



## ***Programme vitrine nationale du tourisme autochtone: Appel de demandes***

**Publié: jeudi, le 10 décembre 2015**

**Date limite : mardi, le 12 janvier 2016 - 16h00 HNP**

L'association touristique autochtone du Canada (ATAC) a le plaisir de publier l'**appel de demandes** à l'intention des entreprises touristiques autochtones qualifiées et des organismes de marketing de tourisme autochtone intéressés à participer à titre de vendeurs dans le **Programme vitrine nationale du tourisme autochtone**.

L'ATAC a créé l'initiative **Programme vitrine nationale du tourisme autochtone** avec le but d'accroître la participation des prestataires de services touristiques autochtones qualifiés dans le salon professionnel de tourisme Rendez-vous Canada qui aura lieu du 24 au 27 avril 2016 à Montréal, Québec.

Rendez-vous Canada est le principal carrefour de marketing touristique international au Canada, organisé par Destination Canada (DC) pour mettre en contact les acheteurs internationaux de produits touristiques avec les vendeurs d'expériences et de produits touristiques Canadiens. L'événement groupe plus de 1500 professionnels du tourisme international au cours de quatre jours enfin qu'ils participent à une série de rendez-vous, chacun d'une durée de 12 minutes, qui ont le but de promouvoir et d'aider à la découverte d'expériences touristiques uniques au Canada. Le RVC est une importante plate-forme d'affaires pour que les communautés canadiennes et autochtones puissent engendrer des centaines de millions de dollars par la vente d'expériences et produits touristiques.

<http://rendezvouscanada.travel/fr/bienvenue/>

Il y a une augmentation de demande mondiale pour le tourisme autochtone authentique, incitant l'ATAC à dévoiler la section inaugurale de tourisme autochtone canadien au salon durant le RVC. Cette vitrine met en valeur les expériences authentiques du tourisme autochtone, en facilitant des liens productifs entre les acheteurs Canadiens et étrangers.

Les entreprises touristiques autochtones et les organismes de marketing de tourisme autochtone doivent soumettre une lettre d'intérêt (maximum de deux pages) fournissant des renseignements à propos de leur entreprise ou organisme de marketing pour être en mesure de participer au **Programme vitrine nationale du tourisme autochtone**.





Veillez aussi préciser dans votre communication le nom de votre représentant pour votre entreprise ou organisme par courrier électronique ou par télécopieur à:

Keith Henry - Président et chef de direction  
L'association touristique autochtone du Canada  
300-3665 Kingsway, Vancouver, C-B V5R  
5W2  
téléphone: (604) 639-4408  
télécopieur: (604) 435-8181  
Courrier électronique: k.henry@aboriginalcanada.ca

La date limite pour les demandes est le mardi, 19 janvier 2016 à 16h00 HNP. L'ATAC examinera les demandes en vue d'identifier les demandes retenues avant le 26 janvier 2016.

#### **Le cheminement:**

- L'ATAC lance un appel d'intérêt aux partenaires autochtones, reçoit et examine de près les demandes. La première indication est que cette section pourra comprendre 25 partenaires et environ 13 à 15 espaces de kiosque.
- L'ATAC fournira au bureau de projet de RVC la liste de partenaires retenus le 26 janvier ou dans les environs de cette date.
- RVC publiera l'invitation officielle de participation, avec le nom d'utilisateur/mot de passe permettant l'inscription sur le site Web RVC pour les participants approuvés par l'ATAC dans le Programme vitrine nationale du tourisme autochtone. L'objectif est d'avoir les partenaires retenus inscrits dans le système de RVC avant la fin du mois de janvier ou par la fin de la première semaine de février au plus tard.
- L'ATAC subventionnera approximativement la moitié des frais (le taux de membre de l'AITC), ce qui inclut les frais en entier d'inscription d'un délégué. Un demi-kiosque partagera avec un autre demi-kiosque l'espace de 8 par 12 pieds. Chaque entreprise autochtone retenue recevra un calendrier individuel ainsi qu'un maximum de 34 rendez-vous. Il faut noter qu'un participant autochtone peut augmenter ses rendez-vous en enregistrant pour des sessions concurrentes pour des frais supplémentaires ce qui peut réaliser un horaire complet de 68 rendez-vous.
- RVC facturera l'ATAC une fois que tous les partenaires autochtones se sont inscrits





- Pour les partenaires autochtones déjà enregistrés (avant l'appel d'ATAC d'intérêt), le RVC bureau de projet traitera et fournira des remboursements une fois que nous recevons la liste complète des participants approuvés par l'ATAC.
- RVC renoncera les frais de retard.
- Les partenaires autochtones peuvent commander un kiosque entier (d'un demi-kiosque à un kiosque entier), inscrire des délégués supplémentaires ou des rendez-vous concurrents à leurs propres frais à l'occasion de leur inscription.
  - Le coût pour augmenter d'un demi-kiosque à un kiosque en entier (8 'x 10') est de 1000 \$ (ce qui comprend un horaire complet de 68 rendez-vous). Prenez note que tous changements en ce qui à trait à l'espace demandée sont basées sur la disponibilité de l'espace et seront confirmées avant que les demandes de rendez-vous débutent le premier mars.
  - Les frais pour un délégué supplémentaire sont de 250 \$.

