



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

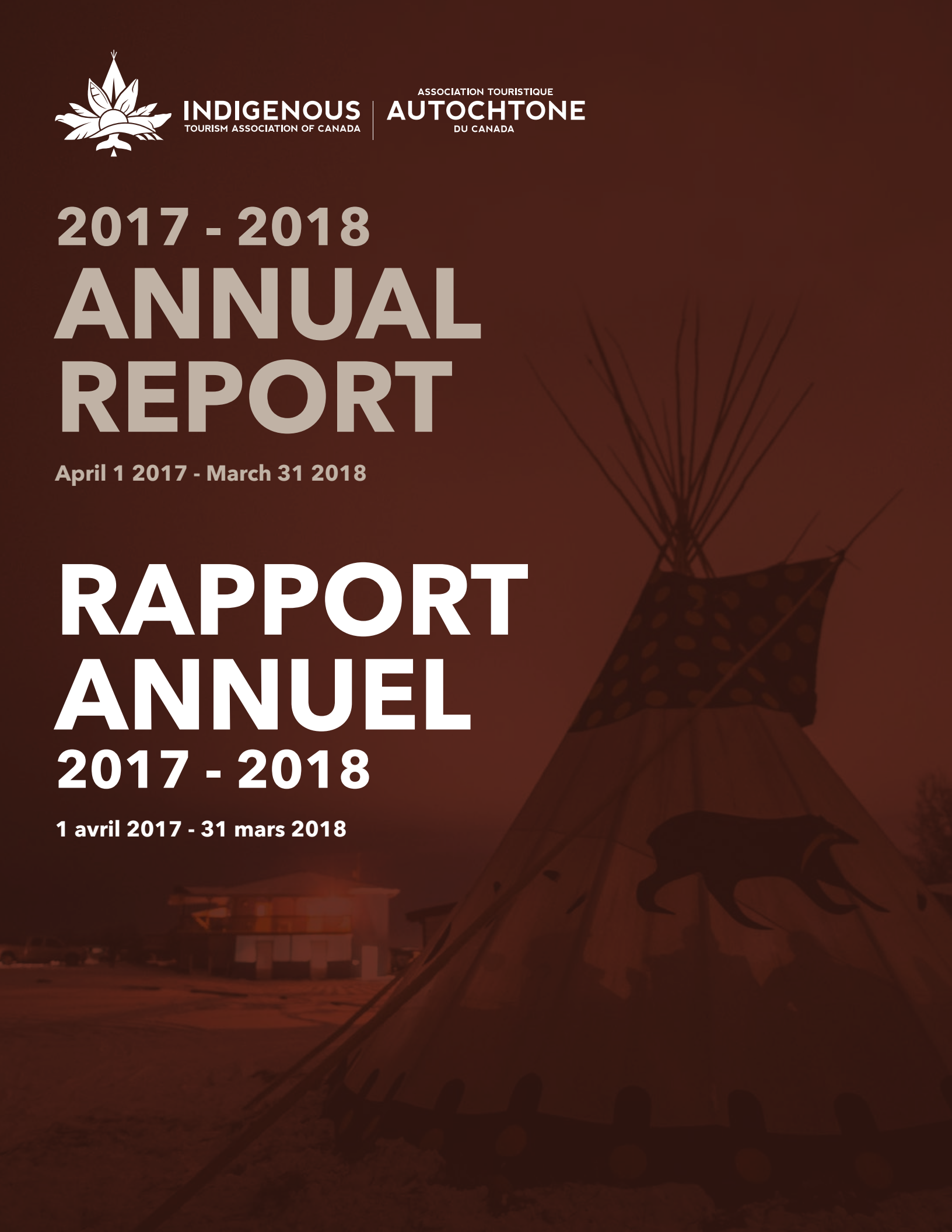
ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

2017 - 2018 ANNUAL REPORT

April 1 2017 - March 31 2018

RAPPORT ANNUEL 2017 - 2018

1 avril 2017 - 31 mars 2018



Brown Bear Woman Meeting Centre, Tsuut'ina Nation, Alberta (November 2017)

Brown Bear Woman Meeting Centre, Nation Tsuut'ina, Alberta (Novembre 2017)

TABLE OF CONTENTS

Message from ITAC President & CEO	4
Executive summary	6
Organizational overview	8
Strategic pillars	
Development	12
Marketing	20
Partnerships	30
Leadership	42
Audited financial statements	54
Contact information	62

TABLE DES MATIÈRES

Mot du Président-Directeur Général de l'ATAC	4
Résumé	6
Vue d'ensemble de l'ATAC	8
Piliers stratégiques	
Développement	12
Marketing	20
Partenariat	30
Leadership	42
Audit des états financiers	54
Coordonnées	62

MESSAGE FROM ITAC PRESIDENT & CEO

Let me begin by thanking our Indigenous Tourism Association of Canada (ITAC) board and team members for the most successful year to date since incorporation in 2015. Through strong governance, program and financial administration, the dedication of the ITAC team has resulted in greater support for the shared vision of growing Indigenous tourism in Canada.

The April 1st, 2017 - March 31st, 2018 fiscal year was the second of our current five-year strategy entitled "The Path Forward". This national Indigenous tourism industry strategy is complex and requires implementation through new marketing tactics, creative experience development projects, strong Indigenous tourism leadership, and expansion of partnerships.

This past year the ITAC team was able to successfully execute and complete all board-mandated key performance indicators, demonstrating tangible success each step of the way. This ensured an expansion of experience development programs, new marketing initiatives, successful delivery of the sixth annual International Indigenous Tourism Conference, new Indigenous tourism strategy creation in key provinces and territories, and launch of a new Indigenous tourism packaging project, plus so much more.

MOT DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ATAC

Tout d'abord, j'aimerais remercier les membres du conseil d'administration et de l'équipe de l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) car nous avons connu la meilleure année depuis la constitution de l'association en 2015. Une gouvernance, des programmes et une administration financière solides ainsi que le dévouement de l'équipe de l'ATAC ont contribué à une vision commune afin de faire avancer le tourisme autochtone au Canada.

L'exercice financier du 1er avril 2017 au 31 mars 2018 constituait la deuxième année de notre stratégie quinquennale en vigueur intitulée « La voie de l'avenir ». Cette stratégie nationale de l'industrie touristique autochtone est complexe et doit être mise en œuvre au moyen de nouvelles tactiques de marketing, de projets de développement d'expériences créatifs, d'un leadership fort au sein de l'industrie touristique autochtone et d'un renforcement des partenariats.

Au cours de la dernière année, l'équipe de l'ATAC a réussi à répondre à tous les principaux indicateurs de rendement établis par le conseil d'administration et conçus pour démontrer des résultats concrets à chaque étape du processus. Les réalisations incluent une expansion des programmes de développement d'expériences, de nouvelles initiatives de marketing, la réussite du 6ème Congrès international du tourisme autochtone, la création de nouvelles stratégies pour le tourisme autochtone dans les provinces et territoires clés, le lancement d'un nouveau projet de forfaitisation et bien plus.

One of the most important aspects of ITAC's success has been the ongoing commitment of key partners such as the Government of Canada, Destination Canada, Tourism Industry Association of Canada, Parks Canada and several others. ITAC is playing an important part in the new Tourism Vision for Canada and key initiatives such as Northstar 22 with Destination Canada.

During these exciting times, there remains the commitment at ITAC to ensure our Indigenous tourism industry meets the needs of domestic and international visitor expectations. ITAC continues to strive to make Canada the best destination in the world for authentic Indigenous tourism.

We enter the upcoming year with increasing optimism. There will be new initiatives such as exciting new work with the Canada China Year of Travel and expanded new marketing initiatives in the United States.

On behalf of our entire team, I want to thank all of our members, partners and friends for our collective work to grow Indigenous tourism in Canada.

Keith Henry,
President & CEO,
Indigenous Tourism Association of Canada

L'un des aspects les plus importants de notre succès a été l'engagement continu de nos partenaires clés notamment le gouvernement du Canada, Destination Canada, l'Association de l'industrie touristique du Canada, Parcs Canada et plusieurs autres. L'ATAC joue un rôle important dans la Nouvelle vision du tourisme du Canada et dans les principales initiatives avec Destination Canada telles que NorthStar 22.

En cette période exaltante, l'ATAC affirme son engagement à ce que le tourisme autochtone réponde aux attentes des visiteurs nationaux et internationaux. L'ATAC s'engage à faire du Canada la meilleure destination au monde pour le tourisme autochtone authentique.

Nous abordons la prochaine année avec grand optimisme. De nouvelles initiatives seront lancées notamment un nouveau projet très intéressant dans le cadre de l'Année du tourisme Canada-Chine et de nouvelles stratégies de marketing visant les États-Unis.

Au nom de toute l'équipe, je tiens à remercier nos membres, partenaires et amis pour le travail collectif visant à faire avancer le tourisme autochtone au Canada.

Keith Henry,
Président-directeur général,
L'Association Touristique Autochtone du Canada



Keith Henry

President & CEO
Indigenous Tourism Association of Canada

Président-directeur général
L'Association Touristique Autochtone du Canada

EXECUTIVE SUMMARY

In 2017-2018, the Indigenous Tourism Association of Canada team was on the road more than ever, demonstrating a commitment to being present and connected to industry throughout year two of *A Path Forward*, ITAC's five-year strategic plan. The team and board attended over 50 events across Canada, facilitating workshops, sponsoring awards and presenting on the growing opportunities in the tourism industry. ITAC also hosted the sold out International Aboriginal Tourism Conference in partnership with the Tsuut'ina Nation on Treaty 7 Territory in Calgary, Alberta, attracting over 500 delegates.

This personalized time paid off. New partnership agreements were signed with many organizations including:

- Government of Alberta, Ministry of Alberta Culture & Tourism
- Travel Manitoba
- Parks Canada
- Tourism Industry Association of New Brunswick
- American Indian Alaska Native Tourism Association
- Atlantic Canada Opportunities Agency
- Adventure Travel Trade Association
- Quebec Aboriginal Tourism

ITAC's relationship with Destination Canada remains strong and focused and David Laveau, ITAC board Chair, became the first Indigenous tourism leader appointed to the board of Destination Canada in 2017. Keith Henry, ITAC President and CEO, was appointed to the board of Tourism HR Canada and an agreement with the Tourism

RÉSUMÉ

En 2017-2018, l'équipe de l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) était plus que jamais sur le terrain, démontrant ainsi son engagement à être présente et impliquée pour la deuxième année de son plan stratégique quinquennal intitulé « La voie de l'avenir ». L'équipe et le conseil ont assisté à plus de 50 événements dans l'ensemble du Canada, animant des ateliers, parrainant des prix et présentant les opportunités croissantes au sein de l'industrie touristique.

L'ATAC a également tenu le Congrès international du tourisme autochtone – événement complet – en partenariat avec la nation Tsuut'ina sur le territoire du Traité no. 7 à Calgary, en Alberta, attirant plus de 500 délégués.

Ce temps investi auprès des partenaires a porté ses fruits. De nouvelles ententes ont été signées avec plusieurs organisations notamment :

- Le gouvernement de l'Alberta, le ministère de la Culture et du Tourisme (Alberta);
- Voyage Manitoba;
- Parcs Canada;
- L'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick;
- L'American Indian Alaska Native Tourism Association;
- L'Agence de promotion économique du Canada atlantique;
- L'Adventure Travel Trade Association;
- Tourisme Autochtone Québec.

Les liens entre l'ATAC et Destination Canada demeurent bien ancrés et orientés.

M. Dave Laveau, président du conseil d'administration de l'ATAC, est devenu le premier chef de file autochtone à être nommé au conseil d'administration de Destination Canada en 2017. M. Keith Henry, président-directeur général de l'ATAC, a été nommé au conseil de RH Tourisme Canada et une entente signée avec l'Association de l'industrie touristique du Canada renforce l'engagement de l'ATAC à participer de façon continue

Industry Association of Canada furthers ITAC's commitment to ongoing participation in key industry events including Rendez-vous Canada and GoMedia. Also in 2017, Destination Canada and ITAC partnered on a study to gain an understanding of how the USA traveler relates to Indigenous tourism. The report was published in August and through this process an important discovery was made around the branding of the organization. The term "Aboriginal" was confusing or unknown to Canada's biggest market, and stakeholders confirmed the term Indigenous was more authentic and inclusive. Therefore, a significant change was made last year to rebrand from the Aboriginal Tourism Association of Canada to become the Indigenous Tourism Association of Canada (ITAC), a new, inclusive name which has been embraced across the country.

