



2<sup>E</sup>  
SOMMET DU  
**MYCO**  
TOURISME

Bilan Synthèse du  
2<sup>e</sup> Sommet du mycotourisme  
au Québec

Événement tenu les 15 et 16 février 2023  
MRC de Kamouraska

Comité organisateur .....	3
Partenaires.....	4
1 Mise en contexte .....	5
1.1. Historique .....	5
1.2. Objectif de l'événement .....	5
1.3. Développement de l'image visuelle .....	5
1.4. Programme du Sommet .....	6
1.5. Un événement écoresponsable .....	8
1.6. Communication et diffusion.....	8
2 Résultat du sondage sur le mycotourisme .....	9
3 Résultats de l'atelier d'échange sur les enjeux du secteur .....	12
3.1 Compilation des réponses des entrepreneurs .....	12
3.2 Compilation des réponses des intervenants des organismes de soutien.....	15
3.3 Compilation des réponses des chercheurs / enseignants.....	17
4 Résultats du sondage d'appréciation.....	18
5 Liste des participants.....	23

## Comité organisateur



Emmanuel Beaugard, Coordonnateur de projets  
Conseil de développement bioalimentaire de  
Lanaudière  
ebeaugard@cdbl.ca

Luc Godin, Propriétaire  
Champignon Boréal  
luc\_godin@uqac.ca

Myriam Lambany, enseignante  
Cégep de La Pocatière  
mlambany@cegeplapocatiere.qc.ca

Patrick Lupien, coordonnateur de la filière  
mycologique de la Mauricie  
Filière mycologique de la Mauricie  
patrick.lupien@mycomauricie.com

Sam Chaib Draa, Coordonnateur  
Association pour la commercialisation des produits  
forestiers non-ligneux (ACPFNL)  
samcd@acpfnl.ca

Isabelle Chouinard, conseillère en développement  
économique  
SADC du Kamouraska  
ichouinard@sadckamouraska.com

Maxim Tardif, co-directeur innovation et transfert de  
technologie - Agroforesterie et PFNL  
Biopterre  
maxim.tardif@biopterre.com

Pascale G. Malenfant, Conseillère en développement  
mycologique et innovation  
MRC de Kamouraska (MRC hôtesse)  
pgmalenfant@mrckamouraska.com

Pierre Fraser, Directeur marketing  
Tourisme Bas-Saint-Laurent  
pierrefraser@bassaintlaurent.ca

Yvonne Tremblay, directrice générale  
Tourisme Kamouraska  
tourismekamouraska@gmail.com

## Partenaires

### PARTENAIRES CHANTERELLE D'OR 2 500 \$ ET PLUS



### PARTENAIRES CHANTERELLE D'ARGENT 1 000 \$



### PARTENAIRES CHANTERELLE DE BRONZE 500 \$



# 1 Mise en contexte

## 1.1. Historique

Lorsqu'une industrie se développe, il est tout naturel que les entreprises et intervenants qui la constituent ressentent le besoin de se regrouper pour hausser le niveau de réseautage, discuter des enjeux et échanger de bonnes pratiques. Le Premier Sommet du mycotourisme au Québec eu lieu en février 2019 à Trois-Rivières. L'événement fut le résultat de la collaboration entre plusieurs organisations du Québec : la Filière mycologique de la Mauricie, qui en avait assuré le leadership, Promotion Kamouraska, BioTerra, Adapterre, l'UQTR et l'ACPFNL. Plus de 90 participants dont 68 organisations provenant de 13 régions du Québec avaient assisté à ce premier Sommet. Un document synthèse de ce premier Sommet est toujours disponible.

Promotion Kamouraska avait alors levé la main pour être l'hôte du 2<sup>e</sup> Sommet du mycotourisme au Québec. C'est pourquoi, quelques années plus tard, un nouveau comité organisateur s'est mis en place, constitué d'un comité exécutif local (organisations du Kamouraska) et d'un comité aviseur provincial.

Le 2<sup>e</sup> Sommet du mycotourisme au Québec s'est ainsi tenu les 14 et 16 février 2023 au Kamouraska. Au final, exactement 105 participants, 42 entreprises, 3 ministères étaient présents provenant de 14 régions du Québec. Les résultats du sondage d'appréciation nous ont appris notamment que l'événement était considéré de haute pertinence pour le développement du secteur et qu'un 3<sup>e</sup> Sommet était attendu.

## 1.2. Objectif de l'événement

Le 2<sup>e</sup> Sommet du mycotourisme au Québec, c'était le rendez-vous d'une industrie en plein essor. Sous le thème «Un secteur qui se démarque en tourisme durable! », le Sommet c'est aussi l'occasion de réseauter, d'échanger sur les enjeux communs du secteur, d'assister à des conférences et des ateliers. L'événement avait pour objectifs de:

1. Démontrer l'évolution du secteur mycotouristique québécois en mettant en lumière les initiatives récentes et les enjeux;
2. Contribuer à la consolidation et à la reconnaissance du secteur, notamment par les ministères;
3. Hausser la concertation et le réseautage des acteurs de l'industrie;
4. Positionner le mycotourisme dans l'industrie touristique (tourisme durable/rural) et l'espace culturel, politique et socio-économique;
5. Agir sur le sentiment de fierté et l'appropriation par les communautés, les citoyens.

## 1.3. Développement de l'image visuelle

Le comité organisateur a travaillé au développement d'une image visuelle pour le Sommet du mycotourisme qui pourra être conservée et utilisée par la prochaine équipe d'organisateur s'ils le souhaitent.



#### 1.4. Programme du Sommet



##### 8 H 30 - ACCUEIL DU SOMMET DU MYCOTOURISME

Nous vous attendons au local R-529 au Cégep de La Pocatière situé au 140 4e Avenue Painchaud, La Pocatière.

Comme le stationnement est un enjeu, nous vous invitons à consulter les informations à ce sujet ci-dessous.



##### 9 H - MOTS D'OUVERTURE DU SOMMET

Quelques intervenants prendront la parole pour ouvrir officiellement le 2e Sommet du mycotourisme au Québec.

- M. Sylvain Roy, préfet élu de la MRC de Kamouraska
- M. Patrick Lupien, coordonnateur de la Filière mycologique de la Mauricie
- M. Sam Chaib Draa, coordonnateur de l'Association pour la commercialisation des produits forestiers non ligneux du Québec
- Mme Pascale G. Malenfant, conseillère en développement mycologique et innovation à la MRC de Kamouraska



##### 9 H 30 - CONFÉRENCE : MYCOTOURISME ET TOURISME DURABLE

Le mycotourisme, est un secteur à fort potentiel de durabilité.

Plus d'informations à venir à propos de cette conférence.



##### 10 H - CONFÉRENCE : LA PROFESSIONNALISATION DU SECTEUR

M. Patrick Lupien, coordonnateur de la Filière mycologique de la Mauricie

Le mycotourisme étant en plein essor au Québec, il est d'une haute importance de se préoccuper des enjeux de professionnalisation du secteur pour contrôler les risques et faire du Québec une destination internationale.

##### 10 H 30 - PAUSE

## PANEL

##### 10 H 50 - PANEL DES ENTREPRISES : FOCUS SUR LE MYCOTOURISME

Ce premier panel met en lumière différentes entreprises qui offrent des activités mycotouristiques. Qu'elles oeuvrent dans le domaine depuis les années 90, ou depuis quelques années seulement, elles seront là pour partager leurs expériences.





### 11 H 50 - COURTE PRÉSENTATION SUR UN PROJET À VENIR

Messieurs Laurent Renard et Laurent Cloutier, département des Sciences de la gestion, UQAM

Le 1er Sommet du mycotourisme a permis de faire ressortir beaucoup d'informations qualitatives des participants grâce aux ateliers qui avaient été réalisés. Puisqu'ils s'intéressent à la filière mycologique québécoise, les deux chercheurs proposent une méthodologie pour analyser ces données et les rendre plus utiles !



### 12 H 05 - DÎNER

La plage horaire du dîner est plutôt longue pour vous laisser le temps de discuter et vous dégourdir.

Le Musée québécois de l'Agriculture et l'Alimentation, situé à quelques pas seulement du Cégep, vous invite à visiter l'**exposition Mycélium** pendant l'heure du dîner.



