



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

PLAN D'ACTION 2019-20

Accélération de la croissance du tourisme autochtone



Table des Matières

Message de M. Keith Henry	3
Opportunités clés	4
Développement	4
Marketing	5
Leadership	6
Partenariat	8
Budget	9
Organigramme	10

MESSAGE DE M. KEITH HENRY

L'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) a démontré que les investissements dans le marketing, le développement, les partenariats et le leadership mènent à une croissance sans précédent de l'industrie touristique autochtone au Canada. En trois ans seulement depuis la mise en œuvre de son plan quinquennal « La voie de l'avenir 2016-2021 », l'ATAC a déjà dépassé tous ses objectifs en matière d'indicateurs économiques : augmentation du nombre d'entreprises et d'emplois dans l'industrie touristique autochtone et hausse des revenus provenant du tourisme autochtone au Canada.

De plus, nous savons que le tourisme autochtone stimule la demande pour le Canada : un visiteur étranger sur trois (37 %) souhaite inclure des expériences touristiques autochtones dans son séjour au Canada (Source : Destination Canada, 2019 Market Snapshots). Par conséquent, l'ATAC s'est fixée de nouveaux objectifs ambitieux afin d'accélérer la croissance de l'industrie touristique autochtone au Canada, en fonction des mêmes indicateurs économiques.

Objectifs pour la période 2019-2024 :

- **Revenus** — Augmentation de la contribution au PIB annuel canadien à 2,2 milliards de dollars d'ici 2024
- **Emplois** — Total de 49 383 emplois dans l'industrie touristique autochtone d'ici 2024
- **Enterprises** — Passage de 139 à 200 entreprises touristiques autochtones ayant le statut exportable d'ici 2024

Le plan de cette année est la première étape du Plan d'accélération du tourisme autochtone 2019-2024 de l'ATAC. Ensemble, avec nos membres de partout au Canada et nos partenaires à travers le monde, nous travaillons à réaliser la vision de propulser le tourisme autochtone vers l'avenir.

Merci,

M. Keith Henry

Président-directeur général
Association touristique autochtone
du Canada



M. Keith Henry
Président-directeur général,
Association touristique autochtone
du Canada

Un visiteur international sur trois au Canada s'intéresse aux expériences touristiques autochtones (37%).¹

OPPORTUNITÉS CLÉS IDENTIFIÉES DANS LE PLAN QUINQUENNAL

En trois ans seulement depuis la mise en œuvre de son plan quinquennal « La voie de l'avenir », l'ATAC a déjà dépassé les objectifs fixés pour ses trois priorités. Le moment est venu d'accélérer la croissance du tourisme autochtone au Canada grâce à de nouveaux investissements dans les piliers stratégiques identifiés par l'ATAC.

Mesures	Statut 2014 ²	Objectif d'ici 2021 ³	Statut 2017 ⁴	Objectif d'ici 2024 ⁵
Contribution totale du tourisme autochtone au PIB annuel canadien	1,4 milliard de dollars	1,7 milliard de dollars	1,7 milliard de dollars	2,2 milliards de dollars
Total des emplois dans l'industrie touristique autochtone	33,112	40,233	39,036	49,383
Total des expériences touristiques autochtones exportables	80	130	133	200

DÉVELOPPEMENT

OBJECTIF – Encourager le développement de l'offre touristique et les investissements dans les actifs et produits touristiques autochtones afin de rester concurrentiel à l'échelle internationale.

