



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

PLAN D'ACTION 2023-24



TABLE DES MATIÈRES

Mot du PDG de l'ATAC	4
Mot de la présidente du conseil de l'ATAC.....	8
À propos de l'Association touristique autochtone du Canada	12
Une industrie touristique autochtone mondialement reconnue	14
Priorités de l'ATAC pour 2023-24.....	18
2023-24 : Développement du tourisme autochtone au Canada	22
Activités de leadership.....	24
Activités de partenariat	26
Activités de développement.....	28
Activités de marketing	30
Organigramme	32
Investissements requis.....	34

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](https://www.destinationautochtone.ca).

MOT DU PDG DE L'ATAC



***Tansi, Oki, Ada Washde,
Dadanast'ada, Taanishii,
Boozhoo, Aniin, Bonjour***

L'année 2022 a été marquée par une grande croissance et la reconstruction continue en vue de notre objectif ultime : rétablir le tourisme autochtone aux niveaux de PIB et d'emploi enregistrés en 2019. Nous travaillons activement chaque jour pour atteindre 1,9 G\$ de contribution directe au PIB, 1900 entreprises touristiques autochtones et plus de 39 000 employés en tourisme autochtone d'ici 2025.

Cependant, notre ambition ne s'arrête pas là, car nous avons pour objectif de devenir le leader mondial du tourisme autochtone d'ici 2030. Une fois cet objectif atteint, nous prévoyons de contribuer annuellement à hauteur de 6 G\$ au PIB et d'augmenter le nombre d'emplois et de membres dans tout le pays.

La résilience de nos partenaires provinciaux et leur croissance et succès au cours de la dernière année rendent ces objectifs, entre autres, réalisables. Toutes nos félicitations aux nouvelles associations – Indigenous Destinations Saskatchewan et Indigenous Tourism Manitoba – ainsi qu'à Indigenous Tourism Alberta qui a connu une croissance remarquable quant au PIB, nombre de membres et d'entreprises.

L'ATAC et nos partenaires touristiques provinciaux ont obtenu des résultats solides. Ce succès n'aurait pas été possible sans le soutien continu de nos partenaires financiers et du gouvernement du Canada. Les flux de financement nationaux soutiennent le tourisme provincial en optimisant l'utilisation d'autres fonds et contribuent ainsi à la croissance et au succès continu, d'un bout à l'autre du pays.

Nous sommes heureux du retour du Congrès international du tourisme autochtone (CITA) à Winnipeg, au Manitoba, sur le territoire du Traité no 1 et la patrie des Métis. Nous nous attendons à ce que plus de 1000 délégués du monde entier se rassemblent pour trois jours d'inspiration et d'apprentissage. L'ATAC sera rejointe par des leaders, des innovateurs et des conférenciers inspirants tels que l'honorable Murray Sinclair CC, MSC, et Mme Pania Tyson-Nathan, présidente-directrice générale de New Zealand Māori Tourism.

La demande pour les expériences touristiques autochtones continue d'augmenter. Il existe une compréhension commune du rôle inestimable que joue le tourisme autochtone dans notre économie. Ce n'est qu'en travaillant ensemble que nous pouvons créer une industrie durable, prospère et qui occupe une place de premier plan à l'échelle nationale et internationale. L'ATAC continuera à promouvoir le tourisme autochtone et à œuvrer aux côtés de ses membres pour assurer leur succès.

Merci à notre conseil d'administration, à l'équipe de l'ATAC et à nos membres de partout au pays pour leur travail et leurs efforts continus en faveur de la croissance de notre secteur.

Cordialement,

M. Keith Henry
Président-directeur général
Association touristique autochtone du Canada

INVESTISSEMENTS NATIONAUX DANS LE TOURISME AUTOCHTONE DEPUIS 2014

Les investissements nationaux
annuels approximatifs dans le
tourisme autochtone au Canada
ont augmenté de

493% ENTRE
2014 ET 2022

Les investissements nationaux
annuels approximatifs en
2014 était de

4,89 M\$

Les investissements nationaux
annuels approximatifs en
2022 était de

29 M\$



La croissance des investissements nationaux est en grande partie attribuable à la création de l'Association touristique autochtone du Canada, chef de file autochtone mondial dans le marketing et le développement d'expériences touristiques autochtones.



