2024 | Curieuse histoire, la route des Conquérants | La Sentinelle |
| Le 4 juin 2024 | Développer un tourisme d'appartenance envers les communautés... et attirer de futurs résidents | La Sentinelle |
| Le 4 juin 2024 | Le projet VāHumania ^{MD} de Tourisme Baie-James permet des partages d'expériences enrichissantes | La Sentinelle |
| Le 24 juin 2024 | L'ARBJ considère comme inacceptable le budget consenti au Nord-du-Québec | La Sentinelle |
| Le 2 juillet 2024 | Tourisme Baie-James et le Nord-du-Québec attendent de nombreux visiteurs cet été | La Sentinelle |
| Le 16 juillet 2024 | Quoi faire cet été dans la région d'Eeyou Istchee Baie-James | La Sentinelle |
| Le 16 juillet 2024 | Quoi faire cet été à Chibougamau et Chapais | La Sentinelle |
| Le 20 août 2024 | Conseils utiles - Un roadtrip dans le Nord-du-Québec, ça vous tente ? | La Sentinelle |
| Le 20 août 2024 | L'équipe de Tourisme Baie-James s'agrandit | La Sentinelle |
| Le 27 août 2024 | VāHumania ^{MD} | La Sentinelle |
| Le 24 septembre 2024 | Une année marquée par la résilience de l'industrie touristique du Nord-du-Québec | La Sentinelle |
| Décembre 2024 - Janvier 2025 | Eeyou Istchee Baie-James - Un territoire aux milles possibilités | Le Jamésien |

Entrevues médias 2024-2025

23 mai 2024

CHEF 99 Radio Matagami. Les défis rencontrés dans le développement touristique de la région.

30 juillet 2024

CHEF 99 Radio Matagami. Préviation touristiques pour l'été 2024.

10 septembre 2024

Planète Radio 93.5. VâHumania^{MD} – lancement des inscriptions pour des activités Chibougamau-Chapais.

18 décembre 2024

CHEF 99 Radio Matagami. Programme d'accès aérien aux régions (PAAR).

13 mars 2025

CHEF 99 Radio Matagami. Implication de Tourisme Baie-James dans le projet d'émission "Saveurs : à la rencontre des cuisines autochtones"

Amélioration continue des compétences en communication publique

Dans une optique d'amélioration continue, la directrice générale de Tourisme Baie-James a suivi en 2024 une **formation spécialisée de porte-parole** offerte par la firme TACT en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec. Cette formation visait à renforcer les habiletés en communication publique.

Grâce à cet apprentissage, Tourisme Baie-James consolide sa capacité à **représenter la région avec crédibilité et authenticité** dans l'espace public, en s'assurant que ses prises de parole reflètent à la fois les enjeux du milieu et les valeurs de l'organisation.



©Alison Caron-Lachance

Programme de commandites 2024-2025

Une contribution stratégique au dynamisme touristique régional

Tourisme Baie-James accorde une importance particulière à l'attribution de commandites, qui permet non seulement de soutenir les initiatives d'organismes locaux, mais aussi d'associer son image à des projets porteurs et inspirants pour la région.

L'analyse des demandes est assurée par un comité composé d'un membre du conseil d'administration, de la directrice générale et de collaborateurs de l'équipe, garantissant ainsi un traitement équitable et rigoureux de chaque dossier. Les critères de sélection sont clairement établis dans la politique de commandites.

Cette année, **18 450 \$** ont été investis afin d'appuyer des événements touristiques qui contribuent à faire rayonner la région.

Voici les bénéficiaires du programme de commandites pour l'année écoulée :

- Festival en août (ville de Chibougamau) ;
- Tournoi de quilles invitation interrégional (Salle de quilles Bolorama) ;
- Festival du doré Baie-James ;
- Le Salon des Arts en Nord (Les Arts en Nord) ;
- Défi Polaire Baie-James ;
- Festival Folifrets Baie-James ;
- Défi OSEntreprendre Nord-du-Québec (SADC Chibougamau-Chapais) ;
- Club motoneige de Chapais ;
- 50^e anniversaire de Radisson ;
- Festival du cheval de la Baie-James (Mont Fenouillet à cheval - Villebois).



Festival du cheval de la Baie-James



50^e anniversaire de Radisson

7.

Relation avec le milieu

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 et provinciale, Tourisme, Tourisme Baie-James s'implique dans divers comités provinciaux, régionaux et locaux ainsi qu'avec des tables de concertation et certains conseils d'administration.

Concertation régionale et provinciale

| Comités et tables | Porteur |
|---|---|
| Provinciaux | |
| Conférence des directeurs généraux des ATR et ATS | Alliance de l'industrie touristique du Québec |
| Table des directeurs marketing | Alliance de l'industrie touristique du Québec |
| Comité de travail pour le renouvellement des ententes ATR | Alliance de l'industrie touristique du Québec |
| Table de développement | Alliance de l'industrie touristique du Québec |
| Comité de pratique en intelligence d'affaires | Ministère du Tourisme |
| Comité de pratique en intelligence artificielle et tourisme | Alliance de l'industrie touristique du Québec |
| Parcours en développement durable (DD) | LLio - Laboratoire en innovation ouverte |
| Commission des partenaires (AT) | Conseil québécois des ressources humaines en tourisme |
| Réseau de Conseiller.ère.s en innovation du Québec | Conseil de l'innovation du Québec |
| Régionaux | |
| Comité de gestion de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) de la Baie-James 2022-2025 | Tourisme Baie-James |
| Comité des officiers de tourisme des communautés autochtones | Tourisme Eeyou Istchee |
| Conseil régional des partenaires du marché du travail | Services Québec |
| Table culturelle nordique | Administration régionale Baie-James |

Concertation locale et participation à des événements

| Comités et tables | Porteur |
|---|--|
| locaux | |
| Table de gestion intégrée des ressources et du territoire (Table GIRT) de Chibougamau-Chapais | Gouvernement régional d'Eeyou Istchee Baie-James |
| Participation des événements | |
| Gueuletons touristiques tendance 2024 | Réseau de veille en tourisme |
| En marche vers la relance d'Attraction Baie-James | |
| Congrès international du Tourisme autochtone (CITA) 2025 | Association touristique autochtone du Canada |
| Assises du tourisme 2024 | Ministère du Tourisme |
| Grande conférence des partenaires | Ministère du Tourisme |



©Habelle Milord

Représentation

Tout au long de l'année, Tourisme Baie-James s'est impliqué activement afin de représenter les intérêts de ses membres et de défendre les dossiers majeurs qui façonnent l'avenir touristique de la région, en collaboration avec ses partenaires régionaux et provinciaux.

Fermeture du sentier de motoneige fédéré T-93

À l'hiver 2024-2025, le sentier fédéré T-93 a dû être fermé en raison de l'interdiction d'accès à un pont jugé non sécuritaire. Cette situation a eu des répercussions importantes pour la région, puisque ce sentier interrégional constitue un lien stratégique entre la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean et d'Eeyou Istchee Baie-James.

La fermeture a limité l'accessibilité de la région pour la clientèle motoneigiste en provenance du sud, réduisant la fluidité des circuits interrégionaux et affaiblissant l'attrait de la région comme destination hivernale. Les impacts se sont fait sentir sur :

- la fréquentation touristique, notamment une baisse anticipée des séjours liés à la motoneige ;
- les retombées économiques, avec des effets directs sur l'hébergement, la restauration et les services de proximité ;
- l'image de la destination, le maintien de la connectivité interrégionale étant un facteur clé pour fidéliser la clientèle.

Consciente des enjeux pour l'industrie touristique, Tourisme Baie-James a effectué des représentations auprès de différents intervenants afin de trouver des solutions durables. Des rencontres ont également eu lieu avec le Club d'auto-neige de Chibougamau, dans une volonté de collaboration pour assurer la continuité et la sécurité du réseau de sentiers.

Cette situation met en lumière l'importance d'investir dans l'entretien et la pérennité des infrastructures de sentiers, afin de préserver la vitalité du tourisme hivernal et le rôle de la région d'Eeyou Istchee Baie-James comme porte d'entrée nordique pour les adeptes de motoneige.



©Dany Vachon

Inauguration de la turbine numéro 9 à Radisson

Le 26 juillet 2024, Tourisme Baie-James a pris part à l'inauguration de la **turbine numéro 9 de la centrale Robert-Bourassa (LG2)**, un événement marquant organisé dans le cadre des festivités du 50e anniversaire de Radisson. Cette célébration a réuni dignitaires, partenaires et citoyens autour d'un programme alliant cérémonie officielle, activités familiales et conférences sur l'histoire hydroélectrique du territoire.

Pour Tourisme Baie-James, cette inauguration revêt une signification particulière. Le complexe LG-2 n'est pas seulement une prouesse technologique, mais aussi une **attraction phare pour les visiteurs de la région**, qui s'émerveillent chaque année devant l'ingéniosité humaine et la beauté naturelle qui l'entoure. L'ajout de la turbine numéro 9 permet de mettre en lumière ce **patrimoine industriel exceptionnel**, de bonifier l'offre touristique et de renforcer le sentiment d'appartenance à la région.

Symbole puissant, cette roue de turbine – qui a fait partie de la centrale la plus puissante au monde et qui a apporté de la lumière dans les foyers du Québec pendant plus de 40 ans – devient désormais un **monument patrimonial emblématique**. Elle reflète à la fois la ténacité et la force des gens de Radisson. Tourisme Baie-James est fière d'intégrer ce nouvel élément aux attraits de la destination d'Eeyou Istchee Baie-James et de contribuer à sa mise en valeur auprès des visiteurs d'ici et d'ailleurs.



Partenariats

Partenaire du développement collectif

En 2024, Tourisme Baie-James a renouvelé son adhésion au Pôle jamésien d'économie sociale (PJÉS) dont la mission est le développement de l'économie sociale à la Baie-James. Cette affiliation nous connecte à un réseau régional d'entreprises engagées et nous donne accès à des services spécialisés, tout en renforçant notre visibilité.

Un geste concret pour appuyer une économie durable, diversifiée et tournée vers la collectivité.

Rôles et responsabilités dans l'application des règles d'hébergement

Dans le cadre de ses actions de sensibilisation, Tourisme Baie-James a invité le Ministère du Tourisme et Revenu Québec à présenter leurs rôles et responsabilités aux villes et localités de la Baie-James. L'objectif de cette démarche était d'outiller les acteurs locaux afin qu'ils puissent s'assurer du respect des règles concernant l'hébergement touristique par les citoyens et les entreprises.

Le Ministère du Tourisme

- Responsable de l'encadrement réglementaire et de la délivrance des certificats d'enregistrement obligatoires ;
- Établit les normes de conformité, de sécurité et de qualité des établissements d'hébergement ;
- Joue un rôle d'information et de soutien auprès des exploitants et des partenaires régionaux.

Revenu Québec

- Responsable de la perception et de la gestion de la taxe sur l'hébergement (TSH) ;
- Veille au respect des obligations fiscales et contribue à l'équité du marché en s'assurant que tous les exploitants, y compris ceux sur plateformes numériques, respectent leurs obligations ;
- Collabore avec le MTO et les associations touristiques pour renforcer la conformité sur le terrain.