### 13 H 30 - CONFÉRENCE : LES MOTIVATIONS DES MYCOTOURISTES ET LA DEMANDE DE PRODUITS MYCOTOURISTIQUES EN MILIEU RURAL

Me. Joaquim Latorre, Institut Mycologique Européen

Cet expert en mycotourisme s'adressera à nous à partir de l'Espagne. Les différentes motivations des mycotouristes sont des informations dont on peut tirer parti pour développer des produits mycotouristiques.



### 14 H 00 - ATELIER

Plus d'informations à venir sur cet atelier

### 15 H - PAUSE

## PANEL

### 15 H 20 - PANEL DES ENTREPRISES : FOCUS SUR LES EXPÉRIENCES GOURMANDES

La gastronomie mycologique est un volet très important du mycotourisme. Ce deuxième panel mettra en lumière différentes entreprises qui offrent des expériences gourmandes mettant en valeur le champignon.





#### 16 H 05 - LES FAITS SAILLANTS DU SOMMET

M. François De Granpré, UQTR

Retour sur les faits saillants de la journée avec un expert en tourisme.



#### 16 H 25 - LE MOT DE LA FIN

Mme Pascale G. Malenfant, conseillère en développement mycologique et innovation à la MRC de Kamouraska

### 1.5. Un événement écoresponsable

Les organisateurs du 2<sup>e</sup> Sommet du mycotourisme ont mis en place plusieurs actions afin de réduire autant que possible l'empreinte environnementale de l'événement.

Notons par exemple : une production de déchets réduite et très limitée, une excellente gestion des matières résiduelles (incluant le compostage), la compensation carbone des GES émis par les participants, l'utilisation des bouteilles d'eau réutilisables par les participants, etc.



### 1.6. Communication et diffusion

Plusieurs actions de communication et de promotion ont eu lieu pour faire connaître l'événement et ses résultats. Premièrement, une page Internet a été conçue, hébergée sur le site du Kamouraska Mycologique pour l'occasion ([www.mycokamouraska.com](http://www.mycokamouraska.com)). Une conférence de presse a été réalisée en octobre 2022 pour annoncer la tenue de l'événement, de celle-ci ont découlé quelques entrevues dans des médias écrits et télévisés, mais surtout au Kamouraska. La promotion au niveau provincial pourrait être améliorée dans des médias traditionnels de chaque région représentée par les membres du comité organisateur. Une vaste campagne de promotion sur les réseaux sociaux a été réalisée. En effet, 37 publications réalisées sur les pages Instagram et Facebook du Kamouraska Mycologique ont été relayées à la grandeur de la province à travers les réseaux des organisateurs. Cette stratégie a bien fonctionné. Mentionnons que les membres du comité organisateur ont également procédé à des invitations ciblées au sein de leur réseau.

L'actuel bilan constitue l'une des façons de promouvoir l'événement et ses résultats. Il est également possible de regarder les vidéos des conférences et d'avoir accès à différents documents sur la page de l'événement. Il est prévu que ces informations soient disponibles pendant un an, soit jusqu'en février 2024. Enfin, un carnet du participant et des sacs réutilisables arborant le logo du 2<sup>e</sup> Sommet du mycotourisme au Québec devraient circuler dans la province pendant quelques années.



## 2 Résultat du sondage sur le mycotourisme

Réalisé par M. François de Grandpré, professeur à l'UQTR, ce sondage sur les pratiques et la clientèle mycotouristique du Québec a été répondu par les entreprises présentes lors du premier et du deuxième sommet du mycotourisme. Ce sondage réalisé « sur le vif » comporte quelques approximations car les entreprises ont répondu au meilleur de leurs connaissances sans pouvoir se référer à leurs archives. Malgré tout, les résultats permettent d'illustrer l'évolution du secteur en comparant les réponses obtenues en 2019 et 2023. Il est à noter que quelques questions ont été ajoutées au sondage 2023.



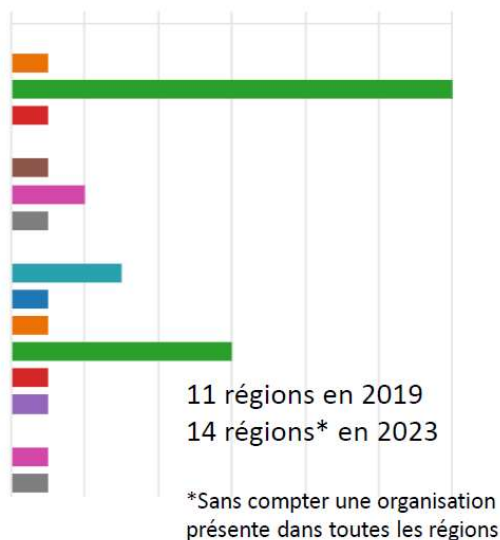
# Portrait actuel (février 2023) et évolution du mycotourisme depuis le 1<sup>er</sup> sommet (février 2019)

François de Grandpré, Ph. D., Pr  
Ugo Piquemal, assistant de recherche



## PROVENANCE DES RÉPONDANTS

	2019		2023	
Abitibi-Témiscamingue	3	5%	0	0%
Baie-James / Eeyou-Istchee	2	4%	1	3%
Bas-St-Laurent	9	16%	12	36%
Cantons-de-l'Est	1	2%	1	3%
Centre-du-Québec	0	0%	0	0%
Charlevoix	0	0%	1	3%
Chaudière-Appalaches	0	0%	2	6%
Gaspésie	1	2%	1	3%
Îles-de-la-Madeleine	0	0%	0	0%
Lanaudière	11	20%	3	9%
Laurentides	3	5%	1	3%
Laval	0	0%	1	3%
Mauricie	20	36%	6	18%
Montérégie	0	0%	1	3%
Montréal	2	4%	1	3%
Outaouais	0	0%	0	0%
Région de Québec	2	4%	1	3%
Saguenay-Lac-Saint-Jean	2	4%	1	3%
Total	56	100%	33	100%
Toutes			1	



## ACHALANDAGE (NB DE VISITEURS)

	2018	2022	2023
1 à 24	3	2	1
25 à 49	4	1	1
50 à 99	9	1	1
100 à 500	7	9	10
Plus de 500	3	8	8
	26	21	21

## PROVENANCE DES VISITEURS (ESTIMATION)

	2018	2022
Municipalité locale	32%	17%
Municipalités environnantes (-40km)	24%	20%
Plus de 40km sans nuitée(s) (exc.)	28%	29%
Séjour avec nuitée(s) (touristes)	16%	30%
	100%	96%

## PROVENANCE DES VISITEURS EN FONCTION DU PAYS/PROVINCE (ESTIMATION)

	2022
Québec	84%
Ailleurs au Canada	6%
États-Unis	2%
Autres	8%
	100%

## COMPOSITION DES GROUPES (ESTIMATION)

	2018	2022
Proportion de femmes	58%	52%
Participants seuls	12%	21%
Deux (amis ou famille)	23%	22%
Deux (couples)	23%	31%
Groupes (3 à 5 personnes)	12%	16%
Groupes (6 à 15 personnes)	19%	6%
Groupes + de 15 (incluant écoliers)	13%	7%

## ÂGE DES MYCOTOURISTES (ESTIMATION)

	2018	2022
Enfants (moins de 12 ans)	11%	7%
Adolescents (13 à 17 ans)	8%	7%
Jeunes adultes (19 à 34 ans)	20%	24%
Adultes (35 à 55 ans)	26%	32%
Proche retraite (56 à 65 ans)	20%	19%
Plus de 65 ans	14%	11%
	99%	100%

## PERCEPTION DU PRODUIT D'APPEL (VISITEUR CENTRÉ ET VPS)

	2022
...principalement pour mycotourisme	51%
...en partie	22%
...pas du tout	29%
VPA	3%

ACTIVITÉS OFFERTES PAR LES PRESTATAIRES

	2018		2022	
Ateliers d'initiation à la cueillette de champignons sur le terrain	20	27%	16	16%
Atelier d'initiation à la cueillette uniquement en salle			5	5%
Formations intermédiaire et avancée (terrain et/ou salle)	5	7%	12	12%
Organisation de conférences	15	20%	8	8%
Ateliers culinaires	16	21%	11	11%
Autres types d'activités gourmandes (repas, restos, marchés, etc.)	4	5%	15	15%
Autocueillette de champignons sauvages	8	11%	8	8%
Autocueillette de champignons cultivés			0	0%
Visite de champignonnière	ND	0%	2	2%
Organisation de festivals, d'évènements ou de concours	5	7%	9	9%
Centre d'interprétation ou d'exposition du champignon	2	3%	3	3%
Animation de sites ou de sentiers	ND	0%	9	9%
Ateliers de photographie des champignons	ND	0%	2	2%
Autre	0	0%	3	3%
	75	100%	103	100%