L'ATAC est une organisation nationale qui travaille en étroite collaboration avec les organisations touristiques autochtones provinciales et territoriales.



Les membres de l'ATAC sont des entreprises détenues et gérées par des Autochtones de chaque province et territoire du pays.

MOT DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DE L'ATAC



Tout d'abord, je tiens à remercier mes collègues administrateurs et l'équipe de l'ATAC pour leur travail acharné en soutien à nos membres à travers le pays. Votre passion, votre optimisme et votre engagement à assurer la prospérité du tourisme autochtone sont une source d'inspiration, et c'est un honneur de travailler à vos côtés.

L'année 2022 a été marquée par le début de la croissance de l'industrie touristique autochtone après deux années axées sur sa survie. Au-delà de garantir la pérennité de notre industrie, l'objectif de l'ATAC l'année dernière était de mettre en place une industrie touristique autochtone durable au Canada, capable non seulement de résister à toute épreuve future, mais également de prospérer sur la scène mondiale. Au cours de l'année écoulée, nous avons jeté les bases pour que l'ATAC devienne un chef de file mondial du tourisme autochtone d'ici 2030, si ce n'est plus tôt.

Nos partenaires touristiques provinciaux ont joué un rôle clé dans notre succès à l'échelle nationale en renforçant notre communication et en maintenant une croissance impressionnante. Je suis convaincue que nous pouvons atteindre nos objectifs communs en continuant à travailler ensemble.

Le conseil d'administration, moi-même et sans aucun doute vous tous, avons accueilli avec satisfaction la croissance que nous observons. Bien que l'incertitude dans l'industrie ait initialement assombri les perspectives, la voie de la relance et du renouveau du secteur a nécessité une série de réponses politiques adaptées aux réalités très différentes de nos diverses entreprises.

Bien qu'il reste du travail à faire pour atteindre les niveaux de 2019, nous observons une hausse constante du volume d'activités. En 2021, plus de 18 000 personnes travaillaient dans le secteur du tourisme autochtone et leur empreinte économique combinée était estimée à plus de 774 M\$ en termes de PIB. Il s'agit de gains modestes par rapport aux déclinés catastrophiques de 2020 et, comparativement à nos estimations pour 2020, la contribution directe au PIB a augmenté de 219 M\$, tandis que l'emploi a augmenté de plus de 6100 en 2021.

Je tiens à féliciter M. Keith Henry, notre président-directeur général, et l'équipe de l'ATAC pour leur travail remarquable avec nos alliances stratégiques et nos partenaires gouvernementaux en vue de créer des politiques et des visions avant-gardistes pour assurer un financement continu pour le secteur du tourisme autochtone, maintenant et à l'avenir.

L'année à venir est propice à l'essor de l'industrie touristique autochtone. Notre équipe s'emploiera à rassembler tous les efforts et les niveaux de gouvernement afin de créer des solutions cohérentes pour notre industrie et pour soutenir les entreprises touristiques autochtones d'un bout à l'autre du pays.

Cordialement,

Mme Marilyn Jensen

Présidente du conseil d'administration
Association touristique autochtone du Canada



PHOTO : CEDAR LAKE RANCH, MB

À PROPOS DE L'ASSOCIATION TOURISTIQUE AUTOCHTONE DU CANADA

Depuis 2014, l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) déploie des efforts pour soutenir et revitaliser les expériences touristiques autochtones partout au Canada. L'ATAC est maintenant largement reconnue comme leader mondial en matière de développement et de marketing du tourisme autochtone. La réputation de l'ATAC repose non seulement sur ses succès mais aussi sur la force de ses partenariats à l'échelle fédérale, provinciale et territoriale ainsi qu'avec les communautés autochtones partout au pays qui ont choisi d'accueillir des visiteurs sur leurs terres ancestrales.

