

Diagnostic sur la taxe sur l'hébergement 2014



**Document préparé et rédigé par la direction générale
de Tourisme Baie James
Version finale – Septembre 2014**

Table des matières

Notre mission	3
Notre vision	3
Nos mandats	3
Historique de la taxe sur l'hébergement au Québec	4
Conclusion globale de l'étude de l'impact économique et des effets structurants de la taxe sur l'hébergement au Québec	5
Un retour sur la loi de la taxe sur l'hébergement – Paiement de la taxe	6
Facturation de la taxe par un exploitant	6
Facturation de la taxe par un voyageur	6
TPS et TVQ	7
Exclusions	7
Évolution du profil des membres de l'ATR (2008-2013)	7
Évolution des investissements promotionnels intra et hors Québec (2008-2012)	8
La taxe, un levier important pour le marketing	8
Le plan d'action marketing conjoint, un tournant important pour la région	9
Évolution des revenus totaux, privés, publics et de la taxe sur l'hébergement de l'ATR à la Baie-James (2008-2012)	10
L'implantation de la taxe sur l'hébergement dans les régions du Québec	11
L'Entente de partenariat régional en tourisme de la Baie-James (EPRTBJ)	11
Retour sur les objectifs visés en juillet 2008 par l'EPRTBJ	12
Plan de financement sur quatre (4) ans pour la Baie-James	13
Le développement de l'offre touristique	13
Les responsabilités et les mandats de Tourisme Baie-James en matière de structuration de l'industrie touristique sur son territoire	13
Compte rendu de l'EPRTBJ	14
Conclusion sur la gestion de la taxe et ses retombées pour le milieu jamésien	15
Rappel descriptif de la loi 76 – Taxe sur l'hébergement à 2 \$ lors de son implantation à la Baie-James et les règles de fonctionnement	16
Recommandations du comité consultatif sur le projet d'augmentation de la taxe sur l'hébergement au conseil d'administration de TBJ	17
Adoption de la résolution concernant la hausse de la taxe	18
Approbation et adoption de la liste des membres votants	20

Notre mission

Tourisme Baie-James est un organisme privé sans but lucratif dont la raison d'être est de faciliter la concertation régionale, de soutenir le développement touristique sur son territoire et de promouvoir l'industrie touristique de la région.

Tourisme Baie-James est reconnu par le gouvernement du Québec comme étant une association touristique régionale (ATR). Sa mission est d'assurer le leadership dans un effort concerté de promotion et d'accueil pour le positionnement de la destination Eeyou Istchee Baie-James et ce, dans le but de créer des occasions d'affaires pour ses membres et des retombées socio-économiques pour la région.

Notre vision

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

Nos mandats

Tourisme Baie-James est reconnu par le gouvernement du Québec comme le partenaire privilégié de Tourisme Québec en région quant à l'établissement des priorités, des orientations et des politiques de développement et de promotion touristique pour la région, ainsi qu'au niveau de l'information, l'accueil et la signalisation ;

Tourisme Baie-James est le gestionnaire de la taxe sur l'hébergement et ce dernier est lié par un protocole d'entente avec le ministère du Tourisme pour la gestion de celle-ci;

En tant que représentant des divers partenaires touristiques de la Baie-James, la corporation doit jouer un rôle important de concertation vis-à-vis l'ensemble des partenaires touristiques du territoire ;

Tourisme Baie-James est le catalyseur permettant aux partenaires touristiques et à Tourisme Québec d'intégrer leurs actions et ce, autant sur le plan régional qu'interrégional ;

Les rôles et mandats spécifiques de Tourisme Baie-James sont liés par un protocole d'entente avec Tourisme Québec et Développement Économique Canada.

Historique de la taxe sur l'hébergement au Québec

La réflexion sur la mise en place d'une taxe sur l'hébergement touristique au Québec a été amorcée en 1990 par l'Office des Congrès et du Tourisme du Grand Montréal (OCTGM) qui a réalisé une analyse à ce sujet intitulée « Analyse du fondement d'une stratégie de promotion touristique au Québec par l'implantation d'une taxe sur l'achalandage hôtelier ». Le document fait état des difficultés reliées au financement de la promotion touristique au Québec et propose d'imposer une taxe sur les chambres d'hôtel dont le produit serait retourné aux agences de promotion du tourisme au Québec et qui serait utilisée pour « augmenter l'achalandage des infrastructures de tourisme et assurerait un meilleur développement de l'industrie à moyen terme ».

Le 2 octobre 1996, la ministre déléguée à l'industrie et au commerce, le ministre des Finances et le ministre d'État à la métropole conviennent de créer un Fonds de partenariat touristique et d'instaurer une taxe sur l'hébergement dans les régions qui en font la demande. Il est alors prévu que le produit de cette taxe soit entièrement retourné aux régions et que ce soit au ministère du Tourisme de négocier avec les associations touristiques régionales les modalités d'utilisation de produit de cette taxe.

La taxe sur l'hébergement a donc vu le jour en 1996 lorsque le gouvernement du Québec a créé le Fonds de partenariat touristique affecté à la promotion et au développement du tourisme qui devait être alimenté par les sommes perçues par le ministère du Revenu au titre de la taxe sur l'hébergement. Le gouvernement autorise alors les régions touristiques qui en font la demande, au terme d'une consultation des intervenants et d'un consensus dans les établissements d'hébergement, à percevoir un montant de 2 \$ pour chaque nuitée.

Le 1^{er} avril 2007, la région touristique de la Baie-James adhère, après résolution du conseil d'administration de Tourisme Baie-James (résolution TBJCA-06-06-09-05) et après un processus de consultation et de consensus régional auprès des intervenants de l'hébergement, au Fonds de partenariat touristique mis sur pied par le gouvernement du Québec pour renforcer et soutenir le développement touristique du Québec. Elle se joint ainsi aux régions touristiques suivantes : Abitibi-Témiscamingue, Bas-Saint-Laurent, Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Chaudière-Appalaches, Gaspésie, Lanaudière, Laurentides, Laval, Manicouagan, Mauricie, Montérégie, Montréal, Outaouais, Québec et Saguenay-Lac-Saint-Jean. Une taxe sur l'hébergement de 2 \$ par nuitée est perçue sur tout le territoire de la Baie-James.

