



INITIATIVE DE COLLECTE DE RENSEIGNEMENTS SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL D'ITA



CONTEXTE ACTUEL : La pandémie de COVID-19 bouleverse les acquis

En 2018, l'industrie touristique autochtone de l'Alberta comptait au moins 125 entreprises.

Après une période de croissance de cinq ans, l'industrie touristique autochtone du Canada comptait 39 000 employés et générait 1,86 milliard de dollars en contribution directe au produit intérieur brut (PIB) en 2019.

En 2020, le secteur du tourisme autochtone du Canada a connu un recul de 65,9 % de la contribution directe au PIB (réduite à 555 millions de dollars), ainsi qu'une baisse de 59,4 % de l'emploi (réduite à 14 624 emplois) par rapport à l'année 2019 en raison des répercussions de la pandémie de COVID-19 sur le tourisme mondial.

CONTEXTE ACTUEL : La pandémie de COVID-19 bouleverse les acquis

Stock des entreprises de l'Association touristique autochtone du Canada par domaine de secteur du tourisme et région (2019)	ALBERTA
Hébergement	15
Arts et patrimoine	62
Aliments et boissons	5
Jeux	5
Autres	3
Loisirs et activités en plein air	12
Transport	1
Commerce de détail	22
Total	125
Source : Conference Board du Canada (2019)	

Indicateurs de croissance	2014	2019	2020
Emplois	33 100	39 000	14 624
PIB	1,4 G\$	1,86 G\$	555 M\$
Entreprises prêtes à l'exportation	65	130	S.O.
Source : ATAC (2021)			

RÉSUMÉ DES PRINCIPALES OBSERVATIONS

- Il existe une perception selon laquelle il faut rendre plus cohérents les efforts déployés pour mieux faire connaître les possibilités d'emploi du secteur du tourisme auprès des Autochtones.
- Des facteurs économiques et sociaux pressants dissuadent les jeunes Autochtones de chercher un emploi auprès des entreprises à vocation touristique situées à l'extérieur de leur communauté locale ou aux attraits touristiques ruraux de l'Alberta.
- Les obstacles les plus importants au recrutement et à l'embauche de candidats autochtones potentiels au sein du secteur du tourisme sont les lacunes en matière d'accès aux moyens de transport ainsi que le manque de compétences spécialisées.
- Les grands exploitants (comme les hôtels et les centres de villégiature, ainsi que les parcs et les attraits touristiques patrimoniaux) ont réussi à attirer des talents et à maintenir en poste leur main-d'œuvre en offrant des incitatifs, tels que le service de navette des employés, les garderies sur place et les logements saisonniers.

