



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA



EN AVANT ENSEMBLE

UN PLAN STRATÉGIQUE DE RELANCE POUR
L'INDUSTRIE DU TOURISM AUTOCHTONE AU CANADA

2020-24



Table des matières

Message de notre PDG	5
À propos de l'Association touristique autochtone du Canada	7
Impacts de la COVID-19 sur le tourisme autochtone au Canada	9
Nouveaux objectifs pour 2024	11
3 phases d'action : Réactivité, Relance et Résilience	13
Phase 1 - Réactivité (avril 2020 - juin 2020).....	15
Phase 2 - Relance (juillet 2020 - mars 2021).....	17
Phase 3 - Résilience (avril 2021 - mars 2024)	19
Investissement requis	21



Nous traverserons cette crise ensemble

Depuis le début de 2020, la COVID-19 a complètement transformé la scène mondiale. En quelques mois, le quotidien a changé du tout au tout. Et, même si le tourisme autochtone connaît un essor fulgurant depuis les dix dernières années, nous avons aussi été durement touchés par la pandémie mondiale. Nous sommes désormais confrontés collectivement au défi de reprendre pied, de rebâtir notre industrie et d'élaborer des stratégies de résilience face aux impacts futurs.

La fermeture des frontières internationales, l'immobilisation des avions de ligne, les limitations des voyages intérieurs et la perte de confiance chez les consommateurs ont fait des ravages. Il est temps maintenant de prendre un virage important. Grâce à notre plan stratégique de relance sur 4 ans « En avant ensemble », l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) abordera les impacts nationaux de la COVID-19 et ses répercussions directes sur l'industrie du tourisme autochtone. Ce plan, qui est un investissement stratégique de 50 millions de dollars sur 4 ans, soutiendra les mesures immédiates visant le tourisme autochtone face à la COVID-19 et appuiera la relance et la résilience continue de l'industrie.

Notre plan de relance garantira des investissements dans les associations touristiques autochtones provinciales et territoriales et nos membres par le biais de subventions de développement - à commencer par un investissement révisé d'environ 14 millions de dollars directement dans les entreprises du tourisme autochtone admissibles. L'ATAC poursuivra ses efforts pour rechercher du soutien supplémentaire car nous savons que cette situation nécessite une solution pour l'industrie du tourisme autochtone et nous sommes bien placés pour savoir ce qui conviendrait le mieux pour nos membres.

Notre objectif modeste mais réaliste est de rebâtir notre industrie pour atteindre le même niveau qu'en 2019. D'ici 2024, 40 000 Autochtones travailleront à nouveau dans notre industrie. Nous continuerons de soutenir les entreprises du tourisme autochtone partout au pays afin d'avoir 200 entreprises prêtes à la commercialisation et à l'exportation. Nous contribuerons également 1,9 milliard de dollars au produit intérieur brut (PIB) canadien.

Le conseil d'administration et l'équipe de l'ATAC sont optimistes et déterminés à soutenir nos membres et partenaires et à continuer à offrir des expériences touristiques exceptionnelles aux visiteurs au cours des années 2020-24 et au-delà.

Compte tenu de la situation actuelle, il est important de s'arrêter un moment et de se rappeler qu'en tant que peuples autochtones, nous avons fait preuve de persévérance face aux rudes épreuves que nous avons traversées par le passé. Nous sommes toujours là aujourd'hui et nous serons là encore demain. Nous surmonterons ce défi et nous avancerons ensemble.

Merci,



M. Keith Henry

Président-directeur général
Association touristique autochtone du Canada



Site Traditionnel Huron • Québec

À propos de l'Association touristique autochtone du Canada

Depuis 2014, l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) déploie des efforts pour soutenir et renforcer les expériences du tourisme autochtone partout au Canada. L'ATAC est maintenant largement reconnue comme leader mondial en matière de développement et de marketing du tourisme autochtone. Notre réputation repose non seulement sur nos succès mais aussi sur la force de nos 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.