La taxe sur l'hébergement représente l'une des principales sources de financement de l'ATR pour soutenir le développement touristique de la région. Il est donc essentiel de sensibiliser les acteurs locaux à l'importance de son application et de son respect, afin que ces revenus puissent continuer de bénéficier aux communautés et aux projets structurants du territoire.

Partenariat avec Événements Attractions Québec

En juillet 2024, Tourisme Baie-James a eu l'honneur d'accueillir **François-G. Chevrier, directeur général d'Événements Attractions Québec (ÉAQ)**, dans le cadre d'une visite à Chibougamau et Chapais. Cette opportunité a permis de riches échanges sur les défis et enjeux des festivals et attractions du Nord-du-Québec, en plus de faire découvrir à François plusieurs expériences locales et de lui permettre de rencontrer divers intervenants touristiques de la région, dont **BoreA DécouVERTE, Chibougamau Aventure, la Microbrasserie Maître Renard, la Société d'histoire de la Baie-James, le Sentier du bonheur et le Parc National Nibiischii.**

Point culminant de son passage, François a également prononcé un discours lors de la soirée d'ouverture du **Festival du doré Baie-James** à Chapais, où il a salué la passion et le dynamisme des organisateurs ainsi que le potentiel immense de ce festival qui contribue au rayonnement de la région. Son témoignage enthousiaste sur l'accueil chaleureux, la richesse du patrimoine, l'innovation des entreprises locales et la beauté naturelle du territoire illustre l'importance de poursuivre un travail collectif pour développer et promouvoir le Nord-du-Québec.

Tourisme Baie-James est reconnaissante de pouvoir compter sur un partenaire de choix comme ÉAQ pour appuyer et propulser les acteurs touristiques de la région, et remercie sincèrement François pour sa générosité, son expertise et son engagement.

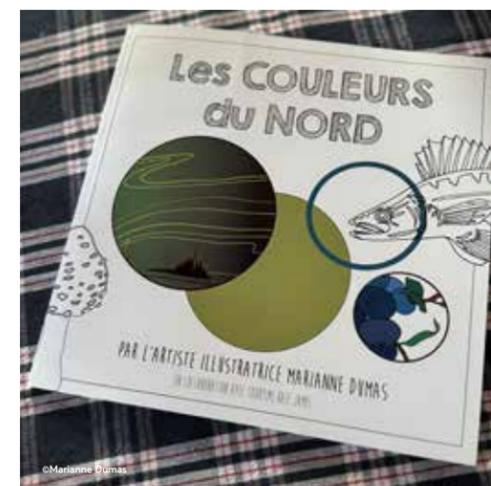


Cahier à colorier *Les Couleurs du Nord de Marianne Dumas*

Cette année, Tourisme Baie-James a collaboré à la réalisation d'un cahier à colorier mettant en valeur les attraits touristiques, culturels et naturels de la région d'Eeyou Istchee Baie-James. Développé par **Marianne Dumas, artiste de la Baie-James**, et avec l'appui de FaunENord, ce projet a permis de créer 32 illustrations originales accompagnées de contenus pédagogiques accessibles par codes QR. Une attention particulière a été portée à la représentativité de la communauté crie et à l'intégration d'éléments éducatifs favorisant la découverte de notre territoire.

Au total, 485 exemplaires ont été distribués gratuitement dans les écoles de la région, accompagnés d'activités pédagogiques et d'un lancement virtuel interactif qui a également inclus une médiation culturelle animée par l'artiste. L'initiative a suscité fierté et engagement chez les jeunes, qui ont pu voir leur territoire d'un oeil neuf.

Grâce à ce projet créatif et éducatif, Tourisme Baie-James a contribué à renforcer le sentiment d'appartenance des jeunes et à les outiller pour devenir des ambassadeurs de ce territoire. Le cahier constitue également un levier de promotion durable pour la région, notamment par des initiatives de diffusion sur les médias sociaux sous le thème *Les Couleurs du Nord*.



8.

Développement de l'offre touristique



Bilan de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025

L'EPRTNT 2022-2025, conclue entre le ministère du Tourisme (MTO), Tourisme Baie-James, l'Administration régionale Baie-James (ARBJ) et la Société de développement de la Baie-James (SDBJ), constitue le principal levier financier de développement touristique régional. Elle vise à stimuler et structurer l'offre touristique, encourager l'innovation et soutenir la transition vers un tourisme durable.

Objectifs

- Stimuler l'économie régionale par le maintien et le renouvellement d'une offre de qualité ;
- Développer des créneaux originaux et innovants ;
- Favoriser une offre touristique complémentaire, durable et distinctive.

| Bailleurs de fonds | 2022-2023 | 2023-2024 | 2024-2025 | Total | Répartition |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|--------------|
| MTO | 143 500 \$ | 143 500 \$ | 143 500 \$ | 445 000 \$ | 41,4 % |
| TBJ | 100 000 \$ | 100 000 \$ | 100 000 \$ | 300 000 \$ | 27,9 % |
| SDBJ* | 25 000 \$ | 70 000 \$ | 25 000 \$ | 120 000 \$ | 11,2 % |
| ARBJ | 70 000 \$ | 70 000 \$ | 70 000 \$ | 210 000 \$ | 19,5 % |
| Total | 338 500 \$ | 383 500 \$ | 353 000 \$ | 1 075 000 \$ | 100 % |

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

Le placement des montants reçus des partenaires a généré des revenus d'intérêts de 14 002 \$ qui ont été injectés dans l'enveloppe de financement des projets.

En tout, 4 appels de projets ont été réalisés afin de soutenir des projets porteurs pour le développement touristique de la région et qui seront bénéfiques pour les populations qui habitent le territoire.

| | |
|---------------------------|----|
| Nombre de projets reçus | 17 |
| Nombre de projet soutenus | 10 |

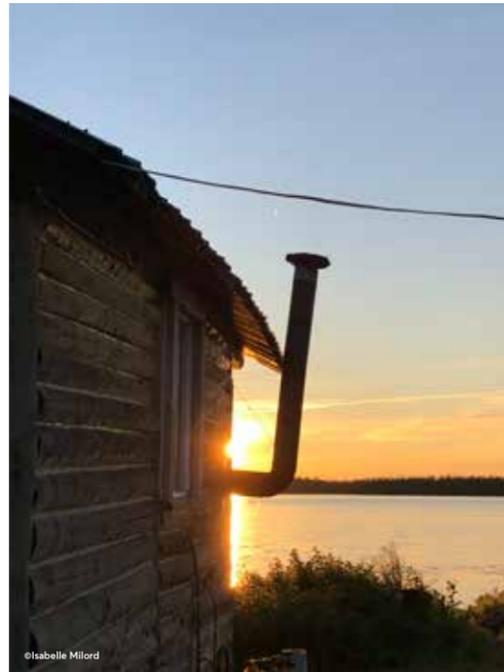
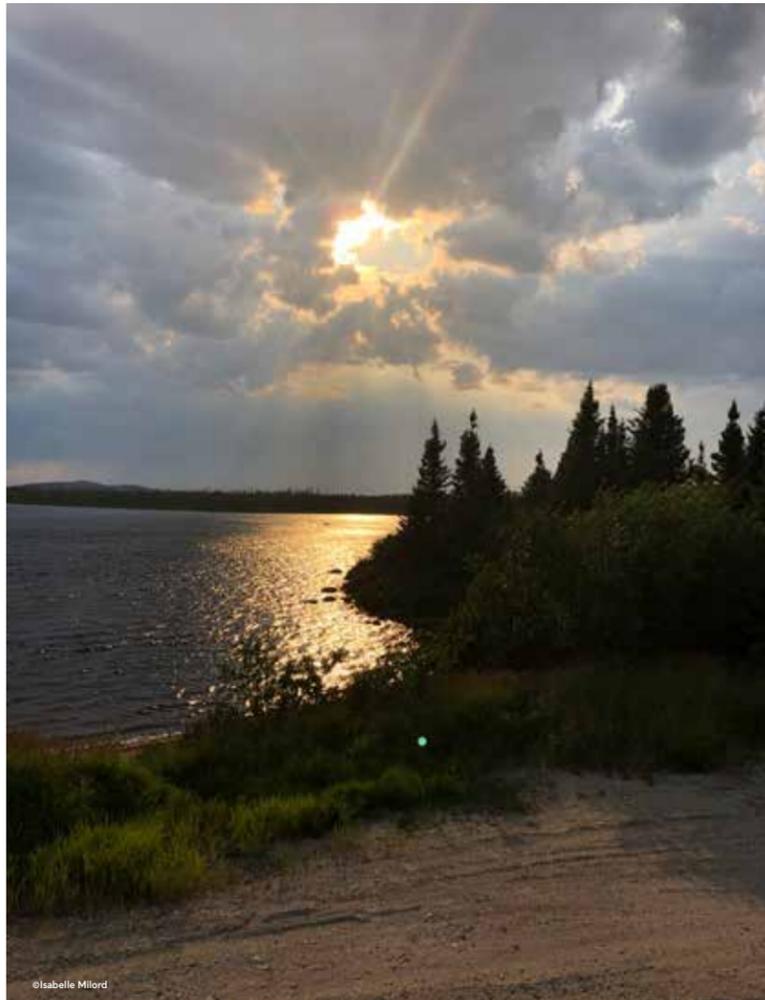
(3 projets en hébergement, 5 projets en attraits, activités et équipements, 1 projet en structuration de l'offre touristique régionale et 1 projet concernant une étude).

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 leur appui financier démontre une réelle volonté de stimuler le développement touristique de la région de la Baie-James.

Dans le cadre de l'EPRTNT 2022-2025, une aide totale de **1 008 577 \$** a été accordée aux différents promoteurs pour le financement de projets touristiques dont le coût total admissible s'élevait à **3 981 819 \$**.

L'aide de l'EPRTNT représente ainsi **25 % du coût total des projets**, tandis que l'effet de levier généré demeure significatif, chaque dollar investi permettant de mobiliser près de **2 \$ additionnels** du milieu.

En conclusion, l'EPRTNT 2022-2025 a confirmé que le tourisme est un **levier économique structurant** pour la région. L'entente a permis de soutenir des projets concrets, de renforcer la crédibilité régionale et de préparer la voie vers un développement **durable, innovant et responsable**.



Transformer le tourisme, valoriser nos atouts et inspirer l'avenir.

VäHumania^{MD}

Une réponse du territoire à ses défis

En 2024-2025, Tourisme Baie-James a poursuivi le déploiement de **VäHumania^{MD}**, un réseau d'animateurs d'expérience touristique humaine unique au Québec. Né d'une démarche de concertation régionale et inspiré par le Centre mondial d'excellence des destinations, le projet valorise la richesse **naturelle, culturelle et humaine** des sept communautés de la Baie-James.

