



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

MIEUX
RECONSTRUIRE

**RELANCE STRATÉGIQUE
DU TOURISME AUTOCHTONE
AU CANADA
2022-2025**



TABLE DES MATIÈRES

Mot du PDG de l'ATAC	4
Mot de la présidente du conseil de l'ATAC	6
À propos de l'Association touristique Autochtone du Canada	8
Alignement avec les objectifs de développement durable de l'OMT.....	11
Le tourisme Autochtone est la réconciliation en action	12
Nouveaux objectifs pour 2022-2025.....	15
Relance	17
Résilience	21
Investissement requis	26

Dans ce rapport, l'ATAC est fière de présenter des images de nos membres partout au pays. Pour en savoir plus sur nos membres et pour voir plus d'images, veuillez visiter **DestinationAutochtone.ca**.

COUVERTURE AVANT: WAPUSK ADVENTURES • MB

QUATRIÈME DE COUVERTURE: MOON GATE GUEST HOUSE • MB

INVESTIR POUR NOTRE AVENIR

Mot du PDG de l'ATAC

Depuis 2014, l'Association touristique Autochtone du Canada (ATAC) soutient et renforce les expériences touristiques Autochtones partout au Canada. Nous y sommes parvenus en mettant en œuvre notre approche à quatre piliers menée par les Autochtones : leadership, partenariat, développement et marketing. Avant la pandémie, le tourisme Autochtone au Canada avait connu une croissance sans précédent de 2014 à 2019 :

- ◆ *Augmentation du nombre d'emplois en tourisme Autochtone de 33 100 à 39 000;*
- ◆ *Augmentation des contributions au PIB de 1,4 G\$ à 1,86 G\$;*
- ◆ *Augmentation du nombre d'entreprises touristiques Autochtones prêtes à l'exportation de 65 à 130.*

La pandémie de COVID-19 a eu un impact négatif immédiat sur l'industrie touristique Autochtone, causant une réduction d'environ 70 % des contributions au PIB et une perte de 21 000 emplois. Pendant ce temps, l'ATAC a immédiatement réaligné ses ressources et obtenu 16 M\$ en subventions fédérales par l'intermédiaire du gouvernement du Canada afin de soutenir 680 opérateurs dans la relance et la mise en œuvre des activités de marketing ciblant le marché intérieur.

Nous savons que nous ne sommes pas seuls; le tourisme Autochtone demeure cependant, le secteur le plus vulnérable de l'industrie, et nous demandons à nos partenaires d'harmoniser et de soutenir notre stratégie alors que nous recherchons des ressources pour rebâtir efficacement nos entreprises membres et les rendre plus durables que jamais. L'ATAC comprend les besoins uniques de nos entreprises. Elle est l'organisation toute désignée pour mener cette relance et répondre à la demande mondiale pour des expériences authentiques.



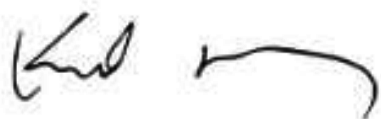
*Un investissement fédéral de 65 M\$ sur trois ans **augmentera l'emploi dans le tourisme Autochtone de 21 000, pour atteindre un total de plus de 40 000 travailleurs.***

Aujourd'hui, nous présentons « Mieux reconstruire », notre plan stratégique 2022-2025 révisé et dirigé par les Autochtones, qui souligne les besoins du tourisme Autochtone pour se reconstruire plus fort que jamais. Il a été créé sur la base de recherches de pointe, des engagements avec nos membres de l'industrie touristique Autochtone et de consultations avec nos partenaires des secteurs privé et public de l'ensemble de l'industrie touristique.

Avec un investissement fédéral de 65 M\$ entre 2022 et 2025, l'ATAC continuera à soutenir ses membres en mobilisant des fonds avec nos partenaires. L'objectif fixé dans cette stratégie est de relancer notre industrie pour atteindre le même niveau qu'en 2019 d'ici 2025. Cependant, nous ne réussirons que si nos plans sont pleinement soutenus et dirigé par les Autochtones. L'ATAC tirera parti d'une forte demande nationale et mondiale, poursuivra son leadership en soutenant le développement d'expériences touristiques Autochtones exceptionnelles et prêtes à l'exportation et investira dans une stratégie pour récupérer les emplois perdus dans le secteur du tourisme Autochtone.

