



**La motoneige au Québec,  
l'importance de protéger une expérience touristique hivernale de  
calibre international**

**Mémoire déposé dans le cadre des réflexions entourant les  
modifications à l'article 87.1 de la Loi sur les véhicules hors route**

**24 novembre 2015**

# Table des matières

- Sommaire exécutif.....3
- Qui nous sommes .....4
  - L’AQIT, favoriser la croissance des entreprises touristiques pour assurer le développement économique du Québec.....4
  - ATR associées du Québec, catalyseur de l’économie touristique dans toutes les régions du Québec.....4
  - ATS Québec, maximiser la synergie du développement de l'offre touristique du Québec .....4
- Le tourisme au Québec en quelques chiffres .....5
- Essor touristique mondial et compétitivité .....5
- La pratique de la motoneige au Québec en quelques chiffres .....5
- L’hiver, une offre de calibre international au fort potentiel de développement touristique .....6
- La motoneige, un produit touristique prioritaire .....7
- La motoneige d’aujourd’hui, un virage vert .....8
- L’industrie touristique en faveur d’une solution gagnant-gagnant .....8
- Conclusion ..... 10
- Liste des membres de l’AQIT ..... 11
- Liste des membres d’ATR Associées du Québec ..... 12
- Liste des membres d'ATS Québec ..... 13

## **Sommaire exécutif**

L'article 87.1 de la Loi sur les véhicules hors route a été instauré afin d'assurer la survie de la pratique du quad et de la motoneige au Québec, alors que le principe de responsabilité sans faute était introduit, par l'entremise de jugements, dans le système de droit civil de la province.

L'article mettait ainsi les acteurs du secteur qui repose sur un engagement important de nombreux bénévoles, à l'abri de poursuite en lien avec les potentiels inconvénients inhérents à la pratique de la motoneige. Rappelons par ailleurs que l'invention de la motoneige fait partie du patrimoine dont les Québécoises et Québécois sont fiers. Cette activité économique aux retombées annuelles de deux milliards de dollars est présente dans une quinzaine de régions touristiques et est hautement attractive pour les visiteurs étrangers, notamment parce que le Québec, avec 32 000 kilomètres, compte le plus grand réseau de sentiers interreliés, atout majeur qui autrement aurait été compromis.

L'industrie touristique que nous représentons s'est penchée sur l'abolition de l'article 87.1 en raison du rôle clé que joue la motoneige dans la stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal, un des éléments du plan de développement provincial élaboré par l'industrie et le gouvernement et qui comporte des objectifs, pour l'ensemble du tourisme au Québec, de création de 50 000 emplois et une croissance annuelle moyenne de 5 % d'ici 2020.

Afin de tendre vers l'atteinte d'un équilibre de droit pour tous les partis, l'industrie touristique soumet que le moratoire imposé par l'article 87.1 soit remplacé par une solution législative munie de balises. La position de l'industrie repose sur des principes d'équilibre, une plus grande cohérence législative et les améliorations technologiques mises de l'avant par le secteur de la motoneige dans une optique de bon voisinage.

Ainsi, nos réflexions mènent à une reconnaissance de faute, encadrée par un environnement législatif où sont reconnus comme inadmissibles aux fins de recours les conséquences de voisinage qui découlent de façon inhérente de la pratique du véhicule hors route telle qu'elle est autorisée législativement.

## **Qui nous sommes**

### **L'AQIT, favoriser la croissance des entreprises touristiques pour assurer le développement économique du Québec**

L'Association québécoise de l'industrie touristique (AQIT) est le principal porte-parole touristique en matière d'affaires économiques et publiques au Québec. L'AQIT rassemble, concerte et représente les entreprises et les associations de l'industrie afin de promouvoir et défendre les intérêts de l'important moteur de développement économique qu'est le tourisme, troisième produit d'exportation de la province. Parmi les membres de l'AQIT, on compte les entreprises d'envergure œuvrant dans les diverses sphères du tourisme, en plus de réunir les intervenants que sont les associations touristiques régionales et sectorielles.<sup>1</sup>

### **ATR associées du Québec, catalyseur de l'économie touristique dans toutes les régions du Québec**

ATR Associées du Québec est une organisation à but non lucratif regroupant 21 associations touristiques régionales (ATR). Interlocutrices régionales privilégiées en matière de tourisme auprès du gouvernement du Québec et du ministère du Tourisme, les ATR sont les maîtres d'œuvre de la concertation régionale, de la promotion, du développement, de l'accueil et de l'information sur leur territoire. Elles contribuent au développement et à la mise en valeur de l'industrie touristique québécoise au bénéfice de l'ensemble des régions du Québec.<sup>2</sup>