Priorités, projets et programmes clés	Principal indicateur de rendement 2019/20
Offrir du financement pour appuyer le développement de l'offre touristique	Fournir des fonds pour le développement de l'offre touristique à au moins 50 entreprises touristiques autochtones au Canada leur permettant d'atteindre le statut « commercialisable » et « exportable »
	Partenariat avec au moins 6 organisations qui fourniront également un soutien financier à ce programme
	Programme avec deux périodes de demandes
Fournir un appui dans le cadre des ateliers et des programmes de renforcement des capacités	Mettre en place avec succès des projets ou programmes de formation et de renforcement des capacités impliquant au moins 30 entreprises dans 3 provinces ou territoires du Canada
Planifier et organiser la Conférence internationale sur le tourisme autochtone 2019 (CITA)	Tenir le CITA 2019 à Kelowna, en Colombie-Britannique, avec le soutien du comité directeur
	Cibler 700 délégués pour le CITA 2019
Soutien au niveau provincial et territorial	Planifier et mettre en œuvre un programme de soutien financier pour chacun des 13 provinces et territoires en fonction des investissements visant à soutenir la croissance et la stabilité des associations touristiques autochtones, en phase avec les objectifs quinquennaux de l'ATAC
	Aligner les nouvelles demandes avec les cycles de planification provinciaux et territoriaux
	Maintenir une table de planification impliquant les partenaires provinciaux et territoriaux pour aligner les activités nationales et partager les meilleures pratiques
Réseau des représentants régionaux de l'ATAC	Recruter (ou retenir) au moins 4 coordonnateurs régionaux en tourisme qui réaliseront et appuieront des projets et des programmes de développement dans des provinces ou territoires spécifiques.

MARKETING

OBJECTIF – Faire mieux connaître le tourisme autochtone et mettre l'accent sur les initiatives de marketing, de recherche, de médias et de vente ciblés dans les marchés principaux et émergents tout en communiquant de manière efficace et fréquente sur les apports positifs du tourisme autochtone pour les communautés et la culture.

Priorités, projets et programmes clés	Principal indicateur de rendement 2019/20
Mettre en place des programmes de marketing efficaces et ciblés impliquant le site Web, les médias sociaux et le réseau de distribution	Augmenter de 20 % l'engagement sur le site Web et les médias sociaux
	Développer davantage IndigenousCanada.travel <ul style="list-style-type: none"> ○ Avoir 75 expériences touristiques autochtones authentiques qui peuvent être achetées sur le site Web ○ Faire des ventes de forfaits de voyage totalisant 100 000 \$
Développer des ressources de marketing et de vente	<ul style="list-style-type: none"> ○ Créer des actifs numériques (photos) dans 4 régions du Canada ○ Acheter un logiciel de gestion de relation client (GRC)
Stratégies pour les partenaires clés et les grands médias	<ul style="list-style-type: none"> ○ Publier des rapports de recherche sur l'industrie et les grands médias, le niveau d'intérêt, les ventes et les occasions de croissance dans tous les marchés internationaux de l'ATAC ○ Créer et publier un bulletin électronique trimestriel (médias et industrie) ○ Créer un outil de vente interactif
Mettre l'accent sur l'investissement dans les actifs, la communication narrative et les reportages et créer des thématiques	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aider 25 membres de l'ATAC à développer des ressources photographiques ○ Créer 20 nouvelles idées d'articles de presse ○ Créer une nouvelle vidéo promotionnelle
Obtenir plus de couverture médiatique	<ul style="list-style-type: none"> ○ Créer un nouvel indice de qualité pour mesurer la valeur de la couverture médiatique, en partenariat avec Destination Canada ○ Facilitez 100 articles de presse pour promouvoir notre indice de qualité dans tous les marchés
Positionner l'ATAC en tant que chef de file dans la recherche sur le tourisme autochtone	Établir un partenariat avec Destination Canada pour effectuer des études sur les consommateurs dans un marché international

La demande pour le tourisme autochtone au Canada continue de dépasser les attentes, de plus en plus de visiteurs internationaux recherchent des expériences authentiques.¹

¹ Destination Canada, Aperçu du marché 2019, novembre 2019

² O'Neil Marketing & Consulting, Projet de recherche national sur le tourisme autochtone 2015, avril 2015

³ ITAC, Le plan quinquennal pour l'avenir, mars 2016

⁴ Le Conference Board du Canada, Le secteur du tourisme autochtone au Canada: aperçus et impacts économiques, février 2019

⁵ ATAC, Accélération de la croissance du tourisme autochtone au Canada, mise à jour du plan stratégique quinquennal 2019-2024, octobre 2018

LEADERSHIP

OBJECTIF – Sensibilisation positive vis-à-vis de l'industrie, défense des intérêts et transparence afin de gagner le respect du marché, d'instaurer la confiance chez les bailleurs de fonds et de renforcer le soutien des membres.

