



Le programme d'accréditation l'Original Original





Tourism **HR**
Canada



RH Tourisme
Canada

INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

© 2021 ASSOCIATION TOURISTIQUE AUTOCHTONE DU CANADA. TOUS DROITS RÉSERVÉS.

Toutes les marques déposées mentionnées dans ce document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. Il est illégal de copier cette ressource sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, par voie électronique ou mécanique, y compris par photocopie. En acceptant la réception de ce document, vous êtes tenu de respecter la loi sur les droits d'auteur. Cette directive nationale a été adaptée à partir de matériel de source originale fourni par RH Tourisme Canada. La redistribution ou la reproduction de tout ou partie du contenu sous quelque forme que ce soit a été accordée uniquement à l'Association touristique autochtone du Canada.


Canada  Financé par Innovation, Sciences et Développement économique Canada

Tableau de Contenu

Une Marque d'Excellence **4**

Trois Options d'Accréditation **6**

Pour Commencer **8**

Liste de Vérification **10**

Engagement et Soutien

Communautaires **10** |

Expérience Visiteur **12**

Santé, Sécurité et Confort **14**

Tourisme Autochtone Durable **14**

Marketing et Services aux Visiteurs **16**

Sens des Affaires/Pratiques

Opérationnelles **18**

Résumé **20**

Résumé des Caractéristiques
par Catégorie **24**



L'ORIGINAL ORIGINAL



Se lever et être reconnu.

Le Statut « Commercialisable » : une Marque d'Excellence

La marque d'excellence l'Original Original assure aux visiteurs une expérience touristique de grande qualité. Les entreprises accréditées offrent des produits et services qui sont vraiment authentiques et mettent en valeur l'image de marque du tourisme autochtone au Canada.

Le programme d'accréditation l'Original Original est un programme phare de l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) qui reconnaît les meilleures expériences touristiques autochtones au pays. Basé sur les normes de qualité établies par les opérateurs touristiques autochtones pour les opérateurs touristiques autochtones, ce programme permet à l'ATAC d'utiliser des caractéristiques cohérentes et équitables pour toute entreprise autochtone cherchant à être officiellement reconnue comme étant « commercialisable »

Les entreprises touristiques autochtones ayant le statut « commercialisable » offrent des expériences d'une qualité durable, authentiques et sécuritaires aux visiteurs.

L'accréditation l'Original Original est importante pour les associations touristiques, les voyageurs internationaux, les agents de voyages, Destination Canada, les organisations de marketing de destination (OMD), les communautés locales et autres pour la promotion d'expériences touristiques de qualité. Le programme permet également aux entreprises touristiques autochtones d'accéder à des réseaux de distribution lucratifs et à de nouveaux marchés de visiteurs/consommateurs.

Ce guide de demande contient les informations nécessaires pour aider les entreprises touristiques autochtones à préparer et à soumettre une demande pour le programme d'accréditation l'Original Original.

Trois options d'accréditation

1

Prêt pour les Affaires

L'option « prêt pour les affaires » permet aux entreprises en démarrage, aux nouveaux entrepreneurs et à d'autres qui arrivent tout juste sur le marché d'être reconnue pour leur respect des bonnes pratiques d'affaires. La plupart des entreprises de cette catégorie mettent l'accent généralement sur les marchés locaux;

2

Prêt à Accueillir des Visiteurs

L'option « prêt à accueillir des visiteurs » s'adresse aux entreprises cherchant à attirer des visiteurs/ consommateurs au-delà des marchés locaux. Ces entreprises sont en expansion en vue d'augmenter leurs capacités pour accueillir des groupes plus larges ou de prolonger leur saison d'activités. En général, ce sont des entreprises matures qui sont en activité depuis au moins 2 ou 3 ans. Elles ont mis en place des politiques et des procédures opérationnelles qui leur permettent de se développer et de gérer davantage de risques;

3

Prêt à l'Exportation

Les entreprises « prêtes à l'exportation » mettent l'accent sur les marchés touristiques internationaux et ont la capacité additionnelle de gérer des services touristiques spécialisés pour les visiteurs d'un large éventail de marchés culturellement diversifiés. Ces entreprises font partie d'un écosystème touristique plus vaste. Afin de réussir, la plupart s'appuient sur des relations d'affaires avec des voyageurs, des organisations de marketing de destination et divers réseaux de distribution touristiques.





Prêt pour les Affaires, Prêt à Accueillir des Visiteurs, Prêt à l'Exportation

Les expériences touristiques autochtones canadiennes sont riches et diversifiées. Les communautés des Premières Nations, des Métis et des Inuit représentent une vaste diversité de cultures, de langues, de pratiques traditionnelles, de connaissances, d'expériences et de perspectives bien plus anciennes que les Nations elles-mêmes. Les entreprises touristiques autochtones visent à mettre en valeur cette culture unique et diversifiée dans le respect des valeurs et des croyances de leur patrimoine spécifique.

Les nouvelles entreprises peuvent avoir des priorités différentes au démarrage – elles mettent souvent l'accent sur l'établissement d'une base solide pour que leurs pratiques commerciales soient durables et rentables. Les entreprises matures peuvent chercher à développer ou à élargir leurs marchés, ce qui implique souvent des investissements dans des infrastructures supplémentaires et des pratiques commerciales nouvelles et plus complexes. RISE permet aux entreprises touristiques autochtones qualifiées d'être reconnues comme « commercialisables » pour l'une des trois options, en fonction de leur modèle opérationnel et de leurs objectifs actuels.

En résumé, les entreprises ont des caractéristiques différentes quant aux produits/services, stratégies marketing et pratiques opérationnelles. Les entreprises touristiques autochtones « prêtes pour les affaires », « prêtes à accueillir des visiteurs » ou « prêtes à l'exportation » ont toutes des caractéristiques de chacune des six catégories qui constituent une expérience touristique autochtone de qualité :

1. Engagement et soutien communautaires;
2. Expérience visiteur;
3. Santé, sécurité et confort;
4. Tourisme autochtone durable;
5. Marketing et services aux visiteurs;
6. Sens des affaires.

Prêt pour les Affaires

Les entreprises touristiques autochtones seront officiellement reconnues comme étant prêtes pour les affaires en démontrant qu'elles ont un minimum de 30 caractéristiques commerciales sur les 39 possibles. Pour atteindre ce but, les entreprises doivent démontrer qu'elles possèdent les 17 caractéristiques requises (marquées d'un *) et toute autre caractéristique pour un minimum de 30 au total.

■ « Prêt pour les affaires » les caractéristiques sont en bleu

Les caractéristiques requises sont indiquées par un *. En voici un exemple:

2.2	* Le contenu culturel a été élaboré en collaboration avec et approuvé par les Autochtones
------------	---

Prêt à Accueillir des Visiteurs

Les entreprises touristiques autochtones qui seront officiellement reconnues comme étant prêtes à accueillir des visiteurs doivent démontrer en premier lieu qu'elles répondent aux exigences correspondant à la désignation « prêt pour les affaires » et qu'elles ont au moins 22 caractéristiques commerciales supplémentaires sur les 28 possibles. Pour atteindre ce but, les entreprises doivent démontrer qu'elles possèdent les 12 caractéristiques requises (marquées d'un *) et toute autre caractéristique pour un minimum de 22 au total.

■ « Prêt à accueillir des visiteurs » les caractéristiques sont en turquoise.

Les caractéristiques requises sont indiquées par un *. En voici un exemple:

4.2	*Les visiteurs en apprennent davantage sur les connaissances ou pratiques autochtones traditionnelles.
------------	--

Prêt à l'Exportation

Les entreprises touristiques autochtones qui seront officiellement reconnues comme étant prêtes à l'exportation doivent démontrer en premier lieu qu'elles répondent aux exigences correspondant à la désignation « prêt à accueillir des visiteurs » et qu'elles ont au moins 6 caractéristiques commerciales supplémentaires sur les 8 possibles. Pour atteindre ce but, les entreprises doivent démontrer qu'elles possèdent les 4 caractéristiques requises (marquées d'un *) et toute autre caractéristique pour un minimum de 6 au total.

■ « Prêt à l'exportation » les caractéristiques sont en bleu foncé.