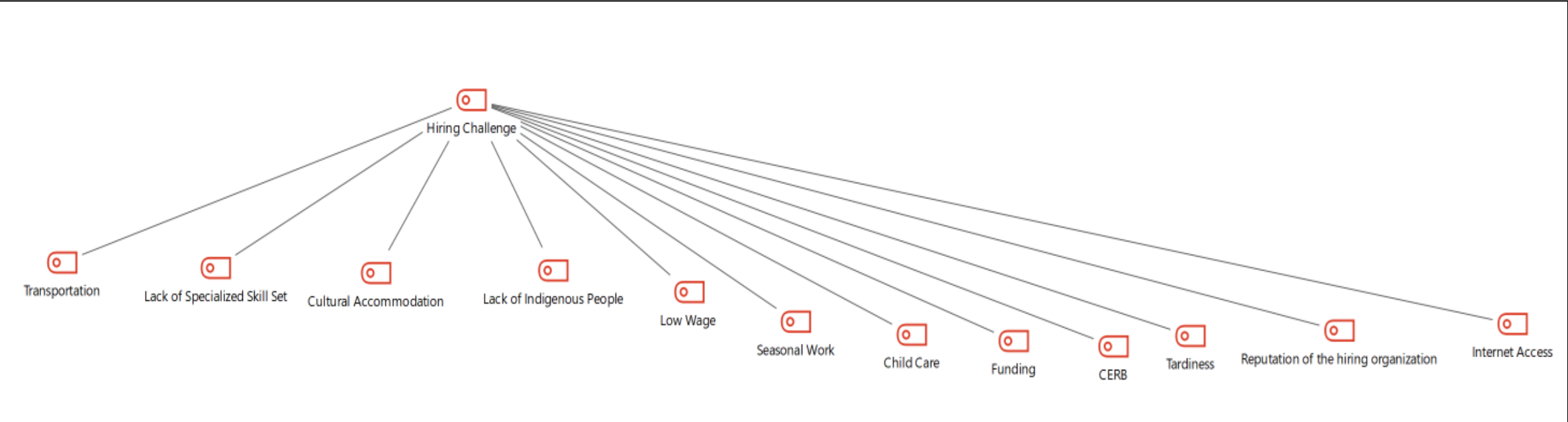


RÉSUMÉ DES PRINCIPALES OBSERVATIONS

- Les exploitants d'entreprises observent actuellement une augmentation du nombre des visiteurs internationaux dans la province à la recherche d'expériences culturelles et touristiques autochtones ainsi que de produits culturels.
- Les exploitants d'entreprises touristiques de l'Alberta se sont empressés d'adopter des plateformes en ligne afin d'atteindre leurs nouveaux clients en offrant des événements, des causeries, des visites guidées et des activités éducatives par Internet ou en étendant leur présence sur le marché du détail par l'entremise du commerce en ligne.
- Au cours des périodes de confinement, les peuples autochtones sont « revenus à leurs racines » en participant à leurs activités communautaires et culturelles par l'entremise de plateformes et de contenu en ligne.
- Les réseaux informels, les partenariats et les collaborations constituent les méthodes privilégiées pour promouvoir le secteur local du tourisme comme un endroit où travailler et apprendre.



DIFFICULTÉS LIÉES À L'EMBAUCHE



DIFFICULTÉS LIÉES À L'EMBAUCHE

1. PROXIMITÉ RELATIVE AUX EMPLOYEURS

Un manque d'accès au transport public et personnel a été mentionné comme étant un grand obstacle à la recherche de possibilités d'emploi et à leur accès.

2. CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES SPÉCIALISÉES

Les employeurs ont indiqué qu'ils ont souvent besoin d'employés qui possèdent des compétences hautement spécialisées ainsi que des connaissances culturelles et historiques.

3. ACCOMMODEMENT CULTUREL

Les chercheurs d'emploi autochtones de l'Alberta sont d'avis que l'absence de superviseurs et de pairs autochtones et la perception d'un manque d'inclusion dans ce milieu de travail constituent des facteurs importants.

DIFFICULTÉS LIÉES À L'EMBAUCHE

4. RÉMUNÉRATION

Les salaires perçus comme étant bas constituaient un élément dissuasif pour les candidats potentiels.

