



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

RAPPORT DE MI-EXERCICE

1^{ER} AVRIL - 30 SEPTEMBRE 2020

**Progrès selon les principaux
indicateurs de rendement du
plan d'action 2020-2021**

TABLE DES MATIÈRES

DÉVELOPPEMENT	3
MARKETING	5
LEADERSHIP	9
PARTENARIAT	13
STRATÉGIE	15
CULINAIRE	17
FINANCES	
Budget prévu vs Budget approuvé.....	20
Revenus.....	20
Dépenses - Administration	21
Dépenses - Leadership et partenariat.....	21
Dépenses - Marketing et ventes	22
Dépenses - Développement	22
Distribution du fonds de relance	23

PILIER STRATÉGIQUE

DÉVELOPPEMENT

Objectif global

Assurer la pérennité des entreprises membres de l'ATAC qui sont prêtes à la commercialisation et à l'exportation.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Membres – soutien et engagement

Fournir des fonds de relance COVID-19 à au moins 50 membres prêts à la commercialisation ou à l'exportation.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Objectif atteint. Soutien offert à plus de 670 entreprises à tous les niveaux de préparation.



Mise en œuvre du programme de fonds de relance d'ici mai 2020.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Objectif atteint. Périodes de soumission de demandes : avril 2020, août 2020.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Soutien et représentation au niveau provincial et territorial

Planifier et mettre en œuvre un programme de soutien financier pour chacun des 13 provinces et territoires.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Demandes finalisées (avril 2020) – paiements et calendrier émis aux provinces et territoires ayant une association en règle.



Augmenter la coordination avec les associations touristiques autochtones régionales au niveau des interventions et de la relance face à la COVID-19.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

En cours. Renforcement du financement pour toutes les associations en 2020. Des réunions sont tenues toutes les 2 semaines pour discuter des problèmes et partager des solutions alors que les impacts de la COVID-19 continuent de poser des défis.

Tenir 2 réunions de planification avec les partenaires provinciaux et territoriaux par téléconférence.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Objectif atteint : 9 réunions tenues depuis avril 2020.



Retenir 3 coordonnateurs régionaux en tourisme.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

En cours. Contrats toujours en vigueur en 2020.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Congrès international du tourisme autochtone (CITA)

Rétablir le CITA en tant qu'un congrès du tourisme autochtone durable en 2021.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Des discussions sont en cours avec Winnipeg comme la prochaine ville hôte.

PILIER STRATÉGIQUE

MARKETING

Objectif global

Veiller à ce que les efforts de marketing de l'ATAC soient solides et à l'épreuve du temps afin de les déployer efficacement une fois la pandémie terminée. Aider les membres et les équiper avec la formation, les outils et l'éducation dont ils auront besoin pour redémarrer leurs efforts de marketing.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Membres – soutien et engagement

Créer des webinaires pour les membres afin de leur offrir une formation sur les plans marketing, le numérique et la collaboration avec le réseau de distribution et les médias.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

6 webinaires ont été organisés à ce jour au cours de cet exercice financier : 1 échange avec les médias autour d'un feu de camp, 1 webinaire sur les ventes et le réseau de distribution avec Jonview, 1 émission de cuisine, 1 webinaire avec Airbnb, 1 sur un outil de marketing gratuit, 1 sur comment vendre en ligne avec l'ATAC.



Travailler avec les membres pour permettre les achats en ligne.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Création d'un document promotionnel. Modifications apportées à Meridian pour une intégration avec Destination Autochtone. Le processus d'intégration des membres est en cours. Ajout d'une nouvelle section sur Destination Autochtone pour promouvoir les forfaits.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Marketing numérique

Maintenir l'engagement sur le site Web et les médias sociaux grâce à du contenu axé sur la positivité (le bien-être) et la sensibilisation.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

L'engagement total sur les médias sociaux atteint 152 % de l'objectif fixé pour l'année et l'engagement sur le site web est supérieur de 486 % à l'objectif fixé pour l'année. Avec la campagne Évadez-vous, l'ATAC a réussi à cibler les bons marchés et a obtenu des résultats remarquables. L'objectif de l'ATAC était de maintenir une augmentation de 20 % par rapport aux chiffres de l'année dernière.



