

A large teepee is illuminated from within, casting a warm orange glow. It is set in a natural environment with a river and a cliff in the background under a twilight sky. The scene is framed by dark trees.

Stabiliser et rebâtir

Teresa Ryder, directrice du développement commercial
Association touristique autochtone du Canada

INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

**Axée sur l'industrie, dirigée par
l'industrie**

**Association nationale à but non
lucratif**

**Base de membres composée
d'entreprises détenues et contrôlées
par des autochtones**

**13 membres du conseil d'administration élus
pour représenter l'industrie à travers le
Canada**

INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

Notre mission

Fournir un leadership dans le développement et le marketing des expériences touristiques autochtones authentiques via des partenariats innovateurs.

Notre vision

Une économie touristique autochtone prospère, partageant des expériences authentiques, mémorables et enrichissantes.

La réponse de l'ATAC à la pandémie



Un nouveau plan d'action et une orientation intérieure

- Le plan d'action 2020-21 existant a été révisé en réponse à la COVID-19, et de nouveaux objectifs ont été fixés.
- Les principaux indicateurs de rendement ont été ajustés pour refléter la situation actuelle des voyages au Canada et la façon dont elle affecte les membres de l'ATAC.
- Réorientation du marketing international vers le marketing national avec des campagnes de sensibilisation hyperlocales.

Défense des intérêts et sensibilisation

- L'ATAC a été obligée de réagir au nom de ses membres pour garantir un accès juste et équitable aux programmes de soutien fédéraux.
- Les efforts de défense des intérêts se poursuivent pour s'assurer que les membres de l'ATAC sont en mesure d'obtenir de l'aide financière, peu importe où ils se trouvent dans le pays, ou s'ils sont dans une réserve ou une entreprise communautaire.
- Des fonds de relance de 557 millions de dollars en outils de refinancement à plus long terme et de 16 millions de dollars en subventions à court terme ont été identifiés pour permettre à l'industrie de se stabiliser immédiatement et de se rebâtir efficacement.



IMPACT de la COVID-19

sur

l'industrie touristique autochtone

Le tourisme autochtone est l'un des **PRINCIPAUX EMPLOYEURS ET MOTEURS ÉCONOMIQUES** des communautés autochtones au Canada.



Depuis 2019, a contribué plus de **1,9 milliard \$ par an** en PIB direct.

En hausse par rapport à **1,4 milliard \$ en 2015**.

STATISTIQUES NATIONALES AVANT LA COVID-19



1 700

Entreprises touristiques autochtones



1,6 MILLIARD \$

PIB direct issu des entreprises touristiques autochtones



36 000

Employés dans l'industrie touristique autochtone

IMPACT ESTIMÉ DE LA COVID-19



714



1,07 MILLIARD \$



21 396

Mesure de l'impact

- L'ATAC s'est associée au Conference Board du Canada (CBoC) pour mener des recherches visant à évaluer l'impact de la COVID-19 sur les opérateurs touristiques autochtones.
- Les recherches du CBoC ont montré que l'industrie connaîtra une baisse d'au moins 65,9 % en termes de PIB direct (passant à 555 millions de dollars) et une baisse de 59,4 % en termes d'emploi (passant à 14 624 emplois).
- Le CBoC réévaluera l'industrie au printemps.

Pertes anticipées en PIB direct par province/territoire

Colombie-Britannique : **174 M\$**

Terre-Neuve-et-Labrador : **32 M\$**

Alberta : **96 M\$**

Nouvelle-Écosse : **22 M\$**

Saskatchewan : **83 M\$**

Nouveau-Brunswick : **16 M\$**

Manitoba : **27 M\$**

Île-du-Prince-Édouard : **2 M\$**

Ontario : **327 M\$**

Nunavut : **81 M\$**

Québec : **115 M\$**

Territoires du Nord-Ouest : **71 M\$**

Yukon : **2 M\$**

Programme du fonds de relance de l'ATAC

- Plus de 678 propriétaires d'entreprises touristiques autochtones de tout le Canada ont reçu 16 212 millions de dollars en subventions.
- Le fonds offre aux entreprises des subventions allant jusqu'à 25 000 \$ chacune.
- Les subventions ont été distribuées en six phases, de mai à octobre.