5. EMPLOI SAISONNIER

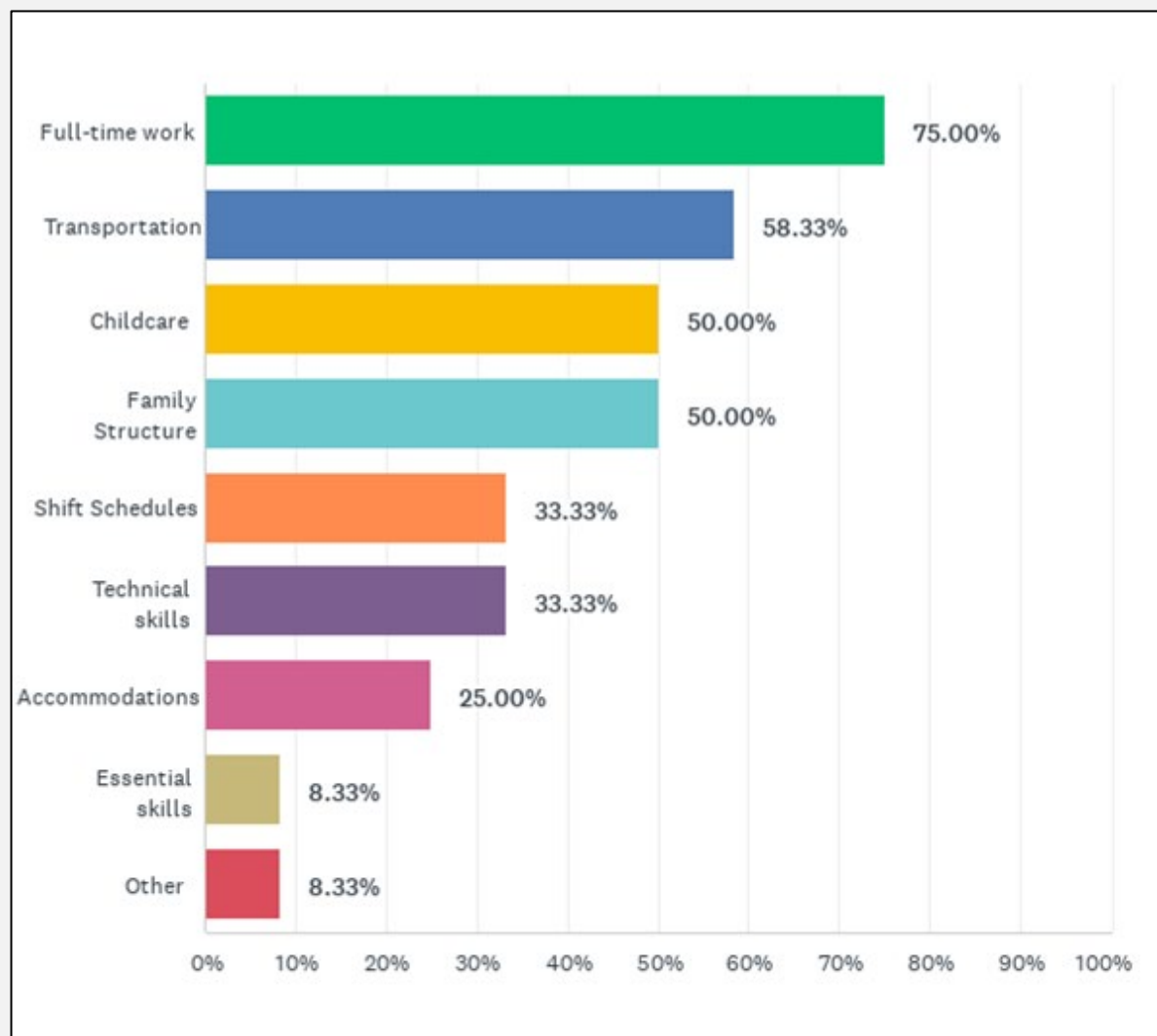
Les candidats potentiels considéraient que le caractère saisonnier de nombreuses possibilités d'emploi constituait un élément dissuasif pour eux.

Parmi les autres obstacles à l'emploi, mentionnons l'absence de services de garde disponibles et abordables et les fluctuations dans le financement et les mécanismes d'aide pour la création d'emploi.

