

RAPPORT ANNUEL
2025-2026



TOURISME
AUTOCHTONE
QUÉBEC

TABLE DES MATIÈRES

MOT DU PRÉSIDENT ET DE LA DIRECTION GÉNÉRALE	3
TOURISME AUTOCHTONE QUÉBEC.....	4
NOTRE GOUVERNANCE.....	5
NOTRE ÉQUIPE.....	6
SOMMAIRE EXÉCUTIF	7
PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2022-2027	8
MODÈLE D'AFFAIRES BASÉ SUR LES PARTENARIATS.....	9
NOTRE IMPLICATION	9
PROJETS SPÉCIAUX	11
GEITEGET : Le plan d'intervention sectoriel en tourisme autochtone.....	11
INCUBATEUR-ACCÉLÉRATEUR NORDIQUE (IA Nord).....	12
PROGRAMME POUR LA CROISSANCE DU TOURISME (PCT).....	13
RÉSEAU DE RESSOURCES EN TRANSITION CLIMATIQUE (RRTC)	15
LA WEBSÉRIE HÉRITAGE VIVANT	16
DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE AUTOCHTONE.....	17
DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE.....	17
ACCOMPAGNEMENT	18
EXPERTISE DU SECTEUR	22
MARKETING ET COMMERCIALISATION.....	23
À L'INTERNATIONAL – HORS QUÉBEC	23
INTRA-QUÉBEC ET ÉVÉNEMENTS.....	27
COMMUNICATIONS	33
INTERNE – MEMBRES	33
EXTERNE – VISITEURS.....	34
CONCLUSION.....	38



MOT DU PRÉSIDENT ET DE LA DIRECTION GÉNÉRALE

Chers membres, partenaires et alliés,

L'année 2025-2026 aura été une année de mouvement, de fierté et de grande mobilisation collective. À travers chaque projet, chaque rencontre et chaque pas franchi, nous avons senti la force de notre réseau, l'engagement de nos membres et la confiance renouvelée de nos partenaires. Ensemble, nous avons continué de faire grandir le tourisme autochtone au Québec, avec cœur, conviction et responsabilité.

Cette année, marquée par des chantiers structurants, témoigne de la maturité et de la vitalité de notre secteur, mais aussi de notre organisation - l'actualisation de notre planification stratégique 2022-2027, la modernisation de notre gouvernance, la finalisation de la démarche GEITEGET, le déploiement du Programme pour la croissance du tourisme, l'avancement des travaux en tourisme durable et en transition climatique, le soutien continu de l'Incubateur-Accélérateur Nordique, ainsi que la poursuite de nos efforts de développement, de marketing, de commercialisation et de communications.

Derrière ces réalisations, il y a des histoires humaines, des entrepreneurs qui osent, des communautés qui accueillent, des cultures qui se transmettent, des partenaires qui tendent la main et une équipe qui travaille avec rigueur et bienveillance. Nous sommes profondément fiers de voir Tourisme Autochtone Québec (TAQ) jouer pleinement son rôle rassembleur, de catalyseur et de porte-voix des réalités, des cultures et des couleurs des 11 Nations autochtones au Québec.

Nous tenons à remercier chaleureusement nos membres, nos partenaires, nos administrateurs et toute l'équipe de TAQ pour leur confiance, leur créativité et leur engagement. C'est grâce à cette intelligence collective que nous avançons, avec humilité et détermination, vers une industrie touristique autochtone forte et reconnue porteuse de retombées positives pour les communautés ainsi que pour l'ensemble du Québec. Parce que le tourisme autochtone est bien plus qu'un secteur, il est un espace de rencontres, de fierté, de développement économique et de rapprochement.

Ensemble, continuons de faire briller et grandir le tourisme autochtone.



Steeve Wadohandik Gros-Louis, président



Dave Laveau, directeur général



Patricia Auclair, directrice générale adjointe



TOURISME AUTOCHTONE QUÉBEC

Créée en 1991, TAQ est la première association touristique autochtone provinciale au Canada et fonde sa prestation de services sur trois grands mandats :

- Défendre les intérêts des entreprises, entrepreneurs et conseils de bande
- Structurer et soutenir le développement de l'industrie touristique autochtone
- Soutenir le positionnement et la promotion des produits touristiques autochtones

Association touristique sectorielle reconnue par le ministère du Tourisme comme porte-parole officiel du tourisme autochtone et par l'Assemblée des Premières Nations du Québec et du Labrador (APNQL) comme lieu d'échange et de services dans le domaine du développement et de la promotion de l'offre touristique autochtone, TAQ représente plus de 220 entreprises touristiques et conseils de bande des 11 Nations autochtones de la province. TAQ peut aussi compter sur le soutien de plus d'une cinquantaine de membres associés et délégués, qui appuient sa mission et ont à cœur le développement de l'offre touristique autochtone en adéquation avec les valeurs et les communautés autochtones.

TAQ oriente ses actions et ses efforts vers la mise en œuvre de sa vision : soutenir, au moyen du tourisme, des entreprises autochtones durables et favoriser la rencontre en valorisant l'offre touristique et culturelle du Québec autochtone. C'est par nos partenariats, notre authenticité, notre implication, notre respect et notre expertise que nous arrivons à faire briller et à soutenir cette offre touristique distinctive, en plus de nous démarquer dans l'industrie.



NOTRE GOUVERNANCE

TAQ est fière de pouvoir bénéficier de l'apport, de l'expertise et de la richesse culturelle d'un conseil d'administration représentatif des Nations autochtones du Québec et des différents secteurs d'activité que soutient notre industrie. Le conseil d'administration, composé de neuf sièges, est paritaire.

PRÉSIDENT

Steeve Gros-Louis, Membre actif | [Restaurant La Sagamité](#) | Nation Wendat

VICE-PRÉSIDENTE

Kalika Sinnett, Membre active | [Site d'interprétation micmac de Gespeg](#) | Nation Mi'gmaq

SECRÉTAIRE

Kimberly Cross, Membre active | [Tourisme Kahnawà:ke](#) | Nation Kanien:keha'ka

TRÉSORIÈRE

Michelle Picard, Membre déléguée | [Société de crédit commercial autochtone](#) | Nation Wendat

ADMINISTRATEURS

Jackie Gilbert-Beaudoin, Membre associé | [JGB Évolution](#)

Robert Lancup, Membre associé | [Destination Québec Cité](#)

Robin McGinley, Membre déléguée | [Cree Outfitting and Tourism Association](#) | Nation Eeyou

Sean McDonagh, Membre actif | [Aventures Inuit](#)

Yves Tremblay, Membre actif | [Photo Hélico Inc.](#) | Nation Innu

Modernisation de la gouvernance

Au cours de l'exercice, TAQ a complété un important chantier de modernisation de sa gouvernance afin d'adapter ses pratiques à la croissance de l'organisation et aux meilleures pratiques du secteur. Accompagnée par [Arsenal Conseils](#), l'organisation a réalisé un diagnostic approfondi de sa gouvernance, adopté un plan d'action structurant et procédé à une révision de ses règlements généraux. Cette démarche a également mené à la mise en place de trois comités permanents (gouvernance et éthique, ressources humaines, audit et gestion des risques), à la clarification des rôles et responsabilités ainsi qu'au déploiement de nouveaux outils de gouvernance, dont une matrice de compétences, un processus d'accueil des administrateurs et des mécanismes d'évaluation du conseil d'administration et de la direction générale.

Ces travaux ont permis de renforcer la transparence, l'imputabilité et la gestion des risques de l'organisation, tout en dotant TAQ d'un cadre de gouvernance moderne, cohérent et durable. Cette évolution constitue un levier important pour soutenir la croissance de l'organisation, répondre aux attentes de ses membres et partenaires et consolider son rôle de chef de file en tourisme autochtone au Québec. Ce projet a été rendu possible grâce au soutien financier de SAC.

Remerciements à deux administrateurs engagés

Après plusieurs années de dévouement au sein du conseil d'administration, **Josée Leblanc** (depuis 2017) et **Marc Plourde** (depuis 2011) ont terminé leur mandat en septembre 2026. Leur vision, leur disponibilité, leur confiance envers l'organisation et leur profond attachement au développement du tourisme autochtone ont contribué à façonner le TAQ d'aujourd'hui. Leur engagement de longue date témoigne d'une fidélité et d'un dévouement remarquables envers notre mission et notre organisation. Nous leur exprimons notre gratitude la plus sincère et leur souhaitons le meilleur pour la suite.



NOTRE ÉQUIPE

Les partenaires et les membres de TAQ peuvent compter sur le professionnalisme et le dynamisme d'une équipe chevronnée, composé à 80% d'Autochtones, qui répond aux mandats confiés par les administrateurs avec dévouement et permet le développement de l'association, année après année. En novembre 2025, nous avons accueilli notre 10^{ième} collègue, Caroline Therrien pour supporter les tâches administratives et financières et l'organisation. Il est également essentiel de souligner l'intérim à la direction général, assurée avec brio par notre Directrice générale adjointe Patricia Auclair. Son leadership, sa rigueur et sa capacité générale à mobiliser l'équipe ont permis d'assurer une continuité solide et porteuse durant cette période de transition. Nous sommes toutefois heureux d'avoir retrouvé Dave Laveau, à ses fonctions de Directeur général, en fin d'année 2025.

Dave Laveau, Directeur général

Patricia Auclair, Directrice générale adjointe

Caroline Therrien, Responsable finances et administration

Marie-Pierre Lainé, Responsable du développement et des partenariats

Émilie McKenzie, Conseillère en développement

Pierre Kanapé, Conseiller en développement et écoconseiller

Andrew Gros-Louis Germain, Conseiller marketing

Laurence Lainé, Conseillère marketing

Audrey Gignac, Conseillère aux communications et relations de presse

Charlotte Heinz, Agente aux services aux membres et à la transition climatique

Été 2025 :

Ève Jean et Coralie Bastien, Employées étudiantes

LA SOLIDITÉ HUMAINE ET LA COLLABORATION DE L'ÉQUIPE DEMEURENT AU CŒUR DE NOTRE CAPACITÉ D'ACTION. C'EST GRÂCE À CETTE INTELLIGENCE COLLECTIVE QUE TAQ CONTINUE D'AVANCER AVEC AGILITÉ ET BIENVEILLANCE.



SOMMAIRE EXÉCUTIF

L'exercice 2025-2026 confirme le rôle structurant de TAQ comme association touristique sectorielle, porte-parole des réalités autochtones et catalyseur de développement pour le tourisme autochtone au Québec. Dans un contexte de croissance soutenue, TAQ a poursuivi sa mission auprès de plus de 220 entreprises touristiques et conseils de bande des 11 Nations autochtones au Québec, en misant sur l'accompagnement, les partenariats, la mise en valeur culturelle et le rayonnement des expériences touristiques autochtones.

L'année a notamment été marquée par l'actualisation de la planification stratégique 2022-2027, dont 73 % des actions prévues étaient réalisées ou en cours à mi-parcours, ainsi que par la modernisation de la gouvernance de l'organisation. Ces démarches ont permis de recentrer les priorités et de renforcer ses pratiques internes puis de consolider son rôle de leader auprès des membres, des partenaires et de l'industrie.

