

Bâtir une main-d'œuvre autochtone robuste

DESTINATION
INDIGENOUS



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



Présenté par



KEITH HENRY

Président-directeur général

Association touristique autochtone du Canada

 [Keith Henry](#)

 [@KeithHenryMetis](#)



Campagne sur la main d'œuvre




INDIGENOUS
CANADA



THE
ORIGINAL
ORIGINAL

Enquête d'opinion sur les perceptions des Autochtones au Canada vis-à-vis du tourisme – Points importants à retenir

Certaines tendances de haut niveau dans les réponses :

- *Les craintes concernant la perte intergénérationnelle des connaissances culturelles recoupent les préoccupations des jeunes selon lesquelles ils ne comprennent pas suffisamment leurs traditions et leur patrimoine pour représenter authentiquement leur culture aux visiteurs.*
- *Le tourisme est généralement considéré comme important pour les économies nationales et provinciales, et le tourisme autochtone en particulier est considéré comme important pour le bien-être des communautés ainsi que pour l'autonomie et l'autogouvernance des communautés autochtones.*

Enquête d'opinion sur les perceptions des Autochtones au Canada vis-à-vis du tourisme – Points importants à retenir

Certaines tendances de haut niveau dans les réponses :

- *Les personnes interrogées sont majoritairement (80 %) d'accord sur le fait que le tourisme autochtone leur permet d'apprendre et de pratiquer leur culture, leur langue et leurs traditions.*
- *Les choix les plus populaires parmi les répondants en matière d'emploi dans le tourisme étaient ceux d'animateurs d'activités de plein air, d'animateurs d'activités culturelles et d'entrepreneurs. Pour un travail à l'année (à temps partiel ou à plein temps), entrepreneur était le choix le plus populaire.*

Archétypes du travailleur du tourisme autochtone

Détenteurs du savoir

- *Membres respectés de la communauté qui peuvent enseigner les traditions culturelles, les langues et les histoires à ceux qui n'ont pas eu accès à la transmission intergénérationnelle.*
- *Trouveront probablement un effet social et un sens dans les emplois construits autour de ce partage de savoirs culturels au sein de leurs propres communautés.*

Archétypes du travailleur du tourisme autochtone

Chercheurs de savoir

- *Personnes qui estiment que leur savoir culturel est insuffisant pour travailler dans le tourisme autochtone, mais qui voient l'importance économique et sociale du secteur.*
- *Probablement attirées par un travail à la fois culturellement significatif et financièrement gratifiant.*