Les caractéristiques requises sont indiquées par un *. En voici un exemple:

15.3	*L'entreprise travaille en partenariat avec le réseau de distribution.
-------------	--

Sommaire pour les Options d'Accréditation

Prêt pour les affaires	30 sur 39 caractéristiques (17 requises)
Prêt à accueillir des visiteurs	Prêt pour les affaires + 22 sur 28 caractéristiques (12 requises)
Prêt à l'exportation	Prêt à accueillir des visiteurs + 6 sur 8 caractéristiques (4 requises)



Pour commencer

Guide de Préparation et de Soumission d'une Demande

1 Passez en revue la liste de vérification des caractéristiques pour le statut « commercialisable »

Parcourez la liste de vérification :

- Cochez les caractéristiques qui, selon vous, correspondent à votre entreprise (marquez « Oui »);
- Marquez « Non » pour les caractéristiques qui ne s'y appliquent pas;
- Marquez « En attente » pour les caractéristiques que vous prévoyez de proposer mais qui ne sont pas encore prêtes ou disponibles.

Si votre entreprise a toutes ou presque toutes les caractéristiques correspondant à l'une des options pour le statut « commercialisable », passez à l'étape suivante.

Pour les caractéristiques sur lesquelles vous travaillez encore, vous pouvez accéder gratuitement à des informations et à des ressources de formation à IndigenousTourism.ca/accreditation.

2 Décidez de la désignation pour laquelle vous soumettez une demande: Prêt pour les affaires, Prêt à accueillir des visiteurs ou Prêt à l'exportation

Nous vous recommandons de soumettre une demande pour la désignation pour laquelle vous êtes convaincu que l'entreprise a toutes les caractéristiques requises. (Il est possible de présenter une nouvelle demande pour une autre désignation lorsque l'entreprise possède les caractéristiques supplémentaires nécessaires.)

3 Préparez vos informations

Nous vous recommandons de préparer les réponses aux questions et de rassembler les documents dont vous aurez besoin pour remplir le formulaire de demande. Les détails sur les questions qui vous seront posées et les documents nécessaires sont disponibles dans la prochaine section intitulée « La liste de vérification ».

Vous ne devez répondre qu'aux questions spécifiques à la désignation visée.

Lors de la préparation de ces informations, n'hésitez pas à demander l'aide d'autres personnes au besoin. Par exemple, contactez l'ATAC si vous avez besoin de précisions sur une question qui vous est posée, ou demandez l'aide d'un collègue ou d'un ami pour préparer vos réponses.

4 Inscrivez-vous en ligne pour soumettre votre demande

- Allez sur IndigenousTourism.ca/accreditation pour vous inscrire. Une fois toutes les informations saisies, vous aurez un compte sécurisé et personnel pour votre entreprise.
- Remplissez le formulaire de demande. Cela peut prendre un certain temps et il n'est pas nécessaire de tout compléter en une seule fois. Vous pouvez quitter le site Web et y revenir aussi souvent que nécessaire. Vous avez ainsi la possibilité de rechercher des informations supplémentaires ou de demander de l'aide pour les questions, au besoin;
- Une fois que vous avez saisi toutes les informations, cliquez sur le bouton « Soumettre »;
- L'ATAC vous enverra un courriel pour vous aviser que votre demande a été reçue et est à l'étude. Pendant que votre demande est en cours d'évaluation, l'ATAC peut vous contacter pour vous poser des questions ou demander des informations supplémentaires, si nécessaire;
- Une fois le processus d'évaluation terminé (généralement dans les 20 jours suivant la soumission de votre demande), l'ATAC vous informera par courriel de la décision concernant votre demande.

Liste de Vérification

Caractéristiques relatives au statut « commercialisable » (par catégorie)

■ Prêt pour les affaires
 ■ Prêt à accueillir des visiteurs
 ■ Prêt à l'exportation
 ■ À titre informatif

O = Oui N = Non E = En attente * = indique une caractéristique obligatoire

Engagement et Soutien Communautaires

Les entreprises touristiques autochtones prospères établissent et favorisent des relations communautaires. Le sens de la communauté et la responsabilité partagée du bien-être des uns et des autres sont ancrés dans les valeurs autochtones. Les entreprises touristiques autochtones travaillent en collaboration avec des groupes communautaires et recherchent des partenariats qui offrent des possibilités de partager des capacités et des ressources spécialisées pour relever les défis que l'entreprise pourrait ne pas être en mesure de relever seule.

1. Liens communautaires efficaces

O N E

1.1	*La communauté autochtone locale soutient l'initiative touristique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.2	L'entreprise favorise des relations de travail positives avec ses concurrents.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.3	L'entreprise recherche des partenariats formalisés avec des organisations communautaires ou d'autres organismes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.4	*L'entreprise a conclu un partenariat avec une OMD ou une association touristique locale.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.5	Les dirigeants de l'entreprise sont actifs au sein d'associations touristiques, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

1.1 Avez-vous le soutien de la communauté autochtone locale?

Dans le formulaire, il vous sera demandé de décrire brièvement le soutien que vous avez OU de fournir des lettres officielles attestant un soutien (p.ex. lettres du conseil de bande, d'une organisation métisse, inuite ou autochtone urbaine ou d'un groupe d'Aînés)

1.2 Avez-vous une relation de travail positive avec d'autres opérateurs touristiques?

Par exemple, collaborez-vous à des initiatives conjointes ou faites-vous une promotion croisée de services? Dans le formulaire, il vous sera demandé de décrire brièvement la relation de travail que vous entretenez avec vos concurrents. Autrement, vous pouvez fournir des documents comme un protocole d'entente décrivant la nature de la relation ou un document de promotion commune (p.ex. une brochure).

1.3 Avez-vous un partenariat formalisé avec des organisations communautaires ou d'autres organismes de services?

Cela comprend généralement des groupes sans but lucratif et pourrait inclure des prestataires de formation, des clubs sportifs, des groupes religieux, des organismes de services pour les jeunes, des groupes de services sociaux, des organismes de soins de santé et autres -- tout groupe qui répond également aux besoins de la communauté autochtone. Dans le formulaire, il vous sera demandé d'inclure une liste des organisations communautaires avec lesquelles vous avez établi un partenariat.

1.4 Avez-vous un partenariat/accord formel avec une organisation de marketing de destination ou une association touristique locale?

Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir une brève explication OU une/des copie(s) d'accords écrits.

1.5 Le propriétaire, l'opérateur ou les personnes occupant des postes de haute direction dans l'entreprise sont-ils des membres actifs d'une association touristique provinciale/territoriale ou nationale?

Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir une liste de ces associations.

2. Engagement significatif des Autochtones dans la région touristique

O N E

2.1	L'entreprise crée des opportunités pour les membres de la communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.2	*Le contenu culturel a été élaboré en collaboration avec et approuvé par les Autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.3	L'entreprise a mis en place des moyens pour permettre aux membres de la communauté de donner leur avis sur les sujets qui les concernent.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.4	Les bienfaits de l'entreprise touristique s'étendent à la communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.5	L'entreprise défend les intérêts des peuples et des entreprises touristiques autochtones de la région.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes. Les normes de bonnes pratiques 2.3 et 2.4 sont à titre informatif uniquement; les candidats n'auront pas à répondre à des questions sur ces éléments.

Successful Indigenous tourism businesses build and foster community relationships.

—Tourism Industry Association of Canada, 2021





2.1 Votre entreprise crée-t-elle des opportunités pour les membres de la communauté? Exemples d'opportunités : emploi dans l'entreprise, fourniture de biens ou de services à l'entreprise, contribution à la croissance d'autres entreprises qui profitent de la présence des visiteurs. Dans le formulaire, il vous sera demandé d'expliquer comment votre entreprise crée des opportunités pour les membres de la communauté.

2.2 Le contenu culturel de votre offre est-il approuvé par les « gardiens de la culture » appropriés? Cela peut inclure des Aînés, des chefs héréditaires, des familles et d'autres personnes reconnues par la communauté. Dans le formulaire, il vous sera demandé comment la communauté autochtone a pu fournir un apport et une rétroaction sur le contenu culturel et comment et par qui le contenu été approuvé.

