



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

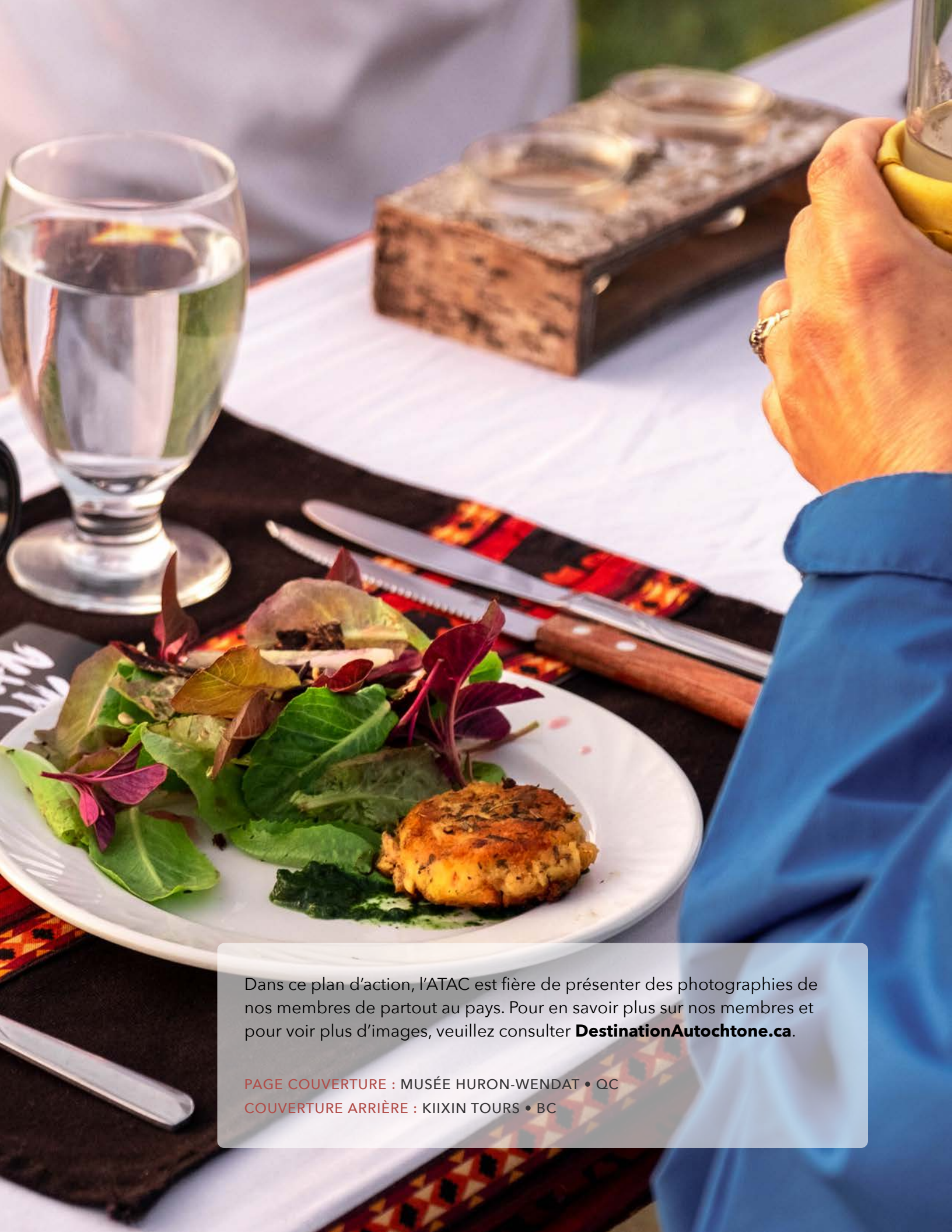
LE TOURISME AUTOCHTONE EST LA RÉCONCILIATION EN ACTION

Plan d'action 2022-2023

TABLE DES MATIÈRES

L'avenir du tourisme autochtone : Mot du PDG de l'ATAC	4
Guider et inspirer : Mot de la présidente du conseil de l'ATAC	6
À propos de l'Association touristique autochtone du Canada	10
Nouvelles cibles de l'industrie	17
Mesures de relance vers la résilience 2022-2023	19
Organigramme	25
Investissement requis	26





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**.

