



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

Lignes directrices pour les photos

Table des matières

Assurer une photographie fidèle à la marque	3
À propos de la photographie touristique	5
Photos principales	7
Photos de personnes.....	9
Photos complémentaires.....	11
Conseils pour les photos	12

Assurer une photographie fidèle à la marque

Les images donnent vie aux histoires. Les choix que nous faisons quant à la représentation visuelle de nos communautés ont une portée considérable. Les images non seulement montrent ce que nous faisons, mais définissent aussi comment nous sommes perçus.

La marque ATAC vise à raconter plusieurs histoires différentes, en démontrant la diversité des nations autochtones dans l'ensemble du Canada. En allant au-delà des photos stéréotypées des peuples autochtones « figés » dans l'histoire, nous pouvons montrer nos communautés telles qu'elles sont réellement : *diversifiées, authentiques, affirmées et contemporaines*.



Si l'offre de votre entreprise est exportable, vous pourriez être admissible à une subvention de photographie de 500 \$.

Pour en savoir plus, consultez
[Bit.ly/SubventionPhoto](https://bit.ly/SubventionPhoto)



A woman wearing a wide-brimmed hat and a long coat stands on a wooden balcony with a young child. The child is pointing towards a large body of water in the distance. The scene is bathed in the warm, golden light of a low sun, which creates a strong lens flare effect. Tall evergreen trees are visible on the left, and a forested hillside is in the background. The balcony has a wooden railing and a thick wooden post. The overall atmosphere is peaceful and scenic.

**Les photos sont
essentielles pour
communiquer
l'authenticité, la diversité
et la richesse des
expériences touristiques
autochtones.**

À propos de la photographie touristique

Les entreprises du tourisme autochtone offrent des expériences enrichissantes et des destinations touristiques sublimes qui mettent en valeur une perspective culturelle moderne et authentique. Ces expériences sont uniques dans l'industrie et l'emploi d'images fortes aide à raconter l'histoire de votre entreprise, communauté et peuple. Les voyageurs sont constamment à la recherche d'inspiration pour leurs prochaines vacances. La façon dont vous présentez votre entreprise sur toutes les plateformes est importante car vous pouvez être vu par des clients potentiels à tout instant – sites Web, médias sociaux, imprimés, publicités. Ces photos sont essentielles pour communiquer l'authenticité, la diversité et la richesse des expériences touristiques autochtones et, par conséquent, de vos entreprises et communautés.

Les photos sont des ressources qui doivent être maintenues et mises à jour. Elles sont essentielles pour communiquer aux visiteurs ce à quoi ils peuvent s'attendre comme expérience dans votre entreprise, et font partie intégrante de tous les outils promotionnels : magazines, sites Web, médias sociaux, bulletins d'information, forfaits entre autres. Ces photos deviennent le reflet de votre marque et, grâce à notre style particulier, nous espérons augmenter la reconnaissance et l'intérêt pour les offres du tourisme autochtone partout au pays.

Les offres touristiques que nous mettons en vedette sont authentiques et les personnes qui en font l'expérience vivent des moments extraordinaires. Nous visons à saisir ces moments et à raconter une histoire avec trois types de photos : **photos principales, photos de personnes et photos complémentaires.**





**Les photos
doivent refléter
ce que c'est de
vivre, de travailler
et d'apprendre
à travers
l'expérience que
vous offrez.**

Photos principales

Les photos principales doivent exprimer l'essence de l'expérience que vous offrez aux visiteurs. À titre d'exemple, si vous proposez des excursions d'observation de la faune, assurez-vous que la faune figure dans vos photos principales. Si vous offrez de l'hébergement, montrez la chambre. Essayez également d'avoir des personnes sur vos photos principales – votre personnel et les visiteurs. Saisissez l'ambiance de l'expérience, saisissez l'émotion.

Les photos principales doivent présenter des scénarios de la vie réelle. Elles doivent soutenir les valeurs de la marque : dynamisme, culture vivante, diversité, authenticité. Elles doivent vous faire sentir que vous serez le bienvenu si vous visitez la région.

Mais avant tout, assurez-vous que vos photos principales font une forte première impression. Elles auront une influence certaine sur les clients potentiels qui font des recherches sur votre entreprise. Elles doivent être vos meilleures photos.

EXEMPLES DE PHOTOS PRINCIPALES



1. Destination Carcross, YT 2. Centre culturel micmac d'Elsipogtog, N.-B. 3. Centre culturel Kwanlin Dun, YT 4. Tourisme Nunavik, QC 5. Moccasin Trails, C.-B. 6. Centre du patrimoine haïda à K'ay Llnagaay, C.-B. 7. Ocean House, C.-B.

A photograph of three people in winter clothing standing in a snowy, wooded area. In the foreground, a man with a beard and long hair, wearing a fur-lined parka, holds a large cleaver with a bone handle. Behind him, a woman with short grey hair and a man in a blue beanie and dark jacket are smiling. The background shows evergreen trees under a pale sky.

**Montrez les
interactions pour
refléter les liens entre
les personnes.**

Photos de personnes

Les photos de personnes doivent être simples, démontrer de la spontanéité et présenter de « vraies » personnes de la vie de tous les jours et non des mannequins de mode. Elles complètent vos photos principales et doivent montrer les interactions pour refléter les liens entre vos invités, votre personnel et les membres de la communauté. Les photos de personnes doivent illustrer les expériences personnelles que les visiteurs vivront chez vous.

