



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

STABILISER NOTRE INDUSTRIE

Plan d'action 2021-22



TABLE DES MATIÈRES

Message du PDG de l'ATAC.....	5
De fortes baisses et de grands besoins.....	7
2021 : une année de défis pour le tourisme autochtone.....	9
Préparation pour ce qui est à venir.....	13
Stabiliser nos entreprises membres.....	17
Stabiliser les associations touristiques autochtones provinciales et territoriales.....	19
Stabiliser les activités de l'ATAC à l'échelle nationale.....	23
Plan d'investissement de l'ATAC.....	29

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

PAGE COUVERTURE : PAINTED WARRIORS • AB

COUVERTURE ARRIÈRE : KNIGHT INLET LODGE • BC



Message du PDG de l'ATAC

Le tourisme autochtone au Canada continue à faire face aux défis les plus éprouvants de toute l'histoire de l'industrie. Les ondes de choc générées par la pandémie en mars 2020 se font encore sentir. Le tourisme intérieur et international continue de se heurter à des conditions de marché défavorables et la fin de ces problèmes n'est toujours pas en vue.

Malgré ces défis, l'industrie touristique autochtone met tout en œuvre pour assurer sa viabilité à long terme. L'année dernière, le conseil d'administration et l'équipe de l'ATAC ont adapté leurs activités à plusieurs reprises pour répondre aux nouvelles réalités. Cette capacité d'adaptation, tout en respectant les obligations contractuelles préexistantes, exigeait un leadership décisif. Je suis fier de ce que l'équipe de l'ATAC a pu accomplir malgré les nombreux obstacles.

Nous abordons 2021 avec une détermination sans faille pour stabiliser le tourisme autochtone. Nous avons élaboré une vision claire pour la relance dans notre plan stratégique de relance 2020-2024 et avons établi des tactiques réalisables dans le plan d'intervention face à la deuxième vague. La mise en œuvre de ce plan est essentielle à la survie de centaines d'entreprises touristiques autochtones à travers le Canada.

Je suis convaincu que ce plan d'action 2021-2022 continuera de soutenir efficacement le tourisme autochtone partout au Canada. De plus, notre conseil d'administration et le personnel continueront d'appuyer pleinement les membres de l'ATAC et nos partenaires provinciaux et territoriaux dans ce cheminement vers la relance et la résilience qui inclut les objectifs suivants :

- *un produit intérieur brut (PIB) de 300 M\$;*
- *1000 entreprises touristiques autochtones;*
- *15 000 employés dans l'industrie touristique autochtone.*

Merci à nos membres et partenaires pour leur dévouement au tourisme autochtone. Ensemble, nous pouvons assurer la viabilité à long terme de l'industrie et une relance saine et prospère.