Depuis 2007, c'est plus d'un million de dollars qui ont été générés par le biais de cette taxe. Déjà à cette époque, le tourisme régional faisait face à de nombreux enjeux dont notamment ceux en matière d'accueil touristique, de promotion de la destination et de développement de l'offre touristique. Aujourd'hui, ces enjeux sont mieux cernés et des plans d'action ont été élaborés afin d'y répondre ; cependant, une problématique persiste ; le manque de ressources financières pour réaliser les plans d'action reliés au développement touristique régional.

Depuis le 20 mars 2012, à la suite de la publication du budget du ministre Bachand, le gouvernement du Québec, après obtention d'un consensus, a donné la possibilité d'opter pour une taxe sur l'hébergement de 3 \$ ou 3%. Il s'agit là d'une opportunité qui pourrait permettre à l'industrie touristique de se doter d'un levier financier pour répondre aux enjeux actuels du tourisme régional.

Conclusion globale de l'étude de l'impact économique et des effets structurants de la taxe sur l'hébergement au Québec

En février 2008, une analyse de l'étude de l'impact économique et des effets structurants de la taxe sur l'hébergement a été réalisée par le cabinet Zins Beauchesne et Associés et présentée au ministère du Tourisme et à ATR Associées du Québec. En voici les conclusions :

Malgré les problématiques énoncées, la taxe sur l'hébergement au Québec est un modèle unique de taxe collectée sur l'activité touristique, remise presque intégralement à l'industrie touristique dans la région où elle est perçue et gérée par celle-ci :

- Elle est bien gérée par les ATR et l'industrie touristique régionale qui ont mis en place des modèles, principes et mécanismes de gestion formels et transparents;
- La reddition de comptes est bien faite autant au MTO qu'aux instances officielles qui représentent les membres dans chaque région;
- Grâce aux fonds générés par cette taxe, les ATR ont pu établir leur leadership régional de façon plus forte, renforcer leurs compétences, et engager des actions de promotion importantes et encadrées par des plans pluriannuels;
- Les fonds générés par la taxe permettent aux ATR d'assumer pleinement le rôle qui leur est dévolu en termes de promotion, d'organisation de l'industrie et de développement;
- Depuis la mise en place de cette taxe, les revenus de l'hébergement ont augmenté significativement dans la plupart des régions qui l'ont adoptée;
- Le Québec a aussi augmenté sa part de marché à l'international;
- Elle permet aux régions touristiques du Québec et à leurs ATR de participer pleinement à la mise en œuvre de la politique touristique du Québec et à l'atteinte des objectifs qu'elle s'est fixée.

Dans ce contexte, cette taxe devrait être maintenue et gérée par l'industrie régionale. C'est aussi l'avis de la très grande majorité des membres des ATR.

Il serait même opportun d'en accroître les revenus, d'une part en augmentant son taux, comme l'ont déjà fait les régions de Montréal, Laval et Québec, mais aussi en élargissant d'autre part son assiette à d'autres types d'hébergement ou d'entreprises touristiques. En même temps, il faudra s'assurer de se doter des outils adéquats pour en mesurer les impacts dans le futur.

Sa pertinence serait également accrue si une proportion plus grande des fonds générés était investie d'une part à l'hors Québec au moyen de partenariats ciblés associant plusieurs régions du Québec et le MTO, et d'autre part dans des efforts de développement de l'offre régionale en profitant des mesures proposées par le MTO récemment.

Finalement, la recherche d'effets de levier et d'une large participation des membres des ATR aux actions promotionnelles de celles-ci devraient rester des priorités*.

***Étude de l'impact économique et des effets structurants de la taxe sur l'hébergement, rapport final, Zins Beauchesnes et associés, février 2008.**

Un retour sur la loi de la taxe sur l'hébergement – Paiement de la taxe

Outre la TPS et la TVQ, le client doit payer une taxe sur l'hébergement lorsqu'il fait un séjour de moins de 32 jours consécutifs dans un établissement d'hébergement de l'une des régions touristiques du Québec qui a fait une demande, auprès du gouvernement du Québec, afin que cette taxe s'applique dans cette région.

Selon la région touristique, cette taxe s'applique de l'une des façons suivantes :

- 2 \$ par nuitée;
- 3 \$ par nuitée;
- 3 % du prix de la nuitée ;
- 3,5 % du prix de la nuitée.

Elle sert à assurer le financement du Fonds de partenariat touristique mis sur pied pour soutenir et renforcer l'industrie touristique québécoise.

Facturation de la taxe par un exploitant

Taxe sur l'hébergement de 2 \$ ou de 3 \$ par nuitée

Sur le document prouvant la location, la taxe peut être

- incluse dans le prix de la nuitée;
- indiquée séparément du prix de la nuitée.

Taxe sur l'hébergement de 3 % ou de 3,5 % du prix de la nuitée

Si le prix de la nuitée est indiqué de façon distincte des autres biens et services fournis, l'exploitant de l'établissement doit :

- soit indiquer séparément ce prix et le montant de la taxe sur l'hébergement sur le document prouvant la location;
- soit ajouter une mention précisant que ce prix comprend la taxe sur l'hébergement dans le document prouvant la location.

Si le prix de la nuitée n'est pas indiqué de façon distincte des autres biens et services fournis, l'exploitant doit indiquer séparément le montant de la taxe et ajouter une mention précisant qu'il s'agit de la taxe sur l'hébergement.

Le calcul de la taxe de 3 % ou de 3,5 % s'effectue uniquement à l'égard du prix de la nuitée. Ainsi, dans le cas où des biens ou des services sont inclus dans ce prix, la valeur de ceux-ci est exclue du prix sur lequel la taxe est calculée.

Facturation de la taxe par un voyageur

Lorsque vous achetez d'un voyageur (personne ou structure organisant et commercialisant des voyages) des nuitées dans un établissement d'hébergement situé dans une région touristique où la taxe sur l'hébergement s'applique, vous devez payer cette taxe au voyageur, c'est-à-dire :

- 2 \$ par nuitée dans un établissement d'hébergement situé dans une région touristique où la taxe de 2 \$ s'applique;
- 3 \$ par nuitée dans un établissement d'hébergement situé dans une région touristique où la taxe de 3 \$ ou de 3 % s'applique;

- 3,50 \$ par nuitée dans un établissement d'hébergement situé dans une région touristique où la taxe de 3,5 % s'applique.

TPS et TVQ

Les exploitants d'établissements d'hébergement qui perçoivent la TPS et la TVQ doivent calculer ces dernières sur le total incluant le prix de la location de la chambre et la taxe sur l'hébergement.