PAGE COUVERTURE : MUSÉE HURON-WENDAT • QC

COUVERTURE ARRIÈRE : KIIXIN TOURS • BC

L'AVENIR DU TOURISME AUTOCHTONE

Mot du PDG de l'ATAC

Bien qu'en 2021 le tourisme autochtone n'ait pas atteint les niveaux historiques de 2019, l'industrie a commencé à enregistrer des gains graduels partout au pays. Ces petits pas vers la relance, associés à un investissement fédéral espéré de 65 M\$ pour 2022-2025, permettront à l'ATAC de continuer à soutenir nos membres en tirant parti des opportunités et des investissements dans l'industrie touristique.

Cette année, nous avons fait de grands progrès en ce qui concerne le renforcement de notre industrie dans l'ensemble du pays sous la bannière « Mieux reconstruire – Réconciliation grâce au tourisme autochtone ». Les récents protocoles d'entente avec Parcs Canada et Destination Canada sont des mesures quantifiables pour s'assurer que notre industrie se reconstruise encore meilleure. De plus, l'annonce récente du ministre fédéral du Tourisme Randy Boissonnault, lors de notre Congrès national du tourisme autochtone (CNTA), de 1,3 million de dollars en soutien spécifique au tourisme, dont 843 000 \$ pour le tourisme autochtone et 500 000 \$ pour le développement et le lancement d'une nouvelle expérience intitulée The Sacred Defenders of the Universe au Telus Spark Science Centre de Calgary, n'est qu'un exemple de la façon dont nous travaillons activement avec nos partenaires pour renforcer le tourisme autochtone, une province à la fois.

Le rassemblement de plus de 300 délégués de partout au pays au CNTA a fait valoir la capacité du tourisme autochtone à aider l'industrie touristique et notre économie dans son ensemble à rebondir suite aux impacts de la pandémie. Ce message puissant a été mis en lumière par une couverture médiatique positive dans tout le pays. C'était gratifiant de retenir l'attention des médias qui ont produit 25 articles avec une portée de plus de 6 millions de personnes.

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. Notre plan stratégique met l'accent sur une approche à quatre piliers incluant les suivants :

Leadership : Accroître une opinion positive envers le tourisme autochtone, la représentation et la transparence afin de consolider la réputation sur le marché, instaurer la confiance chez les bailleurs de fonds et renforcer le soutien aux membres. Cela comprend la génération de revenus autonomes grâce à des investissements pour le Congrès international du tourisme autochtone organisé par l'ATAC;

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. Pour y parvenir, l'ATAC s'évertue à mobiliser des ressources avec les partenaires fédéraux, provinciaux et régionaux par le biais d'investissements dans les organisations touristiques autochtones provinciales et territoriales;

Développement : Encourager le développement de l'offre touristique et les investissements de partenaires allochtones provinciaux et territoriaux dans le tourisme autochtone et le développement de la destination afin de rester concurrentiel à l'échelle internationale. RH Tourisme Canada jouera un rôle clé dans les stratégies de l'ATAC en matière de formation et de main-d'œuvre;

Marketing : Promouvoir le tourisme autochtone et son apport positif aux communautés et à la culture au moyen de grandes actions marketing ciblées, des initiatives de ventes, de la recherche et des médias. Cela inclut des investissements en marketing de 30 M\$ sur trois ans avec l'ATAC mobilisant 18 M\$ supplémentaires en soutien et fonds de contrepartie provenant de partenariats dynamiques au sein de l'industrie.

À cette méthodologie à quatre piliers s'ajoutent trois priorités de l'ATAC. Premièrement, inspirer les entreprises membres de l'ATAC à travers le pays à se reconstruire ou à recentrer leur offre touristique grâce à un soutien ciblé aux entreprises, à l'éducation et à la formation. Ensuite, 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. Et, finalement, 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.

Nous pensons que la relance complète de notre industrie est possible d'ici 2025 et nous avons fixé des objectifs ambitieux pour atteindre ces niveaux. L'ATAC continuera de tirer parti de la forte demande à l'échelle nationale et internationale pour les expériences touristiques autochtones exceptionnelles et prêtes à l'exportation et d'investir dans une stratégie visant à récupérer les emplois en tourisme autochtone. Les 21 000 nouveaux emplois prévus rapporteront 204 M\$ au gouvernement fédéral sur trois ans par le biais de cotisations au RPC et à l'AE et de l'impôt fédéral sur le revenu.