Créer une nouvelle campagne de marketing en ligne présentant des conteurs, des artistes, des chefs et d'autres contenus en lien avec la positivité (le bien-être).

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

L'ATAC a mené avec succès la campagne « Évadez-vous » de 7 semaines mettant en vedette les expériences autochtones extraordinaires qui étaient ouvertes aux visiteurs à travers le pays. Un rapport indépendant contenant des informations clés a été élaboré.



Collaborer avec Destination Canada sur les futures campagnes de marketing coopératif.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Destination Canada (DC) s'est tournée vers la promotion au niveau domestique à la suite de la COVID-19.

L'ATAC a collaboré avec DC sur les projets suivants :

- Expedia;
- Soutien financier à la commercialisation du tourisme autochtone par le biais des associations provincial et territorial;
- Salon virtuel de voyage pour les professionnels et les consommateurs.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Outils de marketing et de vente

Publier une version numérique de Nations – magazine art de vivre autochtone – en anglais et en français.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Le magazine Nations est presque terminé. Une ébauche sera partagée avec le conseil d'administration et la haute direction pour obtenir leurs impressions finales. Le magazine devrait être publié et promu début novembre.

S'assurer que tous les outils et programmes de marketing pertinents sont disponibles pour les membres sur le site Web de l'association.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Le nouveau site Web de l'association sera terminé à la mi-décembre 2020. L'ATAC a reçu des commentaires de notre équipe, de nos membres, de nos partenaires et de notre conseil d'administration quant à leurs attentes et les éléments à inclure sur le site Web.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Ressources numériques

Collaborer avec les 8 associations touristiques autochtones régionales pour développer de nouvelles ressources numériques.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

C.-B., T.N.-O., YK (reçues), QC (reçues), ON (reçues), AB, N.-B. (reçues), N.-É. (reçues), NU, MB (en cours).

Maintenir le soutien à 25 membres de l'ATAC pour le développement de nouvelles ressources photographiques.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

À date, 10 entreprises ont bénéficié du programme de subvention pour les ressources. Plusieurs membres ont développé des ressources photographiques et ont effectué une refonte de leur image grâce aux subventions obtenues dans le cadre du fonds de relance. L'ATAC a également capturé de nouvelles images de nos membres dans le cadre de la campagne « Évadez-vous ».



Produire du contenu vidéo pour 2021.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Le contrat a été attribué à Apollina Productions. Tout le contenu a été enregistré. La première ébauche de la vidéo est attendue fin novembre. La vidéo intégrale sera lancée au printemps 2021.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Réseau de distribution et médias

Publier un bulletin électronique trimestriel pour les médias.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

2 bulletins ont été publiés pour les médias depuis le 1er avril. L'ATAC a également créé un groupe Facebook où nous interagissons avec des influenceurs, des blogueurs et les médias.

Publier un bulletin électronique trimestriel pour le réseau de distribution.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

À ce jour, l'ATAC a publié deux bulletins d'information électroniques à l'intention de ses partenaires du réseau de distribution et a créé un groupe Facebook pour un échange continu avec eux.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Recherche sur le tourisme autochtone

Collaborer avec Destination Canada pour diffuser les recherches du Conference Board du Canada.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

L'ATAC a réalisé la première étude d'impact économique COVID-19 avec le Conference Board du Canada et a décidé de dresser un inventaire complet et une analyse de l'impact économique de l'industrie (débutant fin septembre, se terminant à la fin du mois de mars). De plus, l'ATAC a établi un partenariat avec Insignia Research au sujet des perceptions des Canadiens face au tourisme autochtone pour permettre de comprendre la dynamique et de découvrir ce que nous pourrions améliorer dans le but d'être pleinement efficaces avec ce marché et la communication auprès de la population locale.

PILIER STRATÉGIQUE

LEADERSHIP

Objectif global

Obtenir du financement de relance pour soutenir les entreprises et les associations autochtones afin de maximiser leur contribution au PIB pendant et après la pandémie de COVID-19.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Membres – soutien et engagement

Obtenir des fonds de relance pour aider les membres.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

16 millions de dollars garantis au 19 août 2020.