Exclusions

La taxe sur l'hébergement ne s'applique pas à la location :

- d'un emplacement de camping ;
- d'une unité d'hébergement dans un établissement d'enseignement ;
- d'une auberge de jeunesse ;
- d'un centre de vacances ;
- d'une unité d'hébergement pour une durée de six heures ou moins, ou pour une période de plus de 31 jours consécutifs ;
- d'une unité d'hébergement offerte sur une base occasionnelle, par exemple une fois dans l'année lors d'un festival.

Évolution du profil des membres de l'ATR (2008-2013)

Catégories	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Hébergement	16	22	20	20	25
Pourvoiries	07	08	08	05	06
Sites et attractions	31	29	32	32	37
Événements	04	03	03	04	08
Autres (CLD, CRÉ, villes...	38	37	35	44	36
Total	96	99	98	105	112

En 2007, suite à la création et la reconnaissance par le gouvernement du Québec d'une nouvelle ATR sur le même territoire, Tourisme Baie-James s'attendait à perdre plusieurs membres au profit de Tourisme Eeyou Istchee (EIT), ce qui était normal dans les circonstances et accepté d'emblée par tous. Malgré tout, on remarque une croissance constante des membres et ce, malgré la reconnaissance de cette nouvelle ATR, ce qui prouve la vitalité de l'industrie touristique et l'intérêt pour le tourisme dans cette région qui dans les faits a très peu de population. Tourisme Baie-James travaille constamment à faire la promotion du tourisme et à recruter de nouveaux membres, principalement ceux qui viennent du secteur privé car nous croyons que nous devons miser sur le développement de l'entrepreneurship en tourisme.

Évolution des investissements promotionnels intra et hors Québec (2008-2012)

Investissement promotionnel (\$)	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Régional	0	0	0	0
Intra Québec	152 029	197 825	181 023	102 388
Hors Québec	2 254	2 104	71 002	116 344
Multi-marchés	0	0	49 608	148 688
Total	154 283	199 929	301 633	367 420

Source : Redditions de comptes des associations touristiques régionales, 2008-2009, 2009-2010, 2010-2011, 2011-2012.

La taxe, un levier important pour le marketing

Il est indéniable que la mise en application de la taxe sur l'hébergement dans la région de la Baie-James a été un apport important pour faire du regroupement marketing avec les principaux intervenants touristiques et Tourisme Baie-James s'en sert comme levier important afin de doter la région d'une enveloppe budgétaire minimale pour la promotion. Au cours des six premières années de perception de la taxe sur l'hébergement (avril 2007 à mars 2014), la région a perçu 1 014 782 \$, ce qui a aidé grandement la région à mieux se structurer au niveau de ses actions marketing.

Les membres de l'hébergement ont pu profiter de plus de 150 000 \$ en crédit marketing (15%) pour leurs besoins personnels en promotion. De plus, la majorité des membres de l'hébergement qui ont utilisé leurs crédits marketing ont pu profiter de sommes supplémentaires par l'entremise du programme marketing (remboursement de 50% des dépenses admissibles en promotion) mis en place pour les marchés hors Québec et internationaux en collaboration avec Tourisme Eeyou Istchee et Développement Économique Canada.

En 2004-2005, l'ATR avait un budget d'environ 85 000 \$ par année pour faire la promotion et ce, en incluant le guide touristique officiel. Après la mise en place de la taxe, l'ATR a été à même de regrouper les efforts de tous et de signer des ententes avec Développement économique Canada et Tourisme Eeyou Istchee. En mettant en place des programmes marketing pour le hors Québec et l'international, et grâce aussi au crédit marketing, les membres des deux ATR ont participé de plus en plus aux campagnes de promotion. En 2014-2015, les deux ATR ont un budget conjoint de 480 000 \$ pour le marketing, mais des efforts supplémentaires devront être consentis afin d'augmenter l'enveloppe budgétaire consacré à la clientèle hors Québec. En effet, les moyens financiers actuels pour le marché québécois ne sont pas assez importants pour positionner la région Eeyou Istchee Baie-James. La concurrence des autres régions touristiques du Québec est trop forte.

Quoi qu'il en soit, la mise en place de la taxe sur l'hébergement a permis au milieu jamésien de se doter d'une enveloppe budgétaire pour la promotion de la région, d'obtenir du DEC un PMI (Programme marketing international) pour la région, de travailler avec ses partenaires cris à part égale et d'engager un agent de marketing qui travaille pour les deux régions touristiques. Ce partenariat en marketing avec les cris fut le point de départ d'un long processus d'échanges et de confiance mutuelle qui a donné comme résultat un plan de restructuration des ressources humaines beaucoup plus important et structurant entre les différents organismes touristiques cris et jamésiens.

Le plan d'action marketing conjoint, un tournant important pour la région

En 2012, Tourisme Eeyou Istchee, Tourisme Baie-James et COTA adoptent en commun un plan d'action marketing (2012-2015) qui s'intègre avec les orientations touristiques du Plan Nord et celles de la niche ACCORD - Nord-du-Québec.

Pour se démarquer parmi les 200 destinations touristiques mondiales, les provinces et territoires canadiens et les 22 régions touristiques du Québec, la destination touristique Eeyou Istchee Baie-James se devait de parler d'une seule voix afin de pouvoir attirer l'attention du touriste potentiel et faire ressortir son unicité dans un contexte où les budgets marketing sont nécessairement limités. À cet effet, nous avons regroupé dans ce plan, en plus des organismes officiels en tourisme (Tourisme Baie-James, Eeyou Istchee Tourism et COTA), les organismes cris (Aanischaukamikw, CNACA et CTA), ainsi que le programme Accord en tourisme. Les 4 municipalités jamésiennes et les 9 communautés cries devront également faire partie d'une promotion régionale concertée afin de maximiser notre tourisme et de profiter pleinement de l'opportunité offerte par le Plan Nord en tourisme.

Étant donné, la rareté des ressources humaines en tourisme la région doit commander une approche qui favorise la concertation et le développement de compétences pointues dont en marketing touristique. Dans la prochaine étape de ce plan d'action, la coopération entre les différentes entités touristiques sera abordée. Sans une concertation effective entre Cris et Jamésien, il est totalement illusoire de penser atteindre nos objectifs individuels, communautaires et régionaux en tourisme et culture.