Au nom de notre conseil d'administration, de notre personnel et des plus de 1900 entreprises touristiques Autochtones au Canada, merci d'appuyer la stratégie « Reconstruire mieux » de l'ATAC. Nous avons hâte de collaborer ensemble afin de rebâtir notre industrie d'ici 2025.

Cordialement,



M. KEITH HENRY
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL
ASSOCIATION TOURISTIQUE AUTOCHTONE DU CANADA



DIRIGER - INSPIRER - ENGAGER

Mot de la présidente du conseil de l'ATAC

Dès le début du constat des répercussions dévastatrices de la pandémie sur notre industrie, nous savions que nous devons nous battre pour des solutions dirigé par les Autochtones. Nous étions reconnus pour avoir bâti une industrie touristique Autochtone admirée dans le monde entier pour son apport économique et sa contribution à la prospérité Autochtone, et d'un instant à l'autre, nous faisons face à des pertes catastrophiques d'emplois et de revenus à travers le pays.

Malgré tout cela, notre industrie est restée résiliente. En tant que conseil d'administration, nous avons été incroyablement fiers de voir notre équipe surmonter la troisième et quatrième vague de la pandémie. Nous les remercions d'avoir travaillé sans relâche pour créer une stratégie à l'échelle de l'industrie, soutenue par la recherche et la collaboration avec nos membres et partenaires, afin d'inspirer l'ensemble de notre industrie à avancer rapidement en mettant l'accent sur une meilleure reconstruction, plus forte que jamais.

Au cours des deux dernières années, nous avons assisté à un changement sociétal dans le domaine des voyages. Un changement qui a rapproché les consommateurs des valeurs fondamentales de la culture Autochtone. Nous voyons des touristes plus intéressés à explorer les territoires qu'ils habitent en plus d'adopter un rythme de vie plus lent axé sur la pleine conscience et qui permet d'apprécier la nature et la spiritualité. Nous savons que la demande pour des expériences Autochtones authentiques est à la hausse au niveau national et international.

Il est maintenant temps pour le tourisme Autochtone de se rebâtir et de prospérer. Avec un engagement de 65 M\$ sur 3 ans, le taux de rendement sera substantiel. Cet investissement permettra à l'ATAC de collaborer avec les opérateurs et les chefs de file Autochtones ainsi qu'avec les partenaires

*Un investissement fédéral de 65 M\$ sur trois ans **générera une contribution annuelle de plus de 1,86 G\$ au PIB d'ici 2025, soit un retour sur investissement de plus de 1500 %.***

du secteur privé. Un investissement dans le tourisme Autochtone est un investissement pour notre avenir. Au-delà de l'économie, un investissement dans l'industrie touristique Autochtone est un investissement pour les générations futures, garantissant que les jeunes, les langues et les cultures Autochtones continuent de prospérer. Les opérateurs touristiques Autochtones font partie intégrante du soutien aux Canadiens dans leur propre cheminement vers la réconciliation.

Notre équipe s'efforce de rassembler tous les paliers de gouvernement pour créer des solutions cohérentes pour notre industrie et ce sont ces actions qui ont contribué à garantir que nos plus de 1900 entreprises disposent de ressources non seulement pour survivre à cette perturbation, mais pour se reconstruire avec de l'espoir pour l'avenir. Cette confiance en nos capacités à reconstruire se traduit par une augmentation de 144 % du nombre de membres et une augmentation de 91 % des membres du programme marketing avancé depuis 2019.

Merci à tous ceux qui ont travaillé fort pour soutenir nos membres à travers le pays. Nos associations touristiques Autochtones en Colombie-Britannique, en Alberta, au Manitoba, au Yukon, au Québec, au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse, à Terre-Neuve-et-Labrador et à l'Île-du-Prince-Édouard ont fait preuve de résilience. Je tiens également à remercier l'équipe de l'ATAC pour sa détermination, son optimisme et son engagement à faire en sorte que le tourisme Autochtone sorte plus fort que jamais de cette pandémie. C'est un honneur de travailler à vos côtés.