Le projet-pilote (2023-2024) a permis de structurer une équipe, de créer une image de marque, de développer une offre d'expériences et de former un premier réseau d'animateurs. Les résultats sont déjà tangibles :

- **12 animateurs** actifs dans cinq localités (Chibougamau, Chapais, Lebel-sur-Quévillon, Matagami et Radisson) ;
- **12 expériences conceptualisées**, dont **7 testées** à l'été 2024 et à l'hiver 2025 ;
- une image de marque et une billetterie en ligne sécurisée ;
- des données probantes sur la satisfaction des participants, avec plus de **90 % d'appréciation positive**.

VäHumania^{MD} génère des **retombées sociales, culturelles et économiques** : valorisation du patrimoine vivant, renforcement de la fierté et du sentiment d'appartenance, diversification de l'offre et soutien direct aux animateurs locaux. Le projet est reconnu comme un **modèle innovant** de tourisme humain et durable, aligné sur les stratégies de développement provinciales et régionales.

En 2025, les prochaines étapes incluent la mise en ligne d'un site web, une stratégie de promotion accrue et la consolidation de la commercialisation auprès du public et des organisations.

Les bénéfices de VäHumania^{MD} sont nombreux :

- Pour les animateurs : valorisation personnelle, retombées économiques, développement de compétences, sentiment d'utilité sociale ;
- Pour les communautés : transmission culturelle, renforcement du lien social, création d'occasions économiques, fierté territoriale ;
- Pour les visiteurs : des expériences riches, authentiques et profondément humaines, qui font vivre la région de l'intérieur.



Comités touristiques locaux : pour une meilleure mobilisation!

En 2024, Tourisme Baie-James a amorcé la mise en place de **comités touristiques locaux** afin de renforcer la mobilisation des communautés et de structurer le développement touristique à l'échelle de chaque ville et localité. Ces comités, partenaires de proximité de l'ATR, favorisent la concertation entre résidents, organisations, entreprises et instances municipales.

Leur mandat : **valoriser les atouts de chaque communauté**, améliorer l'accueil et la signalisation, promouvoir un tourisme durable et ancré dans l'identité locale, et stimuler l'économie par des initiatives de financement et de partenariat en alignement avec les orientations régionales de l'ATR.

Le **premier comité** a vu le jour à **Lebel-sur-Quévillon le 2 décembre dernier**, rassemblant une dizaine de participants motivés et engagés. Cette approche collaborative contribuera à enrichir l'expérience des visiteurs, à rehausser la qualité de vie des résidents et à affirmer l'identité de chaque ville et localité comme une **destination nordique** unique au cœur d'Eeyou Istchee Baie-James.

Premier Circuit culturel régional

En 2025, Tourisme Baie-James s'est engagé dans la création du premier circuit culturel régional en Eeyou Istchee Baie-James, un projet porté en partenariat avec l'ABRJ et l'artiste professionnelle **Marianne Dumas**.

Inspiré de l'œuvre **Mycélium**, ce circuit vise à installer sept œuvres d'art public réparties dans différentes villes et localités de la région (Chibougamau, Chapais, Lebel-sur-Quévillon, Matagami, Radisson, Valcanton et Villebois). Chaque œuvre sera réalisée en collaboration avec des artistes locaux, à partir de matériaux récupérés d'entreprises régionales, valorisant ainsi les principes de durabilité, de solidarité et d'entraide.

Le projet poursuit plusieurs objectifs :

- renforcer le sentiment d'appartenance des citoyens en créant un lien culturel entre les localités ;
- stimuler le développement touristique en proposant un parcours unique qui met en valeur les attraits régionaux ;
- soutenir et professionnaliser les artistes locaux, en leur offrant des opportunités de création reconnues ;
- favoriser la collaboration régionale entre citoyens, entreprises et partenaires culturels ;
- promouvoir une approche écoresponsable par l'utilisation de matériaux récupérés.

Déployé en deux phases, le circuit sera accompagné d'une carte physique et numérique permettant aux visiteurs de découvrir les œuvres et les attraits avoisinants. Un lancement officiel est prévu en 2026.

Ce projet structurant contribuera à dynamiser le milieu culturel, à enrichir l'expérience des visiteurs et à faire rayonner l'image d'une région unie, attrayante et innovante, où l'art et la culture deviennent des vecteurs de fierté et de vitalité territoriale.

L'Incubateur-Accélérateur s'adapte à la réalité de la Baie-James

L'Incubateur-Accélérateur Nordique (IA Nord) a été mis en place afin de stimuler l'entrepreneuriat dans l'axe nature-culture-aventure et d'accompagner les entreprises du Nord-du-Québec dans leur croissance. Ce programme visait à offrir un parcours structuré de formation, de mentorat et de soutien à l'innovation pour favoriser la création et le développement d'initiatives économiques régionales.

Toutefois, il est vite apparu que le modèle proposé ne correspondait pas entièrement à la réalité de la Baie-James, marquée par un vaste territoire, un tissu entrepreneurial particulier et la présence d'un grand nombre d'entrepreneurs hybrides, qui occupent un emploi à temps plein tout en souhaitant développer des projets touristiques à temps partiel.

À la lumière de ce constat, une réflexion a été amorcée afin de concevoir un parcours mieux adapté aux Jamésiens, capable de répondre à leur réalité et qui pourra appuyer concrètement les entrepreneurs locaux dans le développement d'initiatives touristiques viables et ancrées dans le territoire. Un parcours spécifique à la Baie-James devrait voir le jour l'an prochain.



Des projets en partenariat avec Tourisme Eeyou Istchee

Guidés par une volonté commune de promouvoir un tourisme **responsable et durable**, Tourisme Baie-James et Tourisme Eeyou Istchee unissent leurs expertises pour réaliser des projets structurants à l'échelle régionale. Cette collaboration permet aux deux ATR de mettre en place des initiatives concertées qui rejaillissent sur l'ensemble du territoire et renforcent l'attractivité des villes, localités et communautés d'Eeyou Istchee Baie-James.

Géoparc mondial UNESCO : une étude de faisabilité en voie d'achèvement

Le projet de Géoparc mondial de l'UNESCO en Eeyou Istchee Baie-James, amorcé il y a quelques années, vise à reconnaître et à mettre en valeur l'exceptionnelle richesse géologique, culturelle et naturelle du territoire. Une telle désignation internationale contribuerait à la préservation de sites d'importance mondiale, tout en favorisant l'éducation, le développement durable et la participation active des communautés locales.

Le cheminement du projet n'a toutefois pas été exempt de défis : la pandémie, les feux de forêt successifs et la difficulté à identifier un porteur clairement défini ont retardé son avancement. Malgré ces obstacles, la démarche s'est poursuivie et a franchi d'importantes étapes.

En 2025, Tourisme Baie-James a mandaté Consultants O.P.R. inc. pour réaliser une analyse des impacts structurants liés au développement du Géoparc. Cette étude, actuellement en voie d'achèvement, viendra compléter le processus de faisabilité et permettra d'évaluer les retombées économiques, sociales et environnementales anticipées.

L'intégration éventuelle au Réseau mondial des Géoparcs de l'UNESCO constituerait un levier majeur pour la visibilité internationale de la région et la mise en valeur de son patrimoine géologique et culturel. Ce projet s'inscrit dans notre engagement envers un tourisme durable, éducatif et porteur de retombées collectives pour les communautés criées et jamésiennes.

Plan Montagne – Développement d'un circuit géologique

Le fonds du Plan Montagne vise à accroître la vitalité et la résilience des communautés et des entreprises liées au tourisme de montagne, par le développement et la mise en œuvre d'actions concertées et durables.

Dans ce cadre, Tourisme Baie-James, en partenariat avec Tourisme Eeyou Istchee, a reçu une aide financière pour le développement et l'implantation d'un circuit géologique. Ce projet a pour objectif de proposer aux visiteurs une expérience de vulgarisation scientifique unique, tout en bonifiant l'offre déjà existante de randonnée et en mettant en valeur la richesse géologique et culturelle du territoire.

Une contribution de 125 000 \$ avait été sollicitée auprès du ministère du Tourisme. Cependant, c'est une aide financière de 75 000 \$ qui a été accordée et malgré cet apport, différents facteurs, dont le manque de ressources disponibles, ont freiné l'avancement du projet.

Le Plan Montagne demeure toutefois important pour la région puisqu'il permettrait à terme de :

- diversifier l'offre touristique par un produit structurant et éducatif ;
- accroître l'attrait de la destination auprès de clientèles intéressées par la science, la nature et la culture nordique ;
- contribuer au développement d'un tourisme durable et responsable en Eeyou Istchee Baie-James.

Route Billy-Diamond : un axe touristique en devenir

Longue de 620 km entre Matagami et Radisson, la route Billy-Diamond attire un nombre croissant de voyageurs en quête d'aventure nordique. Un projet conjoint de Tourisme Baie-James, COTA et leurs partenaires vise à doter cette route d'une identité culturelle forte, d'une stratégie de signalisation et d'infrastructures et, à terme, de soutenir son électrification future.

Les bénéfices attendus sont nombreux :

- sécuriser et enrichir l'expérience des visiteurs ;
- mettre en valeur le patrimoine cri et jamésien ;
- stimuler l'économie locale par un tourisme durable ;
- accroître la notoriété internationale du territoire.

Cette démarche transformera la Billy-Diamond en une véritable vitrine culturelle, durable et touristique du Nord québécois.

Transition post-ACCORD et nouveau projet d'accompagnement en tourisme d'aventure et de plein air