DIFFICULTÉS LIÉES À L'EMBAUCHE

OBSTACLES À L'EMPLOI DANS LES ENTREPRISES TOURISTIQUES AUTOCHTONES

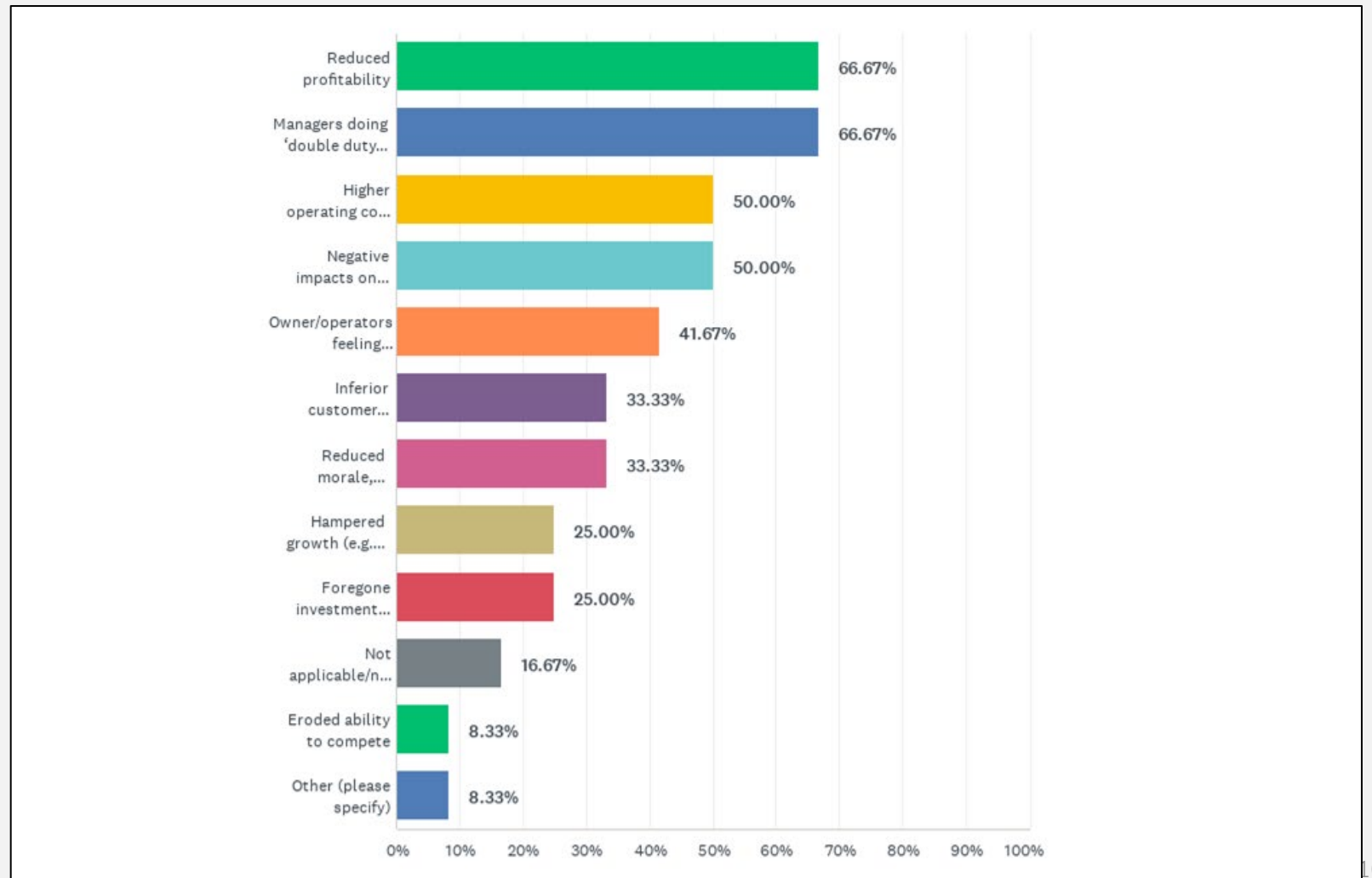
- Les séances des groupes de discussion et l'enquête menée par RH Tourisme Canada ont révélé des obstacles à l'emploi qui sont pratiquement identiques au sein de l'industrie du tourisme autochtone de l'Alberta.