Parmi les projets phares, la démarche GEITEGET s'est imposée comme une feuille de route majeure pour l'avenir du tourisme autochtone. Fruit de plus de deux années de travaux et de consultations ayant mobilisé plus de 150 acteurs, elle a mené à l'élaboration d'un plan d'intervention sectoriel dévoilé au printemps 2026. TAQ a également soutenu plusieurs initiatives structurantes, dont le Programme pour la croissance du tourisme (PCT), qui a permis de financer 31 projets et de redistribuer près de 3,769 M\$ aux PME et OBNL touristiques autochtones. L'Incubateur-Accélérateur Nordique, les travaux liés à la transition climatique et les initiatives d'accompagnement ont contribué à renforcer les capacités des entreprises, à soutenir l'innovation et à favoriser des retombées durables pour nos communautés.

Les efforts de marketing, de commercialisation, de représentation et de communication ont ancré le positionnement du Québec autochtone sur les marchés québécois, canadiens et internationaux. Les médias sociaux se sont particulièrement démarqués, avec 5,4 millions de vues sur Facebook, une hausse de 173 des vues sur Instagram, plus de 303 000 vues sur YouTube et des taux d'ouverture supérieurs à 50 % pour les infolettres visiteurs.

Cette année encore, la capacité de TAQ à mobiliser un vaste réseau de partenaires, à accompagner les entreprises avec agilité et pertinence, et à faire rayonner les cultures autochtones dans une perspective de développement durable, de transmission, de respect et de rencontre, est impressionnante. Les actions réalisées solidifient les capacités pour un tourisme autochtone fort, innovant et porteur de retombées positives et durables pour les communautés, les entreprises, les visiteurs et l'ensemble de l'industrie touristique québécoise.

RÉSUMÉ DES ÉTATS FINANCIERS 2026

La firme comptable Raymond Chabot Grant Thornton souligne le bon déroulement du processus de vérification et la rigueur du travail réalisé ainsi que la qualité des informations fournies par l'équipe de TAQ lors de l'exercice financier 2025-2026. Les résultats démontrent une saine gestion financière, avec un excédent d'exploitation de 36 544 \$, un actif net en croissance atteignant 339 101 \$ et une situation de trésorerie solide au 31 mars 2026.

SOMMAIRE EXÉCUTIF

SOMMAIRE EXÉCUTIF

PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2022-2027

Actualisation de la planification stratégique

À mi-parcours de sa planification stratégique 2022-2027, TAQ a réalisé un bilan complet de ses actions afin d'évaluer les résultats obtenus, d'identifier les nouveaux enjeux du secteur et d'actualiser ses priorités pour la période 2025-2027. Cet exercice, mené avec l'appui d'une consultante externe et validé par l'équipe et le conseil d'administration, a permis de confirmer que 73 % des actions prévues avaient été réalisées ou étaient en cours de réalisation, témoignant de la capacité de l'organisation à livrer ses engagements dans un contexte en constante évolution.

À MI-PARCOURS DE LA PLANIFICATION STRATÉGIQUE, C'EST 73 % DES ACTIONS PRÉVUES QUI ÉTAIENT RÉALISÉES OU EN COURS DE RÉALISATION.

Cette démarche a conduit à l'élaboration de nouveaux plans d'action 2025-2027, mieux alignés sur les besoins des entreprises touristiques autochtones et les priorités émergentes du secteur. Elle permettra à TAQ de poursuivre le déploiement d'initiatives structurantes, notamment en matière d'accompagnement des entreprises, de développement de l'offre, de commercialisation, de gouvernance et de mise en œuvre des mesures issues de GEITEGET, consolidant ainsi son rôle de leader dans le développement du tourisme autochtone au Québec. Cette actualisation a été rendue possible grâce au soutien financier de SAC.

CIBLES STRATÉGIQUES

Inciter davantage de Québécois à vivre des expériences touristiques autochtones en passant d'un taux de 47 % à 60 %



Contribuer à la croissance du nombre d'entreprises touristiques à propriété autochtone en passant de 247 à 300



Viser une adhésion à TAQ de 85 % des entreprises touristiques à propriété autochtone



Contribuer à la maturité d'un nombre croissant d'entreprises touristiques autochtones exportables en atteignant la cible de 30 %



Accompagner un plus grand nombre d'entreprises autochtones dans les services et programmes d'aide

[Cliquez ici pour consulter le résumé de notre planification stratégique](#)

MODÈLE D'AFFAIRES BASÉ SUR LES PARTENARIATS

Engagé depuis toujours au sein de l'écosystème touristique canadien et québécois, du développement économique autochtone ainsi que du développement durable, TAQ jouit d'une excellente réputation dans l'industrie. Nombreux sont les partenaires et les acteurs stratégiques sur qui nous pouvons compter pour faire évoluer notre organisation, notre membership et l'industrie que nous représentons fièrement.

Nos partenaires - <https://tourismeautochtone.com/espace-corporatif/partenaires>

Nous tenons également à saluer les apports de plusieurs partenaires et bailleurs de fonds, et ce, autant pour le développement des expériences touristiques, pour l'accompagnement des entreprises, le marketing et la commercialisation intra et hors Québec, les initiatives de rapprochement et le soutien à notre mission. Nous les remercions de leur implication.

Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)

Développement économique Canada (DEC)

Ministère du Tourisme du Québec (MTO)

Secrétariat aux Relations avec les Premières Nations et les Inuit (SRPNI)

Services aux Autochtones Canada (SAC)

Plus spécifiquement, l'équipe peut compter sur le soutien de SAC et de DEC pour les opérations de base répondant à notre mission et au MTO pour soutenir notre mission de développement. C'est un privilège inestimable de pouvoir compter sur de tels alliés.

NOTRE IMPLICATION

Notre équipe siège également à de nombreux comités et conseils, s'assurant d'offrir une voix à notre industrie et de porter des partenariats vivants, innovants et évolutifs.

- Association touristique autochtone du Canada, Conseil d'administration
- Aéroport Métropolitain de Montréal, Conseil d'administration
- Aéroports de Montréal, Comité consultatif
- Alliance de l'industrie touristique du Québec, Conseil d'administration et comité éthique et gouvernance
- ARF Québec, Conseil d'administration
- Collectif pour les arts et les cultures des Peuples autochtones (CACPA), Conseil d'administration
- Comité consultatif des Premières Nations et des Inuits relatifs au marché du travail (CCPNIMT)
- Incubateur-Accélérateur nordique, Comité directeur et comité de mise en œuvre
- Kéroul, Conseil d'administration
- Palais Montcalm Maison de la musique, Conseil d'administration
- Réseau Jeunesse des Premières Nations Québec-Labrador, Conseil d'administration
- Société du Vieux-Port de Montréal, Comité aviseur autochtone
- Secrétariat aux Relations avec les Premières Nations et les Inuit (SRPNI), Comité aviseur
- Tourisme durable Québec, Conseil d'administration
- Tourisme Montréal, Conseil d'administration et comité sur le développement de la destination
- Village Monde, Conseil d'administration



Notre engagement au sein de l'écosystème touristique n'a d'égal que notre engagement auprès de nos membres et partenaires. Cet engagement se traduit par un accompagnement offert chaque année à nombre de promoteurs, gestionnaires et associations, en soutien à leurs projets auprès des décideurs publics, partenaires et acteurs stratégiques. Cette implication permet le rayonnement continu de notre secteur et des projets novateurs autochtones.



PROJETS SPÉCIAUX



GEITEGET : LE PLAN D'INTERVENTION SECTORIEL EN TOURISME AUTOCHTONE

Au cours de l'exercice 2025-2026, TAQ a poursuivi les travaux entourant GEITEGET, une démarche stratégique d'envergure visant à doter le Québec d'une vision à long terme pour le développement du tourisme autochtone. Fruit de plus de deux années de travaux, d'études, d'analyses et de consultations ayant mobilisé plus de 150 acteurs issus des milieux autochtones, touristiques, gouvernementaux, institutionnels et économiques, cette démarche a permis de dresser le portrait le plus complet jamais réalisé du secteur au Québec.

Les travaux rendus possibles grâce au MTO ont mené à l'élaboration d'un plan d'intervention sectoriel articulé autour de 20 mesures concrètes sur 10 ans, regroupées sous quatre grandes priorités d'intervention et répondant directement aux principaux enjeux identifiés tout au long de la démarche –

- Renforcer l'entrepreneuriat touristique autochtone par l'accompagnement et la formation ;
- Bonifier les leviers financiers afin de favoriser l'émergence d'expériences de classe mondiale ;
- Pérenniser et valoriser l'identité culturelle autochtone dans l'espace public ;
- Favoriser un écosystème touristique conscient, inclusif et ouvert.

Tout au long de l'année, TAQ a également poursuivi ses démarches de mobilisation et d'influence auprès de nombreux partenaires gouvernementaux et de l'industrie afin de positionner le tourisme autochtone comme une filière stratégique de la destination Québec. Ces travaux ont contribué à faire reconnaître GEITEGET comme une feuille de route structurante pour les dix prochaines années, porteuse d'une vision commune favorisant le développement économique, la transmission culturelle, le rapprochement entre les peuples et le mieux-vivre ensemble.

L'EXERCICE 2025-2026 AURA AINSI MARQUÉ LA PHASE DE FINALISATION, DE VALIDATION ET DE PRÉPARATION AU DÉPLOIEMENT DE GEITEGET 2026-2036, CULMINANT AVEC LE DÉVOILEMENT OFFICIEL DU PLAN D'INTERVENTION SECTORIEL AU PRINTEMPS 2026.



INCUBATEUR-ACCÉLÉRATEUR NORDIQUE (IA NORD)

Encore cette année, l'Incubateur-Accélérateur Nordique a continué d'offrir un soutien sectoriel professionnel et financier pour accompagner, de façon responsable et durable, des entrepreneurs touristiques au nord du 49^e parallèle. Le modèle d'accompagnement unique à IA Nord permet aux entrepreneurs touristiques nordiques d'assurer la réalisation de leurs projets, d'atténuer les risques financiers, de contribuer au développement socio-économique du territoire et d'adopter des pratiques écoresponsables.

Toujours soutenu par les trois ATS fondatrices, soit la Fédération des s du Québec (FPO), Aventure Écotourisme Québec (AÉO) et TAQ, l'I-A Nord peut une fois de plus compter sur le soutien du MTO et de la Société du Plan Nord. L'ambition portée par cette initiative est de :

- Stimuler l'innovation en tourisme nordique
- Renforcer la collaboration territoriale et sectorielle
- Favoriser une croissance touristique durable dans des régions souvent confrontées à des défis financiers, logistiques et structurels

Les cinq associations touristiques régionales nordiques (Tourisme Baie-James, Tourisme Eeyou Istchee, Tourisme Côte-Nord, Tourisme Nunavik et Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean) sont toujours interpellées et collaborent étroitement avec les ATS fondatrices de l'IA Nord. Collaborent également plusieurs partenaires économiques et organisationnels, de même que les communautés locales.

