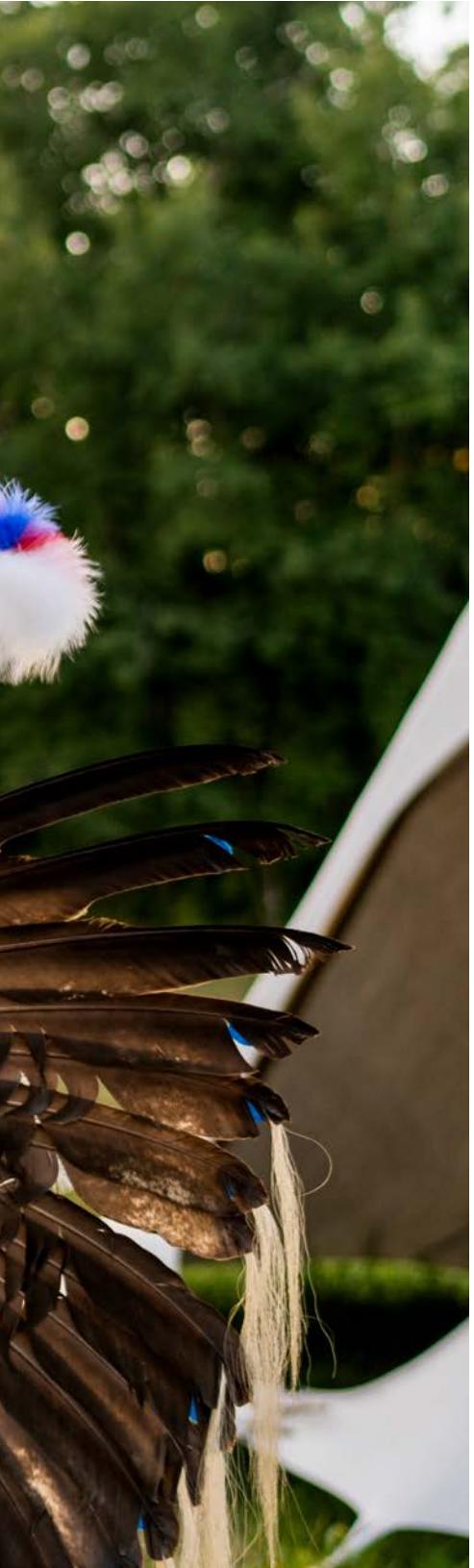




ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

2024-25
RAPPORT ANNUEL





L'Association touristique autochtone du Canada (ATAC) est l'association nationale de l'industrie qui représente, soutient et fait avancer le tourisme autochtone authentique dans l'ensemble du Canada par le développement, le marketing, le leadership et les partenariats.

En tant qu'association de l'industrie, l'ATAC donne une visibilité internationale aux entreprises touristiques commercialisables des Premières Nations, des Inuit et des Métis de partout au Canada.

Table des matières

Mots de bienvenue

06

Mot du PDG

08

Mot de la présidente
du conseil



Faits saillants au niveau national

12	Adhésion
14	Fonds pour les destinations touristiques autochtones
16	Le Programme d'accréditation l'Original Original
18	Congrès international du tourisme autochtone
22	Prix Tourisme Autochtone
24	Formation Truth2Action

26	Marketing grand public
28	Relations avec les médias touristiques
30	Engagement avec le réseau de distribution
32	Développement
34	Services internationaux
36	Leadership
38	Partenariat

Faits saillants au niveau provincial et territorial

42	Alberta
44	Colombie-Britannique
46	Manitoba
48	Nouveau-Brunswick
50	Terre-Neuve-et-Labrador
52	Nouvelle-Écosse
54	Territoires du Nord-Ouest
56	Nunavut
58	Ontario
60	Île-du-Prince-Édouard
62	Québec
64	Saskatchewan
66	Yukon

Équipe de l'ATAC

70	Membres du conseil d'administration et personnel de l'Association touristique autochtone du Canada
-----------	--

Mot du PDG

Quelle année encourageante et riche en progrès! D'un bout à l'autre du pays, le tourisme autochtone continue de croître, soutenu par l'engagement et le dévouement des opérateurs, des communautés et des partenaires.

Le programme d'accréditation l'Original Original a poursuivi son expansion cette année, avec un nombre record d'entreprises touristiques autochtones ayant obtenu cette marque d'excellence. Il est particulièrement gratifiant de voir des opérateurs de partout au pays adopter les normes de qualité du programme, démontrant leur engagement à offrir des expériences authentiques et de grande qualité aux visiteurs, tout en contribuant au rayonnement du tourisme autochtone à l'échelle nationale.

La participation croissante au Fonds pour les destinations touristiques autochtones est tout aussi inspirante. L'adhésion d'un nombre grandissant de partenaires à cette initiative démontre que la réconciliation par le tourisme est désormais une démarche concrète, portée tant par les entreprises que par les consommateurs. Ensemble, nous développons les infrastructures et les capacités nécessaires qui bénéficieront aux communautés autochtones pour les générations à venir.

Sur la scène mondiale, Destination Original International Tourism fait progresser sa mission d'appuyer le développement et le marketing du tourisme autochtone à l'échelle internationale. C'est un honneur de voir l'expertise et les cadres élaborés ici au Canada servir de fondement à la croissance de l'industrie dans d'autres régions, et l'ATAC est fière de collaborer étroitement avec ses partenaires internationaux dans la poursuite de ce travail important.

Alors que nous célébrons ces réalisations, nous restons néanmoins conscients des défis à venir. L'incertitude liée aux relations commerciales avec les États-Unis, ainsi que le risque constant de feux de forêt et de perturbations climatiques, nous rappellent que la résilience doit demeurer au cœur de chacune de nos actions.

Je tiens à remercier tous nos partenaires provinciaux et territoriaux, notre conseil d'administration, le gouvernement du Canada et notre personnel dévoué. Ensemble, nous batissons quelque chose d'exceptionnel. Poursuivons sur cette lancée!

Cordialement,



M. KEITH HENRY
Président-directeur général
Association touristique autochtone du Canada





Mot de la présidente du conseil

Alors que nous poursuivons notre chemin pour devenir le chef de file mondial du tourisme autochtone d'ici 2030, je suis très fière des progrès que nous avons accomplis ensemble au cours de la dernière année. Les fondations de notre industrie reposent sur les relations que nous cultivons avec nos membres, nos partenaires et entre nous. Ces partenariats sont au cœur de toutes nos actions et se renforcent chaque année.

Le conseil d'administration et moi-même, nous nous réjouissons de l'expansion soutenue de notre réseau de partenaires et d'alliés. D'un bout à l'autre du pays, l'engagement envers le tourisme autochtone n'a jamais été aussi fort ni aussi porteur d'impact.

Se rassembler pour partager des connaissances, tisser des liens et célébrer nos succès est à la fois essentiel et enrichissant. Le 12^e Congrès international du tourisme autochtone à Tiohtià:ke (Montréal) en a été un exemple parfait. Le gala des prix a particulièrement marqué les esprits, célébrant les contributions exceptionnelles des jeunes, des Aînés, des femmes et de tous ceux qui façonnent l'avenir de notre industrie.

Je tiens à remercier M. Keith Henry, président-directeur général de l'ATAC, ainsi que toute l'équipe pour leur travail inlassable au service de nos membres. Je me réjouis de tout ce que nous accomplirons ensemble au cours de l'année à venir et j'espère vous retrouver au CITA à Edmonton.

Cordialement,



Mme. MARILYN JENSEN

Présidente du conseil
Association touristique autochtone du Canada



Faits saillants au niveau national





Adhésion

Cette année marque une étape historique pour l'ATAC. Au 1er avril 2024, l'association comptait un nombre record de 1332 membres, soit une augmentation remarquable de 29 % par rapport à l'année précédente.

Cette croissance reflète la vitalité grandissante du tourisme autochtone à l'échelle nationale. Nos membres représentent des entreprises détenues et contrôlées par des Autochtones dans toutes les provinces et tous les territoires, offrant diverses expériences axées sur la culture et le patrimoine, la nature et la faune, le tourisme culinaire, les arts et l'artisanat, l'hébergement et la réconciliation.

Des entrepreneurs prêts pour les affaires qui desservent les marchés locaux aux opérateurs prêts pour les visiteurs qui attirent les voyageurs nationaux, en passant par les entreprises prêtes pour l'exportation qui accueillent les visiteurs internationaux, nos membres reflètent toute la diversité et la richesse du tourisme autochtone.



SQUAMISH LIL'WAT CULTURAL CENTRE, C-B

Adhésion 2024-25 *

Nombre total de membres : 1332

Expériences commercialisables : 665

Organisations touristiques autochtones provinciales et territoriales : 12

Partenaires de l'industrie : 286

Membres votants : 677

*À compter du 1er avril 2024



ELSIPOGTOG MI'KMAQ CULTURAL CENTER, N-B



BERNADETTE'S RESTAURANT, AB



BILL REID GALLERY, C-B



KAHNAWAKE POW WOW, QC

Fonds pour les destinations touristiques autochtones

En sa deuxième année, le Fonds pour les destinations touristiques autochtones (FDTA) a poursuivi sa croissance en tant qu'élément clé de la stratégie de l'ATAC visant à faire du Canada le chef de file mondial du tourisme autochtone. Grâce à des investissements directs dans des projets d'infrastructure, de ressources humaines, de développement et de marketing, ce programme novateur contribue à la croissance des entreprises touristiques autochtones tout en générant des retombées positives pour leurs communautés partout au pays.

Les partenaires et les particuliers qui soutiennent le FDTA mettent la réconciliation en œuvre et participent directement à la réalisation de l'appel à l'action no 92 de la Commission de vérité et réconciliation. Le fonds crée des retombées économiques et socioculturelles pour les entreprises et communautés autochtones, générant un impact durable qui s'étend au-delà du tourisme et contribue à la prospérité à long terme des communautés.



Afin d'élargir la portée et l'impact du programme, l'ATAC a accueilli un membre dédié à temps plein au sein de son équipe en 2025 dans le but de renforcer les partenariats, d'augmenter la visibilité du programme et d'optimiser les processus pour les partenaires contributeurs. Cet investissement en renforcement des capacités permet au fonds de poursuivre sa croissance et de favoriser un engagement plus profond avec les partenaires et les communautés dans les années à venir.



Mark Elyas

PARTENARIATS RELATIFS AU FDTAS

Répartition du fonds 2024-2025 par province et territoire

Territoires du Nord-Ouest : 66 521 \$

Alberta : 58 036 \$

Québec : 45 161 \$

Saskatchewan : 34 428 \$

Manitoba : 19 078 \$

Terre-Neuve-et-Labrador : 17 962 \$

Yukon : 17 081 \$

Nouveau-Brunswick : 16 967 \$

Nouvelle-Écosse : 15 342 \$

Île-du-Prince-Édouard : 14 784 \$

Entre le 1er avril 2024 et le 31 mars 2025, un total de 31 partenaires ont contribué au fonds, générant 305 360 \$ en soutien direct aux organisations touristiques autochtones provinciales et territoriales. Ces contributions bénéficient aux communautés d'un bout à l'autre du pays, fournissant des ressources pour le renforcement des capacités, le développement des entreprises et la préparation à la commercialisation. Cette avancée illustre l'élan continu du programme à mesure qu'il atteint son plein potentiel.



SPIRIT BEAR LODGE, C-B



CEDAR LAKE RANCH, MB



TOURISME NUNAVIK, QC

Le Programme d'accréditation l'Original Original

Le Programme d'accréditation l'Original Original a franchi un cap important cette année, avec le lancement de sa première campagne de renouvellement. Sur les 142 entreprises dont l'accréditation arrivait à terme après une période initiale de deux ans, 132 ont réussi à la renouveler, représentant un taux de rétention de 92 %, ce qui reflète la confiance et la valeur que les opérateurs accordent à cette marque d'excellence.

Le programme a poursuivi son expansion, avec désormais 262 entreprises accréditées et 452 demandes enregistrées à la fin de l'année. Ces chiffres témoignent de l'engouement croissant des opérateurs touristiques autochtones pour cette reconnaissance de leur authenticité et qualité.