DIFFICULTÉS LIÉES À L'EMBAUCHE

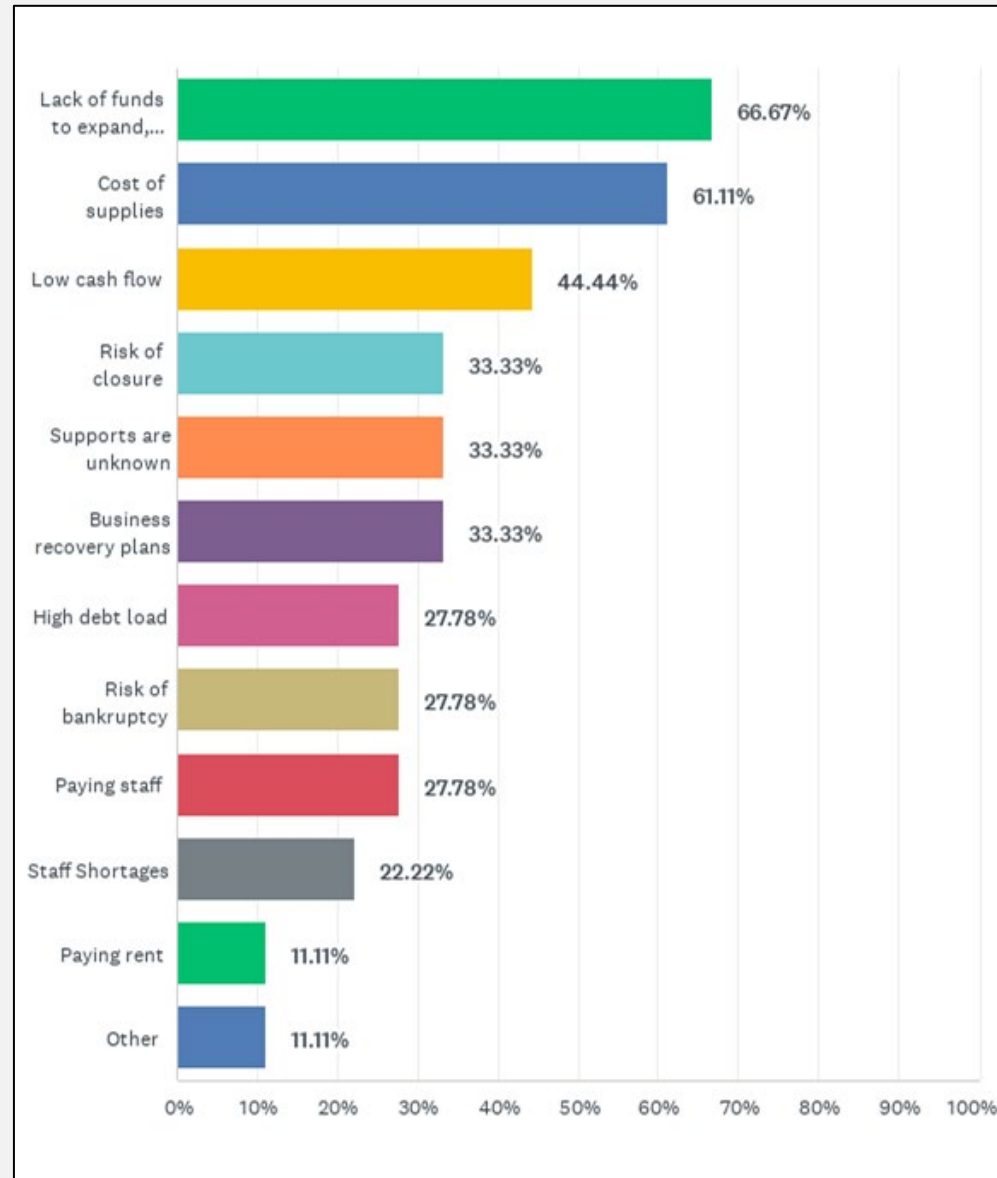
DÉFIS CAUSÉS PAR LES PÉNURIES DE MAIN-D'ŒUVRE

- Les pénuries de main-d'œuvre ont entraîné de nombreux défis pour les entreprises touristiques autochtones.