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

Au cours des sept dernières années, l'offre touristique autochtone a connu une croissance sans précédent, ce qui a entraîné la création de nouveaux emplois et une augmentation de la contribution du secteur au PIB, passant de 1,4 G\$ à près de 2 G\$. De plus, de 2016 à 2019, l'ATAC a soutenu une augmentation de 100 % du nombre d'entreprises touristiques

autochtones canadiennes prêtes à la commercialisation et à l'exportation. Le plan stratégique de relance de l'ATAC soutient la restauration durable du tourisme autochtone au Canada en tant que leader de l'industrie en matière de croissance annuelle d'emplois, de contribution au PIB et de création de nouvelles entreprises touristiques.

Alors que l'industrie touristique autochtone au Canada se remet du choc de la pandémie de COVID-19, l'ATAC s'est fixée pour objectif d'aller de l'avant de la manière la plus flexible et la plus durable possible. L'ATAC est consciente que cette démarche présentera des défis, connus et inconnus, et est prête à les affronter. L'ATAC a créé des partenariats à l'échelle nationale avec, entre autres, Destination Canada, RH Tourisme Canada, WestJet, Parcs Canada et l'Association de l'industrie touristique du Canada. Leur contribution est inestimable alors que l'ATAC travaille avec eux pour rebâtir l'industrie à travers le pays.

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



UNE INDUSTRIE TOURISTIQUE AUTOCHTONE MONDIALEMENT RECONNUE

En 2022, la relance face aux répercussions de la pandémie de COVID-19 s'est poursuivie. Le tourisme autochtone ainsi que l'industrie touristique en général ont connu une croissance soutenue. L'ATAC a poursuivi sa collaboration avec des partenaires nationaux et provinciaux en tant que porte-parole national reconnu du tourisme autochtone. Ce travail inclut l'administration du fonds pour le tourisme autochtone de 10 M\$.

Le nouveau programme d'accréditation de l'ATAC est bien amorcé. Il vise à accorder aux membres du tourisme autochtone dans l'ensemble du pays le statut d'entreprises accréditées. Ce programme positionnera le tourisme autochtone canadien comme leader mondial. De plus, l'ATAC s'emploie à appuyer davantage les entreprises touristiques autochtones accréditées en offrant un soutien en matière de développement des affaires. L'ATAC est fière d'être considérée comme un leader auprès de nombreux pays qui s'engagent également à développer leur industrie touristique autochtone.

Les dépenses touristiques au Canada ont continué d'augmenter pendant six trimestres consécutifs, et la contribution du tourisme au PIB et l'emploi en tourisme ont poursuivi leur hausse au troisième trimestre de 2022. Bien que les dépenses touristiques soient toujours

inférieures aux niveaux de 2019, le transport aérien de passagers a augmenté de 5,8 %, de même que les services d'hébergement (2,9 %) et de restauration (2,4 %) au troisième trimestre. Selon Statistique Canada, dans l'ensemble, la contribution du tourisme au PIB a atteint 81 % de son niveau pré-pandémique au cours des trois premiers trimestres de 2022.ⁱ



LA RECHERCHE CONTRIBUE À AMÉLIORER NOS CONNAISSANCES SUR NOS VISITEURS

Selon une étude de marché menée auprès des Canadiens

- ➔ **86 %** ont une opinion favorable des peuples autochtones dans leur province et dans le reste du Canada;
- ➔ **88 %** démontrent un intérêt à pratiquer au moins une activité touristique et culturelle autochtone.

Les répondants souhaitent en savoir plus sur les peuples autochtones

- ➔ **75 %** sont plus intéressés par l'histoire des peuples autochtones;
- ➔ **74 %** sont plus intéressés par leurs traditions et leur patrimoine.