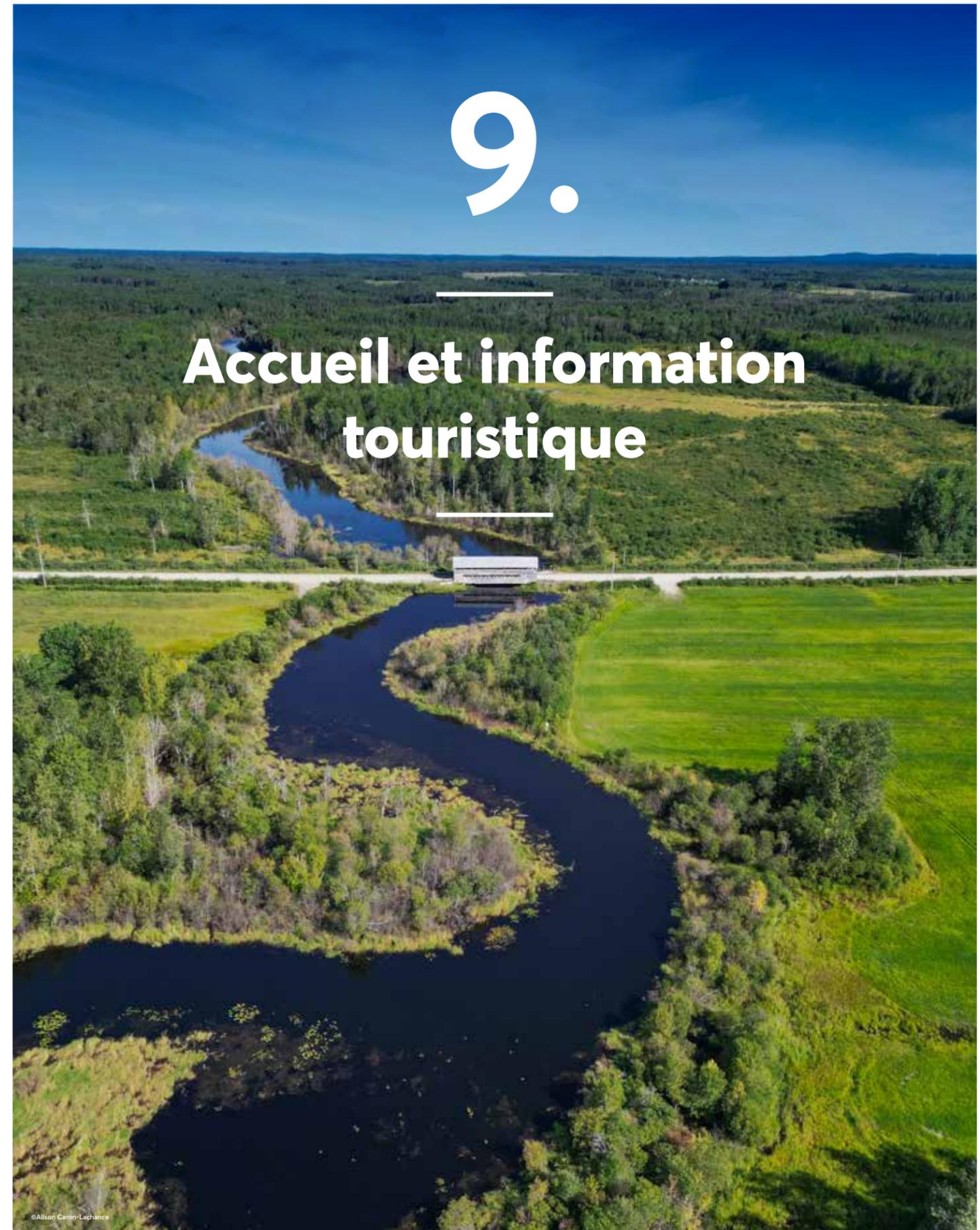
À la suite de la décision du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE) de mettre fin, dès le 1er avril 2024, au soutien financier destiné aux créneaux d'excellence du secteur touristique, une phase de réorientation des actions a été amorcée.

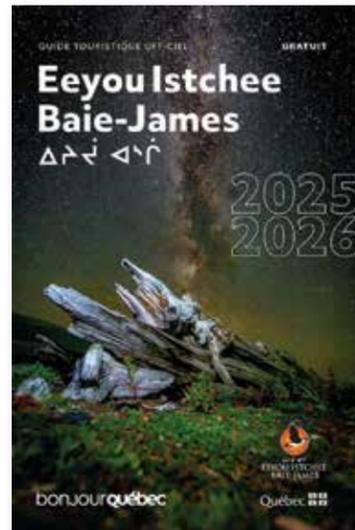
Dans ce contexte de transition, et grâce à l'appui financier d'un montant transitoire du MEIE, Tourisme Baie-James et Tourisme Eeyou Istchee, en collaboration avec Aventure Écotourisme Québec (AEQ), ont lancé un projet d'accompagnement personnalisé destiné aux entreprises du plein air et du tourisme d'aventure.

Ce projet structurant a pour objectif de :

- développer une offre touristique sécuritaire et de qualité en Eeyou Istchee Baie-James ;
- mettre en place un système rigoureux de gestion des risques ;
- accompagner les entreprises dans leur démarche d'obtention de l'accréditation AEQ.

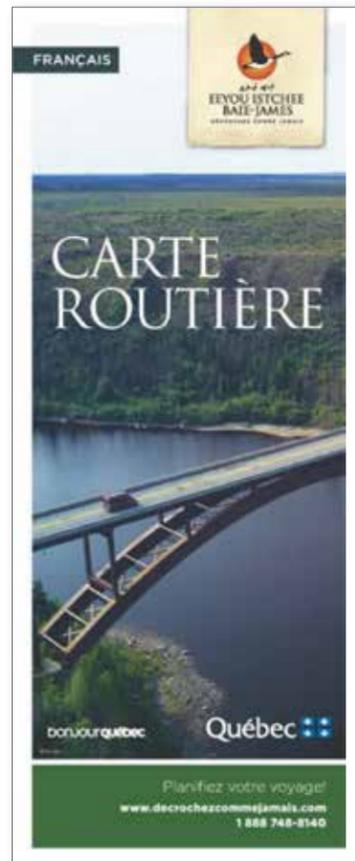
Cette initiative reflète une volonté claire de professionnaliser le secteur, renforcer la sécurité des pratiques et assurer une structuration durable de l'offre en tourisme d'aventure dans la région.





Guide touristique officiel 2025-2026

Disponible depuis le 15 mars 2025. Valide pour un an et imprimé à 30 000 copies (anglais et français).



Carte routière d'Eeyou Istchee Baie-James

Outil indispensable pour tout voyageur dans la région; elle est disponible dans les bureaux d'information touristique et les entreprises touristiques de toute la région. Elle peut être également commandée en ligne.



Fier Ambassadeur de ma région !

Les capsules de formation en ligne destinées aux employés de première ligne d'Eeyou Istchee Baie-James sont actuellement en révision afin d'être mises à jour, notamment pour enrichir la section sur les informations liées au territoire. L'objectif des deux ATR est de moderniser et dynamiser ces capsules afin de les rendre plus attrayantes et intemporelles, de façon à ce qu'elles puissent être utilisées sur plusieurs années sans perdre leur pertinence.

Malgré l'arrêt de la promotion des capsules le temps d'en faire la mise à jour, le programme a tout de même permis de former deux nouveaux ambassadeurs au cours de l'année. Cette démarche contribue à renforcer la qualité de l'accueil touristique dans la région et à outiller adéquatement les employés afin qu'ils deviennent de véritables ambassadeurs de l'expérience jamésienne et crie.



Une belle collaboration avec Les Chantiers Chibougamau qui perdure

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

Une synergie d'accueil pour la région

Formation-accueil des conseillers en séjour de la région

Une formation-accueil destinée au personnel des bureaux d'informations touristiques de Chibougamau, Lebel-sur Quévillon, Matagami et Radisson, ainsi qu'aux employés de première ligne présents dans les entreprises régionales est offerte chaque printemps. 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 qualité et la fiabilité de l'information touristique transmise aux visiteurs demeurent essentielles à la réussite de leur expérience sur le territoire. Dans cette optique, Tourisme Baie-James a consolidé la collaboration entre les bureaux d'accueil et d'information touristique en mettant en place un groupe privé de communication sur les réseaux sociaux (Messenger) il y a deux ans. Cet outil de diffusion continue permet de partager rapidement les informations pertinentes entre les conseillers en séjour, certains responsables locaux ainsi que l'équipe de Tourisme Baie-James.

Grâce à cette approche, l'information circule désormais en temps réel entre les différentes villes et localités, créant un véritable réseau de solidarité malgré l'immensité du territoire. Ce lien de confiance et de collaboration s'est affirmé au fil des échanges et continue de se renforcer au bénéfice des visiteurs comme des communautés locales.

Formation sur la réalité nordique de la région pour les conseillers de l'extérieur

Une belle collaboration s'est développée avec certaines ATR du Québec, soit Tourisme Montréal, Tourisme Québec, Tourisme Abitibi-Témiscamingue et Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean. Environ 25 conseillers en séjour de ces régions ont participé, par visioconférence, à des rencontres d'information sur le territoire d'Eeyou Istchee Baie-James.

Ces rencontres, animées par la chargée de projet accueil et marketing, visent non seulement à mieux faire connaître la destination, mais aussi à assurer la cohérence et la rigueur des informations transmises par les bureaux d'accueil et d'information touristique. En outillant directement les conseillers en séjour, Tourisme Baie-James s'assure que les visiteurs reçoivent une information fiable, uniforme et de qualité, contribuant ainsi à améliorer leur expérience et à renforcer l'image de la région.



Mise en contexte

L'année 2024-2025 a été marquée par une présence renforcée sur le terrain et le déploiement d'initiatives marketing dynamiques visant à accroître l'attractivité de la destination Eeyou Istchee Baie-James. Notre équipe a redoublé d'efforts pour stimuler l'activité touristique, tant sur les marchés intra-Québec qu'internationaux, tout en consolidant son engagement envers une expérience visiteur à la fois enrichissante, sécuritaire et respectueuse des localités et de l'environnement.

En tant qu'association touristique régionale, notre mission demeure celle de positionner la région comme une destination incontournable pour les voyageurs en quête d'aventures uniques et d'authenticité. Cette année, nous avons accentué notre approche en misant sur des contenus informationnels pertinents, conçus pour guider les visiteurs, tout en renforçant leur engagement envers la région.

Parmi les réalisations phares de l'année, soulignons la production d'une campagne promotionnelle hivernale d'envergure, qui a mis en lumière nos membres et événements emblématiques. Parallèlement, nous avons élaboré un nouveau plan de communication-marketing agile (2025-2028), axé sur trois priorités : attirer de nouveaux voyageurs, augmenter les visites sur notre site Web et générer des revenus marketing additionnels.

Bien que nous soyons encore en phase de développement pour atteindre l'ensemble de nos objectifs, les actions ciblées déployées cette année ont jeté des bases solides pour accroître notre notoriété et maximiser l'impact de nos efforts. Ce rapport dresse un portrait des principales réalisations et des résultats obtenus au cours de l'année 2024-2025.

Plan communication-marketing 2025-2028

Pour les trois prochaines années, notre stratégie s'articule autour de trois objectifs clés :

1. Générer de nouveaux voyageurs

Accroître de 2 % par année l'engagement des cibles vis-à-vis la région d'Eeyou Istchee Baie-James en utilisant des campagnes de communication ciblées afin de renforcer la notoriété de la destination.

2. Augmenter les visites sur le site web

Augmenter de 5 % le nombre de visites sur certaines pages ciblées du site web de la destination d'ici 2028 en développant des contenus informatifs et des outils adaptés aux besoins de nos publics.

3. Générer de nouveaux revenus

Augmenter de 5 % la participation des membres aux actions marketing des ATR d'ici 2028 en mettant en œuvre des initiatives incitatives et en renforçant la collaboration avec les membres.

L'atteinte de ces objectifs reposera sur trois stratégies complémentaires : une stratégie de notoriété axée sur la création de micro-destinations uniques pour susciter l'intérêt, une stratégie de considération et conversion visant à guider les visiteurs grâce à des contenus ciblés et des outils simplifiés, et une stratégie de mobilisation des partenaires pour renforcer leur engagement via des actions collaboratives et valorisantes. Cette approche intégrée permettra d'accroître l'attractivité de la destination tout en maximisant l'impact de nos efforts marketing.