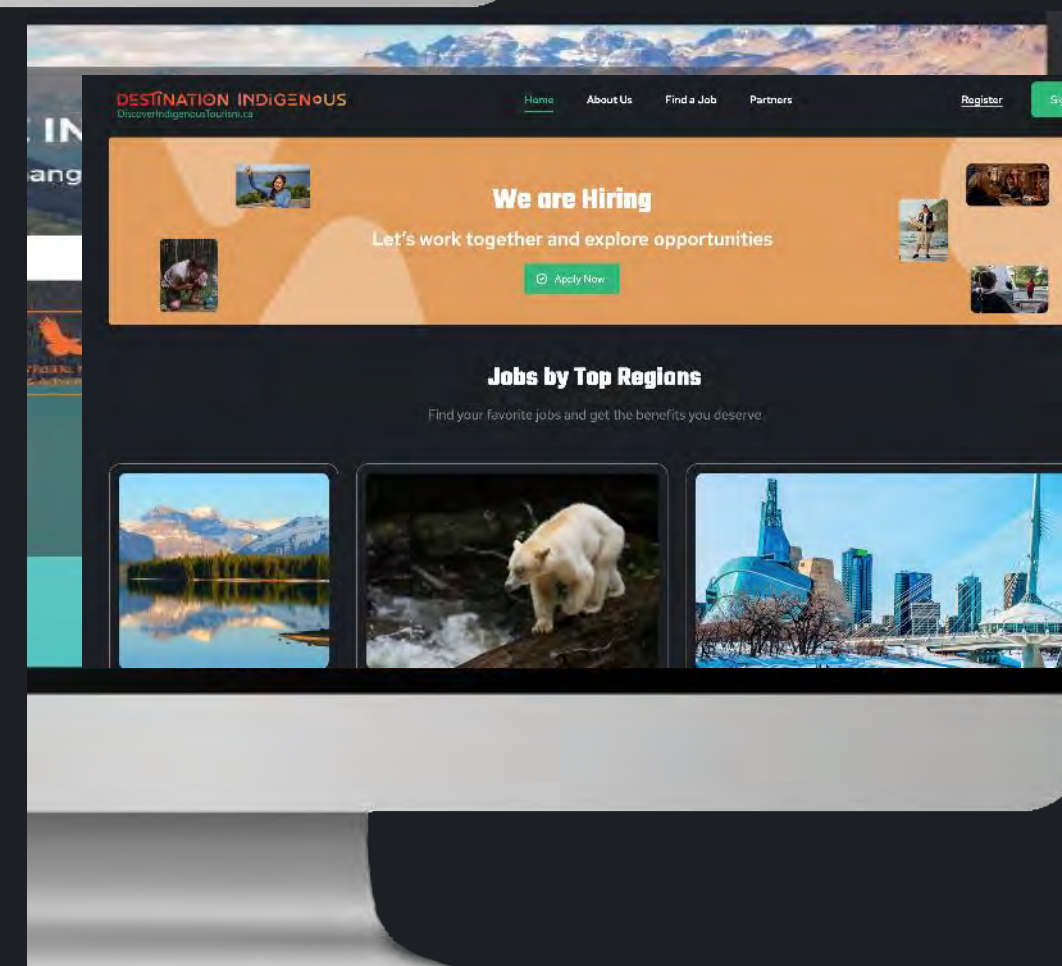
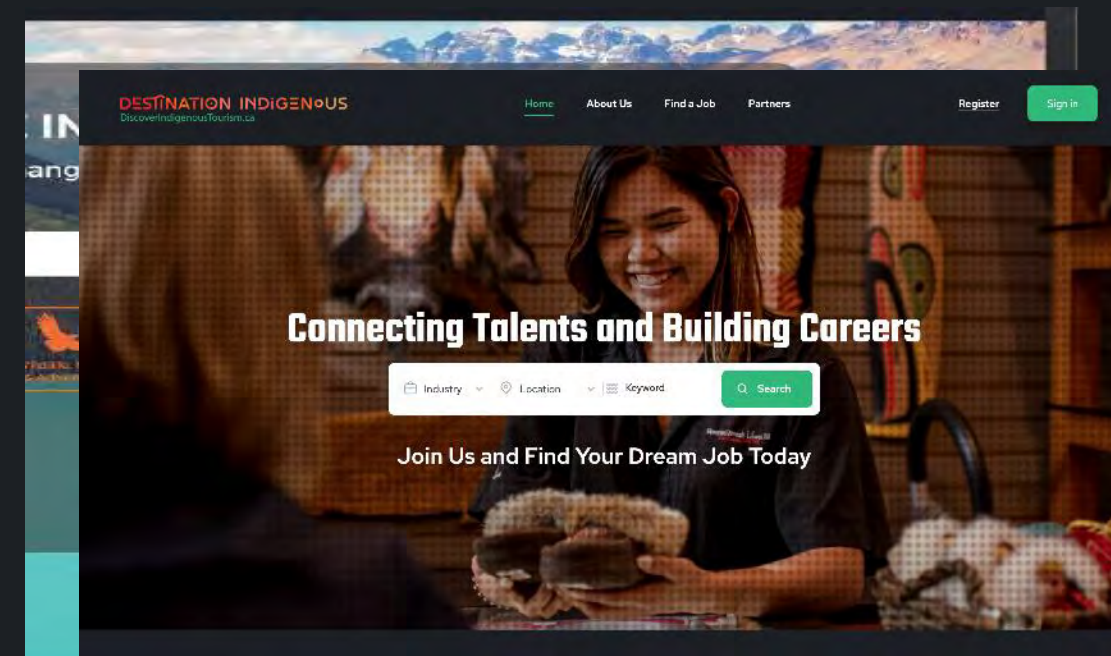
Archétypes du travailleur du tourisme autochtone

Futur entrepreneur

- *Personnes qui souhaitent un jour diriger leur propre entreprise et qui voient le tourisme autochtone comme une voie possible vers l'indépendance et la stabilité économiques.*
- *Probablement attirées par un travail qui leur fournira la formation et l'expérience nécessaires pour éventuellement ouvrir leur propre entreprise.*

Campagne – main d'œuvre

L'ATAC met en œuvre une campagne de communications et de marketing sur la main-d'œuvre qui cible les Autochtones au Canada pour aider à susciter l'intérêt à poursuivre une carrière dans le tourisme autochtone.



Stratégie de développement de la main-d'œuvre

L'ATAC continue de demander du soutien pour une stratégie de développement de la main-d'œuvre coordonnée. Un investissement annuel de 5 M\$ sera nécessaire pour :

- *Coordonner l'effectif autochtone, créer une campagne de sensibilisation plus approfondie*
- *Soutenir le perfectionnement de l'effectif au moyen de programmes de formation pour le tourisme et de subventions salariales dirigées par l'industrie*

OTTAWA

Rejoignez-nous l'an prochain du 24 au 26 février à Ottawa pour le Congrès international sur le tourisme autochtone 2024.

Notez-le dans votre calendrier!



Restez connectéé

DESTINATION
INDIGENOUS



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



@destinationautochtone



@destinationautochtone



@destinationautochtone



@CAN_Indigenous



@ITAC_Corporate