Merci,



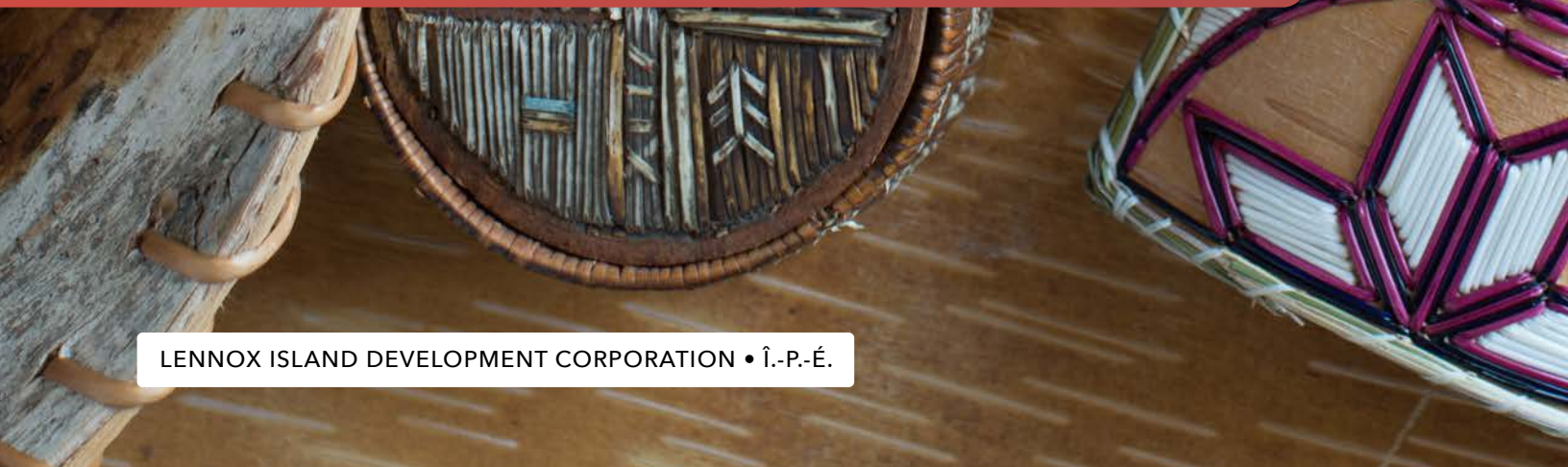
M. Keith Henry

Président-directeur général

Association touristique autochtone du Canada



*L'impact sur les revenus touristiques en 2020 est clair. Selon Statistique Canada, après un deuxième trimestre dévastateur où les revenus du tourisme ont chuté de 97,1 %, les dépenses touristiques des visiteurs internationaux au Canada n'ont augmenté que légèrement au troisième trimestre de 2020, alors que les mesures de confinement se sont assouplies.**





DE FORTES BAISSSES ET DE GRANDS BESOINS

Depuis mars 2020 jusqu'à présent, la pandémie suscite des effets dévastateurs sur l'industrie touristique autochtone. Vague après vague, les répercussions s'alourdissent : autocars d'excursion et casinos vides, terrains de camping déserts, restaurants fermés, centres culturels autochtones et chambres d'hôtels vides.

Jusqu'au début de 2020, le tourisme autochtone poursuivait sa croissance fulgurante. Les entrepreneurs autochtones partageaient avec fierté leurs cultures et leurs histoires et participaient à l'industrie touristique canadienne florissante. Cependant, avec la fermeture des frontières internationales et la disponibilité limitée de subventions de relance et de soutien d'urgence, la pandémie nous a fait reculer de 30 ans.

Selon une étude menée par le Conference Board du Canada, plus de 700 entreprises touristiques autochtones risquent de fermer définitivement leurs portes d'ici l'été 2021 en raison de la pandémie. L'ATAC est, en outre, préoccupée par les troisième et quatrième vagues car plus de 21 000 personnes ont déjà perdu leurs emplois. Ces entreprises et emplois soutiennent de nombreuses communautés autochtones vulnérables, y compris celles des régions rurales et éloignées. Outre les pertes financières, l'ATAC s'inquiète de la perte de patrimoine, de culture, de langues traditionnelles et d'un repli de la prise de conscience acquise difficilement vis-à-vis de la réconciliation.

Il est essentiel de sauver ces entreprises touristiques autochtones et les emplois connexes. Le tourisme autochtone a fourni un soutien financier et culturel indispensable aux communautés autochtones, ce qui est essentiel pour renforcer les expériences autochtones dans l'ensemble de l'industrie touristique canadienne.

Les enjeux sont trop importants.





2021 : UNE ANNÉE DE DÉFIS POUR LE TOURISME AUTOCHTONE

L'industrie touristique autochtone est confrontée à d'immenses défis en 2021. Les restrictions de voyage sans précédent imposées pour freiner la propagation de la COVID-19 devraient demeurer en vigueur pendant la majeure partie de l'année, continuant de mettre les entreprises touristiques autochtones durement touchées à rude épreuve.

L'immunité collective improbable en 2021

Bien qu'il y ait eu des développements prometteurs dans le déploiement de vaccins à travers le monde, les discussions sur un « passeport vaccinal » pour les voyages s'avèrent trop optimistes. Les scientifiques ne savent toujours pas si les personnes vaccinées peuvent néanmoins transmettre la COVID-19, ce qui signifie que les voyages intérieurs et internationaux « sans risques » ne seront possibles qu'une fois l'immunité collective atteinte. Selon l'Organisation mondiale de la santé, l'immunité collective est improbable en 2021, ce qui signifie la perte d'une autre année entière de tourisme. Cela s'ajoute aux répercussions négatives sur l'industrie touristique canadienne et cause des dommages supplémentaires au tourisme autochtone.