Trois principaux freins à la pratique d'une activité autochtone

- ➔ **30 %** manquent de connaissance à propos des opportunités touristiques autochtones;
- ➔ **25 %** disent que les expériences autochtones sont trop éloignées;
- ➔ **25 %** manquent de temps pour y participer.

i. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/230106/dq230106b-eng.htm>

ii. <https://www.unwto.org/news/tourism-recovery-accelerates-to-reach-65-of-pre-pandemic-levels#:~:text=International%20tourism%20is%20on%20track,the%20same%20period%20in%202021>

iii. <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1410036601>

iv. <https://www.eiu.com/n/campaigns/tourism-in-2023/>

Étude Léger sur la perception des consommateurs

Les visiteurs internationaux ont contribué à une augmentation de 85 % du nombre de visiteurs au cours des trois premiers trimestres de 2022, suggérant que les gens se sentent de plus en plus à l'aise pour voyager, y compris à l'étranger. Dans l'ensemble, le tourisme international est en passe d'atteindre 65 % de ses niveaux prépandémiques d'ici la fin de 2022. À l'échelle mondiale, environ 700 millions de touristes ont voyagé à l'étranger entre janvier et septembre, soit plus du double (+133 %) du nombre enregistré pour la même période en 2021.

Malgré les défis croissants, il est prévu que les revenus d'exportation du tourisme atteindront entre 1,2 et 1,3 T\$ US en 2022, ce qui représente une augmentation de 60 % à 70 % par rapport à 2021, ou entre 70 % et 80 % des 1,8 billion T\$ US enregistrés en 2019. ⁱⁱ

L'emploi dans le secteur touristique au Canada a augmenté de 95 800 entre le T3 2021 et le T3 2022, tandis que l'emploi autochtone dans les services d'hébergement et de restauration a connu une augmentation de près de 7000 à travers le pays. ⁱⁱⁱ

Selon l'Economist Intelligence Unit, le tourisme mondial devrait augmenter de 30 % en 2023. Toutefois, le ralentissement économique, l'attaque de la Russie contre l'Ukraine et la stratégie « zéro Covid » de la Chine retarderont le retour complet aux niveaux prépandémiques. ^{iv}

Selon une étude du Conference Board du Canada, sans nouveau financement, le tourisme autochtone connaîtrait une croissance annuelle de 6,0 % entre 2023 et 2030, ce qui porterait l'empreinte économique

directe à 2,9 G\$ en PIB nominal d'ici 2030. Le scénario de base estime que l'emploi total dans le tourisme autochtone passerait de plus de 33 600 en 2022 à 43 400 d'ici 2030, soit environ 18 % de plus que la main-d'œuvre prépandémique. Toutefois, selon l'ATAC, des investissements en capital provenant du Fonds de projets majeurs de 1,5 G\$, ainsi que des investissements stratégiques supplémentaires de 250 M\$ par le biais du Fonds de développement des destinations, pourraient considérablement soutenir le secteur et générer jusqu'à 1,5 G\$ de PIB supplémentaire pour l'économie canadienne. En plus de la croissance directe du PIB, le nouveau financement permettrait également la création de 18 885 nouveaux emplois annuels.

L'ATAC continue de mettre l'accent sur la stabilité et la relance de l'économie touristique autochtone en 2023 et au-delà. Notre stratégie « Mieux reconstruire » combinée à l'accréditation l'Original Original, poursuivra son objectif de promouvoir des expériences touristiques autochtones authentiques, durables et riches en culture. Nous disposons d'une base solide et de partenaires provinciaux forts pour continuer à mettre en avant le Canada en tant que destination touristique autochtone de premier choix, tout en renforçant et en élargissant notre base de membres à travers le pays. Une industrie touristique autochtone forte et résiliente offre des possibilités de réconciliation en sensibilisant les Canadiens, les gouvernements provinciaux, territoriaux et fédéraux, ainsi que l'industrie touristique nationale et internationale aux nombreux avantages d'une industrie touristique autochtone prospère.

