

Pour diffusion immédiate

## **Nouveau plan quinquennal national finalisé par le conseil d'administration de l'ATAC**

Territoire des Salish du littoral, Vancouver, Colombie-Britannique, le 15 février 2016 – Le conseil d'administration national de l'Association Touristique Autochtone du Canada (ATAC) a tenu une réunion la semaine dernière à Vancouver. Plusieurs priorités nationales étaient à l'ordre du jour, notamment la finalisation de la nouvelle stratégie nationale portant sur le tourisme autochtone qui définit notre plan pour la période 2016 - 2021 afin d'augmenter les emplois et les revenus dans l'industrie du tourisme autochtone et d'en réduire les barrières.

« Le conseil national a tenu une réunion productive et l'ATAC est parvenue à un accord quant à la nouvelle stratégie nationale. Nous finalisons les dernières modifications de la stratégie qui sera lancée en mars. L'ATAC est convaincue que la stratégie nationale du tourisme autochtone favorisera la croissance de l'industrie et augmentera les revenus par environ 1,3 milliard de dollars d'ici 2021 tout en créant environ 8000 nouveaux emplois. La stratégie de l'ATAC sera axée sur quatre principaux piliers pour faire face aux défis de la croissance du tourisme autochtone qui ont été identifiés lors de notre récente étude nationale sur le tourisme autochtone présentée en 2015, » a déclaré M. Keith Henry, le Président-Directeur Général de l'ATAC.

« Les efforts nationaux concertés de l'ATAC donneront des résultats positifs pour notre industrie. La signature de l'entente avec Destination Canada en décembre 2015 commence déjà à porter fruit pour les entreprises touristiques autochtones. Ce partenariat est essentiel pour notre développement sur le plan marketing et organisationnel. En fait, la réunion d'ATAC a eu lieu dans les locaux de Destination Canada où leur équipe, dans le cadre de notre rencontre, a présenté les tactiques de marketing employées et prévues pour 2016. Le soutien et l'encadrement de Destination Canada sur le plan marketing et leur collaboration sont primordiaux dans le contexte de notre nouvelle stratégie nationale. Je remercie infiniment David Goldstein, le Président-Directeur Général, Jon Mamela, le Chef du Marketing et Maureen Riley, Directrice Exécutive - Partenariats avec l'industrie pour le travail considérable accompli à ce jour, » a ajouté M. Keith Henry.

« L'ATAC est prête à développer le tourisme autochtone de façon importante à travers le Canada. Les visiteurs nationaux et internationaux veulent des expériences touristiques autochtones authentiques. La collaboration avec les partenaires qui partagent notre vision garantit le succès pour l'ensemble du secteur. La nouvelle stratégie est basée sur plus de tactiques de marketing et offrira plus de soutien au développement des nouvelles entreprises touristiques autochtones. Cette stratégie coordonne les efforts essentiels à la réussite de tous les provinces et les territoires. Le futur s'annonce prometteur et les acteurs clés du tourisme autochtone sont prêts à faire avancer notre industrie. »

Pour de plus amples informations sur l'ATAC, veuillez consulter [AboriginalCanada.ca](http://AboriginalCanada.ca).



## **À propos de l'ATAC**

L'[ATAC](#) (auparavant connue sous le nom de *Aboriginal Tourism Marketing Circle*) a été officiellement établie en 2015 comme organisation nationale à but non lucratif de l'industrie du tourisme autochtone. À ce jour, l'ATAC regroupe 15 représentants et organisations de l'industrie du tourisme autochtone. À travers une voix unifiée du tourisme autochtone, l'ATAC met l'accent sur la création de partenariats entre les associations, les organisations, les ministères et les chefs de file de l'industrie à travers le pays afin de soutenir la croissance de cette industrie au Canada.

### **Personne-ressource pour les médias :**

Keith Henry  
Président-Directeur Général  
ATAC  
1-604-639-4408  
[k.henry@aboriginalcanada.ca](mailto:k.henry@aboriginalcanada.ca)