MOCASSIN TRAILS, C-B



UPPER HUMBER SETTLEMENT, T-N-L



BEST WESTERN PLUS SAWRIDGE SUITES, AB



BUCKET LIST TOUR, TN-O



CAPE CROKER PARK, ON



FESTIVAL KWE!, QC



Accréditation
2024-2025
par province
et territoire

Colombie-Britannique : 64

Alberta : 37

Québec : 37

Ontario : 27

Terre-Neuve-et-Labrador : 22

Manitoba : 18

Saskatchewan : 14

Yukon : 11

Territoires du Nord-Ouest : 11

Nouveau-Brunswick : 8

Nouvelle-Écosse : 7

Nunavut : 4

Île-du-Prince-Édouard : 2



Reconnaissance mondiale

L'intérêt pour le programme a également pris de l'ampleur à l'international. Des organisations autochtones importantes, telles que l'American Indian Alaska Native Tourism Association et New Zealand Māori Tourism, étudient des possibilités d'octroi de licences, positionnant le cadre d'accréditation de l'ATAC comme une référence en matière de normes touristiques autochtones à l'échelle mondiale



BOREALIS BEADING, MB



CARCROSS TAGISH MANAGEMENT CORP, YT



SPIRIT BEAR LODGE, C-B



EXPERIENCE LENNOX ISLAND, Î-P-É



ASKI HOLISTIC ADVENTURES, SK



MILLBROOK CULTURE & HERITAGE CENTRE, N-É



LA BELLE CABANE, N-B



INUHKSHUK INN, NU

Congrès international du tourisme autochtone

Tenu à Tiohtià:ke (Montréal), un lieu qui a longtemps servi de point de rassemblement pour de nombreux peuples autochtones, le 12e Congrès international du tourisme autochtone a réuni plus de 1000 délégués et chefs de file de l'industrie touristique venus du monde entier. Cet événement a contribué à l'avancement du tourisme autochtone à l'échelle mondiale, favorisant les échanges et le partage des bonnes pratiques dans un esprit de partenariat et de collaboration.



Logo du congrès

Le logo du congrès a été conçu par Leilani Shaw, une artiste kanien'kehá:ka et paiute de Kahnawà:ke. Le visuel est une représentation abstraite d'une oie en vol, symbolisant le rassemblement, l'unité et la résilience. Ces valeurs reflètent l'essence du mouvement du tourisme autochtone et l'esprit de cette rencontre annuelle.

« Les messages positifs véhiculés tout au long du congrès ont été tellement inspirants et encourageants! J'en suis reparti avec un nouvel élan et une motivation renouvelée... »

- DÉLÉGUÉ AU CONGRÈS





Moments forts du congrès

Les délégués au #CITA2025 ont pu profiter d'un programme riche en présentations, discussions en groupe et ateliers, ainsi que de visites culturelles autochtones locales, d'expériences culinaires, d'événements de réseautage et d'un marché artisanal.



EACH PIECE OF ART TELLS A STORY

NWT Arts connects you with that story

In stores and galleries, the NWT Arts logo identifies authentic Northwest Territories arts and fine crafts created by artists registered with the NWT Arts Program. Artists create one-of-a-kind pieces that capture their northern spirit and share their unique stories of the Canada's Northwest Territories.





La précédente édition du CITA à Ottawa remporte un prix

Le Congrès international du tourisme autochtone 2024, tenu à Ottawa, a reçu le prix du « Meilleur congrès – Impact social et communautaire » aux Canadian Event Awards. Cette reconnaissance met en lumière le rôle du congrès dans la création de retombées économiques et culturelles significatives pour les communautés autochtones, tout en faisant rayonner le tourisme autochtone à l'échelle nationale et internationale.



Le prochain CITA : Edmonton 2026

Le Congrès international du tourisme autochtone 2026 se tiendra du 17 au 19 février à Amiskwacîwâskahikan (Edmonton), sur le territoire du traité n° 6. Il est organisé en partenariat avec Indigenous Tourism Alberta, Explore Edmonton et Travel Alberta.

Prix Tourisme Autochtone

Reconnaissance de l'excellence en tourisme autochtone

Le gala des Prix Tourisme Autochtone 2025, présenté en partenariat avec WestJet, a souligné le pouvoir transformateur du tourisme autochtone. Tenu dans le cadre du 12e Congrès international du tourisme autochtone à Tiohtià:ke (Montréal), cet événement a honoré des pionniers de tout le pays qui contribuent au rayonnement de la culture autochtone et au développement économique.



Lauréats des prix nationaux 2025



Pollen Nation Farm

PRIX DU TOURISME CULINAIRE AUTOCHTONE



Onhwa' Lumina (Tourisme Wendake)

PRIX EXPÉRIENCE CULTURELLE EXCEPTIONNELLE



Indigenous Tourism Association of Prince Edward Island (ITAPEI)

PRIX ASSOCIATION PROVINCIALE/TERRITORIALE DE L'ANNÉE



Talking Rock Tours

PRIX ORIGINAL ORIGINAL – LEADERSHIP DANS L'INDUSTRIE



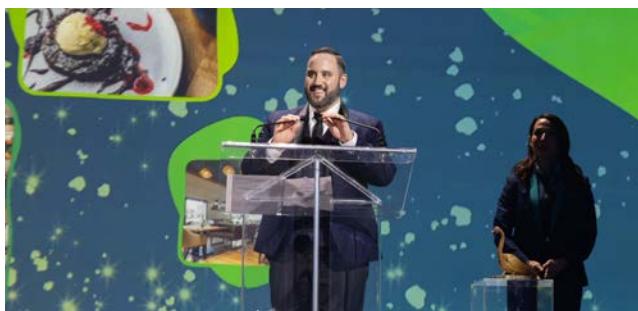
Lilyrose Meyers, Métis Crossing

PRIX MEILLEUR MEMBRE DU PERSONNEL



Pêmiska Tourism

PRIX DÉVELOPPEMENT D'UNE DESTINATION AUTOCHTONE



Mamattuk

PRIX NOUVELLE ENTREPRISE OU EXPÉRIENCE



Thrive Tours

PRIX LEADER EN DÉVELOPPEMENT DURABLE



Raphaëlle Langevin, Matsheshu Créations

PRIX FEMME ENTREPRENEURE EXCEPTIONNELLE

Formation Truth2Action

En sa deuxième année, le programme de formation Truth2Action, conçu en collaboration avec Legacy Bowes, continue d'aider les entreprises et organisations touristiques non-autochtones à prendre des mesures concrètes vers la réconciliation. Ce programme est en phase avec l'appel à l'action no 92 de la Commission de vérité et réconciliation du Canada et avec les bonnes pratiques de l'industrie.



TRUTH2ACTION
L'APPEL À L'ACTION 92
Réconciliation pour les entreprises

Modèle de formation flexible

Le programme propose une approche hybride en trois phases adaptée aux besoins des participants : auto-apprentissage en ligne, ateliers en présentiel et séances virtuelles. Ce modèle flexible offre un espace inclusif et accueillant pour le personnel touristique et les membres des conseils d'administration afin qu'ils puissent découvrir les histoires, les cultures et les perspectives autochtones, tout en explorant leur rôle dans la l'avancement de la réconciliation.

À l'issue du programme, les participants reçoivent un Certificat en réconciliation pour l'industrie touristique.

Appel à l'action n° 92

« Nous demandons au secteur des entreprises du Canada d'adopter la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones en tant que cadre de réconciliation et d'appliquer les normes et les principes qui s'y rattachent dans le cadre des politiques organisationnelles et des principales activités opérationnelles touchant les peuples autochtones, leurs terres et leurs ressources. »



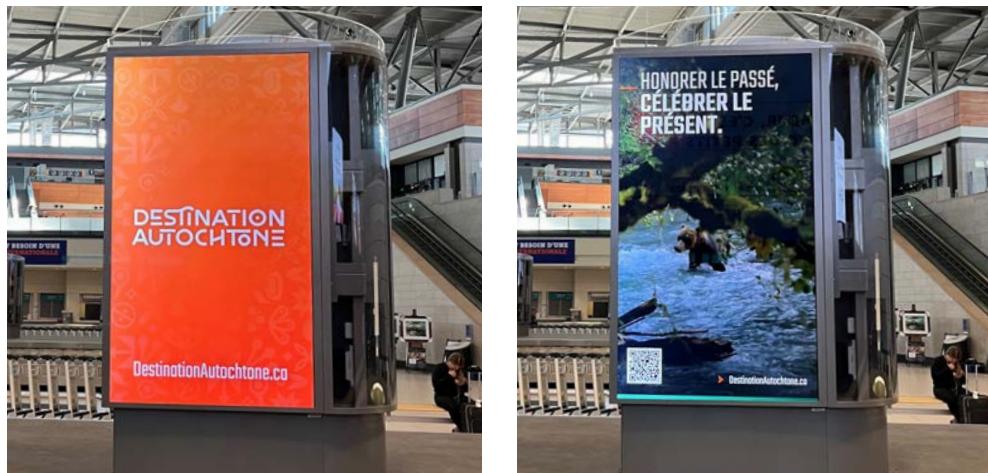


ALBERTA BISON RANCH EXPERIENCE, AB

Marketing grand public

Activations extérieures

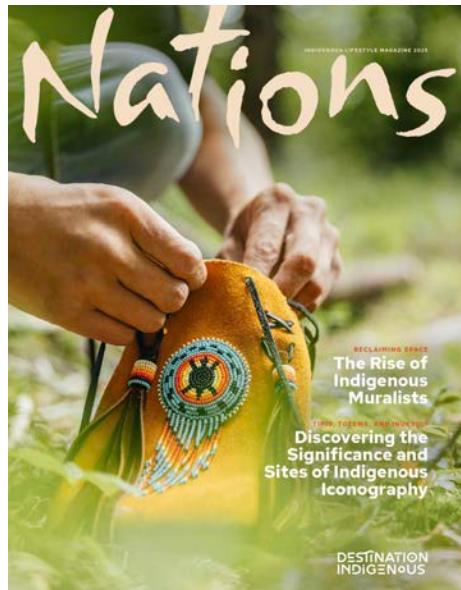
Les campagnes de marketing de l'ATAC ont atteint des publics partout au pays grâce à des placements à forte visibilité. Un message d'intérêt public a été diffusé pendant les finales de la Coupe Stanley, et des activations dans les aéroports d'Ottawa, de Montréal et d'Edmonton, ainsi que des habillages de bus à Vancouver, Calgary et Halifax, ont fait rayonner le tourisme autochtone auprès de millions de Canadiens.



Prix JUNO 2025

Destination Autochtone a été partenaire des Prix JUNO 2025 à Vancouver et y a tenu la cérémonie d'honneur. M. Keith Henry, président-directeur général de l'ATAC, a prononcé le discours liminaire, tandis que M. Zane Buchanan, gestionnaire de contenu créatif, est intervenu lors de la diffusion nationale, mettant en lumière le lien profond entre musique et tourisme autochtone.



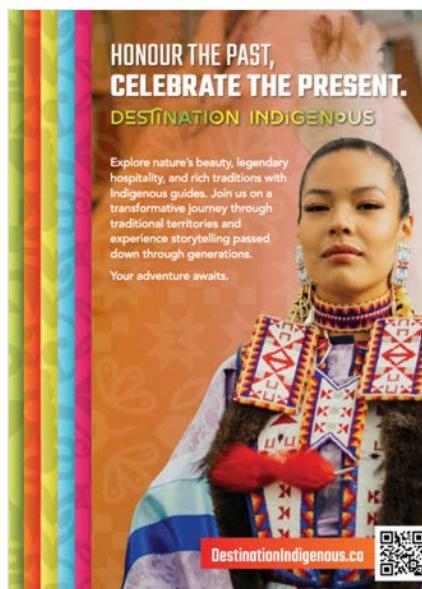


Magazine Nations

L'édition 2025 du magazine Nations a célébré les 140 expériences touristiques autochtones accréditées l'Original Original, avec des articles sur l'iconographie, des muralistes autochtones, et la culture Métis. Disponible en ligne et distribué lors du Congrès international du tourisme autochtone à Montréal, le magazine a offert aux lecteurs l'occasion de découvrir le meilleur du tourisme autochtone dans l'ensemble du Canada.