Cordialement,



MME BRENDA HOLDER
PRÉSIDENTE DU CONSEIL
ASSOCIATION TOURISTIQUE AUTOCHTONE DU CANADA



À PROPOS DE L'ASSOCIATION TOURISTIQUE AUTOCHTONE DU CANADA

Depuis 2014, l'Association touristique Autochtone du Canada (ATAC) soutient et revitalise les expériences touristiques Autochtones partout au Canada. L'ATAC est reconnue comme leader mondial en matière de développement et de marketing du tourisme Autochtone. Notre réputation repose non seulement sur nos succès mais aussi sur la force de nos partenariats à l'échelle fédérale, provinciale et territoriale, et notre collaboration avec les communautés Autochtones qui ont choisi d'accueillir des visiteurs sur leurs territoires à travers le pays.

Le succès des stratégies antérieures de l'ATAC est le résultat de ses efforts pour aider les entreprises membres à devenir commercialisable et exportable et la création par l'ATAC d'un réseau de partenaires provinciaux et territoriaux à travers le Canada. Cette approche coordonnée des activités de développement et de marketing est dirigée par l'ATAC, l'association nationale en matière de leadership et de défense des intérêts de l'industrie.

Au cours des sept dernières années, l'offre touristique Autochtone a connu une croissance sans précédent, ce qui a entraîné la création de nouveaux emplois et une augmentation de la contribution du secteur au PIB, passant de 1,4 milliard à près de 2 milliards de dollars. De plus, de 2016 à 2019, l'ATAC a soutenu une augmentation de 100 % du nombre d'entreprises touristiques Autochtones canadiennes prêtes à la commercialisation et à l'exportation.

Le plan stratégique de relance de l'ATAC soutient la restauration durable du tourisme Autochtone au Canada en tant que leader de l'industrie en matière de croissance annuelle d'emplois, de contribution au PIB et de création de nouvelles entreprises touristiques. Nous y parviendrons grâce à la mise en œuvre continue de notre approche à quatre piliers :

Leadership : Accroître une opinion positive envers le tourisme Autochtone, la représentation et la transparence afin de consolider la réputation sur le marché, instaurer la confiance chez les bailleurs de fonds et renforcer le soutien des membres.