PHASE CINQ FONDS DE RELANCE DE LA COVID-19

1 octobre 2020

Dans le cadre d'un financement fédéral de 16 millions de dollars, l'Association touristique autochtone du Canada continue d'appuyer les opérateurs du tourisme autochtone partout au pays au moyen du fonds de relance COVID-19.

Après avoir fourni des fonds à des centaines d'entreprises au cours de l'été afin de faciliter leurs opérations pendant les arrêts de la COVID-19, l'ATAC accorde désormais une aide financière à 103 autres entreprises touristiques. Ces entreprises recevront un financement total de plus de 2.448 millions de dollars sous forme de subventions non remboursables pouvant atteindre 25 000 dollars. « Ce financement aidera les entreprises du tourisme autochtone à surmonter les défis en les permettant de rechercher de nouvelles façons de fonctionner dans ce nouveau normal. », a expliqué l'honorable Marc Miller, ministre des Services aux Autochtones.

Grâce à cette annonce, l'ATAC a apporté son aide à 454 entreprises touristiques autochtones exceptionnelles totalisant un montant de 10 795 700 \$. La sixième phase, le dernier cycle de financement, est encore à venir et appuiera encore plus d'entreprises touristiques autochtones à travers le pays.

Nous sommes fiers de pouvoir aider les opérateurs du tourisme autochtone en ces temps incertains et de leur fournir le soutien dont ils ont besoin pour rester à flot pendant la pandémie et planifier leur croissance future.

Keith Henry, B. ED

Président-directeur général, Association touristique autochtone du Canada

Programme du fonds de relance de l'ATAC

Principales constatations :

- 93 % des entreprises ont signalé un impact négatif ou très négatif sur leur activité en raison de la COVID-19.
- 28 % des entreprises ont modifié ou adapté leur offre de produits en réponse à la COVID-19.
- Le secteur de l'hébergement et du logement est celui qui compte le plus grand nombre d'entreprises capables de poursuivre leurs activités jusqu'en 2021.
- 33 % des répondants étaient des femmes autochtones.
- 62 % des entreprises sont actuellement fermées, ce qui entraîne une baisse de 75 à 100 % de leurs revenus.

PHASE CINQ FONDS DE RELANCE DE LA COVID-19

1 octobre 2020

Dans le cadre d'un financement fédéral de 16 millions de dollars, l'Association touristique autochtone du Canada continue d'appuyer les opérateurs du tourisme autochtone partout au pays au moyen du fonds de relance COVID-19.

Après avoir fourni des fonds à des centaines d'entreprises au cours de l'été afin de faciliter leurs opérations pendant les arrêts de la COVID-19, l'ATAC accorde désormais une aide financière à 103 autres entreprises touristiques. Ces entreprises recevront un financement total de plus de 2.448 millions de dollars sous forme de subventions non remboursables pouvant atteindre 25 000 dollars. « Ce financement aidera les entreprises du tourisme autochtone à surmonter les défis en les permettant de rechercher de nouvelles façons de fonctionner dans ce nouveau normal. », a expliqué l'honorable Marc Miller, ministre des Services aux Autochtones.

Grâce à cette annonce, l'ATAC a apporté son aide à 454 entreprises touristiques autochtones exceptionnelles totalisant un montant de 10 795 700 \$. La sixième phase, le dernier cycle de financement, est encore à venir et appuiera encore plus d'entreprises touristiques autochtones à travers le pays.

Nous sommes fiers de pouvoir aider les opérateurs du tourisme autochtone en ces temps incertains et de leur fournir le soutien dont ils ont besoin pour rester à flot pendant la pandémie et planifier leur croissance future.