### **ATS Québec, maximiser la synergie du développement de l'offre touristique du Québec**

ATS Québec est née de la concertation de 18 associations touristiques de produit ayant le souci de s'offrir un canal privilégié de communication et de représentation pour toutes les ATS du Québec tout en favorisant les échanges avec les autres partenaires-clés de l'industrie touristique. L'objectif premier est de représenter l'ensemble des ATS du Québec, spécialistes du produit avec une approche multirégionale, afin que chacune d'entre elle puisse se concentrer sur le développement de son offre, la professionnalisation de son secteur, la mise en marché et bien évidemment, la qualité des produits touristiques qu'elles offrent.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Annexe 1 : liste des membres de l'AQIT

<sup>2</sup> Annexe 2 : liste des membres d'ATR Associées du Québec

<sup>3</sup> Annexe 3 : liste des membres d'ATS Québec

## Le tourisme au Québec en quelques chiffres

Outre sa position de troisième produit d'exportation du Québec<sup>4</sup>, le tourisme c'est :

- 345 000 emplois directs et reliés (8,7 % de l'emploi québécois)<sup>5</sup>;
- 32 000 entreprises, dont une majorité de PME, réparties sur l'ensemble du territoire<sup>6</sup>;
- 12,4 milliards de dollars de recettes<sup>7</sup>;
- 2,45 milliards de dollars en retombées fiscales et parafiscales québécoises<sup>8</sup>;
- 1 sur 5, un excellent retour sur investissement. Chaque dollar d'argent public investi en tourisme en génère vingt dont cinq qui retournent directement dans les coffres de l'état (fiscal/parafiscal), notamment pour financer des services à la population<sup>9</sup>.

## Essor touristique mondial et compétitivité

Avec une croissance des arrivées internationales avoisinant 5 % au cours des deux dernières années, et des perspectives à long terme entre 3 % et 4 % annuellement jusqu'en 2030<sup>10</sup>, le tourisme mondial a le vent dans les voiles.

Les voyageurs étrangers, surtout lorsqu'ils parcourent de longues distances pour arriver à destination, restent plus longtemps et, en règle générale, dépensent substantiellement plus : en excluant les Américains, on évalue les dépenses moyennes à 1459 \$ par séjour pour un voyageur en provenance d'un des marchés cibles du Canada contre moins de 300 \$ pour un voyageur canadien<sup>11</sup>.

Les voyageurs étrangers injectant de l'argent neuf dans l'économie d'une destination, de nombreux pays se saisissent de ces possibilités d'affaires et investissent massivement dans leur produit touristique, l'accès à celui-ci ainsi que la mise en marché de leur destination.

Le Québec affiche une balance touristique négative qui dépasse les trois milliards de dollars (-4,5 G\$ en 2012)<sup>12</sup>. Renverser cette tendance est au cœur du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 à l'intérieur duquel, une stratégie concertée pour le produit hivernal a été développée. Un produit touristique à fort potentiel international dont la motoneige fait figure de produit porteur.

## La pratique de la motoneige au Québec en quelques chiffres

En plus d'être un fleuron de notre patrimoine, la motoneige c'est :

---

<sup>4</sup> Institut de la statistique du Québec, Économie et finances – Tourisme [2012], site officiel [en ligne], consulté le 13 novembre 2015.

<sup>5</sup> Ibid, consulté le 13 novembre 2015.

<sup>6</sup> Tourisme Québec, Tourisme en chiffres [2015], site officiel [en ligne], consulté le 13 novembre 2015.

<sup>7</sup> Tourisme Québec, Les plus récentes données sur le tourisme au Québec [2013], site officiel [en ligne] consulté le 13 novembre 2015.

<sup>8</sup> Tourisme Québec, Tourisme en chiffres [2015], Op. Cit.

<sup>9</sup> Tourisme Québec, Faire des choix pour une industrie touristique performante [2011], site officiel [en ligne], consulté le 13 novembre 2015.

<sup>10</sup> Organisation mondiale du tourisme, Faits et chiffres du tourisme, Site officiel [en ligne] consulté le 13 novembre 2015.