Helping Indigenous businesses develop with a solid foundation continues to be a priority. ITAC's Experience Development Micro Grant Program contributed over \$400,000 to over 60 Indigenous tourism businesses across Canada in 2017/18. ITAC ended the year with 348 total members including 199 voting members from across Canada. Of the 149 non-voting members, 70 are Indigenous tourism businesses, communities or entrepreneurs working towards becoming a market-ready Indigenous tourism business. Investment in new team members, added expertise and expanded partnerships means that ITAC is poised for another strong year in leadership, development, marketing and partnership, its four key strategic pillars which help define its success from coast to coast to coast.

aux événements clés de l'industrie incluant Rendez-vous Canada et GoMedia. En 2017, Destination Canada et l'ATAC ont collaboré sur une étude pour sonder comment les voyageurs américains perçoivent le tourisme autochtone. Le rapport a été publié en août et a révélé une information clé quant à l'image de marque de l'association. Le terme « Aboriginal » en anglais portait à confusion ou était inconnu dans le plus grand marché du Canada et les parties prenantes ont confirmé que le terme « Indigenous » était plus authentique et inclusif. Par conséquent, une décision majeure a été prise l'année dernière pour changer le nom de l'association à Indigenous Tourism Association of Canada (ITAC) en anglais – un nouveau nom inclusif qui a été adopté partout au pays.

Aider les entreprises autochtones à se développer grâce à des bases solides demeure une priorité pour l'ATAC. Dans le cadre du programme de micro-subventions pour le développement de l'offre touristique, plus de 400 000 \$ ont été versés à plus de 60 entreprises touristiques autochtones de l'ensemble du Canada en 2017/18. L'ATAC a terminé l'année avec un total de 348 membres, dont 199 membres votants de partout au Canada. Parmi les 149 membres non-votants, 70 sont des entreprises touristiques, communautés ou entrepreneurs autochtones qui déploient des efforts pour devenir commercialisables. Le recrutement de nouveaux membres de l'équipe, l'ajout de nouvelles expertises, et des partenariats renforcés signifient que l'ATAC est prête pour une autre excellente année en matière de leadership, de développement, de marketing et de partenariat – ses quatre piliers stratégiques clés qui contribuent à son succès dans l'ensemble du pays.

ORGANIZATIONAL OVERVIEW

The Indigenous Tourism Association of Canada's (ITAC's) purpose is to improve the socio-economic situation of Indigenous people by providing economic development advisory services, conferences, professional development training and workshops, industry research and information for Indigenous tourism operators and communities, as well as those looking to invest in an Indigenous cultural tourism business within Canada's 13 regions: 10 provinces and three territories.

ITAC was incorporated in 2015 as a not-for-profit society and has begun year three of a five-year strategic plan. The ITAC board consists of 13 elected board members representing each province and territory across Canada.

ITAC has been held up as a model of best practices for global Indigenous tourism organizations to emulate. By uniting the Indigenous tourism industry across Canada, collaborating with stakeholders involved with the sustainable and restorative development of tourism globally, ITAC has gathered collective support, promotion, and marketing of authentic Indigenous tourism businesses. This has allowed development to be led by Indigenous peoples in the most respectful manner possible.

The Global Tourism Industry

According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2017 recorded the highest growth in international arrivals in seven years. After eight consecutive years of steady expansion in the 4–5% range, year-over-year growth of 7% in 2017 marks

VUE D'ENSEMBLE DE L'ATAC

L'ATAC vise à améliorer la situation socio-économique des Autochtones en offrant des services consultatifs en matière de développement économique et grâce à des congrès sur le tourisme, des séances de formation et des ateliers sur le renforcement des capacités, de la recherche et des informations sur l'industrie à l'intention des opérateurs touristiques autochtones, des communautés ainsi que ceux cherchant à investir dans une entreprise touristique culturelle dans les 13 régions (10 provinces et 3 territoires) du Canada.

L'ATAC a été constituée en 2015 en tant qu'organisme sans but lucratif et a entamé la troisième année de son plan stratégique quinquennal. Le conseil d'administration de l'ATAC se compose de 13 membres élus représentant chaque province et territoire du pays.

L'ATAC est reconnu comme un modèle de meilleures pratiques pour les organisations touristiques autochtones mondiales. En unissant l'industrie touristique autochtone dans l'ensemble du Canada, en collaborant avec les parties prenantes impliquées dans le développement durable et les pratiques réparatrices du tourisme à l'échelle mondiale, l'ATAC a mobilisé un appui collectif pour la promotion et le marketing d'entreprises touristiques autochtones authentiques. Cela a permis que le développement soit guidé par les Autochtones de la manière la plus respectueuse possible.

a new record since the global financial crisis in 2009. UNWTO also predicts growth in 2018 around the 4-4% range, and more modest growth of 3.8 % until 2020. This is good news for ITAC as a significant driver of this growth is visitors' search for authentic visitor experiences which provide real benefits to Indigenous peoples and nations. There are currently 370 million Indigenous peoples in the world, many looking for new economic opportunities and to whom the tourism industry often turns to assist with leading restorative and sustainable tourism practices. As 2017 was the International Year of Sustainable Tourism for Development tourism leaders viewed this as a key opportunity for putting Indigenous tourism high on the international tourism agenda.

ITAC also identified the global concerns around over-tourism as an area of focus. CEO Keith Henry co-chaired the inaugural IMPACT Sustainability Travel and Tourism conference in Victoria, British Columbia, and will do so again in 2019. This conference brings government and industry leaders together to discuss tourism's legacy within Canada for future generations, and ITAC ensured Indigenous tourism was at the core of these discussions.

During the Adventure Travel World Summit in Salta, Argentina, ITAC presented scholarships to international Indigenous tourism operators, as part of its global partnership with the Adventure Travel Trade Association. Through this association, ITAC also presented to Indigenous tourism delegations in Colombia and Chile while attending the World Indigenous Business Forum in Santiago Chile.

L'industrie touristique mondiale

Selon l'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies (OMT), 2017 a connu la plus forte croissance des arrivées internationales en sept ans. Après huit années consécutives de croissance soutenue de l'ordre de 4-5 %, la croissance en glissement annuel de 7 % en 2017 établit un nouveau record depuis la crise financière mondiale de 2009. L'OMT prédit une croissance autour de 4-5% en 2018 et une croissance plus modeste de 3,8 % jusqu'en 2020. Ce sont de bonnes nouvelles pour l'ATAC car un moteur important de cette croissance est la recherche d'expériences touristiques authentiques par les visiteurs, ce qui procure de réels avantages aux peuples et nations autochtones. Il y a actuellement 370 millions d'Autochtones au monde, dont beaucoup sont à la recherche de nouvelles possibilités économiques et vers qui l'industrie touristique se tourne souvent pour contribuer à la mise en place de pratiques touristiques réparatrices et durables. Alors que 2017 était l'Année internationale du tourisme durable pour le développement, les chefs de file de l'industrie touristique ont profité de cette occasion clé pour placer le tourisme autochtone au premier rang des priorités du tourisme international.

L'ATAC a également identifié les préoccupations mondiales concernant le sur-tourisme comme une priorité. M. Keith Henry, président-directeur général de l'ATAC, a co-présidé la première édition du congrès IMPACT Sustainability Travel & Tourism qui a eu lieu à Victoria, en Colombie-Britannique, et le fera à nouveau en 2019. Ce congrès réunit les chefs de file du gouvernement et de l'industrie pour discuter à propos du patrimoine touristique canadien pour les générations futures. L'ATAC a veillé à ce que le tourisme autochtone soit au cœur de ces discussions.

Tourism in Canada

As reported, 2017 was a breakthrough year for tourism, and Destination Canada reports that international arrivals for Canada are also at an all-time high. Research has also shown visitors to Canada are higher-yield and more internationally diversified, leading to greater revenue for the visitor economy. Destination Canada looked to ITAC to assist in promoting the diversity of authentic experiences across the country. ITAC staff presented on behalf of Destination Canada during the prestigious New York Times Travel Show as well as AdventureELEVATE in Banff, Alberta. ITAC supported a trip with many of Canada's top international tour operators and media influencers to the Torngat Mountains National Park in Labrador and Newfoundland, and showcased up and coming Indigenous artists during key industry events throughout the year.

ITAC's launch of a new guidebook, featuring 55 Indigenous experiences, has become an invaluable tool for DMOs across the country. Further enhancing the marketing tools available for all of ITAC's partners, video shoots took place in Nova Scotia, New Brunswick, Ontario, and Alberta for the creation of a new Indigenous Voices series. ITAC will also support Destination Canada's efforts during 2018's Canada-China Year of Tourism, a growth market for ITAC.

Au cours de l'Adventure Travel World Summit à Salta, en Argentine, l'ATAC a présenté des bourses à des opérateurs touristiques autochtones internationaux dans le cadre de son partenariat mondial avec l'Adventure Travel Trade Association. Grâce à cette association, l'ATAC a également donné des présentations à l'intention des délégations du tourisme autochtone en Colombie et au Chili en marge de sa participation au World Indigenous Business Forum à Santiago, au Chili.

Le tourisme au Canada

Tel que rapporté, 2017 a été une année remarquable pour le tourisme, et selon Destination Canada, les arrivées internationales au Canada ont aussi atteint un niveau record. Des études démontrent également que les visiteurs au Canada ont un meilleur rendement et sont plus diversifiés internationalement, ce qui entraîne des revenus plus élevés pour l'économie touristique. Destination Canada s'est tournée vers l'ATAC pour avoir un soutien au niveau de la promotion des diverses expériences authentiques dans l'ensemble du pays. M. Keith Henry a fait une présentation au nom de Destination Canada lors du prestigieux New York Times Travel Show, a accompagné plusieurs des plus importants voyageurs et influenceurs médiatiques internationaux du Canada au parc national des Monts-Torngat à Terre-Neuve-et-Labrador, et a mis en valeur les artistes autochtones émergents lors des événements clés de l'industrie tout au long de l'année.

ITAC's relationship with the Federal Ministry of Small Business and Tourism, Ministry of Indigenous Services Canada, and Ministry of Crown-Indigenous Relations and Northern Affairs Canada continues to grow stronger and ITAC is appreciative of the ongoing support they provide for the overall economic growth of Indigenous tourism across Canada. ITAC will continue to work closely with all ministries in support of Canada's Tourism Vision as announced at Rendezvous Canada 2017.

Targets for Indigenous Tourism in Canada (2016-2021)

- Revenues: \$300 million increase in annual Canadian GDP from Indigenous tourism by 2021;
- Jobs: Total of 40,233 Indigenous tourism workers by 2021;
- Businesses: 50 new Indigenous tourism operators at export-ready status by 2021

L'ATAC a lancé un nouveau guide, mettant en vedette 55 expériences autochtones, qui est devenu un outil précieux pour les organisations de marketing de destinations (OMD) partout au pays. Des tournages vidéo ont eu lieu en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick, en Ontario et en Alberta afin de créer une nouvelle série intitulée « Les voix autochtones » qui s'ajoute aux outils de marketing disponibles pour les partenaires de l'association. L'ATAC appuiera les efforts de Destination Canada au cours de l'Année du tourisme Canada-Chine 2018 – la Chine étant un marché en croissance pour l'ATAC.

Les relations entre l'ATAC et le ministère de la Petite Entreprise et du Tourisme et le ministère des Affaires autochtones et du Nord Canada du gouvernement fédéral continuent de se consolider. L'ATAC apprécie le soutien que les ministères apportent à la croissance économique globale du tourisme autochtone au Canada. L'ATAC continuera de travailler en étroite collaboration avec les deux ministères à l'appui de la Vision du tourisme du Canada présentée à l'occasion de Rendez-vous Canada cette année.

Objectifs pour le tourisme autochtone au Canada (2016-2021)

- Revenus : Augmenter la contribution du tourisme autochtone au PIB annuel canadien de 300 millions de dollars d'ici 2021;
- Emplois : Un total de 40 233 travailleurs dans l'industrie touristique autochtone d'ici 2021;
- Entreprises : 50 nouvelles entreprises touristiques autochtones identifiées comme exportables d'ici 2021.

*Haida Style Expeditions (British Columbia)
Micro grant recipient*

*Haida Style Expeditions (Colombie-Britannique)
Bénéficiaire d'une micro-subvention*



*Shakat Tun Adventures (Yukon)
Micro grant recipient*

*Shakat Tun Adventures (Yukon)
Bénéficiaire d'une micro-subvention*

STRATEGIC PILLAR**DEVELOPMENT**

Critical to the growth of Indigenous tourism across Canada is nurturing the growth and development of visitor, market and export-ready businesses providing authentic Indigenous tourism experiences to visitors locally and from around the world. ITAC supports this growth through a series of initiatives including ITAC's International Indigenous Tourism Conference and micro business grants, aimed to help Indigenous tourism businesses achieve market and export ready status, as well as providing advisory services, workshops and incentives to build skills and attract invaluable labour.

ITAC provides regular training in partnership with industry partner organizations. ITAC provides scholarships to international conferences and spearheads participation in global trade events. These efforts are building capacity and Canada's reputation for having the most authentic Indigenous experiences in the world. The ITAC Development Team's time and energy is spent meeting with communities, entrepreneurs and leaders in Indigenous tourism across the country to hear not only what kind of supports the businesses need, but support capacity development and partnership development across the country.