16 millions de dollars comptabilisés au 30 septembre 2020.



Diffuser 15 vidéos en direct pour les membres afin de présenter des outils qui les permettront de rester viable pendant la pandémie de COVID-19.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

11 événements Live sur Facebook ont eu lieu depuis le 1er avril 2020.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Positionnement de l'ATAC comme leader

Participer au groupe de travail du Conseil canadien des ministres du Tourisme et du gouvernement fédéral.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

L'ATAC a continué à siéger sur ce comité tout au long de 2020.

Collaborer avec les provinces et les territoires pour maintenir les associations touristiques autochtones régionales.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Les efforts se poursuivent dans ce domaine. 1 partenariat provincial a été rompu.

Organiser 1 réunion de planification en ligne au niveau provincial et territorial.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

7 réunions Zoom ont eu lieu depuis avril.



Organiser 1 réunion de planification en personne au niveau provincial et territorial.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

À déterminer – Les voyages seront interrompus pour un avenir prévisible.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Stratégie d'accélération 2019-24

Confirmer 2 nouveaux partenaires du secteur privé pour soutenir la croissance du tourisme autochtone au Canada.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

1 nouvelle entente de partenariat conclue avec YVR le 3 septembre 2020.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Réputation à l'international

Maintenir les liens avec les partenaires internationaux au Chili, en Australie, en Nouvelle-Zélande et aux États-Unis.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

L'ATAC développe et entretient ces liens via un engagement et des conférences numériques.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Législation, défis et recherche

Travailler avec les partenaires afin de développer un projet de loi sur l'authenticité selon les protocoles des arts autochtones authentiques.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Discussions en cours avec PCH sur l'authenticité des produits et la programmation des produits autochtones au Canada.

Participer aux discussions, aux négociations et aux médiations afin d'aider à la résolution des conflits ou à surmonter les défis liés au tourisme autochtone au Canada.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Plaidoyer pour l'industrie du tourisme autochtone et les communautés autochtones face à la COVID-19 afin de soutenir la durabilité, la relance, et l'égalité d'accès au soutien fédéral.



Quatre présentations auprès des partenaires fédéraux, provinciaux et territoriaux sur l'importance économique du tourisme autochtone au Canada.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

3 sur 4 terminées.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Systeme de rapport pour les partenaires

Mettre en place un systeme pour generer des rapports afin de creer des gains d'efficacite entre les departements.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Des reunions hebdomadaires entre les dirigeants sont en cours et se poursuivent.

Creer des rapports normalises pour les partenaires provinciaux et territoriaux.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

La plateforme iTotem pour generer des rapports-syntheses pour les provinces/territoires.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Efficacite des processus

Continuer à soumettre un rapport financier mensuel au conseil d'administration et au tresorier.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

En cours.

Continuer à peaufiner les politiques et procedures organisationnelles.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

L'ATAC continue à peaufiner les politiques et procedures organisationnelles.

Peaufiner et mettre en oeuvre le plan RH 2020-21 de l'ATAC.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

La mise en oeuvre du nouveau plan RH.



PILIER STRATÉGIQUE

PARTENARIAT

Objectif global

Assurer la viabilité des associations touristiques autochtones régionales partout au pays.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Adhésion à l'ATAC

Maintenir le nombre total de membres de l'ATAC à 700.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21
887 membres.



Maintenir le nombre total de membres votants à 300.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21
483 membres votants.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Développement et renforcement des partenariats

Élargir et consolider les partenariats existants.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

–

Explorer de nouvelles possibilités de partenariats et d'ententes.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

–

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Collaborations, représentation et réseautage

Renforcer la représentation et la participation autochtone dans les principales associations et organisations touristiques.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

–

Créer 10 occasions de réseautage numérique dans l'industrie.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

–

Faciliter 15 occasions de réseautage numérique pour le conseil d'administration de l'ATAC.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

–

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Communications corporatives

Publier 52 bulletins électroniques sur les activités de l'ATAC.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

59 bulletins électroniques envoyés au total.



Publier 20 communiqués sur le site Web à propos des activités de l'ATAC.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

34 communiqués sur le site Web de l'ATAC.