<sup>11</sup> Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, Défis du tourisme canadien et occasion à saisir [2012], Site officiel [en ligne], consulté le 13 novembre 2015.

<sup>12</sup> Tourisme Québec, Plan d'action 2016-2020, Site officiel [en ligne], consulté le 20 novembre 2015.

- 1 des 4 produits prioritaires de la stratégie touristique hivernale de Tourisme Québec;<sup>13</sup>
- 2 milliards de dollars en retombées économiques annuelles pour le Québec;<sup>14</sup>
- 940 millions de dollars en retombées directes des dépenses des motoneigistes lors d’excursions et de voyages;<sup>15</sup>
- 250 millions de dollars en retombées fiscales provinciales et fédérales;<sup>16</sup>
- 30 000 touristes en provenance de l’extérieur du Québec;<sup>17</sup>
- 20 tour-opérateurs et 90 locateurs qui reçoivent des clientèles internationales;<sup>18</sup>
- 15 régions touristiques concernées par l’activité économique générée par la motoneige;<sup>19</sup>
- 14 400 emplois, dont certaines régions éloignées dépendent.

## **L’hiver, une offre de calibre international au fort potentiel de développement touristique**

Selon la stratégie de mise en valeur du tourisme hivernale de Tourisme Québec<sup>20</sup> :

- les produits hivernaux du Canada ont une bonne notoriété et occupent la première place quant à leur positionnement concurrentiel;
- l’intérêt pour le produit hivernal est plus accentué chez les touristes en provenance des pays émergents. Les voyageurs étrangers restent plus longtemps et, en règle générale, dépensent substantiellement plus;
- l’enquête sur les préférences en matière de voyages réalisée par Statistique Canada permet de préciser les activités hivernales qui agissent comme principal déclencheur d’un voyage. C’est le cas, notamment, des excursions de motoneige d’une nuit ou plus.

On remarque un engouement soutenu pour la pratique de la motoneige. Les enquêtes effectuées par Tourisme Québec en 2013 dans le cadre des travaux d’élaboration de la stratégie, permettent également ces constats :

- près de la moitié des Québécois ont privilégié le Québec à l’occasion de leurs récents voyages effectués en hiver (1<sup>er</sup> rang de leurs destinations hivernales). Bien qu’ils aient tendance à s’exiler pendant cette saison, notamment vers des destinations soleil, les Québécois apprécient les activités hivernales de plein air, ce qui a un effet de rétention et agit comme facteur positif dans l’atteinte d’un équilibre de notre balance touristique.

<sup>13</sup> Tourisme Québec, État des Lieux, Tourisme hivernal 2014-2020 [2013], site officiel[en ligne] consulté le 13 novembre 2015.

<sup>14</sup> Fédération des clubs de motoneigistes du Québec, Impact économique de la motoneige au Québec, Septembre 2012.

<sup>15</sup> Tourisme Québec, Op. Cit.

<sup>16</sup> Fédération des clubs de motoneigistes du Québec, Op. Cit.

<sup>17</sup> Tourisme Québec, Op. Cit.

<sup>18</sup> Fédération des clubs de motoneigistes du Québec, Op. Cit.

<sup>19</sup> ATR associées du Québec

<sup>20</sup> Tourisme Québec, Op. Cit.

- les Ontariens et les Britanniques voyagent davantage en hiver;
- 30 % des Américains affirment avoir visité des destinations de sports d'hiver de l'Amérique du Nord au cours de leurs récents voyages d'agrément en hiver;
- 30 % des Ontariens affirment avoir visité des destinations de sports d'hiver de l'Amérique du Nord au cours de leurs plus récents voyages;
- Pour les Français et les Britanniques, les destinations de sports d'hiver de l'Amérique du Nord arrivent respectivement au 3<sup>e</sup> et au 4<sup>e</sup> rang des voyages d'agrément effectués en hiver (13 %);

## **La motoneige, un produit touristique prioritaire**

En plus d'être très attractive auprès des clientèles internationales, la pratique de la motoneige s'inscrit dans notre patrimoine, notre ADN.