Priorités, projets et programmes clés	Principal indicateur de rendement 2019/20
Développer/établir des associations touristiques autochtones en partenariat avec les provinces et les territoires	<p>Établir de nouvelles associations ou consolider les partenariats existants avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Tourisme Autochtone Québec (existante) ○ Yukon First Nations Culture & Tourism Association (existante) ○ Association touristique autochtone de l'Ontario (existante) ○ Tourisme Autochtone Alberta (nouvelle) ○ Nova Scotia Indigenous Tourism Enterprise Network (existante) ○ Tourisme Autochtone Manitoba (à établir) ○ Tourisme Autochtone Nouveau-Brunswick (à établir) ○ Canada atlantique (nouvelles associations provinciales) ○ Groupe de travail panatlantique ○ Groupe de travail sur le tourisme autochtone en Saskatchewan ○ Groupe de travail sur le tourisme autochtone au Nunavut et dans les Territoires du Nord-Ouest ○ Indigenous Tourism BC
Leadership actif de l'ATAC dans les événements de développement économique autochtone et au sein de l'industrie touristique	<p>Participation de l'ATAC à au moins :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 20 événements de développement économique autochtone ○ 10 événements de l'industrie touristique dans l'ensemble du pays
Promouvoir la stratégie d'accélération 2019-24 de l'ATAC	Confirmer le soutien financier pour la mise en œuvre de l'année 1 du plan
	Participer avec le gouvernement fédéral au groupe de travail du Conseil canadien des ministres du Tourisme
Assurer un processus financier efficace pour l'ATAC	Rapport financier mensuel envoyé au trésorier
	Rapports trimestriels fournis au conseil
	Continuer d'affiner les politiques et procédures organisationnelles
Garantir des ressources humaines efficaces pour l'ATAC	Peaufiner et mettre en œuvre le Plan RH 2019-20 de l'ATAC
Explorer les options législatives pour protéger et promouvoir l'authenticité des expériences touristiques autochtones au Canada	Examiner les options et les partenariats afin de développer une loi sur l'authenticité soutenant les protocoles des arts autochtones authentiques
Leadership actif de l'ATAC en ce qui concerne les enjeux et les défis du tourisme autochtone, la médiation, les négociations et les résolutions de conflits	Réagir et participer aux discussions, négociations et à la médiation (au besoin) afin d'aider à la résolution des conflits ou à surmonter les défis liés au tourisme autochtone au Canada
Fournir des données de recherche sur le tourisme autochtone	Faire quatre présentations auprès des partenaires fédéraux, provinciaux et territoriaux sur la valeur économique du tourisme autochtone au Canada

Priorités, projets et programmes clés	Principal indicateur de rendement 2019/20
Aligner les plans au niveau provincial et territorial sur les objectifs de la stratégie d'accélération de l'ATAC	Organiser 2 réunions de planification au niveau provincial et territorial
Continuer à renforcer la réputation internationale de l'ATAC en tant que chef de file du tourisme autochtone	Assister à 2 réunions organisées par la WINTA Répondre à 3 demandes internationales de présentation sur la croissance du tourisme autochtone au Canada
Création d'une structure de rapports standard pour les partenaires	Mettre en place un système pour générer des rapports afin de créer des gains d'efficacité entre les ministères et communiquer des informations en temps voulu aux bailleurs de fonds Créer des rapports normalisés pour les partenaires provinciaux et territoriaux
Positionner l'ATAC en tant que chef de file de l'industrie	Poursuivre la planification stratégique quant aux créneaux et définir une stratégie pour les priorités incluant le tourisme culinaire autochtone et l'authenticité de l'artisanat

▼ Great Spirit Circle Trail, ON



PARTENARIAT

OBJECTIF – Unir l'industrie touristique autochtone au Canada en réunissant les membres et les organisations clés de l'industrie afin de renforcer les collaborations et de maximiser les résultats.