Magazine Explore

L'ATAC s'est associée au magazine Explore pour une campagne publicitaire multiplateforme. L'édition d'automne incluait une publicité pleine page, accompagnée d'une courte vidéo promotionnelle diffusée sur le compte Instagram du magazine. M. Zane Buchanan, gestionnaire de contenu créatif de l'ATAC, est également intervenu en tant qu'invité sur le balado d'Explore. Ce partenariat se poursuivra avec la mise en avant de contenu autochtone sur l'ensemble des plateformes d'Explore.



Relations avec les médias touristiques

Le personnel de l'ATAC ainsi que ses membres de tout le pays ont pris part à des événements médiatiques et ont organisé des tournées de familiarisation pour les journalistes et partenaires médias.



Association des médias du voyage du Canada (TMAC)

À l'occasion du congrès marquant le 30e anniversaire de l'Association des médias du voyage du Canada à St. John's, M. Ryan Rogers, gestionnaire des communications de l'ATAC, a participé à 16 rencontres individuelles avec des représentants des médias de partout au pays. L'ATAC a également commandité le prix du meilleur article sur les expériences touristiques autochtones au Canada.



International Media Marketplace (IMM) New York

M. Rogers a aussi assisté à l'International Media Marketplace à New York le 23 janvier. Il a participé à 24 rencontres planifiées à l'avance et a profité de nombreuses occasions de réseautage avec les principaux journalistes, rédacteurs, influenceurs et diffuseurs du domaine touristique en Amérique du Nord. Cet événement a été une occasion clé pour établir des liens, partager des idées d'articles et maintenir l'intérêt des médias pour le tourisme autochtone.



Tournées de familiarisation

Tout au long de l'année, l'ATAC a organisé des tournées de familiarisation immersives pour les médias, mettant en lumière des expériences touristiques autochtones. Parmi les destinations figuraient Moccasin Trails, Haida Gwaii et le Yukon. Une tournée de familiarisation destinée aux médias a également eu lieu dans le cadre du Congrès international du tourisme autochtone (CITA).

Engagement avec le réseau de distribution

L'ATAC a renforcé sa présence à l'international cette année en participant à des événements clés de l'industrie. Mme Tamara Littlelight, directrice marketing de l'ATAC, et M. Markus Kruse, gestionnaire des ventes et du réseau de distribution, ont représenté l'association lors de divers salons à l'échelle mondiale.



Europe

Au Showcase Canada Europe 2024 à Paris, Mme Littlelight et M. Kruse ont mené plus de 55 rencontres avec des professionnels du réseau de distribution des marchés français, britannique, allemand et néerlandais. L'ATAC a également fait une présentation lors de l'événement de formation du programme des spécialistes du Canada, en collaboration avec Indigenous Tourism British Columbia et Sea Wolf Adventures. Plus tôt dans l'année, M. Kruse a représenté l'ATAC lors d'une mission commerciale dans trois villes en Allemagne, organisée par Destination Canada, incluant des visites chez les principaux voyagistes TUI et Dertour.





États-Unis

À la Virtuoso Travel Week 2024 à Las Vegas, M. Kruse a mené 60 rencontres avec des conseillers en voyages, des voyagistes et des représentants des médias, et a présenté les pratiques de tourisme autochtone durable au kiosque de Destination Canada.



Canada

Mme Littlelight a présenté le nouveau module de formation en trois parties de l'ATAC, destiné aux conseillers en voyages, lors de la réunion des propriétaires du Signature Travel Network à Montréal, menant 20 rencontres avec des dirigeants d'agences de voyage. À Rendez-vous Canada 2024 à Winnipeg, l'ATAC a mis en avant 41 entreprises touristiques autochtones prêtes à l'exportation au Pavillon de Destination Autochtone et soutenu la cérémonie de bienvenue autochtone en partenariat avec Indigenous Tourism Manitoba, Voyage Manitoba et Tourism Winnipeg.

L'ATAC a également organisé une tournée de familiarisation pour les professionnels du réseau de distribution avant le Congrès international du tourisme autochtone à Montréal.

Développement

Fonds pour le tourisme autochtone – Volet micro et petites entreprises

Le Fonds pour le tourisme autochtone – Volet micro et petites entreprises (FTA- VMPE) a apporté un soutien financier et stratégique aux entreprises touristiques autochtones partout au Canada. Mis en œuvre en collaboration avec les organisations touristiques autochtones provinciales et territoriales et guidé par le programme d'accréditation l'Original Original, ce programme a aidé les entreprises dans le renforcement de leur viabilité économique à long terme et dans leur préparation à la commercialisation.

Sur les 354 demandes reçues, 326 entreprises ont été approuvées pour un financement totalisant plus de 8 M\$. Chaque entreprise a fait l'objet d'une évaluation des écarts dans le cadre du programme l'Original Original, veillant à ce que les financements correspondent aux besoins opérationnels et aux priorités de développement. Les investissements ont ciblé l'expérience visiteur, le marketing, la santé et la sécurité, l'engagement communautaire ainsi que les pratiques touristiques durables.



BUFFALO ROCK TIPI CAMP, AB

Répartition des fonds 2024–2025 par province et territoire

Alberta: 1 232 296 \$

Colombie-Britannique: 1 358 991 \$

Manitoba: 571 660 \$

Nouveau-Brunswick: 237 820 \$

Terre-Neuve-et-Labrador: 696 946 \$

Territoires du Nord-Ouest: 396 840 \$

Nouvelle-Écosse 137 739 \$

Nunavut: 200 000 \$

Ontario: 1 463 168 \$

Île-du-Prince-Édouard: 75 000 \$

Québec: 967 999 \$

Saskatchewan: 425 000 \$

Yukon: 247 376 \$



Mission sur les bonnes pratiques en Nouvelle-Zélande

En novembre 2024, l'ATAC a mené une délégation en Aotearoa (Nouvelle-Zélande) en partenariat avec New Zealand Māori Tourism. Des représentants des organisations touristiques autochtones du Québec et du Canada atlantique, ainsi que des partenaires gouvernementaux, ont rencontré des chefs de file du tourisme maori pour discuter de la préservation culturelle, du développement durable et de la collaboration intergouvernementale. Cette mission a permis de poser les bases de l'adaptation des bonnes pratiques de la Nouvelle-Zélande afin de renforcer le secteur du tourisme autochtone au Canada.



Services internationaux

L'ATAC a poursuivi son rôle de chef de file mondial en matière de tourisme autochtone, partageant son expertise avec des secteurs émergents partout dans le monde. Par le biais de missions de partage de bonnes pratiques organisées au Canada et de présentations dans des forums internationaux, les représentants de l'ATAC ont transmis leurs connaissances en matière de développement, d'accréditation et de marketing, proposant le modèle canadien comme cadre de croissance. Ces échanges ont renforcé les relations avec les partenaires internationaux et consolidé la position de l'ATAC en tant que conseiller de confiance sur la scène mondiale.



CONGRÈS TOURISTIQUE À EEUOU ISTCHEE AU QUÉBEC



EN ACTION EN COLOMBIE



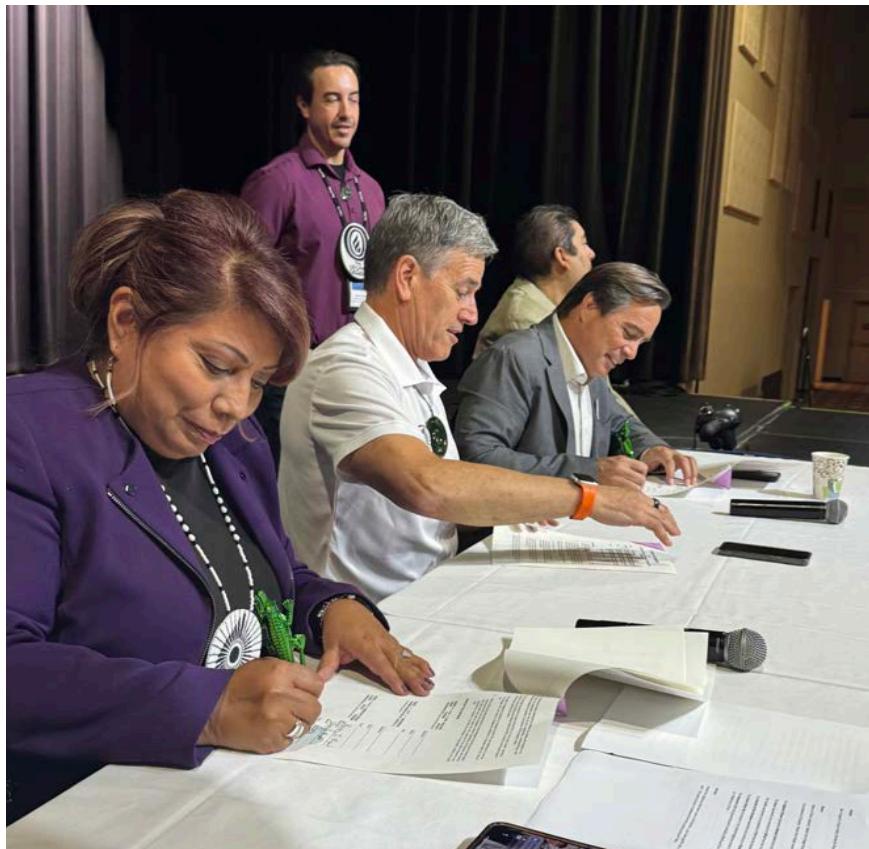
CONGRÈS MONDIAL GREEN DESTINATIONS EN PATAGONIE



TARAPACA ET BIEN PUBLICO À WENDAKE



SOMMET MONDIAL DU TOURISME AUTOCHTONE À TAÏWAN



Destination Original Indigenous Tourism

Cette année a marqué une étape historique avec le lancement officiel de Destination Original International Tourism (DO-IT), un partenariat réunissant l'ATAC, l'American Indian Alaska Native Tourism Association (AIANTA) et New Zealand Māori Tourism. L'entente a été signée lors de la 26e édition du congrès américain du tourisme autochtone de l'AIANTA, à Marksville, en Louisiane.

DO-IT rassemble et porte la voix collective du tourisme autochtone à l'échelle mondiale, en assurant un leadership en matière de développement et de marketing, tout en mettant en place un réseau international durable. Cette initiative offre aux voyageurs l'assurance que les expériences portant la marque d'excellence l'Original Original sont authentiquement menées par des Autochtones.



Leadership

En tant que voix nationale du tourisme autochtone au Canada, l'ATAC a continué de défendre les intérêts des entrepreneurs touristiques autochtones tout en renforçant son rôle de chef de file mondial en matière de développement et de marketing du tourisme autochtone.



Impact du secteur du tourisme autochtone au Canada

Selon un sondage sur l'impact économique réalisé en collaboration avec le Conference Board du Canada, le tourisme autochtone a un besoin urgent d'investissements stratégiques. Malgré une forte demande, le secteur est parmi les plus lents à se remettre de la pandémie. Sans engagement financier du gouvernement et des partenaires, son potentiel culturel et économique risque de ne pas être pleinement réalisé.

- » Le sondage a recensé 2757 entrepreneurs et organisations comme faisant partie du secteur du tourisme autochtone au Canada en 2023, contre 1889 en 2021;
- » Après ajustement pour tenir compte de l'inflation, la contribution du secteur au PIB était inférieure de près de 24 % à son niveau pré-pandémie, passant de 1,7 G\$ en 2019 à 1,3 G\$ en 2023;
- » L'emploi dans le secteur a presque doublé depuis 2021, mais reste environ 5 % inférieur à 2019.



M. KEITH HENRY SUR « THE SOCIAL » DE CTV



Séances à SXSW

Destination Autochtone a pris part à South by Southwest 2025 (SXSW), à Austin, au Texas, marquant sa troisième présence à l'événement, après une participation réussie à SXSW Sydney en octobre 2024. Cette activation a mis en lumière le leadership éclairé de l'ATAC sur la scène mondiale, dans le cadre d'un partenariat avec First Nations X à la First Nations House, avec une table ronde sur les perspectives mondiales de l'autonomisation économique des Premières Nations, réunissant M. Zane Buchanan, gestionnaire de contenu créatif de l'ATAC, et des chefs de file autochtones des États-Unis, de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie.

