



ABORIGINAL
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

RAPPORT DE MI-EXERCICE

1^{ER} AVRIL - 30 SEPTEMBRE 2017

**Progrès concernant les
principaux indicateurs de
rendement du plan d'action
2017-2018**

TABLE DES MATIÈRES

Message du PDG de l'ATAC	3
Développement	4
Marketing	7
Partenariat	12
Leadership	18
Budget	24

MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ATAC

L'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) continue de renforcer ses capacités internes en tant qu'organisme fédéral sans but lucratif tout en répondant aux besoins croissants de l'industrie touristique autochtone au Canada. La demande pour le tourisme, que ce soit sur le plan local ou international, est à la hausse et le soutien des communautés est de plus en plus présent. Ce sont ces aspects là et l'engagement des chefs de file de l'industrie touristique autochtone qui nous ont permis de réaliser d'importants progrès. L'ATAC s'est engagée à assurer une bonne gouvernance de l'entreprise et à faire preuve de transparence et de responsabilité. Ainsi, l'association a le plaisir de présenter son rapport de mi-exercice 2017-2018 à l'intention de ses membres, partenaires et du public en général.

Ce rapport fait état des progrès actuels de l'ATAC en ce qui concerne notre plan quinquennal "*La voie de l'avenir 2016-2021*". Les progrès accomplis jusqu'à présent pour la deuxième année y sont présentés. Le conseil de l'ATAC a approuvé le plan de travail annuel en avril pour l'exercice financier allant du 1^{er} avril 2017 au 31 mars 2018. Cela incluait un plan financier solide, la définition des principaux indicateurs de rendement et un organigramme mis à jour. Les principaux indicateurs de rendement de l'ATAC mettent l'accent sur les quatre principaux piliers de notre plan quinquennal: leadership, partenariat, développement et marketing.

Je suis heureux d'annoncer que l'ATAC atteint et dépasse les principaux indicateurs de rendement approuvés pour 2017-2018 dans ce rapport de mi-exercice. Nous prévoyons respecter toutes les prévisions budgétaires et travaillons sur la planification de la troisième année de notre plan quinquennal.

Je tiens à remercier nos partenaires et nos membres pour leur engagement continu à œuvrer ensemble dans l'intérêt de l'industrie touristique autochtone.

Nous nous attendons à ce que la période 2017-2018 se termine en force, consolidant la croissance de l'industrie.

Merci.

M. Keith Henry

Président-directeur général
Association touristique autochtone du Canada



Keith Henry

PRESIDENT & CEO

Aboriginal Tourism Association of Canada

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

L'Association touristique autochtone du Canada

PILIER STRATÉGIQUE

DÉVELOPPEMENT

Priorités, projets et programmes clés

- Offrir un financement pour appuyer le développement de l'offre touristique afin d'augmenter le nombre d'expériences touristiques autochtones commercialisables et exportables promues par l'ATAC;
- Fournir de l'aide et un appui dans le cadre des ateliers et des programmes de renforcement des capacités en collaboration avec RH Tourisme Canada afin de permettre aux entreprises touristiques autochtones d'acquiescer et de conserver le statut "commercialisable" et "exportable";
- Organiser le 6ème Congrès international du tourisme autochtone à Calgary, en Alberta;
- Mettre en place et diriger un réseau de représentants régionaux de l'ATAC qui appuient et réalisent des projets et des programmes de l'association dans leur région.

Points forts de mi-exercice 2017-2018

- Quatre coordonnateurs en tourisme ont été recrutés pour l'Alberta, l'Atlantique, le nord et le centre afin de créer un réseau de représentants régionaux de l'ATAC qui réalisent et appuient le développement;
- Dix entreprises ont participé avec succès à un programme de formation offert en Alberta pour assurer le développement des capacités.

STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

AUGMENTER LE NOMBRE D'EXPÉRIENCES EXPORTABLES ET ENCOURAGER L'INVESTISSEMENT

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Offrir un financement pour appuyer le développement de l'offre touristique

Fournir des fonds pour le développement de l'offre touristique à au moins 30 entreprises touristiques autochtones au Canada leur permettant d'atteindre le statut "commercialisable" et "exportable":

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- L'appel à candidatures affiché sur le site Web en septembre 2017. Date limite pour soumettre la demande: vendredi le 20 octobre 2017;
- Étude sur les possibilités de co-financement du programme par les organismes de soutien nationaux, provinciaux/territoriaux afin d'accroître l'investissement et l'impact.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

OFFRIR L'ÉDUCATION ET LA FORMATION ET FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE ET DES COMPÉTENCES

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Fournir de l'aide et un appui dans le cadre des ateliers et des programmes de renforcement des capacités

Mettre en place avec succès des programmes de formation et de renforcement des capacités impliquant au moins 30 entreprises dans trois régions du Canada:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Un programme de formation sur la préparation au marché a été offert à Calgary, en Alberta. Dix entreprises ont participé à un atelier de deux jours;
- Programmes de formation prévus pour T3 et T4 au Nunavut, au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse et dans les Territoires du Nord-Ouest.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Planifier et organiser le Congrès international du tourisme autochtone (CITA) 2017

Organiser le CITA 2017 à Calgary, en Alberta, avec la collaboration de la Première Nation TsuuT'ina:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

Le CITA 2017, co-organisé par la Première Nation TsuuT'ina, aura lieu à Calgary, en Alberta, du 7 au 8 novembre.

- Lancement de l'inscription sur le site Web et soutien marketing;
- Objectifs de parrainage atteints;
- Visites culturelles confirmées;
- Travaux en cours sur l'élaboration du programme et de la liste des conférenciers.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Réseau des représentants régionaux de l'ATAC

Recruter trois coordonnateurs régionaux en tourisme qui réaliseront et appuieront le développement dans les régions:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

Quatre coordonnateurs régionaux recrutés et actifs au 30 septembre 2017:

- M^{me} Lori Beaver, Alberta (avril 2017 – décembre 2017);
- M^{me} Trina Mather-Simard, Canada atlantique (août 2017 – mars 2018);
- M. Ron Ostrom, nord du Canada (septembre 2017 – mars 2018);
- M^{me} Jessica Dumas, centre du Canada (septembre 2017 – mars 2018).



PILIER STRATÉGIQUE

MARKETING

Priorités, projets et programmes clés

- Mettre en place un programme de marketing efficace et ciblé impliquant le site Web, les médias sociaux et le réseau de distribution;
- Développer des ressources de marketing et de vente incluant des vidéos, des photos et un guide des expériences autochtones;
- Élaborer une stratégie pour les partenariats clés et les grands médias avec Destination Canada;
- Mettre l'accent sur l'investissement dans les actifs, la communication narrative et les reportages dans le cadre du partenariat avec Destination Canada;
- Créer des thématiques;
- Obtenir plus de couverture médiatique.

Points forts de mi-exercice 2017-2018

- Dans le but d'offrir un soutien marketing ciblé de qualité, l'ATAC a réussi à augmenter le nombre de ses abonnés actifs sur les médias sociaux à plus de 10 000. Certains médias sociaux ont même enregistré une hausse de 120 % des abonnés;
- Le Guide des expériences touristiques autochtones a été élaboré et publié en mai 2017 dans le cadre de Rendez-vous Canada. Les histoires inspirantes et photos de 55 entreprises touristiques autochtones y figurent.

STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

METTRE L'ACCENT SUR DES EFFORTS IMPORTANTS DE MARKETING ET DE VENTE CIBLÉS DANS LES MARCHÉS PRINCIPAUX ET ÉMERGENTS

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Mettre en place un programme de marketing efficace et ciblé incluant le site Web, les médias sociaux et le réseau de distribution

Établir des critères pour évaluer les expériences autochtones offertes par le biais du réseau de distribution dans les marchés actifs:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Évaluation et audit du marché de l'Europe germanophone: voyageurs, audit de l'offre 2017, marchés germanophones 2017;
- Destination Canada et l'ATAC ont collaboré sur une étude de recherche intitulée « États-Unis – Perceptions et recommandations » qui a été publiée en août 2017. Cette étude a été menée dans le but de savoir ce que les voyageurs américains pensent des expériences touristiques autochtones au Canada.



Augmenter le nombre d'abonnés actifs sur les médias sociaux à plus de 10 000:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Fans Facebook: 10 411 (augmentation de 124 %);
- Abonnés Twitter pour le compte client @AboriginalCAN: 1081 (augmentation de 83,2 %);
- Abonnés Twitter pour le compte corporatif @ATAC_Corporate: 429 (augmentation de 51,1 %);
- Abonnés Twitter pour les 2 comptes combinés: 1510 (augmentation de 72,8 %);
- Abonnés Instagram: 1410 (augmentation de 123,5 %).