Publier 100 nouvelles sur les médias sociaux à propos des activités de l'ATAC.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

115 publications sur Twitter et 50 sur LinkedIn.



PILIER STRATÉGIQUE

STRATÉGIE

Objectif global

Sustain the Indigenous tourism industry across Canada by securing ongoing funding support.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Le Fonds pour les expériences canadiennes (FEC)

Préparation au marché : les lignes directrices nationales de l'ATAC sont utilisées par tous les membres comme ressource pour rester en activité.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Consolidation du nombre actuel de membres sur la base de lignes directrices.
Alignement de tous les membres sur leur état de préparation actif.

Marketing : le site Web de Destination Autochtone sera disponible en 5 langues une fois que le marketing du tourisme à l'international redémarrera.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Présentement disponible en anglais et en français. Les langues supplémentaires ne seront pas ajoutées avant le prochain exercice.

Partenariat : RISE est reconnu par les membres comme l'outil permettant d'accroître la capacité de leurs entreprises et de développer davantage leur offres et programmes.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Étapes finales du programme RISE axé sur la COVID-19 en cours. Le processus d'arrière-plan complété par RH Tourisme Canada d'ici le 15 septembre 2020.

Cuisine autochtone : 8 événements culinaires numériques mettant en vedette les chefs de l'ICAN et couverts par les médias à l'échelle nationale.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

-

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Stratégie panatlantique

Préparation au marché : 7 entreprises seront prêtes à l'exportation d'ici le 31 mars 2021.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

9 entreprises identifiées.

Marketing : ces 7 entreprises bénéficieront de l'avantage marketing et de ressources numériques efficaces.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

9 entreprises identifiées et préparées via l'avantage marketing.

Leadership : les 25 entreprises évaluées du Canada atlantique auront une plus grande capacité.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Poursuite des progrès – changement au niveau du livrable en raison de la COVID-19.

Partenariat : les partenaires du Canada atlantique continuent de reconnaître l'importance de l'ATAC.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Le partenariat se développe et s'avère de plus en plus pertinent en raison de la COVID-19.

PILIER STRATÉGIQUE

CULINAIRE

Objectif global

Offrir une plateforme pour les récits culinaires et culturels grâce à une stratégie culinaire autochtone nationale. Soutenir l'Indigenous Culinary of Associated Nations (ICAN).

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Positionnement de l'ICAN comme leader de l'industrie

Développer le réseau des ambassadeurs culinaires autochtones.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Complété : IndigenousCuisine.ca – visitez la section « carte ».

En cours : Annuaire culinaire pour l'industrie du tourisme, les médias, le réseau de distribution et les événements.

Développer du contenu culinaire autochtone.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Lancement du site Web IndigenousCuisine.ca destiné au grand public en juin 2020. Le site présente des articles, des recettes et des expériences. Intégration avec la campagne « Évadez-vous » lancée en été. Marketing au niveau provincial.

Poursuivre la planification stratégique et la recherche de fonds pour des projets culinaires communautaires.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

En cours :

- Première assemblée générale annuelle de l'ICAN tenue le 17 août 2020. Élaboration du rapport de performance pour les activités de la première année (août 2019 - août 2020) complétée et motions budgétaires 2019-2020 adoptées;
- Nouvel ajout au conseil d'administration de l'ICAN – la chef Sheila Flaherty d'Iqaluit (représentant les Inuit);
- Le plan et le budget pour la période octobre 2020 - 31 mars 2021 approuvés par le conseil d'administration de l'ICAN le 6 octobre 2020;
- Le programme de bienfaisance Indigenous Feast Boxes (COVID-19) : Des boîtes d'aliments distribuées aux Autochtones/familles autochtones dans le besoin au cours de l'été et à l'automne.

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Événementiel : Taste of the Nations

Collaborer avec les collèges communautaires pour offrir des outils d'éducation et de formation.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

En cours : Le président du conseil, Joseph Shawana, a travaillé avec le Centennial College de Toronto et a lancé en septembre un nouveau programme d'études culinaires autochtones pour le semestre d'automne. Projet d'expansion du programme dans d'autres collèges et écoles ailleurs au Canada.