En cinq ans d'opération, l'I-A Nord a soutenu une cinquantaine d'entreprises touristiques sur le territoire, soit 57 projets qui se déclinent en nature, culture et/ou aventure. Des 57 projets soutenus, 46 % sont des initiatives autochtones, ce sont donc tout près de 30 projets soutenus qui sont en lien direct avec la culture autochtone. En 2025, l'I-A Nord a poursuivi son accompagnement en lançant la cohorte 5, en plus de mettre sur pied les parcours Jamésie et Eeyou afin d'accompagner les entrepreneurs sur le terrain de manière plus directe. De plus, les entrepreneurs ont maintenant accès à plus de 80 experts, dont le quart sont établis sur le territoire nordique. Il est à noter que certains de ces experts proviennent de différentes Nations autochtones.

Finalement, les ateliers de codéveloppement ont continué à motiver les entrepreneurs dans l'élaboration de leurs projets.

- Développer des projets touristiques
- Explorer de nouvelles avenues en tourisme
- Développer une capacité d'organisation locale
- Poursuivre des démarches déjà amorcées sur le terrain



FAITS SAILLANTS

27 ENTREPRISES ACCOMPAGNÉES

4^e COHORTE : 15 ENTREPRISES

5^e COHORTE : 7 ENTREPRISES

PARCOURS JAMESIE : 4 ENTREPRISES

PARCOURS EYYOU : 1 ENTREPRISE

L'I-A Nordique joue toujours un rôle essentiel dans le développement économique des communautés autochtones sur le territoire. Générateur de rencontres entre le monde et les peuples et cultures qui le composent, l'I-A Nord constitue un espace pilier privilégié de compréhension et de cohabitation harmonieuses entre les différents partenaires qui partagent cette vision d'un développement touristique durable, sécuritaire et respectueux du territoire à travers des valeurs d'entraide, d'accessibilité, d'équité, de sécurité, de qualité et d'écoresponsabilité.



PROGRAMME POUR LA CROISSANCE DU TOURISME (PCT)

Au cours de l'exercice, TAQ a poursuivi la mise en œuvre du PCT, un levier majeur financé par DEC visant à stimuler la croissance entrepreneuriale, bonifier l'offre touristique autochtone, accroître l'attractivité des régions auprès des visiteurs de l'extérieur du Québec et favoriser la création d'emplois durables. Par son mécanisme de redistribution culturellement pertinent mené par TAQ, le programme a facilité également l'accès au financement pour les entreprises, organismes et communautés autochtones.

LE PCT AUTOCHTONE PAR TAQ AURA PERMIS DE FINANCER 31 PROJETS, ET CE, SOUTENANT 8 DES 11 NATIONS AUTOCHTONES AU QUÉBEC, DANS 12 RÉGIONS TOURISTIQUES.

Grâce à son expertise reconnue en développement touristique autochtone, TAQ a assuré la coordination du programme, l'accompagnement des promoteurs, l'analyse des projets et le suivi des investissements. Son approche, adaptée aux réalités des communautés, a permis de guider les entreprises de l'idéation jusqu'à la réalisation de projets structurants, tout en veillant au respect des critères de développement durable et des objectifs du programme. Rappelons qu'à l'échelle canadienne, ce programme de 108 millions de dollars, environ 15 % des fonds étaient consacrés à des initiatives de tourisme autochtone.

Devant l'engouement exceptionnel suscité par cette initiative, l'enveloppe financière a été bonifiée pour atteindre 4,165 M\$ sur deux ans, dont 3,769 M\$ destinés directement aux entreprises et organismes touristiques autochtones. Les deux appels à projets ont généré 53 demandes, permettant de soutenir les promoteurs de 31 projets issus de 8 des 11 Nations autochtones et répartis dans 12 régions touristiques du Québec. Les investissements ont favorisé le développement d'infrastructures d'hébergement, d'expériences de nature et d'aventure, de projets culturels, d'artisanat ainsi que d'activités de chasse et pêche, contribuant à diversifier l'offre touristique, prolonger la saison, accroître l'attractivité des territoires et renforcer les retombées économiques dans les communautés.



L'ensemble des projets financés a été évalué selon des critères de développement durable, favorisant notamment l'intégration de pratiques écoresponsables, la valorisation des savoirs autochtones et le développement d'une offre touristique quatre saisons. Merci particulier à François Diguer, stratège conseil et Olivier Gill-Siouï pour leur apport d'experts à ce programme.

En plus des résultats obtenus, le PCT confirme l'existence d'un important besoin de soutien financier pour les entreprises touristiques autochtones. L'engouement suscité par les appels de projets et la qualité des initiatives déposées témoignent d'un fort potentiel de développement qui ne demande qu'à être soutenu par des investissements structurants.

Ainsi, le PCT permet également d'affirmer le rôle de TAQ comme chef de file du développement touristique autochtone au Québec, capable de mobiliser les partenaires, de gérer efficacement des fonds publics et de transformer les investissements en projets structurants générant des retombées durables pour les entreprises, les communautés et l'ensemble de la destination Québec.



RÉSEAU DE RESSOURCES EN TRANSITION CLIMATIQUE (RRTC)

Depuis le début de 2026, TAQ mène activement la collecte de données auprès de ses membres dans le cadre du RRTC. À ce jour, des entreprises et organisations touristiques représentant neuf Nations autochtones au Québec ont été consultées. Deux Nations supplémentaires sont à venir, ce qui permettra d'obtenir un portrait complet de l'ensemble des Nations au Québec. En voici les principales actions réalisées –

Depuis mars 2025, Charlotte Heinz est l'agente dédiée au dossier RRTC au sein de TAQ. Elle travaille avec son collègue Pierre Kanapé, écoconseiller, ainsi qu'avec une ressource externe : Jean-Michel Perron, expert en tourisme durable, avec qui il a été décidé de mener les entretiens et de collaborer sur le volet des savoirs écologiques traditionnels (TEK).

Les entreprises et organisations consultées ont été identifiées de façon à représenter l'ensemble des 11 Nations autochtones du Québec, couvrant une diversité de secteurs (hébergement, pourvoiries, sites culturels, attrait touristiques, restauration et événements) répartis à travers la province.

À ce jour, 30 entretiens ont été réalisés, soit 23 organisations consultées individuellement ainsi que 7 pourvoiries autochtones consultées en partenariat avec Pourvoiries du Québec, complétant ainsi les consultations auprès des 11 Nations du Québec.

Les données recueillies alimenteront la rédaction du portrait sectoriel climatique du tourisme autochtone québécois. Un guide sur les TEK sera présenté à l'équipe de TAQ à la fin de l'été 2026, suivi d'une présentation au conseil d'administration.

En parallèle, TAQ collabore avec l'expert en tourisme durable Jean-Michel Perron à la documentation des savoirs écologiques traditionnels autochtones (SÉTA). Cette démarche alimentera directement le développement d'un guide pratique sur les SÉTA et leur application en contexte de transition durable du tourisme québécois. La majorité des actions restent à déployer pour ce projet et seront présentées au cours de l'année 2026.

Le rapport final du portrait de TAQ sur le RRTC sera présenté à l'automne 2026.



LA WEBSÉRIE HÉRITAGE VIVANT

Le projet Héritage vivant, réalisé en partenariat avec le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CORHT), le MTO et l'agence Oasis, met en valeur les parcours inspirants de trois ambassadeurs issus de trois Nations à travers une série de capsules vidéo. En présentant des trajectoires variées, l'initiative illustre la richesse, la diversité, le dynamisme et l'inclusion des carrières en tourisme autochtone, tout en soulignant les liens entre transmission culturelle, identité et développement économique.

Le projet a permis d'offrir des modèles inspirants et concrets à la clientèle cible autochtone de 18 à 35 ans, en valorisant des parcours professionnels accessibles et porteurs de sens. Les capsules contribuent ainsi à susciter un sentiment d'identification, à renforcer l'intérêt pour le secteur et à encourager la relève à envisager des carrières en tourisme autochtone.

La campagne de valorisation a connu un succès notable. Les capsules ont été présentées dans le cadre de tribunes d'envergure, notamment lors du Sommet RH et du Gala du 30e anniversaire de la CQRHT, ainsi qu'au Colloque Akima en pré employabilité et employabilité 2025, organisé par la Commission de développement des ressources humaines des Premières Nations du Québec (CDRHPNO).

Sur le plan numérique, la campagne a généré une excellente visibilité, avec 259 353 impressions et 254 091 personnes rejointes. Ces résultats contribuent à la sensibilisation et à la mobilisation de la relève autochtone envers le secteur touristique et positionnent Héritage vivant comme un levier inspirant pour la valorisation et la promotion des emplois en tourisme autochtone.

[Cliquez ici pour écouter Héritage Vivant](#)

[Cliquez ici pour consulter le rapport de performance – Héritage vivant](#)



HÉRITAGE VIVANT HÉRITAGE VIVANT HÉRITAGE VIVANT
HÉRITAGE VIVANT HÉRITAGE VIVANT HÉRITAGE VIVANT

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE AUTOCHTONE

Fort d'un plan de développement de l'offre de 18 actions menées avec le MTO et nombre de partenaires, TAQ peut être fier de supporter des centaines d'entreprises touristiques autochtones sous trois grands champs d'action -

- Développement de l'offre
- Accompagnement des entreprises
- Expertise du secteur

FAVORISER L'ESSOR ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE ET CONTRIBUER AU DYNAMISME DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE AUTOCHTONE SUR LES PORTES D'ENTRÉE ET DANS LES RÉGIONS DU QUÉBEC.

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

Sur les portes d'entrée du Québec

Dans le cadre de l'entente de partenariat conclue avec Tourisme Montréal, plusieurs actions stratégiques sont déployées pour la mise en valeur, la sensibilisation et la promotion des cultures et de l'offre touristique autochtone. Voici quelques actions en rafale - une activité de sensibilisation Aashukan destinée aux employés de l'organisation a été réalisée, Une page web dédiée aux expériences autochtones est maintenant sur le site de Tourisme Montréal, mettant en valeur : les Nations autochtones, les expériences, lieux et initiatives autochtones de Montréal, le contexte historique et culturel du territoire. Tourisme Montréal signe également un éditorial dans notre magazine Origin(e).

Plusieurs rencontres de travail ont également été tenues avec les partenaires concernés dans le cadre du projet de mise en place d'un corridor d'accueil destiné aux visiteurs internationaux à leur arrivée à l'Aéroport international Montréal-Trudeau. Cette action, issue de l'entente signée en 2024, vise à accroître la visibilité de l'offre touristique autochtone dès l'entrée sur le territoire québécois.

Enfin, des démarches ont été entreprises en vue de conclure une entente avec la Société du Centre des congrès de Québec afin d'assurer une présence autochtone permanente au sein d'un espace de détente à vocation culturelle. Cette initiative vise à mettre en valeur les cultures des 11 Nations autochtones du Québec auprès des visiteurs et des clientèles d'affaires fréquentant le Centre des congrès.