PRODUITS VENDUS PAR LES PRESTATAIRES



	2018		2022	
Champignons	18	29%	16	28%
Produits transformés intégrant le champignon	13	21%	13	22%
Objets divers	8	13%	11	19%
Autres produits forestiers comestible	17	27%	15	26%
Autres produits	6	10%	3	5%
Total	62	100%	58	100%

ENTREPRISES PARTENAIRES (FORAITS / COLLABORATIONS)

	2018		2022	
Restauration	16	28%	17	25%
Hébergement	8	14%	9	13%
Transport	3	5%	2	3%
Développement/promotion	11	19%	12	24%
Autres attractions touristiques	19	33%	9	18%
Autres entreprises mycotouristiques	0	0%	16	13%
Autre	0	0%	3	4%
Total	57	100%	68	100%
Aucune	2		2	

COUVERTURE D'ASSURANCE

Nous avons une assurance spécifique pour nos activités de mycologie	9	35%
Indirectement par des partenaires ou par l'entremise d'autres couvertures	12	46%
Nous aimerions être assuré mais nous ne le sommes pas pour diverses raisons	2	8%
Nous n'avons pas besoin d'être assurés	3	12%
	26	100%

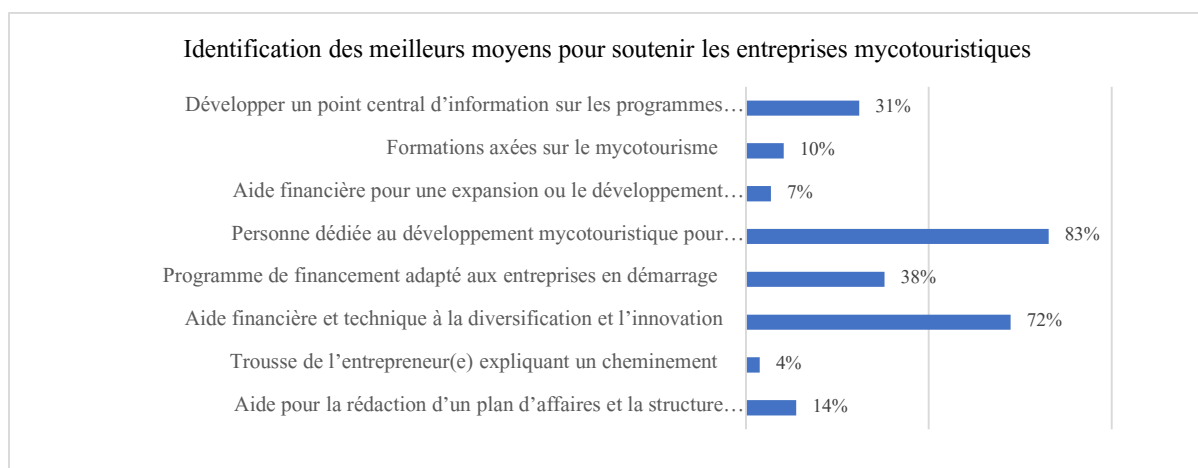
### 3 Résultats de l'atelier d'échange sur les enjeux du secteur

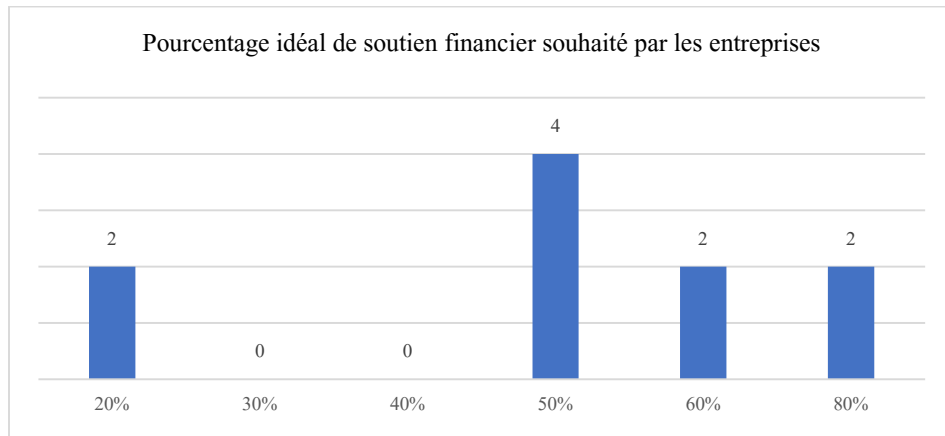
Les participants du sommet ont échangé sur différentes questions lors d'un atelier sur la mise en marché et la promotion du mycotourisme. Pour ce faire, ils étaient séparés par type de participants : les entrepreneurs, les intervenants des organismes de soutien et les chercheurs / enseignants. Sont présentées ici les réponses aux questions par type de participants.

#### 3.1 Compilation des réponses des entrepreneurs

**Les éléments qui permettraient de faire augmenter la reconnaissance des activités mycotouristiques en région ou au niveau local :**

- Reconnaissance des élus
- Promotion / marketing collaboratif
- Livre sur le mycotourisme
- Professionnalisation du métier
- Établir une certification
- Collecte de données / statistiques / retombées / emplois
- Éducation (école/enfant, population, élus, tous les acteurs)
- Certification provinciale reconnue et obligatoire
- Formation accessible dans les territoires
- Formation continue
- Intégrer champignons dans d'autres types de festivité. Ex : festival vin et champignons
- Augmentation de l'éducation par rapport aux champignons
- Soutien financier au démarrage
- La gastronomie (comme concept et comme pratique)
- Cueillette + session de cuisine + banquets
- Qualité des prestations de services
- Tenues d'événements réguliers et spéciaux
- Diversité et originalité de l'offre
- Coordination des diverses initiatives locales sur un plan national (maillage) pour la reconnaissance à l'international
- Compatibilité entre le mycotourisme et les axes de développement régionaux
- Faire vivre l'expérience mycotouristique à nos élus locaux
- Créer des partenariats avec des entreprises de la région





Commentaires :

- Les entreprises souhaitent un soutien supérieur pour les entreprises en démarrage
- Aide pas seulement pour les projets de développement mais aussi de l'aide au fonctionnement
- Pour aider à financer à la fois l'aspect matériel et l'aspect ressources humaines
- Projet de plusieurs années avec obligation de résultats
- Il y a des pays où l'aide financière est accordée sur des horizons de 7 à 10 ans.
- L'état pourrait se montrer plus généreux à cet égard : il s'agit de développement économique à long terme, il y aura souvent de beaux retours sur l'investissement

#### Promotion des activités, où en sommes-nous?

	J'utilise déjà ce moyen de promotion	Je ne l'utilise pas car je ne sais pas comment faire	Je ne l'utilise pas parce que je n'ai pas le temps	Je ne l'utilise pas parce que je pense que ce moyen ne touche pas mon public cible	J'aimerais utiliser ce moyen même si je ne l'utilise pas encore	J'aimerais que quelqu'un s'occupe de la promo pour moi	J'aimerais suivre une/des formation(s)
Facebook	22					2	1
WhatsApp	0	5		12			
Twitter	0		4	13			
Instagram	7	1	5	5			1
Tik Tok	4		3	9			
LinkedIn	0	1	5	11			2
Infolettre	8		6		3		1
Association touristique	15	2			3	1	
Hebdos locaux	5		6	2	3		
Agence privée	1			14			
Google Business	7	1	2	4	3		
Site Internet	7						1
Système de réservation	2						