Actions marketing 2024-2025

L'année écoulée a été marquée par le déploiement d'actions structurantes visant à accroître la visibilité de la destination et à soutenir nos membres. Sans entrer dans le détail ([consulter le rapport d'actions marketing 2024-2025 détaillé](#)), voici les initiatives phares menées dans chaque catégorie :

Médias imprimés

- Insertion publicitaire dans le Guide des pourvoiries (2 500 copies distribuées en Pennsylvanie et Toronto) ;
- Diffusion d'outils promotionnels (cartes motoneige, autocollants (stickers), bannières autoportantes (roll-ups) ;
- Publication du nouveau guide touristique officiel 2025-2026 ;
- Parution d'une section sur la région dans le guide le Petit Futé afin de toucher un plus large public en Europe-francophone.

Médias sociaux - web

Audience et portée

- 25 636 abonnés FB | 8 299 IG | 526,6K vues YouTube | 7 273 membres groupe FB ;
- Croissance digitale marquée : + 227 % d'utilisateurs uniques (32 721) et + 191 % de sessions (39 552) sur le site en hiver.

Campagnes phares

1. Grand concours "Expérience réellement surréelle"

- Nouveaux abonnés infolettre + 10 000 ;
- 42 000 vues page concours + 32 000 clics Meta ;
- Stunt aurores boréales : 5 332 clics et 49 500 vues (message réactif).

2 Campagne estivale multicanal

- 7,3M de portée | 22,35M impressions | 90 000 clics ;
- 3 axes : région, pêche, expériences autochtones ;
- Article dans La Presse (4M lecteurs/mois) mettant en valeur Maître Renard et Winiipaakw Tour.

3. Stratégie internationale

- Campagne Traditions Autochtones (France) ;
- + 17 500 visites sur Le Monde ;
- 3 556 leads via Yahoo pour la Route des Explorateurs ;
- Motoneige (cible ON/É-U) ;
- 20 886 destinataires newsletter (17,57 % open rate) ;
- Placements Supertrax/Sledmagazine.

Contenu ciblé

- Capsules entrepreneurs locaux (couverture moyenne 83K) ;
- Article URBANIA (cible 18-35 ans) : 920 clics et 117K impressions ;
- Vidéos promotionnelles et partenariats médias spécialisés.

Impact : Synergie remarquable entre contenus organiques et publicitaires, avec des performances supérieures aux attentes sur tous les canaux.

Tournées médias

1. Tournée Ambassadeur avec Olivier Langevin

- Photographe officiel de Bonjour Québec en tournée de Matagami à Chisasibi ;
- Production de contenu premium ;
 - 3 carrousels photos + 2 Reels (compte @25,2K abonnés), dont 3 en collaboration avec Bonjour Québec (compte @240K abonnés) ;
- Engagement notable : moyenne de 583 J'aime, 51 commentaires et 25 partages par publication.

2. Création de contenu avec AuQuéb

- Collaboration avec Tourisme Saguenay-Lac-St-Jean et Tourisme Autochtone Québec ;
- Visite de 5 membres clés et création de contenu (blog, stories, publications) pour : BoreA DécouVERTE, Institut culturel cri Aanischaukamikw, Chibougamau Aventure, Maître Renard, Nibiischii ;
- Performances :
 - 44 041 impressions moyennes FB (453 interactions) ;
 - 6 495 impressions IG (95 interactions).

3. Productions médiatiques prestigieuses

- Websérie "Saveurs : à la rencontre des cuisines autochtones" (Télé-Québec/TAQ/ITHQ) :
 - Tournage à Waskaganish lors du rassemblement annuel à Smokey Hill ;
 - Focus sur gastronomie autochtone (pêche traditionnelle) ;
- Émission "Un Chef au bout du monde" (TAQ) :
 - Participation des chefs Philippe Etchebest et Stéphane Modat ;
 - Visite de Nibiischii, Mistissini et Chibougamau ;
 - Découverte des produits locaux chez Maître Renard et L'Endroit Caché.

Impact : Ces collaborations stratégiques ont généré du contenu authentique valorisant à la fois nos paysages, notre culture autochtone et nos membres, avec une portée significative sur les plateformes numériques. Les retombées se poursuivront en 2025 avec la diffusion des épisodes tournés.

Médias - radio

- Lancement de chroniques mensuelles sur Planète Radio 93,5 (Chibougamau-Chapais)

Objectif : sensibiliser la population locale aux initiatives et aux activités touristiques

Présence sur le terrain

1. Festival du doré Baie-James et 50^e Radisson

- Soutien aux membres et création de contenu promotionnel en direct ;
- Échanges privilégiés avec le public (sensibilisation touristique).

2. Festival Kwe

- Valorisation de la culture autochtone ;
- Renforcement des liens avec les communautés locales.

3. Bourse des Médias AITQ

- 13 rencontres média ciblées (sur 105 médias présents) ;
- Présentation des nouveautés et incontournables touristiques régionaux ;
- Contexte porteur :
 - 663 consultations des primeurs ;
 - 95 participants à la conférence d'ouverture (+ 30 %).

Impact global

- Visibilité accrue : Contacts directs avec les médias et le public ;
- Contenu agile : Production de matériel promotionnel sur site ;
- Réseautage : Consolidation des relations avec les membres et partenaires ;
- Opportunités : Création de liens pour couvertures médiatiques futures.

Programme coop

- Tournage SNOWRIDE diffusé sur RDS/YouTube (2 épisodes) incluant la participation de nos membres : Défi polaire Baie-James, Location Opémiska, Le Sentier du Bonheur, la Microbrasserie Maître Renard ;
- Appui concret aux membres pour leurs initiatives marketing : Pourvoirie Aventure Lac Goéland, Festival du doré Baie-James, Festival Folifrets Baie-James, Défi polaire Baie-James.

Retombées organiques

- Couverture médiatique dans des médias comme : Le Devoir, Le Jamésien, La Sentinelle ;
- Mentions dans les infolettres de partenaires (ex: Tourisme Autochtone Québec).

Conclusion

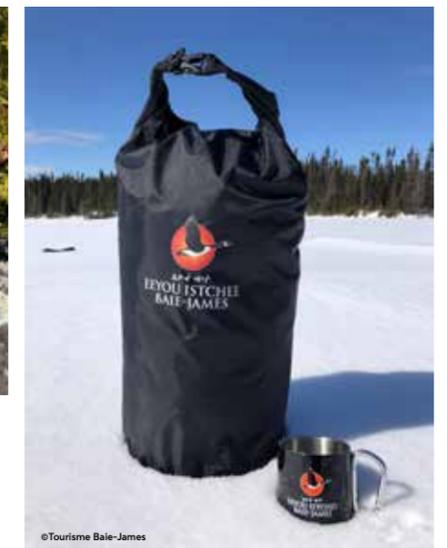
L'année 2024-2025 a permis à Eeyou Istchee Baie-James de consolider sa position comme destination touristique incontournable grâce à des actions marketing ciblées et des partenariats stratégiques. Notre présence accrue sur le terrain, combinée à une production de contenu de qualité et à des campagnes digitales performantes, a généré des résultats probants : croissance significative de notre audience en ligne, retombées médiatiques notables et engagement renforcé auprès de nos membres et partenaires. Ces réalisations témoignent non seulement de l'attractivité croissante de notre région, mais aussi de la pertinence de notre approche intégrée.

Forts de ces acquis, nous aborderons les prochaines années avec une vision claire et des outils affûtés pour poursuivre notre développement, toujours dans le respect des communautés et de l'environnement qui font l'authenticité de notre destination.

Commercialisation d'objets promotionnels

Les objets promotionnels demeurent un outil important pour accroître la visibilité et la reconnaissance de notre région, en créant un lien concret et durable avec les visiteurs. Ils véhiculent une image chaleureuse et mémorable, favorisant un sentiment de proximité et d'attachement au territoire. Leur diffusion contribue également à éveiller la curiosité et à renforcer la notoriété régionale par leur présence constante.

Dans une perspective d'avenir, Tourisme Baie-James et Tourisme Eeyou Istchee souhaitent mettre en place une stratégie optimisée de mise en marché des produits promotionnels, en privilégiant des articles plus durables et responsables. Cette orientation vise à maximiser l'impact de ces outils tout en s'inscrivant dans une démarche de développement durable et d'affirmation de l'image régionale.





11.

Bilan de la performance touristique 2024-2025

Performance touristique 2024-2025

Après une année 2023-2024 exceptionnelle, marquée par une croissance de **35,4 % de la TSH**, principalement due à la présence de pompier forestiers dans la région et au manque de neige sur l'ensemble du Québec l'an passé, les résultats de 2024-2025 témoignent d'un ralentissement. La **taxe sur l'hébergement (TSH)** a diminué de 14,5 %, passant de 569 250 \$ à 486 837 \$.

Plusieurs facteurs expliquent ce recul :

- les restrictions budgétaires imposées aux fonctionnaires à partir de novembre 2024, ce qui a fortement influencé le trimestre d'octobre à décembre (-23,7 %), période où les sentiers de motoneige n'étaient pas encore ouverts dans la région ;
- la fermeture du sentier de motoneige fédéré T-93 à l'hiver 2024-2025, réduisant l'accès à la clientèle motoneigiste en provenance du Saguenay-Lac-Saint-Jean due à la non-conformité de ponts ;
- la neige abondante dans l'ensemble du Québec, qui a diminué l'avantage comparatif d'Eeyou Istchee Baie-James avec sa saison habituellement plus longue ;
- un contexte plus large d'instabilité économique, qui a influencé la prudence des clientèles.

Cette tendance se reflète dans les taux d'occupation : alors que l'occupation moyenne provinciale a reculé de 5,9 %, la baisse a été nettement plus marquée dans la région (-16,3 %, passant de 50,8 % à 42,5 %). Cela illustre que la diminution de la demande dans l'ensemble du Québec a été exacerbée à la Baie-James.

Fait à noter, le prix moyen des unités d'hébergement a néanmoins augmenté en région (+ 6,1 %), atteignant 147,60 \$, contrairement à une baisse marquée ailleurs au Québec (- 11,6 %). Cette situation découle en partie de la capacité d'hébergement limitée, qui maintient une pression à la hausse sur les tarifs malgré la baisse d'achalandage.