L'ATAC a su obtenir des résultats concrets tout au long de la pandémie de COVID-19. Ce succès n'aurait pas été possible sans l'appui continu de nos partenaires financiers et du gouvernement du Canada. Au nom de notre conseil d'administration, de notre personnel et des plus de 1900 entreprises touristiques autochtones au Canada, je tiens à vous remercier de votre soutien. Nous avons hâte de continuer à œuvrer pour une industrie touristique autochtone meilleure, plus forte et plus résiliente.

Cordialement,



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

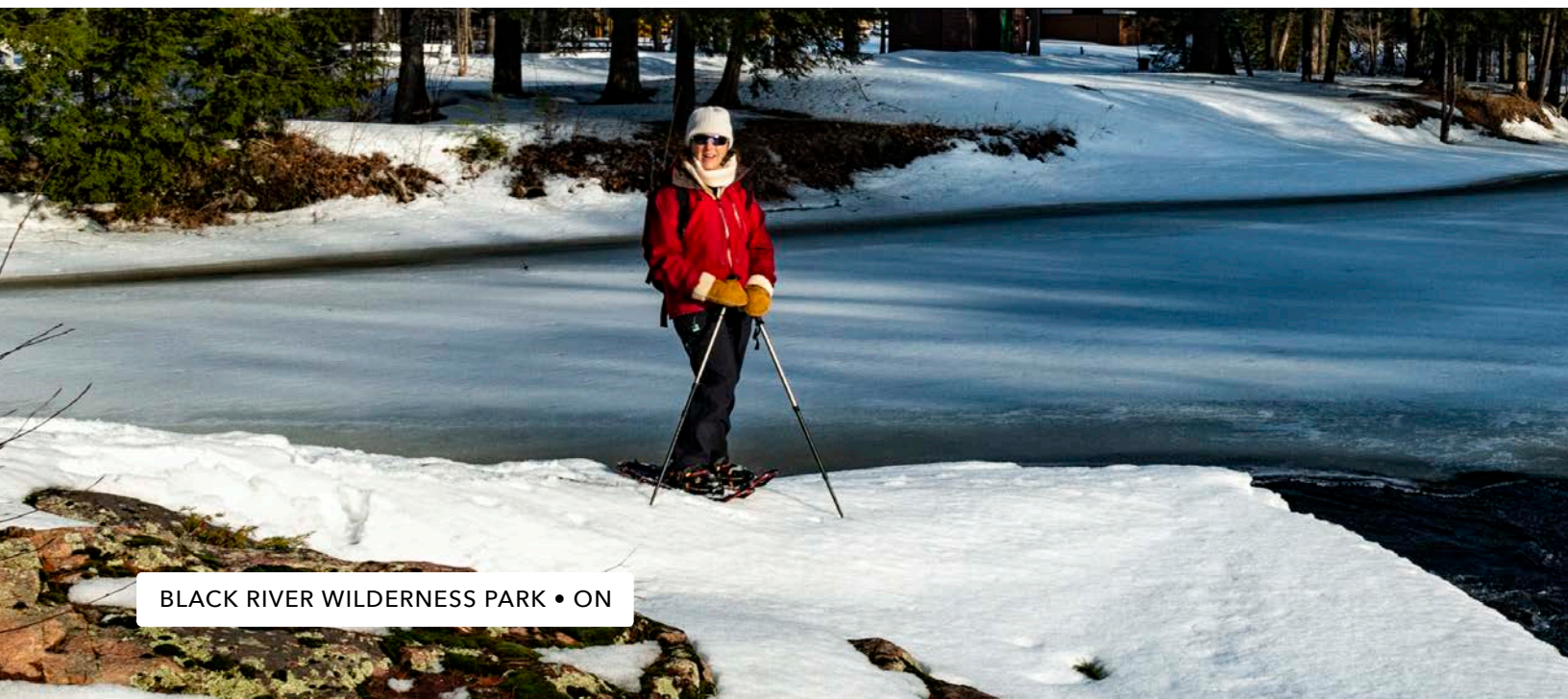
GUIDER ET INSPIRER

Mot de la présidente du conseil de l'ATAC

Alors que 2022 avance et que nous nous approchons de notre prochaine année d'opérations stratégiques, je ne peux m'empêcher de jeter un regard rétrospectif sur tout ce que nous avons accompli au cours de l'année précédente et de ressentir espoir et gratitude.

Notre industrie a su faire preuve de résilience durant une période incroyablement difficile. Le conseil d'administration et moi avons été encouragés par le travail acharné effectué pour et par tous nos membres et les réalisations exceptionnelles accomplies dans des conditions adverses.