PILIER STRATÉGIQUE**DÉVELOPPEMENT**

Favoriser le développement des entreprises prêtes à accueillir des touristes, des entreprises commercialisables et exportables qui offrent des expériences touristiques autochtones authentiques aux visiteurs locaux et internationaux est essentiel à la croissance du tourisme autochtone au Canada. L'ATAC soutient cette croissance par le biais d'une série d'initiatives incluant des micro-subsidies pour aider les entreprises touristiques autochtones à devenir commercialisables et exportables ainsi que des services consultatifs, des ateliers et des incitations pour développer les compétences et attirer une main-d'œuvre de qualité.

Des séances de formation sont constamment offertes par l'ATAC, en collaboration avec les organisations partenaires de l'industrie. L'ATAC offre également des bourses pour des congrès internationaux et favorise la participation à des événements touristiques mondiaux. Ces actions contribuent à renforcer les capacités et la réputation du Canada en tant que destination offrant les expériences autochtones les plus authentiques au monde. L'équipe de développement de l'ATAC consacre temps et énergie à rencontrer les communautés, les entrepreneurs et les chefs de file de l'industrie touristique autochtone non seulement pour déterminer le type de soutien dont les entreprises ont besoin mais aussi pour soutenir le renforcement des capacités et le développement de partenariats partout au pays.

KEY PERFORMANCE INDICATOR	ACHIEVED
<p>Deliver product development support funding</p> <p>Provide product development support funding to no fewer than 30 Indigenous tourism businesses in Canada leading them to market and export-ready status.</p>	<p>\$400,000+ delivered to 60+ Indigenous tourism businesses</p>
<p>Aid and support for workshops and capacity development programs</p> <p>Successfully implement training and capacity development programs in three regions of Canada involving at least 30 businesses.</p>	<p>Delivered training and education in five provinces/territories involving 35+ businesses</p>
<p>Plan and deliver the 2017 International Aboriginal Tourism Conference</p> <p>Deliver 2017 International Aboriginal Tourism Conference in Calgary, Alberta, in partnership with Tsuut'ina First Nation.</p>	<p>Sold-out conference with 500+ participants and 95%+ satisfaction rating</p>
<p>Network of regional ITAC representatives</p> <p>Hire three regional tourism coordinators who will deliver and support development work.</p>	<p>Four tourism coordinators were hired for the Alberta, Manitoba, Atlantic and North regions</p>

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT	ATTEINT
<p>Offrir un financement pour appuyer le développement de l'offre touristique</p> <p>Fournir des fonds pour le développement de l'offre touristique à au moins 30 entreprises touristiques autochtones au Canada leur permettant d'atteindre le statut "commercialisable" et "exportable".</p>	<p>Plus de 400 000 \$ versés à 60+ entreprises touristiques</p>
<p>Fournir de l'aide et un appui dans le cadre des ateliers et des programmes de renforcement des capacités</p> <p>Mettre en place avec succès des programmes de formation et de renforcement des capacités impliquant au moins 30 entreprises dans trois régions du Canada.</p>	<p>Séances de formation et d'éducation offertes à plus de 35 entreprises dans cinq provinces/territoires</p>
<p>Planifier et organiser le Congrès international du tourisme autochtone (CITA) 2017</p> <p>Organiser le CITA 2017 à Calgary, en Alberta, avec la collaboration de la Première Nation TsuuT'ina.</p>	<p>Congrès complet avec plus de 500 participants et un taux de satisfaction de plus de 95 %</p>
<p>Réseau des représentants régionaux de l'ATAC</p> <p>Recruter trois coordonnateurs régionaux en tourisme qui réaliseront et appuieront le développement dans les régions.</p>	<p>4 coordonnateurs en tourisme embauchés pour l'Alberta, le Manitoba, le Canada atlantique et le Nord</p>

HIGHLIGHT

The sixth annual International Indigenous Tourism Conference in partnership with the Tsuut'ina Nation at Grey Eagle Resort in Calgary, Alberta.

ITAC co-hosted its sixth annual International Indigenous Tourism Conference (IITC) in November 2017 with the Tsuut'ina Nation at Grey Eagle Resort in Calgary, Alberta on Treaty 7 Territory. The International Indigenous Tourism Conference (IITC) brings together people interested and invested in creating and contributing towards the Indigenous tourism industry. The 2017 event hosted more than 500 Indigenous tourism operators and experts from around the world to share best practices focused around ITAC's four strategic pillars – leadership, partnership, development and marketing.

The 2017 IITC featured a pre-conference day, dedicated to the Alberta Indigenous tourism industry that hosted more than 150 participants and where the creation of the Indigenous Tourism Association of Alberta was announced.

The 2017 IITC also included cultural tours to nearby Indigenous tourism experiences and the ITAC Gala Awards evening, presenting eight awards to operators – 4 national awards and 4 Alberta awards. The Gala Awards evening also featured local cultural entertainment from Treaty 7 and Metis performers.

POINT FORT

La 6^{ème} édition du Congrès international du tourisme autochtone a été tenu en partenariat avec la nation Tsuut'ina au Grey Eagle Resort à Calgary, en Alberta.

L'ATAC a co-organisé la 6^{ème} édition du Congrès international du tourisme autochtone (CITA) en partenariat avec la Première Nation Tsuut'ina au Grey Eagle Resort sur le territoire du Traité no.7 à Calgary, en Alberta. Le CITA est un congrès annuel regroupant des personnes intéressées et investies dans l'avancement de l'industrie touristique autochtone. Plus de 500 experts et opérateurs touristiques autochtones du monde entier y ont participé pour partager les meilleures pratiques axées sur les 4 piliers stratégiques de l'ATAC – leadership, partenariat, développement et marketing.

Une journée pré-congrès consacrée à l'industrie touristique autochtone en Alberta a vu la participation de plus de 150 personnes. La création de l'association touristique autochtone de l'Alberta a été annoncée lors de l'événement.

Le CITA 2017 comprenait également des visites culturelles aux expériences touristiques autochtones à proximité et le Gala des Prix Tourisme Autochtone lors duquel 8 prix ont été décernés aux opérateurs – 4 prix nationaux et 4 prix de l'Alberta. Des artistes Métis ainsi que ceux du Traité no.7 ont donné un spectacle lors de la soirée de gala.



*Grand entry at the 2017 International Indigenous Tourism Conference
November 2017, Calgary, Alberta*

*Cérémonie d'inauguration au Congrès international du tourisme autochtone 2017
Novembre 2017, Calgary, Alberta*

HIGHLIGHT

The ITAC Experience Development Micro Grant Program contributed over \$400,000 to more than 60 Indigenous tourism businesses across Canada.

ITAC's Experience Development Micro Grant Program responds directly to the need of Indigenous tourism businesses for support and guidance in achieving greater marketplace awareness, larger volumes of visitors and sustainable business growth. It is designed to assist multiple Indigenous tourism businesses in all 13 provinces and territories.

In its second year (2017-18), ITAC's Experience Development Micro Grant Program received more than \$1.2 million in support requests for 115 Indigenous tourism projects. Each applicant could apply for up to \$10,000 in funding support and ITAC contributed more than \$400,000 to more than 60 Indigenous tourism businesses across Canada, with projects supported in each of the provinces and territories.

18

POINT FORT

Programme de micro-subventions pour le développement de l'offre touristique – plus de 400 000 \$ ont été versés à plus de 60 entreprises touristiques autochtones au Canada.

Le programme de micro-subventions de l'ATAC pour le développement de l'offre touristique répond directement aux besoins des entreprises touristiques autochtones en matière de soutien et d'encadrement pour mieux comprendre le marché, pour attirer un plus grand nombre de visiteurs et pour réaliser une croissance durable. Ce programme a pour objectif d'aider plusieurs entreprises touristiques autochtones dans autant des 13 provinces et territoires que possible.

Plus de 1,2 million de dollars en demande de financement pour 115 projets touristiques autochtones ont été reçus lors de la deuxième année du programme (2017-18). Chaque candidat pouvait faire une demande de financement allant jusqu'à 100 000 \$ et l'ATAC a versé plus de 400 000 \$ à plus de 60 entreprises touristiques autochtones partout au Canada, soutenant des projets dans chaque province et territoire.



Sea Wolf Adventures (British Columbia)
Micro grant recipient

Sea Wolf Adventures (Colombie-Britannique)
Bénéficiaire d'une micro-subvention

HIGHLIGHT

ITAC delivered a diverse program of training and education across Canada.

ITAC’s training and education programs respond to the needs of Indigenous tourism businesses experiencing deficiencies in the qualifications of their workforce. As needs vary between businesses, provinces and territories, the training programs are customized each year to respond directly to the current requirements of the Indigenous tourism industry.

The 2017-18 training and education programs included:

- Frontline service training, developing skills and capacity for the people in the community or at a business who are delivering the tourism experience. British Columbia, New Brunswick.
- Guide training for operators needing specific skills for taking visitors out onto the land. Yukon, Nunavut.
- Regional capacity development in partnership with local DMOs and other industry supporters. Northwest Territories, Newfoundland and Labrador, Alberta, Yukon.
- Industry capacity training allowing businesses and industry to benefit from specific skill development, such as market-ready and export ready training, to grow their business and maintain industry standards. Prince Edward Island, Ontario.

POINT FORT

L’ATAC a offert des programmes variés de formation et d’éducation dans l’ensemble du Canada.

Les programmes de formation et d’éducation répondent aux besoins des entreprises touristiques autochtones dont les effectifs présentent des lacunes au niveau de leurs qualifications. Comme les besoins varient d’une entreprise, d’une province ou d’un territoire à l’autre, les programmes de formation sont personnalisés chaque année en fonction des exigences actuelles de l’industrie touristique autochtone.

Les programmes de formation et d’éducation pour 2017-18 :

- Formation pour les employés de première ligne, développement des compétences et renforcement des capacités au sein d’une communauté ou d’une entreprise offrant une expérience touristique. Colombie-Britannique, Nouveau-Brunswick.
- Formation pour les guides destinée aux opérateurs ayant besoin de compétences spécifiques pour guider les visiteurs sur le territoire. Yukon, Nunavut.
- Développement des capacités régionales en partenariat avec les OMD locales et d’autres partenaires de l’industrie. Territoires du Nord-Ouest, Terre-Neuve-et-Labrador, Alberta, Yukon.
- Formation pour développer le potentiel de l’industrie permettant aux entreprises et à l’industrie de développer des compétences spécifiques. À titre d’exemple, des formations pour aider les entreprises à devenir commercialisables ou exportables, à développer leurs affaires et à rester conformes aux normes de l’industrie. Île-du-Prince-Édouard, Ontario.



Newfoundland Labrador Indigenous Tourism Forum
February 2018
Forum du tourisme autochtone en
Terre-Neuve-et-Labrador
Février 2018

 **DESTINATION
CANADA**

Canada Event



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



AIR CANADA

New Brunswick
Canada



**DESTINATION
BRITISH COLUMBIA™**



*ITB Berlin
March 2018, Germany*

*ITB Berlin
Mars 2018, Allemagne*

STRATEGIC PILLAR**MARKETING**

As the number of market and export-ready experiences grows, Indigenous tourism businesses need ITAC's support to bring their stories to the world and drive demand. Through a series of innovative initiatives, ITAC markets these authentic Indigenous experiences and assures consumers and travel trade stakeholders that the highest standards are being met and respected. In addition, ITAC works closely with Destination Canada to focus on high-value, targeted campaigns and sales efforts in core and emerging markets.

ITAC has leveraged and aligned its own efforts with the marketing expertise found across Canada within powerful tourism industry partner organizations. It has tapped into successful media relations programs, digital marketing campaigns, co-op programs, industry events and travel trade showcases, while developing a progressive marketing and sales program of its own.

PILIER STRATÉGIQUE**MARKETING**

Alors que le nombre d'expériences commercialisables et exportables augmente, les entreprises touristiques autochtones ont besoin du soutien de l'ATAC pour faire connaître leurs histoires au monde entier et stimuler la demande. Grâce à une série d'initiatives innovatrices, l'ATAC commercialise ces expériences autochtones et garantit aux consommateurs et aux parties prenantes du réseau de distribution que les normes les plus élevées sont respectées. De plus, l'ATAC met l'accent sur des efforts importants de marketing et de vente ciblés dans les marchés principaux et émergents, en étroite collaboration avec Destination Canada.

L'ATAC a mobilisé et aligné ses propres efforts avec l'expertise en marketing des puissantes organisations partenaires de l'industrie touristique de partout au Canada. Elle a également mis à profit les programmes réussis de relations avec les médias, les campagnes de marketing numérique, les programmes coopératifs, les événements de l'industrie et les vitrines touristiques tout en développant un programme progressif de marketing et de ventes propre à elle.