Les ailes de l'autonomisation des Autochtones : les jeunes à la tête du changement

Mme Samantha Bradley, gestionnaire de l'engagement provincial et territorial de l'ATAC, a été honorée en tant que l'une des trois jeunes leaders autochtones lors du panel d'Air Canada intitulé « Les ailes de l'autonomisation des Autochtones : les jeunes à la tête du changement ».

Elle a partagé ses perspectives sur l'autonomisation des communautés autochtones par le biais du tourisme et de l'éducation, contribuant ainsi à une discussion axée sur la durabilité, l'inclusion et la préservation du patrimoine culturel. Sa participation a mis en lumière le leadership remarquable des jeunes Autochtones qui stimulent une transformation positive dans leurs communautés, ouvrant la voie à un avenir plus équitable.



Partenariat

En tant que voix nationale du tourisme autochtone au Canada, l'ATAC a poursuivi sa mission de soutenir des initiatives menées par les Autochtones grâce à des partenariats stratégiques à l'échelle nationale et internationale. Cette année encore, l'ATAC a appuyé la Semaine nationale du tourisme de l'AITC et étendu son réseau de collaborations, favorisant la visibilité et le rayonnement de l'industrie sur la scène mondiale.





Semaine nationale du tourisme de l'AITC

La Semaine nationale du tourisme 2024, de l'Association de l'industrie touristique du Canada, s'est déroulée du 15 au 19 avril à Ottawa. L'ATAC a eu l'honneur de parrainer la Journée du tourisme autochtone, le mercredi 17 avril, mettant en lumière le tourisme autochtone lors de la principale semaine nationale de promotion du tourisme au Canada.

Destinations International

L'ATAC et Destinations International ont annoncé leur tout premier partenariat. Cette alliance vise à renforcer la compréhension et l'appréciation du tourisme autochtone par l'éducation, à favoriser un engagement authentique et à promouvoir la marque d'excellence l'Original Original auprès des professionnels de gestion des destinations partout dans le monde.



Faits saillants au niveau provincial et territorial





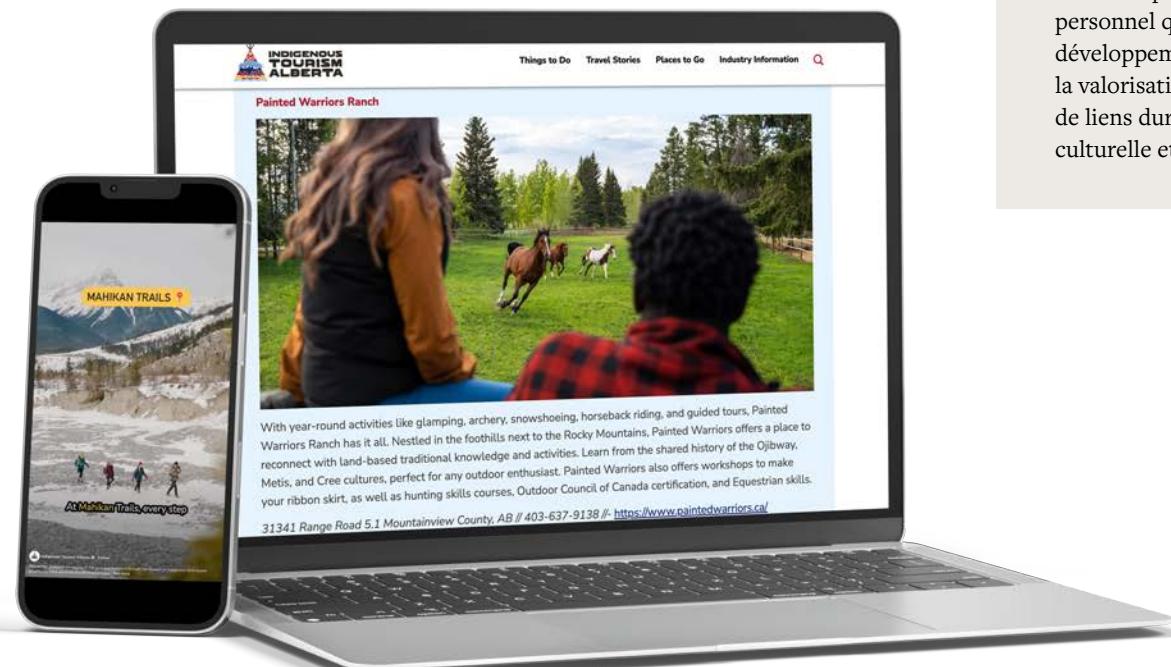
ONHWA' LUMINA, QC

Alberta

Les efforts de marketing d'Indigenous Tourism Alberta ont permis d'atteindre des millions de voyageurs cette année. Les campagnes estivales et hivernales ont généré des centaines de milliers de clics vers les entreprises membres, tandis que des publicités télévisées nationales ont contribué à mieux faire connaître le tourisme autochtone dans l'ensemble du pays.

À l'échelle provinciale, les collaborations entre Travel Alberta, ITA et les principales organisations de marketing de destinations de l'Alberta ont touché des millions de voyageurs américains. Les actions de relations médias ont abouti à des articles majeurs dans Condé Nast Traveller, Wanderlust et National Geographic, et des activités commerciales en France, en Allemagne et aux États-Unis ont mis en lumière les membres d'ITA auprès d'acheteurs internationaux.

En matière de développement, ITA a mis en œuvre des programmes à tous les niveaux de l'entreprise, dont deux nouvelles initiatives : Renforcer nos racines – Marque audacieuse et un cours de préparation pour les fournisseurs.



ITA accueille une nouvelle PDG

En février 2025, Indigenous Tourism Alberta a nommé Mme Chelsey Quirk au poste de présidente-directrice générale. Fière Métis dotée d'une solide expérience dans l'industrie touristique, Mme Quirk s'investit pleinement, tant sur le plan personnel que professionnel, dans le développement du tourisme autochtone, la valorisation de la culture et la création de liens durables grâce à la revitalisation culturelle et à la narration authentique.



UPLIFT! JASPER MURAL FESTIVAL, JASPER



MOTHER EARTH ESSENTIALS, EDMONTON



BOY CHIEF TRADING POST, NAMAKA



HORSEBACK ADVENTURES, YELLOWHEAD COUNTY



ZUC'MIN GUIDING, CALGARY



FALLEN MOUNTAIN SOAP, GRANDE CACHE LAKE

Colombie-Britannique

Du 5 au 8 septembre, une tournée de familiarisation immersive dans la culture autochtone, organisée en partenariat avec Moccasin Trails, a permis aux participants de plonger au cœur du patrimoine et de l'histoire de la région de Thompson Okanagan. Ils ont ainsi pu découvrir les expériences culturelles et les opérateurs touristiques autochtones suivants :

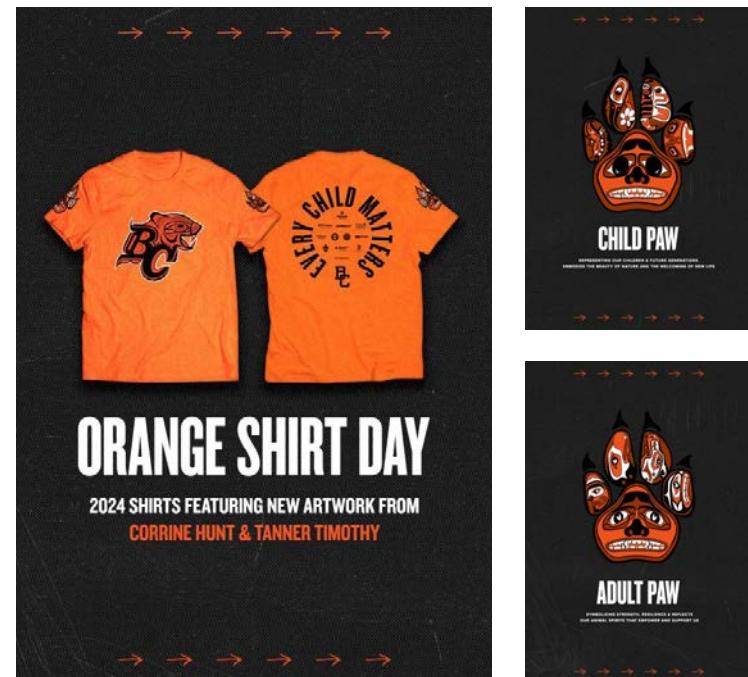


MOCCASIN TRAILS

- » Moccasin Trails
- » Talking Rock Resort at Quaaout Lodge
- » Récits des survivants dans une maison d'hiver semi-souterraine
- » Pensionnat de Tk'emlúps
- » Kekuli Cafe
- » Première Nation Upper Nicola
- » Spirit Ridge Vineyard Resort & Spa
- » Nk'mip Desert Cultural Centre
- » Nk'Mip Cellars
- » Cérémonie de purification au lac Okanagan
- » Hôtel El Dorado

Journée du chandail orange 2024 des BC Lions

Le 27 septembre, les BC Lions ont commémoré la Journée du chandail orange 2024 en rendant hommage aux survivants des pensionnats et en mettant à l'honneur la culture autochtone. L'événement incluait un marché autochtone, présenté par Destination Autochtone, mettant en avant à la fois la richesse culturelle et les perspectives économiques sur une scène sportive nationale.