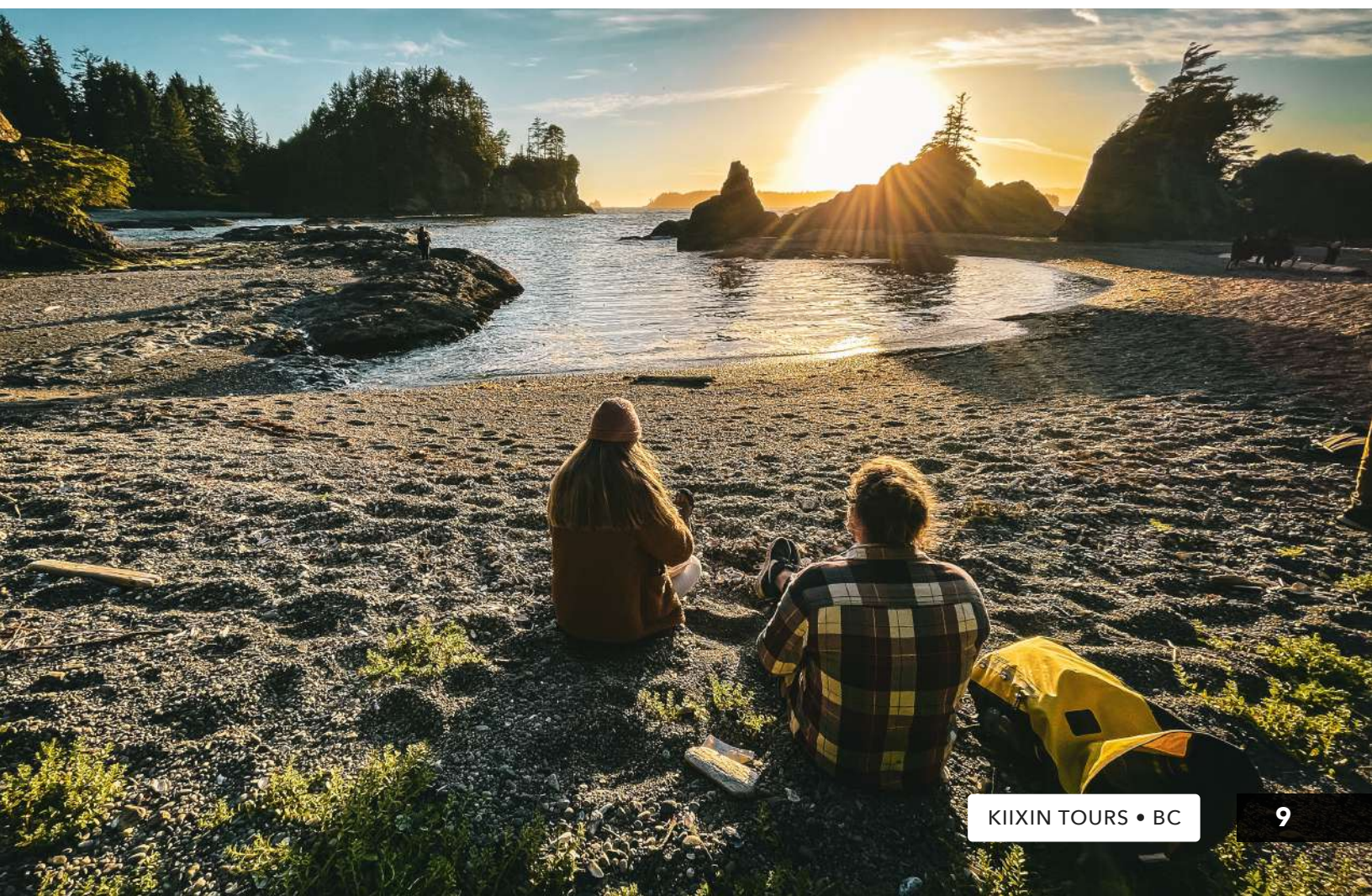
Partenariat : Unifier l'industrie touristique Autochtone au Canada en réunissant les membres et les organisations clés de l'industrie afin de renforcer les collaborations et de maximiser les résultats.

Développement : Encourager le développement de l'offre touristique et les investissements dans le tourisme Autochtone afin de rester concurrentiel à l'échelle internationale.

Marketing : Promouvoir le tourisme Autochtone et son apport positif aux communautés et à la culture au moyen de grandes actions marketing ciblées, des initiatives de ventes, de la recherche et des médias.

Alors que l'industrie touristique Autochtone au Canada se remet du choc de la pandémie, l'ATAC s'est fixée pour objectif d'aller de l'avant de la manière la plus flexible et la plus durable possible. L'ATAC comprend que cette démarche présentera des défis, connus et inconnus, et est prête à les affronter. L'ATAC a créé des partenariats à l'échelle nationale avec, entre autres, Destination Canada, RH Tourisme Canada, WestJet, Parcs Canada et l'Association de l'industrie touristique du Canada. Leur contribution est inestimable tandis que l'ATAC travaille avec eux pour rebâtir le tourisme à travers le pays.

L'ATAC a obtenu des résultats remarquables tout au long de la pandémie de COVID-19. Ce succès n'aurait pas été possible sans le soutien continu de nos partenaires financiers et du gouvernement du Canada. Pour atteindre nos objectifs de 2022-2025 pour l'industrie touristique Autochtone au Canada, notre plan de relance nécessite un investissement de 65 M\$ sur trois ans.





ALIGNEMENT AVEC LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'OMT

L'ATAC est fière de soutenir le mandat de l'Organisation mondiale du tourisme des Nations unies (OMT) qui consiste à promouvoir un tourisme responsable, durable et accessible à tous, dans le but de réaliser les objectifs 2030 du programme de développement durable. Les efforts et la stratégie nationale de l'ATAC s'alignent sur les appels à l'action des Nations Unies pour contribuer de manière significative aux objectifs de développement durable (ODD).