#### Le profil de notre clientèle, une information essentielle?

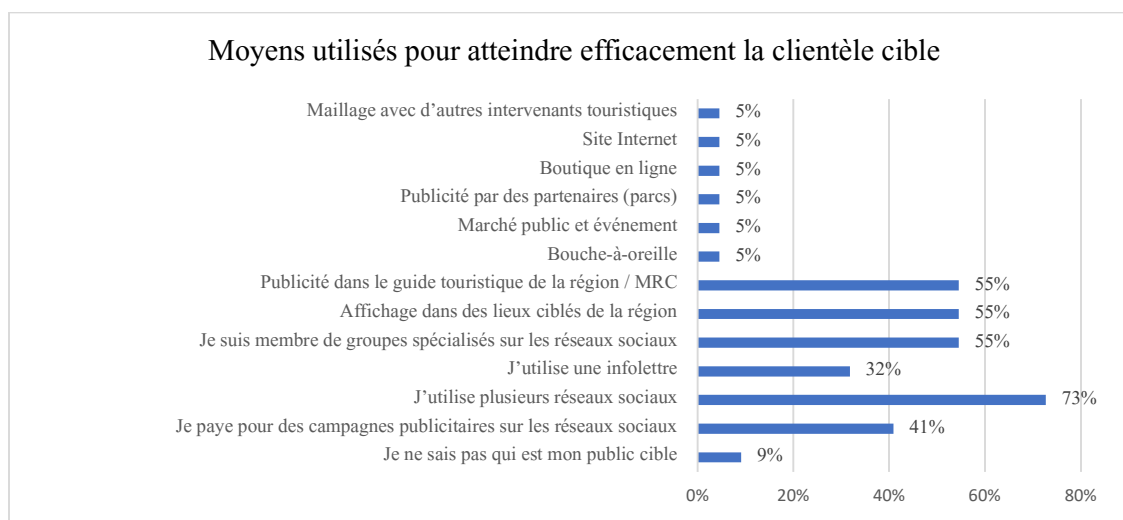
Parmi les entreprises qui offrent des activités mycotouristiques à la table, combien prennent activement des données sur leur clientèle? (*Famille, groupes (amis, professionnels, etc.), provenance, quantité, etc.*) **11**

Parmi les entreprises qui prennent des données sur leur clientèle, combien les compilent, les analysent et les utilisent pour faire des promotions ciblées? **2 (18%)**

## Comment assurer l'accès à un territoire de qualité pour les activités mycotouristiques en forêt ?

Nombre d'entreprises répondantes qui offrent des activités mycotouristiques en forêt: 22

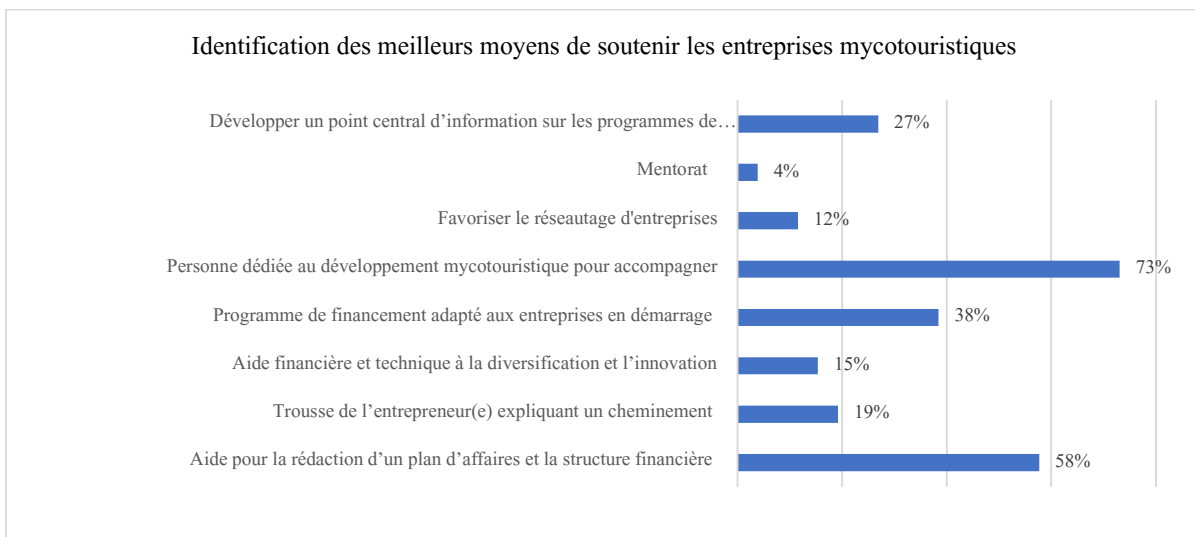
	J'utilise ce type de lieu pour mes sorties en forêt	J'aimerais utiliser ce type de lieu pour mes sorties en forêt	Comment sont les collaborations avec les gestionnaires du lieu			Représentation auprès de ces lieux	
			Facile	Ça dépend, ça accroche un peu.	Difficile	J'aimerais avoir du soutien pour développer la collabo	Je n'ai pas besoin de soutien, je m'en occupe
Lots boisés privés	16/22 (72.7%)	10/22 (45.5%)	15/22 (68%)	2/22 (9%)		5/22 (22.7%)	11/22 (50%)
Parcs régionaux / parcs municipaux	12/22 (59%)	7/22 (31.8%)	13/22 (59%)	3/22 (13.6%)		11/22 (50%)	4/22 (18%)
ZEC	3/22 (13.6%)	12/22 (59%)	1/22 (4.5%)	7/22 (31.8%)	2/22 (9%)	10/22 (45.5%)	
Lots intermunicipaux	8/22 (36.4%)	9/22 (41%)	1/22 (4.5%)	3/22 (13.6%)		4/22 (18%)	9/22 (41%)
Terres publiques	18/22 (81.8 %)	9/22 (41%)	7/22 (31.8%)	10/22 (45.5%)	1/22 (4.5%)	1/22 (4.5%)	10/22 (45.5%)
Auberge et pourvoirie	7/22 (31.8%)	13/22 (59%)	4/22 (18%)	5/22 (22.7%)		2/22 (9%)	10/22 (45.5%)
Site touristique privé	11/22 (50%)	10/22 (45.5%)	5/22 (22.7%)		1/22 (4.5%)	3/22 (13.6%)	12/22 (59%)
SÉPAQ – Réserve faunique		13/22 (59%)	1/22 (4.5%)		8/22 (36.4%)	15/22 (68%)	3/22 (13.6%)
Servitude Hydro-Québec	2/22 (9%)	4/22 (18%)	1/22 (4.5%)	2/22 (9%)		4/22 (18%)	8/22 (36.4%)
Camps de vacances	2/22 (9%)	8/22 (36.4%)	1/22 (4.5%)	4/22 (18%)			8/22 (36.4%)
Autre lieu : Parc Canada	6/22 (27%)						



### 3.2 Compilation des réponses des intervenants des organismes de soutien

Les éléments nécessaires pour reconnaître le sérieux d'une entreprise/initiative en mycotourisme en fonction des choix des intervenants répondants (26 répondants, parfois 29) :

Crucial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation en mycologie / formation continue / accréditation</li> <li>• Modèle d'affaires clair / structure d'organisation / l'organisation / clarté du projet</li> </ul>
Très important	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire partie d'un réseau (expertise/expérience) (AEQ, SRÉ, etc.)</li> <li>• Plan stratégique / plan d'action / plan de développement (incluant les prévisionnels)</li> <li>• Formation en lancement d'entreprise</li> <li>• Image professionnelle (marque) / image de marque</li> <li>• Notoriété / prix / récompense</li> </ul>
Important	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implication personnelle dans le projet</li> <li>• Connaître son domaine d'expertise</li> <li>• Rentabilité / gestion comptable / santé financière</li> </ul>
Considéré	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appui du milieu (collaborations) / implication dans le milieu</li> <li>• Vulgarisation</li> <li>• Expertise dans plusieurs domaines pertinents (mycologie, interprétation, approche client, guidage)</li> <li>• Créativité</li> <li>• Légalité</li> <li>• Sécurité / gestion du risque</li> <li>• L'accueil</li> </ul>



#### **Pourcentage idéal de soutien financier pour les entreprises mycotouristiques :**

- Secteur émergent = développement difficile = beaucoup de risques
- Au démarrage : % plus élevé (50 % à 80 %) mais pas 100 %
- Par projet (innovation ou expansion) 50 % à 60 % ou + selon certains critères comme la durabilité
- Ça dépend du modèle d'affaires : OBNL, Coop, entreprises privées
- 80 % OBNL et 50 % privé
- On veut financer le plus possible mais en conservant une contribution de l'entreprise pour justifier l'engagement (80 % - 90 % de subvention)
- 100 % pour une entreprise en démarrage (*break even* entre 1 et 3 ans)
- Plus soutenu quand il y a plus d'innovation et recherche (résultats partagés)