Accès restreint par voie aérienne, terrestre et maritime au Canada

Depuis le 30 août 2020, les touristes étrangers sont interdits d'entrée au Canada. Une interdiction aux navires de croisière d'entrer dans les eaux ou ports canadiens est en place depuis mars 2020, et l'entrée au Canada en provenance des États-Unis est également restreinte. Ces restrictions, bien que compréhensibles face à la pandémie, présentent une grave menace pour les entreprises touristiques autochtones qui dépendent largement des visiteurs étrangers, particulièrement les américains, pour soutenir leurs activités. L'ATAC pense qu'en raison du nombre sans précédent de cas de COVID-19, les frontières resteront fermées jusqu'à la fin de 2021 et très probablement jusqu'en 2022.

**Fr.HardestHit.ca*



4. Break the tail dipper
from the tail

Les restrictions aux déplacements interprovinciaux et l'opinion publique

Les Canadiens hésitent à voyager d'une communauté à l'autre, et encore moins d'une province à l'autre ou à l'étranger. Des provinces comme la Colombie-Britannique, l'Alberta, le Québec, l'Ontario et la Saskatchewan sont toutes en situation d'alerte jusqu'à au moins la fin avril, ce qui signifie que les gens des régions les plus peuplées du Canada ne sont pas en mesure de voyager - de dépenser - ou de profiter du tourisme autochtone dans un avenir prévisible.

Partout au pays, de nombreuses restrictions aux déplacements interprovinciaux sont en place et la situation continue d'évoluer rapidement. Les entreprises touristiques autochtones s'adressent à un bassin provincial ou territorial limité de voyageurs potentiels.

L'ATAC mettra tout en œuvre cette année pour répondre à 2 facteurs additionnels en lien avec les mesures de sécurité relatives à la COVID-19. Premièrement, les entreprises touristiques autochtones doivent s'assurer que les visiteurs canadiens sont au courant qu'elles ont mis en place des protocoles de sécurité efficaces face à la COVID-19. Deuxièmement, les communautés autochtones sont très préoccupées quant à accueillir des visiteurs sur leurs territoires autochtones pendant la pandémie. L'ATAC veillera à ce que les informations sur la sécurité et le marketing soient adaptées, à jour et appropriées afin de soutenir les communautés autochtones sur des réserves ou hors réserve, les établissements métis, les communautés inuites, etc.

Rétablissement des marchés clés

L'ATAC craint qu'environ 1000 entreprises touristiques autochtones - soit plus que le chiffre estimé de 700 - ne soient obligées de fermer leurs portes de façon permanente en raison des impacts de la troisième vague et d'une potentielle quatrième vague.

Les principaux marchés de l'ATAC sont le Canada, les États-Unis, la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Chine et le Japon. Historiquement, la viabilité des entreprises touristiques autochtones dépendait fortement des dépenses des visiteurs américains et en provenance des autres marchés internationaux. Selon des études en cours, pour les années précédentes, ces visiteurs ont fourni 70 % de nos revenus annuels en termes de PIB, estimés à 41,9 milliards de dollars en 2019.

L'ATAC travaillera également avec des partenaires autochtones provinciaux et territoriaux ainsi qu'avec Destination Canada et d'autres agences de marketing afin de créer une campagne nationale de marketing pour le tourisme autochtone. L'ATAC continuera également à développer des ressources marketing pour préparer le retour des visiteurs américains et internationaux.



Objectifs révisés de l'ATAC pour 2021-2022

Les objectifs suivants ont été fixés pour 2021 :

- » un produit intérieur brut (PIB) de 300 M\$;
- » 1000 entreprises touristiques autochtones;
- » 15 000 employés dans l'industrie touristique autochtone.

L'ATAC ne peut atteindre ces objectifs que s'il reçoit des fonds en marketing, le développement de partenariats. La pandémie ainsi que ses vagues et retombées ultérieures, ont obligé l'ATAC à solliciter des fonds d'urgence supplémentaires et une augmentation du financement.



PRÉPARATION POUR CE QUI EST À VENIR

Malgré les grandes difficultés auxquelles fait face l'industrie touristique autochtone, l'ATAC assurera la stabilité. Les trois objectifs suivants sont la priorité de l'ATAC :

Assurer la pérennité des entreprises membres de l'ATAC

- » L'ATAC accordera des subventions de relance aux opérateurs touristiques autochtones et mettra davantage l'accent sur le développement.