- Elle contribue à la vitalité des régions. Plusieurs petits commerces (dépanneur, poste d'essence, quincaillerie) vivent de cette activité, ce qui leur permet d'être en opération à l'année et ainsi maintenir des emplois et des services de proximité pour les résidents permanents.
- La motoneige fait figure de produit porteur. Le secteur a entraîné le développement de produits complémentaires de grand intérêt mais qui ne pourraient survivre seuls. On pense notamment à la pêche blanche, au traineau à chiens et à la raquette.
- Elle est garante d'expériences uniques et authentiques. On le voit dans toutes les sphères de l'industrie touristique, les consommateurs cherchent à vivre des moments singuliers et créer des souvenirs forts. La pratique de la motoneige au Québec repose notamment sur un réseau de 5 000 bénévoles, qui insufflent une couleur locale à leur secteur d'activité.

Activement mise en marché, la motoneige est une tête d'affiche de notre destination touristique.

Pour attirer les visiteurs, prolonger leur séjour et ainsi maximiser la portée de leurs achats dans les restaurants, auberges et commerces des municipalités du Québec, notre destination doit présenter une offre hivernale variée, composée d'activités complémentaires, dont plusieurs viennent se greffer à la pratique bien établie de la motoneige.

- Le Québec est reconnu pour son réseau de 32 000 kilomètres de sentiers interreliés, le plus développé au pays. Une atteinte à celui-ci, viendrait le fragmenter et ferait perdre à la destination un avantage concurrentiel qui joue en notre faveur face à la forte compétition de proximité que représentent l'Ontario et l'État du Maine.
- Le produit motoneige est établi et largement commercialisé à l'international par le réseau des agences réceptives québécoises.
- Par ailleurs, le secteur fait figure d'exemple en matière de concertation : il bénéficie de partenariats structurés et établis entre les régions touristiques québécoises.

## La motoneige d'aujourd'hui, un virage vert

Une étude déposée en juin 2015 par l'Université McGill met en lumière le virage vert effectué par l'industrie de la motoneige<sup>21</sup>.

L'université a mené une campagne expérimentale visant à comparer un des modèles de motoneige les plus vendus en 2014-2015 et l'autre en 2003, année choisie en lien avec le jugement Langlois qui a mené à la mise en place de l'article 87.1 de la Loi sur les véhicules hors route.

- ✓ **RÉDUCTION DU BRUIT** : les résultats des tests objectifs comme subjectifs ont démontré que la motoneige 2015 émet nettement moins de bruit dans tous les scénarios mesurés.
- ✓ **RÉDUCTION DES ÉMISSIONS POLLUANTES** : la motoneige 2015 a enregistré des niveaux totaux d'émissions moindres en sentier que la motoneige 2003.
- ✓ **RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION** : la motoneige de 2015 a affiché une réduction dans la consommation de carburant de plus de 50 % comparativement à celle de 2003.

Ainsi, en plus d'être significativement moins bruyante, la combinaison des émissions en sentier et de la consommation de carburant par kilomètre parcouru fait en sorte que la motoneige 2015 performe mieux que la 2003 en émissions totales.

La motoneige d'aujourd'hui répond nettement mieux aux préoccupations environnementales des clientèles et au maintien de relations de bon voisinage.

## L'industrie touristique en faveur d'une solution gagnant-gagnant

Il importe de noter que la pratique de la motoneige est une activité officielle, autorisée par le législateur par la Loi sur les véhicules hors route. L'industrie touristique, comme son secteur motoneige, prône il va sans dire une pratique sécuritaire et respectueuse, en accord avec les normes autorisées. Nous sommes d'avis que pratiquée selon ces normes, la motoneige ne doit pas être sanctionnée pour des conséquences inhérentes qui pourraient en découler.

Parallèlement, il faut souligner qu'à l'instar de l'industrie touristique, le secteur de la motoneige s'inscrit résolument dans un souci d'impact positif. Les efforts consentis aux améliorations technologiques réduisant la consommation, le bruit et les émissions des véhicules en sont des exemples probants.

L'Association québécoise de l'industrie touristique, ATR associées du Québec et ATS Québec, à titre de représentants provinciaux de l'industrie touristique, suggèrent une solution législative qui :

- tient compte de l'importance du secteur de la motoneige dans le développement de l'industrie touristique québécoise et de l'atteinte de son plein potentiel générateur d'emplois et de richesse pour l'ensemble de la province;
- considère les efforts d'amélioration du secteur au regard des potentiels inconvénients de voisinage inhérents à la pratique de la motoneige;

---

<sup>21</sup> Université McGill, Étude comparative de motoneiges, Juin 2015



- reconnaît l'importance d'un équilibre entre les droits de tous les partis;
- offre une cohérence entre l'autorisation existante de pratiquer l'activité et l'imposition de sanctions pour des inconvénients potentiels qui pourraient en découler.