### **Accès à des territoires forestiers pour la tenue d'activités mycotouristiques :**

43 % des intervenants répondants connaissaient une/des entreprise(s) aux prises avec des difficultés d'accès à des territoires de qualité pour leurs activités en forêt. Voici quelques difficultés rencontrées :

- Beaucoup de terres privées non accessibles non développées
- Perte d'habitat (Coupe à blanc- développement immobilier – réchauffement climatique)
- Cueillette clandestine vs cueillette annoncée
- Accès plus difficile autour des grandes villes
- Conflit d'usage avec la chasse et la gestion forestière (mentionné souvent)

29 % des intervenants répondants ont déjà aidé concrètement des entreprises à trouver ou avoir accès à des territoires de qualité pour leur sorties mycotouristiques. Voici les moyens mis en place pour faciliter l'accès à des territoires pour ces entreprises :

- Mise en relation
- Maillage entre 2 entreprises
- Banque de terre privée disponible
- Faciliter les droits d'accès
- Faire connaître « Forêt ouverte »
- Faire connaître les habitats à fort potentiel mycologique
- Faire connaître le processus d'identification des propriétaires de boisés privés
- Réseaux de lots boisés privés disponibles à la cueillette + entente avec les proprios (\$, ressource, inventaire)

### **Profil de la clientèle mycotouristique :**

Avez-vous réalisé des études sur les clientèles mycotouristiques (touristiques, excursionnistes et locales) ?

- Agrotourisme
- À venir dans Lanaudière
- Non
- Oui, MRC de Kamouraska, Biopterre
- Prise d'informations auprès des clients
- Étude de clientèle spécifique à un événement (festival)
- Intégration de prise de données mycotouristiques dans les bureaux touristiques de la région

**Quels sont les moyens que vous utilisez pour partager ces données ? Quelles sont les stratégies mises en place pour que les données puissent être utilisées par les entreprises de votre région ?**

- Accès en ligne
- Accès privé pour les parties prenantes
- Colloque, congrès
- Les chaires universitaires
- Groupe Facebook
- Sommet du mycotourisme
- Événements mycotouristiques (Festival)
- Centralisation du travail – personne responsable

**Quels sont les services que vous offrez aux entreprises en matière de promotion (réseaux sociaux et autres)?**

- Réseaux sociaux (2)
- Site Internet (2)
- Activités de maillage / réseautage (2)
- Événements mycologiques (marchés publics, Festival, etc.)
- Intégration dans d'autre activités : festival gourmand
- Aide de la SADC pour le site web



- Faire la promotion / aide au placement publicitaire
- Support financier (SADC, MRC, ATR)
- Développer la forfaitisation
- Le bouche à oreille
- Les réseaux sociaux
- Infolettre
- Réseaux = au bénéfice de la filière
- Guide touristique (logo champi pour les entreprises et initiatives mycotouristiques) + page promo sur le mycotourisme
- Affichage régional
- Adhésion à des programme de commercialisation (visibilité numérique, accès à des salons, bourses, campagnes de promotion auprès des consommateurs, relations de presse)
- Contacts avec le réseau de distribution des voyages (grossistes)

**Comment basez-vous vos prix pour l'adhésion à des campagnes de promotion et considérez-vous la situation des entreprises (volume d'affaires) dans l'établissement de ces prix?**

- Payé par l'organisme coordonnateur, pas de coût relié à une campagne (certaines régions pas de campagne spécifique en mycotourisme)
- Gratuit
- Coût de kiosque payé par les entreprises (très abordable)
- Membership ATR ou Tourisme MRC = Même prix pour tous (selon le modèle d'affaires)
- Ciblage de clientèle
- Rapport
- Variable selon le type d'entreprises et la capacité d'accueil
- Région ou campagne / marque régionale = même prix pour tous les types d'adhérents

### 3.3 Compilation des réponses des chercheurs / enseignants

**Les champs de recherche considérés liés au secteur mycotouristique qui permettraient de hausser les connaissances :**

- Économie et tourisme
- Mycorhizes (ex : truffière, pour diriger les touristes dans les bons habitats)
- Irrigation (optimiser la productivité) / mycosylviculture
- Mycomatériaux
- Art mycologique
- Gestion des TI (gouvernance de secteur)
- Caractérisation sensorielle (arôme)
- Marketing des destinations mycotouristiques
- Gestion de la relation de clientèle / Mesure de l'expérience client
- Caractérisation des modèles d'affaires et entrepreneuriat

**Les connaissances manquantes ou des besoins précis qui freinent actuellement le développement du secteur mycotouristique :**

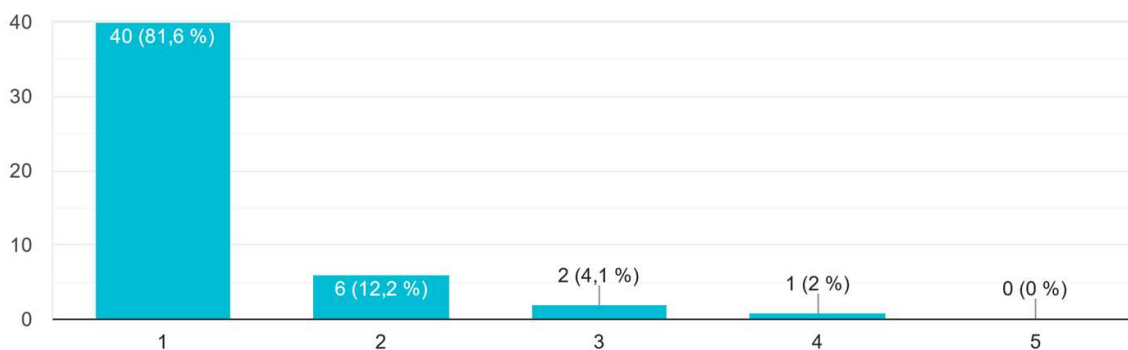
- Disponibilité de la ressources (connaissance fine du territoire et des facteurs de fructification)
- Retombées économiques (comment cela est-il profitable vs industrie forestière)
- Impacts des changements climatiques
- Impacts de la gestion actuelle des forêts
- Connaissances fondamentales sur la biologie des champignons (associations mycorhiziennes, croissance, molécules, accumulations de toxines)
- Mission, vision et valeurs de l'industrie mycotouristique
- Autres usages des champignons (que cueillette et comestible)
- Comment rejoindre la clientèle (marketing)
- Usages culinaires

## 4 Résultats du sondage d'appréciation

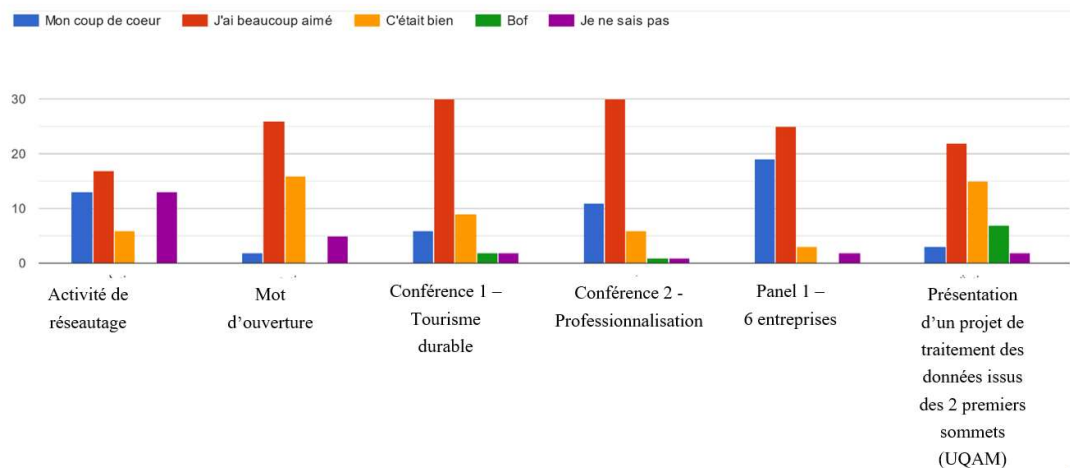
Un sondage d'appréciation a été envoyé à l'ensemble des participants suite au Sommet du mycotourisme. Parmi ceux-ci, 49 ont répondu soit 47 % de l'ensemble des participants. Il est à noter que les commentaires partagés dans le sondage par les participants ont été copiés tels quel dans le présent document sans pouvoir faire la correction du français.

