



Chères Canadiennes et chers Canadiens,

Bon printemps 2023!

Pendant que la plupart d'entre vous sont occupés à préparer leur fermeture pour la saison, notamment à nettoyer les lieux et à compiler les résultats d'un hiver qui s'est avéré très prospère en 2023, je tiens à vous féliciter pour votre excellent travail.

Nous avons dû faire face à de nombreux défis, que ce soit sur le plan de la météo, de la main-d'œuvre, encore une fois cette année, de l'étrange ingérence du gouvernement ou des embûches rencontrées sur notre chemin, mais nous les avons surmontés, et les résultats s'annoncent des plus positifs.

L'an dernier, en 2022, l'industrie canadienne du ski a vu son nombre de participants nationaux actifs dépasser les 3,1 millions, établissant ainsi un nouveau record. On a également enregistré plus de 18,6 millions de visites de skieurs canadiens, ce qui est aussi un record, du moins depuis les 20 ans de collecte de ces données.

Sur ce plan, cette année semble encore meilleure. Compte tenu de ce succès, le Conseil canadien du ski s'est vu, à un certain point, dans l'obligation d'entreprendre un travail d'introspection afin d'examiner ce qu'il apportait à l'industrie, ce qu'il faisait pour l'aider et ce à quoi ressemblait son avenir.

Au cours des derniers mois, j'ai été en mesure de visiter un grand nombre de stations de ski, y compris les associations régionales d'exploitants de stations de ski, et j'ai eu la chance de m'entretenir avec les membres de notre conseil d'administration.

Je suis ravi de vous annoncer une importante mise à jour à notre plan stratégique.

Jusqu'ici, le mandat du Conseil canadien du ski était d'accroître le taux de participation aux sports de glisse par le recrutement de nouveaux adeptes.

Vous nous avez fait voir que nous sommes parvenus à recruter un nombre substantiel de nouveaux participants au cours des dernières années, mais qu'il nous faut maintenant consolider nos structures et nos soutiens afin de pouvoir accueillir et servir ces gens, ainsi que leur offrir la meilleure expérience client possible.



Pour répondre à ce besoin, le conseil d'administration du Conseil canadien du ski, qui se compose de nombreux membres travaillant auprès de stations de ski et d'associations partout au pays, nous a autorisés à redéfinir notre mandat et à passer de la croissance de la participation aux sports de glisse à la croissance de l'industrie.

Qu'est-ce que cela signifie?

Et bien, cela signifie que nous allons relâcher quelque peu notre attention sur les programmes de développement de nouveaux skieurs et planchistes et le programme Passeport des neiges 4^e et 5^e années, de même que nos efforts dans les domaines des relations publiques, du marketing et des relations avec les médias entourant l'initiative Go Skiing, Go Snowboarding. Les programmes existeront toujours, mais de plus amples renseignements vous seront communiqués à cet effet.

Pour l'instant, nous allons nous tourner vers la prestation de nos produits et services dans trois secteurs clés.

D'abord, la recherche.

Ensuite, la promotion et la défense de nos intérêts auprès des gouvernements fédéral et provinciaux.

Enfin, nos communications, ou le tissu conjonctif comme nous l'appelons, qui nous aideront à transmettre toutes ces idées.

Commençons par la recherche.

En ce moment, le Conseil canadien du ski s'intéresse à la satisfaction et au profil des consommateurs au sein de l'industrie du ski. Nous avons l'intention d'intensifier notre recherche en augmentant le nombre de publications touchant les segments volatils de notre secteur. Vous continuerez de recevoir le sondage auprès des débutants et l'étude sur ces derniers. Cependant, nous allons également nous pencher sur les façons de conserver les skieurs et planchistes réguliers. Quelles sont leurs attitudes? Quels sont leurs besoins et les besoins de votre entreprise?

Nous allons aussi étudier le segment grandement volatil des participants inactifs, qui sont les personnes qui recommencent à pratiquer le ski ou la planche à neige après plusieurs années d'inactivité, et elles ont été nombreuses cette année.



Nous mènerons des études sur l'aspect économique de notre industrie, sa valeur et la façon dont nous pouvons continuer à avoir une forte incidence financière sur le Canada, car cela fait partie d'une étude efficace sur la promotion et la défense de nos intérêts.

Vos équipes recevront plus de projets de recherche, qui pourront être utilisés pour élargir votre clientèle.

Quant à la promotion et à la défense de nos intérêts, les dernières années nous ont appris que le lien entre l'industrie canadienne du ski et le gouvernement n'est pas toujours clair. Je dis souvent que nous sommes une industrie sans ministère, car c'est parfois notre impression.

Nous avons passé beaucoup de temps à développer notre muscle défenseur et nous continuerons à l'entraîner et à le renforcer au cours des prochaines années.

Nous nous pencherons sur des éléments comme l'actuelle interdiction pour les étrangers d'acheter des propriétés, qui touche quelques stations de ski au Canada, et, en ce qui concerne nos relations avec le gouvernement, notre stratégie en matière de main-d'œuvre, plus particulièrement en ce qui a trait aux permis de travail temporaires pour travailleurs étrangers et aux études d'impact sur le marché du travail.

Nous sommes conscients de l'occasion pour le Conseil canadien du ski d'accroître son succès en travaillant de concert avec le gouvernement, mais aussi de la nécessité de veiller à ce que ce dernier comprenne nos besoins et évite toute intervention insouciante au sein de notre industrie. Nous lierons le tout au moyen d'une stratégie de communication améliorée.

Au cours de la dernière année, nous avons augmenté nos courriels mensuels et nous sommes affairés à vous offrir plus d'articles de qualité sur les enjeux clés de notre industrie, de meilleures idées et des échanges accrus au sein de l'industrie dans l'avenir. Si une initiative est efficace dans l'Ouest canadien, elle peut certainement l'être dans l'Est du Canada, et vice versa.

Nous allons également passer un peu plus de temps à mettre à œuvre et à parfaire nos idées, dont nos séances préparatoires à grand succès au cours desquelles de petits groupes se réunissent pour échanger des idées, des concepts et des facteurs de réussite touchant plusieurs sujets différents, allant de la santé mentale aux relations avec les Autochtones et au perfectionnement de la main-d'œuvre.

Plus tard dans l'année, vous aurez aussi des occasions de participer à des webinaires interactifs qui suscitent la réflexion.



Ce printemps, nous vous approcherons pour vous demander votre soutien financier à l'appui de cette nouvelle direction que nous souhaitons prendre en tant qu'industrie canadienne du ski.

Ce n'est un secret pour personne que le Conseil canadien du ski n'est financé ni par le gouvernement ni par des droits d'adhésion.

Notre financement repose donc sur votre soutien par l'intermédiaire de billets de remontée. Nous revendons ces derniers sous forme de laissez-passer canadiens, lesquels deviendront notre priorité dans l'avenir.

Nous veillerons aussi à les offrir plus tôt dans l'année afin de ne pas avoir à nous préoccuper de les vendre en pleine saison. En plus de financer le Conseil canadien du ski, cette initiative profitera tant aux consommateurs, qui bénéficieront d'un bon rapport qualité-prix, qu'aux stations de ski canadiennes, qui en retireront un petit revenu.

Nous espérons que vous maintiendrez votre engagement envers cette initiative et le travail continu visant à accroître le succès de l'industrie canadienne du ski.

C'est une industrie formidable. Une industrie dont je suis fier de faire partie. Et je suis fier d'être le président du Conseil canadien du ski et de travailler en votre nom avec mon équipe.

Merci beaucoup et au plaisir de voir chacune et chacun d'entre vous aux congrès ce printemps.