Seules l'innovation et l'originalité dans nos façons de se vendre peuvent nous permettre d'attirer l'attention et de performer en tourisme. Tel que présenté en annexe 1, la manière de se distinguer en marketing touristique à travers les centaines de destinations au Québec, au Canada et sur la planète toute entière qui sollicitent chacune, des millions de touristes potentiels, est d'innover, de faire différent, de se démarquer tout en demeurant soi-même. L'innovation devra se faire dans les expériences offertes sur le terrain mais peut et doit également se faire dans les concepts marketing, les visuels et le graphisme utilisés. On doit se démarquer !

Faire ressortir notre unicité, développer un accueil original, maximiser la coopération entre les intervenants touristiques en mise en marché et rétention de clientèle, offrir une grande valeur par des forfaits pertinents, personnaliser sa relation avec ses clients et s'assurer de provoquer un « bouche à oreille » positif grâce à une qualité d'expériences vécues exceptionnelles (dont les « wow! »). Voilà les stratégies à utiliser!

Nous sommes passés d'un budget de 154 283 \$ en 2008-2009 à 485 000 \$ en 2013-2014 (une hausse de 214%) grâce à la participation de tous. Tourisme Baie-James a su regrouper le marketing touristique qui est l'orientation 1 du plan d'action marketing. Le taux de participation des membres aux différentes campagnes de promotion a été de 32%.

Répartition des partenaires financiers aux campagnes de promotion :

Développement économique Canada	26%
Membres des deux ATR	32%
Tourisme Eeyou Istchee	21%
Tourisme Baie-James	21%

Afin de maximiser les ressources financières, l'expertise et la disponibilité des ressources humaines, imputer la mise en marché touristique et les communications touristiques à l'extérieur de la région d'Eeyou Istchee Baie-James, (EIT, TBJ, CTA, CNACA, COTA et d'Aanischaaukamikw (Institut culturel cri d'Oujé-Bougoumou), etc.), nous partageons les mêmes ressources humaines et outils marketing entre certains organismes, ainsi que les budgets.

En ce moment, c'est surtout à l'intra Québec où les deux ATR ne peuvent pas investir beaucoup d'argent. C'est l'une des raisons pourquoi nous voulons hausser la taxe sur l'hébergement et demander la participation des gens du milieu à nos campagnes. Aussi, nous aimerions renouveler l'Entente de partenariat régional en tourisme de la Baie-James afin de bonifier le développement de l'offre.

La nouvelle image de marque d'Eeyou Istchee Baie-James a été adoptée en 2012 par les trois organismes. Présentement, les deux ATR sont à travailler sur de nouvelles plateformes Internet et sur les réseaux sociaux. Une nouvelle ressource humaine partagée à été engagée dans ce sens.

Évolution des revenus totaux, privés, publics et de la taxe sur l'hébergement de l'ATR à la Baie-James (2008-2012)

Montant (\$)	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Investissements privés	179 290	189 536	276 392	426 881
Investissements publics	761 746	1 005 446	570 816	645 616
Revenus Totaux	941 036	1 194 982	847 208	1 072 497
Revenus de la TH (\$)	140 742	147 972	151 083	160 570

Source : Redditions de comptes des associations touristiques régionales, 2008-2009, 2009-2010, 2010-2011, 2011-2012.

On peut noter une croissance importante et constante des investissements privés, ce qui démontre que l'industrie privée de la région est de plus en plus présente et active. Celle-ci croît de plus en plus au développement touristique de la région dans le cadre d'une saine diversification économique et à son potentiel pour l'international.

L'implantation de la taxe sur l'hébergement dans les régions du Québec

Régions	Perception de la taxe	Entrée en vigueur
Abitibi-Témiscamingue	3 \$ par nuitée	1 ^{er} juillet 2012
Bas-Saint-Laurent	3 \$ par nuitée	1 ^{er} juillet 2013
Baie-James	2 \$ par nuitée	1 ^{er} avril 2007
Cantons de l'Est	3 \$ par nuitée	1 ^{er} juillet 2013
Centre du Québec	3 \$ par nuitée	1 ^{er} juillet 2012
Charlevoix	3 % du prix de la nuitée	1 ^{er} février 2013
Chaudière Appalaches	2 \$ par nuitée	1 ^{er} janvier 2003
Duplessis	2 \$ par nuitée	1 ^{er} janvier 2008
Eeyou Istchee	3% par nuitée (en processus d'implantation)	1 ^{er} avril 2015
Gaspésie	3 % du prix de la nuitée	1 ^{er} juillet 2008
Îles de la Madeleine	2 \$ par nuitée	1 ^{er} juillet 2008
Lanaudière	3 \$ par nuitée	1 ^{er} février 2013
Laurentides	2 \$ par nuitée	1 ^{er} juillet 2005
Laval	3 % du prix de la nuitée	1 ^{er} juillet 2005
Manicouagan	3 \$ par nuitée	1 ^{er} mai 2013
Mauricie	3 \$ par nuitée	1 ^{er} février 2013
Montérégie	2 \$ par nuitée	1 ^{er} mai 2005
Montréal	3,5 % du prix de la nuitée	1 ^{er} février 2010
Nunavik	3% par nuitée (en processus d'implantation)	1 ^{er} avril 2015
Outaouais	3 \$ par nuitée	1 ^{er} juillet 2012
Québec	3 % du prix de la nuitée	1 ^{er} juin 2007
Saguenay-Lac-Saint-Jean	3 \$ par nuitée	1 ^{er} février 2013

L'Entente de partenariat régional en tourisme de la Baie-James (EPRTBJ)

L'Entente de partenariat régional en tourisme est une entente cadre signée entre le ministère du Tourisme (MTO) et les ATR associées du Québec (ATRAQ). Elle origine d'un lobby que les associations touristiques régionales (ATR) ont fait auprès du gouvernement du Québec, de 2005 à 2007, pour que celles-ci aient la possibilité d'investir dans le développement de l'offre touristique. En effet, suite à l'abandon par le gouvernement des Ententes spécifiques en tourisme, en 2005, et de son implication dans le développement de l'offre, et après environ deux ans de négociation avec le MTO, l'entente sur quatre ans fut signée et une quinzaine d'ATR ont pris ce virage. Chaque ATR peut consacrer un maximum de 25% de sa perception de la taxe sur l'hébergement au développement de l'offre, jusqu'à concurrence de 225 000\$ par année. La balance de leur enveloppe budgétaire est consacrée en majeure partie au marketing et à la promotion de leur région.