KEY PERFORMANCE INDICATOR	ACHIEVED
<p>Deliver effective and targeted marketing program involving website, social media and travel trade channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Set benchmarks to measure Indigenous experiences for sale in travel trade channels in active markets • Grow social media audiences to more than 10,000 engaged users • Increase 2017 web traffic to 35,000 unique visitors 	<p>✓</p>
<p>Build marketing and sales assets</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design and print the Indigenous Tourism Experiences Guide for Rendez-vous Canada in May 2017, featuring over 50 ATAC marketing members; • Invest in the development of marketing assets (video and photography) for market-ready business. 	<p>✓</p>
<p>Key account strategy and key media strategy</p> <p>Develop strategy in partnership with Destination Canada.</p>	<p>✓</p>
<p>Focus on investment in assets, storytelling and features</p> <p>With Destination Canada, invest in marketing assets; develop stories and features of Indigenous communities and entrepreneurs.</p>	<p>✓</p>
<p>Create media story ideas</p> <p>Create at least six themed story ideas for circulation.</p>	<p>✓</p>
<p>Grow earned travel media coverage</p> <p>Secure at least two major travel features and more than \$1M worth of earned media coverage.</p>	<p>✓</p>

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT	ATTEINT
<p>Mettre en place un programme de marketing efficace et ciblé incluant le site Web, les médias sociaux et le réseau de distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> • Établir des critères pour évaluer les expériences autochtones offertes par le biais du réseau de distribution dans les marchés actifs. • Augmenter le nombre d'abonnés actifs sur les médias sociaux à plus de 10 000. • Augmenter l'achalandage du site Web en 2017 à 35 000 visiteurs uniques. 	✓
<p>Développer des ressources de marketing et de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaborer et imprimer le guide des expériences touristiques autochtones mettant en vedette plus de 50 membres de l'ATAC ayant l'avantage marketing dans le cadre du salon touristique Rendez-vous Canada (mai 2017); • Investir dans le développement des ressources de marketing (vidéos, photos) pour les entreprises commercialisables. 	✓
<p>Stratégies pour les partenariats clés et les grands médias</p> <p>Élaborer des stratégies en partenariat avec Destination Canada.</p>	✓
<p>Mettre l'accent sur l'investissement dans les actifs, la communication narrative et les reportages</p> <p>Investir dans les ressources de marketing avec Destination Canada; élaborer des histoires et des reportages sur les communautés et les entrepreneurs autochtones.</p>	✓
<p>Créer des thématiques</p> <p>Créer au moins six idées d'articles de presse portant sur un thème pour diffusion.</p>	✓
<p>Obtenir plus de couverture médiatique</p> <p>Avoir au moins deux reportages majeurs et une couverture médiatique d'une valeur de plus d'un million de dollars.</p>	✓

HIGHLIGHT

By delivering high-value, targeted marketing, ITAC has successfully grown its social media audiences to more than 10,000 engaged users.

Over the past year, ITAC has increased its focus on educational and other high-value content. This engaging content combined with proactive community management has contributed to an increase in social media followers to well over the target of 10,000 engaged users. With a total of 18,200 social followers, ITAC's community grew 211% over the previous fiscal year.

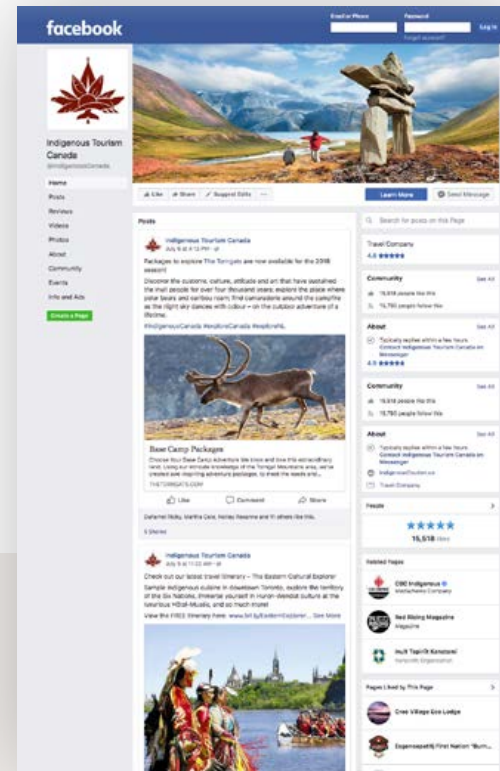
The increase in social media activity helped to drive engagement on the IndigenousTourism.ca website to more than 41,500 engaged users, well past the target of 35,000 for the fiscal year.

POINT FORT

Grâce à un programme de marketing efficace et ciblé, l'ATAC a réussi à augmenter le nombre de ses abonnés actifs sur les médias sociaux à plus de 10 000.

Au cours de la dernière année, l'ATAC a mis davantage l'accent sur du contenu éducatif et de premier choix. Ce contenu attrayant ainsi qu'une gestion proactive de la communauté en ligne ont permis à l'ATAC d'augmenter le nombre de ses abonnés actifs sur les médias sociaux, dépassant largement la cible de 10 000 qu'elle s'était fixée. Avec un total de 18 200 abonnés, la communauté de l'ATAC a connu une hausse de 211 % par rapport au dernier exercice financier.

Une hausse des activités sur les médias sociaux a contribué à augmenter l'achalandage sur le site Web IndigenousTourism.ca à plus de 41 500 visiteurs uniques, bien au-delà de la cible de 35 000 fixée pour l'exercice financier.



In 2017, our Facebook fans increased by 8,895, a 328% increase from the year before.

En 2017, le nombre de nos fans Facebook a augmenté de 8,895, un accroissement de 328% par rapport à l'année précédente.

HIGHLIGHT

The 2017-18 Guide to Indigenous Tourism in Canada showcases market-ready and export-ready members.

Designed and published in May 2017 for Rendez-vous Canada, the 2017-18 Guide to Indigenous Tourism in Canada was ITAC's first print campaign targeted to consumers, media and travel trade. Featuring rich stories and photographs of 55 Indigenous tourism businesses, the Guide to Indigenous Tourism in Canada highlighted member businesses from across the country.

In addition to the printed copies, ITAC made the Guide to Indigenous Tourism in Canada available to consumers as a PDF on IndigenousTourism.ca. The digital version was also translated into French and received substantial web traffic from a targeted online advertising campaign.

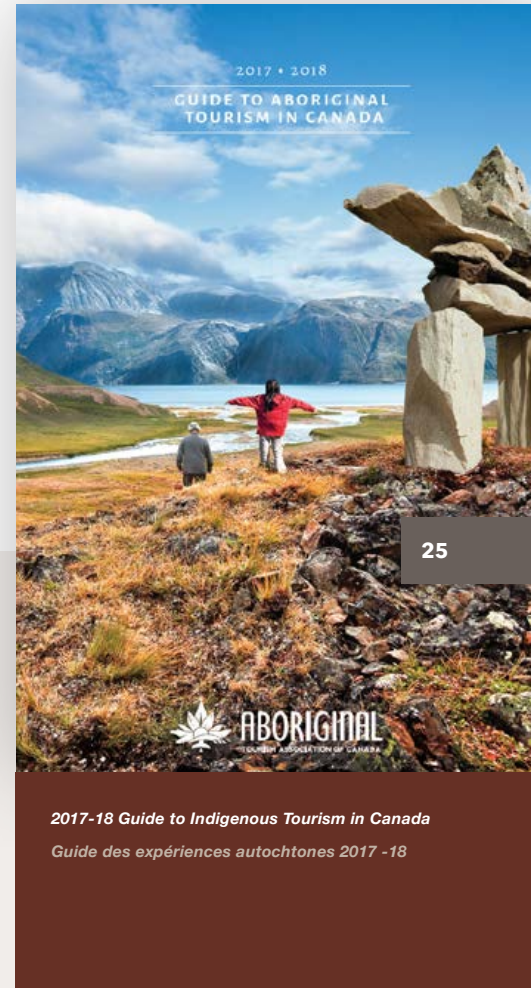
POINT FORT

Le Guide des expériences touristiques autochtones au Canada 2017-18 met en valeur les membres commercialisables et exportables.

Conçu et publié en mai 2017 dans le cadre du salon touristique Rendez-vous Canada, le Guide des expériences touristiques autochtones au Canada 2017-18 était la première campagne de publicité imprimée de l'ATAC visant les consommateurs, les médias et le réseau de distribution.

Les histoires inspirantes et photos de 55 entreprises membres de l'ATAC de partout au Canada y figurent.

En plus des copies imprimées, l'ATAC a mis à la disposition des consommateurs la version PDF du guide sur IndigenousTourism.ca. La version numérique a également été traduite en français, ce qui a permis de booster le trafic du site grâce à une campagne de publicité en ligne ciblée.



HIGHLIGHT

ITAC strengthens its marketing partnership with Destination Canada.

2017-18 saw the already close collaboration between ITAC and Destination Canada grow and strengthen through a number of partnerships. ITAC signed a two-year agreement with Destination Canada to support international growth and development aligned travel trade and media investments in the United Kingdom, France, Germany, China and Japan.

Research activities included the USA Market, Research & Recommendations, published in August 2017, which led to ITAC's transition from 'Aboriginal' to 'Indigenous' and the audit of Indigenous product offered by German travel trade in the German Europe Market Insights & Audit.

ITAC and Destination Canada collaborated on the Indigenous Voices video series. The video shoots took place in September 2017 and included Nova Scotia, New Brunswick, Ontario, and Alberta. This video content was released at the International Aboriginal Tourism Conference in November 2017 and was augmented by professional photography.

POINT FORT

L'ATAC renforce son partenariat marketing avec Destination Canada.

En 2017-18, la collaboration déjà étroite entre l'ATAC et Destination Canada a été consolidée grâce à un certain nombre de partenariats. L'ATAC a signé une entente de deux ans avec Destination Canada pour appuyer la croissance et le développement à l'échelle internationale et investir dans les marchés notamment le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, la Chine et le Japon.

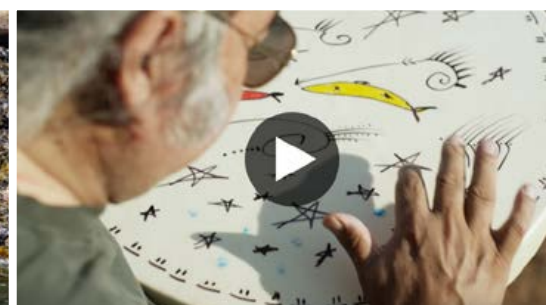
Les travaux de recherche incluaient l'étude de marché « États-Unis – Perceptions et recommandations » publiée en août 2017 qui a mené au changement d'« Aboriginal » à « Indigenous » et, l'audit des produits et des expériences autochtones offerts par le réseau de distribution allemand sur le marché de l'Europe germanophone.

L'ATAC et Destination Canada ont également collaboré sur la série de vidéos intitulée « Les voix autochtones ». Les tournages vidéo ont eu lieu en septembre 2017 en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick, en Ontario et en Alberta. La série – accompagnée de photos professionnelles – a été lancée à l'occasion du Congrès international du tourisme autochtone en novembre 2017.



ITAC created an online video gallery to promote the Indigenous Voices video series.

ATAC a créé une galerie vidéo en ligne pour présenter une série de vidéos sur les voix autochtones.



ITAC and Destination Canada sponsored a media and trade FAM trip to the Torngat Mountain Base Camp in Newfoundland Labrador.
August 2017

ATAC et Destination Canada ont parrainé une tournée de familiarisation au camp de base des Monts-Torngats en Terre-Neuve-et-Labrador.
Août 2017

HIGHLIGHT

Increased awareness of Indigenous tourism experiences at trade and media marketplaces in key markets.

ITAC supported subsidized attendance at Showcase Canada Asia in China, Rendezvous Canada as well as Adventure ELEVATE, resulting in the most Indigenous tourism businesses in-market in history.

ITAC released six story idea sheets to the travel trade and media. These story ideas were then expanded and used as blog content on IndigenousTourism.ca. The blog was launched in September 2017 and provides cornerstone content to the travel trade and media as well as consumers.

In addition to the story ideas, ITAC also supported familiarisation trips for trade and media to Haida Gwaii, British Columbia, Wendake, Quebec and Inuvik, Northwest Territories. These trips helped the trade and media experience Indigenous tourism experiences first-hand and led to increased inclusion of these products in their tariffs. Professional photographers also joined these trips and captured images for use on ITAC's social media as well as by the travel trade.

POINT FORT

Sensibilisation accrue à l'égard des expériences touristiques autochtones dans les salons du tourisme et des médias dans les marchés clés.

L'ATAC a offert des participations subventionnées pour Showcase Canada Asia en Chine, Rendez-vous Canada et Adventure ELEVATE, assurant une vitrine à un nombre record d'entreprises touristiques autochtones à date.

L'ATAC a créé six fiches d'idées d'articles à l'intention du réseau de distribution et des médias. Ces idées ont ensuite été développées et utilisées comme contenu de blogue sur IndigenousTourism.ca. Le blogue a été lancé en septembre 2017 et offre du contenu de base à l'intention du réseau de distribution, des médias et des consommateurs.

L'ATAC a également soutenu des tournées de familiarisation pour le réseau de distribution et les médias à Haida Gwaii, en Colombie-Britannique; à Wendake, au Québec; et à Inuvik, dans les Territoires du Nord-Ouest. Ces tournées ont permis aux représentants du réseau de distribution et des médias de vivre personnellement ces expériences touristiques autochtones. Résultat : une plus grande inclusion de ces offres dans ces canaux de distribution. Des photographes professionnels ont également fait partie de ces tournées et ont pris des images de qualité pour utilisation sur les médias sociaux de l'ATAC et par le réseau de distribution.