L'année dernière, 16 M\$ de fonds de relance ont été octroyés et des partenariats ont été créés ou renforcés pour appuyer les peuples autochtones au Canada maintenant et à l'avenir. Et, nous sommes en pourparlers prometteurs avec le gouvernement du Canada pour un montant supplémentaire de 65 M\$ pour la période 2022 à 2025. Ce travail, qui s'ajoute aux récents protocoles d'entente avec Parcs Canada et Destination Canada, assurera un avenir solide au tourisme autochtone. Les efforts que tout le monde a déployés jusqu'à présent pour traverser la crise de la pandémie permettront à l'ATAC de s'impliquer avec les opérateurs autochtones, les dirigeants et les partenaires du secteur privé pour stimuler les investissements dans le tourisme autochtone, ce qui aura un impact positif sur notre avenir collectif.



C'était réconfortant de voir tout le monde se réunir et l'intérêt des médias nationaux pour le Congrès national du tourisme autochtone où nous avons mis en évidence le travail d'éducation qu'on a accompli sur le secteur, aidant l'industrie à comprendre l'importance d'un tourisme autochtone florissant, y compris le potentiel de création de 40 000 emplois dans 1900 entreprises détenues et contrôlées par des Autochtones, dont 33 % appartiennent à des femmes.

La création et le maintien d'une industrie touristique autochtone durable ouvrent également la voie à la réconciliation dans tout le pays. Alors que les entreprises membres de l'ATAC se reconstruisent et recentrent leurs offres touristiques grâce à un soutien ciblé aux entreprises, à l'éducation et à la formation, l'ATAC et son conseil d'administration continueront de créer des opportunités de partenariat et d'investissement avec les organisations touristiques autochtones provinciales et territoriales pour les aider à maintenir leur infrastructure et pour renforcer notre industrie ensemble.

Merci à tous ceux qui ont continué à travailler fort pour soutenir nos membres partout au pays. Et, merci à l'équipe de l'ATAC pour votre ardeur, votre optimisme et votre engagement continu à reconstruire un tourisme autochtone meilleur et plus fort. Plus que jamais, je me sens reconnaissante de vous connaître et de travailler à vos côtés.

Cordialement,



Mme Brenda Holder

Présidente du conseil

Association touristique autochtone du Canada



*Nous devons partager avec nos partenaires touristiques internationaux ce **qu'est le tourisme autochtone authentique et comment il a évolué**. C'est beaucoup de choses : la cuisine autochtone, c'est une expérience éloignée et rurale, c'est aussi parler avec les Aînés, et bien sûr, c'est de goûter au pain bannique, mais **le tourisme autochtone est, de nos jours, tout ça et bien plus**.*

-L'honorable Randy Boissonnault

Ministre du Tourisme et ministre associé des Finances



À PROPOS DE L'ASSOCIATION TOURISTIQUE AUTOCHTONE DU CANADA

Depuis 2014, l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) soutient et revitalise les expériences touristiques autochtones partout au Canada. L'ATAC est 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, et sur sa collaboration avec les communautés autochtones partout au pays qui ont choisi d'accueillir des visiteurs sur leurs territoires.

Le succès des stratégies antérieures de l'ATAC est le résultat de ses efforts pour aider les entreprises membres à devenir prêtes à la commercialisation et à l'exportation et de la création 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, la représentante 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 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. 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, 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 de front. 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.

En 2021, une lente reprise du tourisme autochtone, sur le plan national, a été constatée à la suite de la pandémie. Une industrie touristique autochtone solide est d'une importance clé pour l'économie touristique au Canada, car elle assure une croissance et une stabilité économiques importantes dans les communautés urbaines et rurales. De plus, les opérateurs touristiques autochtones offrent des possibilités sans pareil de réconciliation et de partage culturel aux allochtones d'un bout à l'autre du pays, tout en soutenant la vitalité culturelle et économique des Nations et des communautés autochtones.

Avant la pandémie, le tourisme faisait partie des industries à la croissance la plus rapide au monde. En tant que l'une des principales industries du Canada, le tourisme contribuait 105 milliards de dollars au PIB canadien, assurait 1 emploi canadien sur 10 et comptait 225 000



petites et moyennes entreprises dans tout le pays. L'ATAC est fière d'être considérée comme un leader parmi de nombreuses nations du monde qui sont déterminées à développer leurs industries touristiques autochtones.