Nous sommes fiers de soutenir le mandat de l'Organisation mondiale du tourisme des Nations unies (OMT) qui consiste à promouvoir un tourisme responsable, durable et accessible à tous, dans le but de réaliser les objectifs 2030 pour le programme de développement durable. Les efforts et la stratégie nationale de l'ATAC s'alignent bien sur les appels à l'action des Nations Unies pour contribuer de manière significative aux objectifs de développement durable (ODD). Notre engagement à améliorer le statut socio-économique des peuples autochtones, ainsi que la revitalisation culturelle et la gestion de l'environnement, est une priorité et un principe directeur dans le cadre de nos 4 piliers stratégiques. Nous avons identifié les objectifs de développement durable suivants, auxquels nous pouvons contribuer activement et directement :

- » SDG 1 : Pas de pauvreté
- » SDG 3 : Santé et bien-être
- » SDG 4 : Qualité de l'éducation
- » SDG 5 : Égalité des sexes
- » SDG 8 : Travail décent et croissance économique
- » SDG 9 : Industrie, innovation et infrastructure
- » SDG 10 : Réduction des inégalités
- » SDG 11 : Villes et communautés durables
- » SDG 12 : Consommation responsable
- » SDG 14 : La vie sous l'eau
- » SDG 15 : La vie sur terre

Au cours des six 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 milliard à près de 2 milliards de dollars. 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.

Notre plan stratégique de relance soutient la restauration durable du tourisme autochtone au Canada qui est un leader de l'industrie en matière de croissance annuelle d'emplois, de contribution au PIB et de création de nouvelles entreprises touristiques.

Leadership - Accroître une sensibilisation positive envers le tourisme autochtone, représentation et transparence afin de consolider la réputation sur le marché, instaurer la confiance chez les bailleurs de fonds et renforcer le soutien des membres.

Partenariat - Unifier l'industrie touristique autochtone au Canada en réunissant les membres et les organisations clés de l'industrie afin de renforcer les collaborations et de maximiser les résultats.

Développement - Encourager le développement de l'offre touristique et les investissements dans le tourisme autochtone afin de rester concurrentiel à l'échelle internationale.

Marketing - Promouvoir le tourisme autochtone et son apport positif sur les communautés et la culture grâce à des actions marketing ciblées et d'envergure, des initiatives de ventes, la recherche et aux médias.



Impacts de la COVID-19 sur le tourisme autochtone au Canada

Le tourisme autochtone a été l'un des plus importants employeurs et moteurs économiques des communautés autochtones au pays. Jusqu'à l'arrivée de la crise de la COVID-19 en début 2020, le tourisme autochtone :

- » employait 40 000 personnes;
- » comptait 1900 entreprises;
- » contribuait 1,9 milliard de dollars au PIB (contre 1,4 milliard de dollars en 2015).

Selon la probabilité que la saison touristique estivale 2020 sera perdue, les impacts estimés de la COVID-19 sur l'industrie du tourisme autochtone au Canada se résument comme suit :

- » 32 000 employés du tourisme autochtone perdront leurs emplois;
- » 1140 entreprises du tourisme autochtone n'ouvriront pas leurs portes en 2020;
- » 800 entreprises du tourisme autochtone pourraient ne plus jamais ouvrir leurs portes;
- » 280 millions de dollars de perte en PIB direct par mois;
- » perte potentielle de 1,4 milliard de dollars quant à la contribution du tourisme autochtone au PIB en 2020.

L'ATAC a réagi rapidement face à ces impacts. En plus de l'élaboration de notre plan stratégique de relance, nous avons révisé notre plan d'action 2020-21 pour tenir compte spécifiquement des répercussions de la COVID-19. Nous avons également offert des subventions de relance aux entreprises du tourisme autochtone pour les aider à survivre financièrement.



Wanuskewin Heritage Park • Saskatchewan

Nouveaux objectifs pour 2024

Alors que l'industrie du tourisme autochtone se remet du choc de la COVID-19, l'ATAC s'est fixée pour objectif d'aller de l'avant de manière flexible et durable. Nous comprenons que cette démarche posera des défis, connus et inconnus, et nous sommes prêts à les relever.

Les trois principales priorités de notre plan stratégique de relance sont :

Assurer la pérennité des entreprises membres de l'ATAC partout au pays.

Cet objectif sera atteint grâce à la création d'un fonds de relance pour les opérateurs du tourisme autochtone et en mettant davantage l'accent sur l'éducation et la formation.