2.5 Votre entreprise défend-elle les intérêts des peuples autochtones et des entreprises touristiques de la région? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir une explication avec des exemples précis sur la façon dont l'entreprise défend les intérêts des peuples autochtones et des entreprises touristiques de la région.

3. Respect des droits des peuples autochtones		O	N	E
3.1	Le produit ou le service reconnaît et promeut les droits des peuples autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.2	L'entreprise obtient des conseils de la communauté autochtone appropriée sur les protocoles autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.3	L'entreprise a obtenu des droits sur l'utilisation des terres et des ressources.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.4	L'entreprise suit les protocoles du territoire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes. Les normes de bonnes pratiques 3.1 et 3.3 sont à titre informatif uniquement; les candidats n'auront pas à répondre à des questions sur ces éléments.

3.2 Comment avez-vous obtenu des conseils des membres de la communauté autochtone appropriée sur les protocoles autochtones?

Dans le formulaire, il vous sera demandé d'expliquer comment les conseils ont été obtenus et de fournir des exemples sur les protocoles qui sont utilisés sur la base de ces conseils.

3.4 Des protocoles sont-ils suivis pour reconnaître l'utilisation du territoire ou des terres?

Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir une explication sur les protocoles spécifiques utilisés.

4. Promotion de la diversité des peuples et des cultures autochtones O N E

4.1	*Les visiteurs sont informés du comportement approprié sur le lieu ou dans la communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2	*Les visiteurs en apprennent davantage sur les connaissances ou pratiques autochtones traditionnelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.3	*Les protocoles culturels sont respectés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.4	L'entreprise offre aux visiteurs la possibilité d'interagir en personne avec les Autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.5	Des expériences culinaires autochtones traditionnelles ou nouvelles sont disponibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.6	Des produits d'artisanat autochtone authentiques sont disponibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.7	Les visiteurs sont exposés aux langues autochtones locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.8	Des éléments de décor et de design autochtones sont imbriqués dans l'expérience.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.9	Les interprètes portent des habits contemporains ou traditionnels à thème autochtone.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.10	*L'entreprise a des politiques et des procédures de recrutement qui favorisent l'inclusion et la diversité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes. La norme de bonnes pratiques 4.9 est à titre informatif uniquement; les candidats n'auront pas à répondre à des questions sur cet élément.

4.1 Les visiteurs sont-ils informés du comportement approprié sur le lieu et dans la communauté? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'expliquer comment les visiteurs sont informés à propos du comportement approprié et de donner des exemples des informations ou conseils fournis.

4.2 Les visiteurs en apprennent-ils davantage sur les connaissances ou pratiques autochtones traditionnelles? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'expliquer les pratiques utilisées. Exemples : utilisation de présentoirs, de panneaux ou d'expositions; séances de narration; cercles d'apprentissage; démonstrations et bien plus.

4.3 Les protocoles culturels, l'utilisation des sites et les types d'activités qui composent l'expérience touristique sont-ils appropriés? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir des informations sur la manière dont votre entreprise s'assure que les protocoles, l'utilisation des sites et les activités sont appropriés et acceptés par la communauté.

4.4 Votre expérience touristique offre-t-elle aux visiteurs l'occasion d'interagir directement avec les Autochtones de la communauté, tels que les artisans, les Aînés, les conteurs, les hôtes ou les artistes? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'expliquer comment les visiteurs interagissent avec les Autochtones.

4.5 Votre offre touristique inclut-elle des plats traditionnels autochtones ou de nouvelles expériences culinaires autochtones? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir des informations sur les plats proposés OU une copie d'un menu décrivant les types de plats disponibles.

4.6 Proposez-vous des produits d'artisanat autochtone authentiques aux visiteurs? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir des informations sur ce qui est proposé et sur la façon dont vous vérifiez l'authenticité des produits.

4.7 Les langues autochtones locales sont-elles utilisées dans le cadre de l'expérience visiteur? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'expliquer comment les visiteurs sont exposés aux langues autochtones locales.

4.8 Des éléments de décor et de design autochtones sont-ils imbriqués dans l'expérience? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'expliquer comment ces éléments sont imbriqués dans l'expérience client OU de fournir des photos qui démontrent le décor, l'architecture, le design ou les arts autochtones.

4.10 Vos politiques et procédures de recrutement favorisent-elles l'inclusion et la diversité? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir des informations sur les pratiques utilisées OU une copie des politiques connexes.

Expérience Visiteur

L'expérience visiteur est le résultat de l'interaction entre l'opération touristique et le visiteur tout au long de cette interaction. L'expérience visiteur englobe tous les aspects de l'offre d'une entreprise – la qualité de l'accueil et des communications aux visiteurs, la publicité, l'emballage, les caractéristiques des produits et services, la facilité d'utilisation et la fiabilité.

Les peuples autochtones du monde entier sont connus pour leur convivialité et leur hospitalité. La clientèle touristique mondiale étant de plus en plus diversifiée, il est plus important que jamais d'adopter une culture d'acceptation et d'inclusion pour les visiteurs et le personnel. Un élément clé du tourisme autochtone est de permettre au visiteur de se familiariser avec la culture autochtone. Le partage des connaissances se fait de nombreuses manières, ayant l'éducation et la formation comme socle fondamental.

5. Maintien des normes de qualité du service offert aux visiteurs 0 N E

5.1	*L'entreprise répond aux demandes de renseignements des visiteurs dans la même journée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.2	L'entreprise fait un suivi de l'expérience visiteur et prend des mesures d'intervention au besoin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.3	*L'entreprise fournit des équipements ou formations spéciaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.4	Le produit ou le service a été mis à l'essai avec succès sur le marché.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.5	L'entreprise est accréditée par une tierce partie pour la qualité de son produit ou service.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

5.1 Êtes-vous en mesure de répondre aux demandes de renseignements dans les 24 heures? Une fois votre demande d'accréditation soumise, l'ATAC fera une demande d'informations en utilisant les mêmes moyens qu'un visiteur utiliserait pour déterminer si votre entreprise répond dans le délai de 24 heures.

5.2 Votre entreprise effectue-t-elle un suivi de l'expérience visiteur et prend-elle des mesures d'intervention au besoin? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'expliquer comment votre entreprise fait un suivi de la qualité de l'expérience offerte, en particulier comment les informations sont recueillies et ce qui est fait avec. Par exemple, les entreprises peuvent passer en revue les commentaires dans le livre des visiteurs, utiliser des formulaires ou sondages de rétroaction, analyser les commentaires provenant des services d'évaluation en ligne ou des médias sociaux.

5.3 Votre entreprise fournit-elle aux visiteurs tous les équipements et formations spéciaux nécessaires, (s'il y a lieu)? Par exemple, des expériences touristiques impliquant des embarcations nécessiteront des gilets de sauvetage, des lampes de poche, une initiation quant à l'utilisation du bateau, etc. Un autre exemple : des randonnées pédestres peuvent nécessiter des sacs à dos contenant des provisions telles que de la nourriture et de l'eau, et des équipements de sécurité. Dans le formulaire, il vous sera demandé les types d'activités qui nécessitent des équipements ou formations spéciaux et ce qui est fourni.

5.4 Votre produit/service a-t-il été mis à l'essai avec succès sur le marché? (Vous avez essayé plusieurs idées et peaufiné votre produit/service avant de le rendre accessible à une plus grande échelle.) Dans le formulaire, il vous sera demandé comment vous avez mis à l'essai votre produit/service.

International travellers increasingly cite authenticity as a major driver of their travel decisions. In Canada, indigenous tourism experiences are among the most authentic, & fastest growing parts of the tourism sector.

—Tourism Industry Association of Canada, 2019





5.5 Votre entreprise est-elle accréditée ou officiellement reconnue par une tierce partie pour la qualité de son produit/service? Dans le formulaire, il vous sera demandé une liste de certifications/d'accréditations ou d'autres formes de reconnaissance officielle que votre entreprise a acquises pour la qualité de ses produits ou services. Cela peut inclure une reconnaissance octroyée dans le cadre de programmes liés au tourisme (p.ex. les Expériences Distinctives de Destination Canada) ou provenant de groupes qui reconnaissent les éléments que vous offrez, comme la reconnaissance du Conseil mondial du développement durable ou de l'Association des hôtels du Canada (c.-à-d. la certification Clé verte).