Augmenter l'achalandage du site Web en 2017 à 35 000 visiteurs uniques:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Nombre de visiteurs uniques sur le site Web entre le 1^{er} avril et le 30 septembre 2017: 16 727. Élaboration d'une stratégie pour la création de contenu et la promotion pour le reste de l'année dans le but d'augmenter le trafic et d'améliorer le référencement par les moteurs de recherche.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Développer des ressources de marketing et de vente

Élaborer et imprimer le guide des expériences touristiques autochtones mettant en vedette plus de 50 membres de l'ATAC ayant l'avantage marketing dans le cadre du salon touristique Rendez-vous Canada (mai 2017):

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Guide publié en mai 2017;
- Raconte l'histoire inspirante de 55 entreprises touristiques autochtones sous forme narrative.



Investir dans le développement des ressources de marketing (vidéos, photos) pour les entreprises commercialisables:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Partenariat entre Destination Canada et l'ATAC pour la production d'une série de vidéos sur les voix autochtones mettant en vedette l'Alberta, l'Ontario et le Nouveau-Brunswick/la Nouvelle-Écosse. La première vidéo sera lancée en novembre 2017 au CITA;
- Stratégie pour inclure des photographes dans les tournées de familiarisation des médias et des professionnels du voyage pour documenter le trajet et créer des ressources.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

S'ALIGNER AVEC DESTINATION CANADA

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Stratégies pour les partenariats clés et les grands médias

Élaborer des stratégies en partenariat avec Destination Canada:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Investissements dans les marchés alignés avec Destination Canada (Royaume-Uni, France, Allemagne, Chine et Japon) – le réseau de distribution et les médias inclus;
- Signature d'une entente de deux ans avec Destination Canada pour appuyer la croissance et le développement à l'échelle internationale.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Mettre l'accent sur l'investissement dans les actifs, la communication narrative et les reportages

Investir dans les ressources de marketing avec Destination Canada; élaborer des histoires et des reportages sur les communautés et les entrepreneurs autochtones:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Des tournages vidéo prévus en septembre 2017 pour la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick, l'Ontario et l'Alberta (la série sur les voix autochtones);
- L'ATAC a investi dans un photographe qui fera partie des tournées de familiarisation afin d'aider à la création de contenu.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

PRÉPARER ET TRANSMETTRE DES COMMUNICATIONS MARKETING SUR LES EFFETS POSITIFS DU TOURISME AUTOCHTONE POUR LES COMMUNAUTÉS ET LA CULTURE

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Créer des thématiques

Créer au moins six idées d'articles de presse portant sur un thème pour diffusion:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Création de six fiches d'idées d'articles pour diffusion et pour utilisation dans les relations avec les médias;
- Blogue lancé en septembre 2017;
- Utilisation des idées d'articles comme nouveau contenu pour le blogue.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Obtenir plus de couverture médiatique

Avoir au moins deux reportages majeurs et une couverture médiatique d'une valeur de plus d'un million de dollars:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Diffusion totale: 3 750 072;
- Total pour les annonces: 2 106 279,45 \$;
- Soutien pour les voyages de groupe: Haida Gwaii (septembre), Inuvik (mars).



PILIER STRATÉGIQUE

PARTENARIAT

Priorités, projets et programmes clés

- Renforcer les partenariats existants et explorer de nouvelles possibilités de partenariat;
- Poursuivre les collaborations et la représentation sur les conseils et les comités;
- Renforcer la représentation des Autochtones au sein des principales associations et organisations de l'industrie touristique canadienne;
- Mettre en place des coordonnateurs régionaux pour aider avec les programmes spécifiques aux régions;
- Soutenir les opportunités de réseautage et la participation régionale aux réunions de l'industrie;
- Augmenter la participation au CITA 2017;
- Augmenter l'adhésion à l'ATAC;
- Augmenter le nombre d'abonnés au courrier électronique grâce à un contenu régulier et pertinent.

Points forts de mi-exercice 2017-2018

- La priorisation des ententes de partenariats a permis à l'ATAC de bâtir quatre nouveaux partenariats cette année;
- Le nombre des membres de l'ATAC a dépassé le chiffre visé, atteignant un total de 164. Un plus grand nombre est attendu en 2018.

STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

DÉVELOPPER ET CONSOLIDER DES PARTENARIATS MUTUELLEMENT BÉNÉFIQUES À LONG TERME DANS L'INDUSTRIE

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Renforcer les partenariats avec Destination Canada, l'Association de l'industrie touristique du Canada et l'Assemblée des Premières Nations

Renforcer les partenariats avec les suivants: Destination Canada (année 2 de 3), l'Association de l'industrie touristique du Canada (année 1 de 3), l'Assemblée des Premières Nations:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Association de l'industrie touristique du Canada – Entente signée;
- Tourisme Saskatchewan – Les réunions se poursuivent, la plus récente ayant eu lieu le 26 septembre 2017. Des discussions sur une entente potentielle avec Tourisme Saskatchewan et Affaires autochtones et du Nord Canada - Saskatchewan auront lieu lors des prochaines réunions;
- Nunavut – En attente d'une réponse/proposition.



Explorer les possibilités de partenariat avec: Parcs Canada, l'Adventure Travel Trade Association, le gouvernement du Manitoba, le gouvernement de la Saskatchewan, le gouvernement du Nunavut, l'American Indian Alaska Native Tourism Association, le Canadian Council of Aboriginal Business et Futurpreneur:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Parcs Canada – Phase finale des discussions sur une entente; signature anticipée au T3;
- Voyage Manitoba – Signature d'un protocole d'entente le 26 septembre 2017;
- *American Indian Alaska Native Tourism Association* – Cérémonie de signature du protocole d'entente tenue le 7 septembre 2017;
- Tourisme Autochtone Québec – Signature d'un protocole d'entente le 30 août 2017.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

METTRE EN PLACE DES RÉSEAUX EFFICACES ET VASTES AVEC LES CHEFS DE FILE DE L'INDUSTRIE

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Poursuivre les collaborations et la représentation sur les conseils et les comités

Dans la mesure du possible et selon ce qui est approprié pour l'ATAC et son mandat, poursuivre les collaborations et la représentation sur les conseils et les comités au sein des organismes et des organisations:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

Représentation autochtone par le biais de l'ATAC au sein des suivants:

- Conseil de Destination Canada;
- Conseil de RH Tourisme Canada;
- *Tourism Industry Association of Nova Scotia*;
- *BC Ferries Working Group*;
- *Xeni Gwet'in First Nation Negotiation Team (C.-B.)*;
- Groupe de travail sur la communication de Destination Canada;
- Divers comités consultatifs de Destination Canada.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Renforcer la représentation des Autochtones au sein des principales associations et organisations de l'industrie touristique canadienne

Représentation autochtone au sein du conseil d'administration de Destination Canada et de l'Association de l'industrie touristique du Canada:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- M. Dave Laveau, membre du conseil d'administration de l'ATAC, siège sur le conseil de Destination Canada;
- Les discussions avec l'Association de l'industrie touristique du Canada sont en cours.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

**METTRE EN PLACE DES RÉSEAUX EFFICACES ET VASTES
AVEC LES CHEFS DE FILE DE L'INDUSTRIE**

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Mettre en place des coordonnateurs pour aider avec les programmes spécifiques aux régions

Recruter trois coordonnateurs régionaux en tourisme:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

Quatre coordonnateurs régionaux recrutés:

- M^{me} Lori Beaver, Alberta (avril 2017 – décembre 2017);
- M^{me} Trina Mather-Simard, Canada atlantique (août 2017 – mars 2018);
- M. Ron Ostrom, nord du Canada (septembre 2017 – mars 2018);
- M^{me} Jessica Dumas, centre du Canada (septembre 2017 – mars 2018).



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Soutenir les opportunités de réseautage et la participation régionale aux réunions de l'industrie

Organiser 10 occasions de réseautage au sein de l'industrie:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

Organisation d'occasions de réseautage au sein de l'industrie:

- Rendez-vous Canada – souper;
- Activité de formation en Alberta;
- Forums en Alberta;
- GoMedia – cérémonie d'ouverture;
- *Showcase Canada Asia* – événement de réseautage.

Événements de réseautage planifiés pour T3 dans le cadre du Congrès international du tourisme autochtone:

- Réception VIP;
- Sommet des partenaires;
- Quatre visites culturelles;
- Gala des prix.



Créer au moins 15 occasions pour permettre aux membres du conseil d'administration de l'ATAC de participer à des réunions provinciales/territoriales:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

Les membres du conseil d'administration présents (ou invités) à plus de 20 réunions au niveau provincial/territorial:

- Territoires du Nord-Ouest (2);
- Alberta (4);
- Saskatchewan (3);
- Manitoba (3);
- Nouveau-Brunswick (2);
- Nouvelle-Écosse (2);
- Colombie-Britannique (2);
- Yukon (1);
- Nunavut (2).