Enfin, il est important de souligner que, malgré cette diminution, la TSH demeure largement supérieure aux niveaux enregistrés durant la pandémie (+ 42,5 % par rapport à 2019-2020), confirmant la résilience du tourisme en Eeyou Istchee Baie-James.

| Période du 1 ^{er} avril au 31 mars | 2023-2024 | 2024-2025 | Variation % |
|--|------------|------------|-------------|
| Taxes sur l'hébergement | 569 250 \$ | 486 837 \$ | - 14,5 % |
| Taux d'occupation moyen Baie-James | 50,8 % | 42,5 % | - 16,3 % |
| Taux d'occupation moyen – Province de Québec | 60,7 % | 57,1 % | - 5,9 % |
| Prix de location moyen Baie-James | 139,00 \$ | 147,6 \$ | 6,1 % |
| Prix de location moyen – Province de Québec | 205,37 \$ | 181,5 \$ | - 11,6 % |

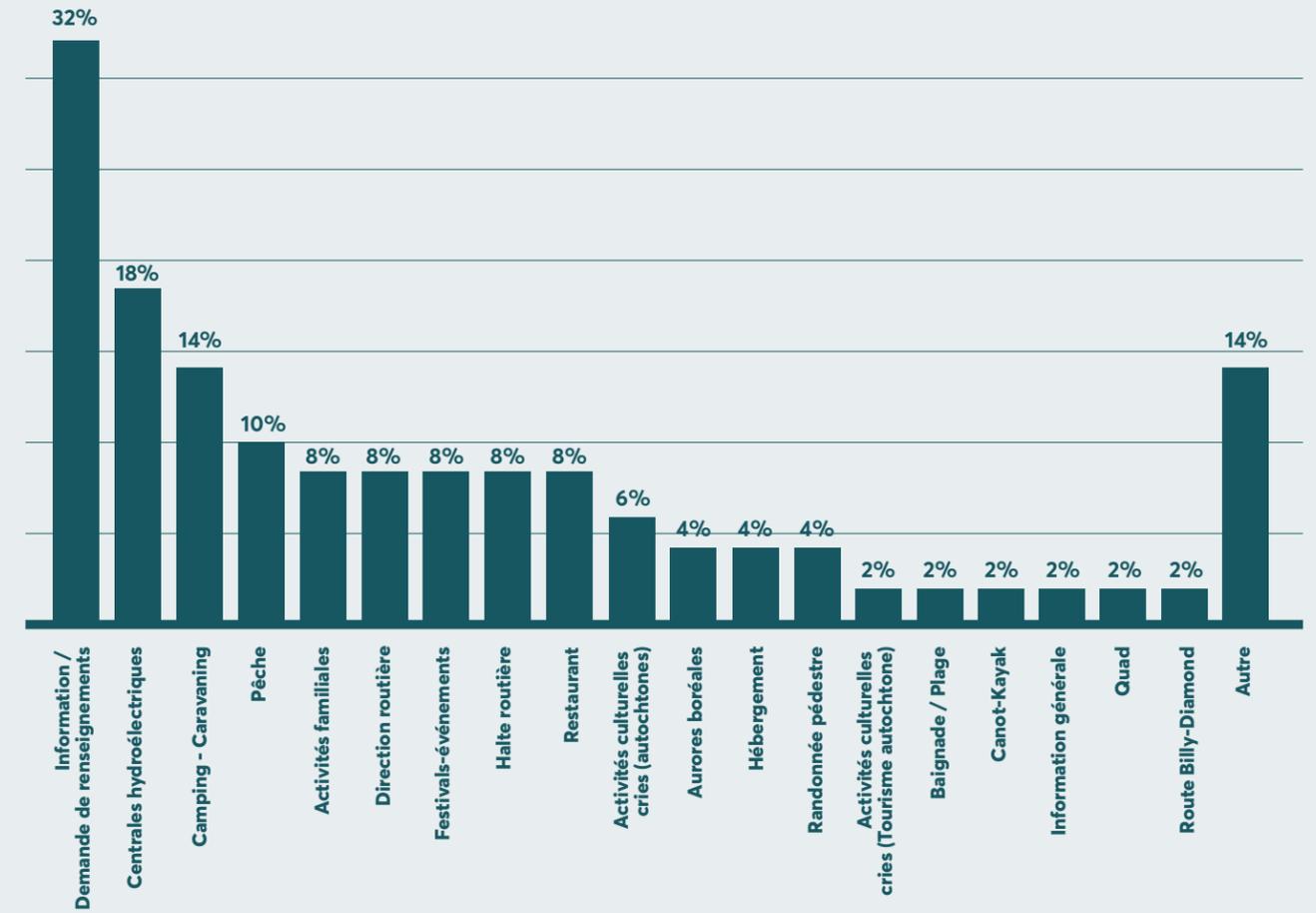
Historique de la TSH 2020 à 2025

| Trimestre | 2019-2020 | 2020-2021 | 2021-2022 | 2022-2023 | 2023-2024 | 2024-2025 | Variation <small>par rapport à l'année précédente</small> |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--|
| Avril à juin | 84 995 \$ | 37 955 \$ | 73 473 \$ | 77 751 \$ | 125 991 \$ | 126 380\$ | 0,3 % |
| Juillet à septembre | 117 791 \$ | 107 090 \$ | 122 837 \$ | 138 477 \$ | 196 491 \$ | 190 665\$ | - 3,0 % |
| Octobre à décembre | 77 268 \$ | 67 222 \$ | 94 324 \$ | 90 854 \$ | 122 402 \$ | 93 385 \$ | - 23,7 % |
| Janvier à mars | 61 705 \$ | 67 342 \$ | 71 484 \$ | 113 270 \$ | 124 366 \$ | 76 405\$ | - 38,6 % |
| Total pour l'année | 341 757 \$ | 279 610 \$ | 362 118 \$ | 420 354 \$ | 569 250 \$ | 486 837 \$* | - 14,5 % |
| Variation année précédente | - | - 18,2 % | 29,5 % | 16,1 % | 35,4 % | - 14,5 % | |
| Variation par rapport à l'année prépandémie | - | - | 6,0 % | 23,0 % | 66,6 % | 42,5 % | |

- Mentionnons que certains ajustements peuvent survenir sur les montants de TSH en cours d'année, souvent dus au retard de déclaration de taxes de la part des hôteliers. Ainsi, nous avons appris que le montant de TSH du trimestre de janvier à mars pourrait contenir un montant de TSH de trimestres antérieurs. La perte pourrait être estimée à plus de 50 % durant cette période.



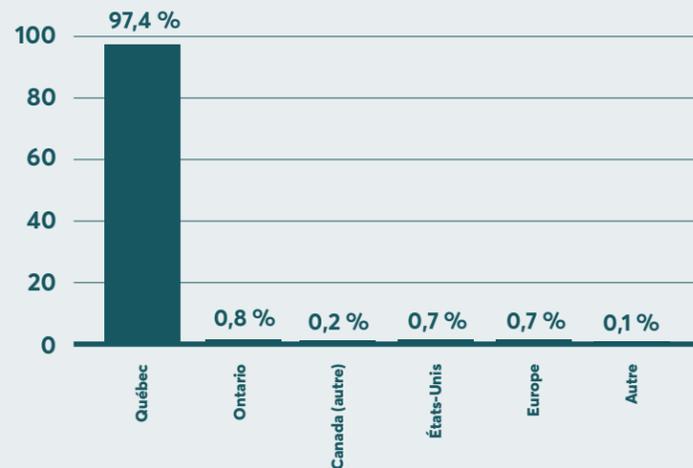
Principales informations demandées



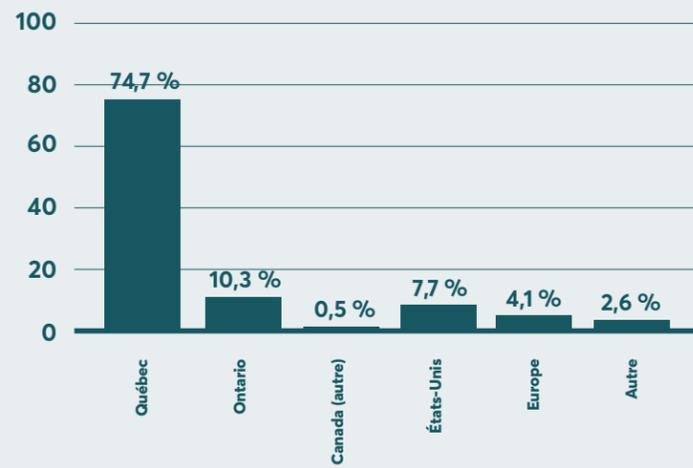
Information demandée permet la sélection de plusieurs valeurs. En conséquence, le nombre total des pourcentages indiqués peut excéder 100 %. Ce pourcentage est basé sur le nombre de sondages pour lesquels au moins une valeur a été sélectionnée.

Provenance des demandes de publications

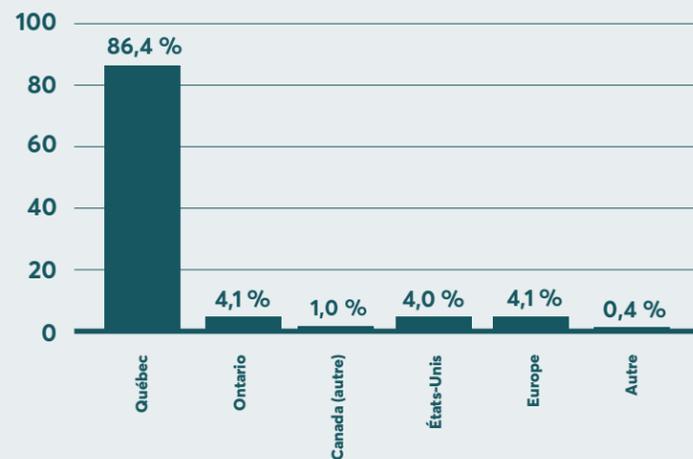
Guide touristique officiel 2024-2025



Carte motoneige

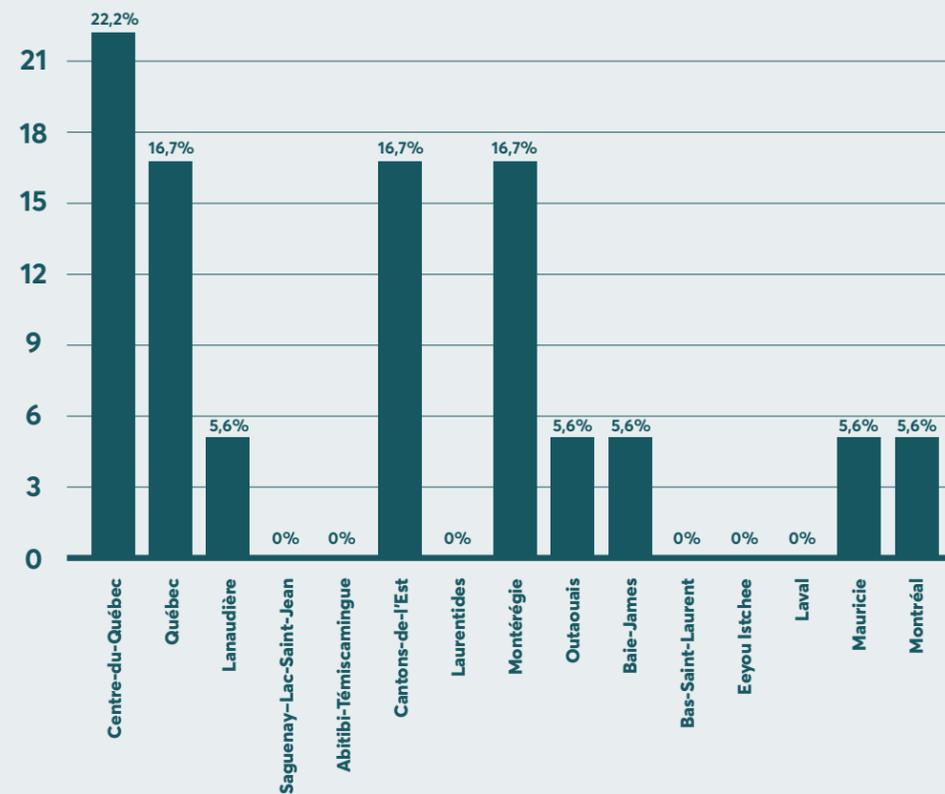


Carte routière

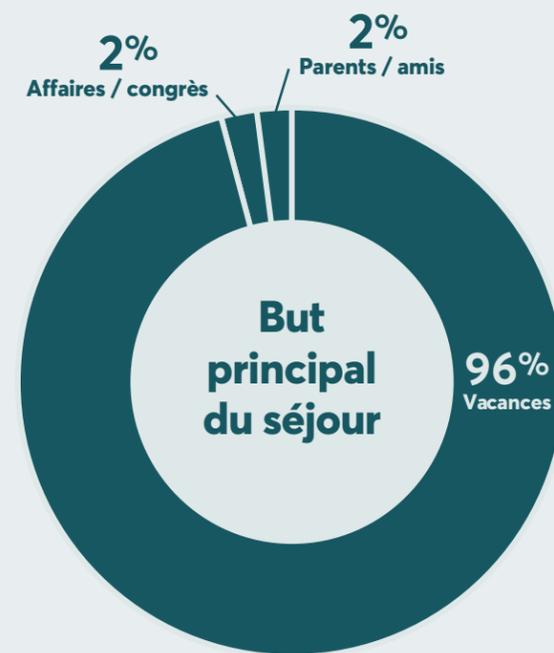


Source : Système de gestion de la destination Eeyou Istchee Baie-James (base de données numérique.ca)