Leger

PRIORITÉS DE L'ATAC POUR 2023-24

Alors que l'industrie touristique autochtone au Canada continue de se remettre des impacts de la pandémie, l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) a établi des priorités clés visant à soutenir la relance et la croissance du tourisme autochtone. Consciente que cette tâche présentera des défis connus et inconnus, l'ATAC est prête à utiliser des stratégies éprouvées pour garantir des ressources financières futures.

LES TROIS GRANDES PRIORITÉS DU PLAN D'ACTION 2023-24 DE L'ATAC

- » **Inspirer les entreprises membres de l'ATAC** à travers le pays à reconstruire ou à recentrer leur offre touristique grâce à un soutien ciblé aux entreprises, à l'éducation et à la formation;
- » **Tirer parti des opportunités de partenariat et des investissements** avec les organisations touristiques autochtones provinciales et territoriales afin de les aider à retenir leurs membres et leur infrastructure;
- » **Renforcer la position de l'ATAC en tant que leader national et défenseure des intérêts** des opérateurs touristiques autochtones et stabiliser le financement par l'intermédiaire du gouvernement fédéral, des partenaires et des membres.





PHOTO : ARCTIC BAY ADVENTURES, NU

2023-24 : DÉVELOPPEMENT DU TOURISME AUTOCHTONE AU CANADA

Alors que l'ATAC continue de gérer les effets de la pandémie, elle met l'accent sur le développement de l'industrie touristique autochtone au Canada afin d'atteindre les niveaux de 2019 d'ici 2025. L'ATAC veillera à ce que ses membres aient les formations et les ressources dont ils ont besoin pour reconstruire et consolider leurs entreprises, produits et programmes en tant que destinations touristiques de premier plan. Elle continuera de travailler avec Destination Canada, Parcs Canada et ses partenaires provinciaux et territoriaux sur le lancement de campagnes de marketing nationales et internationales. Collectivement, cette collaboration soutient la relance durable du secteur et préparera les membres de l'ATAC à promouvoir de nouveau leurs offres sur les marchés internationaux.

Objectif : Collaborer avec les membres pour développer l'industrie touristique autochtone au Canada en mettant l'accent sur les voyages intérieurs et internationaux tout en continuant à renforcer les capacités des membres de l'ATAC et à leur fournir du soutien ciblé au besoin.

LIVRABLES

Leadership : Accroître une opinion positive envers le tourisme autochtone, la représentation et la transparence afin d'instaurer la confiance chez les bailleurs de fonds et de renforcer le soutien à l'ATAC, à ses membres, et ses partenaires autochtones provinciaux et territoriaux.

Partenariat : Unifier l'industrie touristique autochtone au Canada en rassemblant les membres et en alignant et renforçant les relations avec les provinces et les territoires. Créer des partenariats à l'échelle nationale pour soutenir le tourisme autochtone.

Développement : Travailler en partenariat avec les associations touristiques autochtones provinciales et territoriales afin d'encourager le développement des membres et d'accroître les investissements dans le tourisme autochtone. Poursuivre le développement des réseaux touristiques autochtones provinciaux et territoriaux.

Marketing : Promouvoir les entreprises touristiques autochtones et leur apport positif aux communautés et à la culture. Mener des actions marketing ciblées, des initiatives de recherche et de ventes et des activités médiatiques. Mobiliser des ressources marketing auprès des organisations provinciales et territoriales afin de maximiser les investissements et de faire connaître l'ATAC en tant que marque nationale et internationale.



PHOTO : FRONTIER LODGE, TN-O

ACTIVITÉS DE LEADERSHIP

Plaider en faveur de l'industrie touristique autochtone au niveau fédéral pour garantir un accès continu, facile et équitable au soutien fédéral pour les projets opérationnels et d'infrastructure.

- » Distribuer 10 M\$ de financement national pour le tourisme en partenariat avec les partenaires provinciaux et territoriaux;
- » Collaborer avec le gouvernement fédéral du Canada pour distribuer 10 M\$ du Fonds pour le tourisme autochtone pour de « grands projets »;
- » Obtenir un financement de SAC et d'ISDE pour maintenir l'association nationale et les associations provinciales et territoriales.