Dans les régions du Québec

Considérant que les entreprises et organisations touristiques autochtones sont présentes dans 17 régions touristiques du Québec et que TAQ joue un rôle clé de mise en relation entre les acteurs touristiques régionaux et les promoteurs autochtones, nous accordons une importance particulière à la présence sur le terrain et au développement de relations durables. Au cours de l'année, l'équipe de TAQ est allée à la rencontre des acteurs des Cantons-de-l'Est dans le cadre d'une journée organisée par l'ATR sous le thème « Tourisme autochtone : rencontres, apprentissages et opportunités », où TAQ a animé un atelier Aashukan auprès d'environ 40 participants. Des rencontres de concertation, d'accompagnement et de développement ont également été réalisées au Centre-du-Québec, au Saguenay et au Nunavik.

Plus de 75 acteurs touristiques et partenaires régionaux ont été rejoints dans ces quatre régions. Au-delà du renforcement des liens et du partage des connaissances, ces interventions ont contribué à accroître la présence et la visibilité des réalités autochtones sur le territoire, à favoriser une meilleure compréhension interculturelle et à soutenir le rayonnement des identités, des cultures et des savoir-faire des Premières Nations et des Inuit. Ces démarches participent également au renforcement de la fierté culturelle, à la valorisation du leadership autochtone en tourisme et au développement de retombées sociales positives pour les communautés et les entreprises autochtones.

Mise en place d'une exposition nomade destinée à mettre en valeur l'histoire du tourisme autochtone, plus précisément, de l'offre touristique issue des Nations autochtones situées au Québec.

ACCOMPAGNEMENT

Développement de projet innovant

Afin de bonifier et de diversifier leur offre, leur permettant ainsi de se positionner sur le marché touristique, un appel de projets a été lancé auprès des promoteurs touristiques autochtones afin de les inviter à soumettre des initiatives visant à bonifier, diversifier ou prolonger leur offre touristique. Plus de 50 projets ont été reçus, parmi lesquels 16 ont été retenus par un comité d'analyse composé de représentants du MTO et du SRPNI. Une attention particulière a été portée aux initiatives liées au tourisme gourmand, au tourisme durable et à la prolongation des saisons d'exploitation. Les projets sélectionnés représentent sept Nations distinctes, assurant ainsi une représentativité équilibrée et inclusive du développement du secteur. Au-delà du soutien financier accordé, cette démarche a permis d'accompagner les entrepreneurs dans la structuration de leurs projets, le renforcement de leurs capacités d'affaires et la consolidation de leur offre touristique.

L'engouement suscité par cet appel de projets confirme non seulement la vitalité entrepreneuriale des communautés autochtones, mais également l'importance de maintenir des mécanismes d'accompagnement adaptés afin de soutenir la croissance durable, le rayonnement culturel et les retombées socio-économiques du tourisme autochtone. Au-delà des projets financés, TAQ a accompagné le développement de nouvelles offres et filières touristiques en participant à des exercices de planification stratégique, à des démarches d'innovation et à des initiatives de développement durable. Ces interventions ont contribué à renforcer la compétitivité, la diversification et la résilience de l'offre touristique autochtone.



Accompagnement expert avec des ressources spécialisées

Offrir un accompagnement aux promoteurs en leur donnant accès à des services-conseils adaptés à leurs besoins, couvrant quatre volets essentiels : ressources humaines, comptabilité et finance, avis juridique et connaissance stratégique, avec la possibilité d'inclure d'autres domaines selon la pertinence. De manière continue tout au long de l'année, l'équipe de développement de TAQ a procédé à l'analyse des demandes de soutien déposées par les entrepreneurs et promoteurs touristiques autochtones, en privilégiant une approche d'accompagnement personnalisée. Des échanges approfondis ont permis de bien comprendre les réalités d'affaires, d'identifier les enjeux propres à chaque entreprise et d'orienter les promoteurs vers les ressources, expertises et leviers de financement les mieux adaptés à leurs objectifs de développement. Au cours de l'exercice, 24 entreprises ont bénéficié du programme de services-conseils, confirmant la pertinence et la valeur ajoutée d'un accompagnement sur mesure répondant aux réalités particulières des entreprises touristiques autochtones. Les interventions réalisées ont porté sur une diversité d'enjeux stratégiques, notamment la planification d'affaires, le développement de produits, la commercialisation, la gouvernance, les partenariats, le financement, le développement durable et la croissance organisationnelle.

Au total, des promoteurs issus de sept Nations autochtones ont été accompagnés, contribuant ainsi à un développement plus équilibré et inclusif de l'industrie à l'échelle du territoire québécois. Au-delà des résultats économiques attendus, cet accompagnement contribue également au renforcement des capacités entrepreneuriales, à l'autonomie des promoteurs, à la création d'emplois ainsi qu'à la valorisation des cultures et des savoir-faire autochtones. TAQ a poursuivi son rôle d'accompagnateur stratégique auprès des entreprises et des organisations autochtones en soutenant des démarches de structuration, de planification, de développement organisationnel et d'innovation. Cet accompagnement personnalisé favorise le renforcement des capacités entrepreneuriales, le développement des compétences et la pérennisation des initiatives touristiques autochtones.



Accompagnement des partenaires de l'écosystème touristique

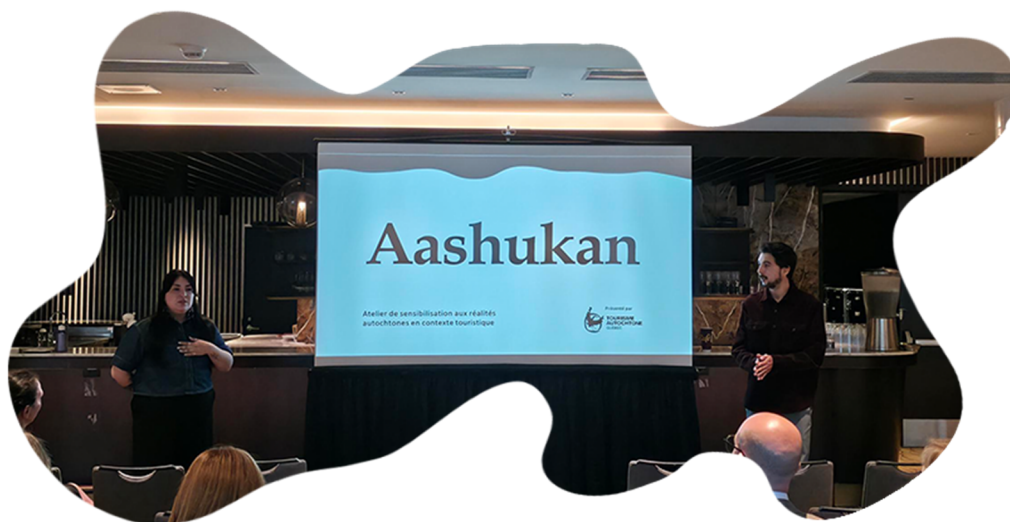
Afin d'animer et mobiliser les promoteurs touristiques autochtones à participer à des rencontres d'échanges et d'informations afin d'encourager la collaboration avec l'ensemble des acteurs de l'industrie touristique, deux webinaires ont été offerts aux membres au cours de l'année : l'un portant sur le programme d'accompagnement ORIANCE afin d'en faire connaître les opportunités, et un second, réalisé en collaboration avec Aventure Écotourisme Québec (AÉO), visant à présenter les différentes certifications offertes par l'ATS. Par ailleurs, trois autres webinaires organisés par des acteurs clés de l'industrie - Vélo Québec, l'AITO, Investissement Québec et Destination Canada, ont été relayés sur nos plateformes afin d'en accroître la visibilité et d'encourager la participation des membres. Cette action contribue au transfert de connaissances, au renforcement des compétences et à la mobilisation des entreprises touristiques autochtones autour d'enjeux et d'opportunités sectorielles.



Aashukan – Sensibiliser pour mieux collaborer

L'atelier de sensibilisation Aashukan a poursuivi son déploiement avec succès auprès des acteurs de l'industrie touristique québécoise. Devant l'intérêt soutenu du milieu, l'équipe de Tourisme Autochtone Québec s'est mobilisée afin d'offrir 16 ateliers, rejoignant plus de 500 participants partout au Québec. Bien plus qu'une formation, Aashukan constitue un levier stratégique de rapprochement interculturel. En favorisant une meilleure compréhension des réalités contemporaines, des cultures, des histoires et des perspectives des Premières Nations et des Inuit, l'atelier contribue à déconstruire les préjugés, à développer les compétences culturelles des participants et à créer des environnements plus inclusifs et respectueux.

Cette démarche génère des retombées concrètes pour l'industrie touristique. Elle favorise des relations de confiance entre les entrepreneurs autochtones et leurs partenaires, stimule les occasions de collaboration et de maillage, et contribue à une présence accrue des acteurs autochtones au sein des projets structurants et des instances de gouvernance touristique. Par son impact, Aashukan participe activement au renforcement de la reconnaissance, de la visibilité et du leadership des peuples autochtones, tout en contribuant à bâtir une industrie touristique québécoise plus inclusive, collaborative et durable.



EAQ : un partenariat fort et authentique

L'entente de collaboration conclue avec **Événements Attractions Québec (ÉAQ)** est une illustration éloquent que les plus grandes avancées se construisent grâce à des alliés naturels! Au cours de la dernière année, nos équipes ont multiplié les occasions de se rencontrer, d'apprendre l'une de l'autre et d'agir ensemble : présence réciproque lors de congrès et d'événements, ateliers de sensibilisation aux réalités autochtones, missions de partage sur le terrain entre promoteurs autochtones et allochtones, initiatives promotionnelles mettant en valeur les entreprises touristiques autochtones et accompagnement de premiers maillages entre événements et communautés.

Au-delà des activités réalisées, ce partenariat a généré des retombées concrètes et durables. Des collaborations comme celle entre Tourisme Kanien'keha et le Festival des couleurs de Rigaud démontrent que le dialogue, la confiance et les actions concertées permettent de créer des expériences touristiques plus inclusives, authentiques et porteuses de sens. En travaillant avec des partenaires qui partagent nos valeurs, nous contribuons non seulement au rayonnement du tourisme autochtone, mais aussi au rapprochement entre les peuples et au développement d'une industrie touristique québécoise plus forte, plus responsable et profondément humaine.

ET BIEN PLUS ENCORE

- Favoriser l'essor de l'offre touristique autochtone de culture et de nature dans les établissements de la **Société des établissements de plein air du Québec (SEPAQ)**
- Favoriser l'essor de l'offre touristique culturelle autochtone par la mise en valeur des métiers traditionnels, des savoir-faire authentiques et du patrimoine via le réseau de la **Société des ÉCONOMUSÉE®**
- Saisir de nouvelles opportunités en collaboration avec les acteurs de l'industrie touristique du Québec
- Favoriser le développement d'actions en employabilité autochtone et en attractivité de la main-d'œuvre
- Encourager les initiatives relatives à l'accessibilité aux personnes à capacité physique restreinte
- Atelier de sensibilisation aux réalités autochtones en contexte touristiques 2.0
- Mission d'observation des bonnes pratiques en contexte événementiel





EXPERTISE DU SECTEUR

Dans un contexte où les membres de TAQ sont répartis sur un vaste territoire couvrant 17 régions touristiques, 40 communautés et les 11 Nations autochtones du Québec, le maintien de canaux de communication efficaces et accessibles représente un facteur essentiel de cohésion et de mobilisation. En facilitant l'accès aux informations stratégiques, aux occasions de développement, aux programmes de soutien et aux initiatives sectorielles, cette action contribue à renforcer le sentiment d'appartenance au réseau, à favoriser les collaborations interrégionales et à soutenir une participation active des membres aux différents projets et instances de l'organisation. Plus largement, ces efforts de communication participent au renforcement de l'identité collective du secteur touristique autochtone, à l'accroissement de sa notoriété auprès des partenaires et du grand public, ainsi qu'à la consolidation du rôle de TAQ comme organisme rassembleur, porte-parole et catalyseur du développement touristique autochtone au Québec. De sa qualité d'expert sectoriel, TAQ a contribué à plusieurs tables de concertation, démarches stratégiques et exercices de réflexion collective portant sur le développement du tourisme, l'innovation, les ressources humaines, la durabilité et le développement socioéconomique autochtone. Cette présence active permet de représenter les intérêts du secteur, d'alimenter la prise de décision des partenaires et de favoriser l'intégration des réalités autochtones dans les orientations touristiques québécoises.