Assurer la pérennité des associations touristiques autochtones provinciales et territoriales

- » L'ATAC aidera les associations touristiques autochtones provinciales et territoriales à retenir leurs membres ainsi que leurs infrastructures.

Assurer la durabilité des activités de l'ATAC à l'échelle nationale

- » L'ATAC mettra l'accent sur le leadership et renforcera ses relations avec ses partenaires de l'industrie et gouvernementaux.

ses objectifs de 2021
importants pour le
ment, le leadership et
mie de COVID-19,
restrictions de voyage
TAC à demander des
mentaires ainsi qu'une
ment de base annuel.

Sans un soutien financier accru, davantage d'entreprises touristiques autochtones fermeront leurs portes, plus de personnes perdront leurs emplois et les contributions significatives du tourisme autochtone au PIB du Canada seront considérablement réduites.



A winter landscape with snow and dry grass under a warm, golden sky. The text is overlaid on the upper half of the image.

**OBJECTIFS CLÉS :
STABILISER NOS
ENTREPRISES
MEMBRES, NOS
ASSOCIATIONS ET
NOS OPÉRATIONS
NATIONALES**



THE BEAR THE FISH THE ROOT & THE BERRY • C.-B.



Stabiliser nos entreprises membres

MARKETING

Présence marketing en ligne et évaluation des ventes clés

- Examiner et soutenir la présence marketing en ligne, les principales plateformes de vente et les partenariats des membres.

Campagne de sensibilisation à l'échelle nationale

- Mener une campagne de sensibilisation nationale de 365 jours pour encourager les voyageurs canadiens à réserver des expériences touristiques autochtones partout au pays

DÉVELOPPEMENT

Subventions

- Fournir des subventions de relance d'urgence aux entreprises touristiques autochtones toujours en activité pour les aider à maintenir leurs infrastructures, adapter leurs opérations et amorcer la relance.

Services de soutien aux entreprises

- Fournir aux membres une assistance individuelle pour identifier et accéder aux programmes d'aide fédéraux et offrir un soutien pour la santé mentale et assurer la continuité des affaires. Exemples : soutien aux niveaux des compétences financières, de la comptabilité, des ressources humaines, des aspects légaux et de l'administration.

Projet Rise

- Mettre entièrement en œuvre le projet Rise pour appuyer la relance et l'amélioration des entreprises touristiques autochtones grâce à des ressources alignées et axées sur les besoins en matière de développement et de marketing.

Renforcement des capacités axé sur l'industrie

- Fournir aux entreprises des webinaires axés sur l'industrie.



KISIK RIDGE • N.-É.

PARTENARIAT

Renforcer le tourisme autochtone au Canada par le plaidoyer

- Être le porte-parole des membres auprès des partenaires provinciaux, territoriaux et fédéraux.

LEADERSHIP

Ligne d'aide aux entreprises

- Aider les membres à assurer la survie de leurs entreprises et offrir du soutien pour la santé mentale.

Communication continue avec les membres

- Continuer à partager et à interagir avec les membres par le biais de webinaires, de formations et de communication d'informations importantes sur le financement tout en s'adaptant à leurs besoins en constante évolution.

Stabiliser les associations touristiques autochtones provinciales et territoriales

MARKETING

Campagne nationale

- Soutenir et mener des efforts ciblés à l'échelle nationale avec nos partenaires provinciaux et territoriaux grâce à des initiatives de vente et de marketing coordonnées et coopératives.



DÉVELOPPEMENT

Projet de développement coopératif

- ➔ Soutenir les projets de développement avec les partenaires provinciaux et territoriaux pour répondre aux besoins des entreprises membres.

Stabilisation de la gouvernance

- ➔ Fournir un financement de base à 9 associations touristiques autochtones partenaires de l'ATAC.
- ➔ Renforcer la capacité organisationnelle des associations grâce à des outils, des ressources et des bonnes pratiques.

Études et renforcement des capacités

- ➔ Lancer un nouveau projet d'étude du Conference Board du Canada pour déterminer les répercussions actuelles de la pandémie dans chaque province et territoire.

Stabilisation de l'ACAC

- ➔ Soutenir la capacité de base de l'ACAC pour s'aligner sur les priorités de financement de l'ATAC.

PARTENARIAT

Financement de base

- ➔ Fournir un financement annuel pour soutenir les activités des associations provinciales et territoriales.