L'engagement de l'ATAC quant à l'amélioration de la situation socio-économique des peuples Autochtones, la revitalisation culturelle et la gestion de l'environnement, est une priorité et un principe directeur dans le cadre de ses 4 piliers stratégiques. L'ATAC a identifié les ODD suivants qui contribuent activement et directement à apporter un changement significatif :

- ♦ **ODD 1 : Pas de pauvreté**
- ♦ **ODD 3 : Bonne santé et bien-être**
- ♦ **ODD 4 : Éducation de qualité**
- ♦ **ODD 5 : Égalité entre les sexes**
- ♦ **ODD 8 : Travail décent et croissance économique**
- ♦ **ODD 9 : Industrie, innovation et infrastructure**
- ♦ **ODD 10 : Inégalités réduites**
- ♦ **ODD 11 : Villes et communautés durables**
- ♦ **ODD 12 : Consommation responsable**
- ♦ **ODD 14 : Vie aquatique**
- ♦ **ODD 15 : Vie terrestre**
- ♦ **ODD 17 : Partenariats pour la réalisation des objectifs**

LE TOURISME AUTOCHTONE EST LA RÉCONCILIATION EN ACTION

Alors que le pays continue de pleurer les enfants perdus dans les pensionnats et lutte pour trouver des moyens de soutenir la réconciliation, le tourisme Autochtone joue un rôle clé dans la sensibilisation et le partage de la culture Autochtone. Faire l'expérience du tourisme Autochtone est un moyen pour les Canadiens allochtones d'acquérir une nouvelle perspective, de créer un rapprochement avec les territoires, les traditions et le mode de vie des peuples Autochtones et de mieux comprendre l'histoire du Canada tout en ayant un impact positif sur la croissance économique Autochtone.

Investir dans le tourisme Autochtone démontre la réconciliation en action en appuyant la création et l'expansion des projets de développement économique touristique avec les Nations Autochtones, tout en soutenant l'autodétermination des entreprises Autochtones.

Recherche de pointe sur l'industrie

Avant la COVID-19, l'ATAC a mis en œuvre avec succès une stratégie de croissance pour le secteur du tourisme Autochtone au Canada, améliorant l'avantage concurrentiel du Canada en s'alignant sur la demande des visiteurs pour des expériences authentiques. La preuve étant l'augmentation de 23,5 % des revenus du tourisme Autochtone en 2019, dépassant le reste du secteur qui a enregistré une hausse de 14,5 % cette année-là. La stratégie de l'ATAC a également soutenu la croissance économique de plusieurs communautés Autochtones vulnérables, offrant un modèle de succès dirigé par les Autochtones là où les programmes gouvernementaux précédents avaient échoué.

En 2019, le tourisme Autochtone comptait 39 000 employés et contribuait environ 1,9 milliard de dollars au PIB canadien. Selon une étude menée par le Conference Board du Canada en partenariat avec l'ATAC, par rapport à 2019, le tourisme Autochtone au Canada a connu une baisse de 65,9 % en contribution au PIB (soit une chute à 555 millions de dollars) et une perte de 59,4 % des emplois (soit une chute à 14 624 emplois) en 2020 en raison de la pandémie et du gel de l'industrie touristique mondiale.

Cependant, grâce à des investissements ciblés, le tourisme Autochtone devrait se redresser plus rapidement que le reste du secteur touristique d'ici 2025 en raison du plus grand intérêt manifesté par les Canadiens pour le tourisme Autochtone (selon la modélisation de Destination Canada).

L'ATAC a mandaté la firme Insignia Marketing Research pour mener une étude qui a révélé que la pandémie serait un catalyseur du changement responsable de l'enthousiasme croissant des Canadiens pour les expériences touristiques Autochtones canadiennes. Les résultats de l'étude suggèrent que la curiosité autrefois passive des Canadiens à propos du tourisme et de la culture Autochtones a été attisée durant la pandémie, entraînant une attitude plus ouverte et réceptive à l'égard de l'exploration du monde Autochtone dans leur coin de pays.





33 % des entreprises touristiques Autochtones appartiennent à des femmes entrepreneures, soit plus du double du pourcentage pour les entreprises touristiques allochtones.