6. Maintien de ressources humaines adéquates (personnel) O N E

6.1	L'entreprise dispose d'interprètes autochtones qualifiés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.2	L'entreprise fournit/investit dans des formations pertinentes pour divers rôles et besoins opérationnels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.3	*L'entreprise dispose de suffisamment de personnel pour répondre à la demande touristique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

6.1 Vos interprètes du patrimoine sont-ils qualifiés? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir un résumé de l'expérience, du niveau de formation ou des qualifications officielles des interprètes qui sont employés par votre entreprise. L'ATAC recherche des informations sur la pertinence de leurs qualifications par rapport au produit/service que vous offrez. Par exemple, les guides d'interprétation culturelle connaissent-ils les protocoles et le langage qu'ils représentent?

6.2 Investissez-vous dans la formation et le perfectionnement de votre personnel? Que faites-vous pour vous assurer que votre personnel connaît la culture autochtone locale qu'il partage? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir un résumé des formations ou des autres activités organisées afin d'éduquer le personnel sur la culture locale.

6.3 Votre entreprise dispose-t-elle du bon nombre d'employés qualifiés pour répondre aux demandes touristiques et opérationnelles? Dans le formulaire, il vous sera demandé comment vous déterminez si vous avez assez de personnel qualifié pour assumer les rôles nécessaires au bon fonctionnement de votre entreprise.

7. Accessibilité O N E

7.1	*L'entreprise propose des forfaits spéciaux pour les visiteurs à mobilité réduite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.2	L'entreprise peut accueillir des personnes à mobilité réduite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.3	L'entreprise fournit des informations exactes et à jour sur la disponibilité des installations accessibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivante

7.1 Votre entreprise propose-t-elle des forfaits spéciaux pour les visiteurs à mobilité réduite? Les entreprises touristiques autochtones n'offrent pas toutes des services aux visiteurs à mobilité réduite. Pour celles qui le font, l'ATAC demande des liens vers des informations en ligne décrivant les types de services offerts.

7.2 Votre entreprise peut-elle accueillir des personnes à mobilité réduite? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur les types d'hébergement que vous pouvez offrir aux personnes à mobilité réduite.

7.3 Votre entreprise fournit-elle des informations exactes et à jour sur l'accessibilité de vos installations? L'ATAC vous demandera des liens vers des informations en ligne décrivant les types de services offerts.

Santé, Sécurité et Confort

La sécurité est essentielle pour les visiteurs en tourisme. La santé et la sécurité opérationnelles font référence aux programmes, lignes directrices et procédures qui assurent la sécurité, le bien-être et la santé des visiteurs, employés et fournisseurs. Des mesures générales en matière de santé et de sécurité sont importantes pour tous les visiteurs, en particulier ceux qui proviennent de pays étrangers et qui doivent prévoir une couverture médicale.

8. Conformité aux réglementations en matière de santé, de sûreté et de sécurité

		O	N	E
8.1	*L'entreprise se conforme aux réglementations en matière de santé et de sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.2	L'entreprise respecte les règles et protocoles de sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.3	*L'entreprise dispose des équipements de sécurité requis en bon état de fonctionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.4	L'entreprise a accès aux services de santé et médicaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.5	*Les équipements et les véhicules de l'entreprise sont en bon état.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

8.1 Votre entreprise se conforme-t-elle aux réglementations en matière de santé et de sécurité? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur les réglementations en matière de santé et de sécurité qui sont respectées.

8.2 Votre entreprise respecte-t-elle les règles et protocoles essentiels en matière de sécurité? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur les protocoles de sécurité qui sont respectés.

8.3 Votre entreprise dispose-t-elle de tous les équipements de sécurité requis en bon état de fonctionnement? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'énumérer les équipements de sécurité disponibles, d'expliquer les fins auxquelles ils sont destinés et comment ils sont entretenus.

8.4 Votre entreprise a-t-elle accès aux services de santé et médicaux?

Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur les dispositions prises pour accéder aux services de santé et médicaux, en cas de besoin. Cela peut prendre diverses formes dépendant du type d'expérience touristique que vous proposez et de la proximité des services de santé et médicaux. L'ATAC requiert la preuve que des dispositions sont en place si une intervention d'urgence est nécessaire.

8.5 Les équipements et véhicules utilisés sont-ils en bon état? Dans le formulaire, il vous sera demandé comment les véhicules et équipements utilisés sont entretenus.

9. Plan d'intervention d'urgence

O N E

9.1	*L'entreprise a un plan d'intervention d'urgence.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.2	*Les employés responsables de la sécurité des visiteurs ont reçu une formation à jour sur la santé et la sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

9.1 Votre entreprise a-t-elle un plan d'intervention d'urgence? Il vous sera demandé de soumettre une copie du plan d'intervention d'urgence avec votre demande.

9.2 Vos employés responsables de la sécurité des visiteurs ont-ils reçu une formation à jour sur la santé et la sécurité? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur le type de formation offerte.

Tourisme Autochtone Durable

Les entreprises touristiques sont des moteurs économiques clés, qui favorisent la cohésion sociale et qui valorisent et préservent la culture. Prendre soin de la terre, de l'eau et de tout ce qu'elles fournissent est ancré dans la culture autochtone. L'environnement joue un rôle de plus en plus important dans le choix de destinations des touristes. Dans le contexte de la durabilité en tourisme, il faut tenir compte de la responsabilité environnementale et de la viabilité économique des entreprises, ainsi que du progrès social positif et de la représentation culturelle appropriée pour les communautés hôtes.

La continuité des traditions et des connaissances culturelles est fondamentale à la durabilité en tourisme. L'identité d'une destination est en grande partie définie par ses habitants et leurs atouts culturels qui ne peuvent être préservés que grâce à des efforts conscients et à des actions positives.

Caring for the land, water, and all they provide is rooted in Indigenous culture.

—Tourism Industry Association of Canada, 2019



10. Avantages socio-économiques pour les peuples autochtones dans la région touristique

O N E

10.1	Le produit/service touristique offert a un impact positif sur la communauté autochtone.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
10.2	L'entreprise offre des possibilités de préservation de la culture autochtone.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

10.1 Votre expérience touristique profite-t-elle à la communauté? Par exemple, votre entreprise emploie-t-elle des Autochtones locaux, soutient-elle d'autres entreprises de la région, contribue-t-elle financièrement à l'infrastructure communautaire? Dans le formulaire, il vous sera demandé un résumé de la façon dont l'entreprise profite à la communauté.

10.2 Réduisez-vous les impacts négatifs sur la vie quotidienne de la communauté et sur l'environnement? (Des exemples incluent les codes de conduite des visiteurs, les pratiques respectueuses de l'environnement.) Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur comment les impacts négatifs sont atténués ou éliminés.

11. Système d'atténuation des impacts environnementaux

O N E

11.1	L'entreprise dispose d'un système pour atténuer les impacts environnementaux.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
11.2	L'entreprise économise de l'énergie.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

11.1 Faites-vous votre part pour protéger la Terre-Mère? (c.-à-d. quelles pratiques de gestion environnementale suivez-vous : éliminer convenablement les déchets, recycler, utiliser des produits recyclables et biodégradables, réduire l'impact des feux de camp). Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir une liste des pratiques que vous suivez.

11.2 Utilisez-vous une technologie ou des pratiques d'économie d'énergie? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'énumérer les pratiques utilisées.

12. Plan de viabilité de l'entreprise

O N E

12.1	L'entreprise dispose de ressources pour être auto-suffisante.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
12.2	L'entreprise dispose d'un plan à jour de gestion des risques en situation d'urgence pour faire face à des perturbations majeures.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

12.1 Disposez-vous de suffisamment de ressources pour soutenir vos opérations? L'objectif global de cette question est de vérifier si l'entreprise prend des dispositions pour s'assurer qu'elle est financièrement stable et qu'elle investit dans des mesures pour atténuer les risques et augmenter ses chances de succès. Les chances de viabilité sont meilleures lorsque les entreprises investissent dans la technologie, réalisent des gains d'efficacité dans l'approvisionnement ou la production/prestation de services, ou collaborent avec d'autres entreprises, le gouvernement et des parties prenantes sans but lucratif. Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir des informations sur les stratégies de viabilité de votre entreprise OU une copie de votre plan d'affaires incluant les mesures de viabilité.