Provenance des visiteurs québécois



Source: Lieux d'accueil touristique (3) d'Eeyou Istchee Baie-James - Outil de compilation Interface conseiller du ministère du Tourisme (1^{er} avril 2024 au 31 mars 2025)



Source : Lieux d'accueil touristique (3) d'Eeyou Istchee Baie-James - Outil de compilation Interface conseiller du ministère du Tourisme (1^{er} avril 2024 au 31 mars 2025)

12.

Une équipe dynamique et impliquée

Réalisations du conseil d'administration

Au cours de l'année 2024-2025, le conseil d'administration de Tourisme Baie-James a tenu un total de sept réunions, comprenant quatre assemblées ordinaires, deux assemblées extraordinaires et une assemblée générale annuelle. Ces rencontres ont permis de faire le point sur les activités de l'organisation, de prendre des décisions importantes et de planifier les projets futurs.

Durant l'AGA, le président a souligné les cinq ans de service de la directrice générale en lui remettant une plaque de reconnaissance. Il a exprimé, au nom de tous, sa gratitude pour son engagement, son dynamisme et son leadership inspirant, qui ont grandement contribué au succès de Tourisme Baie-James.



Le mois de juillet 2024 a été particulièrement significatif pour l'équipe, notamment en raison de nouvelles embauches. En effet, Tourisme Baie-James a accueilli deux nouveaux employés, ce qui a apporté un vent de fraîcheur et de dynamisme au sein du personnel. De plus, une ancienne employée est revenue rejoindre l'équipe, renforçant ainsi la cohésion et l'expérience de celle-ci.

Par ailleurs, le conseil d'administration a continué de renforcer ses partenariats stratégiques. Il a consolidé sa collaboration avec Tourisme Eeyou Istchee ainsi qu'avec l'Association crie de pourvoirie et de tourisme, afin de soutenir les activités et les initiatives visant à promouvoir le développement durable et le tourisme dans la région.

Le conseil d'administration

Au 31 mars 2025, 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 Eeyou Istchee
Baie-James
Motoneige, quad



Jacques Fortin
ADMINISTRATEUR
Ville de Chapais
Municipalité, localité,
agglomération (A)
À partir du 21 janvier 2025



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



**Caroline
Belleau-Poirier,**
ADMINISTRATRICE
Ville de Chapais
Municipalité, localité,
agglomération (A)
Jusqu'au le 6 janvier 2025



Sébastien Lebrun,
ADMINISTRATEUR
Motel Carrefour La Grande
Hôtellerie, restauration (B)
Jusqu'au 17 septembre 2024



Frédérick Kouamé,
OBSERVATEUR
ARBJ
À partir du 16 avril 2024



Dany Boulianne,
ADMINISTRATEUR
Festival du doré Baie-James
Attrait, événement, festival
Jusqu'au 17 septembre 2024

GREIBJ
Observateur
VACANT

L'équipe de Tourisme Baie-James



Isabelle Milord
Directrice générale



Manon St-Louis
Adjointe administrative
De retour à partir du 22 juillet 2024



Johanne T. Godin
Chargée de projet accueil
et marketing



Stéphanie Bourgault
Directrice marketing



Mégane Filion
Chargée de projet
développement de
l'offre touristique



Élisabeth Bonneau
Chargée de projets marketing
et contenu numérique



Tania Savard
Chargée de projet
marketing



Laure Verville
Chargée de projet service
aux membres
Du 22 juillet 2024 au 21 février 2025



Tidjani Campaoré
Chargé de projet développement
de l'offre touristique
À partir du 29 juillet 2024

13.

États financiers

31 mars 2025

TOURISME BAIE-JAMES
ÉTATS FINANCIERS
31 MARS 2025

| | |
|---------------------------------------|---------|
| 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 |



Josée Bélanger
CPA inc.

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 2025 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 2025, 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.

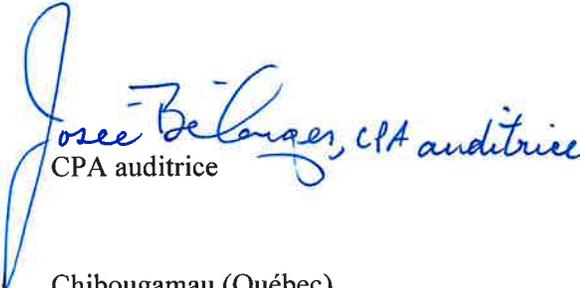
Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, j'exerce mon jugement professionnel et fais preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- 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 4 septembre 2025

TOURISME BAIE-JAMES

RÉSULTATS

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2025

| | 2025 | | | 2024 |
|---|---------------------|-----------------|--|------------------|
| | Fonction- nement | Fonds EDNET | Entente de partenariat régional en tourisme | Total |
| | \$ | \$ | \$ | \$ |
| PRODUITS (annexe A) | | | | |
| Subventions | | | | |
| Gouvernement du Québec | 964 150 | | | 964 150 |
| Gouvernement du Canada | 153 717 | | | 153 717 |
| Gouvernance régionale | | | | 18 750 |
| | <u>1 117 867</u> | | | <u>1 117 867</u> |
| Taxe sur l'hébergement - promotion | 414 738 | | | 414 738 |
| Revenus du milieu | 435 762 | | | 435 762 |
| | <u>1 968 367</u> | | | <u>1 701 979</u> |
| CHARGES | | | | |
| Salaires et charges sociales | 542 285 | | | 542 285 |
| Recrutement de personnel | 6 293 | | | 6 293 |
| Formation | 21 130 | | | 21 130 |
| Publicité, information, promotion | 362 876 | | | 362 876 |
| Taxe sur l'hébergement | 74 538 | | | 74 538 |
| Remboursement entreprises - EPRTNT | 253 530 | | | 253 530 |
| Versements aux promoteurs | | 1 956 | 61 406 | 63 362 |
| Honoraires professionnels et conseils juridiques | 233 512 | | | 233 512 |
| Frais d'exploitation (taxes, entretien, réparation, électricité, etc) | 37 902 | | | 37 902 |
| Loyer | 9 870 | | | 9 870 |
| Frais informatiques | 23 691 | | | 23 691 |
| Assurances | 3 326 | | | 3 326 |
| Télécommunication | 6 891 | | | 6 891 |
| Fournitures de bureau | 13 731 | | | 13 731 |
| Affiliations et abonnements | 15 572 | | | 15 572 |
| Taxes sur papier | 2 885 | | | 2 885 |
| Frais de déplacements et de représentation | 46 326 | | | 46 326 |
| Frais de véhicule corporatif | 7 710 | | | 7 710 |
| Frais bancaires | 1 104 | | | 1 104 |
| Mauvaises créances | 2 086 | | | 2 086 |
| Amortissement (propriété et améliorations locatives) | 10 003 | | | 10 003 |
| | <u>1 675 261</u> | <u>1 956</u> | <u>61 406</u> | <u>1 738 623</u> |
| EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES (CHARGES SUR LES PRODUITS) | <u>293 106</u> | <u>(1 956)</u> | <u>(61 406)</u> | <u>229 744</u> |
| | | | | <u>239 065</u> |

TOURISME BAIE-JAMES
 ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET
 DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2025

| | 2025 | | | | | 2024 | |
|---|------------------------------------|-------------|--------------------------------|----------------|--|-----------|-----------|
| | 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 | 204 758 | 218 644 | 1 368 315 | 1 488 | 162 133 | 1 955 338 | 1 716 273 |
| EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES (CHARGES SUR LES PRODUITS) | (10 003) | 407 816 | (105 175) | (1 488) | (61 406) | 229 744 | 239 065 |
| AUTRES ÉLÉMENTS | | | | | | | |
| Transferts à l'actif net affecté | | (356 200) | 356 200 | | | | |
| SOLDE À LA FIN DE L'EXERCICE | 194 755 | 270 260 | 1 619 340 | | 100 727 | 2 185 082 | 1 955 338 |

TOURISME BAIE-JAMES

BILAN

AU 31 MARS 2025

| ACTIF | <u>2025</u> | <u>2024</u> |
|--|--------------------------------|--------------------------------|
| | \$ | \$ |
| À COURT TERME | | |
| Encaisse | 2 613 390 | 2 276 414 |
| Subventions à recevoir (note 3) | 348 282 | 125 765 |
| Débiteurs (note 4) | 112 774 | 153 428 |
| Frais payés d'avance | 5 893 | 5 428 |
| Total de l'actif à court terme | <u>3 080 339</u> | <u>2 561 035</u> |
| IMMOBILISATIONS CORPORELLES (note 5) | <u>220 191</u> | <u>231 441</u> |
| Total de l'actif | <u><u>3 300 530</u></u> | <u><u>2 792 476</u></u> |
| PASSIF | | |
| À COURT TERME | | |
| Créditeurs (note 6) | 149 822 | 71 505 |
| Produits reportés | 9 906 | 35 162 |
| Crédit marketing (note 7) | 227 127 | 187 017 |
| Subventions reportées (note 8) | 698 665 | 512 279 |
| Total du passif à court terme | <u>1 085 520</u> | <u>805 963</u> |
| APPORT REPORTÉ AFFÉRENT AUX IMMOBILISATIONS (note 9) | <u>29 928</u> | <u>31 175</u> |
| Total des passif | <u><u>1 115 448</u></u> | <u><u>837 138</u></u> |
| ACTIF NET | | |
| NON AFFECTÉ | 270 260 | 218 644 |
| AFFECTÉ (note 10) | 1 619 340 | 1 368 315 |
| GREVÉ D'AFFECTATION D'ORIGINE EXTERNE | 100 727 | 163 621 |
| INVESTI EN IMMOBILISATIONS CORPORELLES | 194 755 | 204 758 |
| Total de l'actif net | <u><u>2 185 082</u></u> | <u><u>1 955 338</u></u> |
| Total du passif et de l'actif net | <u><u><u>3 300 530</u></u></u> | <u><u><u>2 792 476</u></u></u> |
| POUR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION | | |
| _____ | , administrateur | |
| _____ | , administrateur | |