Les regroupements provinciaux de l'industrie touristique sont conscients du déséquilibre de droit causé par l'application dans sa forme actuelle de l'article 87.1 de la Loi sur les véhicules hors route. Nous sommes d'avis qu'un individu devrait avoir accès à un recours judiciaire dans la mesure où ce qui lui cause préjudice est une infraction à la Loi sur les véhicules hors route et non une conséquence inhérente à la pratique de la motoneige. Ainsi, la quiétude d'un riverain n'aurait pas préséance sur le développement du secteur de la motoneige si celui-ci s'effectue dans le respect de l'usage légal et du bon voisinage : il deviendrait toutefois en cause s'il y avait manquement aux lois en vigueur.

Toutefois, une levée du moratoire en vigueur donnerait libre cours à l'application du principe de responsabilité sans faute, une approche inacceptable pour l'industrie.

Nous sommes d'avis qu'en l'absence de balises, on ne ferait pas moins qu'annoncer le déclin, voire la fin, d'un secteur capital de notre industrie qui est, nous le rappelons, un moteur de développement économique régional d'une importance vitale dans la province. En effet, la motoneige est un produit porteur auprès des clientèles internationales que le Québec a pour mandat d'attirer en plus grand nombre. La motoneige est un secteur identifié et priorisé pour l'atteinte de nos cibles de croissance et de développement touristique.

Nous nous opposons donc à l'application du régime de la responsabilité sans faute pour les troubles de voisinage, ce qui reviendrait à remplacer un déséquilibre de droit par un autre. À l'instar de la Fédération des clubs de motoneigistes du Québec, nous recommandons donc une solution législative qui, tout en assurant une protection aux bénévoles et aux propriétaires fonciers, pourrait se traduire ainsi :

- La responsabilité d'un club d'utilisateurs pour les inconvénients de voisinage ou tout autre préjudice lié aux bruits, aux odeurs et autres inconvénients ne sera engagée que si ceux-ci sont causés par une faute de sa part.
- D'autre part, nous croyons que le législateur devrait profiter du présent contexte pour déclarer que les conséquences sur le voisinage qui découlent de façon inhérente de la pratique du véhicule hors route législativement autorisée, ne peuvent donner ouverture à quelque recours que ce soit. La récente étude de l'université McGill mentionnée précédemment établit clairement que l'industrie évolue avec un grand souci du respect des populations aux abords de ses sentiers.
- Nous suggérons au législateur d'affirmer clairement, considérant qu'il autorise une certaine façon de pratiquer l'activité, qu'il autorise, par le fait même, ses conséquences inhérentes. Nous sommes d'avis qu'un article déclaratoire en ce sens pourrait servir de protection adéquate dans l'éventualité de poursuites basées sur les inconvénients de voisinage tout en protégeant la population face à de potentiels abus.

## **Conclusion**

L'adoption puis la reconduction subséquente de l'article 87.1 de la Loi sur les véhicules hors route avaient pour objectif fondamental d'assurer la survie de la pratique du quad et de la motoneige au Québec. Ce, à la suite de jugements ayant intégré la notion de responsabilité sans faute dans notre système de droit civil, auquel elle n'était préalablement pas associée.

À l'instar du secteur de la motoneige, nous sommes d'avis que le retrait dudit article peut, encore aujourd'hui, porter atteinte à la pérennité du secteur d'activité, maillon fort de l'industrie touristique québécoise dans son volet hivernal.

Présente dans une quinzaine de régions, la pratique de la motoneige offre des retombées annuelles de deux milliards de dollars et dispose d'une mise en marché coordonnée sur des marchés cibles, et ce, parfois plusieurs années avant la consommation touristique. Par ailleurs, il repose notamment sur l'engagement de nombreux bénévoles et de propriétaires fonciers qui mettent gracieusement leurs terres à disposition des clubs de motoneigistes. Le secteur demeure ainsi vulnérable à la démobilisation de ceux-ci dans l'éventualité d'une hausse de poursuites judiciaires auxquelles il pourrait faire face avec le retrait tous azimuts de l'article 87.1. Rappelons que le modèle d'affaires de ce secteur de l'industrie touristique repose sur cet engagement. Ainsi, l'article est donc considéré comme une protection adéquate pour assurer la pérennité de la pratique de la motoneige.

