NORTHERN • ONTARIO

TOURISM

TRAINING WEEK

NOVEMBER 23-27, 2020

Francophone & Bilingual Tourism Reactivation Strategy |

MANAGING THE PANDEMIC'S TRANSFORMATIVE IMPACTS AND OPPORTUNITIES TO MOVE FORWARD.

Ontario

NOTO

Nature & Outdoor Tourism Ontario

DESTINATION NORTHERN ONTARIO

Housekeeping

The webinar recording will be available within **24 hr.**

Slides will be available for download within **24 hr.**

A **brief survey** will be available on your screen after today's webinar**.**

Q & A chat is available during this webinar.

If handouts are available they will be listed in the **handouts pane**.

AGENDA

SECTION 01 – Introduction

SECTION 02 – *What do we know?* Information and Scope of Impacts

Que savons-nous? Information et ampleur des impacts

SECTION 03 – *Where do we have to go?* Recovery Challenges

Quelle est la direction à prendre? Les défis de la reprise

SECTION 04 – *How can we help?* Strategies and Solutions

Comment aider l'industrie? Stratégies et solutions

SECTION 05 – *What are the next steps?* Opportunities and Sustainability

Quelles sont les prochaines étapes? Opportunités et viabilité

Francophone & Bilingual Tourism Reactivation Strategy | MANAGING THE PANDEMIC'S TRANSFORMATIVE IMPACTS AND OPPORTUNITIES TO MOVE FORWARD.

SECTION 01

À propos de la mission et des activités de la SÉO
- About SÉO's mission & activities

Le tableau de bord du tourisme francophone, projets et realisations
- Francophone Tourism Dashboard, Projects and Achievements.

Créateurs d'opportunités !
Creating opportunities

La SÉO est un réseau provincial qui, avec son équipe professionnelle, fait preuve d'innovation dans le **développement économique, l'entrepreneuriat, l'employabilité et l'immigration**.

La SÉO assure la pleine participation de tous les acteurs du **milieu économique francophone et bilingue** à la prospérité de l'Ontario et du Canada.

Canada
La Société Économique de l'Ontario est financée par le gouvernement du Canada par le biais du Fonds d'habilitation pour les communautés minoritaires de langue officielle

SECTION 01

Economic Development – TOURISM
Développement économique – TOURISME

Product Development and Project Management - Développement de l'offre et gestion de projet

Route Champlain et Corridor Francophone, Boîte à outils tourisme francophone et bilingue, Classification nationale des services en français©, Services de traduction.

Industry Strategic Partnerships - Partenariats stratégiques avec l'industrie

Régional/local (OTR, OMD), Provincial (TIAO, MIPTSC, Parcs Ontario), Sectoriel (ITO), National (RDÉE Canada), Marketing (DO)

Market Readiness – Soutien à la préparation au marché

Recherche et intelligence de marché, Contenu francophone (historique, culinaire), Plateforme web et Activités marketing.

Call to action – Passons à l’action!

When you hear about “*Francophone tourism*”, what does it mean to you?

Quand vous entendez parler de *tourisme francophone*, qu’est ce que cela signifie pour vous ?

Francophone & Bilingual Tourism Reactivation Strategy | MANAGING THE PANDEMIC'S TRANSFORMATIVE IMPACTS AND OPPORTUNITIES TO MOVE FORWARD.

SECTION 02

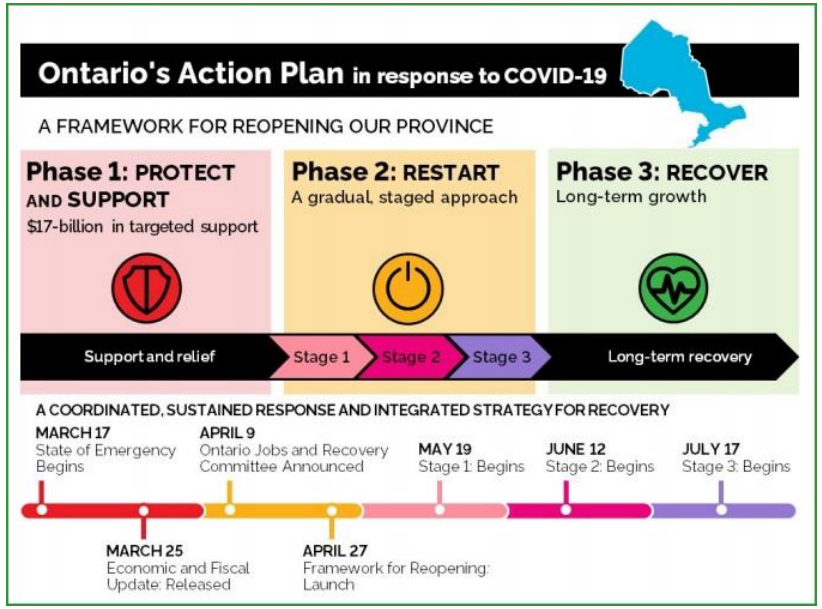
What do we know? Information and Scope of Impacts