Quelle est votre appréciation générale du 2e Sommet du mycotourisme au Québec ?

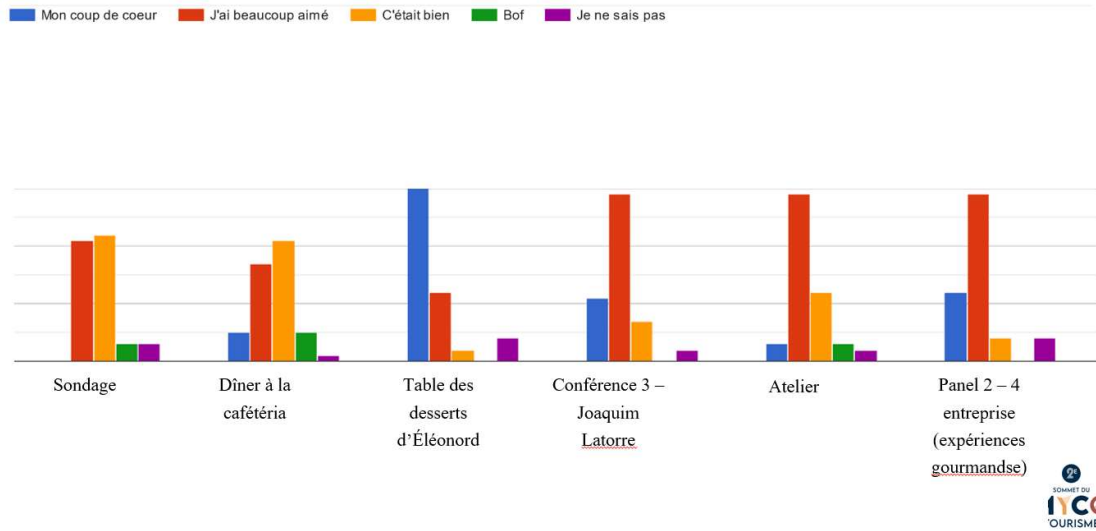
49 réponses



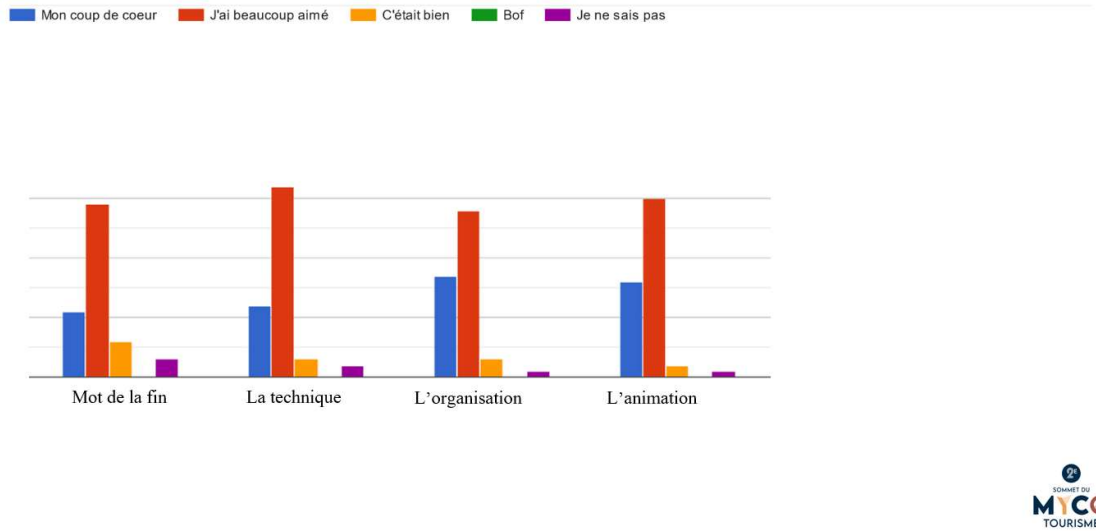
Nous aimerions savoir ce que vous avez apprécié le plus, merci de donner votre avis pour chaque activité au programme.



Nous aimerions savoir ce que vous avez apprécié le plus, merci de donner votre avis pour chaque activité au programme.



Nous aimerions savoir ce que vous avez apprécié le plus, merci de donner votre avis pour chaque activité au programme.



## Qu'avez-vous appris d'utile ? Que cette rencontre vous a-t-elle inspiré?

Motivation des mycotourisme  
Les témoignage des entreprises

Cette rencontre était très inspirante et donne le goût d'être dans le monde des champignons et qu'on est chanceux au kamouraska d'être si bien entouré pour développer des projets

Engouement pour la mycologie!

L'importance d'être bien entouré, maillé et connecté avec les autres acteurs du milieu. La présence d'un grand nombre d'entreprises issues du secteur.

Pas grand chose...

Les problématiques (ex. assurance)

Le professionnalisme, le réseautage et la passion

les enjeux des acteurs

Que les filiales Mycologiques tentent de s'accaparer le monopole de la formation de guides mycotouristes par la professionnalisation du métier. Plus de réglementation ne favorise pas la démocratisation des connaissances. Il ne faut pas que l'industrie dépende de subvention. L'accueil était formidable.

L'importance du besoin en concertation et travail d'un rapport de force pour l'accès au territoire et l'amélioration de la sécurité (assurances). Différentes interventions et conversations m'ont données quelques idées de projets de recherche.

Les services offerts par Tourisme Kamouraska .

L'importance du réseautage de cette filière encore petite mais qui commence à être présente à plusieurs endroits au Québec.

Créer des liens, réseautage

Permis de bien comprendre l'importance/grosseur du secteur du mycotourisme et des possibilités d'avenir.

Grosse question pour un sondage en 2 à 5 minutes :p

J'ai adoré la présentation de Latorre et les observations en lien avec les changements climatiques, clientèles, marchés connexes etc.

Défis de l'accès à la forêt publique, aux parcs et faire face aux grands forestiers et acéricoles. Soit on débloque l'accès au territoire public soit on pousse sur les ententes avec les proprios privés.

rien, j'ai aimé voir les jeunes et moins jeunes qui se lancent.



## Qu'avez-vous appris d'utile ? Que cette rencontre vous a-t-elle inspiré? (suite 1)

Le sommet m'a donné de bons outils et mots pour bien présenter le secteur, ces atouts, enjeux, donner le goût d'organiser des visites pour nos entreprises mycotouristiques et PFNL dans d'autres régions pour réseautage, découvertes, etc. Le terme ou la thématique marchés des champignons à exploiter dans nos marchés publics. L'idée de penser à des actions pour sensibiliser les touristes à se comporter de manière responsable autour aussi de l'idée de communauté d'accueil. Continuité avec le souhait qu'on a d'accompagner les entreprises pour l'affirmation des bonnes pratiques, sur site Web, quand ils sont en marchés, etc., un visuel à développer autour de notre chartes des valeurs. Inclure textuellement un positionnement de développement durable dans la planification stratégique qu'on est en train de faire pour le CDBL même si ça fait déjà partie de ce qu'on fait. Normes Green step, ne connaissait pas. Encourager la formation continue, partage de savoir. L'idée de faire intégrer les pfnl et mycotourisme dans les pdza où ils ne le sont pas. Sensibiliser d'autres à offrir des sorties/ateliers, peut-être s'arranger pour offrir le cours de guide interprète, utile aussi pour les ent. qui songent à faire de l'agrotourisme. Ajouter offre pfnl dans restos en même temps que la Fête des forestibles pour développer/élargir l'offre. :~)

J'ai particulièrement appris lors de la présentation sur les motivations des mycotouristes. Et apprécié d'apprendre que c'est l'événement MYCO et la mise en contact entre chefs et cueilleurs qui a été la clé en Mauricie. Au-delà cela, le simple fait de rencontrer les autres acteurs en mycotourisme et d'échanger avec eux est stimulant.

La rencontre entre les entreprises (enjeux) et les organismes de soutien (accompagnements possibles)

Connaître son secteur, regrouper les forces, démontrer un secteur organisé et professionnel, compétences. Qualité vs quantité. Enjeux des assurances, un vrai frein. Inspirant oui, mais les enjeux des assurances refroidissent vraiment les ardeurs.

1. Établir des liens avec d'autres personnes qui travaillent dans le même domaine.
2. Voir ce qui se fait ailleurs: idées pour améliorer notre pratique.
3. Apprendre le rôle de certains joueurs pour aider les entreprises: MAPAQ, AgriBoréal, ATR, SADC, etc.
4. Meilleure vue d'ensemble du secteur mycotouristique québécois.