Showcase Canada Asia
October 2017, Beijing, China
Showcase Canada Asia
October 2017, Beijing, China



ITB Berlin
March 2018, Germany
ITB Berlin
Mars 2018, Allemagne



**Nova Scotia Indigenous Enterprise Network
opens Go Media 2017**
October 2017, Halifax, Nova Scotia

**Nova Scotia Indigenous Enterprise Network
débute Go Media 2017**
Octobre 2017, Halifax, en Nouvelle-Écosse

STRATEGIC PILLAR**PARTNERSHIPS**

ITAC has established a solid foundation for support by working in collaboration with the Canadian tourism industry, and building global partnerships as new Indigenous experiences are introduced and the industry grows. By connecting ITAC's stakeholders to non-Indigenous tourism businesses who share the same values and commitment to best practices and authenticity only broadens their reach and converts more business.

ITAC travels continuously, meeting personally with regional and national tourism associations, government ministries and agencies, chairs conferences and hosts workshops and presentations with a goal to build better appreciation of the growth potential for Indigenous tourism both nationally and globally.

PILIER STRATÉGIQUE**PARTENARIAT**

L'ATAC a créé une base solide de soutien en collaborant avec l'industrie touristique canadienne et en formant des partenariats mondiaux alors que de nouvelles expériences autochtones sont lancées sur le marché et que l'industrie se développe. En établissant un contact entre ses parties prenantes et les entreprises touristiques non-autochtones qui partagent les mêmes valeurs et le même engagement envers les meilleures pratiques et l'authenticité, l'ATAC permet à ses membres d'augmenter leur portée et faire plus d'affaires.

L'équipe de l'ATAC se déplace constamment pour rencontrer personnellement les représentants des associations touristiques régionales et nationales, des ministères et des organismes gouvernementaux. L'ATAC préside également des congrès et tient des ateliers et présentations dans le but de mieux évaluer le potentiel de croissance de l'industrie touristique autochtone à l'échelle nationale et internationale.

KEY PERFORMANCE INDICATOR	ACHIEVED
<p>Expand partnership agreements with Destination Canada, Tourism Industry Association of Canada and Assembly of First Nations</p> <p>Expand partnership agreements with Destination Canada (year 2 of 3), Tourism Industry Association of Canada (year 1 of 3) and Assembly of First Nations.</p>	<p>Partnerships confirmed and ongoing with five key organizations and stakeholders</p>
<p>Explore new partnership agreements</p> <p>Explore partnership agreements with: Parks Canada, Adventure Travel Trade Association, Government of Manitoba, Government of Saskatchewan, Government of Nunavut, American Indian Alaska Native Tourism Association, Canadian Council of Aboriginal Business, Futurepreneur.</p>	<p>New partnership agreements established with eight organizations and government departments</p>
<p>Continue collaborative opportunities and board and committee representation</p> <p>Wherever possible, continue collaborative opportunities and board and committee representation with agencies and organizations appropriate for ATAC and its mandate.</p>	<p>ITAC has representation on over 5 tourism industry committees and participated in 10+ industry forums and stakeholder or partner sessions</p>
<p>Support Indigenous representation on major Canadian tourism industry associations and organizations</p> <p>Achieve Indigenous representation on the Board of Directors of Destination Canada and Tourism Industry Association of Canada.</p>	<p>ITAC Board member Dave Laveau appointed to Board of Destination Canada, ITAC CEO and President Keith Henry appointed to Board of Tourism HR Canada</p>
<p>Establish regional coordinators to assist region-specific programs</p> <p>Hire three regional tourism coordinators.</p>	<p>Four tourism coordinators were hired for the Alberta, Manitoba, Atlantic and North regions</p>

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT	ATTEINT
<p>Renforcer les partenariats avec Destination Canada, l'Association de l'industrie touristique du Canada et l'Assemblée des Premières Nations</p> <p>Renforcer les partenariats avec les suivants: Destination Canada (année 2 de 3), l'Association de l'industrie touristique du Canada (année 1 de 3), l'Assemblée des Premières Nations.</p>	<p>Partenariats confirmés et en cours avec 5 organisations et parties prenantes clés</p>
<p>Explorer de nouvelles possibilités de partenariat</p> <p>Explorer les possibilités de partenariat avec: Parcs Canada, l'Adventure Travel Trade Association, le gouvernement du Manitoba, le gouvernement de la Saskatchewan, le gouvernement du Nunavut, l'American Indian Alaska Native Tourism Association, le Canadian Council of Aboriginal Business et Futurpreneur.</p>	<p>Nouvelles ententes de partenariat établies avec 8 organisations et ministères</p>
<p>Poursuivre les collaborations et la représentation sur les conseils et les comités</p> <p>Dans la mesure du possible et selon ce qui est approprié pour l'ATAC et son mandat, poursuivre les collaborations et la représentation sur les conseils et les comités au sein des organismes et des organisations.</p>	<p>L'ATAC est représentée dans plus de 5 comités de l'industrie touristique et a participé à plus de 10 forums de l'industrie et séances incluant les parties prenantes et les partenaires</p>
<p>Renforcer la représentation des Autochtones au sein des principales associations et organisations de l'industrie touristique canadienne</p> <p>Représentation autochtone au sein du conseil d'administration de Destination Canada et de l'Association de l'industrie touristique du Canada.</p>	<p>Nomination de M. Dave Laveau, membre du conseil d'administration de l'ATAC, au conseil de Destination Canada; nomination de M. Keith Henry, président-directeur général de l'ATAC au conseil de RH Tourisme Canada</p>
<p>Mettre en place des coordonnateurs pour aider avec les programmes spécifiques aux régions</p> <p>Recruter trois coordonnateurs régionaux en tourisme.</p>	<p>4 coordonnateurs en tourisme embauchés pour l'Alberta, le Manitoba, le Canada atlantique et le Nord</p>

KEY PERFORMANCE INDICATOR	ACHIEVED
<p>Support networking opportunities and regional participation in industry meetings</p> <ul style="list-style-type: none"> • Host 10 industry networking opportunities; • Board members to participate in 15 provincial/territorial meetings. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hosted or supported 20+ Indigenous tourism forum, engagement sessions and partner gatherings • ITAC Board members invited to attend over 20 prov./terr. meetings and regional engagement sessions with partners and stakeholders
<p>Grow participation in the International Aboriginal Tourism Conference 2017</p> <p>Target 400 delegates for International Aboriginal Tourism Conference in November 2017 in Calgary, Alberta.</p>	<p>Sold-out conference with 500+ participants and 95%+ satisfaction rating</p>
<p>Increase ITAC membership</p> <p>Increase ITAC membership to total of 140 members, 90 voting members and 65 upgraded members by end of Q4.</p>	<p>As of March 31/18: Total members = 348 Voting Members = 199 Upgraded Marketing Members = 58</p>
<p>Increase e-mail subscribers with regular and meaningful content</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produce 52 email newsletters of ATAC activities; • Publish 15 news updates to the website and social media channels. 	<ul style="list-style-type: none"> • ITAC produced and distributed 55+ email newsletters in 2017/18 • From April 1/17 to March 31/18, ITAC published 76 news updates to the News section of the ITAC website and through social media channels

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT	ATTEINT
<p>Soutenir les opportunités de réseautage et la participation régionale aux réunions de l'industrie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organiser 10 occasions de réseautage au sein de l'industrie; • Créer au moins 15 occasions pour permettre aux membres du conseil d'administration de l'ATAC de participer à des réunions provinciales/territoriales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation de ou soutien à plus de 20 forums, séances de mobilisation et rencontres avec les partenaires axés sur le tourisme autochtone; • Les membres du conseil d'administration ont été invités à assister à plus de 20 réunions provinciales/territoriales et à des séances de mobilisation régionales avec les partenaires et les parties prenantes.
<p>Augmenter la participation au Congrès International du Tourisme Autochtone 2017</p> <p>Objectif - 400 délégués au CITA 2017 (novembre) à Calgary, en Alberta.</p>	<p>En date du 31 mars 2018 : nombre total des membres = 348; membres votants = 199; membres avec l'avantage marketing = 58</p>
<p>Augmenter l'adhésion à l'ATAC</p> <p>Augmenter le nombre des membres de l'ATAC d'ici la fin de T4 comme suit: total = 140, membres votants = 90, membres au niveau supérieur = 65.</p>	<p>Publication et diffusion de plus de 55 bulletins électroniques par l'ATAC en 2017/18</p>
<p>Augmenter le nombre d'abonnés au bulletin électronique grâce à un contenu régulier et pertinent</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produire 52 bulletins électroniques sur les activités de l'ATAC; • Publier 15 communiqués sur le site Web et les médias sociaux. 	<p>Du 1^{er} avril 2017 au 31 mars 2018, l'ATAC a publié 76 mises à jour dans la section « Nouvelles » du site Web et sur les réseaux sociaux</p>

HIGHLIGHT

ITAC signs eight new partnership agreements in 2017/18 reflecting growing opportunity for working together and momentum towards supporting growth of Indigenous tourism across Canada.

New partnership agreements have been signed with:

- Government of Alberta – Alberta Culture & Tourism
- Travel Manitoba
- Parks Canada
- Tourism Industry Association of New Brunswick
- American Indian Alaska Native Tourism Association
- Atlantic Canada Opportunities Agency
- Adventure Travel Trade Association
- Quebec Aboriginal Tourism

POINT FORT

L'ATAC signe huit nouvelles ententes en 2017/18, ce qui témoigne de plus de possibilités de collaboration et d'un élan grandissant pour soutenir la croissance du tourisme autochtone au Canada.

De nouvelles ententes de partenariat ont été signées avec :

- Le gouvernement de l'Alberta – le ministère de la Culture et du Tourisme;
- Voyage Manitoba;
- Parcs Canada;
- L'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick;
- L'American Indian Alaska Native Tourism Association;
- L'Agence de promotion économique du Canada atlantique;
- L'Adventure Travel Trade Association;
- Tourisme Autochtone Québec.



Tourism Industry Association of New Brunswick
October 2017

Association de l'industrie touristique du
Nouveau-Brunswick
Octobre 2017



Quebec Aboriginal Tourism
August 2017

Tourisme Autochtone Québec
Août 2017



Tourism Industry Association of Canada
June 2017

Association de l'industrie touristique du
Canada
Juin 2017



Travel Manitoba
September 2017

Voyage Manitoba
Septembre 2017

HIGHLIGHT

ITAC Delivers Twelve Indigenous Tourism Forums: 8 in Alberta and 4 in Manitoba

In May and June 2017, ITAC hosted a series of eight Indigenous tourism forums throughout Alberta in partnership with the Government of Alberta. In October & November 2017, ITAC hosted a series of four regional Indigenous tourism forums in partnership with Travel Manitoba. Attending the events were Indigenous tourism business owners & entrepreneurs, Indigenous community members and leaders, tourism industry partners, economic development officers, Elders, Youth as well as program partners and supporting agencies. The forums addressed and discussed regional challenges and barriers for Indigenous peoples entering the tourism industry as entrepreneurs, and provided opportunity to brainstorm solutions about how businesses and communities can overcome and succeed.

Participants heard about how they can help create economic opportunities through tourism and get their community involved in the initial planning stage of creating an Indigenous tourism association in Alberta and Manitoba, respectively. Participants also heard about how ITAC is working across Canada to develop the Indigenous tourism industry. In total, more than 250 participants attended the forums and feedback from these sessions will help inform and guide the key priorities for Indigenous tourism industry future growth in Alberta and Manitoba.

38

POINT FORT

L'ATAC tient 12 forums sur le tourisme autochtone : 8 en Alberta et 4 au Manitoba

En mai et juin 2017, l'ATAC a tenu une série de huit forums sur le tourisme autochtone en Alberta, en partenariat avec le gouvernement de la province. En octobre et novembre 2017, quatre forums régionaux ont été tenus en partenariat avec Voyage Manitoba. Les propriétaires d'entreprises touristiques, les entrepreneurs, les chefs et membres des communautés, les partenaires de l'industrie, les agents de développement économique, les Aînés, les jeunes ainsi que les partenaires du programme et les organismes de soutien ont participé à ces forums. L'accent était mis sur les défis et les obstacles régionaux auxquels font face les Autochtones qui se lancent dans le tourisme en tant qu'entrepreneurs. Ceux présents ont eu l'occasion de réfléchir ensemble à des solutions permettant aux entreprises et aux communautés de surmonter les obstacles et de réussir.

Les participants ont également appris comment ils peuvent aider à créer des débouchés économiques grâce au tourisme et impliquer leur communauté dans l'étape initiale de planification de la création d'une association touristique autochtone en Alberta et au Manitoba, respectivement. Ils ont également pris connaissance des initiatives lancées par l'ATAC dans l'ensemble du Canada pour faire avancer le tourisme autochtone. Au total, plus de 250 participants ont assisté à ces forums et les commentaires recueillis lors de ces séances aideront à éclairer et à orienter les priorités clés pour la croissance future du tourisme autochtone en Alberta et au Manitoba.