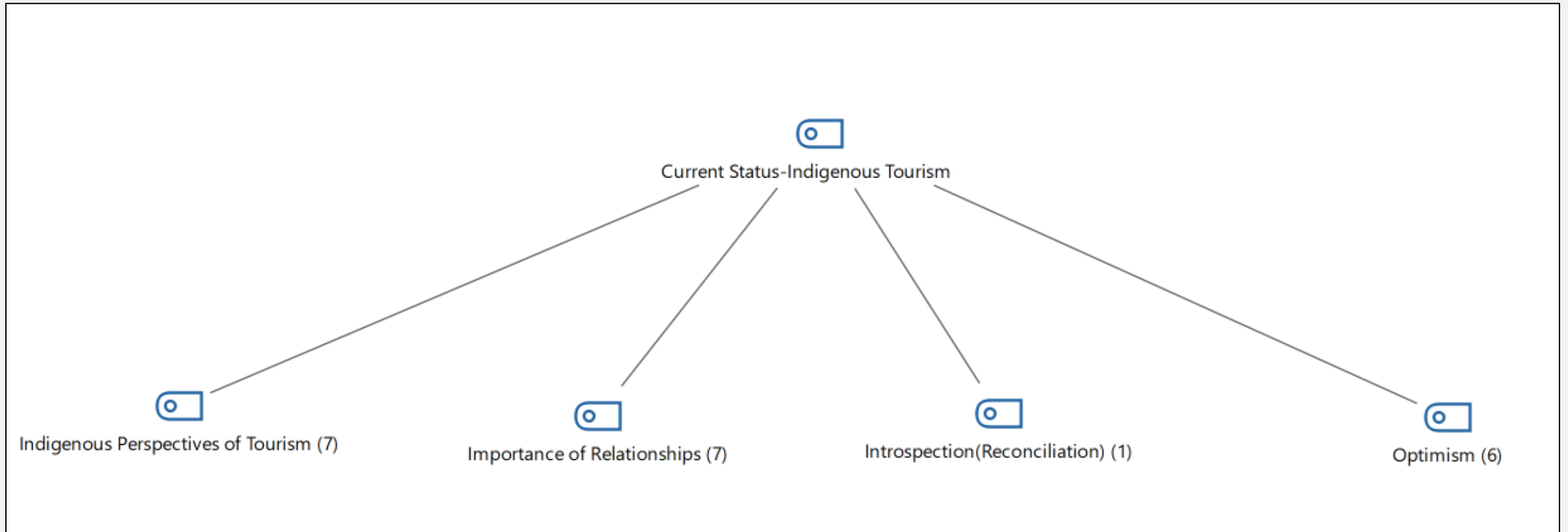


DÉFIS COMMERCIAUX

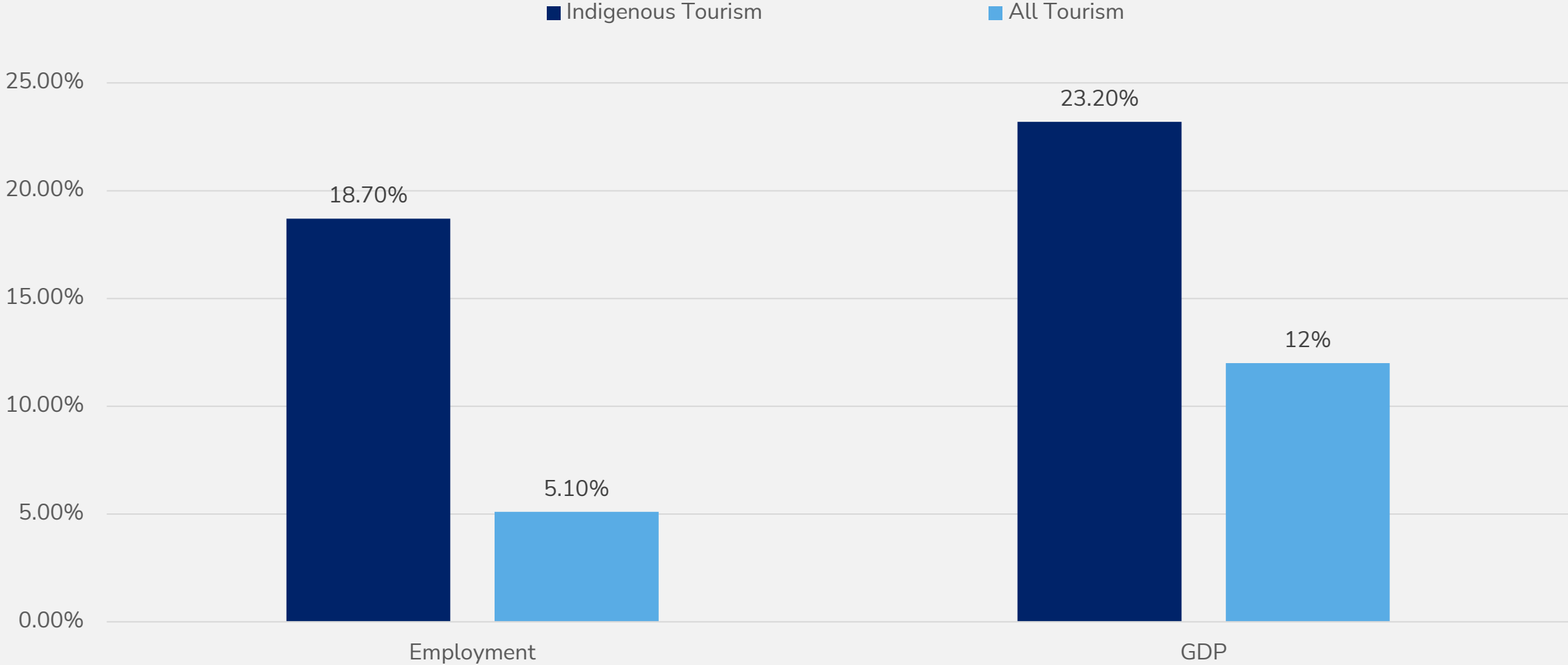
DÉFIS COMMERCIAUX PENDANT LA PANDÉMIE



THÈMES IMPORTANTS LIÉS AUX EFFORTS DE RELANCE



DONNÉES PROBANTES SOURCES D'OPTIMISME



RECOMMANDATIONS INITIALES

- Perfectionner des qualifications et des ensembles de compétences spécialisées afin de favoriser l'avancement professionnel au sein des industries du tourisme autochtone de l'Alberta.
- Travailler avec les intervenants locaux et provinciaux afin d'obtenir du financement et de trouver des solutions pour éliminer les obstacles liés au transport et offrir un meilleur accès aux lieux de travail touristiques ruraux.



RECOMMANDATIONS INITIALES

- Accroître les initiatives régionales de mentorat propres aux exploitants d'entreprises touristiques autochtones étant donné que l'échange d'idées et de connaissances est considéré comme étant un facteur de réussite clé au sein de l'industrie.
- Évaluer l'offre des possibilités de formation personnalisées propres aux domaines suivants :
 - L'innovation en entreprise, la numérisation et le commerce électronique.
 - Les compétences qui soutiennent l'emploi dans des rôles faisant intervenir la prise de parole en public et l'animation de groupes.





Coordonnées :

Shae Bird – Directeur général

shae@indigenoustourismalberta.ca

Mackenzie Brown – Directrice du développement
de l'industrie

mackenzie@indigenoustourismalberta.ca

www.indigenoustourismalberta.ca