Keith Henry, B. ED
Président-directeur général, Association touristique autochtone du Canada

Programme du fonds de relance de l'ATAC

Principales constatations :

- Les activités les plus signalées pour l'utilisation des fonds de l'ATAC sont l'adaptation des offres commerciales pour maintenir les emplois, le rétablissement des emplois perdus à cause de la COVID-19, l'adaptation des heures de travail ou la compression de la semaine de travail.
- 53 % des entreprises déclarent qu'elles seront en mesure de revenir aux niveaux d'effectifs d'avant la COVID basé sur le maintien des réservations de 2021 (jusqu'à présent).

PHASE CINQ FONDS DE RELANCE DE LA COVID-19

1 octobre 2020

Dans le cadre d'un financement fédéral de 16 millions de dollars, l'Association touristique autochtone du Canada continue d'appuyer les opérateurs du tourisme autochtone partout au pays au moyen du fonds de relance COVID-19.

Après avoir fourni des fonds à des centaines d'entreprises au cours de l'été afin de faciliter leurs opérations pendant les arrêts de la COVID-19, l'ATAC accorde désormais une aide financière à 103 autres entreprises touristiques. Ces entreprises recevront un financement total de plus de 2.448 millions de dollars sous forme de subventions non remboursables pouvant atteindre 25 000 dollars. « Ce financement aidera les entreprises du tourisme autochtone à surmonter les défis en les permettant de rechercher de nouvelles façons de fonctionner dans ce nouveau normal. », a expliqué l'honorable Marc Miller, ministre des Services aux Autochtones.

Grâce à cette annonce, l'ATAC a apporté son aide à 454 entreprises touristiques autochtones exceptionnelles totalisant un montant de 10 795 700 \$. La sixième phase, le dernier cycle de financement, est encore à venir et appuiera encore plus d'entreprises touristiques autochtones à travers le pays.

Nous sommes fiers de pouvoir aider les opérateurs du tourisme autochtone en ces temps incertains et de leur fournir le soutien dont ils ont besoin pour rester à flot pendant la pandémie et planifier leur croissance future.

Keith Henry, B. ED

Président-directeur général, Association touristique autochtone du Canada

Programme du fonds de relance de l'ATAC

Principales constatations :

- Les répondants ont indiqué que 41 % de leurs effectifs habituels pour la période examinée (avril 2020-déc 2020) sont actuellement en arrêt de travail.
- 15 % des entreprises qui avaient prévu de pouvoir revenir aux niveaux d'effectifs d'avant la COVID ne pensent plus que ce sera le cas.
- 51 % des entreprises ont sous-estimé leurs pertes anticipées entre le moment où elles ont demandé la subvention de relance COVID-19 et le moment où elles ont rendu compte de leur subvention.

PHASE CINQ FONDS DE RELANCE DE LA COVID-19

1 octobre 2020

Dans le cadre d'un financement fédéral de 16 millions de dollars, l'Association touristique autochtone du Canada continue d'appuyer les opérateurs du tourisme autochtone partout au pays au moyen du fonds de relance COVID-19.

Après avoir fourni des fonds à des centaines d'entreprises au cours de l'été afin de faciliter leurs opérations pendant les arrêts de la COVID-19, l'ATAC accorde désormais une aide financière à 103 autres entreprises touristiques. Ces entreprises recevront un financement total de plus de 2.448 millions de dollars sous forme de subventions non remboursables pouvant atteindre 25 000 dollars. « Ce financement aidera les entreprises du tourisme autochtone à surmonter les défis en les permettant de rechercher de nouvelles façons de fonctionner dans ce nouveau normal. », a expliqué l'honorable Marc Miller, ministre des Services aux Autochtones.

Grâce à cette annonce, l'ATAC a apporté son aide à 454 entreprises touristiques autochtones exceptionnelles totalisant un montant de 10 795 700 \$. La sixième phase, le dernier cycle de financement, est encore à venir et appuiera encore plus d'entreprises touristiques autochtones à travers le pays.