Augmenter la participation et la représentation au sein des organisations touristiques nationales.

- » Association de l'industrie touristique du Canada;
- » Destination Canada;
- » Coalition des entreprises les plus touchées.

Organiser des réunions du conseil d'administration de l'ATAC partout au Canada

- » Organiser quatre réunions
 - 29 mai 2023 - Québec;
 - 19 septembre 2023 - Halifax;
 - 13 décembre 2023 - Saskatoon;
 - 7 février 2024 - À déterminer.

Organiser des assemblées locales du tourisme pour tous les membres

- » Organiser quatre assemblées
 - Ouest;
 - Nord;
 - Est;
 - Atlantique.

Tenir l'assemblée générale annuelle (AGA)

- » Tenir l'AGA à Dakota Dunes, en Saskatchewan, le 15 décembre 2023.

ACTIVITÉS DE PARTENARIAT

Renforcer et élargir les partenariats fédéraux, provinciaux, territoriaux et sectoriels pour soutenir la relance en cours de l'industrie touristique autochtone.

- » Travailler avec les associations provinciales et territoriales et offrir un soutien financier de 1,5 M\$ pour l'accréditation et le programme l'Original Original (ITBC, ITA, ITM, IDSK, TAQ, NOLITA, NSITE'N, ITAPEI, ITANB, YFNCT et toutes les provinces et tous les territoires sans association.)

Tenir le Congrès international du tourisme autochtone (CITA) en présentiel en 2024.

- » Tenir le CITA 2024 - Lieu à déterminer;
- » Inscription de 1000 délégués pour participer au congrès;
- » Recueillir 25 % du coût total du CITA grâce à des commandites.

Augmenter le nombre de membres de l'ATAC de partout au Canada.

- » Augmenter le nombre de membres de 5 % en 2023-24.

Améliorer la coordination et le suivi des données de l'ATAC.

- » Mettre en place un système de gestion des relations-clients pour faire un suivi et produire des rapports avec des données sur le PIB, l'emploi, les détails d'adhésion des entreprises touristiques autochtones.

Mener des études sur l'offre ou la demande, selon les besoins, afin de soutenir la croissance du tourisme autochtone.

- » Réaliser un rapport d'étude avec le CBdC.

Élaborer et mettre en œuvre une stratégie organisationnelle de communication.

- » Produire 52 infolettres électroniques à transmettre aux membres, à l'industrie et aux partenaires pour les informer des réalisations de l'ATAC par rapport au plan annuel.

ACTIVITÉS DE DÉVELOPPEMENT

Mettre en œuvre le programme d'accréditation de l'ATAC et aligner les soutiens aux entreprises pour améliorer les produits et les services.

- » Soutenir 300 entreprises touristiques autochtones à travers le processus du programme d'accréditation;
- » Fournir du soutien pour aider les entreprises dans leur préparation à la commercialisation et à l'exportation.

Mobiliser et collaborer avec les associations touristiques autochtones provinciales/territoriales.

- » Fournir 1,5 M\$ pour les coûts opérationnels et des projet(s) des associations provinciales et territoriales;
- » Organiser 4 réunions provinciales et territoriales (2 en mode virtuel et 2 en présentiel);
- » Assister à 1 événement de sensibilisation en partenariat avec chaque association provincial/territoriale établie;
- » Organiser 2 ateliers sur le programme d'accréditation l'Original Original.

Traiter des demandes provenant d'entreprises du Nord par le biais du programme d'accréditation.

- » 100 entreprises évaluées dans le cadre du programme d'accréditation.

Développer un répertoire en ligne d'outils et de formations pour soutenir la réouverture des entreprises.

- » Développer un outil qui sera mis en œuvre en 2024.

Lancer un laboratoire d'innovation en tourisme autochtone pour assurer la pérennité des entreprises membres de l'ATAC.