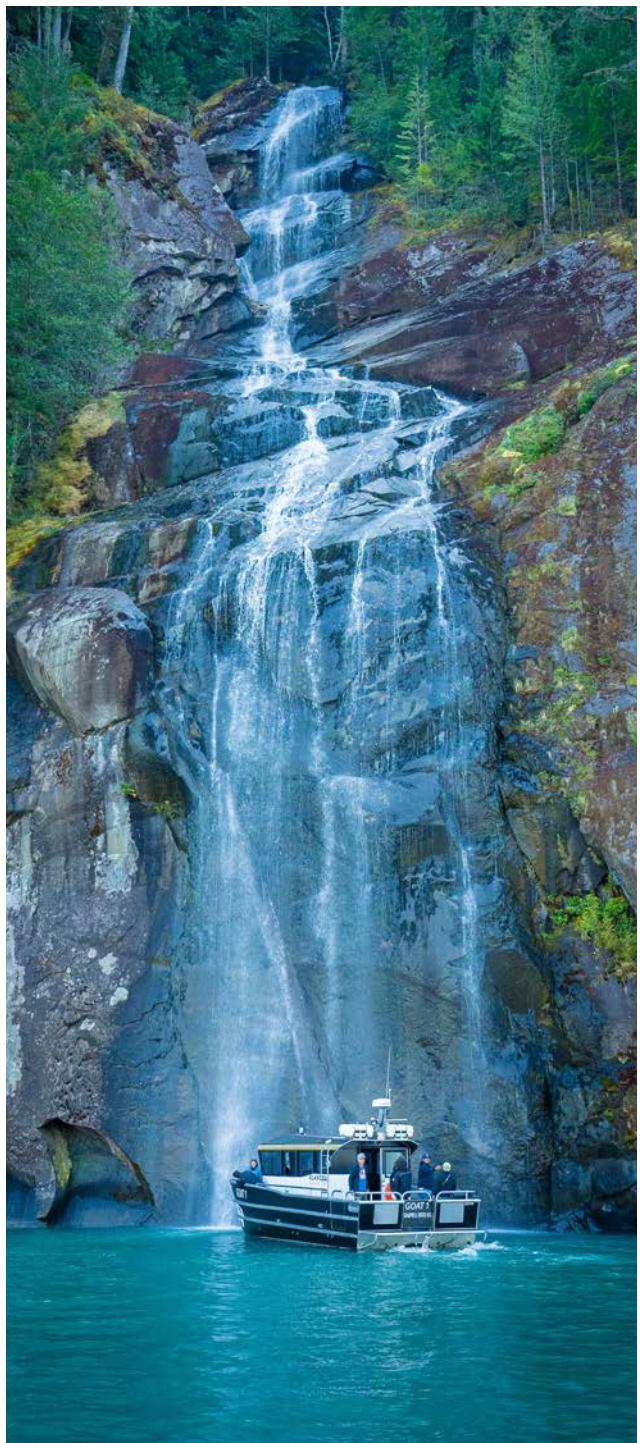


ŒUVRE D'ART DE MME CORRINE HUNT

ŒUVRE D'ART DE M. TANNER TIMOTHY



PUBLICITÉS NUMÉRIQUES POUR DESTINATION AUTOCHTONE



KLAHOOSE WILDERNESS RESORT, DESOLATION SOUND



KWA'LILAS HOTEL, PORT HARDY



NK'MIP RV PARK, OSOYOOS



RAVEN SONG SOAP AND CANDLE, CAMPBELL RIVER



SPAPIUM 'LITTLE PRAIRIE' FARM, LYTTON

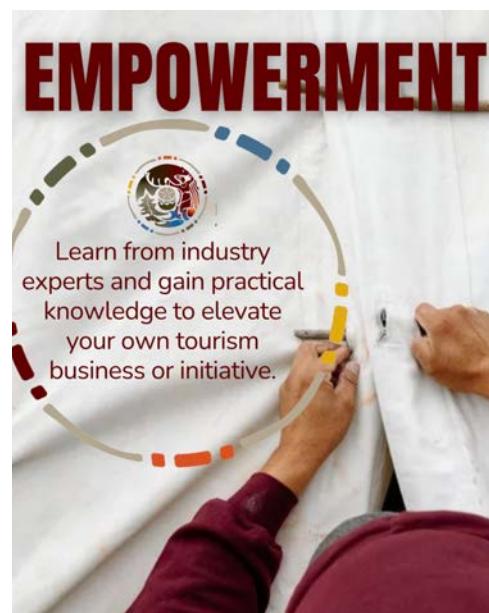
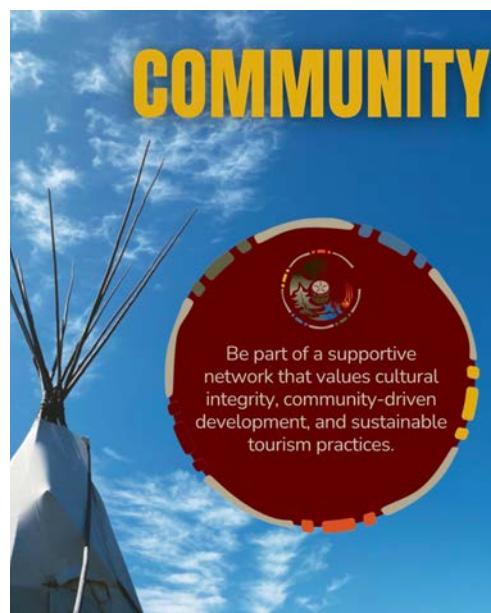


I-HOS GALLERY, COURtenay

Manitoba

En septembre 2024, Indigenous Tourism Manitoba a tenu son 2e congrès annuel à Winnipeg. Cet événement a permis aux participants d'acquérir des connaissances précieuses sur le secteur, et leur a offert un accès à des conférenciers inspirants et à des tables rondes interactives, favorisant l'échange d'idées novatrices et la réflexion sur l'avenir du tourisme autochtone.

Le congrès incluait un marché animé célébrant le savoir-faire des artisans locaux. En soirée, une vitrine et réception a offert un moment de partage et de célébration des réussites. Les participants ont eu l'occasion de réseauter avec des opérateurs touristiques de toute la province. Des prestations artistiques locales ont, quant à elles, mis en lumière les talents autochtones et la richesse de la culture autochtone au Manitoba.

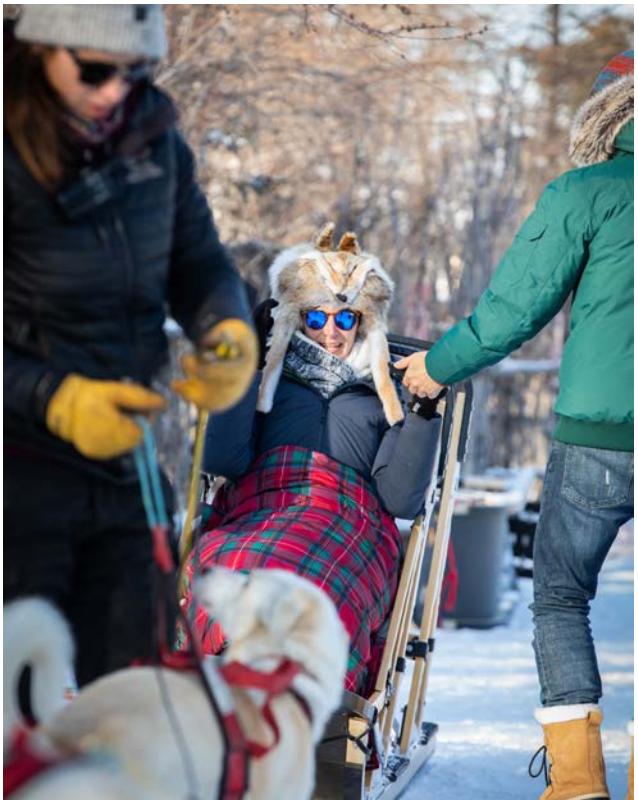




MANITO AHBEE FESTIVAL, WINNIPEG



NONSUCH BREWING, WINNIPEG



WAPUSK ADVENTURES, CHURCHILL



MANITOBA INDIGENOUS CULTURAL EDUCATION CENTRE, WINNIPEG



WHITEHELL PETROFORMS, SEVEN SISTERS FALLS

Nouveau-Brunswick

Cette année, l'Indigenous Tourism Association of New Brunswick (ITANB) a renforcé sa capacité opérationnelle avec l'arrivée de deux nouveaux membres clés au sein de son équipe. Mme Alishia Hansen-Collette a été embauchée à titre d'adjointe de projet, mettant à profit son expertise pour soutenir le nombre croissant de projets touristiques autochtones dans la province. Mme Siquin Bear, membre de l'ITANB et spécialiste de l'événementiel, a pour sa part assumé le rôle de planificatrice d'événements, apportant son leadership à plusieurs initiatives provinciales à venir.

La participation de Mme Tara Saunders, directrice du développement des affaires de l'ATAC, à l'assemblée générale annuelle de l'ITANB témoigne du partenariat étroit entre l'association nationale et les organisations provinciales. Cette présence a permis de renforcer l'alignement stratégique entre les priorités régionales du Nouveau-Brunswick et les cadres nationaux de développement et de marketing de l'ATAC, consolidant ainsi une approche collaborative pour développer le tourisme autochtone dans la province.





ELSIPOGTOG MI'KMAQ CULTURAL CENTER, ELSIPOGTOG FIRST NATION



GREY ROCK ENTERTAINMENT CENTRE, EDMUNDSTON



JENNA'S NUT FREE DESSERTERY, FREDERICTON

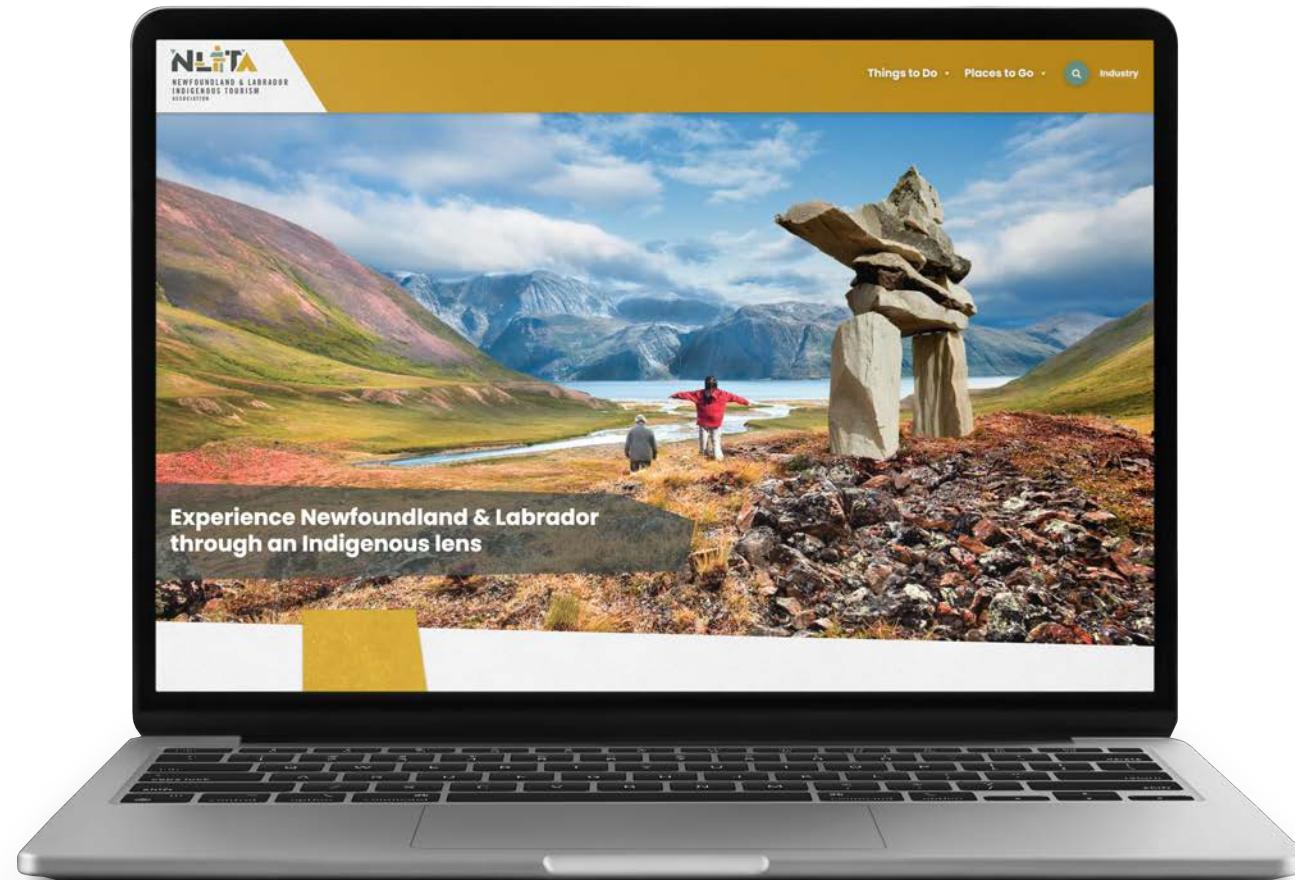


SAINT MARTINS SEA CAVES, SAINT MARTINS

Terre-Neuve-et-Labrador

La Newfoundland and Labrador Indigenous Tourism Association (NLITA) a atteint des jalons majeurs cette année, renforçant sa présence et son impact à l'échelle provinciale et au-delà. L'association a soutenu plus de 100 entrepreneurs autochtones grâce à un accompagnement en développement des affaires fondé sur les valeurs culturelles, contribuant au renforcement de l'offre touristique et à la prospérité économique durable des communautés autochtones.

La NLITA a activement promu les expériences autochtones en participant à trois salons touristiques internationaux, à un congrès national des médias et à deux événements provinciaux grand public visant à stimuler les voyages locaux. Dans une optique de rayonnement international, l'association a également accueilli 31 représentants internationaux des médias et du réseau de distribution dans le cadre de tournées de familiarisation immersives axées sur la culture autochtone, ouvrant de nouvelles voies pour la mise en valeur des récits, le développement de partenariats et l'expansion des marchés.