Les personnes prises en photo peuvent regarder droit dans la caméra ou ailleurs. Les photos doivent dégager un air positif, abordable et naturel; il faut qu'il y ait une représentation appropriée de la région et de l'offre en termes de race, de sexe et d'âge.

EXEMPLES DE PHOTOS DE PERSONNES



1. Ocean House, C.-B. 2. Mahikan Trails, AB
3. Tourisme Nunavik, QC 4. Parcs Nunavik, QC
5. Wanuskewin Heritage Park, SK 6. Métis Crossing, AB
7. Manitoulin Hotel & Conference Centre, ON



**Montrez les
principaux attrails et
ce qui donne vie à
votre expérience.**

Photos complémentaires

Les photos complémentaires donnent un aperçu visuel d'une expérience ou d'un lieu. Ce sont des photos plus détaillées ou des paysages magnifiques qui donnent vie à votre expérience. Elles peuvent montrer ou non des personnes. Leur but est d'illustrer les détails et les emplacements de l'entreprise touristique en question et d'appuyer les photos principales et les photos de personnes.

EXEMPLES DE PHOTOS COMPLÉMENTAIRES



1. Centre culturel Squamish Lil'wat, C.-B. 2. Club Odanak, QC 3. Appalachian Chalets & RV, T.-N.-L. 4. Ku'Kum Indigenous Kitchen, ON 5. Tourisme Nunavik, QC 6. Six Nations Tourism, ON 7. Spirit Bear Lodge, C.-B.

Conseils pour les photos

Mettez l'accent sur les gens dans vos photos

Le tourisme autochtone a besoin des Autochtones! Nos gens et nos histoires sont nos meilleurs atouts. Mettre des gens – à la place des lieux – au cœur de nos photos confère de la valeur à la narration et la transforme en quelque chose d'unique. Mettez l'accent sur ce qui se passe maintenant au lieu de ce qui s'est déroulé dans le passé.

Évitez les stéréotypes

Les expériences touristiques autochtones sont aussi diverses que les peuples autochtones. On n'a pas besoin d'un tipi et d'un mâtototémique dans tous les cas! Lorsque vous racontez votre histoire visuellement, elle doit être précise et à jour; pensez toujours à mettre en valeur notre diversité.

Démontrez l'expérience

Enflammez l'imagination des visiteurs potentiels en utilisant des images qui illustrent l'expérience vécue sur le moment; laissez-les s'imaginer vivre l'expérience. Montrez une balade en forêt, et non uniquement la forêt.

Optez pour des photos spontanées et non posées

Des sourires figés et des photos posées et rigides ne mettent pas en valeur votre magnifique expérience. Faites ressortir votre côté naturel à chaque fois. De bonnes photos « spontanées » et ciblées peuvent exiger plus d'efforts mais elles valent leur pesant d'or.



1. Musée des Abénakis, QC 2. Les Torngats, T.-N.-L. 3. Yukon First Nations Culture & Tourism Association, YT 4. Haida House, C.-B.

Prenez des photos de plusieurs tailles

Lorsque vous capturez des moments dignes d'une photo, assurez-vous de varier l'orientation de votre appareil photo. Prenez une variété de photos en mode portrait, paysage et carré pour qu'elles puissent être utilisées de différentes manières.

Saisissez le ton

Prenez des photos qui capturent les émotions à vif de l'expérience et des personnes. Utilisez le contraste pour mettre l'accent sur l'ambiance.

Fournissez des descriptions

Lorsque le personnel de l'ATAC, les professionnels du tourisme ou les médias visionnent vos photos, ils voudront en savoir plus pour pouvoir les décrire avec précision ou y ajouter des légendes. La meilleure solution consiste à accompagner vos photos d'un document fournissant des informations détaillées sur les personnes qui s'y trouvent et sur ce qu'ils font ou vivent comme expérience. Veuillez à ce que le document fasse référence aux noms de fichiers de vos photos.

Voici quelques exemples de types de descriptions que vous devez utiliser pour les photos :

- M. Sébastien Desnoyers-Picard (nation huronne-wendat) devant le centre culturel Squamish Lil'wat entouré du paysage pittoresque de la Colombie-Britannique.
- Un accueil chaleureux au Grey Eagle Resort & Casino (nation Tsut'ina).
- Apprendre à préparer du pain bannique au Great Spirit Circle Trail sur l'île Manitoulin, en Ontario.
- M. George Paul (micmac) accueille les visiteurs avec une chanson au Red Bank Lodge, à Metepenagiag, au Nouveau-Brunswick.

Dans la mesure du possible, les personnes, les communautés et les entreprises membres seront identifiées dans toutes les promotions et tout le matériel de l'ATAC selon leur auto-déclaration préférée. Si aucune auto-déclaration n'a été faite, tous les efforts seront déployés pour identifier le nom de la communauté ou de la nation en premier. Si ces efforts sont infructueux, le nom du groupe autochtone sera utilisé (Première Nation, Métis ou Inuit).



**Permettez aux visiteurs de
s'imaginer vivre l'expérience.**



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

IndigenousTourism.ca

1-604-351-1028 | Info@IndigenousTourism.ca | 8th Floor, 333 Seymour Street, Vancouver, BC, V6B 5A7