12.2 Disposez-vous d'un plan à jour de gestion des risques en situation d'urgence pour faire face à des perturbations majeures? Dans le formulaire, il vous sera demandé d'inclure votre plan de gestion des risques.

Marketing et Services aux Visiteurs

Le marketing est le moyen adopté par les entreprises pour communiquer des informations sur les produits et les marques qu'elles vendent directement ou indirectement aux visiteurs avec l'intention de les inciter à effectuer un achat. Le matériel marketing inclut des ressources imprimées et numériques.

13. Information		O	N	E
13.1	*L'entreprise a une présence en ligne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.2	*Les informations détaillées sur les tarifs et les produits de l'entreprise sont facilement accessibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.3	*Les informations sont à jour, exactes et utiles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.4	L'entreprise dispose de matériel marketing en version imprimée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.5	*L'entreprise organise des tournées de familiarisation (FAM).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

13.1 Avez-vous un site Web sur lequel les visiteurs peuvent obtenir des informations clés, telles que les heures d'ouverture, l'emplacement, comment se rendre sur place, le type de services/d'expériences touristiques offerts, etc.? Les informations sont-elles exactes et à jour? Une fois votre demande soumise, l'ATAC visitera votre site Web à des fins de vérification.

13.2 Les informations sur vos produits et les tarifs sont-elles clairement présentées sur votre site Web? Une fois votre demande soumise, l'ATAC visitera votre site Web à des fins de vérification.

13.3 Les informations sur votre site Web sont-elles exactes et à jour? Une fois votre demande soumise, l'ATAC visitera votre site Web à des fins de vérification.

13.4 Disposez-vous de matériel en version imprimée? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir des copies électroniques (ou des images) du matériel imprimé utilisé (p.ex. brochures).

13.5 Organisez-vous des tournées de familiarisation (FAM)? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur vos tournées de familiarisation.

14. Informations sur les marchés O N E

14.1	L'entreprise dispose d'informations ou de données de la recherche pour comprendre les marchés actuels et potentiels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
------	--	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Notes explicatives

Pour la caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

14.1 Disposez-vous d'informations ou de données de recherche sur les marchés actuels et potentiels? Dans le formulaire, il vous sera demandé comment vous déterminez vos marchés actuels et potentiels.

15. Stratégie de marché O N E

15.1	L'entreprise a un plan marketing détaillé.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
------	--	-----------------------	-----------------------	-----------------------

15.2	L'entreprise effectue des prévisions de ventes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
------	---	-----------------------	-----------------------	-----------------------

15.3	*L'entreprise travaille en partenariat avec le réseau de distribution.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
------	--	-----------------------	-----------------------	-----------------------

15.4	*L'entreprise entretient des relations de travail formalisées avec des voyageurs réceptifs.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
------	---	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

15.1 Avez-vous un plan marketing détaillé? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir votre plan marketing.

15.2 Effectuez-vous des prévisions de ventes? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur vos prévisions de ventes pour l'année à venir ou celle d'après.

15.3 Travaillez-vous en partenariat avec le réseau de distribution? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir une liste de vos partenaires du réseau de distribution.

15.4 Travaillez-vous avec des voyageurs réceptifs? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir une liste des voyageurs avec qui vous travaillez présentement.





Marketing is the means adopted by companies to convey messages about the products and the brands they sell either directly or indirectly to the visitors with the intention to persuade them to purchase.

—Tourism Industry Association of Canada, 2019

16. Développement de produits et de services

O N E

16.1	Les produits et services de l'entreprise sont adaptés à la demande et aux caractéristiques du marché.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.2	L'entreprise a la capacité de développer ses produits/services.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.3	Les tarifs des produits et services sont convenables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.4	L'entreprise est en mesure de distribuer ou de livrer ses produits, marchandises ou services.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.5	*L'entreprise est en mesure de participer à un congrès ou à un salon professionnel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.6	*L'entreprise utilise des stratégies de marketing numériques et conventionnelles conformes à son plan marketing.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.7	L'entreprise mène des activités de relations publiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

16.1 Votre entreprise propose-t-elle des produits/services qui sont adaptés à la demande du marché? Dans le formulaire, il vous sera demandé des exemples de produits/services que vous proposez et comment ils sont adaptés à votre marché cible.

16.2 Votre entreprise a-t-elle la capacité de développer ses produits/services? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur votre capacité à développer de nouveaux produits/services (p.ex. le type d'expertise requis, ou les équipements pour répondre aux nouvelles exigences de production).

16.3 Les tarifs de vos produits/services sont-ils convenables? Dans le formulaire, il vous sera demandé comment vos tarifs sont déterminés.

16.4 Êtes-vous en mesure de distribuer ou de livrer vos produits/services? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur la manière dont vos produits et services parviennent au visiteur (parfois appelée « chaîne de valeur »).

16.5 Êtes-vous en mesure de participer à un congrès ou à un salon professionnel? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur votre expérience et capacité à participer à un congrès ou à un salon professionnel nécessitant un déplacement.

16.6 Utilisez-vous des stratégies de marketing numériques et conventionnelles conformes à votre plan marketing? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur vos stratégies de marketing incluant votre plan marketing et vos outils de mise en œuvre.

16.7 Votre entreprise mène-t-elle des activités de relations publiques? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir une liste des activités de relations publiques menées par l'entreprise.

17. Services offerts aux visiteurs

O N E

17.1	*L'entreprise dispose d'une plateforme de réservation en ligne propre à elle ou tierce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.2	*L'entreprise est en mesure de faire du commerce électronique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

17.1 Votre entreprise dispose-t-elle d'une plateforme de réservation en ligne propre à elle ou tierce? L'ATAC vérifiera le lien de votre plateforme de réservation en ligne.

17.2 Êtes-vous en mesure de faire du commerce en ligne? L'ATAC vérifiera votre capacité à faire du commerce électronique.

Sens des Affaires / Pratiques Opérationnelles

Toutes les entreprises touristiques ont besoin d'outils de gestion et de fonctionnement opérationnel essentiels pour réussir. Les pratiques garantissent des opérations efficaces et rentables et contribuent à une planification à long terme.

18. Exigences opérationnelles essentielles	O	N	E
18.1 *L'entreprise a un permis d'entreprise officiel, les licences requises et respecte les exigences réglementaires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.2 *L'entreprise a une assurance en responsabilité légale (décès/blessure).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.3 L'entreprise a un plan d'affaires et un budget de fonctionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.4 L'entreprise a des procédures opérationnelles standard.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.5 L'entreprise dispose des infrastructures nécessaires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

18.1 Votre entreprise a-t-elle un permis d'entreprise officiel, les licences requises et respecte-t-elle les exigences réglementaires? Dans le formulaire, il vous sera demandé une copie de votre (vos) licence (s) d'entreprises (s) et permis (s), selon le cas.

18.2 Votre entreprise a-t-elle une assurance en responsabilité légale (décès/blessure)? Dans le formulaire, il vous sera demandé une preuve d'assurance.

18.3 Avez-vous un plan d'affaires et un budget de fonctionnement? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir votre plan d'affaires.

18.4 Votre entreprise a-t-elle des procédures opérationnelles standard? Dans le formulaire, il vous sera demandé une brève explication OU un échantillon des procédures opérationnelles utilisées (c.-à-d. des copies électroniques des procédures écrites).

18.5 Votre entreprise dispose-t-elle des infrastructures nécessaires? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur les infrastructures en place et comment celles-ci répondent aux besoins de votre expérience touristique. Par exemple, avez-vous des services de restauration appropriés, des logements, un accès à l'eau potable, un stationnement pour les bus touristiques ou toute autre commodité indispensable, comme attendu pour le (s) produit (s) ou service (s) offert (s)?

19. Financement et gestion financière	O	N	E
19.1 *L'entreprise dispose d'un système de comptabilité ou de services comptables spécialisés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.2 *L'entreprise a la capacité de gérer les fonctions de trésorerie et de commerce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.3 L'entreprise a les moyens financiers pour couvrir ses coûts opérationnels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.4 *L'entreprise a les moyens financiers pour commercialiser ses produits et services.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes.