Après trois années consécutives de croissance positive, les voyages internationaux à destination et en provenance du Canada ont chuté de 73 %, passant de 96,8 millions de voyageurs en 2019 à 25,9 millions en 2020. De plus, les voyageurs au Canada en provenance des États-Unis et d'autres pays ont diminué de 93 % en décembre 2020. Cela a évidemment eu un impact sur les entreprises membres de l'ATAC, dont beaucoup luttent pour leur survie.

En 2021, une amélioration légère a été constatée au niveau de ces chiffres et il y a lieu d'être optimiste alors que les provinces et les territoires entament les phases finales des plans de vaccination. Les vaccins ont été de plus en plus administrés à la population générale et ont continué de l'être au cours de l'été. Malgré les défis auxquels les entreprises du secteur touristique sont actuellement confrontées, à long terme, la majorité d'entre elles étaient plutôt ou très optimistes quant aux perspectives d'avenir de leur entreprise au cours des douze prochains mois, selon un sondage de Statistique Canada. Cet espoir et cet optimisme sont partagés par l'ATAC car nous avons vu la résilience de nos membres et partenaires de destination.

En novembre et décembre 2021, il y a eu une augmentation du chômage dans l'industrie touristique. Cependant, il est important de noter qu'il s'agit d'une tendance typique d'une année sur l'autre et que les mesures sanitaires changent dans plusieurs provinces. Il est donc possible que la dynamique de l'emploi observée en 2021 réapparaisse à mesure que les mesures sanitaires s'assouplissent dans tout le pays.



Le taux de chômage dans le secteur touristique en janvier 2022 était de 11,9 %, ce qui représente une baisse significative par rapport au taux de 18,6 % enregistré à la même période en 2021, comme l'a rapporté RH Tourisme Canada. Avec l'aide de RH Tourisme Canada, l'ATAC investira dans des stratégies de formation et de main-d'œuvre, sachant qu'un investissement dans le tourisme autochtone permettra d'employer plus de travailleurs autochtones qu'un investissement dans tout autre secteur.


De plus, à mesure que les frontières s'ouvrent et que les mesures sanitaires sont levées, on s'attend à ce que l'industrie touristique autochtone aide à mener la relance économique de l'industrie touristique au Canada et fournisse des ressources humaines critiques pour le tourisme à travers le pays.

L'ATAC vise à continuer d'assurer la stabilité et la relance de l'économie touristique autochtone en 2022 et au-delà. Grâce à notre stratégie « Mieux reconstruire », l'ATAC poursuivra la promotion des expériences touristiques autochtones authentiques, durables et ayant un aspect culturel enrichissant. Plus que jamais, il faut continuer à mettre en avant le Canada comme une destination touristique autochtone de premier plan, tout en continuant de développer et de renforcer la résilience de nos membres au pays. Notre travail de représentation se poursuivra également afin de mieux informer et éduquer les Canadiens, les gouvernements provinciaux, territoriaux et fédéral et l'industrie touristique sur les multiples avantages d'une industrie touristique autochtone florissante, d'un bout à l'autre du pays.

** StatCan et la COVID-19 : Les répercussions de la COVID-19 sur le secteur du tourisme, deuxième trimestre de 2021*
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2021001/article/00023-fra.htm>

*** Tourism HR Canada: More Job Losses, Unprecedented Decline, But Reason for Optimism*
TourismHR.ca/2022/02/09/more-job-losses-unprecedented-decline-but-reason-for-optimism





***Le tourisme est l'outil le plus
directement efficace permettant aux
Canadiens de soutenir la réconciliation.***

-M. Keith Henry

Président-directeur général

Association touristique autochtone du Canada







CIBLES 2022-2023

Alors que l'industrie touristique autochtone au Canada se remet de la pandémie de COVID-19, l'ATAC s'est fixée des objectifs pour aller de l'avant de manière flexible et durable. Étant consciente que cette démarche présentera des défis, connus et inconnus, l'ATAC est prête à les affronter de front au moyen de stratégies éprouvées et de ressources financières.

LES TROIS GRANDES PRIORITÉS DU PLAN D'ACTION 2022-2023

- » **Inspirer** les entreprises membres de l'ATAC partout au pays à se reconstruire ou à recentrer leur offre touristique grâce à un soutien ciblé aux entreprises, à l'éducation et à la formation.
- » **Mobiliser** 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.

