

Liste de vérification de l'ATAC

- Critères pour le statut exportable

INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA



Dûment remplie et soumise avec la demande d'adhésion par les membres votants de l'ATAC souhaitant avoir l'option marketing (facultative : + 199 \$).

Nom de l'entreprise

- | | | |
|---|---|--|
| <p>1. Avez-vous établi une structure de prix et publié des tarifs qui laissent la place à des commissions, des tarifs nets et d'autres escomptes pour soutenir vos partenaires au sein de l'industrie à différents niveaux (minimum de 10 % à 30 %) ?</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>6. Les installations sont-elles nettoyées souvent et régulièrement ?</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>11. Comprenez-vous bien vos marchés cibles actuels et potentiels? Pouvez-vous offrir des expériences touristiques à la hauteur des attentes? (c.-à-d. comprendre les préférences et les aversions culturelles ou alimentaires des visiteurs étrangers)</p> <p>Oui Non N/A</p> |
| <p>2. Pouvez-vous garantir les prix et la capacité 12 à 18 mois d'avance? Veuillez prendre note que les prix que vous avez établis doivent rester constants pendant la période définie.</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>7. Êtes-vous en mesure de produire régulièrement des factures? Êtes-vous en mesure de couvrir vos frais d'exploitation jusqu'à ce que vous soyez payé par les professionnels du tourisme? Vous devez être disposé à accepter des coupons sur place à titre de confirmation de paiement à l'arrivée et de facturer le client par la suite.</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>12. Invitez-vous et encouragez-vous vos partenaires commerciaux à inspecter le site et l'exploitation?</p> <p>Oui Non N/A</p> |
| <p>3. Pouvez-vous utiliser des photos haute résolution exemptes de droits d'auteur à des fins rédactionnelles ou promotionnelles?</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>8. Votre produit touristique a-t-il réussi un essai de commercialisation effectué par un groupe similaire et/ou une association de l'industrie qui comprend les besoins de vos visiteurs potentiels?</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>13. Les membres de la direction sont-ils en mesure de prendre les décisions d'affaires nécessaires pour travailler avec vos partenaires commerciaux? (c.-à-d. négocier les tarifs, conclure des contrats professionnels, etc.)</p> <p>Oui Non N/A</p> |
| <p>4. Respectez-vous systématiquement les normes d'hygiène et de santé publique imposées par le gouvernement?</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>9. Avez-vous élaboré un plan de marketing détaillé destiné aux marchés outre-mer? Votre plan appuie-t-il les efforts de marketing de votre région, province et de Destination Canada? (Vous ne parviendrez pas à attirer un nouveau marché vers votre destination si vous agissez seul!)</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>14. Les professionnels du tourisme assument le risque lié à la livraison des produits annoncés. Êtes-vous prêt à livrer tout ce que vous avez promis – chambres avec vue sur le lac, repas de quatre services, spectacles?</p> <p>Oui Non N/A</p> |
| <p>5. Possédez-vous un permis du gouvernement à jour, si nécessaire? Bien que certaines entreprises puissent exercer leurs activités sur des territoires qui ne sont pas assujettis aux permis fédéraux, provinciaux et territoriaux, il est préférable de vous assurer que votre entreprise répond au moins à ces normes afin de procurer un sentiment de sécurité et de confort à vos visiteurs.</p> <p>Oui Non N/A</p> | <p>10. Avez-vous nommé un responsable du marketing et de la promotion au sein de votre entreprise?</p> <p>Oui Non N/A</p> | |

J'affirme que ces déclarations sont, à ma connaissance, vraies. J'atteste également avoir lu et de respecter le code d'éthique des membres tel qu'indiqué dans les règlements administratifs de l'ATAC.

Nom : _____

Signature : _____

Date : _____