ROYAL INN & SUITES, HAPPY VALLEY-GOOSE BAY



BIG LAND FISHING LODGE AND TOURS, PINWARE



COASTAL SOAPWORKS, CHARLOTTETOWN



UNDER THE STUMP, ROCKY HARBOUR



POLLEN NATION FARM, LITTLE RAPIDS

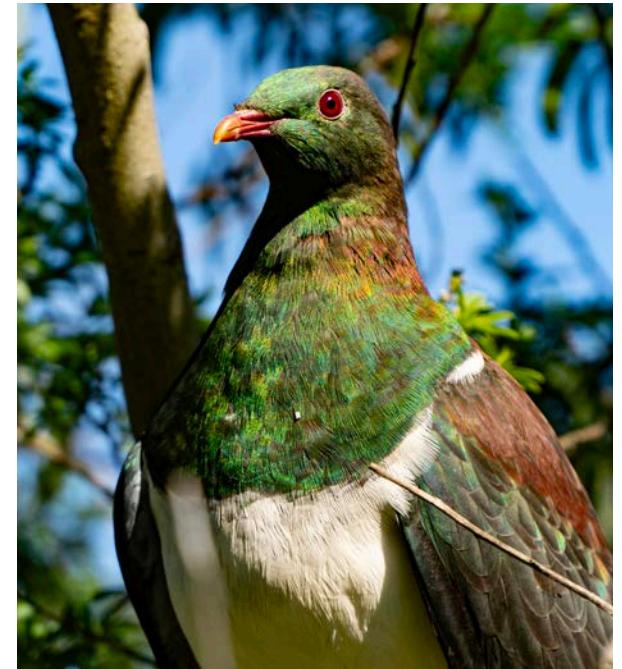


SECRET COVE BREWING COMPANY, PORT AU PORT

Nouvelle-Écosse

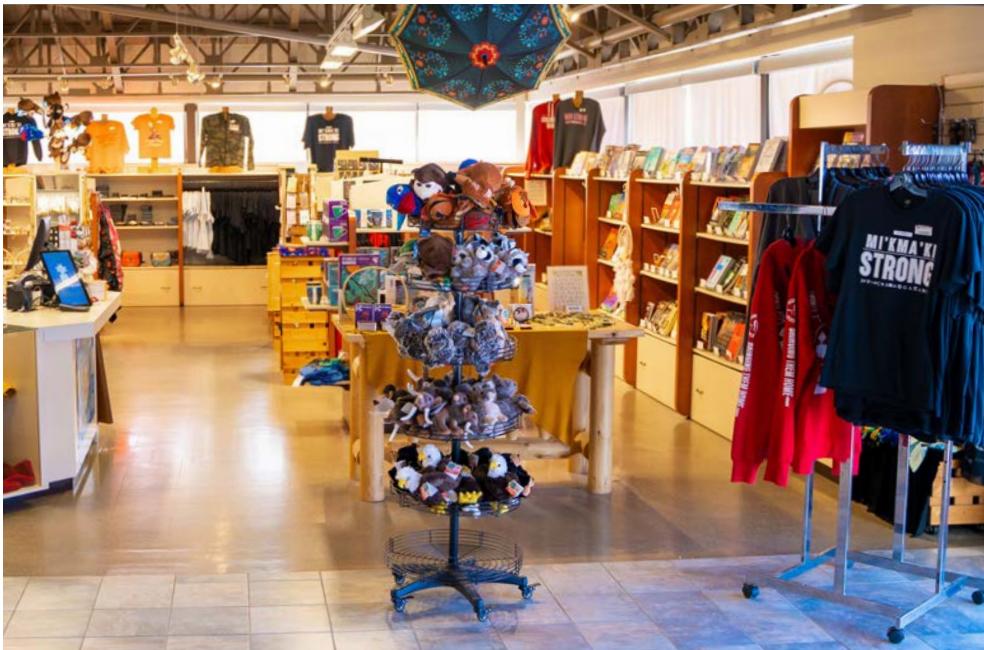
En novembre 2024, des opérateurs touristiques autochtones de la Nouvelle-Écosse ont participé à une mission sur les bonnes pratiques en Aotearoa (Nouvelle-Zélande), organisée par l'ATAC en collaboration avec New Zealand Māori Tourism. Ce voyage a favorisé des échanges enrichissants avec des chefs de file maoris, l'exploration d'expériences culturelles maories authentiques et un partage de savoirs avec des représentants du secteur touristique néo-zélandais.

Cette mission a permis aux délégués d'étudier des modèles en matière de préservation culturelle, de développement durable et de collaboration intergouvernementale, et d'en tirer des enseignements précieux à transposer dans le contexte du tourisme autochtone en pleine expansion en Nouvelle Écosse. Elle a également jeté les bases de l'adaptation de pratiques éprouvées de la Nouvelle-Zélande afin de renforcer le tourisme autochtone dans la province et au-delà.

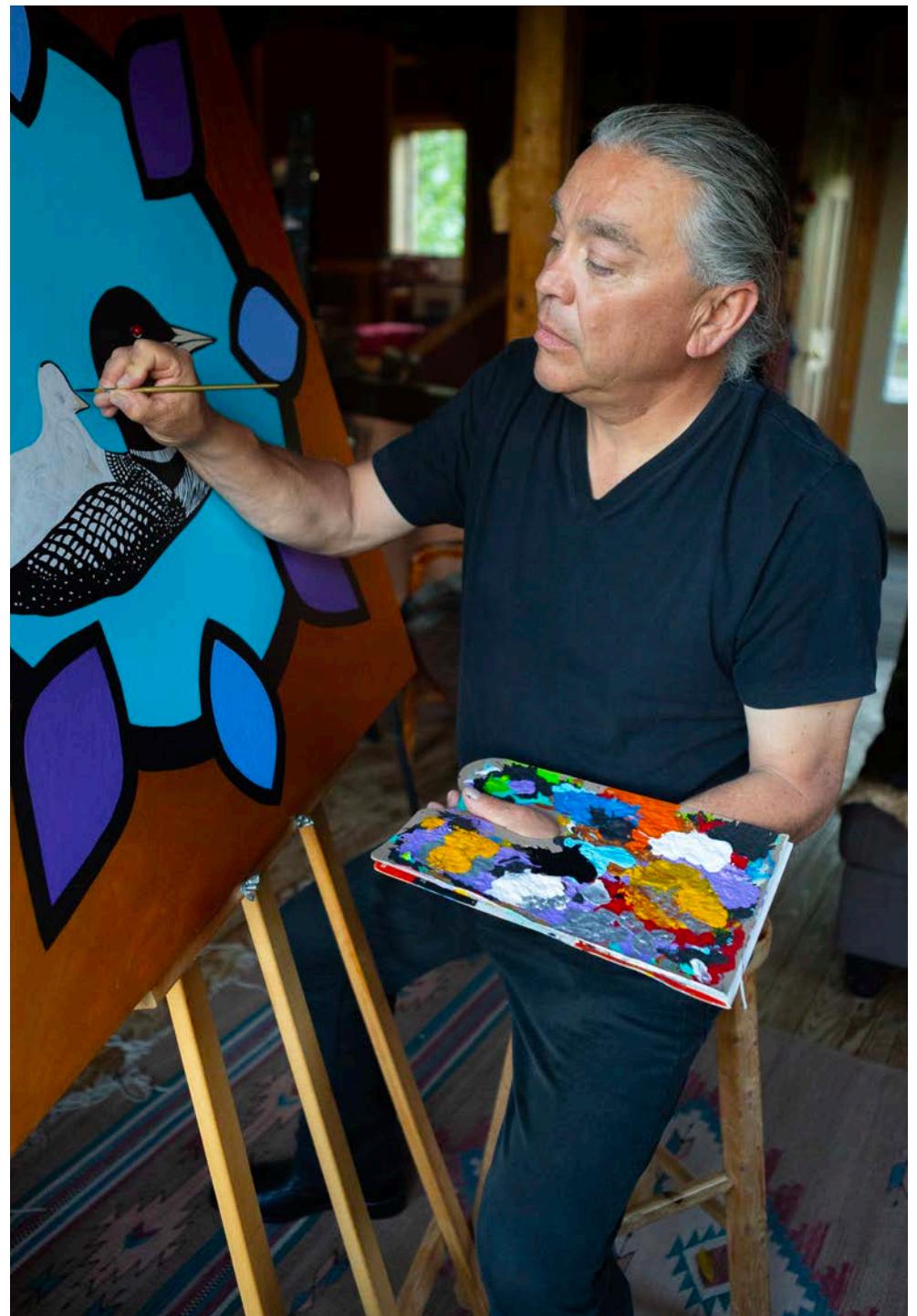




KLUSKAP RIDGE RV & CAMPGROUND, ENGLISHTOWN



MILLBROOK CULTURE & HERITAGE CENTRE, MILLBROOK FIRST NATION



LORNE JULIEN ARTIST GALLERY, MILLBROOK FIRST NATION

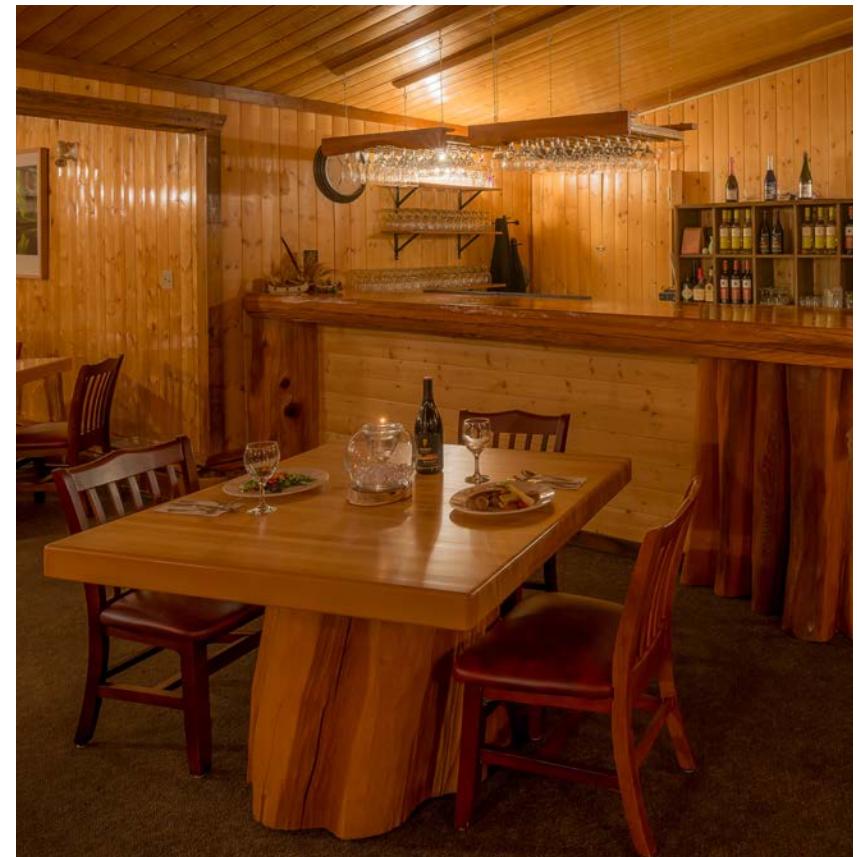
Territoires du Nord-Ouest

Les opérateurs touristiques autochtones des Territoires du Nord-Ouest ont continué à faire preuve d'une résilience remarquable tout au long de l'année 2024. Malgré les défis persistants posés par les conditions climatiques, les entrepreneurs ont rebâti leurs infrastructures, bonifié leurs offres et maintenu leur engagement à partager leur culture et à accueillir les visiteurs.

Cette détermination témoigne de la force et de l'adaptabilité des communautés autochtones, démontrant que même face à des perturbations importantes, l'esprit d'hospitalité du Nord perdure. Grâce aux efforts de ces opérateurs, les Territoires du Nord-Ouest demeurent une destination de choix pour vivre des expériences culturelles authentiques.