Nous sommes fiers de pouvoir aider les opérateurs du tourisme autochtone en ces temps incertains et de leur fournir le soutien dont ils ont besoin pour rester à flot pendant la pandémie et planifier leur croissance future.

Keith Henry, B. ED
Président-directeur général, Association touristique autochtone du Canada



IndigenousTourism.ca/corporate/fr



Un nouveau plan stratégique

- L'ATAC a élaboré un nouveau plan stratégique quinquennal pour soutenir l'industrie du tourisme autochtone à travers les phases de réactivité, de relance et de résilience.

Utiliser la recherche pour affiner l'orientation

- L'ATAC a demandé à *Insignia Marketing Research* de mener des recherches pour comprendre la pertinence et le potentiel du tourisme et des expériences culturelles autochtones sur le marché des voyages intérieurs.
- L'objectif était de comprendre l'état d'esprit, les besoins et les comportements du voyageur intérieur en temps de COVID-19 afin de susciter son intérêt et son engagement pour le tourisme et les expériences culturelles autochtones ou de les inclure dans ses projets de voyage futurs.



INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA

ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA

Évaluation de l'intérêt pour le marché intérieur canadien dans le contexte de la COVID-19

POUR LE TOURISME ET LES EXPÉRIENCES CULTURELLES AUTOCHTONES

RAPPORT FINAL / OCTOBRE 2020

Faits saillants des recherches d'Insignia

Les attitudes ont évolué pour adopter un rythme de vie plus lent et plus conscient avec les personnes aimées, en appréciant la nature, la simplicité, la spiritualité et la sensibilité.

Une stratégie et un plan d'exécution spécifiques à la COVID-19 pour les voyages intérieurs sont nécessaires.

Les changements de comportement liés aux voyages comprennent une forte augmentation des voyages en voiture à l'intérieur de la province.

Au niveau fédéral, davantage de ressources doivent être consacrées à faire ressortir l'importance du tourisme autochtone et des expériences culturelles autochtones en tant que secteur touristique national viable, adapté aux besoins d'aujourd'hui.