Assurer la pérennité des associations touristiques autochtones provinciales et territoriales.

Cet objectif sera atteint en aidant les associations touristiques autochtones provinciales et territoriales à retenir leurs membres et leurs infrastructures.

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

Cet objectif sera atteint en mettant l'accent sur le leadership et en renforçant les relations avec notre industrie et nos partenaires gouvernementaux.

Objectifs pour 2024

La COVID-19 a interrompu la croissance florissante de l'industrie du tourisme autochtone. Compte tenu des réalités nouvelles et émergentes, notre objectif révisé pour 2024 est de revenir à notre niveau pré-COVID :

- » 1,9 milliard de dollars de contribution directe au PIB;
- » 1900 entreprises du tourisme autochtone;
- » 40 000 employés dans l'industrie du tourisme autochtone.



3 phases d'action :

Réactivité, Relance et Résilience

Cette situation sans précédent exige une intervention stratégique hors du commun. Notre plan est conforme aux recommandations de l'OMTNU et au plan COVID-19 de Destination Canada. Il atténue les répercussions directes de la crise, offre de l'appui pour la relance et oriente le développement à long terme et la résilience du secteur.

Notre plan stratégique de relance sera lancé en plusieurs phases :

- » Phase 1 - **Réactivité** (avril 2020 - juin 2020)
- » Phase 2 - **Relance** (juillet 2020 - mars 2021)
- » Phase 3 - **Résilience** (avril 2021 - mars 2024)

Nous sommes face à l'inconnu. Le calendrier ci-dessus n'est qu'une estimation. Nous ferons preuve de souplesse et nous nous adapterons à l'évolution de la situation. Si une deuxième ou troisième vague de la COVID-19 survient, nous réagirons et, si nécessaire, nous pourrions revenir à la phase la plus adaptée aux circonstances.

Nous comprenons qu'il ne peut y avoir d'approche unique pour nos programmes. Tout comme les répercussions de la COVID-19 diffèrent d'une région à l'autre, chaque province et territoire aura ses propres mandats, procédures, normes et exigences. De plus, les Nations autochtones ont leur propre juridiction et peuvent spécifier leurs propres exigences et restrictions en fonction des préoccupations en matière de santé et de sécurité. Notre plan stratégique de relance est flexible et peut s'adapter à cette diversité de besoins et d'exigences à travers le pays.

Les diverses expériences qu'offrent les opérateurs du tourisme autochtone couvrent une multitude de secteurs. Les lignes directrices en matière de santé et de sécurité pour ces secteurs peuvent différer. Les fournisseurs d'hébergement auront des exigences différentes de celles des détaillants, des opérateurs de services de restauration, des pourvoyeurs ou des voyageurs, etc. Notre approche progressive et notre plan adaptable en tiennent compte et nous permettront d'offrir le soutien approprié à nos entreprises membres dans chaque secteur du tourisme autochtone au Canada.



Phase 1 - Réactivité

avril 2020 - juin 2020

Notre réaction immédiate à la pandémie a été de suspendre les activités de marketing et de reporter le Congrès international du tourisme autochtone. Les ressources de l'ATAC ont été réorientées vers la survie financière de nos entreprises membres dans l'ensemble du Canada. Nous avons lancé un programme de subventions de relance pour offrir un financement non remboursable pouvant atteindre jusqu'à 25 000 \$ par membre. Nous avons également déployé nos équipes de marketing et de développement pour mettre l'accent sur la formation et les ressources pour nos membres afin de les préparer pour la phase de relance. Des webinaires et des trousseaux à outils couvrant un large éventail de sujets ont déjà été offerts et d'autres sont à venir.

Objectif : Assurer la survie du plus grand nombre d'entreprises du tourisme autochtone possible tout en soutenant les associations touristiques autochtones provinciales et territoriales et se préparant pour la relance future.

Activités de leadership

- » Obtenir du financement pour aider les membres durant les phases de réactivité et de relance;
- » Plaider en faveur de l'industrie pour s'assurer d'avoir un accès facile et équitable au soutien fédéral.