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

FAVORISER LA COLLABORATION ENTRE LES MEMBRES DE L'ATAC

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Augmenter la participation au Congrès International du Tourisme Autochtone 2017

Objectif - 400 délégués au CITA 2017 (novembre) à Calgary, en Alberta:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

Élaboration d'un vaste plan marketing en collaboration avec:

- Destination Canada;
- les organisations touristiques et organisations de marketing de destinations provinciales/territoriales;
- les organisations non-gouvernementales autochtones.

Au 30 septembre 2017, 300 participants confirmés; plus de 400 participants attendus d'ici l'ouverture de l'événement:

- Toutes les tables pour la foire commerciale ont été réservées;
- Six autres partenaires financiers confirmés dépassant les objectifs de revenus;
- Soutien de 160 000 \$ d'Affaires autochtones et du Nord Canada pour 100 délégués autochtones de l'Alberta.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Augmenter l'adhésion à l'ATAC

Augmenter le nombre des membres de l'ATAC d'ici la fin de T4 comme suit:

total = 140, membres votants = 90, membres au niveau supérieur = 65:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Adhésion 2017 au 30 septembre:
 - Total = 164 (plus de 100 %);
 - Membres votants = 92 (plus de 100 %);
 - Membres au niveau supérieur = 65 (100 %).
- La campagne d'adhésion pour 2018 n'a pas encore été lancée; les rappels de renouvellement se feront au T3 et T4;
- Le forfait (incluant inscription et adhésion) offert dans le cadre du Congrès international du tourisme autochtone stimulera l'adhésion pour 2018.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Augmenter le nombre d'abonnés au bulletin électronique grâce à un contenu régulier et pertinent

Produire 52 bulletins électroniques sur les activités de l'ATAC:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- 53 bulletins électroniques ont été publiés incluant 45 nouvelles sur l'association et 8 sur le Congrès international du tourisme autochtone;



Publier 15 communiqués sur le site Web et les médias sociaux:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Nouvelles sur le site et les médias sociaux = 32.



PILIER STRATÉGIQUE

LEADERSHIP

Priorités, projets et programmes clés

- Développer/établir des associations touristiques autochtones en partenariat avec les provinces et les territoires
 - Appuyer l'avancement des associations autochtones existantes en Colombie-Britannique, au Québec, au Yukon et en Ontario;
 - Contribuer à établir une association autochtone dans les autres provinces et territoires.
- La participation active de la direction de l'ATAC au sein des communautés et de l'industrie touristique pour trouver et encourager les champions du tourisme autochtone;
- Assurer un processus financier efficace pour l'ATAC incluant la production de rapports financiers, l'évaluation des risques, les audits, les contrôles et procédures financiers;
- Explorer les possibilités de génération de revenus pour une viabilité financière à long terme;
- Explorer les protocoles de l'industrie et les options législatives pour renforcer l'engagement pour l'authenticité;
- Explorer les relations au niveau du leadership dans l'industrie touristique sur le plan national.

Points forts de mi-exercice 2017-2018

- Huit forums ont été tenus à travers l'Alberta pour appuyer le développement d'une organisation touristique autochtone régionale. Des forums sur le tourisme autochtone sont prévus au Manitoba au T3;
- Un groupe de travail sur le tourisme autochtone au Canada atlantique a été formé et se réunit régulièrement.

STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

AIDER À LA CRÉATION ET À L'ÉVOLUTION DES ORGANISATIONS TOURISTIQUES AUTOCHTONES DES PROVINCES ET TERRITOIRES

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Développer/établir des associations touristiques autochtones en partenariat avec les provinces et les territoires

Création de la structure pour une association en Alberta d'ici novembre 2017:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Huit forums ont eu lieu au T1;
- Le sondage en ligne a été effectué;
- Les champions et les priorités stratégiques ont été identifiés;
- Les lignes directrices de l'association sont en cours d'élaboration;
- Les prochaines étapes seront annoncées au Congrès international du tourisme autochtone au T3.



Premières réunions du groupe du Canada atlantique au printemps 2017:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Création du groupe de travail sur le tourisme autochtone au Canada atlantique;
- Trois réunions complétées d'ici la fin de T2;
- Le rapport sur les résultats du sondage en ligne sera finalisé au T3;
- Le cadre du plan stratégique sera finalisé d'ici le 30 novembre 2017;
- La prochaine réunion du groupe de travail aura lieu en novembre 2017.