- » Participation de 5 membres de l'Association culinaire autochtone du Canada (ACAC) au laboratoire pour obtenir du soutien financier pour le développement et le marketing d'expériences culinaires autochtones.

Collaborer avec Parcs Canada pour élaborer et mettre en œuvre un programme d'étiquetage visant à soutenir l'authenticité des artisans par le biais d'achats responsables et de la sensibilisation des consommateurs.

- » Élaborer des lignes directrices pour les espaces de vente au détail grâce à un financement de 25 000 \$ de Parcs Canada.

Organiser des ateliers communautaires sur la marque et les expériences.

- » Organiser des ateliers dans deux endroits.

ACTIVITÉS DE MARKETING

Mettre en place une campagne de marketing promotionnel stratégique ciblant les consommateurs dans des marchés géographiques clés au Canada et aux États-Unis pour trois périodes : printemps/été, automne et hiver.

- » Augmentez les impressions, la portée et les prospects de 5 %.

Créer des points d'intérêt et des expériences dans les canaux de marketing et de vente pour les marchés clés.

- » Promouvoir 5 itinéraires régionaux/thématiques;
- » Établir les résultats de référence pour les impressions, la portée, l'engagement, les clics/prospects et les conversions.

Établir des relations tout au long de l'année avec les principaux comptes du réseau de distribution et participer à des événements commerciaux clés et à des missions de vente au Canada et sur les marchés internationaux.

- » Travailler avec 3 marchés clés (États-Unis, Europe, Canada).

Utiliser les données de première partie pour développer des expériences touristiques sous forme de forfaits commercialisables disponibles sur les sites web ou pour le réseau de distribution (forfaits et expériences).

- » Augmenter de 10 % le nombre d'expériences touristiques autochtones représentées;
- » Augmenter les ventes de 30 %.

Créer de nouveaux contenus (photos, vidéos, articles, magazines) basés sur les intérêts des consommateurs et les données tirées des campagnes.

- » Augmenter de 5 % les impressions et l'engagement sur nos réseaux sociaux grand public.

Assurer une communication et une interaction continue avec les médias clés tout au long de l'année.

- » Augmenter de 5 % le nombre et la qualité des articles de presse publiés sur les marchés nationaux et internationaux.

Optimiser l'expérience utilisateur sur DestinationAutochtone.ca et les sites web et médias sociaux associés.

- » Simplifier le parcours client pour encourager les consommateurs à acheter les forfaits et les expériences des membres;
- » Améliorer la recherche, la navigation, la présentation de contenu et la rapidité;
- » Créer du contenu en partenariat avec Parcs Canada;
- » Mises à jour du site Web grand public et itinéraires alignés sur les thèmes pour les canaux de marketing, de médias et de vente;
- » Fournir des actifs marketing à l'usage de l'ATAC et des membres du Nord pour les marchés locaux/nationaux/internationaux ciblés.

ORGANIGRAMME



PHOTO : WABANAKI MAPLE, N.B

INVESTISSEMENTS REQUIS

REVENUS

Sources de revenus

Services aux Autochtones Canada	2 400 000
ISDE – Projet de fonds d'aide au tourisme	0
ISDE – Fonds pour le tourisme autochtone	10 000 000
Destination Canada	2 200 000
Parcs Canada	125 000
RH Tourisme Canada	0
Centre des Compétences futures	474 441
Adhésion à l'ATAC	0
Commandites	500 000
Inscriptions, salons et marchés touristiques	1 000 000
Autres	250 000
Total Revenus	16 949 441

DÉPENSES

Sources de dépenses

Total Administration	2 713 605
Total Leadership	516 052
Total Partenariat	2 574 183
Total Marketing	2 956 521
Total Développement	8 082 923
Total Dépenses	16 843 283



PHOTO : UPPER HUMBER SETTLEMENT, T-N-L



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

IndigenousTourism.ca DestinationIndigenous.ca

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