Créer 12 publications sur la cuisine autochtone pour les médias traditionnels et sociaux.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

Lancement du site Web IndigenousCuisine.ca destiné au grand public en juin 2020. Concours culinaire virtuel durant la période de crise de la COVID-19 : plus de 30 000 vues. Avec les partages et d'autres formes d'engagement, la campagne a atteint un total de 170 000 personnes.



Collaborer avec les médias touristiques locaux et internationaux pour publier 10 articles sur la cuisine autochtone.

Progrès réalisés à ce jour pour 2020-21

22 News stories (<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Nd3era62tF9QYb9hXpuweblQIZf-zcsak-nGmMWplRk/edit?usp=sharing>)

2020-2021

FINANCES

BUDGET PRÉVU VS BUDGET APPROUVÉ

REVENUS		Projection avril - sept 2020	Chiffre actuel avril - sept 2020	Budget de relance COVID-19 (2020/2021)
AANC - PEA – Entente existante	2 420 000			
AANC - PEA – Fonds de relance additionnels	1 000 000			
AANC - PEA – Programme de subventions de relance + administration	15 000 000			
Total AANC - PEA	18 420 000	18 000 000	18 000 000	18 420 000
AANC - IPS		13 634	35 000	35 000
Fonds pour les expériences canadiennes		348 931	636 837	1 636 837
RVC - partage des coûts (inscription)		0	0	0
Adhésion à l'ATAC		891	0	594
Parcs Canada		0	0	50 000
Destination Canada		1 050 000	1 050 000	1 650 000
CITA – Inscription et foire commerciale		11 984	11 984	11 984
CITA – Parrainage		20 000	20 000	20 000
RH Tourisme Canada		0	0	0
Gouvernement de la Saskatchewan – Tourism Saskatchewan		0	60 000	215 000
Voyage Manitoba		39 000	0	85 000
APECA (Canada atlantique)		0	0	100 000
APECA (contribution provinciale)		0	0	25 000
Commanditaire de déplacements et revenus divers		5 176	0	20 000
TOTAL DES REVENUS		19 925 982	20 228 821	22 834 415

DÉPENSES - Administration	Projection avril - sept 2020	Chiffre actuel avril - sept 2020	Budget de relance COVID-19 (2020/2021)
Administration – Bureau principal	468 195	384 135	1 070 770
Assurances	0	0	1 500
Matériel et fournitures	2 260	11 250	18 750
Déplacements du personnel	7 626	16 000	40 000
Dépenses – soutien aux membres	279	0	144
Location de bureau	61 383	63 000	126 000
Frais bancaires et intérêts	1 834	9 500	17 000
Téléphone/Télécopieur/Cellulaire/Internet	7 761	10 000	20 000
Frais juridiques	27 449	44 500	96 500
Audit	0	20 000	35 000
Frais postaux et d'expédition	261	4 400	6 800
Matériel de bureau	10 086	9 600	12 000
Cotisations des membres	65 572	45 000	90 000
Frais du conseil	19 900	1 400	3 500
Déplacements des membres du conseil	2 240	10 000	25 000
Dépenses (AGA)	0	0	0
Consultant RH	1 500	8 000	20 000
Frais de service de paie	3 008	3 500	7 000
Matériel promotionnel	0	0	0
Technologie de bureau	100 509	85 000	100 000
AE, RPC, CAT et avantages complémentaires	36 436	40 000	80 000
Plan de réinvestissement	65 000	65 000	130 000
Plan de circonstance (opérations)	49 000	12 500	50 000
TOTAL (ADMINISTRATION)	930 300	842 785	1 949 964

DÉPENSES - Leadership et partenariat	Projection avril - sept 2020	Chiffre actuel avril - sept 2020	Budget de relance COVID-19 (2020/2021)
Parrainage d'événements	0	0	10 000
Présentations (partenariat)	15 065	10 000	25 000
Développement et planification stratégique	1 570	19 600	49 000
Tourisme culinaire autochtone	48 268	75 000	150 000
Communications d'entreprise et études	193 546	174 000	202 500
TOTAL (LEADERSHIP ET PARTENARIAT)	258 449	278 600	436 500