Déploiement d'une enquête sectorielle dans le cadre du programme Oriance

En collaboration avec l'ATR du Saguenay–Lac-Saint-Jean, TAQ a revisité les critères du programme Oriance et, au besoin, adapté le contenu afin que l'outil réponde aux besoins précis des entrepreneurs touristiques autochtones. TAQ a également mené une enquête de type benchmark afin de bien construire son outil d'accompagnement selon les spécificités du secteur.

Un bilan exhaustif a été déposé au MTO aux fins de reddition de comptes. DEC contribue également aux actions de développement portées par l'équipe.



MARKETING ET COMMERCIALISATION

À L'INTERNATIONAL – HORS QUÉBEC

Fort d'un plan marketing mené par TAQ avec DEC et l'AITQ, le tourisme autochtone poursuit sa progression sur les marchés internationaux et s'impose comme un segment recherché par les voyageurs en quête d'expériences authentiques et ancrées dans les territoires. L'année se distingue par une intensification des actions de rayonnement, un positionnement affirmé dans le journalisme de voyage influent et une consolidation des réseaux de distribution à l'échelle mondiale.

Avec le soutien financier de Développement économique Canada et de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, TAQ a déployé des actions stratégiques pour accroître la visibilité de l'offre autochtone à l'international. L'organisation a participé à plusieurs événements majeurs en ciblant des marchés prioritaires comme la France, les États-Unis, l'Allemagne, la Belgique et certaines provinces canadiennes.

Ces initiatives ont permis de mettre de l'avant une offre distinctive, soutenue par des outils de mise en marché adaptés aux professionnels : circuits immersifs, produits saisonniers ancrés dans les territoires, contenu narratif cocréé avec des porteurs de culture des 11 Nations, ainsi que des visuels immersifs allant au-delà de la promotion touristique.

TAQ a également renforcé ses liens avec les agences réceptives et consolidé sa présence dans les réseaux de distribution internationaux, notamment en Europe et en Amérique du Nord, afin d'intégrer durablement les entreprises et communautés autochtones aux circuits proposés à la clientèle étrangère.

Des formations ciblées ont été offertes à des tour-opérateurs en France, en Allemagne et en Belgique, favorisant une meilleure compréhension de l'offre autochtone québécoise. Ces initiatives ont mené à des ententes concrètes et accru la confiance des distributeurs envers la destination.

En parallèle, des tournées de presse et de familiarisation ont été organisées dans plusieurs régions du Québec avec des partenaires, permettant à des journalistes et créateurs de contenu de vivre l'offre sur le terrain et de produire des récits authentiques. Parmi les faits saillants : des tournées liées à TBEX, une collaboration avec Québec Maritime sur la Côte-Nord et des activations à l'Hôtel de Glace ayant rejoint plus de 80 000 visiteurs internationaux.

Le rayonnement médiatique en 2025-2026 s'est illustré par des parutions dans National Geographic – incluant la reconnaissance du Québec parmi les meilleures destinations mondiales 2026 – ainsi que dans The Guardian, Le Routard, le Globe and Mail et Radio France Internationale, renforçant la crédibilité et l'attractivité de la destination.

Les retombées sont concrètes : augmentation des demandes de voyageurs internationaux, visibilité médiatique accrue et liens renforcés entre les communautés autochtones et les marchés étrangers. Ces actions contribuent à la souveraineté narrative des Nations, à leur autonomie économique et à un tourisme éthique, ancré dans les territoires et porté par les communautés elles-mêmes.

REPRÉSENTATION

Salons et bourses médias

- Rendez-Vous Canada (RVC)- Winnipeg - Mai 2025
Kiosque TAQ dans la section Destination Autochtone de Destination Canada et de l'Association Touristique Autochtone du Canada et support aux entreprises Touristique Autochtone du Québec présentes.
- TBEX – Ville de Québec – Juin 2025
Hôte de la soirée de clôture - animation autochtone, gastronomie et défilé de mode
- GoMédia – Jasper – Septembre 2025
Rencontre avec +60 journalistes internationaux et panéliste sur l'authenticité des expériences
- ATWS – Chili – Septembre 2025
- Bienvenue Québec – Rivière-du-Loup – Octobre 2025
Zone VIP Québec Autochtone, souper autochtone et programme de mentorat
- Travel Classics – Québec – Octobre 2025
Soirée d'immersion culturelle à Wendake et souper autochtone
- Nation Tour Association (NTA) – Ottawa – Novembre 2025
Partenariat avec Tourisme Outaouais, Tourisme Saguenay Lac-Saint-Jean, Tourisme Laurentides, Québec du sud et Bonjour Québec
- International Média Marketplace (IMM) – Paris – Mars 2026
Formations et webinaires pour les Tour Opérateurs

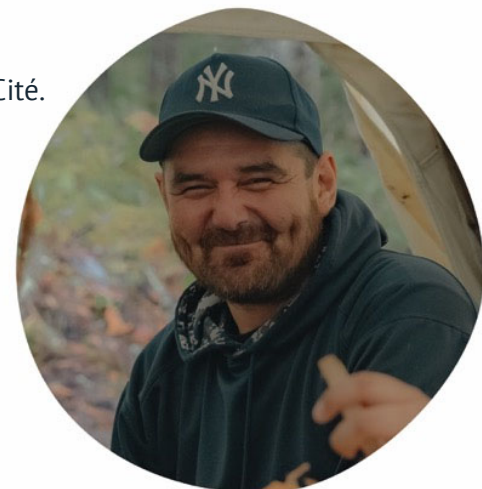
Missions commerciales pour l'industrie touristique

- Mission Bonjour Québec – Toronto et Vancouver – Mai 2025
Mission culinaire en vue de l'annonce de l'arrivée du guide Michelin
- Workshop à Liège – Belgique – Mars 2026
Formation Tour-opérateurs Belges
- Missions influence Bonjour Québec – Paris – Mars 2026

VISIBILITE MEDIA

Influenceurs et créateurs de contenus

- @seed.eat.repeat
En collaboration avec Le Québec du Sud, Montréal et Destination Québec Cité.
<https://www.instagram.com/reels/DW7aG4qjU1i/>
<https://www.instagram.com/reels/DQ-P2H1jVvD/>
- Johany Sergerie et Béatrice Vu
En collaboration avec Tourisme Côte-Nord



Tournées de presse

- Globe & Mail – Ungava Polar Ecotours – Mai 2025
- The Guardian – Festival Innu Nikamu – Juin 2025

<https://www.theguardian.com/music/2025/sep/09/people-say-my-music-helps-them-heal-canadas-first-nations-musicians-revitalise-the-powwow>

- Podcast Journal l'Évasion
- TBEX

- National Geographic

[See North America's night sky through an Indigenous lens](#)
[The best places in the world to travel to in 2026](#)

- Le Routard – Côte Nord
- RFI – France – Février 2025

Tournée de familiarisation

- ÉducTour Supernature – Montréal et Québec – Mai 2025
- Collette – Montréal et Québec – Juillet 2025
- Toundra/Windigo (réceptif) x SÉPAQ – Septembre 2025
- Séminaire AirTransat – Octobre 2025
- Tournée Gérald en Amérique – Février 2026
- Formation Aashukan – Réseau de distribution
- Collaboration avec nos partenaires dans plusieurs régions du Québec.

Placements publicitaires

- Kanada – Allemagne
- Escapades Magazine – France
- Virtuoso – Destination Canada
- Campagne publicitaire numérique



PLANS PARTENAIRES ET AUTRES

- **Hôtel de Glace 2026**
Installation d'un Shaputuan tempéré à l'extérieur du site et plus de 80 000 visiteurs multimarchés
- **Mon pays c'est l'hiver**
En collaboration avec Tourisme Gaspésie
- **Collectif Tradition Autochtone**
Campagne estivale sur le marché de la France avec un regroupement de neuf partenaires et un budget média partenaire de 165K\$.

bilan de campagne - Routes & Traditions autochtones France 2025

bonjour québec

SEM Traditions autochtones								
Période	Budget	Impressions	Clics	Coût par clic	Taux de clics	Visites qualifiées	CPVQ	Taux de conv. VQ
10 mars au 30 juin 2025	465 \$	2 002	191	2,43 \$	9,54 %	189	2,46 \$	98,95 %
10 mars au 15 juin 2024	420 \$	1 744	238	1,76 \$	13,65 %	121	3,46 \$	51,02 %

bilan de campagne - Routes & Traditions autochtones France 2025

bonjour québec

sommaire des résultats Traditions autochtones						
Tactiques	Environnements	Dates	KPIs	Résultats prévus	Résultats obtenus	Notes
Partenariats de contenu	Brut	24 mars au 28 avril	Vues 15 sec	142 000	221 000	✓
	Figaro	10 mars au 24 avril	Écoutes	7 000	7 578	✓
Instant experience	Meta	10 mars au 18 mai	CPE	3,75 \$	0,53 \$	✓
Publications statiques	Meta	24 mars au 15 mai	CPC	1,00 \$	0,48 \$	✓
SEM	Google	10 mars au 30 juin	CPVQ	3,46 \$	2,46 \$	✓



IPS TOURISME AUTOCHTONE

Le développement du tourisme autochtone au Québec et sa promotion auprès des Québécois et des touristes limitrophes est soutenu par de solides partenariats, notamment avec Services aux Autochtones Canada, à travers l'Initiative de partenariat stratégique (IPS).

En 2025-2026, cette initiative a permis à TAQ de contribuer activement à un plan sectoriel structurant axé sur l'accompagnement des entreprises et des communautés. Elle a soutenu le développement de l'offre, sa promotion et le positionnement stratégique du secteur. Malheureusement, ce programme a pris fin en mars 2026.

Depuis plusieurs années, l'IPS a agi ainsi comme un levier puissant et nécessaire favorisant pour favoriser le rapprochement entre les peuples par le tourisme et en le positionnant le tourisme autochtone comme un vecteur de réconciliation, de sensibilisation et de partage au Québec.