Établir des ententes avec les gouvernements de la Saskatchewan, du Manitoba et des Territoires du Nord-Ouest:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Québec – Entente signée avec Tourisme Autochtone Québec le 30 août 2017;
- Voyage Manitoba – Protocole d'entente signé le 26 septembre 2017;
- Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick – Protocole d'entente signé le 5 octobre 2017;
- Journée de l'Alberta prévue pour le 6 novembre 2017;
- Tourisme Saskatchewan – Réunions du groupe de travail en juillet et septembre 2017; discussions au T3 avec *Tourism Saskatchewan* et Affaires autochtones et du Nord Canada-Saskatchewan en vue d'établir une entente de partenariat et de soutien;
- Nunavut – Rencontre avec le gouvernement du Nunavut pour revoir la collaboration sur les projets de développement;
- Territoires du Nord-Ouest – Proposition reçue au T2; finalisation d'un projet de formation cofinancé pour 3 régions; accord final pour le projet attendu au T3 et fin du projet prévu au T4.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

SOUTENIR LE TOURISME AUTOCHTONE AU SEIN DE LA DIRECTION DES COMMUNAUTÉS LOCALES

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

La participation active de la direction de l'ATAC au sein des communautés et de l'industrie touristique

Participation de l'ATAC à au moins 20 événements dans les communautés à travers le pays:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Participation à environ 20 événements dans les communautés, forums, rassemblements et événements de l'industrie dans les provinces suivantes: Alberta, Colombie-Britannique, Saskatchewan, Manitoba, Yukon, Québec, Nouvelle-Écosse et Nouveau-Brunswick;
- Environ 20 réunions et séances privées avec les partenaires;
- Développement d'un système de suivi et d'enregistrement pour les réunions de l'ATAC dans les marchés et les communautés auxquelles assistent les membres du personnel et/ou du conseil.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

**METTRE EN PLACE DES SYSTÈMES ET DES TECHNIQUES
POUR ASSURER LA VIABILITÉ FINANCIÈRE DE L'ATAC
SUR LE LONG TERME**

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Assurer un processus financier efficace
pour l'ATAC**Rapport financier mensuel envoyé au trésorier:**

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Relevés bancaires mensuels, images des chèques envoyés au trésorier.

**Rapports trimestriels fournis au conseil:**

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Rapports financiers trimestriels envoyés au président-directeur général pour être partagés avec le conseil;
- Rapport financier de mi-exercice achevé;
- Budget et flux de trésorerie mensuel (depuis le début de l'exercice) envoyé au trésorier.

**Finaliser les politiques organisationnelles et les structures procédurales:**

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Les politiques financières et d'approvisionnement ont été revues par le comité des finances et peaufinées.

**Explorer les opportunités de génération de revenus à travers le réseau de distribution:**

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Les travaux concernant ce principal indicateur de rendement sont toujours en cours. Une mise à jour est prévue pour novembre 2017.



PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Explorer les possibilités de génération de revenus pour une viabilité financière à long terme

Étudier, en collaboration avec le département de marketing, les opportunités potentielles liées à un agent de tourisme réceptif de l'ATAC et/ou à un concept de services de voyage:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Analyse des options et des possibilités de partenariat pour faciliter la vente directe des offres touristiques des membres de l'ATAC;
- Analyse du modèle de Destination Canada qui consiste à tirer parti du réseau de distribution existant des partenaires pour favoriser les ventes.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

FORMULER DES MESSAGES CLÉS DE REPRÉSENTATION ET DÉVELOPPER LES RÉSEAUX DE TRANSMISSION POUR UN IMPACT OPTIMAL

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Explorer les options législatives afin de renforcer l'engagement pour l'authenticité

Examiner les besoins et les opportunités pour une loi sur l'authenticité relative aux protocoles sur les arts autochtones authentiques:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Évaluation des organisations partenaires potentielles qui pourraient aider à faire avancer ce projet.



