

Mardi, 2 juin, 2015

Pour diffusion immédiate

**Sensibilisation mondiale de l'industrie nationale du tourisme autochtone a
considérablement augmenté au Rendez Vous Canada 2015**

Territoire Six Nations (Chutes du Niagara, Ont.) - L'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) dirigea une campagne nationale de marketing pour accroître la sensibilisation de l'industrie touristique culturelle autochtone du Canada par les acheteurs nationaux et internationaux, au cours du plus grand salon international du tourisme du Canada, Rendez Vous Canada (RVC), tenue à Niagara Falls, en Ontario, la semaine dernière.

RVC rassemble plus de 450 opérateurs touristiques nationaux et internationaux et les agences de voyage, classés comme acheteurs, provenant d'environ trente-deux (32) pays avec les vendeurs de produits touristiques du Canada. L'industrie du tourisme autochtone est juste l'une des nombreuses organisations de vente.

Les travaux de marketing stratégique de l'ATAC ont payé pendant le RVC en soulevant l'enthousiasme pour les expériences touristiques culturelles autochtones du Canada ainsi qu'en démontrant la sophistication de l'industrie et sa capacité de travailler avec les agents de voyages et voyagistes à travers le monde.

"RVC fut un grand succès. L'enthousiasme a apporté plus d'attention à nos expériences autochtones et effectua une augmentation marquée dans les rendez-vous des acheteurs dans plusieurs marchés ", dit Keith Henry, président de l'ATAC. « Dix-sept opérateurs et organisations autochtones de marketing ont fréquenté notre étage de commerce dans la salle grâce aux efforts de l'ATAC, douze n'ayant jamais participé au RVC dans le passé. Nous avons créé un kiosque d'une conception exceptionnelle. Cela a été remarqué par les délégués et fourni l'industrie du tourisme une approche nationale 'guichet unique' pour identifier le tourisme autochtone authentique au Canada. »

L'industrie du tourisme culturel autochtone a connu une croissance sans précédent à travers le Canada mis en évidence dans la récente étude commandée par l'ATAC, qui étudia la valeur économique du tourisme autochtone au Canada. Profitant de cet élan l'ATAC élaborera et mis en œuvre un plan de marketing global. Une étape que l'ATAC envisagea c'était d'établir la première mise en valeur nationale du tourisme autochtone dans le cadre du salon RVC. En outre, le plan de marketing inclus un spectacle de tourisme autochtone pendant le déjeuner sur l'un des jours du RVC. Un travail important a précédé le RVC y compris la création de la nouvelle marque nationale ATAC, l'établissement du nouveau portail Web national AboriginalCanada.ca, confirmant le protocole avec les Six Nations locales, et identifiant les expériences authentiques autochtones de partout au Canada de classe mondiale pour ainsi les mettre en valeur.

"Le spectacle de l'heure du déjeuner le 29 mai fut le point culminant pour la plupart des délégués du RVC. L'ATAC mis en vedette la culture autochtone traditionnelle et contemporaine à travers la mode, la musique, la cuisine, et des oeuvres d'art. Cela a été complimenté par la vidéo de bienvenue avec des salutations de langues autochtones de plusieurs collectivités des Premières nations partout au Canada. En outre l'ATAC a mis en valeur plusieurs des opérateurs autochtones dans un diaporama pour les délégués », dit Henry.

"Merci au ministère des Affaires autochtones et Développement du Nord Canada (AINC) et le gouvernement du Canada pour le soutien de ce travail. Je tiens également à remercier le tourisme



autochtone de l'Ontario, des Six Nations, et l'industrie du tourisme autochtone de partout au Canada. La stratégie de marketing de l'ATAC fut exécuté avec succès et l'enthousiasme va conduire à un meilleur suivi auprès des acheteurs de tourisme nationaux et internationaux de partout dans le monde “.

Les médias de voyages également présents au RVC fut infectés par l'enthousiasme et les médias du Royaume-Uni, de l'Allemagne, la France, le Japon et les États-Unis ont interrogés des opérateurs touristiques autochtones.

L'ATAC va utiliser le succès du RVC pour continuer à mettre en œuvre des stratégies de marketing internationales supplémentaires à l'avenir car il apporte au monde entier les expériences autochtones prêtes à être mises sur le marché. Pour plus d'informations sur l'Association touristique autochtone du Canada et pour revoir le diaporama du spectacle du tourisme culturel autochtone et le vidéo de bienvenue présenté lors du RVC aller à www.AboriginalCanada.ca/corporate.

À propos de l'Association touristique autochtone du Canada:

Appelé le Cercle de marketing du tourisme autochtone pour commencer, l'Association du tourisme autochtone fut officiellement créé en 2014. Plus de 20 organisations de l'industrie du tourisme autochtones et des représentants gouvernementaux de partout au Canada sont représentés avec l'ATAC. Grâce à une voix de l'industrie touristique autochtone unifiée, l'ATAC se concentre sur la création de partenariats entre les associations, les organisations, les ministères et les leaders de l'industrie de partout au Canada pour soutenir la croissance du tourisme autochtone au Canada.

-30-

Contact pour les médias:

Brian Cant, Tartan Group: 250-592-3838, 250-888-8729 (cell) or brian@tartangroup.ca
Keith Henry, Chair, ATAC: 778-388-5013 or khenry@aboriginalbc.com