19.1 Avez-vous mis en place un système de comptabilité? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur vos procédures et pratiques comptables.

19.2 Votre entreprise a-t-elle la capacité de gérer les fonctions de trésorerie et de commerce? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur la capacité de votre entreprise à gérer des transactions monétaires.

19.3 Avez-vous les moyens financiers pour couvrir vos coûts opérationnels? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations de base sur vos pratiques de gestion financière.

19.4 Avez-vous les moyens financiers pour commercialiser vos produits/ services? Dans le formulaire, il vous sera demandé des informations sur votre budget de marketing.

A sense of community and shared responsibility of one another's well-being is equally rooted in traditional values.

-Tourism Industry Association of Canada, 2019



20. Gestion des opérations

O N E

20.1	L'entreprise a mis en place une structure de gestion ou de gouvernance.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.2	L'entreprise a mis en place des pratiques essentielles en matière de ressources humaines (si plus de deux employés).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.3	*L'entreprise a des politiques et des procédures opérationnelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.4	*L'entreprise maintient un système de gestion des stocks/d'approvisionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.5	Les installations, les véhicules et les autres équipements (selon le cas) de l'entreprise sont en bon état.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Notes explicatives

Pour chaque caractéristique ci-haut, les candidats peuvent se préparer en se référant aux informations suivantes. La norme de bonnes pratiques 20.5 est à titre informatif uniquement; les candidats n'auront pas à répondre à des questions sur cet élément.

20.1 Avez-vous mis en place une structure de gestion ou de gouvernance? Dans le formulaire, il vous sera demandé de fournir votre organigramme ou tout autre document similaire.

20.2 Avez-vous mis en place des pratiques essentielles en matière de ressources humaines? Dans le formulaire, vous devrez spécifier vos procédures et lignes directrices en matière de ressources humaines.

20.3 Avez-vous des procédures et politiques opérationnelles? Dans le formulaire, vous devrez spécifier vos procédures et politiques opérationnelles.

20.4 Avez-vous un système de gestion des stocks/d'approvisionnement? Dans le formulaire, il vous sera demandé une brève explication sur la façon dont vous gérez votre inventaire.

Résumé

La liste de vérification complète en un seul endroit

Engagement et Soutien Communautaires

Legende : O = Oui N = Non E = En attente

1. Liens communautaires efficaces

O N E

1.1	*La communauté autochtone locale soutient l'initiative touristique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.2	L'entreprise favorise des relations de travail positives avec ses concurrents.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.3	L'entreprise recherche des partenariats formalisés avec des organisations communautaires ou d'autres organismes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.4	*L'entreprise a conclu un partenariat avec une OMD ou une association touristique locale.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.5	Les dirigeants de l'entreprise sont actifs au sein d'associations touristiques, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Engagement significatif des Autochtones dans la région touristique

O N E

2.1	L'entreprise crée des opportunités pour les membres de la communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.2	*Le contenu culturel a été élaboré en collaboration avec et approuvé par les Autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.3	L'entreprise a mis en place des moyens pour permettre aux membres de la communauté de donner leur avis sur les sujets qui les concernent.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.4	Les bienfaits de l'entreprise touristique s'étendent à la communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.5	L'entreprise défend les intérêts des peuples et des entreprises touristiques autochtones de la région.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Respect des droits des peuples autochtones

O N E

3.1	Le produit ou le service reconnaît et promeut les droits des peuples autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.2	L'entreprise obtient des conseils de la communauté autochtone appropriée sur les protocoles autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.3	L'entreprise a obtenu des droits sur l'utilisation des terres et des ressources.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.4	L'entreprise suit les protocoles du territoire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Promotion de la diversité des peuples et des cultures autochtones

O N E

4.1	*Les visiteurs sont informés du comportement approprié sur le lieu ou dans la communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2	*Les visiteurs en apprennent davantage sur les connaissances ou pratiques autochtones traditionnelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.3	*Les protocoles culturels sont respectés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.4	L'entreprise offre aux visiteurs la possibilité d'interagir en personne avec les Autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.5	Des expériences culinaires autochtones traditionnelles ou nouvelles sont disponibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.6	Des produits d'artisanat autochtone authentiques sont disponibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.7	Les visiteurs sont exposés aux langues autochtones locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.8	Des éléments de décor et de design autochtones sont imbriqués dans l'expérience.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.9	Les interprètes portent des habits contemporains ou traditionnels à thème autochtone.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.10	*L'entreprise a des politiques et des procédures de recrutement qui favorisent l'inclusion et la diversité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





Expérience Visiteur

5. Maintien des normes de qualité du service offert aux visiteurs 0 N E

5.1	*L'entreprise répond aux demandes de renseignements des visiteurs dans la même journée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.2	L'entreprise fait un suivi de l'expérience visiteur et prend des mesures d'intervention au besoin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.3	*L'entreprise fournit des équipements ou formations spéciaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.4	Le produit ou le service a été mis à l'essai avec succès sur le marché.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.5	L'entreprise est accréditée par une tierce partie pour la qualité de son produit ou service.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Maintien de ressources humaines adéquates (personnel) 0 N E

6.1	L'entreprise dispose d'interprètes autochtones qualifiés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.2	L'entreprise fournit/investit dans des formations pertinentes pour divers rôles et besoins opérationnels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.3	*L'entreprise dispose de suffisamment de personnel pour répondre à la demande touristique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Accessibilité 0 N E

7.1	*L'entreprise propose des forfaits spéciaux pour les visiteurs à mobilité réduite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.2	L'entreprise peut accueillir des personnes à mobilité réduite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.3	L'entreprise fournit des informations exactes et à jour sur la disponibilité des installations accessibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Santé, Sécurité et Confort

8. Conformité aux réglementations en matière de santé, de sûreté et de sécurité 0 N E

8.1	*L'entreprise se conforme aux réglementations en matière de santé et de sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.2	L'entreprise respecte les règles et protocoles de sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.3	*L'entreprise dispose des équipements de sécurité requis en bon état de fonctionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.4	L'entreprise a accès aux services de santé et médicaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.5	*Les équipements et les véhicules de l'entreprise sont en bon état.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Plan d'intervention d'urgence 0 N E

9.1	*L'entreprise a un plan d'intervention d'urgence.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.2	*Les employés responsables de la sécurité des visiteurs ont reçu une formation à jour sur la santé et la sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tourisme Autochtone Durable

10. Avantages socio-économiques pour les peuples autochtones dans la région touristique 0 N E

10.1	Le produit/service touristique offert a un impact positif sur la communauté autochtone.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.2	L'entreprise offre des possibilités de préservation de la culture autochtone.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Système d'atténuation des impacts environnementaux 0 N E

11.1	L'entreprise dispose d'un système pour atténuer les impacts environnementaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.2	L'entreprise économise de l'énergie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Plan de viabilité de l'entreprise O N E

12.1	L'entreprise dispose de ressources pour être auto-suffisante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.2	L'entreprise dispose d'un plan à jour de gestion des risques en situation d'urgence pour faire face à des perturbations majeures.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Marketing et Services aux Visiteurs

13. Information O N E

13.1	*L'entreprise a une présence en ligne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.2	*Les informations détaillées sur les tarifs et les produits de l'entreprise sont facilement accessibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.3	*Les informations sont à jour, exactes et utiles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.4	L'entreprise dispose de matériel marketing en version imprimée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.5	*L'entreprise organise des tournées de familiarisation (FAM).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Informations sur les marchés O N E

14.1	L'entreprise dispose d'informations ou de données de la recherche pour comprendre les marchés actuels et potentiels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
------	--	-----------------------	-----------------------	-----------------------

15. Stratégie de marché O N E

15.1	L'entreprise a un plan marketing détaillé.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.2	L'entreprise effectue des prévisions de ventes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.3	*L'entreprise travaille en partenariat avec le réseau de distribution.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.4	*L'entreprise entretient des relations de travail formalisées avec des voyageurs réceptifs.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Développement de produits et de services O N E