Qu'on est une communauté tissée serrée et ça va beaucoup m'aider pour la continuité de mes services!

Beaucoup de choses! Les directions à prendre pour professionnaliser le secteur, des idées d'expériences mycotouristiques à développer, la rencontre de personnes dynamiques et impliquées

Le réseautage et la découverte de nouvelles et entreprises pionnières, les initiatives dans le domaine a été le plus intéressant. Étant déjà bien implanté, le colloque à mon avis s'adressait plus à de nouveaux arrivants dans le domaine.



## Qu'avez-vous appris d'utile ? Que cette rencontre vous a-t-elle inspiré? (suite 2)

rien	Je retiens surtout que les acteurs sont prêts à se mobiliser ensemble pour faire avancer le secteur et cela est une très grande force. Trois territoires de mieux en mieux structurer (Kamouraska, Mauricie, Lanaudière), une diversité d'acteurs et de parties prenantes, un engagement de la gouvernance territoriale. L'Échelle des entreprises demeure peut-être un frein au développement du secteur, mais en même temps un développement trop grand et incontrôlé ne serait pas une bonne chose non plus pour les écosystèmes. Encore des ambiguïtés sur lesquelles réfléchir. Une belle gang!!!
Très heureuse d voir que la professionnalisation du domaine est en pleine structuration!	
L'évolution tangible du produit.	
Oui plusieurs pistes d'amélioration	La variété des activités et des entreprises de mycotourisme
Défis rencontrés par les entreprises.	Les besoins des entreprises au niveau de la flexibilité réglementaire.
L'importance des dégustations dans les activités mycotouristiques et de garder du temps pour soi, la famille et amis.	Des enjeux récurrents vécus individuellement sont apparus comme des enjeux collectifs. Le secteur a montré une belle maturité et le désir de se structurer à l'échelle provinciale.
Nouvelles idées dans mon projet	Qu'il faut prendre le temps de concentrer nos ressources et prendre le temps d'avoir des cueilleurs semi-pro et amateurs.
Diversité de modèles d'affaires et de l'offre des entreprises mycotouristiques, facteurs de succès, besoins des entreprises, motivations des mycotouristes, etc.	Que nous sommes nombreux passionnés à œuvrer dans le secteur mycotouristique, qu'il y a une multitude de manières de faire rayonner cette industrie et que le maillage entre les différents acteurs est d'une



## Avez-vous des propositions d'améliorations, (ou des besoins) pour le prochain Sommet du mycotourisme au Québec ?

Non, c'était parfait	C'est vraiment très bien
Tout était très bien	Le coin café était un peu serré, mais c'était très bon et en bonne quantité.
Bâtir un circuit Québécois de myco tourisme.	La formule est bonne... je vais y réfléchir encore.
Une plus grande salle	non
Plus de pratico-pratique terrain, présenter lors des conférences des exemples concrets...	Seulement trouver des façons de permettre encore plus de réseautage, temps pour jaser informellement. J'ai noté les enjeux suivants qui devraient trouver peut-être une suite ou mise à jour dans un prochain sommet :
agrandir la portée du mycotourisme (pas seulement les champignons gourmets forestiers)	1-Accès ressources : Exemple de bons coups ou de comment faire pour être au courant des coupes à blancs avant qu'elles aient lieu pour faire valoir présence de cueilleurs, ressources...;
Avoir le nom épingler pour l'activité de réseautage aussi.	2-Reconnaissance mycotourisme (N'importe qui qui peut s'improviser guide...), aussi donner confiance,
C'était très bien l'accueil la bonne humeur, l'attention que vous avez donné à chaque participants. Difficile de trouver un point à améliorer.	3-Besoin d'aide financière pour structurer l'offre,
	4-Améliorer l'expérience client, la notion d'expérience, aide promo et stratégie d'attractivité.
	5-Le dossier assurance vs table de concertation provinciale mycotourisme.
	6-Lever les barrières des régions, plus s'inviter aux activités des uns des autres, travailler en filière provinciale. Calendrier ou communication provincial d'activité mycotouristique pour le grand public aussi!??



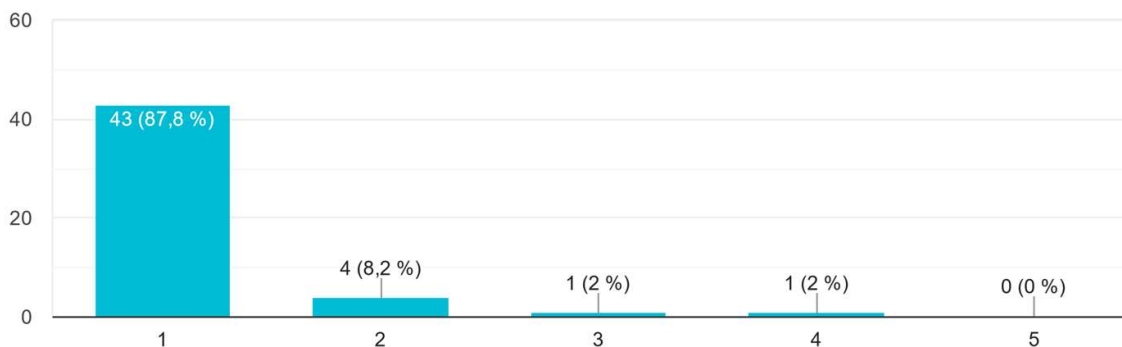
## Avez-vous des propositions d'améliorations, (ou des besoins) pour le prochain Sommet du mycotourisme au Québec ? (suite)

<p><b>Idee :</b> Inclure démo culinaire comment cuisiner les champignons.</p> <p>-Faire témoigner des duos ou trio d'entreprises qui collaborent pour mettre le mycotourisme sur la carte. exemple: une entreprise d'initiation à la cueillette, un lieu d'hébergement local, un restaurant local. qui expliquent comment ils ont collaboré pour construire leur activité.</p> <p>-Avoir des données chiffrées sur les retombées du mycotourisme pour pouvoir discuter avec différents ministères des appuis qu'ils pourraient fournir.</p> <p>Rien de particulier, belle formule, lieu parfait pour cela.</p> <p>1. Il serait intéressant d'organiser le sommet soit le jeudi et vendredi ou carrément de fin de semaine. Le fait de l'organiser le jeudi et le vendredi permettrait aux gens de pouvoir rester plus longtemps dans la région d'accueil sans devoir prendre trop de congés. J'ai remarqué que plusieurs personnes sont parties avant la fin. Ils nous avaient dit qu'ils devaient faire la route de soir puisqu'ils travaillaient le lendemain dans leur région.</p> <p>2. Nous n'étions pas au courant du rabais à l'Auberge du Cap. J'en ai déduit que lors de l'achat de nos billets (au mois de décembre) ce partenariat n'avait pas encore été conclu. Peut-être penser à avvertir les gens un peu plus d'avance. Nous avons été mis au courant 2 jours avant la tenue de l'événement dans le courriel de rappel. Nous avions déjà des réservations dans un autre établissement.</p> <p>Pour ma part, c'était vraiment parfait!</p> <p>Je n'ai pas trop compris l'atelier sur la mise en marché. Il serait intéressant d'avoir plus d'acteurs des parcs Québec, des forestières, parcs Canada ou d'autres provinces. Je ne sais pas pourquoi P. Lupien nous a donné son cahier en nous conseillant de le mettre à la poubelle. C'est dommage que l'attaché de la ministre n'était pas là pour entendre.</p> <p>Peut-être une activité de réseautage semi "dirigée", obligeant les gens à se rencontrer et discuter. Favoriser de cette manière encore plus de dialogue entre les entreprises, les scientifiques et les organismes.</p>	<p>proposer 2 nuitées pour les participant qui viennent de plus de 500 km</p> <p>- Encourager local pour le dîner?</p> <p>- Organiser une soirée réseautage un peu plus structurée (speed dating par ex.) pour éviter les groupement (ex: nous étions 10 personnes de la Mauricie! Nous étions heureux de nous voir mais ça pousse à rester ensemble :p)</p> <p>Vous avez mis la barre haute.</p> <p>Comment publiciser nos activités et se faire connaître</p> <p>Ateliers culinaires pour aller plus loin dans l'intégration des champignons sauvages et autres PFNL dans notre alimentation</p> <p>Pas pour le moment. J'ai beaucoup aimé l'édition!</p> <p>Non. Excellente organisation.</p> <p>Trouver plus de nouveaux entrepreneurs en démarrage. Faire du lien avec les anciens étudiants des cohortes de formation (Lanaudière Saint-félicien) et mycologues amateurs pour inspirer et créer des vocations.</p> <p>Beaucoup de conseils dirigés vers de nouveaux entrepreneurs auraient pu trouver oreilles plus productives.</p> <p>Je vais y penser</p>
--	--



## D'après-vous, est-ce que ce type de rencontre a son utilité dans le contexte de développement du secteur mycotouristique québécois ?