Activités de partenariat

- » Renforcer les partenariats fédéraux, provinciaux, territoriaux et sectoriels existants pour soutenir la stabilisation de l'industrie du tourisme autochtone;
- » Maintenir et élargir notre base de membres pour représenter le plus grand nombre d'entreprises du tourisme autochtone possible;
- » Augmenter le soutien financier aux associations touristiques autochtones provinciales et territoriales.

Activités de développement

- » Sauver des entreprises du tourisme autochtone grâce à des subventions de relance;
- » Offrir une série d'ateliers de formation en ligne pour renforcer les capacités de l'industrie;
- » Aider les membres à ajouter la fonctionnalité de réservation en ligne à leurs sites Web pour faciliter les ventes durant la phase de relance;
- » Créer un plan national des meilleures pratiques, qui inclut des consignes de santé et de sécurité pour chaque secteur, pour la réouverture des entreprises du tourisme autochtone;
- » Redévelopper le projet RISE, notre programme d'accréditation pour les entreprises du tourisme autochtone, pour prendre en compte les interventions face à la pandémie.

Activités de marketing

- » Mener des campagnes de marketing virtuelles et publier des communiqués d'intérêt public pour que les consommateurs gardent le tourisme autochtone à l'esprit pour la planification de leurs voyages futurs;
- » Collaborer avec les partenaires des médias et des relations publiques pour tâter le pouls de la population et tirer parti des opportunités alors que le pays sort du confinement.



Phase 2 - Relance juillet 2020 - mars 2021

À mesure que le confinement sera levé et les restrictions assouplies, nous mettrons l'accent sur le redémarrage de l'industrie du tourisme autochtone et la promotion des destinations autochtones qui sont prêtes à accueillir des visiteurs. Nous travaillerons avec Destination Canada et nos partenaires provinciaux et territoriaux pour lancer des campagnes de marketing nationales ciblant les Canadiens voyageant à l'intérieur du pays. Nous veillerons à ce que nos membres aient la formation et les ressources dont ils ont besoin pour répondre aux exigences provinciales et territoriales en matière de santé et de sécurité. Toute l'équipe de l'ATAC travaillera pour soutenir la relance alors que nous nous préparons pour la phase 3 et pour renouveler la promotion de nos membres sur les marchés internationaux.

Objectif : Redémarrer en toute sécurité l'industrie du tourisme autochtone en mettant l'accent sur les voyages intérieurs tout en continuant à renforcer les capacités de nos membres et à offrir du soutien pour la relance au besoin.

Activités de leadership

- » Obtenir du financement pour aider les membres durant les phases de relance et de résilience;
- » Plaider en faveur de l'industrie pour s'assurer d'avoir un accès continu au soutien fédéral;
- » Tenir le Congrès international du tourisme autochtone en mode virtuel.

Activités de partenariat

- » Élargir notre base de membres pour représenter le plus grand nombre d'entreprises du tourisme autochtone possible;
- » Renforcer et élargir les partenariats fédéraux, provinciaux, territoriaux et sectoriels pour soutenir la relance de l'industrie du tourisme autochtone.

Activités de développement

- » Lancement d'un laboratoire d'innovation en tourisme autochtone pour assurer la pérennité de nos entreprises membres;
- » Mettre en œuvre le projet RISE, notre programme d'accréditation pour les entreprises du tourisme autochtone;
- » Mettre en œuvre et partager les plans de réouverture et d'intervention provinciaux/territoriaux;
- » Élaborer une stratégie pour restaurer les emplois et l'intérêt des Autochtones envers l'industrie touristique;
- » Créer des trousseaux d'outils de préparation pour les provinces, territoires et communautés;
- » Créer un répertoire de ressources de formation en ligne pour les membres;
- » Développer le réseau des ambassadeurs culinaires autochtones.

Activités de marketing

- » Tenir des tournées de familiarisation et de presse virtuelles pour le réseau de distribution et les médias;
- » Créer des campagnes nationales sur des plateformes clés comme Expedia et Airbnb;
- » Publier une version numérique du magazine Nations;
- » Créer du contenu spécialisé pour promouvoir divers secteurs de l'industrie;
- » Collaborer avec le réseau de distribution pour promouvoir les forfaits touristiques autochtones sur les marchés clés;
- » Collaborer avec Destination Canada et les partenaires provinciaux/territoriaux pour lancer une campagne de marketing national ciblant les voyages à l'intérieur du Canada.