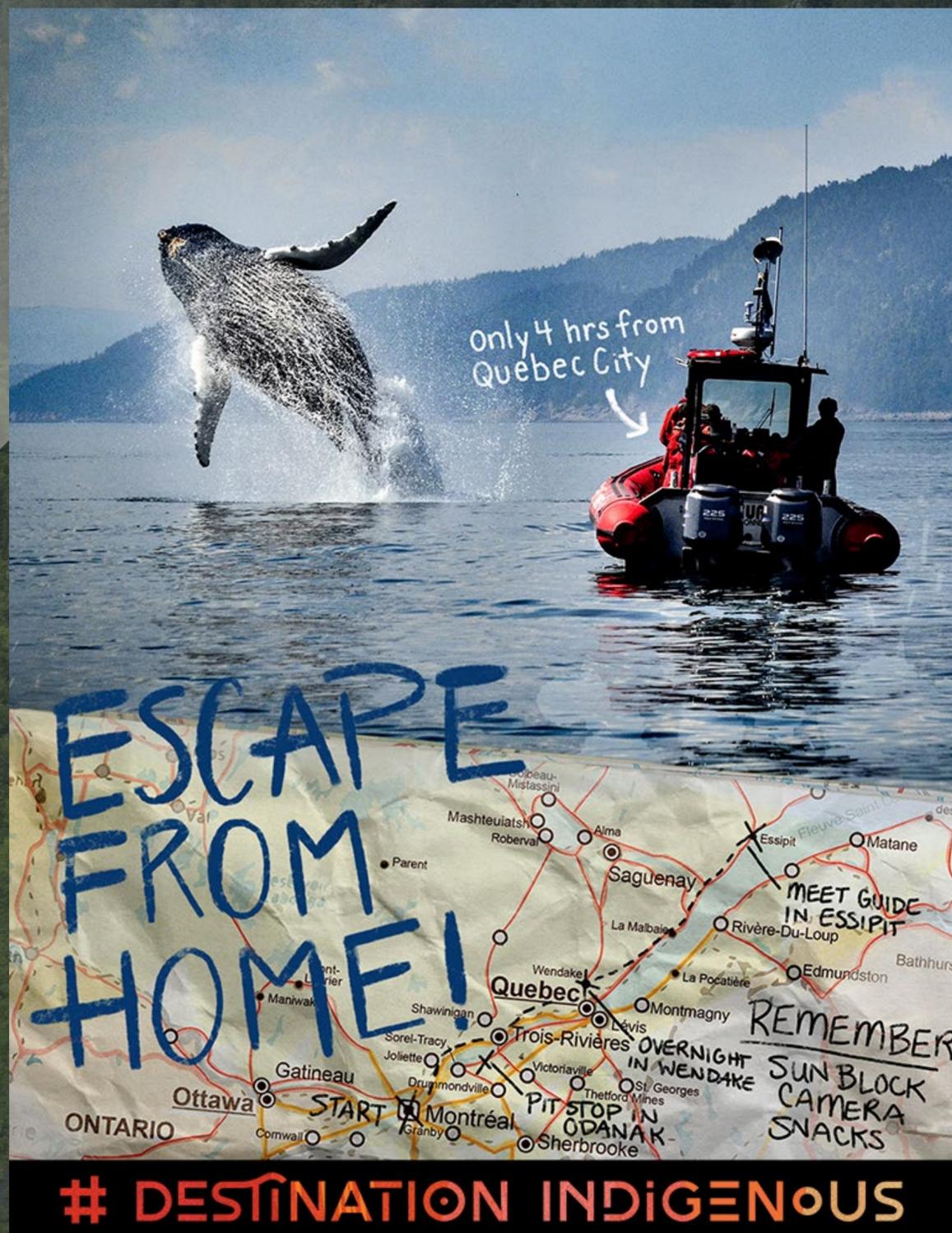
Faits saillants des recherches d'Insignia

Investir dans l'optimisation de l'expérience numérique pour renforcer la visibilité de toutes les offres en ligne pour augmenter les réservations.

Développer une trousse d'outils étape par étape spécifiquement pour les tactiques de marketing local et de marketing de guérilla.

Augmenter sa visibilité et devenir plus attrayant pour les voyageurs en répondant à leurs besoins dans le contexte de la COVID-19 et en devenant ce trésor caché qu'ils recherchent.

Insister pour avoir une visibilité sur les sites Web de toutes les organisations de marketing de destinations locales et les organisations de marketing provinciales.



Campagne de marketing intérieur « Évadez-vous »

- Campagne de sept semaines faisant appel à des influenceurs sur les médias sociaux et à des publicités payées pour attirer le public vers les sites Web de Destination Autochtone et vers les entreprises membres pour réserver des expériences.

Résultats généraux

Impressions : 12 747 414

Engagement : 202 213

Conversions : 4 588

Nouveaux abonnés sociaux : 4 810



Faire face à la deuxième vague de la COVID-19

- L'ATAC se réoriente maintenant pour faire face à la réalité actuelle qui n'était pas prévisible il y a six mois. Cela comprend :
 - la création de nouvelles solutions pour soutenir les entreprises membres;
 - des lignes d'assistance téléphonique, des outils et des formations pour les membres;
 - des fonctions de réservation en ligne;
 - de nouvelles campagnes de marketing intérieur.



Vidéos de sensibilisation

Visionnements combinés : 153 037



Virtuellement vôtre



Vous nous avez manqué



Teresa Ryder

Directrice du développement commercial
Association touristique autochtone du Canada
teresa@IndigenousTourism.ca

INDIGENOUS
TOURISM ASSOCIATION OF CANADA



ASSOCIATION TOURISTIQUE
AUTOCHTONE
DU CANADA