VOLET 1 - PRÉSENCE DU TOURISME AUTOCHTONE SUR LES PORTES D'ENTRÉE

Les villes de Québec et de Montréal, à titre de porte d'entrée touristique de la province, sont des espaces privilégiés pour représenter l'immensité de l'offre touristique du Québec autochtone. Ainsi, TAQ a travaillé à positionner le tourisme autochtone dans des événements majeurs dans ces centres-villes fréquentés par les visiteurs, et où la présence autochtone est impérative. Ces initiatives permettent de susciter l'intérêt d'un grand nombre de personnes qui pourront ensuite potentiellement aller à la rencontre des autres communautés du Québec, créant ainsi des ponts culturels et favorisant une meilleure compréhension et appréciation de la diversité culturelle de la province.

KWE ! À la rencontre des peuples autochtones 2025

KWE ! À la rencontre des peuples autochtones est un événement public qui célèbre les cultures, les traditions et la vie contemporaine des Premières Nations et des Inuit. L'édition 2025 s'est tenue du 13 au 15 juin au Parc Jean-Béliveau, une réelle vitrine autochtone pour le tourisme régional, national et même international. C'est avec fierté que TAQ s'est joint de nouveau à l'événement en proposant une activation dynamique et enrichissante, axée sur la découverte et la promotion du tourisme autochtone au Québec.

Notre espace proposait notamment, une expérience immersive grâce à un *photobooth* permettant aux visiteurs de « voyager » à travers le Québec autochtone. Pour accéder à leur photo souvenir, les participants devaient laisser leurs coordonnées, ce qui nous a permis d'enrichir notre base de données et de développer par la suite des communications ciblées.

Les visiteurs ont également pu découvrir la richesse et la diversité de l'offre touristique des communautés autochtones de la province, notamment à travers des contenus inspirants et des outils promotionnels tels que le magazine Origin(e) ainsi que la carte du Québec autochtone, leur permettant de prolonger l'expérience au-delà de l'événement.

Les Fêtes de la Nouvelle-France 2025

TAQ a collaboré à nouveau à cet événement phare, qui s'est tenu du 7 au 10 août, en participant au concept de réalité augmentée déployé à travers le site par les FNF. À l'aide d'une application mobile, les visiteurs étaient invités à scanner différents éléments visuels afin d'accéder à du contenu enrichi.

La carte des 11 Nations était intégrée à l'expérience et, en la numérisant, les visiteurs voyaient apparaître un contenu interactif directement sur leur appareil mobile, incluant notamment quelques mots et salutations dans les langues autochtones.

Cette approche permettait de créer un lien à la fois ludique et éducatif avec les cultures autochtones. Une affiche explicative virtuelle, intégrant notre logo, accompagnait les visiteurs dans l'utilisation de l'expérience et en maximisait la portée.

Hôtel de glace 2026

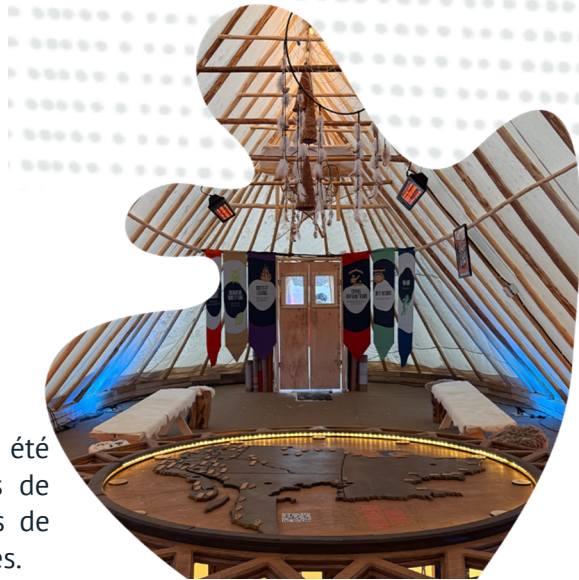
Pour la deuxième année consécutive, TAQ a collaboré avec l'Hôtel de Glace pour mettre en valeur les cultures autochtones au cœur de cet attrait hivernal emblématique qui attire plus de 80 000 visiteurs chaque année.

Un Shaputuan de 20 × 60 pieds a été aménagé afin d'offrir une immersion dans cette habitation traditionnelle.

L'installation proposait des objets culturels, des fanions liés aux activités à vivre en tourisme autochtone, notre carte du Québec autochtone, ainsi que des écrans diffusant en boucle des contenus vidéo promotionnels. Cette présence dans un site aussi emblématique a permis de contribuer à la mise en valeur des cultures autochtones auprès de visiteurs provenant des quatre coins du monde.

Le 21 février, une programmation immersive Wendat y a été présentée, incluant un marché d'artisans, des ateliers de démonstration de poterie, ainsi que des présentations de mythes et légendes, parmi d'autres animations culturelles.

En soirée, le bar de l'Hôtel de Glace s'est transformé en piste de danse. DJ Pøptrt, artiste de Kahnawà:ke, y a offert un set électro immersif qui a permis de créer une expérience festive unique, intégrée à un décor de glace spectaculaire.



Match des Remparts de Québec : Hommage aux Premiers Peuples

Le 17 janvier, les Premiers Peuples étaient à l'honneur au Centre Vidéotron, dans le cadre d'un match des Remparts de Québec soulignant les cultures autochtones des Premières Nations et des Inuit au Québec.

L'événement proposait plusieurs éléments de mise en valeur, dont des chandails spéciaux portés par les joueurs, de l'animation sur place, de l'artisanat autochtone ainsi que la présentation de la bande-annonce du 4e épisode de notre websérie Mamowinitotam, centrée sur la thématique du hockey. TAQ était également présent sur le site avec sa carte casse-tête, permettant aux visiteurs de replacer les Nations sur le territoire, de localiser les 55 communautés et de découvrir des salutations dans les langues autochtones. Cette activation a contribué à une expérience à la fois ludique et éducative auprès du grand public.

RENFORCEMENT DE NOTRE PRÉSENCE À MONTRÉAL

Grâce à notre entente avec Tourisme Montréal, nous avons mis en place plusieurs actions de collaboration visant à mieux positionner l'offre touristique autochtone au sein de la métropole. Cette collaboration permet de susciter rapidement l'intérêt des visiteurs pour les cultures autochtones dès leur arrivée à Montréal. Voici brièvement quelques exemples de projets déployés au cours de la dernière année.

Aéroports de Montréal

Comité de travail pour le corridor des arrivées internationales, formation du personnel et de partenaires, visite organisée de Wendake pour les dirigeants d'ADM, sensibilisation des voyageurs.

Centre des sciences de Montréal et le site du Vieux-Port de Montréal

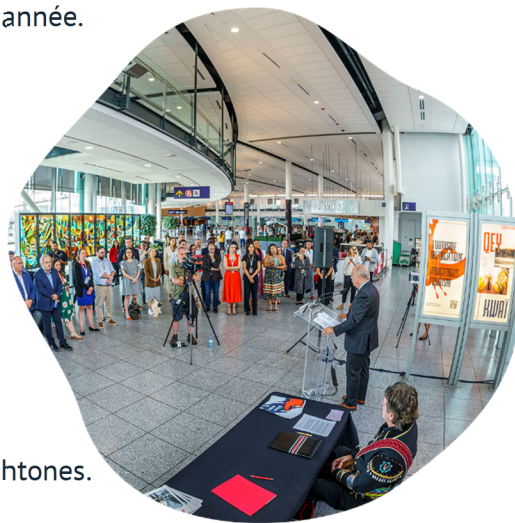
Création visuelle pour valoriser les Nations et les langues autochtones, installation de la carte du QC Autochtone.

Montréal en lumière 2026

Menu gastronomique à saveurs autochtones, collaboration avec chefs autochtones.

Soirée Célébration des Premiers Peuples présentée par les Canadiens de Montréal

Intégration du chef Ryland Diome à la programmation.



ÉVÉNEMENTS DE L'INDUSTRIE 2025-2026

LA PARTICIPATION DE TAQ AUX DIFFÉRENTS ÉVÉNEMENTS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE A ÉTÉ REMARQUABLE TOUT AU LONG DE L'ANNÉE !

Bourse des médias Bonjour Québec

TAQ a participé à cet événement bisannuel incontournable qui réunit les associations touristiques, les journalistes et les créateurs de contenu locaux. Cela a permis à TAQ de présenter les nouveautés touristiques et de promouvoir le tourisme autochtone au Québec.

Bienvenue Québec

L'événement qui se déroulait à Rivière-du-Loup, a permis de mettre en valeur les cultures autochtones grâce à un espace dédié autochtone, offrant l'occasion d'inviter plusieurs membres à y prendre part. TAQ a également organisé un souper de réseautage au Magahamok - Pub wolastoqey afin de favoriser les échanges et la découverte.

Assises du tourisme et Grande conférence de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

Nous avons mis en lumière le rôle central du tourisme autochtone dans le positionnement distinctif du Québec, en phase avec les priorités gouvernementales axées sur la durabilité, l'authenticité et l'accès à la nature.

Rendez-vous de l'industrie touristique

La participation à cet événement a permis de développer le réseautage, de renforcer les collaborations et de promouvoir les expériences touristiques autochtones auprès des acteurs de l'industrie.

Congrès Terroir et Saveurs

La participation à cet événement a permis de **renforcer les liens avec les acteurs de l'industrie bioalimentaire et touristique**, tout en mettant en valeur les **saveurs et les savoir-faire autochtones au Québec**.

Grands Remous

TAQ y a présenté l'atelier « Collaboration allochtone et autochtone pour des produits touristiques concertés et inclusifs », mettant en lumière l'importance de la cocréation, du dialogue et des collaborations respectueuses dans le développement d'expériences touristiques authentiques.



Grand cercle économique

À titre de panéliste invitée au Grand Cercle économique des Peuples autochtones et du Québec (GCÉPAQ), Patricia Auclair, directrice générale adjointe a représenté l'organisation au sein d'un des plus importants rendez-vous consacrés à la réconciliation économique au Québec. Cette participation a permis de positionner le tourisme autochtone comme un moteur de développement économique, culturel et territorial, tout en mettant en valeur l'expertise de TAQ en matière d'accompagnement des entreprises, de développement de l'offre et de partenariats stratégiques. Au-delà du rayonnement de l'organisation, cette tribune a favorisé le renforcement des liens avec des décideurs publics, des leaders économiques et des partenaires potentiels, consolidant ainsi le rôle de TAQ comme acteur incontournable de la réconciliation économique et du développement durable des communautés autochtones.



VOLET 2 - CAMPAGNE SPÉCIFIQUE DÉDIÉE À LA CLIENTÈLE DU QUÉBEC

Le tourisme au Québec continue de s'appuyer sur les clientèles de proximité, un marché stratégique essentiel. L'industrie du tourisme autochtone, en étroite collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec et ses partenaires, a poursuivi son plan d'action pour valoriser l'offre culturelle et touristique locale. Grâce à l'entente de l'IPS, nous avons maintenu nos efforts pour cibler les Québécois qui, selon l'étude de Léger Marketing, démontrent une grande ouverture à découvrir les cultures autochtones, malgré une méconnaissance persistante de l'offre.