NOUVEAUX OBJECTIFS POUR 2022-2025

Alors que l'industrie touristique Autochtone au Canada se remet du choc de la pandémie, l'ATAC s'est fixée pour objectif d'aller de l'avant de la manière la plus flexible et la plus durable possible. Consciente que cette démarche présentera des défis, connus et inconnus, l'ATAC est prête à les affronter en s'appuyant sur des stratégies éprouvées et des ressources des financières.

Les trois grandes priorités du plan stratégique de relance

Inspirer les entreprises membres de l'ATAC à travers le pays à reconstruire ou à recentrer leur offre touristique grâce à un soutien ciblé aux entreprises, à l'éducation et à la formation.

Tirer parti des opportunités de partenariat et des investissements avec les organisations touristiques Autochtones provinciales et territoriales afin de les aider à retenir leurs membres et leur infrastructure.

Renforcer la position de l'ATAC en tant que leader national et défenseuse des intérêts des opérateurs touristiques Autochtones et stabiliser le financement par l'intermédiaire du gouvernement fédéral, des partenaires et des membres.

Objectifs pour 2022-2025

La pandémie de COVID-19 a interrompu la croissance florissante de l'industrie touristique Autochtone. Compte tenu des réalités nouvelles et émergentes, l'objectif révisé de l'ATAC pour 2025 est de revenir aux niveaux prépandémiques :

- ◆ 1,9 G\$ de contribution directe au PIB;
- ◆ 1900 entreprises touristiques Autochtones;
- ◆ 40 000 employés dans l'industrie touristique Autochtone.



RELANCE

Alors que l'ATAC continue de gérer les effets de la pandémie de COVID-19, elle met davantage l'accent sur le redémarrage de l'industrie touristique Autochtone et la promotion des destinations Autochtones qui sont ouvertes et prêtes à accueillir des visiteurs. L'ATAC veillera à ce que ses membres aient la formation et les ressources dont ils ont besoin pour répondre aux exigences régionales en matière de santé et de sécurité et continuera de travailler avec Destination Canada et ses partenaires provinciaux et territoriaux sur le lancement de campagnes de marketing nationales. Collectivement, cette collaboration soutient la relance durable du secteur et préparera les membres de l'ATAC à une promotion renouvelée sur les marchés internationaux.

Objectif : Redémarrer en toute sécurité l'industrie touristique Autochtone en mettant l'accent sur les voyages domestiques tout en continuant à renforcer les capacités des membres de l'ATAC et à offrir du soutien ciblé aux entreprises au besoin.

Activités de leadership

- ◆ *Obtenir du financement pour aider les membres durant les phases de relance et de résilience;*
- ◆ *Plaider en faveur de l'industrie afin d'assurer un accès équitable au soutien fédéral pour les entreprises touristiques Autochtones;*
- ◆ *Tenir un congrès touristique Autochtone à Calgary en 2022.*

Activités de partenariat

- ◆ *Tirer parti des relations avec les organisations touristiques Autochtones provinciales et territoriales afin d'élargir la base de membres de l'ATAC pour représenter le plus grand nombre d'entreprises touristiques Autochtones possible;*
- ◆ *Renforcer et élargir les partenariats fédéraux, provinciaux, territoriaux et sectoriels pour soutenir la relance de l'industrie touristique Autochtone.*

Activités de développement

- ◆ *Mettre en œuvre le projet RISE, le programme d'accréditation de l'ATAC pour les entreprises touristiques Autochtones, et harmoniser le soutien aux entreprises pour améliorer les produits et services;*
- ◆ *Mettre en œuvre et partager les plans de réouverture et d'intervention provinciaux/territoriaux;*
- ◆ *Élaborer une stratégie pour restaurer les emplois et l'intérêt des Autochtones envers l'industrie touristique;*

- ◆ *Créer des boîtes à outils de préparation pour les provinces, territoires et communautés afin de soutenir le développement de la destination;*
- ◆ *Faire passer les entreprises du statut « portes ouvertes » à « commercialisable » et « exportable » en s'appuyant sur des initiatives de marketing;*
- ◆ *Créer un répertoire de ressources de formation en ligne pour les membres;*
- ◆ *Développer le réseau des ambassadeurs culinaires Autochtones.*