NARWHAL NORTHERN ADVENTURES, YELLOWKNIFE



AURORA VILLAGE, YELLOWKNIFE



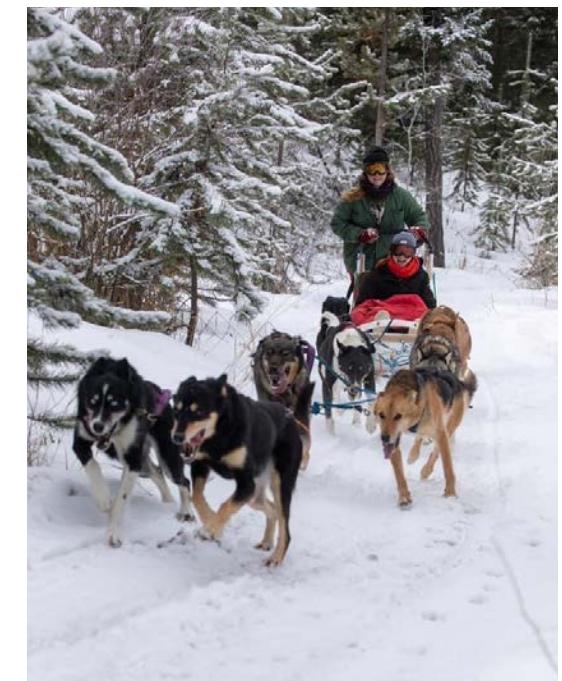
FRONTIER LODGE, LUTSELK'E



B. DENE ADVENTURES, YELLOWKNIFE



AURORA TOURS, YELLOWKNIFE



ENODAH WILDERNESS TRAVEL, YELLOWKNIFE

Nunavut

Le congrès annuel et l'AGA de Travel Nunavut se sont tenus du 13 au 15 novembre à l'hôtel et centre de congrès Aqsarniit. Au cours de ces deux journées, 50 membres, partenaires et représentants gouvernementaux se sont réunis pour assister à des présentations et participer à des discussions sur l'avenir du tourisme dans l'Arctique canadien.

L'un des points saillants du congrès a été un échange constructif entre les membres et l'honorable Soraya Martinez Ferrada, ministre fédérale du Tourisme, sur les défis particuliers auxquels fait face le tourisme dans l'Arctique et au Nunavut, notamment en matière d'infrastructures, de services aériens et d'assurance.

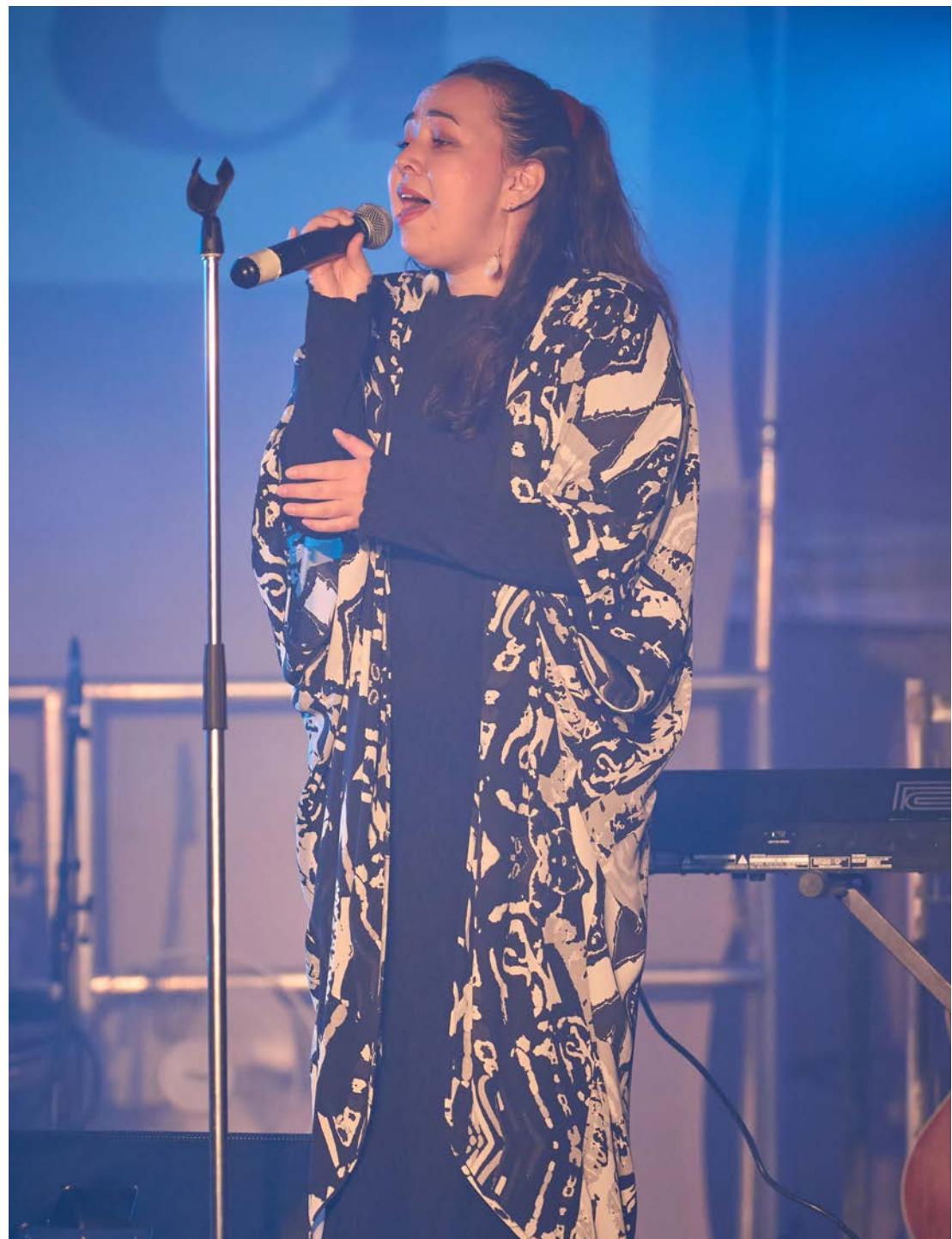




SIJJAKKUT, IQALUIT



TAVANNI HOTEL, WHALE COVE



ALIANAIT ENTERTAINMENT GROUP, IQALUIT / © VINCENT DESROSIERS

Ontario

En novembre 2024, aaniin a ouvert le tout premier grand magasin éphémère au Canada détenu à 100 % par des Autochtones, au Eaton Centre de Toronto. Soutenue par l'ATAC, cette initiative novatrice a réuni plus de 40 marques autochtones dans un espace de vente de 6 500 pieds carrés pendant la période d'achat du temps des Fêtes.

Fondé par l'entrepreneure anishinaabe Chelsee Pettit, de la Première Nation d'Aamjiwnaang, aaniin a présenté une sélection soigneusement choisie de vêtements, de bijoux, de produits de beauté, d'accessoires, d'articles pour la maison et d'œuvres d'art de créateurs autochtones de tout le Canada.

Ce projet reflète l'engagement de l'ATAC en faveur de la souveraineté économique et de l'entrepreneuriat autochtone. En offrant une vitrine de premier plan pour les marques autochtones dans l'un des centres commerciaux les plus fréquentés du pays, l'initiative a contribué à transformer les perceptions et à encourager les consommateurs à investir dans la créativité autochtone.





SIX NATIONS TOURISM, OHSWEKEN



THRIVE TOURS, SAULT STE. MARIE



MI'KMAQ WOODEN ART, OTTAWA



LIL CROW CABINS & PODS, TYENDINAGA MOHAWK TERRITORY



TEA HORSE TEAS, THUNDER BAY



VOYAGEUR WILDERNESS, ATIKOKAN

Île-du-Prince-Édouard

Indigenous PEI (IPEI) a démontré un leadership remarquable cette année, en organisant le Sommet atlantique du tourisme autochtone 2024 et en obtenant une reconnaissance nationale aux Prix Tourisme Autochtone de l'ATAC.

IPEI a lancé sa série sur le développement du tourisme autochtone, offrant à ses membres des formations en personne, des ateliers pratiques et des occasions de collaboration afin de soutenir leur croissance en tant qu'opérateurs touristiques, artisans et entrepreneurs.

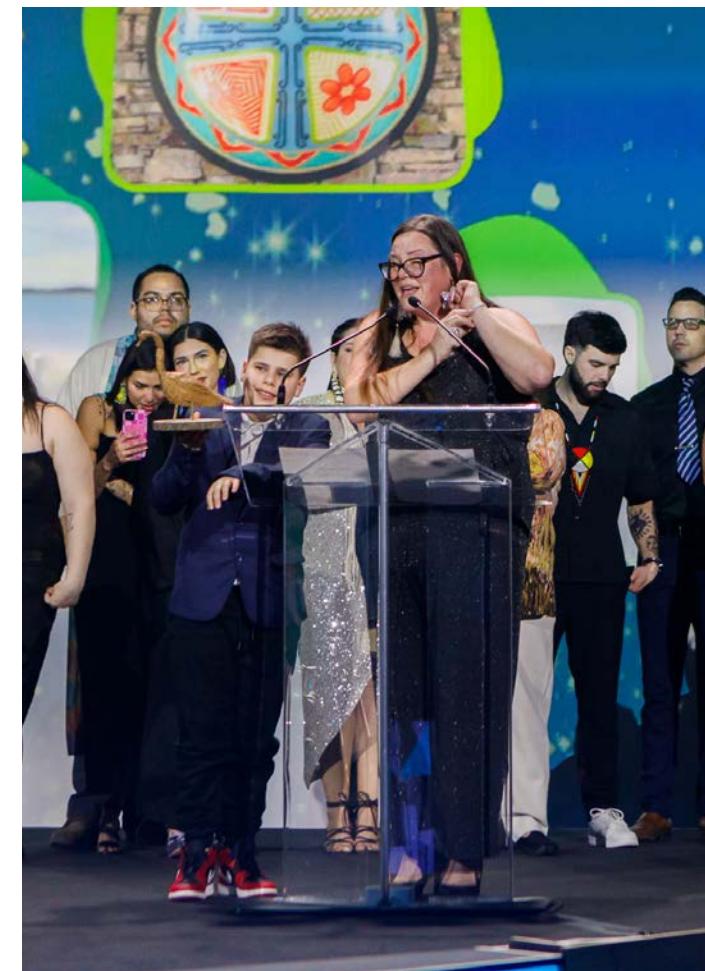
Sommet atlantique du tourisme autochtone 2024

En octobre, IPEI a réuni des chefs de file autochtones, des opérateurs touristiques et des partenaires à l'Île-du-Prince-Édouard à l'occasion du Sommet atlantique du tourisme autochtone. Ce rassemblement de deux jours a favorisé des échanges et suscité des discussions enrichissantes sur le développement du tourisme autochtone dans la région.



Association provinciale/territoriale de l'année

Lors des Prix Tourisme Autochtone 2025 de l'ATAC, IPEI a été désignée Association provinciale/territoriale de l'année, en reconnaissance de son travail exceptionnel en lien avec les quatre piliers de l'ATAC : leadership, partenariat, développement et marketing.





EXPERIENCE LENNOX ISLAND, LENNOX ISLAND



EXPERIENCE LENNOX ISLAND, LENNOX ISLAND



INDIGENOUS PEI, CHARLOTTETOWN



INDIGENOUS PEI, CHARLOTTETOWN



INDIGENOUS PEI, CHARLOTTETOWN

Québec

Tourisme Autochtone Québec (TAQ) a renforcé son rôle de catalyseur du tourisme autochtone au cours d'une année marquée par des initiatives stratégiques et une visibilité accrue.