Les renseignements sur or pour les vendeurs se trouvent à :

<http://rendezvouscanada.travel/fr/vendeurs/>

Les renseignements sur les dates clés se trouvent à : <http://rendezvouscanada.travel/fr/horaire/dates-cles/>

**Les demandes pour des rendez-vous de la part des vendeurs et des acheteurs commencent:**

- mars 1 2016

**La date limite pour les demandes de rendez-vous:**

- le 18 mars 2016

**Les rendez-vous sont publiés:**

- le 28 mars 2016

**Les demandes pour des rendez-vous supplémentaires:**

- le 28 mars 2016

Pour qualifier, les entreprises de tourisme autochtone ou les organisations de marketing de tourisme autochtone doivent remplir les conditions contenus dans les critères trouvés dans l'appendice A.

Le nombre de participants est limité.





Pour en savoir plus sur l'Association touristique autochtone du Canada, visitez le site Web: [www.OriginalCanada.ca](http://www.OriginalCanada.ca).



ABORIGINAL  
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE  
AUTOCHTONE  
DU CANADA



## Appendice A - Les critères de sélection

### Critères de sélection pour les entreprises de tourisme autochtone

Les entreprises de tourisme autochtone doivent répondre aux critères suivants pour assurer qu'elles sont prêtes à se lancer sur le marché:

- L'entreprise fonctionne d'une façon sécuritaire et professionnelle depuis au moins un an
- Elle porte de l'assurance adéquate totalisant au moins 2 millions de \$ dans la couverture de responsabilité
- Elle possède les licences de commerce et d'opération, enregistrements et permis nécessaires
- Elle a un site Web qui représente l'entreprise touristique autochtone honnêtement et fidèlement
- Elle accepte les cartes de crédit et les cartes de débit comme moyens de paiement
- Elle est capable de prendre des réservations et répondre à des questions par téléphone, télécopieur ou courrier électronique à l'année longue
- Elle est capable de traiter et de confirmer les modalités de réservation dans les 24 heures
- Elle possède un produit qui est d'intérêt pour les touristes Canadiens et étrangers

En plus, les entreprises de tourisme autochtone doivent aussi assurer que les critères "Prêts à exportation" suivants sont aussi respectés:

- L'entreprise produit un budget adéquat et un plan de marketing
- Elle comprend les rôles joués par les voyageurs réceptifs, les voyageurs, les grossistes en voyages et les agents de voyage au détail et comprend la tarification des prix affichés ou de détail, les commissions aux agents et des taux nets de gros à chaque niveau
- Elle soit inclinée à inclure des voyageurs réceptifs dans les plans de marketing et de ventes et à offrir des taux nets contractés de gros aux voyageurs réceptifs
- Elle doit être en mesure de fournir la tarification détaillée et des informations à rapport à ses programmes aux voyageurs et aux grossistes au moins un an en avant de la saison de vente
- Elle soit en mesure d'établir des dispositifs de facturation pour les voyageurs, les agences grossistes ou les voyageurs réceptifs
- Si ses plans incluent des activités en groupe, elle faut assurer que les besoins du marché puissent être accommodés et adaptés (c'est à dire accès et stationnement pour les autocars, toilettes, la taille de groupe maximale, la tarification de groupes et le personnel de première ligne capable de parler la langue des marchés cibles)
- Elle porte une assurance adéquate (les voyageurs réceptifs peuvent parfois ajouter des fournisseurs à leurs polices existantes à un coût minime)





- Elle peut offrir un assistance (des taux libres ou réduits) pour les médias internationaux et les tours de familiarisation de commerces de voyage
- Elle offre des taux d'échange conformes à ceux de l'industrie en général.

#### Critères de sélection pour les organismes de marketing du tourisme autochtone

Les organismes de marketing du tourisme autochtone sont des organismes ou des comités qui représentent une destination touristique provinciale, territoriale ou régionale particulière. Ils servent de point de contact "officiel" entre les destinations et les voyageurs, visiteurs individuels ou rencontres avec les professionnels du secteur des réunions.

Les organismes de marketing du tourisme autochtone qui s'incrivent doivent:

- Représenter des destinations de tourisme autochtone
- Posséder un plan de marketing international et représenter des entreprises de tourisme autochtone qui sont prêts pour le marché et l'exportation