TOURISME BAIE-JAMES
 FLUX DE TRÉSORERIE
 DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2025

| | <u>2025</u> | <u>2024</u> |
|--|-----------------------------|-----------------------------|
| | \$ | \$ |
| ACTIVITÉS D'EXPLOITATION | | |
| Bénéfice net | 229 744 | 239 065 |
| Éléments n'affectant pas la trésorerie : | | |
| Amortissement des immobilisations corporelles | <u>10 003</u> | <u>12 982</u> |
| | 239 747 | 252 047 |
| Variation nette des éléments hors caisse du fonds de roulement | | |
| Subventions à recevoir | (222 517) | 12 948 |
| Débiteurs | 40 654 | 161 134 |
| Frais payés d'avance | (465) | 18 466 |
| Créditeurs | 78 317 | 7 960 |
| Cotisation membres perçus d'avance | | (21 532) |
| Produits reportés | (25 256) | 35 162 |
| Crédit marketing | 40 110 | 49 444 |
| Subventions reportés | <u>186 386</u> | <u>505 506</u> |
| | <u>97 229</u> | <u>769 088</u> |
| | <u>336 976</u> | <u>1 021 135</u> |
| AUGMENTATION DE LA TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU COURS DE L'EXERCICE | 336 976 | 1 021 135 |
| TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU DÉBUT DE L'EXERCICE | <u>2 276 414</u> | <u>1 255 279</u> |
| TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN DE L'EXERCICE | 2 613 390 | 2 276 414 |
| TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN DE L'EXERCICE | <u><u>2 613 390</u></u> | <u><u>2 276 414</u></u> |
| Encaisse | <u><u>2 613 390</u></u> | <u><u>2 276 414</u></u> |

TOURISME BAIE-JAMES
NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS
AU 31 MARS 2025

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 de la Partie III du Manuel de CPA Canada et comprennent les principales méthodes comptables suivantes :

Évaluation des 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 2025

Note 2- PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

Comptabilisation 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 2025

Note 2- PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

Utilisation d'estimations

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

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- SUBVENTIONS À RECEVOIR

| | 2025 | 2024 |
|------------------------------------|----------------|----------------|
| | \$ | \$ |
| Ministère du Tourisme (MTO) | 125 765 | 125 765 |
| Développement économique du Canada | 153 717 | |
| Vahumania | | |
| Ministère du Tourisme (MTO) | 10 000 | |
| Société du Plan Nord | 58 800 | |
| | <u>348 282</u> | <u>125 765</u> |

Note 4- DÉBITEURS

| | 2025 | 2024 |
|---|----------------|----------------|
| | \$ | \$ |
| Comptes clients et autre comptes à recevoir | 27 963 | 22 786 |
| Taxe sur l'hébergement à recevoir | 71 499 | 115 499 |
| TPS -TVQ à recevoir | 13 312 | 15 143 |
| | <u>112 774</u> | <u>153 428</u> |

TOURISME BAIE-JAMES
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS
 AU 31 MARS 2025

Note 5- IMMOBILISATIONS CORPORELLES

| COÛT | Coût | Amortisse- ment cumulé | 2025 | 2024 |
|-------------------------|----------------|---------------------------|----------------|-----------------|
| | | | Valeur nette | Valeur nette |
| | \$ | \$ | \$ | \$ |
| Terrain | 17 509 | | 17 509 | 17 509 |
| Bâtisse | 346 970 | 148 336 | 198 634 | 206 911 |
| Enseigne | 14 115 | 12 410 | 1 705 | 2 131 |
| Mobilier et équipements | 51 007 | 51 007 | | |
| Matériel roulant | 42 784 | 40 441 | 2 343 | 3 347 |
| Équipement informatique | 49 107 | 49 107 | | 1 543 |
| | <u>521 492</u> | <u>301 301</u> | <u>220 191</u> | <u>231 441</u> |

Note 6- CRÉDITEURS

| | 2025 | 2024 |
|--------------------------------|----------------|---------------|
| | \$ | \$ |
| Comptes fournisseurs | 85 399 | 15 483 |
| Frais courus | 13 155 | 17 326 |
| Salaires à payer | 50 382 | 38 020 |
| Déductions à la source à payer | 886 | 676 |
| | <u>149 822</u> | <u>71 505</u> |

Note 7- CRÉDIT MARKETING

| | 2025 | 2024 |
|------------------------------|----------------|-----------------|
| | \$ | \$ |
| Solde au début de l'exercice | 187 017 | 137 573 |
| Montant accordé de l'année | 76 773 | 73 101 |
| Crédit marketing périmé | (29 009) | |
| Montant engagé de l'année | <u>(7 654)</u> | <u>(23 657)</u> |
| Solde à la fin de l'exercice | <u>227 127</u> | <u>187 017</u> |

TOURISME BAIE-JAMES
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS
 AU 31 MARS 2025

Note 8- SUBVENTIONS REPORTÉES

| | Solde au début | Encaissées | Utilisées | Solde à la fin |
|---|-------------------|----------------|----------------|-------------------|
| | \$ | \$ | \$ | \$ |
| Ministère du Tourisme (MTO) | | | | |
| Mesure accueil | | 44 550 | | 44 550 |
| Changement climatique | | 50 000 | | 50 000 |
| Projet VaHumania | 43 740 | | 43 740 | |
| Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation | 6 773 | | | 6 773 |
| Ministère de l'Économie et de l'Innovation | 99 772 | (29 763) | | 70 009 |
| Plan Montagne | | | | |
| Tourisme Chaudière-Appalaches | | 45 000 | | 45 000 |
| COTA | | 15 000 | | 15 000 |
| EPRNT | 361 994 | 311 119 | 205 780 | 467 333 |
| | <u>512 279</u> | <u>435 906</u> | <u>249 520</u> | <u>698 665</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 :

| | 2025 | 2024 |
|---|---------------|---------------|
| | \$ | \$ |
| Solde au début de l'exercice | 31 175 | 32 474 |
| Moins : montant amorti dans les résultats | <u>1 247</u> | <u>1 299</u> |
| Solde à la fin de l'exercice | <u>29 928</u> | <u>31 175</u> |

TOURISME BAIE-JAMES
 NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS
 AU 31 MARS 2025

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 | | | 350 000 | 750 000 |
| Bâtiment (démolition, amiante, téléphonie, climatisation, fenêtre) | 9 305 | | 9 305 | | |
| EPRT 2023-2026 | 293 143 | | 70 757 | | 222 386 |
| Construction Écosystème numérique | 302 000 | | | | 302 000 |
| Restructuration RH et mise à jour des politiques | 4 194 | | | | 4 194 |
| Contenu photo membres jamésiens | 23 666 | | 17 113 | 6 200 | 12 753 |
| Système de collecte de données | 32 507 | | 3 000 | | 29 507 |
| Projet Géoparc et bureau d'accueil | 105 000 | | | | 105 000 |
| Mise à jour Capsules ambassadeur | 25 000 | | 5 000 | | 20 000 |
| 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>1 368 315</u> | <u>0</u> | <u>105 175</u> | <u>356 200</u> | <u>1 619 340</u> |

TOURISME BAIE-JAMES
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2025

ANNEXE A

| | 2025 | | | 2024 | |
|--|---------------------|----------------|--|------------------|------------------|
| | Fonction- nement | Fonds EDNET | Entente de partenariat régional en tourisme | Total | Total |
| PRODUITS | \$ | \$ | \$ | \$ | \$ |
| Gouvernement du Québec | | | | | |
| Ministère du Tourisme (MTO) | 671 914 | | | 671 914 | 668 598 |
| EPRTNT | 182 773 | | | 182 773 | 17 711 |
| Ministère de l'Économie et de l'Innovation | | | | | 84 519 |
| Services Québec | 7 734 | | | 7 734 | 6 341 |
| Société du Plan Nord | 98 000 | | | 98 000 | |
| Autre subvention | 3 729 | | | 3 729 | |
| | <u>964 150</u> | | | <u>964 150</u> | <u>777 169</u> |
| Gouvernement du Canada | | | | | |
| Développement économique du Canada | 153 717 | | | 153 717 | 146 284 |
| | <u>153 717</u> | | | <u>153 717</u> | <u>146 284</u> |
| Gouvernement régional | | | | | |
| Eeyou Istchee Tourism | | | | | 18 750 |
| | | | | | <u>18 750</u> |
| Taxe sur l'hébergement | | | | | |
| Taxe sur l'hébergement - Promotion | 414 738 | | | 414 738 | 486 736 |
| | <u>414 738</u> | | | <u>414 738</u> | <u>486 736</u> |
| Revenu du milieu | | | | | |
| Contribution du milieu | 26 751 | | | 26 751 | 23 998 |
| Fédération des pourvoiries du Québec | 25 000 | | | 25 000 | |
| Objets promotionnels | 3 923 | | | 3 923 | 5 259 |
| Revenus partenariat | 202 530 | | | 202 530 | 106 946 |
| Revenus de publicité | 43 595 | | | 43 595 | 84 259 |
| Revenus d'intérêts | 55 193 | | | 55 193 | 10 841 |
| Crédits marketing périmés | 29 009 | | | 29 009 | |
| Location d'immeuble et autres produits | 49 761 | | | 49 761 | 41 737 |
| | <u>435 762</u> | | | <u>435 762</u> | <u>273 040</u> |
| | <u>1 968 367</u> | | | <u>1 968 367</u> | <u>1 701 979</u> |

TOURISME BAIE-JAMES
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES
DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2025

ANNEXE B

VAHUMANIA

| | 2025 | 2024 | Total |
|---|-----------------|---------------|-----------------|
| | \$ | \$ | \$ |
| PRODUITS | | | |
| Ministère du Tourisme (MTO) | 43 087 | 39 771 | 82 858 |
| Société du Plan Nord | 98 000 | | 98 000 |
| Revenu de gestion | 10 153 | 1 989 | 12 142 |
| | <u>151 240</u> | <u>41 760</u> | <u>193 000</u> |
| CHARGES | | | |
| Honoraires professionnels | 91 386 | 27 502 | 118 888 |
| Salaires et Charges sociales | 46 764 | | 46 764 |
| Loyer | 7 200 | 6 000 | 13 200 |
| Publicités | 25 487 | 5 060 | 30 547 |
| Frais de réunion et déplacements | 11 084 | | 11 084 |
| Colloques et séminaires | 1 560 | | 1 560 |
| Site web et informatique | 30 570 | | 30 570 |
| Fournitures de bureaux | 1 142 | 1 209 | 2 351 |
| | <u>215 193</u> | <u>39 771</u> | <u>254 964</u> |
| EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES (CHARGES SUR LES PRODUITS) | <u>(63 953)</u> | <u>1 989</u> | <u>(61 964)</u> |