16.1	Les produits et services de l'entreprise sont adaptés à la demande et aux caractéristiques du marché.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.2	L'entreprise a la capacité de développer ses produits/ services.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.3	Les tarifs des produits et services sont convenables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.4	L'entreprise est en mesure de distribuer ou de livrer ses produits, marchandises ou services.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.5	*L'entreprise est en mesure de participer à un congrès ou à un salon professionnel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.6	*L'entreprise utilise des stratégies de marketing numériques et conventionnelles conformes à son plan marketing.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.7	L'entreprise mène des activités de relations publiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

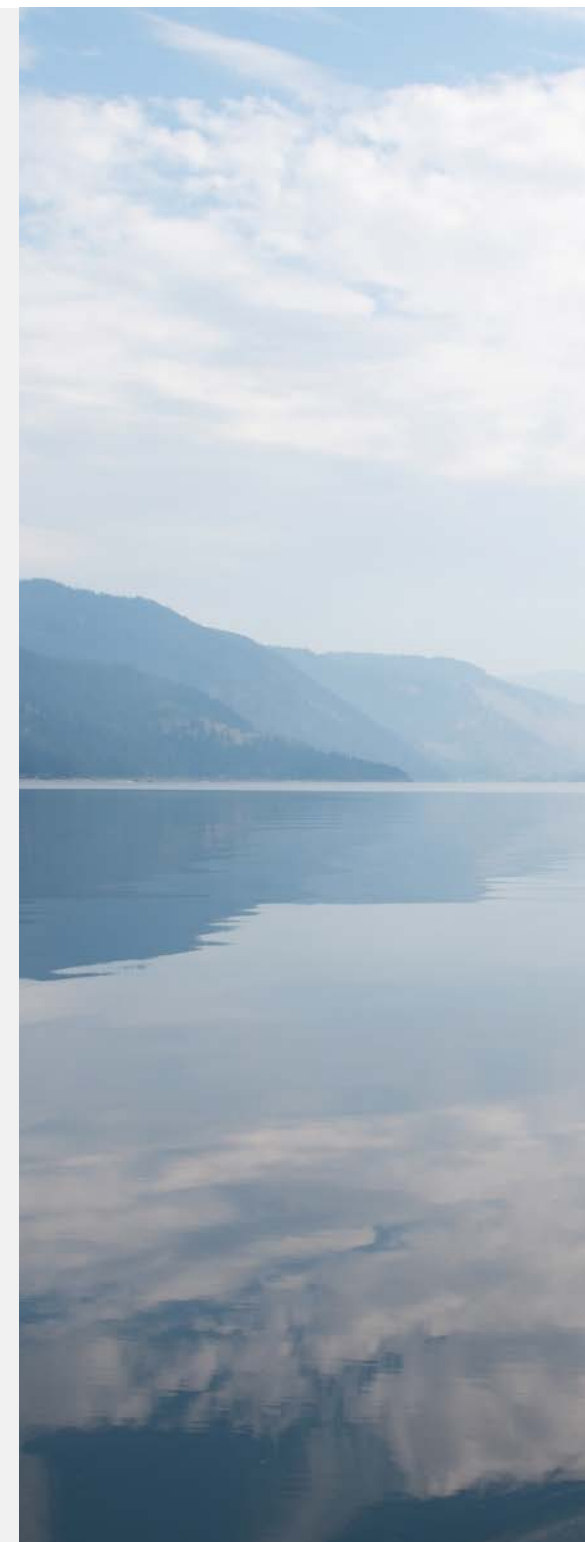
17. Services offerts aux visiteurs O N E

17.1	*L'entreprise dispose d'une plateforme de réservation en ligne propre à elle ou tierce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.2	*L'entreprise est en mesure de faire du commerce électronique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sens des Affaires / Pratiques Opérationnelles

18. Exigences opérationnelles essentielles O N E

18.1	*L'entreprise a un permis d'entreprise officiel, les licences requises et respecte les exigences réglementaires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.2	*L'entreprise a une assurance en responsabilité légale (décès/blessure).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.3	L'entreprise a un plan d'affaires et un budget de fonctionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.4	L'entreprise a des procédures opérationnelles standard.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.5	L'entreprise dispose des infrastructures nécessaires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





19. Financement et gestion financière

O N E

19.1	*L'entreprise dispose d'un système de comptabilité ou de services comptables spécialisés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.2	*L'entreprise a la capacité de gérer les fonctions de trésorerie et de commerce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.3	L'entreprise a les moyens financiers pour couvrir ses coûts opérationnels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.4	*L'entreprise a les moyens financiers pour commercialiser ses produits et services.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Gestion des opérations

O N E

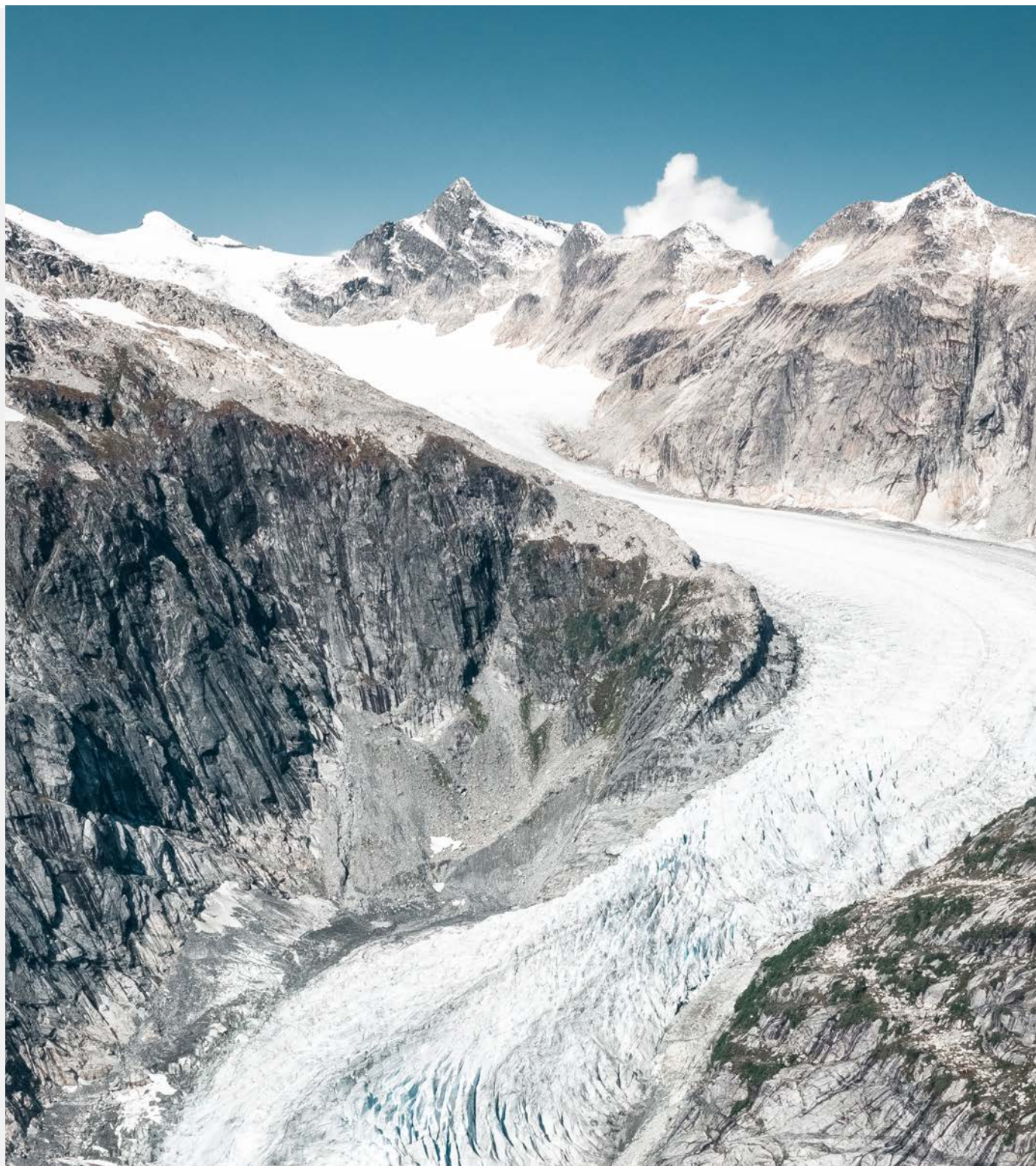
20.1	L'entreprise a mis en place une structure de gestion ou de gouvernance.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.2	L'entreprise a mis en place des pratiques essentielles en matière de ressources humaines (si plus de deux employés).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.3	*L'entreprise a des politiques et des procédures opérationnelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.4	*L'entreprise maintient un système de gestion des stocks/ d'approvisionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.5	Les installations, les véhicules et les autres équipements (selon le cas) de l'entreprise sont en bon état.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Résumé des Caractéristiques par Catégorie

Prêt pour les Affaires

Exigences Minimales: Les opérateurs touristiques autochtones recherchant la désignation « prêt pour les affaires » doivent démontrer qu'ils possèdent toutes les caractéristiques suivantes.