DÉPENSES - Marketing et ventes	Projection avril - sept 2020	Chiffre actuel avril - sept 2020	Budget de relance COVID-19 (2020/2021)
Administration – Marketing et ventes	139 870	139 250	278 500
Organisations autochtones de formation enregistrées	22 800	35 000	65 000
Participation à des salons professionnels/ congrès	3 999	0	8 000
Développement de contenu	49 994	25 000	46 000
Relations avec les médias et relations publiques	36 514	57 900	115 800
Soutien en ligne/numérique	65 002	46 200	112 400
Hébergement Web et support informatique	6 236	18 002	32 500
GRC/gestion des actifs numériques	23 356	24 900	49 800
Publicité	36 780	37 600	63 200
Conception créative et production	56 238	50 000	80 000
Guide	17 885	2 850	45 700
Tournées de presse	0	0	0
Tournées de familiarisation (réseau de distribution)	2 081	0	0
Programmes de partenariat (Destination Canada)	430 301	709 000	721 000
Plan de circonstance (marketing et ventes)	0	28 200	56 400
Destination Autochtone	87 081	134 000	263 000
Frais (adhésion)	0	5 000	5 000
Campagne « Évadez-vous »	113 684	168 000	447 000
Formation virtuelle/séances/webinaires/ vidéos COVID-19	15 075	19 000	57 000
TOTAL (MARKETING ET VENTES)	1 106 898	1 499 902	2 446 300

DÉPENSES - Développement	Projection avril - sept 2020	Chiffre actuel avril - sept 2020	Budget de relance COVID-19 (2020/2021)
Administration - Développement	196 459	187 500	468 600
Projets d'appui au développement -Fonds de relance	2 738 325	1 400 000	16 232 450
Investissements pour appuyer les provinces et les territoires	374 991	404 144	1 112 000
Dépenses pour le CITA	35 231	35 800	35 800
Projets spéciaux au niveau des provinces/territoires	21 410	56 250	150 000
Frais administratifs du fonds de relance	105 279	0	0
Plan de circonstance (développement)	0	0	0
TOTAL (DÉVELOPPEMENT)	3 471 695	2 083 694	17 998 850

TOTAL DES DÉPENSES	5 767 342	4 704 982	22 831 614
---------------------------	------------------	------------------	-------------------

GAIN NET / (PERTE NETTE)	14 158 640	15 523 839	2 801
---------------------------------	-------------------	-------------------	--------------

DISTRIBUTION DU FONDS DE RELANCE AU 7 OCTOBRE 2020

P/T	Phase 1 et 2		Phase 3		Phase 4		Phase 5		Grand Total	
	Nombre d'entreprises	\$	Nombre d'entreprises	\$	Nombre d'entreprises	\$	Nombre d'entreprises	\$	Nombre d'entreprises	\$
AB	14	220 000	5	125 000	4	95 000	3	75 000	26	515 000
C.-B.	18	277 500	14	337 000	5	122 755	0	-	37	737 255
MB	4	64 375	5	115 000	4	60 610	1	25 000	14	264 985
N.-B.	2	27 500	0	-	0	-	0	-	2	27 500
T.-N.-L.	4	46 875	0	-	2	50 000	0	-	6	96 875
T.N.-O	5	61 875	5	125 000	1	25 000	0	-	11	211 875
N.-É.	2	18 750	0	-	1	25 000	0	-	3	43 750
NU	0	-	1	25 000	1	25 000	0	-	2	50 000
ON	6	71 250	9	225 000	9	225 000	3	75 000	27	596 250
Î.-P.-É.	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
QC	25	419 375	1	25 000	0	-	0	-	26	444 375
SK	2	15 500	5	125 000	1	25 000	3	75 000	11	240 500
YT	5	62 500	1	25 000	0	-	0	-	6	87 500
GRAND TOTAL	87	1 285 500	46	1 127 000	28	653 365	10	250 000	171	3 315 865



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

IndigenousTourism.ca

1-888-803-4822 | Info@IndigenousTourism.ca | 8th Floor, 333 Seymour Street, Vancouver, BC, V6B 5A7