OBJECTIFS POUR 2022-2025

Le plan d'action 2022-2023 vise à atteindre les objectifs et les priorités de notre stratégie triennale : contribuer au PIB du Canada, augmenter la main-d'œuvre autochtone jusqu'au niveau de 2019 et maintenir l'adhésion des membres année après année.

Les objectifs révisés de l'ATAC pour 2025 sont de revenir aux niveaux pré-pandémiques. Avec l'investissement requis de 65 M\$, l'ATAC estime pouvoir atteindre les objectifs suivants d'ici fin 2025 :

- » **1,9 G\$ de contribution directe au PIB;**
- » **1900 entreprises touristiques autochtones;**
- » **40 000 employés dans l'industrie touristique autochtone.**





MESURES DE RELANCE VERS LA RÉSILIENCE 2022-2023

Alors que l'ATAC continue de gérer les répercussions de la pandémie, elle met l'accent sur le redémarrage de l'industrie touristique autochtone et la promotion des destinations autochtones qui sont ouvertes et prêtes à accueillir des visiteurs. L'ATAC veillera à ce que ses membres aient la formation et les ressources dont ils ont besoin pour répondre aux exigences régionales en matière de santé et de sécurité et continuera de travailler avec Destination Canada et ses partenaires provinciaux et territoriaux sur le lancement de campagnes de marketing nationales. Collectivement, cette collaboration soutient la relance durable du secteur et préparera les membres de l'ATAC à une promotion renouvelée sur les marchés internationaux.

Objectif : Collaborer en toute sécurité avec les membres pour redémarrer l'industrie touristique autochtone en mettant l'accent sur les voyages intérieurs tout en continuant à renforcer les capacités des membres de l'ATAC et à offrir du soutien ciblé aux entreprises au besoin.

ACTIVITÉS DE LEADERSHIP

- » Plaider en faveur de l'industrie pour s'assurer d'avoir un accès continu, facile et équitable au soutien fédéral;
- » Augmenter la participation et la représentation au sein des organisations touristiques nationales.

ACTIVITÉS DE PARTENARIAT

- » Renforcer et élargir les partenariats fédéraux, provinciaux, territoriaux et sectoriels pour soutenir la relance en cours de l'industrie touristique autochtone;
- » Augmenter le soutien financier aux associations touristiques autochtones provinciales et territoriales;

150
YEARS • ANNI

Red River
Resistance

La résistance de
la Rivière-Rouge



Louis Riel 1844-1885

Riel dirigea les Métis de la rivière
l'expansion du Canada dans
l'ouest alors 25 ans et fut choisi
gouvernement provisoire formé
le transfert du vote transféré
au nouveau



- » Tenir le Congrès international du tourisme autochtone en présentiel en 2023;
- » Inscription de 100 délégués des communautés du Nord canadien pour assister au Congrès international du tourisme autochtone;
- » Augmenter l'adhésion à l'ATAC dans l'ensemble du Canada;
- » Augmenter le nombre de membres de l'ATAC dans le Nord;
- » Améliorer la coordination et le suivi des données provinciales et territoriales sur les membres.

ACTIVITÉS DE DÉVELOPPEMENT

- » Mettre en œuvre le programme d'accréditation l'Original Original et aligner le soutien aux entreprises pour améliorer les produits/services;
- » Fournir du soutien aux entreprises pour les aider à se conformer aux normes correspondant au statut « commercialisable » du programme d'accréditation;
- » Traiter 100 demandes provenant d'entreprises du Nord par le biais du programme d'accréditation l'Original Original;
- » Évaluer l'état de préparation à la commercialisation des membres de l'ATAC;
- » Appuyer la mise en œuvre des exigences en matière de santé et de sécurité publiques dans la « nouvelle normalité » tout en mettant l'accent sur l'avenir de l'industrie;
- » Mettre en œuvre et partager les plans de réouverture et d'intervention provinciaux/territoriaux;
- » Élaborer une stratégie pour restaurer les emplois et accroître l'implication des Autochtones dans l'industrie touristique;
- » Mettre en œuvre la stratégie de l'ATAC pour rebâtir l'emploi;
- » Créer un répertoire d'outils et de formations en ligne pour soutenir la réouverture des entreprises;
- » Lancer un laboratoire d'innovation touristique autochtone afin d'assurer la pérennité des entreprises membres de l'ATAC;
- » Créer des trousseaux d'outils de préparation provinciales et territoriales pour soutenir le développement des destinations;
- » Créer et piloter une boîte à outils de préparation communautaire;
- » Créer et piloter une boîte à outils de numérisation;
- » Créer une stratégie pour atteindre les objectifs de développement durable;
- » Créer et piloter une boîte à outils des objectifs de développement durable;
- » Élaborer un programme de communication afin de promouvoir le soutien au développement des affaires entre membres;
- » Offrir de la formation sur les compétences en affaires aux membres de l'ATAC;
- » Offrir de la formation sur les compétences en affaires aux membres du Nord;