Activités de marketing

- ◆ *Établir le programme d'investissement circulaire marketing pour les associations touristiques Autochtones provinciales et territoriales afin de tirer parti des ressources;*
- ◆ *Tenir des tournées de familiarisation et de presse pour le réseau de distribution et les médias;*
- ◆ *Publier le magazine Nations;*
- ◆ *Collaborer avec le réseau de distribution pour promouvoir les forfaits touristiques Autochtones sur les marchés cibles;*
- ◆ *Collaborer avec Destination Canada et les partenaires provinciaux/territoriaux pour lancer une campagne de marketing nationale ciblant les voyages à l'intérieur du Canada;*
- ◆ *Investir dans des études de marché et publier des rapports et des perspectives nationaux pour le tourisme Autochtone;*
- ◆ *Organiser et gérer des missions de ventes et des tournées pour les marchés cibles;*
- ◆ *Créer du contenu spécialisé pour promouvoir divers secteurs de l'industrie;*
- ◆ *Augmenter la visibilité du pavillon Autochtone à Rendez-Vous Canada et à d'autres salons touristiques et médiatiques pour accroître les partenariats et avoir plus de présence sur la scène internationale;*
- ◆ *Mettre en œuvre des campagnes de marketing ciblées à l'échelle nationale et internationale via la marque « l'Original Original »;*
- ◆ *Renforcer la notoriété de la marque « l'Original Original » via les canaux, les partenaires et les membres Autochtones;*
- ◆ *Créer des campagnes nationales sur des plateformes clés comme Expedia et Airbnb;*
- ◆ *Augmenter les investissements dans les partenariats avec TripAdvisor et les agences de voyages en ligne pour améliorer la numérisation des opérateurs Autochtones;*
- ◆ *Développer un programme fédéral corporatif de voyage/d'apprentissage pour la sensibilisation et la réconciliation en conformité avec la stratégie d'approvisionnement fédérale;*
- ◆ *Optimiser l'expérience utilisateur sur les plateformes de Destination Autochtone;*
- ◆ *Créer du contenu avec des partenaires de l'industrie pour soutenir les campagnes médiatiques, commerciales et marketing.*





RÉSILIENCE

Lorsque la vie reprendra son cours normal et que les restrictions aux voyages internationaux seront levées, l'ATAC mènera l'industrie touristique Autochtone à la phase de résilience. L'équipe marketing de l'ATAC inclura dans ses activités la promotion des membres sur les principaux marchés internationaux. Ce travail sera effectué en partenariat avec Destination Canada et s'appuiera sur les campagnes marketing nationales en cours menées en collaboration avec les partenaires provinciaux et territoriaux. L'ATAC continuera à soutenir ses membres à renforcer leurs offres touristiques et à s'aligner sur les exigences d'accréditation du Projet Rise. L'ATAC mettra l'accent sur l'atteinte des objectifs pour 2025 afin de reconstruire une industrie touristique Autochtone plus forte et durable au Canada.

Objectif : Atteindre les objectifs pour 2025 tout en assurant la durabilité à long terme de l'industrie et en renforçant sa capacité à faire face à de futures pandémies ou d'autres catastrophes.

Activités de leadership

- ◆ *Tenir le Congrès international du tourisme Autochtone en présentiel et selon les normes sanitaires;*
- ◆ *Plaider en faveur de l'industrie à tous les niveaux de gouvernement pour s'assurer que l'industrie touristique Autochtone est bien soutenue durant la phase de résilience;*
- ◆ *Augmenter la participation et la représentation au sein des organisations touristiques nationales;*

Activités de développement

- ◆ *Fournir un soutien aux entreprises ayant des difficultés pour les aider à répondre aux normes correspondant au statut commercialisable et exportable conformément aux programmes d'accréditation;*
- ◆ *Mettre en œuvre la stratégie de l'ATAC pour la restauration des emplois;*
- ◆ *Maintenir le projet RISE comme programme national d'accréditation efficace grâce à une évaluation en ligne et à un alignement ciblé du soutien aux entreprises;*
- ◆ *Continuer d'appuyer les plans provinciaux et territoriaux en matière de santé et de sécurité dans la « nouvelle normalité » tout en mettant l'accent sur l'avenir de l'industrie;*
- ◆ *Collaborer avec les établissements d'enseignement pour offrir des programmes en tourisme et cuisine Autochtones.*