Num.	Caractéristiques	O	N	E
2.2	*Le contenu culturel a été élaboré en collaboration avec et approuvé par les Autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.1	*Les visiteurs sont informés du comportement approprié sur le lieu ou dans la communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.3	*Les protocoles culturels sont respectés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.10	*L'entreprise a des politiques et des procédures de recrutement qui favorisent l'inclusion et la diversité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.3	*L'entreprise fournit des équipements ou formations spéciaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.3	*L'entreprise dispose de suffisamment de personnel pour répondre à la demande touristique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.1	*L'entreprise se conforme aux réglementations en matière de santé et de sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.3	*L'entreprise dispose des équipements de sécurité requis en bon état de fonctionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.5	*Les équipements et les véhicules de l'entreprise sont en bon état.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.1	*L'entreprise a un plan d'intervention d'urgence.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.1	*L'entreprise a une présence en ligne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.3	*Les informations sont à jour, exactes et utiles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.5	*L'entreprise organise des tournées de familiarisation (FAM).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.6	*L'entreprise utilise des stratégies de marketing numériques et conventionnelles conformes à son plan marketing.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.1	*L'entreprise a un permis d'entreprise officiel, les licences requises et respecte les exigences réglementaires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.2	*L'entreprise a une assurance en responsabilité légale (décès/ blessure).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





		O	N	E
19.2	*L'entreprise a la capacité de gérer les fonctions de trésorerie et de commerce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Options Supplémentaires: En plus des exigences minimales énumérées ci-dessus, les opérateurs touristiques autochtones doivent posséder au moins 13 des caractéristiques suivantes.

		O	N	E
2.1	L'entreprise crée des opportunités pour les membres de la communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.2	L'entreprise obtient des conseils de la communauté autochtone appropriée sur les protocoles autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.4	L'entreprise suit les protocoles du territoire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.4	L'entreprise offre aux visiteurs la possibilité d'interagir en personne avec les Autochtones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.7	Les visiteurs sont exposés aux langues autochtones locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.4	Le produit ou le service a été mis à l'essai avec succès sur le marché.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.2	L'entreprise peut accueillir des personnes à mobilité réduite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.3	L'entreprise fournit des informations exactes et à jour sur la disponibilité des installations accessibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.2	L'entreprise respecte les règles et protocoles de sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.4	L'entreprise a accès aux services de santé et médicaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.1	Le produit/service touristique offert a un impact positif sur la communauté autochtone.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.2	L'entreprise économise de l'énergie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.1	L'entreprise dispose de ressources pour être auto-suffisante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.2	L'entreprise dispose d'un plan à jour de gestion des risques en situation d'urgence pour faire face à des perturbations majeures.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.4	L'entreprise dispose de matériel marketing en version imprimée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.1	L'entreprise dispose d'informations ou de données issues de la recherche pour comprendre les marchés actuels et potentiels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.1	L'entreprise a un plan marketing détaillé.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

		O	N	E
16.1	Les produits et services de l'entreprise sont adaptés à la demande et aux caractéristiques du marché.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.3	Les tarifs des produits et services sont convenables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.3	L'entreprise a un plan d'affaires et un budget de fonctionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.5	L'entreprise dispose des infrastructures nécessaires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.3	L'entreprise a les moyens financiers pour couvrir ses coûts opérationnels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Prêt à Accueillir des Visiteurs

Exigences Minimales: Les opérateurs touristiques autochtones recherchant la désignation « prêt à accueillir des visiteurs » doivent démontrer en premier lieu qu'ils possèdent les caractéristiques pour la désignation « prêt pour les affaires » ET toutes les caractéristiques suivantes.

Num.	Caractéristiques	O	N	E
1.1	*La communauté autochtone locale soutient l'initiative touristique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.4	*L'entreprise a conclu un partenariat avec une OMD ou une association touristique locale.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2	*Les visiteurs en apprennent davantage sur les connaissances ou pratiques autochtones traditionnelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.1	*L'entreprise répond aux demandes de renseignements des visiteurs dans la même journée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.2	*Les employés responsables de la sécurité des visiteurs ont reçu une formation à jour sur la santé et la sécurité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.2	*Les informations détaillées sur les tarifs et les produits de l'entreprise sont facilement accessibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.5	*L'entreprise est en mesure de participer à un congrès ou à un salon professionnel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.1	*L'entreprise dispose d'une plateforme de réservation en ligne propre à elle ou tierce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.2	*L'entreprise est en mesure de faire du commerce électronique.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.1	*L'entreprise dispose d'un système de comptabilité ou de services comptables spécialisés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.4	*L'entreprise a les moyens financiers pour commercialiser ses produits et services.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.3	*L'entreprise a des politiques et des procédures opérationnelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Options Supplémentaires: En plus des exigences minimales énumérées ci-dessus, les opérateurs touristiques autochtones doivent posséder au moins 10 des caractéristiques suivantes.

		O	N	E
1.2	L'entreprise favorise des relations de travail positives avec ses concurrents.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.5	Les dirigeants de l'entreprise sont actifs au sein d'associations touristiques, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.5	Des expériences culinaires autochtones traditionnelles ou nouvelles sont disponibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.6	Des produits d'artisanat autochtone authentiques sont disponibles (selon le cas).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.8	Des éléments de décor et de design autochtones sont imbriqués dans l'expérience.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.2	L'entreprise fait un suivi de l'expérience visiteur et prend des mesures d'intervention au besoin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.1	L'entreprise dispose d'interprètes autochtones qualifiés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.2	L'entreprise fournit/investit dans des formations pertinentes pour divers rôles et besoins opérationnels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.2	L'entreprise offre des possibilités de préservation de la culture autochtone.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.1	L'entreprise dispose d'un système pour atténuer les impacts environnementaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.2	L'entreprise effectue des prévisions de ventes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.2	L'entreprise a la capacité de développer ses produits/services	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.4	L'entreprise est en mesure de distribuer ou de livrer ses produits, marchandises ou services	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.4	L'entreprise a des procédures opérationnelles standard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.1	L'entreprise a mis en place une structure de gestion ou de gouvernance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.2	L'entreprise a mis en place des pratiques essentielles en matière de ressources humaines (si plus de deux employés)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





Prêt à l'Exportation

Exigences Minimales: Les opérateurs touristiques autochtones recherchant la désignation « prêt à l'exportation » doivent démontrer en premier lieu qu'ils possèdent les caractéristiques pour la désignation « prêt à accueillir des visiteurs » ET toutes les caractéristiques suivantes.

Num.	Caractéristiques	O	N	E
7.1	*L'entreprise propose des forfaits spéciaux pour les visiteurs à mobilité réduite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.3	*L'entreprise travaille en partenariat avec le réseau de distribution.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.4	*L'entreprise entretient des relations de travail formalisées avec des voyageurs réceptifs.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20.4	*L'entreprise maintient un système de gestion des stocks/ d'approvisionnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Options Supplémentaires: En plus des exigences minimales énumérées ci-dessus, les opérateurs touristiques autochtones doivent posséder au moins 2 des caractéristiques suivantes.

		O	N	E
1.3	L'entreprise recherche des partenariats formalisés avec des organisations communautaires ou d'autres organismes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.5	L'entreprise défend les intérêts des peuples et des entreprises touristiques autochtones de la région.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.5	L'entreprise est accréditée par une tierce partie pour la qualité de son produit ou service.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.7	L'entreprise mène des activités de relations publiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