UNDER THE STUMP • NL

- » Collaborer avec des partenaires nationaux;
- » Créer un répertoire de ressources de formation en ligne pour les membres;
- » Développer le réseau des ambassadeurs culinaires autochtones;
- » Collaborer avec les établissements d'enseignement pour offrir des programmes en tourisme et cuisine autochtones.

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 lors de 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;
- » Organiser et gérer des missions de ventes et des tournées pour les marchés clés;
- » Créer du contenu spécialisé pour promouvoir divers secteurs de l'industrie;
- » Développer le pavillon autochtone à Rendez-Vous Canada et à d'autres salons touristiques et médiatiques;
- » Mettre en œuvre des campagnes de marketing ciblées à l'échelle nationale et internationale pour la marque l'Original Original;
- » Offrir un encadrement individuel et du soutien financier aux membres en matière de ventes numériques et de marketing;
- » Développer le réseau de distribution et des médias dans les marchés clés;
- » Augmenter les investissements dans les partenariats avec TripAdvisor, Airbnb et les agences de voyages en ligne;
- » Renforcer la notoriété de la marque l'Original Original via des canaux autochtones;
- » Optimiser l'expérience utilisateur sur les sites Web et les médias sociaux de Destination Autochtone afin de mettre en valeur et promouvoir les membres de l'ATAC;
- » Créer du contenu avec des partenaires de l'industrie pour soutenir les campagnes médiatiques, commerciales et marketing;
- » Réaliser des campagnes d'influenceurs et de communication narrative;
- » Offrir de la formation en marketing et en ventes aux membres du Nord;
- » Augmenter le nombre de membres du Nord promus via les canaux de vente en ligne de l'ATAC;
- » Élaborer un plan de marketing conjoint pour l'été 2023 pour l'ATAC et ses membres du Nord afin de coordonner le marketing à l'échelle locale, nationale et internationale.