Nous sommes convaincus que cette proposition de l'industrie touristique permet d'atteindre un équilibre entre les droits des membres du secteur de la motoneige et de ceux ou celles qui pourraient s'opposer à la pratique de cette activité.

## Liste des membres de l'AQIT

### Membres corporatifs

Aéroports de Montréal  
Air Canada  
Camping Orléans  
Complexe Capital Hélicoptère –  
GoHelico  
Croisières AML  
Delta Sherbrooke Hôtel et  
Centre de congrès  
Domaine Château-Bromont  
Espace pour la vie  
Fairmont Le Reine Elizabeth  
Fonds de solidarité FTQ  
Global Tourisme  
Groupe Germain Hospitalité  
Groupe Juste pour rire  
Groupe Le Massif Inc.  
Groupe Riôtel Hospitalité inc.  
Hilton Québec  
Hôtel Chicoutimi  
Hôtel Château Laurier Québec  
Hôtel Mortagne  
Hôtels Atlific  
Huttopia Canada  
InterContinental Montréal  
Le Bonne Entente  
Mont Saint Sauveur  
International  
Mont Saint-Anne/Stoneham  
(Resorts of the Canadian  
Rockies)  
Mont Sutton  
Palais des congrès de Gatineau  
Parc Six Flags Montréal - La  
Ronde  
Port de Montréal  
Port de Québec  
Resort One

Sépaq  
Ski Bromont  
Société du Palais des congrès de  
Montréal  
Station Mont Tremblant  
Transat A.T. Inc.  
Village historique de Val-  
Jalbert  
Zoo de Granby

### Membres associatifs

ARF-Québec (Association des  
Agences réceptives et  
Forfaitistes du Québec)  
Association des Croisières du  
St-Laurent  
Association des professionnels  
de congrès du Québec  
Association des stations de skis  
du Québec  
Association des terrains de golf  
du Québec  
Association Hôtellerie Québec  
Association Maritime du  
Québec  
Association québécoise des spas  
ATR Associées du Québec  
ATS Québec  
Aventure-Écotourisme Québec  
Camping Québec  
Conseil québécois des  
ressources humaines en  
tourisme  
Fédération des clubs de  
motoneigistes du Québec  
Fédération des pourvoiries du  
Québec

Fédération des transporteurs par  
autobus  
Festivals et Événements Québec  
Hôtellerie Champêtre  
Kéroul – Tourisme et culture  
pour personnes à capacité  
réduite  
Office du tourisme de Québec  
Regroupement des événements  
majeurs internationaux (RÉMI)  
Société des attractions  
touristiques du Québec  
Société des musées québécois  
Société du Réseau  
ÉCONOMUSÉE®  
Tourisme autochtone Québec  
Tourisme Centre-du-Québec  
Tourisme Montréal

### Membres Affiliés

AHGM  
AHRQ  
Banque de développement du  
Canada  
Corporation de l'industrie  
touristique du Québec – CITQ  
Lemay + DAA  
Institut de tourisme et  
d'hôtellerie du Qc - ITHQ  
Ipsos  
Laval Technopole  
Promotion Saguenay  
TourismExpress  
Toutazimut communications  
stratégiques  
Vecteur 5