Priorités, projets et programmes clés	Principal indicateur de rendement 2019/20
<p>Développer et consolider les partenariats avec les associations touristiques, les organisations de soutien aux Autochtones et les agences de développement économique et explorer de nouvelles possibilités de partenariat pour le bien de l'ensemble de l'industrie touristique autochtone.</p>	<p>Étendre et renforcer les ententes de partenariat avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Destination Canada (année 1 de 3) ○ Association de l'industrie touristique du Canada (année 3 de 3) ○ Parcs Canada (année 2 de 3) ○ Adventure Travel Trade Association (année 3 de 3) ○ Voyage Manitoba (année 3 de 3) ○ Tourism Saskatchewan ○ Gouvernement des Territoires du Nord-Ouest (protocole d'entente) ○ Gouvernement du Nunavut ○ American Indian Alaska Native Tourism Association (protocole d'entente) ○ Diversification de l'économie de l'Ouest (MB, SK) ○ AANC (soutien national, régional) ○ Agence de promotion économique du Canada atlantique (année 2 de 3) ○ World Indigenous Tourism Alliance ○ RH Tourisme Canada <p>Explorer de nouvelles possibilités de partenariats et d'ententes avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Association nationale des sociétés autochtones de financement ○ Conseil canadien pour le commerce autochtone ○ CAN-NOR ○ CAADA ○ Assemblée des Premières Nations
<p>Poursuivre les collaborations et la représentation sur les conseils et comités</p>	<p>Dans la mesure du possible et selon le mandat de l'ATAC, poursuivre les collaborations et la représentation sur les conseils et les comités au sein des organismes et des organisations.</p>
<p>Renforcer la représentation des Autochtones au sein des principales associations et organisations de l'industrie touristique canadienne</p>	<p>Avoir ou maintenir une représentation autochtone sur le conseil d'administration de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Destination Canada ○ l'Association de l'industrie touristique du Canada ○ RH Tourisme Canada
<p>Soutenir les opportunités de réseautage et la participation régionale aux réunions de l'industrie</p>	<p>Organiser au moins 10 occasions de réseautage pour l'industrie</p> <p>Créer au moins 15 occasions pour permettre aux membres du conseil d'administration de l'ATAC de participer à des réunions, événements, rassemblements et forums provinciaux/territoriaux</p>
<p>Augmenter l'adhésion à l'ATAC</p>	<p>Hausse du nombre des membres de l'ATAC :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre total des membres : 500 ○ Membres votants : 300 ○ Membres au niveau supérieur : 100
<p>Augmenter le nombre d'abonnés au courrier électronique et l'audience sur les médias sociaux grâce à un contenu régulier et pertinent</p>	<p>Produire au moins 52 bulletins électroniques sur les activités de l'ATAC</p> <p>Publier au moins 20 communiqués sur le site Web et les réseaux sociaux</p>