Développement des affaires

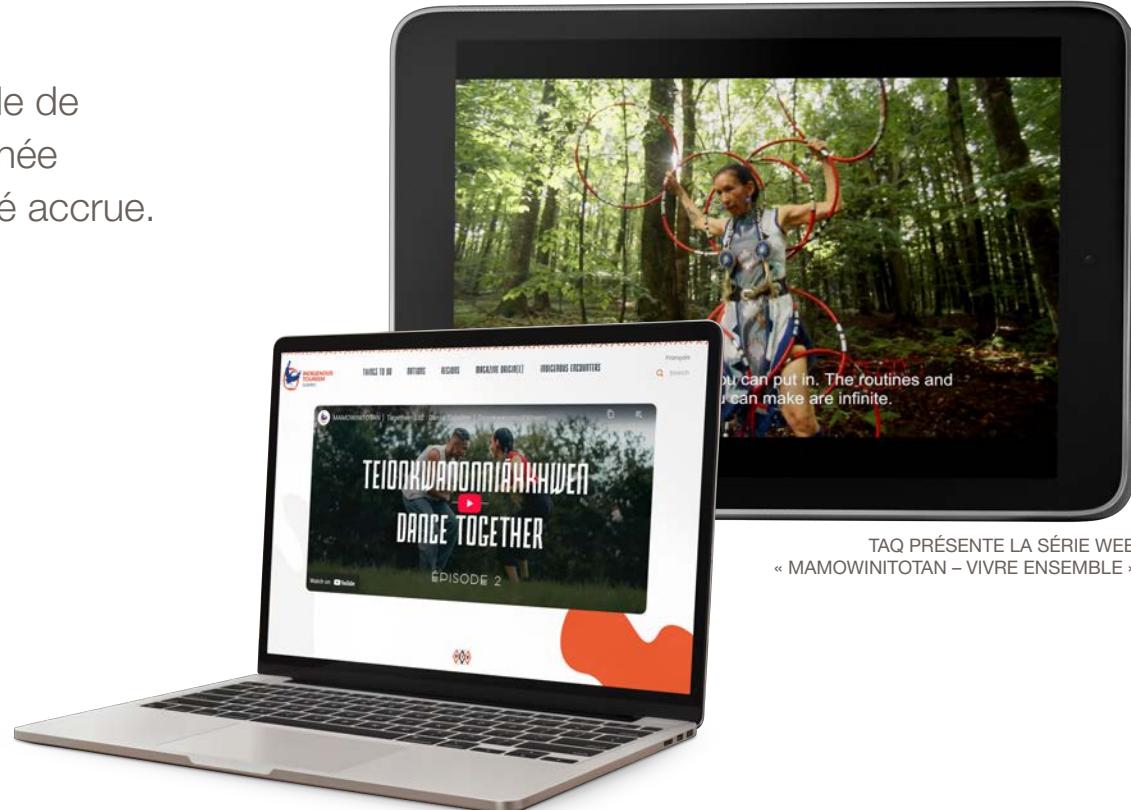
Plus de 120 entreprises ont bénéficié d'un soutien, avec 30 projets financés dans le cadre du Programme de croissance du tourisme et 28 initiatives incubées au sein de l'incubateur-accélérateur nordique. La stratégie Geiteget a généré des résultats importants, notamment une mission d'échange de savoirs en Nouvelle-Zélande et une présentation des recherches au Congrès international du tourisme autochtone à Montréal, où le Québec a eu l'honneur d'être co-hôte de l'événement.

Marketing et sensibilisation

Des campagnes de sensibilisation comme « Mamowinitotan – Vivre ensemble » ont permis de rejoindre plus de 500 000 personnes. Les séances de formation Aashukan sur les réalités autochtones en contexte touristique ont continué à renforcer un écosystème conscient et actif.

Engagement commercial international

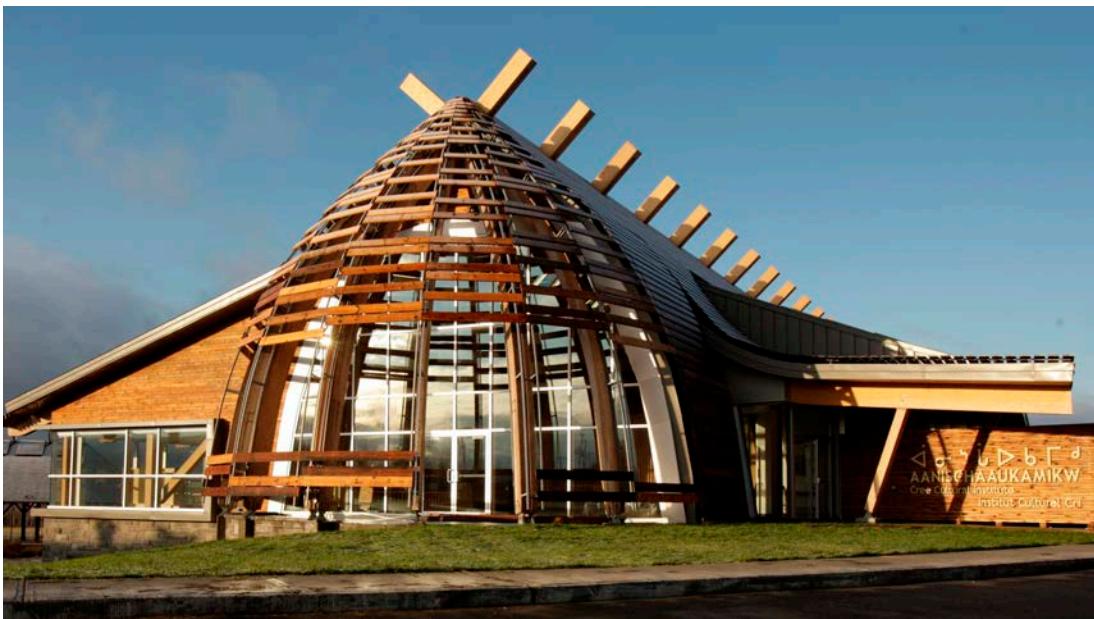
En participant à plus de 10 salons commerciaux internationaux, TAQ a renforcé la visibilité du secteur tout en poursuivant sa mission de soutenir les entrepreneurs autochtones et de promouvoir des expériences authentiques, ancrées dans l'identité.



TAQ PRÉSENTE LA SÉRIE WEB
« MAMOWINITOTAN – VIVRE ENSEMBLE »



TAQ, HÔTE DU CONGRÈS INTERNATIONAL DU TOURISME AUTOCHTONE 2025 À MONTRÉAL



INSTITUT CULTUREL CRI, OUJÉ-BOUGOUMOU



KAHNAWAKE BREWING, KAHNAWAKE



MUSÉE ILNU DE MASHTEUIATSH, MASHTEUIATSH



KAHNAWAKE POW WOW, KAHNAWAKE



TOURISME NUNAVIK, KUJJUAQ



AVENTURES ARCTIQUES, BAIE-D'URFÉ

Saskatchewan

Les membres de l'ATAC en Saskatchewan ont obtenu une reconnaissance internationale cette année, avec deux opérateurs se distinguant par leurs réalisations remarquables.



Ordre du Mérite de la Saskatchewan

Le 19 juin 2024, M. Floyd Favel de Miyawata Culture a été décoré de l'Ordre du Mérite de la Saskatchewan, la plus grande distinction de la province, honorant l'excellence et les réalisations exceptionnelles. Miyawata Culture, membre de l'ATAC, a également bénéficié d'un financement par le biais du volet micro et petites entreprises du Fonds pour le tourisme autochtone



Série Alone

Mme Michela Carrière, d'Aski Holistic Adventures, figurait parmi les dix participants de la saison 11 de la célèbre série de survie Alone diffusée sur la chaîne HISTORY. Sa présence, en tant qu'Autochtone sur la scène internationale, a été particulièrement inspirante. Tout au long de l'émission, elle a puisé avec force dans ses connaissances traditionnelles et sa culture. Aski Holistic Adventures détient l'accréditation l'Original Original.



ASKI HOLISTIC ADVENTURES
RECONNECT WITH NATURE



WANUSKEWIN HERITAGE PARK, SASKATOON



THE LOCAL ADVENTURE COMPANY, SASKATOON



CREE NORTH ADVENTURES, MEADOW LAKE



CAMP GRAYLING, STONY RAPIDS



ASKI HOLISTIC ADVENTURES, CUMBERLAND HOUSE



DAKOTA DUNES RESORT, WHITECAP



PEMISKA TOURISM, DUCK LAKE

Yukon

En septembre 2024, la Yukon First Nations Culture & Tourism Association (YFNCT) a organisé une tournée de familiarisation pour les médias internationaux, en partenariat avec Destination Canada et l'ATAC. Cette tournée d'une semaine a permis à des journalistes du Canada, de France, du Japon et de la Corée du Sud de vivre une expérience immersive, explorant le tourisme autochtone à travers le territoire.

Les participants ont visité Whitehorse, Dawson City, Carcross et Haines Junction, où ils ont pu découvrir les opérateurs touristiques autochtones et les expériences culturelles suivants :

- » Fort Selkirk avec Tutchone Tours
- » Dänojà Zho Cultural Centre
- » Atelier de sculpture à Carcross
- » Observation des aurores boréales à Dawson City et Whitehorse

La tournée a mis en lumière le riche patrimoine culturel et la diversité des expériences touristiques au Yukon.





FISHWHEEL CHARTERS, DAWSON CITY



GRANDMA TREESAW'S BANNOCK, WHITEHORSE



NORTHERN NOMAD OUTDOORS, WHITEHORSE



ADAKA CULTURAL FESTIVAL, WHITEHORSE



LONG AGO PEOPLES PLACE, CHAMPAGNE

ITAC Team





MOON GATE GUEST HOUSE, MB

Association touristique autochtone du Canada

CONSEIL D'ADMINISTRATION



Marilyn Jensen
PRÉSIDENTE,
REPRÉSENTANTE
DU YUKON



Brenda Holder
VICE-PRÉSIDENTE,
REPRÉSENTANTE
DE L'ALBERTA



**Jason W.
Johnston**
SECRÉTAIRE,
REPRÉSENTANT
DE L'ONTARIO



Kelly Fiddler
TRÉSORIER,
REPRÉSENTANT
DE LA SASKATCHEWAN



David Daley
REPRÉSENTANT
DU MANITOBA



Sheila Flaherty
REPRÉSENTANTE
DU NUNAVUT



Marlene Joudry
REPRÉSENTANTE
DE LA NOUVELLE-
ÉCOSSE



**Marie-Pierre
Lainé**
REPRÉSENTANTE
DU QUÉBEC



**Colleen
Lambert**
REPRESENTING
NEWFOUNDLAND
& LABRADOR



**James
McPherson**
REPRÉSENTANT
DES TERRITOIRES
DU NORD-OUEST



Dave Smith
REPRÉSENTANT
DU NOUVEAU-
BRUNSWICK



Jamie Thomas
REPRÉSENTANTE
DE L'ÎLE-DUPRINCE-
ÉDOUARD



PERSONNEL



Keith Henry
PRÉSIDENT
DIRECTEUR
GÉNÉRAL



**Sébastien
Desnoyers-
Picard**
VICE-PRÉSIDENT



Brady Smith
DIRECTEUR
STRATÉGIE



Cecilia Point
DIRECTRICE DES
FINANCES ET DES
OPÉRATIONS



**Tamara
Littlelight**
DIRECTRICE
MARKETING



Teresa Ryder
DIRECTRICE DES
PARTENARIATS



Tara Saunders
DIRECTRICE DU
DÉVELOPPEMENT
DES AFFAIRES



Joe Hidayat
CONTÔLEUR
FINANCIER



**Samantha
Bradley**
GESTIONNAIRE DE
L'ENGAGEMENT
PROVINCIAL ET
TERRITORIAL



Michelle Brown
COORDONNATRICE
DU SOUTIEN AUX
ENTREPRISES



Zane Buchanan
GESTIONNAIRE DE
CONTENU CRÉATIF



Sherry Daniels
ADJOINTE
ADMINISTRATIVE



Melanie Fraser
GESTIONNAIRE
DE L'ENGAGEMENT
DE L'INDUSTRIE



Jordan George
COORDONNATEUR
DES FINANCES ET
DES OPÉRATIONS



Manpreet Kaur
COMPTABLE



Markus Kruse
GESTIONNAIRE
DES VENTES ET
DU RÉSEAU DE
DISTRIBUTION



Sheldon McRae
GESTIONNAIRE DES
COMMUNICATIONS
CORPORATIVES



Allison Modin
GRAPHISTE



Tracey Pascal
COORDONNATRICE
DU DÉVELOPPEMENT



Ryan Rogers
GESTIONNAIRE DES
COMMUNICATIONS



Angela Ryder
GESTIONNAIRE
DE PROJETS



Breanna Thomas
COORDONNATRICE
DE L'ENGAGEMENT
DE L'INDUSTRIE



April Thompson
COORDONNATRICE
DES ÉVÉNEMENTS



**Craig van der
Merwe**
CONSEILLER
TECHNIQUE





ADÄKA CULTURAL FESTIVAL, YT

ASSOCIATION TOURISTIQUE AUTOCHTONE DU CANADA

8e étage, 333 rue Seymour
Vancouver C.-B., V6B 5A7

Sans frais : + 1-888-803-ITAC (4822)
Local : + 1-604-351-1028
Courriel : info@IndigenousTourism.ca

IndigenousTourism.ca