Mamowinitotan – Vivre ensemble

En collaboration avec l'agence Oasis, l'année 2025-2026 a marqué une étape clé de la campagne Mamowinitotan – Vivre ensemble. Cette initiative, portée par le message « chaque grand moment débute par une rencontre », vise à transformer le tourisme autochtone en un véritable vecteur de rapprochement social et de découverte identitaire.

SAISON ESTIVALE 2025 : CAPITALISER SUR LES SUCCÈS

L'été 2025 a été marqué par la rediffusion des trois premières capsules emblématiques de la websérie, mettant en scène des rencontres entre autochtones et allochtones. Cette stratégie de rediffusion multicanal a permis de maintenir une forte notoriété, générant plus de 6,5 millions d'impressions durant la période estivale 2025.

SAISON HIVERNALE 2025-2026 : UNE NOUVELLE RENCONTRE MARQUANTE

L'hiver a vu le lancement d'un quatrième épisode très attendu : E04 : Jouer ensemble - MAMU MEDWEDAOW. Tourné en contexte hivernal, cet épisode met en vedette l'animateur et ancien joueur de hockey professionnel Dave Morissette et le jeune joueur Noé Biinashtin Mianscum, de la Nation Eeyou d'Eeyou Istchee Baie-James. À travers leur passion commune pour le hockey, Dave et Noé ont illustré comment le sport devient un terrain d'échange de valeurs et de visions du monde. Dave Morissette a profité de cette tribune pour inviter les Québécois à dépasser les préjugés et à aller à la rencontre des peuples autochtones du Québec.

[Cliquez ici pour consulter le rapport de performance - Campagne hiver MAMOWINITOTAN 2025-2026.](#)



LE NOUVEAU HUB DE CONTENU, « RENCONTRES AUTOCHTONES » SUR LE SITE WEB, SERT DORÉNAVANT DE POINT DE CHUTE CENTRAL POUR TOUTES LES OFFENSIVES MÉDIATIQUES



VOLET 3 - COLLABORATION AVEC LES PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE

Afin de s'assurer de présenter du contenu authentique et représentatif de nos différents secteurs d'activités des 11 Nations auprès de la clientèle québécoise, TAQ a porté une attention particulière sur la sensibilisation des acteurs de l'écosystème touristique. Cette action visait à encourager les associations touristiques à devenir des ambassadeurs de nos réalités. Des publicités, du contenu pour les infolettres et des articles ont été développés conjointement pour que cette campagne rayonne partout et que les régions puissent également promouvoir les cultures autochtones.

Dans cette même optique, les éléments visuels de notre kiosque ont été mis à jour afin de mieux illustrer le Québec autochtone et de refléter davantage les différents secteurs d'activités de l'industrie touristique au Québec. Cette évolution visuelle permet d'offrir une représentation plus juste, actuelle et cohérente de notre offre, tout en renforçant la compréhension et l'intérêt des visiteurs et des partenaires pour les expériences proposées.

De plus, dans le cadre d'une collaboration avec Tourisme Gaspésie, TAQ a contribué à la série documentaire Les Coulisses de la Gaspésie, une websérie humaine et engagée qui met en lumière celles et ceux qui façonnent le tourisme de la région. Animée par Christine Bérubé-Martin, Gaspésienne d'origine Mi'gmaq, la série propose une immersion dans les coulisses du tourisme quatre saisons, à travers des rencontres avec des acteurs du milieu du plein air, de l'hébergement, de la restauration, des événements et des lieux culturels qui font la richesse de la Gaspésie. Dans cette série, une section dédiée a permis de mettre en valeur les expériences et les cultures autochtones, en soulignant leur contribution essentielle à l'offre touristique du territoire. Cette vitrine a offert un espace significatif pour faire rayonner des voix, des savoirs et des expériences portées par les communautés, et pour rappeler l'importance de leur présence dans le paysage touristique québécois.



VOLET 4 – DÉVELOPPEMENT DE CONTENU NUMÉRIQUE

Tout au long de l'année, l'équipe de TAQ s'est montrée très réactive et flexible pour saisir les opportunités de collaboration avec plusieurs créateurs de contenu. Par exemple, à la mi-juillet 2025, une photographe et une vidéaste ont exploré la Côte-Nord en allant à la rencontre de communautés et d'expériences touristiques autochtones. À travers une série de capsules inspirantes, elles ont mis en lumière les personnes, les savoirs et les activités qui façonnent le territoire. Ce projet a permis de générer du contenu authentique, diffusé à la fois sur leurs propres plateformes et sur celles des partenaires, contribuant ainsi à faire rayonner la Côte-Nord et ses cultures.



COMMUNICATIONS

L'actualisation continue des communications auprès des membres s'est traduite par la mise à jour régulière du site Web de TAQ, la dynamisation des plateformes de médias sociaux corporatives, le développement et le maintien des relations médias, la diffusion de communiqués de presse ainsi que le suivi des campagnes promotionnelles et vidéo. Cette approche intégrée a permis d'assurer une circulation fluide, régulière et cohérente de l'information auprès des entreprises et des partenaires du secteur touristique autochtone. Au-delà de la simple diffusion d'information, cette action constitue un levier stratégique de mobilisation, de rayonnement et de valorisation des initiatives portées par les entreprises et les communautés autochtones.

Elle permet notamment de mettre en lumière les réalisations des membres, de favoriser le partage des succès et des bonnes pratiques, de renforcer la visibilité des expériences touristiques autochtones et de soutenir le positionnement du tourisme autochtone au sein de l'industrie touristique québécoise.

INTERNE – MEMBRES

INFOLETTRE

Au cours de l'année, 25 bulletins d'information ont été envoyés aux membres, partenaires et contacts de TAQ. Ceux-ci affichent une performance largement supérieure à la moyenne du secteur touristique, avec un taux d'ouverture de 59,8 % et un taux de clic de 10,3 % lorsqu'ouvert, alors que les moyennes sectorielles se situent respectivement à 37,14 % et 1,54 % selon le *Bilan du marketing par courriel 2025 – Cyberimpact*. Nos infolettres permettent de diffuser des nouvelles d'actualité, des opportunités de développement et de marketing, des offres d'emploi, des programmes de financement, des invitations à des événements majeurs et plus encore. Considérant que certains de nos membres ne sont toujours pas présents sur les réseaux sociaux, l'infolettre demeure un moyen essentiel pour leur transmettre de l'information pertinente, rapidement et directement.

La fin d'année fut marquée par l'arrivée d'une infolettre membres revisitée, plus structurée et bimensuelle, du nom d'OTSI'TÉN:A, qui signifie 'oiseau' en Kanien'kéha.

SYMBOLE DE VOYAGE, DE LIBERTÉ ET DE MESSENGER, NOTRE OISEAU REPRÉSENTE L'UNITÉ ENTRE LES NATIONS. SURVOLANT LE TERRITOIRE, LES COMMUNAUTÉS COMME LES CENTRES URBAINS, L'OISEAU TAQ SAURA VOUS DÉLIVRER SON MESSAGE, OÙ QUE VOUS SOYEZ.



GROUPE FACEBOOK CORPORATIF PRIVÉ

Avec plus de 320 membres, notre groupe privé corporatif permet de rejoindre efficacement nos membres en y relayant, automatiquement et de façon plus instantanée, tout ce qui y a été envoyé par courriel, pour maximiser la portée et la visibilité des nouvelles annoncées. De plus, nous utilisons cet espace pour des communications plus spontanées et ponctuelles - partage d'opportunités urgentes, annonces d'événements, souligner les succès et initiatives de notre communauté ou encore pour informer nos membres des déplacements de l'équipe sur le terrain.

EXTERNE – VISITEURS

ORIGIN(E) – LE MAGAZINE TOURISTIQUE DU QUÉBEC AUTOCHTONE

La distribution du magazine Origin(e) s’est poursuivie à bon rythme en 2025-2026, avec plus de 30 000 copies imprimées sur papier recyclé. L’édition 2025-2026 comprend 114 pages – une réduction par rapport aux 130 pages de l’année précédente – poursuivant une transition réfléchie vers un format plus compact et une empreinte écologique allégée.

En couverture, TAQ met en lumière une scène captée au Pavillon Squotek, à Cacouna : Charlie Lavoie, vêtue d’une régalia, y partage la légende de *L’Oiseau du vent* à une famille de passage, offrant une expérience immersive dans l’histoire de la Nation Wolastoqiyik Wampanoag. Ce choix met en valeur une Nation en plein essor touristique.

Édité par Qolab Studio, le magazine propose un contenu éditorial riche, diversifié et bilingue, incluant une section guide facilitant la planification de séjours par région. Fidèle à sa mission, Origin(e) continue d’inspirer les clientèles touristiques et de positionner le Québec autochtone comme une destination singulière et incontournable. Toujours avec le désir de donner une vitrine à nos membres et partenaires en profitant de la grande visibilité et notoriété de notre magazine, nous avons inséré plus de 25 pages de publicité à l’édition 2025-2026, incluant à la fois des partenaires et des membres, renforçant la visibilité de notre réseau à grande échelle.

Distribué gratuitement au Québec et à l’international via nos membres, partenaires, centres Infotouristes, salons commerciaux et plateformes numériques, Origin(e) continue d’être un outil phare de rayonnement pour le tourisme autochtone au Québec. Il est également disponible en version numérique [ici](#).

Ce projet a été rendu possible grâce au financement de SAC.

Seul magazine touristique autochtone au Québec, **ORIGIN(E)** est une invitation à découvrir, le cœur et l’esprit ouverts, ce que l’autochtonie a à vous offrir, une page à la fois.

The only Indigenous tourism magazine in Quebec, ORIGIN(E) is an invitation to discover, with open heart and open mind, what Indigenous life has to offer you, one page at a time.



SITE INTERNET

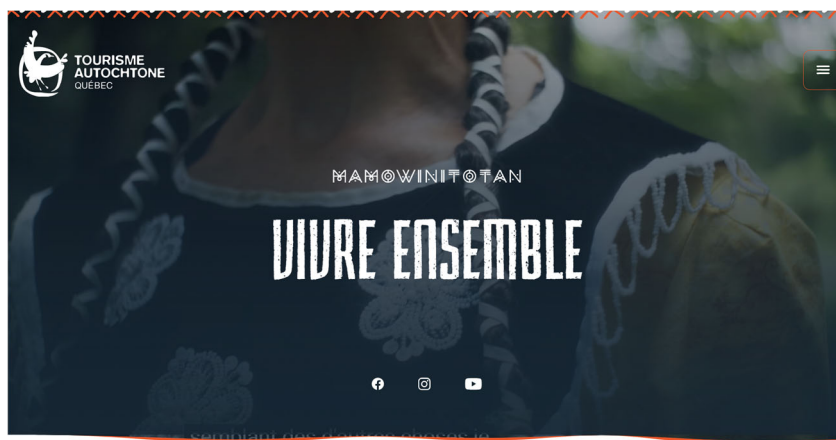
Toujours en étroite collaboration avec la firme Spektrum, nous nous sommes assurés tout au long de l'année d'avoir un site répondant à nos attentes, à celles de nos membres et partenaires et évidemment, à celles des visiteurs.