ir Nation

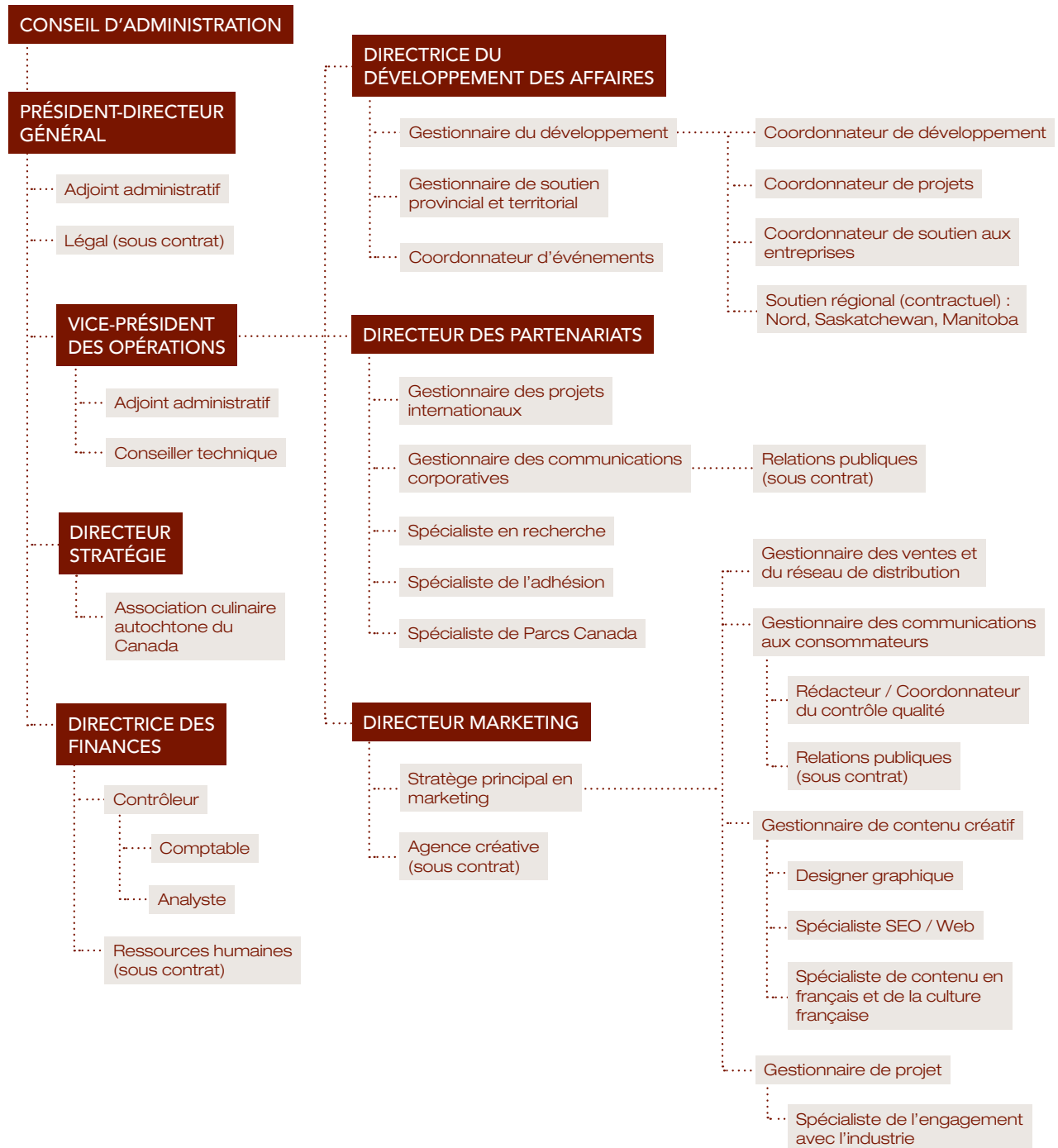


Advancing our Righ



ANADA GCS

ORGANIGRAMME



INVESTISSEMENT REQUIS

Le plan d'action 2022-2023 est la première étape de la mise en œuvre des objectifs et des priorités de la stratégie triennale de l'ATAC. L'investissement requis de 21 276 100 \$ soutiendra les efforts de l'ATAC visant à rattraper et à dépasser les statistiques pré-pandémiques du secteur au niveau des contributions directes au PIB, du nombre d'entreprises touristiques autochtones et du nombre d'employés.

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 à ses partenaires provinciaux et territoriaux.

Partenariat : Unifier l'industrie touristique autochtone au Canada en réunissant les membres et en harmonisant et en tirant parti des 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 pour encourager le développement des membres et 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 de grandes actions marketing ciblées et des initiatives de ventes, de recherche et des médias. Mobiliser les ressources de marketing auprès des organisations provinciales et territoriales pour maximiser les investissements et faire connaître l'ATAC en tant que marque nationale et internationale.

EXERCICE 2022-2023

L'ATAC continue de travailler avec ses partenaires du gouvernement fédéral du Canada pour naviguer à travers le budget 2022. Ce budget reflète une prévision qui a été approuvée par le conseil d'administration de l'ATAC en février 2022.

Leadership

Salaires et avantages sociaux	585 000
Dépenses en immobilisations	0
Honoraires	210 000
Frais généraux de projets	270 000
Frais administratifs de projets	150 000
Déplacements	195 000
Autres	140 055
Total Leadership	1 550 055

Partenariat

Salaires et avantages sociaux	489 364
Dépenses en immobilisations	0
Honoraires	153 800
Frais généraux de projets	391 491
Frais administratifs de projets	139 818
Déplacements	83 891
Autres	189 817
Total Partenariat	1 448 181

Marketing

Salaires et avantages sociaux	242 597
Dépenses en immobilisations	87 535
Honoraires	475 191
Frais généraux de projets	1 000 401
Frais administratifs de projets	227 591
Déplacements	62 525
Autres	405 162
Total Marketing	2 501 003

Développement

Salaires et avantages sociaux	312 099
Dépenses en immobilisations	74 424
Honoraires	264 084
Frais généraux de projets	1 161 968
Frais administratifs de projets	235 275
Déplacements	57 618
Autres	295 294
Total Développement	2 400 761

Total Budget	7 900 000
---------------------	------------------



ASSOCIATION TOURISTIQUE

AUTOCHTONE

DU CANADA

IndigenousTourism.ca/fr *DestinationAutochtone.ca*

1-604-351-1028 | Info@IndigenousTourism.ca | 8e étage, 333, rue Seymour, Vancouver, C.-B., V6B 5A7