Par la suite, compte tenu de l'état d'avancement de la région dans son développement touristique et de sa faiblesse au niveau de son offre, Tourisme Baie-James a fait de nombreuses interventions auprès du MTO afin de consacrer plus de 25% de son enveloppe budgétaire au développement de l'offre et d'y inclure des projets en hébergement, dans le but d'y améliorer sa qualité et son offre, sans pour autant délaissé tout autre projet qui améliorerait ou bonifierait son offre touristique.

Le 19 juillet 2008, le ministre du Tourisme (MTO), M. Raymond Bachand, la présidente de Tourisme Baie-James (TBJ), Mme Doris Thomassin, la ministre des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire (MAMROT), Mme Nathalie Normandeau, le président de la Conférence régionale des élus de la Baie-James (CRÉBJ) et maire de la Municipalité de Baie-James (MBJ), M. Gérald Lemoyne, ainsi que le président-directeur-général de la Société de développement de la Baie-James (SDBJ), M. Raymond Thibault, ont procédé à la signature officielle de l'Entente de partenariat régional en tourisme de la Baie-James (EPRTBJ). Cette signature témoigne de la volonté commune de stimuler le développement touristique en fonction des spécificités du territoire et des priorités de la région Baie-James. La signature de l'Entente de partenariat régional en tourisme permet au nouveau fonds de développement de l'offre touristique de la Baie-James de disposer d'une enveloppe de près de deux millions de dollars (1 940 000 \$), répartie sur quatre ans et destinée à soutenir les projets structurants pour développer l'offre touristique sur le territoire. Cette enveloppe donnera les moyens à l'industrie touristique régionale de diversifier son offre et de l'adapter aux attentes de plus en plus élevées des touristes.

Grâce à la participation et à la bonne collaboration des intervenants du milieu et du ministère du Tourisme, une entente de partenariat a pu être signée à la Baie-James. Au moment de sa signature, celle-ci était réputée comme étant la plus intéressante du Québec et l'une des plus importantes compte tenu, entre autres, des enseignements clairs que la région s'est donnée en matière de développement de l'offre, ainsi que les sommes consenties dans ce programme.

À l'échelle provinciale, seize ATR ont mis en place le Fonds régional de développement de l'offre touristique « Programme Bachand ». En 2008 et 2009, c'est 183 projets qui ont vu le jour, représentant des investissements de plus de 108,6 M\$. Le MTO y a investi 1 \$ pour chaque dollar versé via la taxe sur l'hébergement des régions touristiques jusqu'à concurrence de 250 000 \$ par région. La majorité des régions qui ont participé à cette entente l'ont reconduite et le gouvernement a ajouté 5 millions pour y participer.

Retour sur les objectifs visés en juillet 2008 par l'EPRTBJ

Les partenaires convenaient de travailler en étroite collaboration, dans le respect de leurs mandats respectifs, en vue de soutenir et stimuler le développement, la diversification et la structuration de l'offre touristique de la région Baie-James. Les projets soutenus posséderont un caractère structurant contribuant à consolider et développer l'offre touristique de la région Baie-James. Ils comporteront l'une ou l'autre des caractéristiques suivantes :

- Augmenter le niveau de qualité de l'offre touristique, la complémentarité et la pérennité des produits, des services et des infrastructures, notamment des bâtiments d'hébergement;
- Élargir l'offre et développer la complémentarité des produits et des services touristiques;
- Offrir aux touristes des alternatives à l'offre traditionnelle d'hébergement et de restauration;
- Mettre en valeur des aspects distinctifs de la région;
- Renforcer la compétitivité et le pouvoir attractif de la destination Baie-James et des produits touristiques en émergence;
- Stimuler l'achalandage touristique dans la région par l'augmentation du nombre de touristes en provenance de la région, du Québec et de l'extérieur du Québec ;
- Susciter la rétention des visiteurs dans la région touristique de la Baie-James et augmenter les nuitées;
- Atténuer les écarts de la saisonnalité;

- Engendrer des impacts économiques significatifs pour le maintien et la création d'emplois;
- Encourager et promouvoir des pratiques de gestion privilégiant un tourisme durable et responsable;
- Favoriser la mise en valeur du patrimoine naturel et bâti de la région touristique de la Baie-James;
- Favoriser les projets soumis par les entreprises souscrivant à la Démarche Qualité Tourisme et/ou promouvoir les initiatives visant l'atteinte de normes de qualité dans leur secteur d'intervention respectif.

Plan de financement sur quatre (4) ans pour la Baie-James

Les parties conviennent du plan de financement suivant :

Partenaires financiers	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	Total
Ministère du Tourisme	65 000 \$	65 000 \$	65 000 \$	65 000 \$	260 000 \$
Tourisme Baie-James	65 000 \$	65 000 \$	65 000 \$	65 000 \$	260 000 \$
SDBJ	25 000 \$	25 000 \$	25 000 \$	25 000 \$	100 000 \$
CRÉBJ	130 000 \$	130 000 \$	130 000 \$	130 000 \$	520 000 \$
MBJ	200 000 \$	200 000 \$	200 000 \$	200 000 \$	800 000 \$
Grand total					1 940 000.\$

Effet de levier de la taxe pour le développement de l'offre touristique : pour chaque dollar = 6,38\$.

Le développement de l'offre touristique

Principe directeur pour les ATR du Québec

Les ATR sont des acteurs clés et des gestionnaires de la destination touristique régionale. Elles sont les maîtres d'œuvre de la concertation, de la planification, de l'organisation et des orientations régionales en matière de développement de l'offre au sein de leur région et auprès de leurs partenaires régionaux. Elles ont le défi d'offrir un produit de qualité afin de se positionner face à la compétition internationale, tout en répondant aux besoins évoluant des touristes, le tout dans un contexte de développement durable.

Les responsabilités et les mandats de Tourisme Baie-James en matière de structuration de l'industrie touristique sur son territoire et du développement de l'offre selon son entente avec le MTO

Dans le renouvellement du protocole d'Entente de partenariat que Tourisme Baie-James (2011-2014) vient de signer avec le gouvernement du Québec et le ministère du Tourisme, il est clairement établi que les responsabilités et les mandats en matière de développement de l'offre d'une ATR sont les suivants :

- La ministre du tourisme reconnaît l'ATR comme son partenaire régional privilégié pour établir les priorités et les actions stratégiques en matière touristique sur son territoire, dans le respect de ses particularités et des orientations gouvernementales;
- L'ATR est appelée à exercer un leadership régional et à jouer un rôle de concertation des intervenants sur tout son territoire, afin de favoriser une convergence des actions touristiques régionales et interrégionales et un arrimage de celles-ci avec les orientations de la ministre;
- L'ATR joue un rôle de coordination des efforts de structuration de l'industrie touristique en matière de promotion, de développement de l'offre, d'accueil, d'information et de signalisation touristiques de sa région;
- Les membres et le conseil d'administration de l'ATR sont majoritairement des entreprises et des organismes qui œuvrent dans les différents secteurs touristiques;
- L'ATR doit assurer la concertation et la planification en matière de développement touristique régional et collaborer avec ses partenaires régionaux;
- L'ATR doit contribuer à stimuler les investissements visant la consolidation et la diversification de l'offre touristique, afin que celle-ci soit attractive et performante;
- L'ATR doit contribuer aux mécanismes de concertation et de collaboration avec le ministère afin d'optimiser et de favoriser la synergie des actions;
- Accompagner les entreprises touristiques dans le développement d'une culture de la qualité et du tourisme durable.