Nous avons également ciblé un enjeu stratégique lié au référencement Web et aux moteurs de recherche intelligents, qui extraient et synthétisent de plus en plus directement l'information à partir des contenus en ligne. Cette évolution nous amène à poursuivre l'optimisation de nos contenus afin d'améliorer la découvrabilité de l'offre touristique autochtone.

Force est de constater que le site continue de répondre aux attentes des voyageurs et de jouer un rôle central dans la promotion de l'offre touristique autochtone. Les données de fréquentation confirment l'intérêt soutenu des visiteurs pour les contenus liés aux expériences, aux événements et aux régions du Québec autochtone.

157 000 impressions ont été générées grâce à nos campagnes Google Ads, avec 25 508 clics, soit une augmentation de 22 % par rapport à l'année précédente. Comme l'an dernier, les périodes d'achalandage les plus marquées correspondent aux mois d'été, mais aussi aux mois d'hiver (janvier-février), en lien avec nos annonces de financement.

Sans surprise, la page Route des Pow-wow et événements demeure un pilier de notre stratégie de visibilité. À elle seule, elle a récolté plus de 13 000 clics pour la version francophone et plus de 14 000 clics pour la version anglophone, atteignant des taux de clics impressionnants de 39 % et 28 % respectivement. Un site corporatif exclusif aux membres de TAQ est en préparation.



CAMPAGNE GOOGLE AD GRANTS

Grâce au programme Google Ads Grants, notre présence numérique continue de s'intensifier. En continuité avec les années précédentes, l'agence HINT a piloté notre stratégie de visibilité en ligne, en optimisant des campagnes ciblées autour de mots-clés pertinents pour notre industrie. Cette collaboration a permis de maximiser l'impact des campagnes et d'assurer une présence constante sur le web.

MÉDIAS SOCIAUX

Les médias sociaux occupent une place essentielle dans le parcours de découverte des voyageurs et dans les communications de destinations touristiques. Bien avant la réservation ou la visite, ils permettent de susciter l'intérêt, de faire connaître les expériences offertes par les membres de Tourisme Autochtone Québec et de créer un premier contact avec le Québec autochtone.

En collaboration avec l'agence Récréation, TAQ poursuit son travail de mise en valeur dans l'écosystème social des cultures, des territoires et des rencontres qui façonnent le tourisme autochtone, tout en favorisant une meilleure compréhension des réalités et des savoirs des Premiers Peuples.

FAITS SAILLANTS NUMÉRIQUES - 5,4 MILLIONS DE VUES SUR FACEBOOK, 367 400 VUES SUR INSTAGRAM, PLUS DE 303 000 VUES SUR YOUTUBE, 25 508 CLICS GÉNÉRÉS PAR GOOGLE ADS ET DES TAUX D'OUVERTURE SUPÉRIEURS À 50 % POUR LES INFOLETTRES DESTINÉES AUX VISITEURS.



Facebook

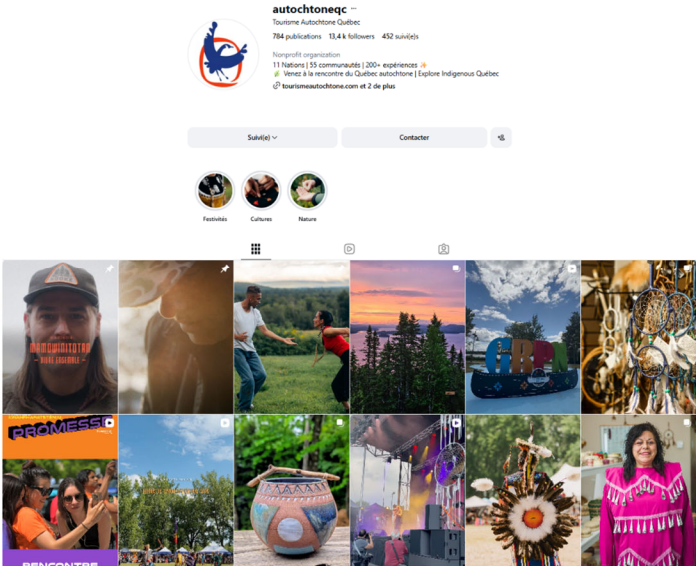
Facebook demeure une plateforme de découverte accessible, autant pour les personnes qui s'initient au tourisme autochtone que pour celles qui connaissent déjà bien l'offre de nos membres. Les échanges générés par les publications témoignent d'un intérêt réel pour les expériences proposées, avec des utilisateurs qui posent des questions, partagent leur enthousiasme et planifient leurs visites, notamment via la messagerie privée. La plateforme contribue ainsi à maintenir un dialogue vivant entre les voyageurs, les communautés et les entreprises touristiques autochtones.

Notre page poursuit sa croissance et demeure la plateforme sociale rassemblant la plus grande communauté. Elle compte maintenant 26 138 abonnés, soit une augmentation de plus de 8,2 % par rapport à l'année précédente. Grâce à une fréquence de publication soutenue et à une stratégie de contenu diversifiée, les publications ont généré 5,4 millions de vues, dont 1,3 million de façon organique, et 22 500 interactions. La plateforme a aussi généré 54 200 visites, une augmentation de 11 %, démontrant l'intérêt continu des utilisateurs envers les contenus et expériences touristiques autochtones.

Instagram

Instagram continue de jouer un rôle clé dans l'inspiration visuelle et la mise en valeur des expériences touristiques autochtones. Alimentée de façon constante par des publications, des stories, du contenu en collaboration avec d'autres créateurs et de plus en plus de contenus vidéo, la plateforme permet de rendre les cultures, les territoires et les rencontres plus vivants et immersifs.

La plateforme a gagné 2 025 abonnés, portant la communauté à 13 062 abonnés, soit une croissance d'environ 18,3 %. Les contenus ont généré 367 400 vues, une augmentation de 173 % par rapport aux 134 600 vues de l'année précédente. L'engagement a également connu une progression marquée, avec 13 700 interactions, comparativement à 5 600 en 2024, soit une augmentation d'environ 145 %. Les visites du profil atteignent quant à elles 6 500, en hausse de 30 %, signe que les contenus donnent envie aux utilisateurs d'aller plus loin dans leur découverte du Québec autochtone.



YouTube

Bien qu'il ne s'agisse pas d'une plateforme utilisée pour l'échange direct avec notre communauté, la chaîne YouTube de TAQ reste une vitrine précieuse de nos contenus vidéo. Pour la période allant du 1er avril 2025 au 31 mars 2026, elle a enregistré plus de 303 000 vues et 4 000 heures de visionnement, ce qui représente une hausse de 58 % par rapport à l'année précédente, ainsi qu'un gain de 98 nouveaux abonnés.

LinkedIn

Forte de 1 700 abonnés en 2025-2026, notre page LinkedIn s'est consolidée grâce à une présence régulière et au partage de contenus pertinents. Nous y avons diffusé des publications mettant en valeur nos projets phares, les grands événements du secteur et les initiatives de nos partenaires. Cette approche a permis d'accroître l'engagement, de renforcer nos liens avec les partenaires stratégiques et d'améliorer notre visibilité auprès des clientèles corporatives et institutionnelles.

TikTok

Le compte TikTok officiel de TAQ a été lancé en juin 2024 et compte maintenant quelques 1 800 abonnés. Il a pour objectif de faire découvrir la richesse et la diversité des 11 Nations autochtones au Québec à travers des contenus courts, authentiques et engageants. Les vidéos mettent en lumière des expériences culturelles uniques, des rencontres humaines inspirantes et des traditions vivantes, dans le but de sensibiliser et de rapprocher les publics québécois et internationaux des réalités autochtones. Cette présence numérique s'inscrit dans une stratégie plus large visant à positionner le tourisme autochtone comme un vecteur de rapprochement et de découverte identitaire.

Infolettre

L'envoi d'infolettres destinées aux visiteurs s'est poursuivi au rythme d'un envoi par saison, auquel se sont ajoutés certains envois ponctuels. Le taux d'ouverture a dépassé 50 % en 2025-2026, confirmant la pertinence de ce canal pour inspirer les voyageurs, stimuler leur intérêt et leur faire découvrir les expériences touristiques autochtones offertes au Québec.



CONCLUSION

L'exercice 2025-2026 marque une étape importante dans l'évolution de Tourisme Autochtone Québec. Plus qu'une année de réalisations, il témoigne de la maturité d'une organisation qui, forte de son expertise, de ses partenariats et de la confiance de ses membres, poursuit sa transformation afin de répondre aux enjeux actuels et futurs de l'industrie.

Les projets structurants réalisés au cours de l'année – qu'il s'agisse de GEITEGET, du Programme pour la croissance du tourisme, de la transition climatique, de l'Incubateur-Accélérateur Nordique, de la modernisation de la gouvernance ou du renforcement de l'accompagnement des entreprises – poursuivent tous un même objectif : bâtir une industrie touristique autochtone forte, durable, innovante et portée par les communautés elles-mêmes. Ensemble, ils positionnent le tourisme autochtone comme un moteur de développement économique, culturel et social pour les 11 Nations et pour l'ensemble du Québec.

Cette année confirme également la pertinence du rôle de TAQ comme chef de file du développement touristique autochtone. Au-delà de représenter son secteur, l'organisation agit aujourd'hui comme mobilisateur, accompagnateur stratégique, gestionnaire de programmes, créateur de partenariats et interlocuteur privilégié auprès des gouvernements et de l'industrie. Cette capacité d'agir permet de transformer les ambitions collectives en actions concrètes et en retombées durables pour les entreprises, les communautés et les territoires.

Les défis demeurent nombreux. Les besoins de financement, le développement de nouvelles expériences, l'adaptation aux changements climatiques, l'accès aux marchés et le renforcement des capacités entrepreneuriales continueront de mobiliser l'organisation dans les prochaines années. Toutefois, les fondations mises en place au cours de cet exercice permettent d'aborder l'avenir avec confiance.

En poursuivant cette vision commune, TAQ continuera de faire rayonner un tourisme autochtone authentique, durable et distinctif, où le développement économique s'allie à la transmission des cultures, au rapprochement entre les peuples et à la fierté des communautés. Car lorsque le tourisme autochtone se développe, ce sont les entreprises qui prospèrent, les cultures qui se partagent, les communautés qui se renforcent et l'ensemble de la destination Québec qui s'enrichit.

DEPUIS PLUS DE 35 ANS, TOURISME AUTOCHTONE QUÉBEC RASSEMBLE LES FORCES, FAIT GRANDIR LES AMBITIONS ET OUVRE LA VOIE À UNE INDUSTRIE TOURISTIQUE AUTOCHTONE FORTE, DURABLE ET FIÈRE. L'AVENIR S'ÉCRIT ENSEMBLE ET NOUS ANIME, AUJOURD'HUI COMME DEMAIN.

Ce rapport annuel 2025-2026 a été réalisé par l'équipe de TAQ pour le compte de ses partenaires financiers. Pour obtenir davantage d'information sur les activités réalisées durant l'année couverte par ce rapport, veuillez communiquer avec la direction de TAQ.

DIRECTEUR GÉNÉRAL | Dave Laveau | 418 564-5733 | dlaveau@tourismeautochtone.com

DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE | Patricia Auclair | 418 254-5067 | pauclair@tourismeautochtone.com