49 réponses



TOURISME

## Aimeriez-vous lever la main afin d'organiser le 3e Sommet du mycotourisme au Québec ? Si oui, dans quelle région ?

- Intérêt dans Lanaudière (5 x)
- Intérêt dans les Hautes-Laurentides (2 x)
- Mauricie (1 x)

## 5 Liste des participants

1	Alain	Girard	alain.girard@ithq.qc.ca
2	Alex Ann	Villeneuve Simard	direction@agenceperso.ca
3	Alexandre	Bibeau	abibeau@mrckamouraska.com
4	Andréanne	Renaud	andreeanne@pdaam.ca
5	Anik	Briand	abriand@sadckamouraska.com
6	Anne-Christine	Charest	anne-christine.charest@assnat.qc.ca
7	Annie	Lavoie	communications@mrckamouraska.com
8	Bernard	Fortin	direction@stbrunokamouraska.ca
9	Carl-Éric	Guertin	carl-ericguertin@economusees.com
10	Catherine	Côté	catherine.cote@tcbbbsl.org
11	Christine	Beaudoin	christine@leplacoteux.com
12	David	Robert	drivepart
13	Delphine	Martinez	dmartinez@tourismemauricie.com
14	Diane	Lavoie	lapommetterie@outlook.com
15	Émilie	Dupont	abriand@sadckamouraska.com
16	Emmanuel	Beauregard	ebeauregard@cdbl.ca
17	Emmanuelle	Caya	dansbois.mauricie@gmail.com
18	Étienne	Doyon	edddoyon@gmail.com
19	F-Antoine	B Simard	felix-antoine.simard@biopterre.com
20	François	Patenaude	francopat@hotmail.com
21	François	de Grandpré	francois.de.grandpre@uqtr.ca
22	Francois Xavier	Fauk	francois@chapealesbois.com
23	Héloïse	Côté	champignonboreal@hotmail.com
24	Isabelle	Chouinard	ichouinard@sadckamouraska.com
25	Isabelle	Côté	isabellecote@bassaintlaurent.ca
26	Isabelle	Langis	zazlangis@gmail.com
27	Isabelle (accompagné)	Langis	zazlangis@gmail.com
28	Janik	Drapeau	janikdrapeau@hotmail.com
29	Jean	Marcon	lavieestmush@gmail.com
30	Joanne	Dumont	dumontjo17@gmail.com
31	Johanne	Fournier	Journaliste
32	Judith	Noël Gagnon	judith@mycoboutique.com
33	Julie	Bérubé	julieberube2011@hotmail.com
34	Karine	Charpentier	kcharpentier@cdbl.ca
35	Karine	Turnide	kturbide@hotmail.ca
36	Katerine	V.Bourdages	katerine.v.b@hotmail.com
37	Katerine (accompagnement)	V.Bourdages	katerine.v.b@hotmail.com
38	Kathy	Morin	kathy@coopdelarbre.org
39	Kawina	Robichaud	kawina.robichaud@biopterre.com
40	Kim	Côté	kim@cote-est.ca
41	Laurent	RENARD	renard.laurent@uqam.ca

42	Lorraine	Hallé	lorraine.halle@hotmail.com
43	Lorraine	Michaud	amikmoro@hotmail.com
44	Luc	Godin	luc_godin@uqac.ca
45	Lyne	Rossignol	abriand@sadckamouraska.com
46	Manon	Ouellet	biodiversite@co-eco.org
47	Marcel	Leclerc	abriand@sadckamouraska.com
48	Marianne	Dallaire	consciencenature@hotmail.com
49	Marie-Claude	Lavoie	developpement@saintgabriellalemant.qc.ca
50	Marie-Claude	Lavoie	developpement@saintgabriellalemant.qc.ca
51	Marie-Claude	Deschênes	mcdeschenes@cegeplapocatiere.qc.ca
52	Marie-Claude	Godin	julie.hudon@lapocatiere.ca
53	Marie-Eve	Lagacé	marieeve.lagace@quebecmaritime.ca
54	Marie-Michelle	Gamache	marie-michelle.gamache@mapaq.gouv.qc.ca
55	Marie-Noëlle	Otis	marie-noelle.otis@economie.gouv.qc.ca
56	Marie-Pierre	Dufresne	marie-pierre.dufresne@biopterre.com
57	Marijo	Couturier-Dubé	mcouturierdube@mrckamouraska.com
58	Mario	Guignard	julie.hudon@lapocatiere.ca
59	Marise	Bélanger	mbelanger@crdbsl.org
60	Martin	Allard	allardmartin@hotmail.com
61	Martin	Cloutier	cloutier.martin@uqam.ca
62	Martin	Lortie	martin.ocso@gmail.com
63	Martine	St-Louis	zecchapais@videotron.ca
64	Maryse	Hénault-Tessier	maryse.henault@gfgp.ca
65	Mathieu	Rivest	mathieu.rivest.cds@assnat.qc.ca
66	Maxim	Tardif	maxim.tardif@biopterre.com
67	Melissa	Hayfield	meli123soleil@hotmail.com
68	Mélissa	Maurice	una_meli_melo@hotmail.com
69	Mireille	Laflamme	mflamme@cecm.ca
70	Monique	Chénard	mchenard@villestpascal.com
71	Monique (accompagné)	Chénard	mchenard@villestpascal.com
72	Monique (accompagné)	Chénard	mchenard@villestpascal.com
73	Myriam	Lambany	mlambany@cegeplapocatiere.qc.ca
74	Nadia	Vaillancourt	lacabottine@yahoo.com
75	Nalitha	Paradis	nali.tparadis@gmail.com
76	Nicole	Lavoie	nicolelavoie@saveursbsl.com
77	Pascal-André	Bisson	Pascal-andre@lemoutonblanc.ca
78	Pascale	Malenfant	myco@mrckamouraska.com
79	Patrick	Lupien	patrick.lupien@mycomauricie.com
80	Patrick	Lamy	monsieurchampignons@gmail.com
81	Patrick (accompagné)	Lamy	monsieurchampignons@gmail.com
82	Pierre	Fraser	pierrefraser@bassaintlaurent.ca
83	Pierre	Lévesque	pdg@bassaintlaurent.ca
84	Renaud	Longré	info@mycosylva.com
85	Renaud (accompagné)	Longré	info@mycosylva.com



86	Richard	Caron	Municipalité de St-Bruno-de-Kamouraska
87	Rock	Bossé	rock.bosse@sympatico.ca
88	Sam	Chaib	samcd@acpfnl.ca
89	Sara	Senneville	sara@trufflesquebec.com
90	Sara (accompagnée)	Senneville	sara@trufflesquebec.com
91	Simon	Lafontaine	info@lutinmarmiton.com
91	Simon	Bessette	simonbessette@gmail.com
93	Stéphane	Lussier	agent.agricole@mrcdesbasques.com
94	Sylvain	Tremblay	sylvaintremblay@labaleineendiablee.com
95	Sylvain	Tremblay	sylvaintremblay@labaleineendiablee.com
96	Sylvain(accompagnée)	Tremblay	sylvaintremblay@labaleineendiablee.com
97	Sylvain(accompagnée)	Roy	communications@mrckamouraska.com
98	Thibaud	Mony	thibaud.mony@hotmail.com
99	Thibaud (accompagnée)	Mony	thibaud.mony@hotmail.com
100	Ugo	Piquemal	ugo.piquemal@uqtr.ca
101	Valérie	Mailloux	entreprise@mrckamouraska.com
102	Vincent	Lapointe	vlapointe@faunenord.org
103	Yan	Gosselin	ygosselin@upa.qc.ca
104	Yvan	Perreault	yvan.perreault@yahoo.ca
105	Yvonne	Tremblay	tourisme@promotionkamouraska.com