Activités de partenariat

- ♦ *Élargir la base de membres de l'ATAC à travers le Canada;*
- ♦ *Renforcer et élargir les partenariats fédéraux, provinciaux, territoriaux et sectoriels pour soutenir la résilience de l'industrie touristique Autochtone.*

Activités de marketing

- ♦ *Organiser et gérer des missions de vente et des tournées dans les marchés cibles;*
- ♦ *Augmenter la visibilité du pavillon Autochtone à Rendez-Vous Canada et à d'autres salons touristiques et médiatiques pour accroître les partenariats et avoir plus de présence sur la scène internationale;*
- ♦ *Mettre en œuvre des programmes de marketing communs à l'échelle nationale et internationale;*
- ♦ *Organiser des tournées de familiarisation pour les médias internationaux et le réseau de distribution;*
- ♦ *Réaliser des campagnes internationales avec des influenceurs et faire du storytelling sur le tourisme Autochtone;*
- ♦ *Créer du contenu riche et clé en main grâce aux médias et partenariats dans l'industrie;*
- ♦ *Créer des collections de ressources numériques pour appuyer nos campagnes de marketing;*
- ♦ *Optimiser l'expérience utilisateur pour Destination Autochtone afin de mettre en valeur et promouvoir les membres de l'ATAC;*



A photograph of a snowy winter scene. In the background, a building with a dark chimney is visible. In the foreground, there is a large pile of snow and a dog's tail with brown and black fur is visible on the right side.

Un investissement dans le tourisme Autochtone permettra d'employer plus de travailleurs Autochtones qu'un investissement dans tout autre secteur.

*Nos études indiquent que **57 %** des employés de l'industrie touristique Autochtone sont Autochtones – un taux **4 fois plus élevé** que dans tout autre secteur.*



INVESTISSEMENT REQUIS

Les résultats obtenus par l'ATAC grâce aux investissements fédéraux antérieurs démontrent qu'une approche dirigée par les Autochtones pour le développement et le marketing du tourisme Autochtone connaîtra le plus grand succès. Le plan « Reconstruire mieux », avec un appui total, permettra au secteur du tourisme Autochtone au Canada de connaître une relance économique complète d'ici 2025.

Piliers de l'ATAC	Montants budgétaires	Harmonisation avec les trois grandes priorités de l'ATAC		
		Inspirer les membres	Optimiser les partenariats	Renforcer l'ATAC
Leadership	7,651,000	✓	✓	✓
Partenariat	7,651,000	✓	✓	✓
Développement	19,475,161	✓	✓	
Marketing	30,336,215	✓	✓	✓
Total	65,113,376			

Livrables

Leadership : Accroître la sensibilisation positive, la défense et la transparence de l'industrie pour susciter la confiance des bailleurs de fonds et renforcer le soutien à l'ATAC et ses membres, ainsi que ses partenaires Autochtones provinciaux et territoriaux.

Partenariats : Unir l'industrie touristique Autochtone au Canada en regroupant les membres et en harmonisant et en optimisant les relations avec les provinces et les territoires. Créer des partenariats nationaux pour soutenir le tourisme Autochtone.

Développement : Travailler en partenariat avec les associations touristiques Autochtones provinciales et territoriales pour stimuler le développement de leurs membres et accroître les investissements consacrés au tourisme Autochtone. Renforcement des réseaux provinciaux et territoriaux de tourisme Autochtone.

Marketing : Promouvoir les entreprises touristiques Autochtone et l'impact positif de leurs activités sur la communauté et la culture. Réaliser des actions de marketing ciblées et de grande valeur, de même que des recherches, des activités médiatiques et initiatives de vente. Optimiser les ressources marketing des organisations provinciales et territoriales afin de maximiser les investissements et de faire connaître l'ATAC en tant que référence nationale et internationale.





ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

IndigenousTourism.ca DestinationAutochtone.ca

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