Indigenous tourism forums across Alberta, 2017.

Forums régionaux du tourisme autochtone en Alberta, 2017.

HIGHLIGHT

ITAC attends many community meetings, industry gatherings and tourism industry trade shows.

ITAC demonstrated its priority of being present and involved in 2017-18. ITAC staff and Board representatives attended over 50 events across Canada. Many of these events included active ITAC participation through presentations, support for event costs and sponsorship of awards.

ITAC presence at community meetings, industry events and gathering allows for collaboration within the tourism industry (both Indigenous and non-Indigenous) to gain support for ITAC strategies and to align efforts in promoting Indigenous tourism in Canada. ITAC presentations highlight the opportunities for Indigenous operators through ITACs programs and best practices in marketing, product development, leadership and partnership. Similar presentations are also used to highlight the value of Indigenous tourism to non-Indigenous partners and supporters and to provide context and awareness about the Indigenous tourism industry across Canada.

POINT FORT

Participation aux réunions communautaires, aux rassemblements de l'industrie et aux salons touristiques.

L'ATAC a démontré sa priorité d'être présente et impliquée en 2017-18. Le personnel et les représentants du conseil d'administration de l'ATAC ont assisté à plus de 50 événements dans l'ensemble du Canada. Plusieurs de ces événements ont fait appel à la participation active de l'ATAC au moyen de présentations, de soutien pour les coûts de l'événement et le parrainage des prix.

La présence de l'ATAC aux réunions communautaires, aux événements et rassemblements de l'industrie permet une collaboration au sein de l'industrie touristique (autochtone et non-autochtone) pour soutenir les stratégies de l'ATAC et aligner les efforts de promotion du tourisme autochtone au Canada. Les présentations de l'ATAC mettent en avant les programmes destinés aux opérateurs autochtones et les meilleures pratiques en marketing, en développement de l'offre touristique, en leadership et en partenariat. Des présentations semblables sont également données pour souligner l'importance du tourisme autochtone auprès des partenaires et des collaborateurs et faire une mise en contexte et sensibiliser les gens vis-à-vis de l'industrie touristique autochtone au Canada.



39

*Dené Sinclair, ITAC Director of Marketing, presenting at Go Media 2017
October 2017, Halifax, Nova Scotia*

*Dené Sinclair, directrice marketing de l'ATAC, parle à Go Media 2017
Octobre 2017, Halifax, Nouvelle-Écosse*

HIGHLIGHT

ITAC grows to 348 total members.

By the end of 2017/18, ITAC membership grew to 348, including a total of 199 voting members from across Canada. Of the 149 non-voting members, 70 are Indigenous tourism businesses, communities or entrepreneurs working towards becoming market-ready.

This year the 2018/19 ITAC Membership Program introduced a new revised program that aligns more closely with ITAC Bylaws. The membership drive launched the 9.5-week campaign in January, 2018 with an email announcement sent to 2,224 recipients.

This was the first year that four membership categories were introduced based on the previous Voting and Non-Voting categories. The two Voting Member categories are Indigenous Market-Ready Tourism Experience and Indigenous Association, which represents at least two market-ready businesses, the Non-Voting categories are Indigenous Non-Market Ready and Industry Partner. Each membership category has its own specific requirements and supporting documentation, and all Voting Members are required to complete a checklist to confirm criteria is met for market-ready status. Upgraded membership status for export-ready businesses are also available, with additional criteria to be met.

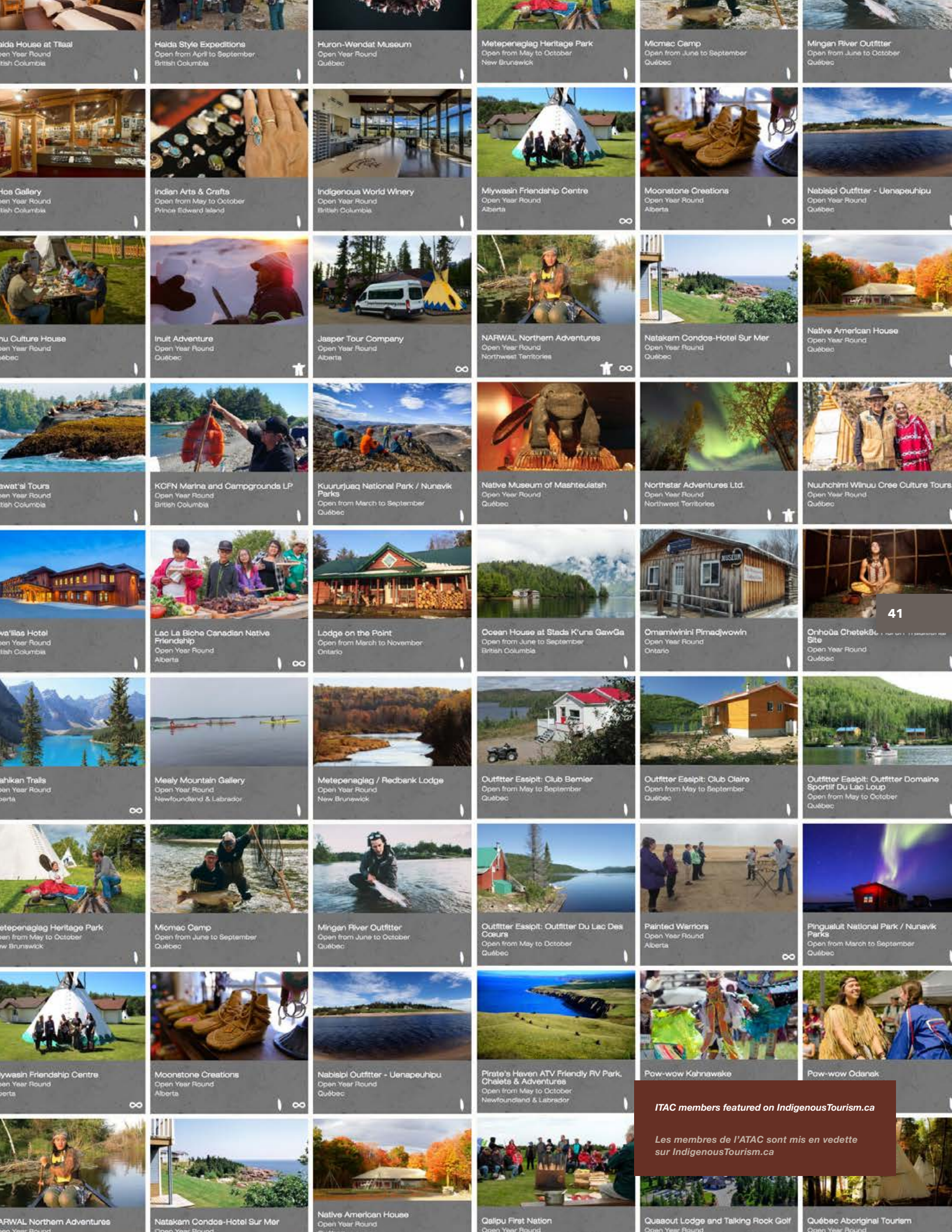
POINT FORT

Le nombre de membres de l'ATAC augmente à 348 au total.

À la fin de l'exercice 2017/18, le nombre de membres de l'ATAC était passé à 348, incluant un total de 199 membres votants de partout au Canada. Parmi les 149 membres non-votants, 70 sont des entreprises touristiques, communautés ou entrepreneurs autochtones qui déploient des efforts pour devenir commercialisables.

Le programme d'adhésion 2018/19 a été révisé pour assurer un meilleur alignement avec les règlements administratifs de l'ATAC. La campagne d'adhésion de 9,5 semaines a été lancée en janvier 2018. Une annonce à ce sujet a été envoyée par courriel à 2 224 destinataires.

Pour la première fois cette année, quatre types d'adhésion basés sur les anciennes catégories « votant » et « non-votant » ont été présentés. Les deux catégories de membres votants sont « Expériences commercialisables » et « Associations autochtones ». Pour les membres non-votants, les catégories sont « Membres autochtones non-commercialisables » et « Partenaires de l'industrie ». Chaque type d'adhésion a ses propres exigences et sa propre liste de documents à soumettre. Tous les membres votants doivent remplir la liste de vérification de l'ATAC contenant les critères pour le statut commercialisable et ceux souhaitant passer au niveau exportable doivent également remplir la liste contenant les critères pour le statut exportable.



aida House at Tlaali
Open Year Round
British Columbia

Haida Style Expeditions
Open from April to September
British Columbia

Huron-Wendat Museum
Open Year Round
Quebec

Metepenaglag Heritage Park
Open from May to October
New Brunswick

Micmac Camp
Open from June to September
Quebec

Mingan River Outfitter
Open from June to October
Quebec



Ice Gallery
Open Year Round
British Columbia



Indian Arts & Crafts
Open from May to October
Prince Edward Island



Indigenous World Winery
Open Year Round
British Columbia



Miywashin Friendship Centre
Open Year Round
Alberta



Moonstone Creations
Open Year Round
Alberta



Nableipi Outfitter - Uenapeuhipu
Open Year Round
Quebec



hu Culture House
Open Year Round
Quebec



Inuit Adventure
Open Year Round
Quebec



Jasper Tour Company
Open Year Round
Alberta



NARWAL Northern Adventures
Open Year Round
Northwest Territories



Natakam Condos-Hotel Sur Mer
Open Year Round
Quebec



Native American House
Open Year Round
Quebec



awetial Tours
Open Year Round
British Columbia



KCFN Marina and Campgrounds LP
Open Year Round
British Columbia



Kuurlujuaq National Park / Nunavik Parks
Open from March to September
Quebec



Native Museum of Mashteuiatsh
Open Year Round
Quebec



Northstar Adventures Ltd.
Open Year Round
Northwest Territories



Nuułhchini Wilnuu Cree Culture Tours
Open Year Round
Quebec



wa'llias Hotel
Open Year Round
British Columbia



Lac La Biche Canadian Native Friendship
Open Year Round
Alberta



Lodge on the Point
Open from March to November
Ontario



Ocean House at Stads K'uns GawGa
Open from June to September
British Columbia



Omamiwini Pimadjiwovin
Open Year Round
Ontario



Onhoúa Chetek& Site
Open Year Round
Quebec



ahikan Trails
Open Year Round
Alberta



Meely Mountain Gallery
Open Year Round
Newfoundland & Labrador



Metepenaglag / Redbank Lodge
Open Year Round
New Brunswick



Outfitter Essipit: Club Bemler
Open from May to September
Quebec



Outfitter Essipit: Club Claire
Open from May to September
Quebec



Outfitter Essipit: Outfitter Domaine Sportif Du Lac Loup
Open from May to October
Quebec



Metepenaglag Heritage Park
Open from May to October
New Brunswick



Micmac Camp
Open from June to September
Quebec



Mingan River Outfitter
Open from June to October
Quebec



Outfitter Essipit: Outfitter Du Lac Des Océans
Open from May to October
Quebec



Painted Warriors
Open Year Round
Alberta



Pingualuit National Park / Nunavik Parks
Open from March to September
Quebec



miywashin Friendship Centre
Open Year Round
Alberta



Moonstone Creations
Open Year Round
Alberta



Nableipi Outfitter - Uenapeuhipu
Open Year Round
Quebec



Pirate's Haven ATV Friendly Riv Park, Chalets & Adventures
Open from May to October
Newfoundland & Labrador



Pow-wow Kahnawake



Pow-wow Odanak



NARWAL Northern Adventures
Open Year Round



Natakam Condos-Hotel Sur Mer
Open Year Round



Native American House
Open Year Round



Qalipu First Nation
Open Year Round



Quasout Lodge and Talking Rock Golf
Open Year Round



Québec Aboriginal Tourism
Open Year Round

ITAC members featured on IndigenousTourism.ca
Les membres de l'ATAC sont mis en vedette sur IndigenousTourism.ca



*ITAC board and staff members at the 2017 International Indigenous Tourism Conference
November 2017, Calgary, Alberta*

*Membres du conseil d'administration et du personnel de l'ATAC au Congrès international du tourisme autochtone 2017
Novembre 2017, Calgary, Alberta*



*Keith Henry, ITAC President and CEO, presents at the 2017 International Indigenous Tourism Conference
November 2017, Calgary, Alberta*

*Keith Henry, président-directeur général de l'ATAC, présente au Congrès international du tourisme autochtone 2017
Novembre 2017, Calgary, Alberta*

STRATEGIC PILLAR**LEADERSHIP**

Built into ITAC's mission - to provide leadership in the development and marketing of authentic Indigenous tourism experiences through innovative partnerships, ITAC's proactive leadership is being recognized internationally, nationally and locally. Demonstrating leadership authentically and continuously is critical as ITAC supports the Indigenous tourism industry through effective advocacy and delivery channels.