STRATÉGIE DU PLAN QUINQUENNAL

REPRÉSENTATION DE L'ATAC AVEC UN MANDAT NATIONAL

PRINCIPAL INDICATEUR DE RENDEMENT

Explorer les relations au niveau du leadership dans l'industrie touristique sur le plan national

Établir de nouveaux protocoles de l'industrie touristique avec l'Assemblée des Premières Nations. Renforcer et élargir les relations avec les chefs de file de l'industrie notamment Destination Canada, l'Association de l'industrie touristique du Canada, Parcs Canada, Affaires autochtones et du Nord Canada, RH Tourisme Canada:

Progrès réalisés à ce jour pour 2017-18

- Assemblée des Premières Nations: Discussions sur un partenariat potentiel en matière d'exportation/de commerce et de soutien législatif;
- Destination Canada et Affaires autochtones et du Nord Canada: Les discussions se poursuivent pour élargir le partenariat de marketing avec Destination Canada grâce à un financement additionnel d'Affaires autochtones et du Nord Canada;
- Association de l'industrie touristique du Canada: Entente signée, collaboration sur plusieurs événements incluant Rendez-vous Canada et GoMedia;
- Parcs Canada: Finalisation d'une entente sur le marketing, le développement de l'offre touristique et le parrainage du Congrès international du tourisme autochtone;
- RH Tourisme Canada: Participation au sein du conseil, demande de nouveaux fonds pour un programme de formation national.



2017-2018

BUDGET

L'ATAC continue à respecter les délais, le budget, les engagements pour les projets ainsi que les conditions de financement. Les prévisions budgétaires restent conformes au plan d'action 2017/18. Les politiques de l'ATAC en matière de finances et d'approvisionnement ont été peaufinées et mises en œuvre et des contrôles financiers solides sont en place.

Les revenus continuent d'entrer comme prévu, grâce aux partenaires financiers de l'ATAC: Affaires autochtones et du Nord Canada, Destination Canada, Agence de promotion économique du Canada atlantique, Parcs Canada, un nombre de gouvernements provinciaux, les organisations de marketing de destinations et les organismes de marketing provincial.

BILAN AU 30 SEPTEMBRE 2017**ACTIFS - Actifs à court terme**

Compte de chèques (BMO)	195 605	
Trésorerie		195 605
Comptes débiteurs	94 039	
Total des créances		94 039
Dépenses prépayées		28 871
TOTAL		318 516

PASSIFS - Passifs à court terme

Créditeurs à payer		49 192
Cartes de crédit à payer		(30 164)
Fonds non acquis – Destination Canada		82 153
Fonds non acquis – C.-B.		5 014
Fonds non acquis – AB		44 532
Revenus/dépôts reportés		403
TPS/TVH facturée sur les ventes	8 624	
TPS/TVH payée sur les achats	(39 789)	
TPS/TVH due (remboursement)		(31 165)
TOTAL		119 965

CAPITAL - Fonds propres

Bénéfices non répartis – Année précédente		20 951
Revenus actuels		177 600
TOTAL		198 551

PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES**318 516**

ÉTAT DES RÉSULTATS DU 1^{ER} AVRIL AU 30 SEPTEMBRE 2017**REVENUS**

Financement – Destination Canada		10 000
Financement – IPS AANC	299 988	
Financement – AEBO AANC	999 960	
Financement – CITA AANC	35 000	
Financement – AANC		1 334 948
Financement – Province de la Colombie-Britannique		46 922
Financement – Province de l'Alberta		55 468
Financement – Voyage Manitoba		25 000
Adhésion à l'ATAC		4 662
CITA – Inscription et foire commerciale		46 050
CITA – Parrainage		22 500
Contribution au partage des coûts – RVC		70 935
Revenus divers		10 283
TOTAL		1 626 767

DÉPENSES - Générales et administratives

Administration		234 702
Frais de bureau		34 995
Dépenses du conseil		14 672
Frais de déplacement		207 786
Traduction vers le français – corporatif		3 887
Frais bancaires		3 058
Honoraires – services juridiques		28 051
Cotisations d'adhésion		35 527
Investissements – soutien régional		76 845
TOTAL		639 522

DÉPENSES - Marketing et ventes

Directrice Marketing		57 500
Support numérique/en ligne		47 955
Conception et production		4 772
Développement de contenu		62 563
Relations avec les médias et relations publiques		23 902
Publicité		19 681
Participation à des salons professionnels/congrès		222 850
Parrainage d'événements		26 323
Hébergement Web et support informatique		5 287
Projets numériques A/V		3 451
Tournée de familiarisation – professionnels du voyage		9 988
Traduction vers le français – Marketing		3 708
Programme de partenariat – Destination Canada		10 000
TOTAL		497 981