Compte rendu de l'EPRTBJ

Voici un compte rendu des projets acceptés dans le cadre de l'Entente de partenariat régional en tourisme de la Baie-James de 2008 à 2012.

Projet	Coût total du projet	Aide financière EPRTBJ	Aide EPRTBJ %	Impact Taxe hébergement	Investissement du promoteur
Hôtel Chibougamau	318 500 \$	140 000 \$	44%	18 760 \$	178 500 \$
Chalets Opémiska	437 000 \$	174 800 \$	40%	23 423 \$	262 200 \$
Domaine des sentiers boréals Inc.	35 980 \$	14 392 \$	40%	1 929 \$	21 588 \$
Gîte l'Antre Temps	62 000 \$	20 000 \$	32%	2 680 \$	42 000 \$
Auberge Thomas James (Motel du lac)	31 109 \$	10 444 \$	34%	1 399 \$	20 665 \$
Gîte de la belle rivière	560 607 \$	104 520 \$	19%	14 006 \$	456 087 \$
Motel du lac (phase 1)	394 626 \$	112 420 \$	28%	15 064 \$	282 206 \$
Centre récréotouristique Opémiska (CDE Chapais)	342 000 \$	30 400 \$	9%	4 074 \$	311 600 \$
Projet audio-circuit Baie-James	237 200 \$	102 666 \$	43%	13 757 \$	134 534 \$
Motel le Président	626 986 \$	169 738 \$	27%	22 745 \$	457 248 \$
Motel du lac (phase 2)	133 713 \$	53 485 \$	40%	7 167 \$	80 228 \$
Total	3 179 721 \$	932 865 \$	29%	125 004 \$	2 246 856 \$

Conclusion sur la gestion de la taxe et ses retombées pour le milieu jamésien

Au terme de l'EPRTBJ, une aide totale de 923 264 \$ a été injectée dans des projets touristiques et celle-ci a permis de générer plus de 3 millions de dollars. Cette contribution financière non remboursable représente 29,34% du coût total des projets.

Aussi, on peut affirmer que la mise en application de cette taxe a été favorable au milieu de l'hébergement. Sur les 11 projets acceptés par le comité de l'entente, 7 projets concernaient le milieu de l'hébergement pour l'amélioration de l'offre et de l'hébergement dans ce secteur d'activité. L'aide financière pour ces projets s'élève à 774 963 \$, soit 83,42% de l'aide totale accordée dans le cadre de l'EPRTBJ. Les retombées directes pour l'hébergement ont été nombreuses que ce soit en marketing ou en développement.

Somme toute, Tourisme Baie-James a bien géré la taxe sur l'hébergement et s'en est servi comme levier important au niveau du développement de l'offre et du marketing. Elle a donné la possibilité à Tourisme Baie-James de travailler en partenariat avec les cris et d'avoir du financement récurant pour la promotion.

Présentement, les régions touristiques Eeyou Istchee et le Nunavik sont les deux dernières régions à ne pas avoir implanté la taxe sur l'hébergement sur leur territoire. Cependant, en octobre 2013, Tourisme Eeyou Istchee (EIT) lançait une consultation auprès de ses membres et ces derniers semblent être favorables à l'implantation de la taxe sur l'hébergement sur leur territoire. De ce fait, EIT propose d'implanter la taxe sur l'hébergement à 3% dans les communautés cries et ce, dès le 1^{er} avril 2015.

Présentement, nous sommes l'une des dernières régions du Québec, à ne pas avoir augmenté la taxe sur l'hébergement. Au niveau marketing, nous devons rester compétitifs à l'intra Québec par rapport à l'ensemble des régions touristiques qui ont déjà haussé leur taxe sur l'hébergement. Si certaines régions du Québec peuvent se payer des campagnes de promotion à la télévision et sont plus attractives que notre région, c'est parce qu'elles ont augmenté leurs moyens financiers pour le faire. Présentement, Tourisme Baie-James a peu de moyen pour concurrencer le marché intra Québec, il faut donc changer la « donne ».

Actuellement, les enjeux touristiques pour la région sont grands. Dans le contexte actuel de renouvellement de protocoles d'entente qui pour la première fois arrivent tous au même moment, que ce soit avec le ministère du Tourisme ou avec Développement économique Canada, il serait souhaitable pour la région que nous envoyons un message clair et fort afin de démontrer que nous continuons à développer le tourisme et à promouvoir notre destination. Car nous y croyons fermement ! Aussi, avec l'arrivée de la nouvelle gouvernance, nous devons faire la démonstration que le tourisme va de l'avant et qu'il est important de diversifier l'économie de la région.

En 2006, les membres de l'hébergement y ont cru et ils ont fait confiance à leur ATR pour donner un avis favorable à la mise en place de la taxe de l'hébergement. Au dire de tous, aujourd'hui, ils sont heureux de l'avoir fait. Nous pouvons que les remercier. Par contre, il reste encore bien des choses à mettre de l'avant pour développer ensemble notre industrie touristique et promouvoir notre destination nordique à l'international.

Rappel descriptif de la loi 76 - Taxe sur l'hébergement à 2 \$ lors de son implantation à la Baie-James et les règles de fonctionnement de celle-ci pour la région

Objectifs :

- Vendre l'ensemble du territoire aux touristes et faire la promotion des attraits, événements et activités.

Contributeurs :

- Ministère du Revenu.