ITAC works to establish systems and partnerships for long-term financial sustainability, identified as a key foundational gap in the industry. Assisting Canada's provinces and territories in establishing and evolving their own Indigenous organizations is also critical to authentically growing the Indigenous tourism industry, driven by Indigenous communities and entrepreneurs across Canada.

PILIER STRATÉGIQUE**LEADERSHIP**

Le leadership fait partie de la mission de l'ATAC – « fournir un leadership dans le développement et le marketing des expériences autochtones authentiques dans le tourisme via des partenariats innovateurs ». Le leadership proactif de l'ATAC est reconnu sur le plan local, national et international. Faire preuve de leadership de manière authentique et continue est essentiel alors que l'ATAC appuie l'industrie touristique autochtone à travers des moyens efficaces de représentation et de diffusion.

L'ATAC travaille à la mise en place de systèmes et de partenariats pour assurer une viabilité financière sur le long terme – ce qui manque présentement dans l'industrie. Aider à la création et à l'évolution d'organisations touristiques autochtones propres aux provinces et territoires est également essentiel à la vraie croissance du tourisme autochtone menée par les communautés et les entrepreneurs autochtones de partout au Canada.

KEY PERFORMANCE INDICATOR	ACHIEVED
<p>Partner with provinces and territories to grow and establish Indigenous tourism associations</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alberta to have framework of association by November 2017; • First meetings of Atlantic Canada group in Spring 2017; • Establish agreements with governments in Saskatchewan, Manitoba and Northwest Territories. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alberta and Nova Scotia in final stages to have formal society incorporation completed for their provincial Indigenous tourism associations • Pan-Atlantic Advisory Group established and have participated in 4 in-person meetings • ITAC signed three-year agreement with Manitoba, signed a contribution agreement with NWT and in discussion with Saskatchewan towards an agreement in Q1 of 2018/19
<p>ITAC leadership active in Indigenous communities and the tourism industry</p> <p>ITAC to attend no less than 20 community events across country.</p>	<p>ITAC has attended 30+ community events in AB, BC, SK, MB, YK, QU, NS, NB, NL and NT</p>
<p>Ensure effective financial process for ATAC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monthly financial reporting to treasurer; • Quarterly reporting provided to the board; • Finalize organizational policies and procedural structures; • Explore and consider revenue generation opportunities through travel distribution networks. 	<p>✓</p>
<p>Explore revenue generation for long term financial sustainability</p> <p>Investigate with Marketing Department opportunities for potential of an ITAC Receptive Tour Operator and/or Travel Service concept.</p>	<p>Packages site launched in spring 2018</p>

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT	ATTEINT
<p>Développer/établir des associations touristiques autochtones en partenariat avec les provinces et les territoires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création de la structure pour une association en Alberta d'ici novembre 2017; • Premières réunions du groupe du Canada atlantique au printemps 2017; • Établir des ententes avec les gouvernements de la Saskatchewan, du Manitoba et des Territoires du Nord-Ouest. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'Alberta et la Nouvelle-Écosse sont à la phase de finalisation de la constitution officielle de leur associations touristiques autochtones provinciales. • Création d'un groupe consultatif panatlantique et participation à 4 réunions en personne • Signature d'une entente de 3 ans avec le Manitoba et d'une entente de contribution avec les Territoires du Nord-Ouest. Des discussions sont en cours avec la Saskatchewan en vue d'une entente au premier trimestre de 2018/19
<p>La participation active de la direction de l'ATAC au sein des communautés et de l'industrie touristique</p> <p>Participation de l'ATAC à au moins 20 événements dans les communautés à travers le pays.</p>	<p>Participation de l'ATAC à plus de 30 événements communautaires en Alberta, en Colombie-Britannique, au Saskatchewan, au Manitoba, au Yukon, au Québec, en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick, à Terre-Neuve-et-Labrador et dans les Territoires du Nord-Ouest</p>
<p>Assurer un processus financier efficace pour l'ATAC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rapport financier mensuel envoyé au trésorier; • Rapports trimestriels fournis au conseil; • Finaliser les politiques organisationnelles et les structures procédurales; • Explorer les opportunités de génération de revenus à travers le réseau de distribution. 	
<p>Explorer les possibilités de génération de revenus pour une viabilité financière à long terme</p> <p>Étudier, en collaboration avec le département de marketing, les opportunités potentielles liées à un agent de tourisme réceptif de l'ATAC et/ou à un concept de services de voyage.</p>	<p>Nouveau site avec forfaits de voyage a été lancé en printemps 2018</p>

KEY PERFORMANCE INDICATOR	ACHIEVED
<p>Explore legislation options to strengthen authenticity commitment</p> <p>Examine needs and opportunity for authenticity legislation around authentic Indigenous arts protocols.</p>	<p>Reviewing potential partner organizations or government representatives to assist in developing and advancing this legislation</p>
<p>Explore national-level leadership relationships in the tourism industry</p> <p>Establish new tourism industry protocols with Assembly of First Nations. Strengthen and expand industry leadership relationships with Destination Canada, Tourism Association of Canada, Parks Canada, Indigenous Northern Affairs Canada, Tourism HR Canada.</p>	<p>Discussions continue to expand marketing and development partnership with Destination Canada and INAC/ISC</p> <ul style="list-style-type: none"> • TIAC: Signed agreement, partnering on multiple events including RVC and GoMedia • Parks Can: Finalized formal agreement on marketing, product development and IATC sponsorship • THRC: ITAC Position on Board, pushing for new funding for national training program

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT	ATTEINT
<p>Explorer les options législatives afin de renforcer l'engagement pour l'authenticité</p> <p>Examiner les besoins et les opportunités pour une loi sur l'authenticité relative aux protocoles sur les arts autochtones authentiques.</p>	<p>Évaluation des organisations partenaires potentielles et des représentants du gouvernements qui pourraient aider à faire avancer le projet à propos d'une loi sur l'authenticité</p>
<p>Explorer les relations au niveau du leadership dans l'industrie touristique sur le plan national</p> <p>Établir de nouveaux protocoles de l'industrie touristique avec l'Assemblée des Premières Nations. Renforcer et élargir les relations avec les chefs de file de l'industrie notamment Destination Canada, l'Association de l'industrie touristique du Canada, Parcs Canada, Affaires autochtones et du Nord Canada, RH Tourisme Canada.</p>	<p>Poursuite des discussions pour élargir le partenariat de marketing et de développement avec Destination Canada et AANC/SAC :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'AITC : signature d'une entente; partenariats pour plusieurs événements incluant RVC et GoMedia • Parcs Canada : finalisation d'une entente officielle portant sur le marketing, le développement de l'offre touristique et le parrainage du CITA • RHTC : représentation de l'ATAC sur le conseil; demande de nouveaux fonds pour un programme national de formation

HIGHLIGHT

ATAC formally establishes its new name as the Indigenous Tourism Association of Canada.

On November 7, 2017 at the International Indigenous Tourism Conference in Calgary, Alberta hosted by the Tsuut'ina Nation on Treaty 7 Territory, the Aboriginal Tourism Association of Canada's (ATAC's) Board of Directors and leadership team announced a name change to the Indigenous Tourism Association of Canada.

Research has shown that the US travel consumer's understanding of, "Aboriginal," was low. As well, the name change responds to the growing international awareness of Indigenous tourism in Canada. Finally, it differentiates Canada's tourism product from competing destinations, such as Australia where the term, "Aboriginal." has broader acknowledgement on an international scale.

Additionally, an ATAC member survey from April 2017 indicated that 80% of members preferred the organization use "Indigenous" instead of "Aboriginal."

While the Indigenous Tourism Association of Canada uses Indigenous as a blanket term when referring to all Indigenous peoples of Canada; whenever possible, ITAC will identify an individual or community's nation, language or proper name, as preferred or directed.

POINT FORT

L'ATAC change officiellement le nom de l'association en anglais à "Indigenous Tourism Association of Canada".

Le 7 novembre 2017, au Congrès international du tourisme autochtone tenu en partenariat avec la nation Tsuut'ina sur le territoire du Traité no. 7 à Calgary, en Alberta, le conseil d'administration et l'équipe de direction de l'ATAC ont annoncé le changement de nom anglais de l'association à Indigenous Tourism Association of Canada (ITAC).

Selon une étude, il existe un manque de compréhension vis-à-vis le mot « Aboriginal » chez les voyageurs américains. De plus, le changement de nom répond à la prise de conscience internationale croissante vis-à-vis du tourisme autochtone au Canada. Le nouveau nom permet également de différencier l'offre touristique du Canada des destinations concurrentes comme l'Australie où le mot « Aboriginal » est plus reconnu à l'international.

De plus, un sondage mené auprès des membres de l'association en avril 2017 a révélé que 80 % des répondants préfèrent l'utilisation du mot « Indigenous » à « Aboriginal ».

Même si l'ATAC utilise « Indigenous » comme terme général pour désigner tous les peuples autochtones du Canada, elle utilisera, dans la mesure du possible, la nation, la langue ou le nom propre d'une personne ou d'une communauté, selon les préférences ou les directives.

Le nom français de l'ATAC reste le même.



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

HIGHLIGHT

ITAC Vice Chair and QAT Executive Director Dave Laveau appointed to Destination Canada's Board of Directors.

Following a transparent, merit-based process, Dave Laveau became the first Indigenous tourism leader to be appointed to Destination Canada's Board of Directors in April, 2017. The appointment of Dave Laveau gives another platform for ITAC, Québec Aboriginal Tourism (QAT) and our industry to express their views.

Dave Laveau currently serves as Vice Chair of ITAC and is the Executive Director of QAT, an organization which aims at safeguarding the interests of Indigenous tourism companies in Quebec by providing them with products and services to stimulate growth, best practices and market visibility. QAT is the oldest Indigenous tourism organization in Canada and has been in operation for over 25 years. It represents more than 180 active, associate and delegate members involved in the core development of Indigenous tourism in Quebec.

50

POINT FORT

M. Dave Laveau nommé au conseil d'administration de Destination Canada.

Après un processus de nomination transparent et fondé sur le mérite, M. Dave Laveau est devenu le premier leader de l'industrie touristique Autochtone à être nommé au conseil d'administration de Destination Canada en avril 2017. Cette nomination de M. Laveau donne une voix supplémentaire à l'ATAC, à Tourisme Autochtone Québec (TAQ) et à notre industrie pour faire entendre nos points de vue.

M. Laveau est présentement vice-président de l'ATAC et directeur général de TAQ, association chargée de défendre les intérêts des entreprises touristiques autochtones du Québec en leur offrant des produits et des services favorisant leur développement, les meilleures pratiques d'affaires et leur positionnement sur les marchés touristiques. Active depuis 25 ans, TAQ est la plus ancienne association touristique autochtone au Canada. Elle représente plus de 180 membres actifs, associés et délégués impliqués dans le développement du tourisme autochtone au Québec.



Dave Laveau, QAT Executive Director, appointed to Destination Canada's Board of Directors in April, 2017.

M. Dave Laveau, directeur général de TAQ, nommé au conseil d'administration de Destination Canada en Avril 2017.

HIGHLIGHT

ITAC establishes a partnership with The Travel Group to market Indigenous tour packages directly to consumers.

Recognizing that visitors to Canada need a trusted source for authentic Indigenous tour packages, ITAC has partnered with The Travel Group to directly market travel packages featuring ITAC members. The Travel Group is an international travel company with 30 years of experience and will be handling all of the customer service and sales.

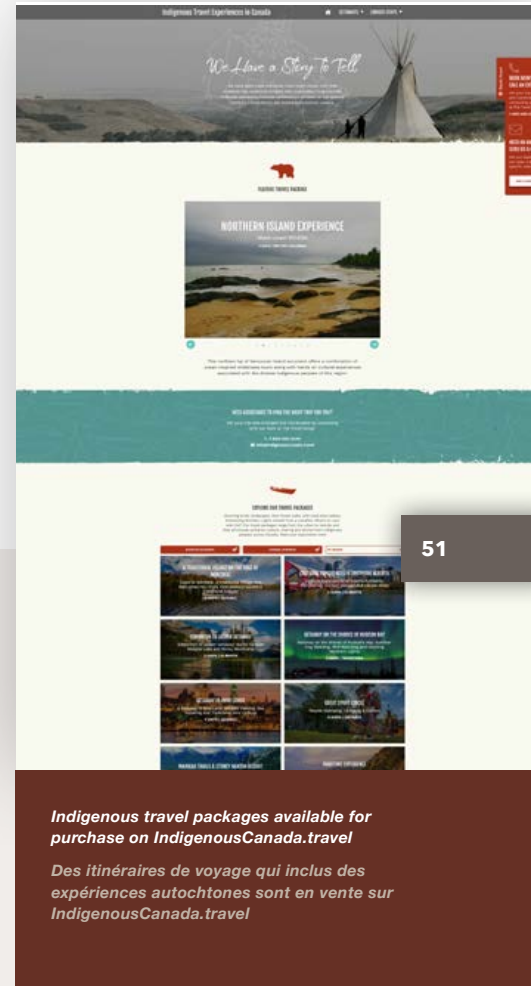
ITAC is working with our Members to develop the packages which will feature a variety of experiences from across Canada with a number of shorter getaways and longer journeys in each province and territory. The packages will be online in May 2018 at IndigenousCanada.Travel, a new website, and will be promoted via online advertising throughout the remainder of the year.