Phase 3 - Résilience

avril 2021 - mars 2024

Lorsque la vie reprendra son cours normal et que les restrictions aux voyages internationaux seront levées, l'ATAC mènera l'industrie du tourisme autochtone à la phase 3 de notre plan stratégique de relance : la résilience. Notre équipe marketing inclura dans ses activités la promotion de nos membres sur les principaux marchés internationaux. Ce travail sera effectué en partenariat avec Destination Canada et s'appuiera sur nos campagnes de marketing nationales en cours menées en collaboration avec nos partenaires provinciaux et territoriaux. L'ATAC continuera de préparer nos membres aux urgences futures en offrant une collection grandissante de trousseaux à outils et de formation en ligne. Nous nous efforcerons d'atteindre nos objectifs pour 2024 alors même que nous reconstruisons un tourisme autochtone durable.

Objectif : Atteindre nos objectifs pour 2024 tout en assurant la durabilité à long terme de notre industrie et en renforçant sa capacité à faire face à de futures pandémies ou d'autres catastrophes.

Activités de leadership

- » Tenir en toute sécurité le Congrès international du tourisme autochtone en personne;
- » Plaider en faveur de l'industrie au niveau fédéral pour s'assurer que l'industrie du tourisme autochtone est bien soutenue durant la phase de résilience;
- » Augmenter la participation et la représentation au sein des organisations nationales.

Activités de partenariat

- » Élargir notre base de membres à travers le pays;
- » Renforcer et élargir les partenariats fédéraux, provinciaux, territoriaux et sectoriels pour soutenir la résilience de l'industrie du tourisme autochtone.

Activités de développement

- » Offrir des subventions pour aider les entreprises dans leur préparation à la commercialisation et à l'exportation;
- » Mettre en œuvre notre stratégie de restauration des emplois;
- » Maintenir le projet RISE comme programme national efficace d'accréditation;
- » Continuer d'appuyer les plans provinciaux et territoriaux de santé et de sécurité dans la « nouvelle normalité »;
- » Collaborer avec les établissements d'enseignement pour offrir des programmes en tourisme et cuisine autochtone.

Activités de marketing

- » Organiser et gérer des missions de vente et des tournées dans les marchés clés;
- » Participer à Rendez-vous Canada et à d'autres événements touristiques et médiatiques;
- » Mettre en œuvre des programmes de marketing communs à l'échelle nationale et internationale;
- » Organiser des tournées de familiarisation pour les médias internationaux et le réseau de distribution;
- » Réaliser des campagnes avec des influenceurs et/ou faire du storytelling sur le tourisme autochtone;
- » Créer du contenu médiatique riche grâce aux médias et partenariats dans l'industrie;
- » Créer des collections de belles ressources numériques pour appuyer nos campagnes de marketing.



Investissement requis

L'ATAC a obtenu des résultats sans précédent depuis 2014. Ce succès n'aurait pas été possible sans le soutien continu de nos partenaires du gouvernement du Canada. Nous avons hâte de continuer à renforcer cette relation à mesure que nous progressons ensemble. Pour atteindre nos objectifs de 2024 pour l'industrie du tourisme autochtone au Canada, notre plan de relance de quatre ans nécessite un investissement de 50 millions de dollars sur quatre ans.

	2020-21			2021-22	2022-23	2023-24
	RÉACTIVITÉ	RELANCE	TOTAL	RÉSILIENCE	RÉSILIENCE	RÉSILIENCE
Leadership	620,000	2,480,000	3,100,000	2,500,000	2,200,000	2,200,000
Partenariat	620,000	2,480,000	3,100,000	2,500,000	2,200,000	2,200,000
Développement	1,395,000	5,580,000	6,975,000	4,000,000	3,080,000	2,750,000
Marketing	465,000	1,860,000	2,325,000	3,500,000	3,520,000	3,850,000
	3,100,000	12,400,000	15,500,000	12,500,000	11,000,000	11,000,000

Investissement total de **50 millions de dollars** sur quatre ans



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

IndigenousTourism.ca

+1 (604) 351-1028 | info@IndigenousTourism.ca | 333 Seymour St 8th Floor, Vancouver, BC, V6B 5A7

Wapusk Adventures • Manitoba