



Plan pluriannuel 2026-2028  
Association québécoise de télémarch  
(Télémarch Québec)

Ce document expose le plan de développement pluriannuel (2026-2028) de Télémarch Québec. Nous nous limitons volontairement à deux ans parce que nous élaborons actuellement un nouveau programme basé sur le prêt d'équipement pour le volet initiation et récréation. Ce programme est rendu possible grâce à la couverture d'assurance de notre partenaire Sport Québec. Après plusieurs démarches infructueuses, il est maintenant possible d'envisager la mise en place de ce programme dès la saison 2026-2027. Le principal enjeu étant l'obtention d'une couverture d'assurances pour l'équipement. Un projet a été soumis en mars 2026 et l'assureur a accepté de nous assurer.

La portée de ce programme est limitée pour la première saison afin de nous permettre d'offrir une expérience de qualité aux participants et de développer un haut taux de fidélisation.

**Vision globale (2026-2028)**

La vision globale du projet est de positionner le télémarch comme une discipline **accessible, visible et structurée** au Québec, en :

- Démocratisant l'accès (initiation),
- Fidélisant les participants (récréation),
- Offrant une expérience de qualité
- Bâtissant une filière de performance (compétition).

## **AXES STRATÉGIQUES TRANSVERSAUX**

Avant de détailler les volets, voici 3 leviers communs :

### **1. Accessibilité (clé pour notre contexte)**

- Flotte d'équipement mobile (déjà en cours)
- Tournée provinciale des stations
- Partenariats avec centres de ski

### **2. Développement d'un réseau**

- Travail de concert avec les moniteurs de télémark pour le volet initiation et récréation
- Travail de concert avec les centres de ski dans différentes régions
- Travail de concert avec les clubs de ski

### **3. Visibilité et marketing**

- Démonstrations publiques
- Activation des réseaux sociaux (promotion - Contenu textuel et vidéo – plan de communication)
- Image moderne et inclusive du télémark
- Établir alliance avec l'industrie (détaillants, centre de ski, partenaires)

## Première année 2026-2027 : DÉPLOIEMENT & STRUCTURATION

### 1. INITIATION (priorité élevée)

#### Objectif :

Faire découvrir le télémark au plus grand nombre de participants.

Permettre la pratique du sport sans avoir l'équipement requis.

#### Actions :

- **Tournée Découverte**
  - 3 à 4 stations visitées
  - 1 à 3 régions
  - Journées d'essais gratuits ou à faible coût, selon les paramètres du programme.
- **Flotte d'équipement mobile**
  - Identification de l'inventaire
  - Achat et préparation de l'équipement
- **Personnel d'encadrement**
  - Travailler avec l'industrie pour identifier/présenter personnel moniteurs et/ou des entraîneurs
  - Certification du personnel technicien pour l'équipement
- **Clientèle cible :**
  - Skieuses et Skieurs alpins intermédiaires et +
  - Skieuses et Skieurs de fond intermédiaires et +
  - Clubs de ski des stations visitées (compétition)
  - Femmes / Homme (> 16 ans<sup>1</sup>)

#### Indicateurs :

- Nombre de participants (objectif : 20–50)
- Nombre de stations partenaires (3 – 5)

---

<sup>1</sup> Pour l'instant, le programme est offert aux personnes d'au moins 16 ans. La flotte d'équipement sera constituée d'équipement pour ce groupe d'âge.

- Nombre de régions (1 – 3)

## 2. RÉCRÉATION

### Objectif :

Transformer les initiés en pratiquants réguliers. En parallèle avec les événements d'initiations, offrir des sessions de développements et d'amélioration aux pratiquants qui ont déjà une expérience.

### Actions :

- Création de **groupes locaux informels**
- Mise en place de :
  - Sessions de développement et d'amélioration du télémark (soirées, tournée)
  - Cliniques thématiques
- Développement de **parcours simple**
  - Niveau débutant → intermédiaire
- Plateforme communautaire d'échanges et de communication (ex : Facebook)

### Indicateurs :

- Nombre de participants (10 – 50)
- Taux de rétention
- Fréquence des activités offertes

## 3. COMPÉTITION

### Objectif :

Structurer un circuit provincial d'introduction

### Actions :

- Organisation de 2 à 3 événements pilotes
  - Format amical (dual, sprint, fun race)
- Identification des athlètes intéressés
- Développement d'un cadre minimal, en tout respect du règlement de sécurité en vigueur :

- Règlements simplifiés<sup>2</sup>
- Catégories ouvertes

**Indicateurs :**

- Nombre de participants (20 – 50)
- Satisfaction des participants (mesurer à l'aide d'un sondage post-événement)

---

<sup>2</sup> Notez qu'on ne mentionne pas ici une référence au Règlement de sécurité dont le contenu reste applicable peu importe les règles de participations.

## Deuxième année 2027-2028 : CONSOLIDATION & CROISSANCE

### 1. INITIATION

#### Objectifs :

Étendre le projet dans un plus grand nombre de stations et un plus grand nombre de participants.

#### Évolution :

- 3-8 stations visitées
- 1-5 régions

#### Nouveauté :

- Passeport annuel Télémark Québec

### 2. RÉCRÉATION

#### Objectifs :

Structurer l'offre en priorisant les canaux les plus prometteurs.

#### Évolution :

- Structuration du programme et des activités
- Mise en place de :
  - Publication calendrier annuel provincial d'activités

#### Nouveauté :

- Camps régionaux (week-end télémark)
- Festivals

### 3. COMPÉTITION

#### Évolution :

- Incitation / migration des participants vers le **circuit québécois**
  - 4 à 6 événements
- Recrutement :

- Participants -> athlètes
- Camps spécifiques

**Nouveauté :**

- Participation à des événements nationaux / internationaux
- Détection de talents

## **STRUCTURE DE SOUTIEN**

### **Gouvernance**

- Mise en place du Comité développement (initiation / récréation / compétition)
- Suivi mensuel des indicateurs pendant la saison et rapport annuel en avril

### **Financement**

- Commandites équipementiers
- Placement Sports
- Nouveau volet 2 PSDPS

### **Logistique**

- Acquisition de l'équipement
- Gestion de l'équipement
- Formulaires
  - participation (membership et équipement)
  - Sondage post événement
- Rencontre avec les stations identifiées
- Communication / Promotion / Branding / Réseaux sociaux

## **POINTS CRITIQUES DE SUCCÈS DU PLAN**

- Pour le volet Récréation, l'expérience doit être sans égard au volet technique. Mettre l'accent sur la glisse sans atteindre la perfection. Fidéliser la relation avec les participants.
- Pour le volet récréation, maintenir un haut niveau d'encadrement avec des apprentissages personnalisés. Fidéliser la relation avec les participants.
- Construction et gestion d'une communauté dont les participants ressentent un intérêt d'en faire partie.
- Pour le volet compétition, éviter l'élitisme trop tôt en offrant des plateaux accessibles avec des règles modulées. Travailler sur le volume plutôt que sur la difficulté. Travailler avec les clubs de ski dans les différentes stations visitées.

## **IDÉE FORTE À EXPLOITER**

Le projet de tournée est la clé pour l'augmentation de la base de pratiquant. Il rend tout autant l'accès à la pratique du sport très facilitant et attrayant. Télémark Québec doit en assurer l'exploitation à l'aide d'une bonne communication de son programme.

Construire sur l'effet de « nouveauté » basé l'expérience déjà acquise des participants.

### **Exemple de phrase à considérer**

**“Le télémark vient à vous”**

**« Un nouveau sport dont vous connaissez déjà l'essentiel »**