POINT FORT

Partenariat avec “The Travel Group” pour commercialiser les forfaits touristiques autochtones directement auprès des consommateurs.

Reconnaissant que les visiteurs au Canada ont besoin d’une source fiable de forfaits touristiques autochtones authentiques, l’ATAC s’est associée à The Travel Group pour pouvoir commercialiser directement les forfaits offerts par ses membres. The Travel Group, une société de voyage internationale qui compte 30 ans d’expérience, s’occupera du service à la clientèle et des ventes.

L’ATAC travaille présentement avec ses membres pour élaborer des forfaits comprenant une variété d’expériences de partout au Canada, avec des séjours plus courts et des trajets plus longs dans chaque province et territoire. Les forfaits ont été mis en ligne en mai 2018 sur IndigenousCanada.Travel – un nouveau site Web – et seront promus via la publicité en ligne tout au long du reste de l’année.



HIGHLIGHT

A Pan-Atlantic Canada Indigenous Tourism Working Group has been formed.

Three Indigenous tourism representatives from each of the four Atlantic provinces have formed a Pan-Atlantic Indigenous tourism advisory group. The Atlantic Canada Working Group's role was to advise ITAC on key tactics identified by ITAC to help in the growth of the Indigenous tourism industry in Atlantic Canada including:

- Recruiting and hiring an Atlantic Canada regional coordinator to support and assist with delivering on ITAC's strategic priorities for the region
- Researching the Indigenous tourism industry in Atlantic Canada by reaching out to more than 300 contacts in the region
- Establishing an Atlantic Canada plan going forward to guide activities including an Indigenous tourism association development guide

POINT FORT

Mise en place d'un groupe de travail panatlantique sur le tourisme autochtone.

Trois représentants du tourisme autochtone de chacune des quatre provinces de l'Atlantique avaient formé un groupe consultatif sur le tourisme autochtone. Le rôle de ce groupe panatlantique était de conseiller l'ATAC sur les tactiques clés identifiées pour aider à la croissance de l'industrie touristique autochtone dans le Canada atlantique, notamment :

- Recruter et embaucher un coordonnateur régional pour le Canada atlantique pour soutenir et aider l'ATAC à réaliser les priorités stratégiques pour la région;
- Mener des recherches sur l'industrie touristique autochtone au Canada atlantique en contactant plus de 300 personnes dans la région;
- Mettre en place un plan pour le Canada atlantique pour guider les activités incluant l'élaboration d'un guide sur le développement d'une association touristique autochtone.



**Strategic planning with the Pan-Atlantic
Canada Indigenous Tourism Working Group**
March 2018, Halifax, Nova Scotia

*Planification stratégique avec le groupe de travail
panatlantique sur le tourisme autochtone*
Mars 2018, Halifax, Nouvelle-Écosse



AUDITED FINANCIAL STATEMENTS

ITAC continues to be on time and on budget, fulfilling project commitments and funding requirements. Budget projections remain on track in accordance with the 2017-18 Action Plan. ITAC's Finance and Procurement Policies have been refined and implemented and strong financial controls are in place.

Revenues continue to flow as scheduled, thanks to ITAC's funding partners; Indigenous and Northern Affairs Canada, Destination Canada, Atlantic Canada Opportunities Agency, Parks Canada and a number of Provincial Governments, destination marketing organizations and provincial marketing organizations.

AUDIT DES ÉTATS FINANCIERS

L'ATAC continue à respecter les délais, le budget, les engagements pour les projets ainsi que les conditions de financement. Les prévisions budgétaires restent conformes au plan d'action 2017/18. Les politiques de l'ATAC en matière de finances et d'approvisionnement ont été peaufinées et mises en œuvre et des contrôles financiers solides sont en place.

Les revenus continuent d'affluer comme prévu, grâce aux partenaires financiers de l'ATAC : Affaires autochtones et du Nord Canada, Destination Canada, Agence de promotion économique du Canada atlantique, Parcs Canada, un nombre de gouvernements provinciaux, les organisations de marketing de destinations et les organismes de marketing provincial.

Culver & Co.

Chartered Professional Accountants

205 – 1095 WEST PENDER STREET VANCOUVER, BC V6E 2M6

Telephone 604-685-1321

Facsimile 604-689-9695

Independent Auditors' Report**To the Stakeholders of Indigenous Tourism Association of Canada**

We have audited the accompanying financial statements of **Indigenous Tourism Association of Canada**, which comprise the statement of financial position as at **31 March 2018** and the statements of operations and changes in net assets and cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

Management's responsibility for the financial statements

Management is responsible for the preparation and fair presentation of these financial statements in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free of material misstatement, whether due to fraud or error.

Auditor's responsibility

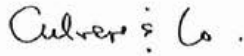
Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit. We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we comply with ethical requirements and plan and perform an audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free of material misstatement.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditor's judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

We believe that the audit evidence that we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

Opinion

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Association as at 31 March 2018 and the results of its operations and cash flows for the year then ended in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations.



Chartered Professional Accountants

Vancouver, Canada

4 July 2018

Indigenous Tourism Association of Canada

Statement of Financial Position
31 March 2018

	2018	2017
Assets		
Current assets		
Cash	\$ 6,729	\$ 113,257
Accounts receivable	100,442	115,095
GST receivable	77,222	57,585
Prepaid expenses [note 3]	392,526	122,008
	\$ 576,919	\$ 407,945

Liabilities and Net Assets

Current liabilities		
Accounts payable and accrued liabilities	340,967	\$ 88,020
Deferred project funding [note 4]	214,917	299,626
	555,884	387,646
Net assets	21,035	20,299
	\$ 576,919	\$ 407,945

Approved by the Board:


 _____ Chief Executive Officer

 _____ Treasurer

July 4, 2018

Indigenous Tourism Association of Canada

Statement of Operations and Changes in Net Assets (Deficiency)

Year ended 31 March 2018

	2018	2017
Revenue		
Contributions [note 5]	\$ 3,914,481	\$ 1,208,979
Fees and sponsorship		
International Indigenous Tourism Conference	290,087	113,835
Rendez-vous Canada	47,441	81,797
Membership fees	35,423	19,651
Interest and other	23,546	11,257
	<u>4,310,978</u>	<u>1,435,519</u>
Expenses [see schedule]		
General and administrative	1,083,975	386,524
Marketing and sales	1,057,436	456,767
Development	2,168,831	594,564
	<u>4,310,242</u>	<u>1,437,855</u>
Excess (deficiency) of revenue over expenses	736	(2,336)
Net assets at beginning of year	20,299	22,635
Net assets at end of year	<u>\$ 21,035</u>	<u>\$ 20,299</u>

Indigenous Tourism Association of Canada

Schedule of Expenses
Year ended 31 March 2018

	2018	2017
General and administrative		
Administration – main office	\$ 423,202	\$ 139,231
Annual general meeting	4,361	4,149
Board expenses and travel	193,799	84,079
Development and strategic planning	17,669	-
Membership support	57,315	12,376
Office supplies and expenses	54,335	17,318
Partnership presentations	61,631	-
Professional fees	127,456	30,900
Rent	35,258	15,263
Travel – staff	108,949	83,208
	\$ 1,083,975	\$ 386,524
Marketing and sales		
Administration – marketing and sales	\$ 163,575	\$ 37,500
Content development	69,351	26,400
Creative design and production	15,128	40,913
Marketing	79,920	-
Media relations	76,824	27,457
On-line marketing	131,740	74,081
Partnership program and US campaign	189,000	-
Trade shows and conferences	331,898	250,416
	\$ 1,057,436	\$ 456,767
Development		
Administration - development	\$ 228,000	\$ 69,000
Development support projects	844,014	147,242
Funds support	697,046	-
International Indigenous Tourism Conference	399,771	378,322
	\$ 2,168,831	\$ 594,564

Indigenous Tourism Association of Canada

Statement of Cash Flows
Year ended 31 March 2018

	2018	2017
Cash provided by (used in):		
Operations:		
Excess (deficiency) of revenue over expenses	\$ 736	\$ (2,336)
Changes in non-cash working capital items		
Accounts receivable	14,653	(115,095)
GST receivable	(19,638)	(46,780)
Prepaid expenses	(270,518)	(89,752)
Accounts payable and accruals	252,947	85,170
Deferred project funding	(84,708)	240,926
Increase (decrease) in cash position	(106,528)	72,133
Cash, beginning of year	113,257	41,124
Cash, end of year	\$ 6,729	\$ 113,257

Indigenous Tourism Association of Canada

Notes to Financial Statements
Year ended 31 March 2018

1. General

Indigenous Tourism Association of Canada is incorporated under the *Canada Not-for-profit Corporations Act*. Its purpose is to improve the socio-economic situation of Indigenous people through the provision of economic development advisory services, conferences, professional development training and workshops, industry statistics and information for Indigenous tourism operators and communities or those looking to start a cultural tourism business within Canada.

2. Significant accounting policies

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations. The following is a summary of significant accounting policies followed by the Association.

Use of estimates

The preparation of financial statements requires that management make estimates and assumptions that impact the reported amounts of assets and liabilities and the disclosure of contingent assets and liabilities at the date of the financial statements and the recognized amounts of revenues and expenses during the reporting period. Actual amounts may differ from these estimates.

Revenue recognition

The Association follows the deferral method of accounting for contributions. Restricted contributions are recognized as revenue in the period in which the related expenses are incurred. Unrestricted contributions are recognized as revenue when received or receivable if the amount can be reasonably estimated and collection is reasonably assured.

3. Prepaid expenses

Prepaid expenses consist of a deposit for registration and booth space and other expenses payable by 31 March 2017 relating to the Rendez-vous Canada trade show held in May 2018.

4. Deferred revenue

Deferred revenue includes the following amounts received during the current year; these amounts will be recognized as revenue in the next fiscal year:

	2018	2017
Province of Alberta – Minister of Culture and Tourism	\$ 162,927	\$ 100,000
Travel Manitoba	50,000	-
Destination Canada	-	107,585
Province of BC - Ministry of Jobs, Tourism and Skills Training	-	30,288
Rendez-vous Canada registration fees	1,990	61,753
	<u>\$ 214,917</u>	<u>\$ 299,626</u>

Indigenous Tourism Association of Canada

Notes to Financial Statements, page 2

Year ended 31 March 2018

5. Contributions:

	2018	2017
Government of Canada – Indigenous Affairs and Northern Development Canada	\$ 3,118,019	\$ 859,002
Destination Canada	242,153	252,415
Province of Alberta – Minister of Culture and Tourism	227,073	-
Province of British Columbia – Ministry of Jobs, Tourism and Skills Training	92,236	14,312
Atlantic Canada Opportunities Agency	70,000	83,250
Parks Canada	50,000	-
Travel Alberta	50,000	-
Travel Manitoba	35,000	-
WED Saskatchewan	20,000	-
Tourism Ottawa	10,000	-
	\$ 3,914,481	\$ 1,208,979

6. Financial assets and liabilities and risk

The Association has a comprehensive risk management framework to monitor, evaluate and manage the principal risks assumed with financial instruments. The risks that arise from transacting financial instruments include credit, interest rate, and liquidity risk.

(a) Credit risk

The Association is exposed to credit risk for possible non-payment by its funders or for other accounts receivable. Management considers that credit risk is minimal. Cash on deposit is held by a major Canadian chartered bank.

(b) Liquidity risk

Liquidity risk is the risk that the Association will encounter difficulty in meeting obligations for financial liabilities. To minimize this risk, the Association prepares budgets and maintains sufficient working capital to meet its obligations as they become due.

7. Economic dependence

Most of the funding to date has been received from Federal and Provincial governments. Future operations depend on continuance of this funding or replacement from alternate sources.

8. Comparative amounts

Certain of the comparative amounts for 2017 have been reclassified to conform to the presentation adopted for 2018.

MEMBERSHIP AND CERTIFICATION

ITAC welcomes Indigenously-owned tourism businesses (min. 51%) to contact ITAC to discuss membership opportunities and to participate in the ITAC Market/Export-Ready Certification Program.

Contact Information

info@IndigenousTourism.ca

1-604-639-4408

Indigenous Tourism Association of Canada
300-3665 Kingsway, Vancouver, BC V5R 5W2

ADHÉSION ET CERTIFICATION

L'ATAC invite les entreprises touristiques appartenant aux Autochtones (au moins 51% des parts de l'entreprise) à prendre contact avec elle pour discuter des opportunités d'adhésion et pour participer au programme de certification de l'ATAC quant à l'acquisition du statut commercialisable/exportable.

Contact

info@IndigenousTourism.ca

1-604-639-4408

Association touristique autochtone du Canada
300-3665 Kingsway, Vancouver, BC V5R 5W2



IndigenousTourism.ca

1-604-639-4408 | Info@IndigenousTourism.ca | 300-3665 Kingsway, Vancouver, BC, V5R 5W2