DÉPENSES - Développement de l'offre touristique

Administration		69 500
Programmes de formation et de renforcement des capacités		55 750
Projets de soutien au développement		15 750
Projets – Province de la Colombie-Britannique		46 922
Projets – Province de l'Alberta		55 468
Projets – Région de l'Atlantique (APECA)		35 260
Dépenses pour le CITA		21 823
Coordonnateurs régionaux		11 190
TOTAL		311 663

TOTAL DES DÉPENSES 1 449 167

PROFIT NET 177 600

BUDGET PRÉVU VS APPROUVÉ

REVENUS	Budget prévu*	Budget approuvé
Financement - engagement du gouvernement fédéral	1 999 960	2 000 000
AANC - IPS	599 988	600 000
Destination Canada	160 000	150 000 [†]
RVC – partage des coûts (inscription)	70 935	40 000
Showcase Canada Asia – inscriptions	0	16 000
Adhésion à l'ATAC	13 662	18 000
Parcs Canada	50 000	50 000
CITA – Inscription et foire commerciale	116 050	90 000
CITA – Parrainage	152 500	130 000
CITA – AANC	160 000	100 000
Gouvernement de l'Alberta	75 000	100 000
Gouvernement de la Colombie-Britannique	97 000	73 000
Gouvernement de la Saskatchewan	0	100 000
APECA – Projet touristique régional	70 000	70 000
Voyage Manitoba	50 000	0
AANC Manitoba	32 019	0
Autres revenus	15 283	15 000
TOTAL	3 662 397	3 552 000

DÉPENSES - Générales et administratives

Administration	392 702	316 000
Frais de bureau	55 000	55 000
Dépenses du conseil	32 170	35 000
Frais de déplacement	261 570	165 000
Traduction vers le français	11 387	15 000
Frais bancaires	3 355	600
Honoraires – services juridiques	48 053	40 000
Cotisations d'adhésion	63 029	55 000
Investissements – soutien régional	499 347	845 000
Assurance	2 000	2 000
Frais – soutien aux membres	2 500	5 000
TPS net sur les paiements	3 998	8 000
Audit	5 000	5 000
Plaidoyer – Loi pour l'authenticité	12 502	25 000
Dépenses pour l'AGA	5 000	7 000
TOTAL	1 397 612	1 578 600

[†] Incluant les revenus reportés

* Budget actuel prévu:
(Actuel au 30 sept. 2017) +
(Budget d'oct. 2017 à mars 2018) +
(Revenus supplémentaires/Financement pour
l'exercice financier 17/18)

DÉPENSES - Marketing et ventes	Budget prévu*	Budget approuvé
Administration marketing	173 004	231 000
Support numérique/en ligne	51 282	40 000
Conception et production	18 772	28 000
Développement de contenu	51 282	40 000
Relations avec les médias et relations publiques	44 902	42 000
Publicité	52 681	66 000
Participation à des salons professionnels/congrès	238 650	190 800
Parrainage d'événements	26 323	10 000
Hébergement Web et support informatique	17 287	24 000
Projets numériques A/V	3 451	0
Tournée de familiarisation – professionnels du voyage	19 988	15 000
Missions de vente	4 000	10 000
Recherche sur les visiteurs	15 000	35 000
Tournée médiatique	10 000	15 000
Audits des marchés et rapports (DE, FR, GB, CH)	10 000	10 000
Traduction vers le français	11 708	15 000
Partenariat – Destination Canada	30 002	40 000
TOTAL	778 332	811 800

DÉPENSES - Développement de l'offre touristique

Administration	142 000	205 000
Programmes de formation et de renforcement des capacités	95 748	80 000
Projets de soutien au développement	95 752	160 000
Projets – Province de la Colombie-Britannique	45 000	45 000
Projets – Province de l'Alberta	75 000	75 000
Dépenses pour le CITA	357 333	330 000
Coordination du tourisme autochtone régional	86 190	150 000
Projets – Province de la Saskatchewan	37 500	75 000
Projets – Région de l'Atlantique (APECA)	60 260	50 000
TOTAL	994 783	1 170 000

TOTAL DES DÉPENSES	3 170 728	3 560 400
GAIN NET/ (PERTE NETTE)	491 669	(8 400)

ABORIGINAL
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

AutochtoneCanada.ca

1-604-639-4408 | Info@IndigenousTourism.ca | 300-3665 Kingsway, Vancouver, BC, V5R 5W2