Renforcement des capacités

- ➔ Collaborer avec les associations provinciales et territoriales pour accroître le sens des finances et des affaires.

Renforcement des partenariats entre les associations touristiques autochtones et allochtones

- ➔ Soutenir les associations provinciales et territoriales en les présentant à leurs partenaires provinciaux.



ARCTIC BAY ADVENTURES • NU

LEADERSHIP

Fournir un cadre d'adhésion pour des données d'adhésion cohérentes dans toutes les provinces et tous les territoires

- Fournir aux associations provinciales et territoriales les bonnes pratiques et des formats de données normalisés.

Réunions provinciales et territoriales

- Maintenir la table de planification provinciale et territoriale pour partager les bonnes pratiques et les perspectives de l'industrie.

Stabiliser les activités de l'ATAC à l'échelle nationale

MARKETING

Initiative de sécurité contre la COVID-19

- Créer une série de vidéos mettant en évidence les mesures de santé et de sécurité pour rassurer les voyageurs que les expériences touristiques autochtones sont sécuritaires.

Campagne de soutien envers les communautés autochtones

- Créer une série de vidéos pour présenter les communautés autochtones qui accueillent présentement des visiteurs.

DÉVELOPPEMENT

Suivi et gestion des données

- Mettre en œuvre un système à l'échelle de l'organisation pour suivre et gérer les données des opérateurs, des partenaires provinciaux et territoriaux et des activités des départements de l'ATAC.



PARTENARIAT

Engagements découlant des protocoles d'entente

- ➔ Gérer les ententes avec les partenaires provinciaux, territoriaux, corporatifs et fédéraux pour satisfaire à toutes les exigences de conformité.

LEADERSHIP

Maintenir la réputation de l'ATAC

- ➔ Faire reconnaître l'ATAC comme le chef de file mondial en tourisme autochtone.
- ➔ Recrutement du directeur des projets internationaux.

Études et données

- ➔ Mener des études fournissant des données et des analyses soutenant le tourisme autochtone.





PLAN D'INVESTISSEMENT DE L'ATAC

Année fiscale 2021-2022



Administration

Administration - Siège social	1 222 784
Assurances	2 500
Fournitures et approvisionnements	60 000
Déplacements du personnel	75 000
Frais de soutien aux membres	12 000
Location de bureau	150 000
Frais bancaires et intérêts	15 000
Téléphone/Fax/Cellulaire/Internet	40 000
Juridique	120 000
Audition	30 000
Frais de livraison/expédition	12 000
Équipement de bureau	90 000
Frais d'adhésion	80 000
Dépenses du CA	50 000
Déplacements du CA	50 000
Dépenses AGA	25 000
Consultant RH	25 000
Frais de service de paie	15 000
Bureautique	200 000
AE, RPC, CAT, et Avantages aux employés	200 000
Operations Contingency	100 000
TOTAL	2 574 284

Leadership et Partenariats d'investissement

Initiatives de partenariat	93 250
Développement et planification stratégique	60 000
Tourisme culinaire autochtone	100 000
Communication corporative et recherche	220 000
TOTAL	473 250



Investissements commercialisation

Administration - Marketing et ventes	715 560
Réceptif autochtone	40 000
Participation aux bourses et foires commerciales	50 000
Développement de contenus	30 000
Relations médias et RP	15 000
Soutien numérique/en ligne	36 000
Hébergement web et support informatique	30 000
CRM/Gestion des ressources numériques	50 000
Publicité	30 000
Production et développement créatifs	70 000
Guide	30 000
Programmes partenaires de Destination Canada	25 000
Contingences pour le marketing et les ventes	100 000
Destination Autochtone	20 000
Coût d'adhésion	4 000
Campagne 365/Évadez-vous	2 728 400
Soutien numérique aux membres	60 000
COVID Formations virtuelles/Séances/Webinaires/Vidéos	20 000
TOTAL	4 053 960

Investissements en développement

Administration - Développement	711 983
Projets de soutien au développement (subventions)	3 400 000
Investissements de soutien provinciaux/territoriaux	3 025 000
Dépenses CITA	100 000
Service d'assistance	400 000
Projets spéciaux provinciaux/territoriaux	315 000
Contingences pour le développement	100 000
TOTAL	7 736 983
BUDGET TOTAL	14 838 477



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

IndigenousTourism.ca/fr *DestinationAutochtone.ca*

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