Type de dépenses autorisées :

- 80% des sommes recueillies de la taxe sert à promouvoir la région, ses attraits, événements et activités. Cependant, une partie de cette enveloppe pourrait être utilisée pour le développement de l'offre touristique, et seulement si le conseil d'administration de l'ATR en prend la décision. Cependant, celle-ci doit être validée par le ministère du Tourisme et en principe, ce fonds dédié au développement de l'offre ne devrait pas dépasser 25% de la somme totale de la perception annuelle de la taxe dans la région;
- 15% des dépenses seront versées sous forme de crédit marketing. Les membres de l'association touristique responsables de percevoir la taxe (hôteliers, pourvoyeurs, etc.) pourront obtenir un montant de 15 % de la taxe versée dans un fonds destinés à leurs besoins personnels en marketing. De ce fait, des campagnes de promotion élaborées par Tourisme Baie-James sont offertes aux membres. Ainsi, si un membre veut participer, il pourra faire créditer une somme (correspondant à 15 % de la somme qu'il a perçue) pour défrayer ses coûts de promotion. Les campagnes admissibles seront celles de Tourisme Baie-James (les cotisations annuelles ne sont pas admissibles au crédit marketing). Ces campagnes permettront également à un établissement membre de faire la promotion de son établissement ou de ses forfaits;

- 5% seront conservés par l'ATR pour la gestion administrative de la taxe.

Gestion opérationnelle des programmes marketing :

Toutes les demandes et initiatives devront être transmises à Tourisme Baie-James et approuvées par l'agent de marketing et la direction générale.

Les demandes peuvent être faites par Tourisme Baie-James ou par le milieu.

Dépôt de la demande et critères d'admissibilité aux programmes marketing :

La demande devra correspondre aux règles et exigences des programmes, et détailler les principales actions promotionnelles proposées ou le soutien à la promotion des événements, faire valoir les retombées médiatiques et touristiques prévues et détailler les dépenses encourues.

Reddition de comptes et surveillance :

Les fonds de la taxe sur l'hébergement sont déposés dans le compte de l'institution financière de l'ATR. Chaque année, Tourisme Baie-James fournit au ministère du Tourisme ses prévisions budgétaires en marketing et une reddition de comptes standardisée à toute les ATR. Le conseil d'administration est responsable de la gestion des fonds.

Recommandations du comité de consultation sur le projet de la hausse de la taxe sur l'hébergement au conseil d'administration de Tourisme Baie-James (TBJ)

Le « comité de consultation sur le projet de la hausse de la taxe sur l'hébergement » est composé des personnes suivantes :

Marie-Christine Mailhiot (Motel du Lac)
René Savage (Hôtel Chibougamau)
Rebecca Genest (Auberge Radisson)
Jean Chartier, directeur général de TBJ
Sylvie Thériault, adjointe administrative (invitée)

Le dit comité recommande au CA de l'ATR d'aller de l'avant avec la hausse de la taxe et que cette augmentation soit fixée à 3%, et non à 3 \$, afin qu'elle soit identique sur l'ensemble du territoire et harmonisée avec celle des communautés crie. Aussi, le fait qu'elle soit établie à 3% donne l'avantage que sa perception tient compte au fil des années autant de l'augmentation de l'achalandage que de celle des coûts des forfaits et des unités de chambre.

Pour les pourvoies, le 3% n'est pas perçu sur l'ensemble du forfait, mais seulement sur la portion qui implique l'hébergement du client. Actuellement, la portion que perçoivent les pourvoyeurs par rapport au reste de l'hébergement est minime (environ 5% à 7% du total de la perception). En appliquant le 3% sur leur portion en hébergement, les pourvoies auraient définitivement un meilleur levier financier pour leur promotion et participerait d'une manière plus équitable à l'ensemble de la perception.

En haussant de 2 \$ à 3 % la taxe sur l'hébergement, nous envisageons que cette augmentation de la perception sera d'environ 100 000 \$ par année si nous maintenons une moyenne de taux d'occupation à 42 % (voir le tableau ci-joint).

Le comité recommande qu'une partie de cette hausse de la taxe soit consacrée au développement de l'offre touristique jamésienne et qu'il soit souhaitable d'investir la balance de cette augmentation de la taxe pour la promotion de la région et des produits sur l'Intra-Québec avec ses partenaires jamésiens.

Adoption de la résolution concernant la hausse de la taxe

Lors de la séance du conseil d'administration de Tourisme Baie-James qui a eu lieu à Chibougamau, le 16 septembre 2014, les membres du CA de TBJ ont adopté à l'unanimité les recommandations du comité de consultation, il a donc été décidé :

QUE Tourisme Baie-James poursuive le projet et continue le processus de l'augmentation de la taxe sur l'hébergement de 2 \$ à 3%, et que seuls ses membres de l'hébergement, et en en règle ont le droit de voter ;

QUE cette hausse de la taxe sur l'hébergement soit de 3% afin de l'harmoniser sur l'ensemble de la région administrative d'Eeyou Istchee Baie-James ou des deux régions touristiques d'Eeyou Istchee et Baie-James ;

QUE seuls les membres de l'hébergement classifiés (établissements hôteliers) aient le droit de vote comme cela s'est fait dans les autres régions touristiques. Les membres de l'hébergement sont les hôtels, les auberges, les gîtes et les résidences de tourisme. Les établissements qui ne sont pas membres de Tourisme Baie-James n'ont pas le droit de vote ;

QUE dans la région, il n'y a aucun système de classification pour les pourvoiries et que celles-ci ont tout de même le droit de vote. Les établissements qui ne sont pas membres de Tourisme Baie-James n'ont pas le droit de vote ;

QU'UN établissement ait droit à un vote (1 unité d'hébergement membre = 1 vote). Le comité de travail juge qu'il est important de donner un poids égal à tous les exploitants (ou établissements membres) par rapport à leur volume d'affaires et leur nombre d'unités en exploitation. Chacun des établissements membres de Tourisme Baie-James ont un vote par unité. Pour les pourvoiries, un chalet ou un camp équivaut à un vote. De plus, il faudra une majorité de vote en faveur du projet pour que celui-ci soit accepté ;

QUE l'établissement en hébergement (votant) soit considéré comme une entreprise jamésienne et doit avoir ses unités d'hébergement dans les régions touristiques Eeyou Istchee Baie-James. Pour être considéré comme une entreprise jamésienne, les actions de cette dernière doivent être détenues à plus de 50% par un actionnaire non-autochtone et non bénéficiaire de la Convention de la Baie-James et du Nord québécois ;

QUE l'établissement en hébergement (votant) soit toujours en activité au moment du vote. L'hébergement hôtelier doit être classifié et la pourvoirie doit posséder son permis d'exploitation du ministère des ressources naturelles (MRN) au moment du vote ;

QUE l'établissement en hébergement (votant) ait son siège social au Québec ;

QUE l'établissement en hébergement (votant) perçoive déjà la taxe sur l'hébergement et devra en faire la démonstration ;

DE NOMMER la firme Larouche et Girard située à Chibougamau afin d'éviter toute situation irrégulière, réelle ou perçue. Cette dernière et non Tourisme Baie-James, sera responsable d'émettre, d'envoyer, de recevoir et de compiler les bulletins de vote et d'annoncer, officiellement, les résultats du scrutin régional;

QUE le programme de crédit-marketing pour les membres de l'hébergement à 15% soit maintenu pour chaque établissement en hébergement ;

DE MAINTENIR en place le comité consultatif de la taxe sur l'hébergement.