### Liste des membres d'ATR associées du Québec

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| Tourisme Abitibi-Témiscamingue   | <a href="http://www.tourisme-abitibi-temiscamingue.org">www.tourisme-abitibi-temiscamingue.org</a> |
| Tourisme Baie-James              | <a href="http://www.tourismebaiejames.com">www.tourismebaiejames.com</a>                           |
| Tourisme Bas-Saint-Laurent       | <a href="http://www.bassaintlaurent.ca">www.bassaintlaurent.ca</a>                                 |
| Tourisme Cantons-de-l'Est        | <a href="http://www.cantonsdelest.com">www.cantonsdelest.com</a>                                   |
| Tourisme Centre-du-Québec        | <a href="http://www.tourismecentreduquebec.com">www.tourismecentreduquebec.com</a>                 |
| Tourisme Charlevoix              | <a href="http://www.tourisme-charlevoix.com">www.tourisme-charlevoix.com</a>                       |
| Tourisme Chaudière-Appalaches    | <a href="http://www.chaudiereappalaches.com">www.chaudiereappalaches.com</a>                       |
| Tourisme Côte-Nord – Duplessis   | <a href="http://www.tourismecote-nord.com">www.tourismecote-nord.com</a>                           |
| Tourisme Eeyou Istchee           | <a href="http://www.creetourism.ca">www.creetourism.ca</a>   |
| Tourisme Gaspésie                | <a href="http://www.tourisme-gaspesie.com">www.tourisme-gaspesie.com</a>                           |
| Tourisme îles-de-la-Madeleine    | <a href="http://www.tourismeilesdelamadeleine.com">www.tourismeilesdelamadeleine.com</a>           |
| Tourisme Lanaudière              | <a href="http://www.lanaudiere.ca">www.lanaudiere.ca</a>   |
| Tourisme Laurentides             | <a href="http://www.laurentides.com">www.laurentides.com</a>                                       |
| Tourisme Laval                   | <a href="http://www.tourismelaval.com">www.tourismelaval.com</a>                                   |
| Tourisme Côte-Nord – Manicouagan | <a href="http://www.tourismecote-nord.com">www.tourismecote-nord.com</a>                           |
| Tourisme Mauricie                | <a href="http://www.tourismemauricie.com">www.tourismemauricie.com</a>                             |
| Tourisme Montérégie              | <a href="http://www.tourisme-monteregie.qc.ca">www.tourisme-monteregie.qc.ca</a>                   |
| Tourisme Montréal                | <a href="http://www.tourisme-montreal.org">www.tourisme-montreal.org</a>                           |
| Tourisme Outaouais               | <a href="http://www.tourismeoutaouais.com">www.tourismeoutaouais.com</a>                           |
| Office du tourisme de Québec     | <a href="http://www.quebecregion.com">www.quebecregion.com</a>                                     |
| Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean | <a href="http://www.saguenaylacsaintjean.ca">www.saguenaylacsaintjean.ca</a>                       |

NOTE : Au total, le réseau des ATR représente plus de 9 650 entreprises et organisations touristiques sur l'ensemble du territoire québécois.

### Liste des membres d'ATS Québec

|   |  |
|---|--|
| Agences réceptives et forfaitistes du Québec                                    | <a href="http://www.arfquebec.com">www.arfquebec.com</a>                                       |
| Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand                           | <a href="http://www.terroiretsaveurs.com">www.terroiretsaveurs.com</a>                         |
| Association des professionnels de congrès du Québec                             | <a href="http://www.congres.com">www.congres.com</a>   |
| Association des stations de ski du Québec                                       | <a href="http://www.assq.qc.ca">www.assq.qc.ca</a>   |
| Association des terrains de golf du Québec                                      | <a href="http://www.atgq.com">www.atgq.com</a>   |
| Association Hôtellerie Québec   | <a href="http://www.hotelleriequebec.com">www.hotelleriequebec.com</a>                         |
| Association maritime du Québec  | <a href="http://www.nautismequebec.com">www.nautismequebec.com</a>                             |
| Association québécoises des spas  | <a href="http://www.associationquebecoisedesspas.com">www.associationquebecoisedesspas.com</a> |
| Aventure-Écotourisme Québec   | <a href="http://www.aventure-ecotourisme.qc.ca">www.aventure-ecotourisme.qc.ca</a>             |
| Camping Québec  | <a href="http://www.campingquebec.com">www.campingquebec.com</a>                               |
| Croisières du Saint-Laurent   | <a href="http://www.croisieresaintlaurent.com">www.croisieresaintlaurent.com</a>               |
| Fédération des clubs de motoneigistes du Québec                                 | <a href="http://www.fcmq.qc.ca">www.fcmq.qc.ca</a>   |
| Fédération des pourvoiries du Québec  | <a href="http://www.fpq.com">www.fpq.com</a>   |
| Fédération des transporteurs par autobus  | <a href="http://www.federationautobus.com">www.federationautobus.com</a>                       |
| Hôtellerie Champêtre  | <a href="http://www.hotelleriechampetre.com">www.hotelleriechampetre.com</a>                   |
| Société des attractions touristiques du Québec - Festivals et Événements Québec | <a href="http://www.satqfeq.com">www.satqfeq.com</a>   |
| Société des musées du Québec  | <a href="http://www.smq.qc.ca">www.smq.qc.ca</a>   |
| Société du réseau ÉCONOMUSÉE  | <a href="http://www.economusees.com">www.economusees.com</a>                                   |
| Tourisme autochtone Québec  | <a href="http://www.tourismeautochtone.com">www.tourismeautochtone.com</a>                     |