ITAC BUDGET 2019-20

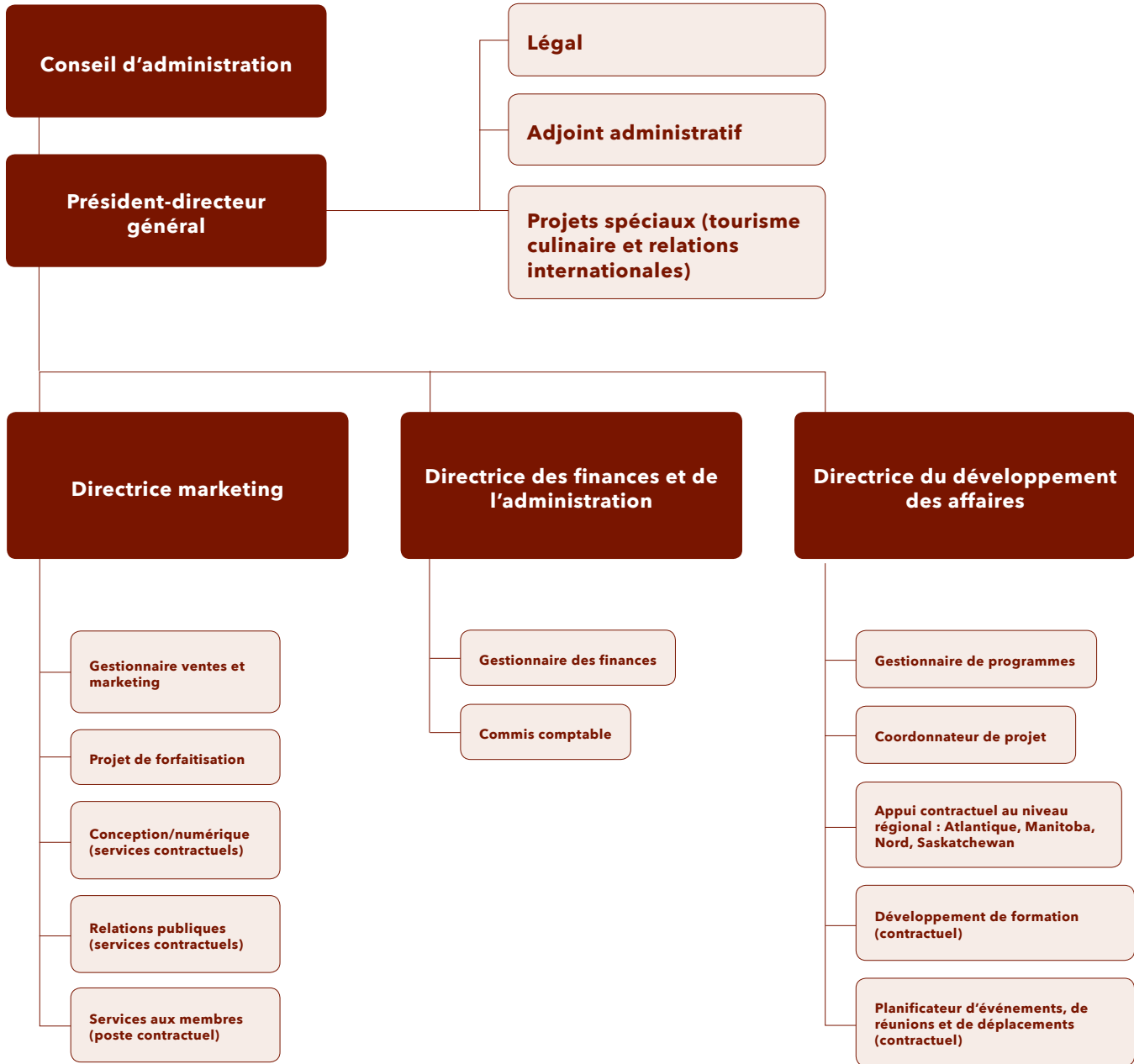
Département	Budget
Administration Location et administration de bureau, services juridiques, cotisations des membres, ressources humaines, réunions du conseil d'administration	\$1,283,000
Leadership et partenariat Développement et planification stratégique, tourisme culinaire, communications de l'association et études	\$275,000
Marketing et ventes Forfaitisation, participation à des salons professionnels, relations avec les médias, support en ligne et hébergement Web, conception créative, accueil et tournées de familiarisation (réseau de distribution)	\$1,215,000
Développement Programme de micro-subventions, appui provincial/territorial, formation et renforcement des capacités, Congrès international du tourisme autochtone	\$2,419,000
TOTAL	\$5,192,000

▼ Kluskap Ridge RV & Campground, N.-É.



ORGANIGRAMME

Date de mise à jour : janvier 2019





INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

IndigenousTourism.ca

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