QUE la date pour l'envoi des bulletins de vote sera déterminée et connue à l'avance. Les exploitants (établissements membres) auront un minimum de 2 semaines pour voter. Les bulletins seront déjà pré-adressés à la firme de vérification choisie par Tourisme Baie James. Cette dernière aura alors une semaine pour compiler les votes et devra annoncer les résultats à Tourisme Baie James et aux membres votants dans la semaine qui suit. Les dates seront suggérées ultérieurement à la firme de vérification;

QUE Tourisme Baie-James souhaite apporter un soutien technique aux membres de l'hébergement pour le passage du 2 \$ à 3% et de maintenir ses deux programmes marketing pour les membres des deux ATRs, et de maintenir son partenariat en marketing avec Tourisme Eeyou Istchee.

D'INVESTIR une partie de cette hausse de la taxe, soit un montant annuel de 65 000 \$, dans un fonds conjoint avec ses partenaires du milieu jamésien et TQ pour le développement de l'offre touristique jamésienne. Il a été également entendu qu'il serait souhaitable d'investir la balance de cette augmentation de la taxe pour la promotion de la région et des produits sur l'Intra-Québec avec ses partenaires jamésiens.

D'APPORTER un soutien technique aux membres de l'hébergement pour le passage du 2 \$ à 3% et de maintenir ses deux programmes marketing pour les membres des deux ATRs, et de maintenir son partenariat en marketing avec Tourisme Eeyou Istchee.

D'ADOPTER les recommandations du comité consultatif sur le projet d'augmentation de la taxe sur l'hébergement.

Approbation et adoption de la liste des membres votants

Les membres du conseil ont validé et statué sur la liste des membres qui ont le droit de voter. Cette liste officielle sera envoyée à la firme de vérification.

	Entreprise	Ville/Localité	Nombre d'unités
Hôteliers	Auberge Le Relais du Lac Caché	Chibougamau	23
	Auberge Boréale	Chibougamau	17
	Auberge Cargair	Rivière-Rouge	7
	Auberge chez Nancy	Chibougamau	11
	Auberge Radisson	Radisson	39
	Chalets Opémiska	Chapais	3
	Domaine Opémiska	Chapais	1
	Hôtel – Motel Nordic	Chibougamau	42
	Hôtel Opémiska	Chapais	11
	Hôtel – Motel Matagami	Matagami	58
	Hôtel Chibougamau	Chibougamau	60
	Motel le Président	-	36
	Le 43 Belleau (Radisson)	Radisson	3
	Le 12 Iberville (Radisson)	Radisson	3
	Les Écogîtes du lac Matagami	Matagami	3
	Location Radisson	Matagami	8
	Motel du Lac	Lebel-sur-Quévillon	43
	Motel Iris	Lebel-sur-Quévillon	6
	Hôtel – Motel Harricana	Chibougamau	58
	Motel Carrefour la Grande	Radisson	20
	Motel Le Caribou	Matagami	13
	Motel Baie-James	Radisson	13
	Motel Le Routier	Chapais	19
	Motel Clossi inc.	Chapais	9
	Relais routier du kilomètre 381 (SDBJ)	Matagami	20
	Royaume du travailleur (Chapais)	Chapais	5
	SÉPAQ – Chalet Waconichi	Chibougamau	11
	Vacanciers au paradis (Chibougamau)	Chibougamau	1
		Nombre de votes	543

	Entreprise	Ville/Localité	Nombre d'unités
Gîtes	Gîte de la Rivière	Chibougamau	3
	Gîte de la Belle Rivière	Matagami	5
	Gîte le Domaine de la Mine d'Or	Chibougamau	5
	Gîte de l'Antre-Temps	Chibougamau	2
	Gîte ma Sœur Anne	Lebel-sur-Quévillon	5
	Nombre de votes		20

	Entreprise	Ville/Localité	Camps et chalets
Pourvoiries	Tamarac Air Service - Pourvoirie du Lac Hébert	Saint-Hyacinthe	4
	Camp de pêche Pomerleau	Chibougamau	1
	Camp Marie Blacksmith Ratté	Waswanipi	1
	Pourvoirie Camp Cooper inc.	Oka	1
	Pourvoirie de Chasse et Pêche Mistawac	Authier	1
	Pourvoirie Donat Asselin	Québec	1
	Pourvoirie J.C. –Bou inc.	Chibougamau	1
	Pourvoirie G.R.B. Région 10 (Air Nord-Ouest inc.)	Senneterre	2
	Pourvoirie du lac Lucie	La Sarre	1
	Pourvoirie Le Portage enr.	Rouyn-Noranda	1
	Pourvoirie lac Goéland	Amos	1
	Pourvoirie du Lac Obatogamau 2010 inc.	Laval	1
	Pourvoirie Manicouagan inc.	Jonquière	1
	Pourvoirie Mirage	Pouliaries	5
	Pourvoirie Radisson LG2	Radisson	1
Robert D. White – Pavillon Square Tail Lodge	Morin-Heights	2	
	Nombre de votes		25

Récapitulatif

Catégorie	Nombre de votes
Hôteliers	543
Gîtes	20
Pourvoiries	25
Total	588

Références :

Étude de l'impact économique et des effets structurants de la taxe sur l'hébergement, rapport final,
Zins Beauchesnes et associés,
février 2008.

Mise en application de la taxe sur l'hébergement
Rapport présenté à madame Françoise Gauthier, Ministre du tourisme
Par Jean Chartier, directeur général, pour Tourisme Baie-James
Chibougamau, le 29 septembre 2006
Tax on lodging in Eeyou Istchee : A fact sheet
Eeyou Istchee Tourisme (Par Conseils)
October 2013