Que savons-nous ? L'information et la portée des impacts

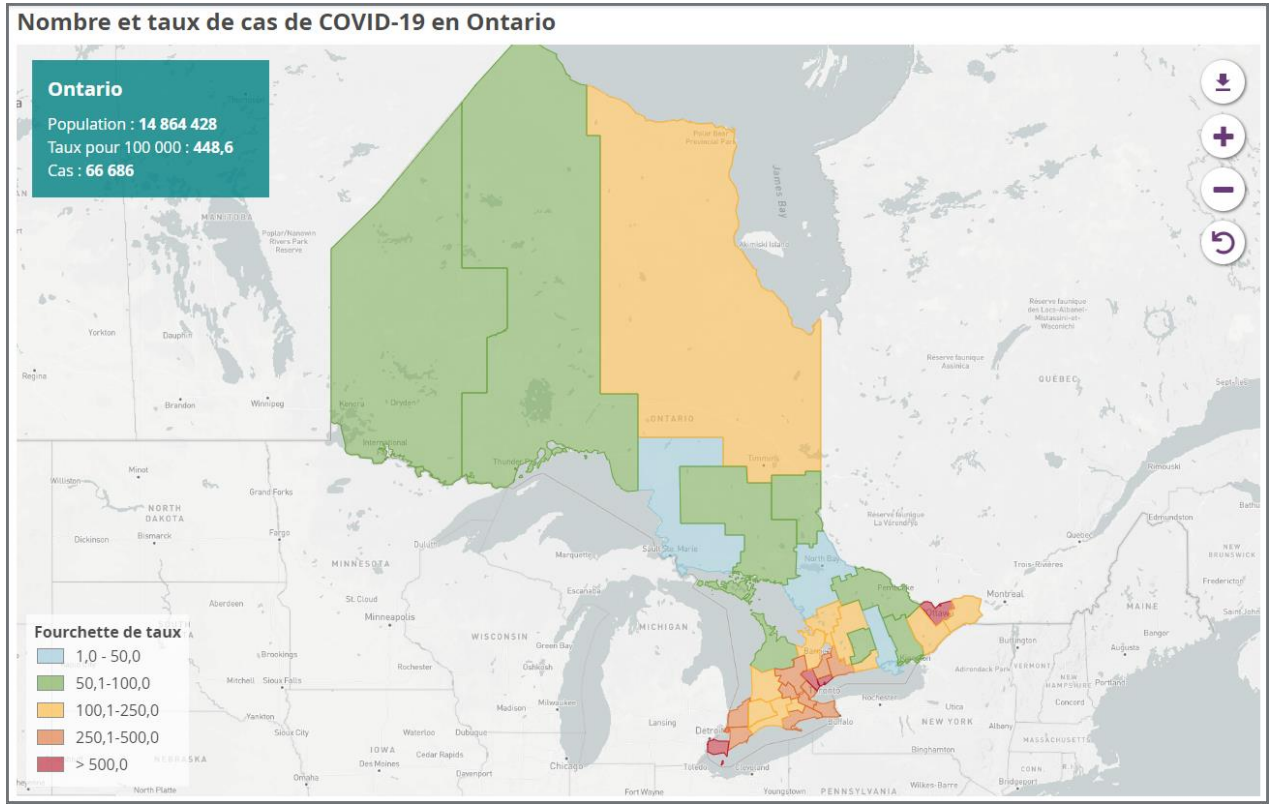
Scope of Impacts – Resources
Ampleur des impacts – Ressources

Régional / Local	Provincial	National	Sectoriel	International
01	02	03	04	05
Destination Northern Ontario	Ontario	Canada	ORHMA Ontario Restaurant Hotel & Motel Association	Safe travels by World Travel & Tourism Council, tiao
tourism excellence north / tourisme d'excellence Nord	Workplace Safety & Prevention Services®	Destination Canada	NOTO	Attractions ON
Public Health Ontario / Santé publique Ontario	tiao Tourism Industry Association of Ontario	TIAC AITC	Indigenous Tourism Ontario	COVID-19 RIPOSTE
	Ontario Yours to discover	Tourism HR Canada / RH Tourisme Canada		

SECTION 01



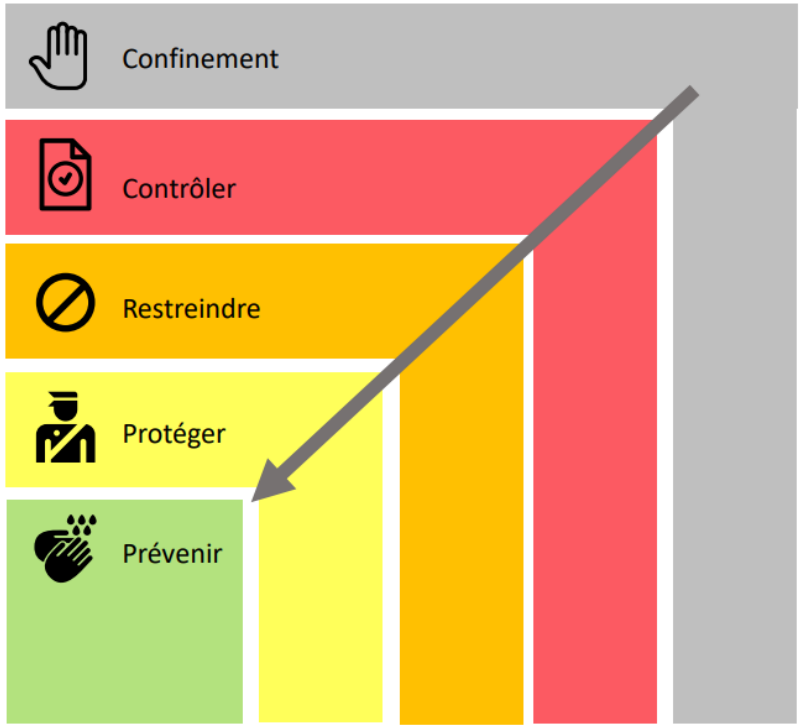
Ontario



Public Health Ontario | Santé publique Ontario

Cadre de travail : Rajuster et resserrer les mesures de santé publique

- L'objectif est que chaque région sanitaire se trouve au niveau « Prévenir ».
- Le cadre de travail est conçu pour évoluer en fonction des circonstances.
- Les mesures sont réduites ou déployées progressivement, échelon par échelon.
- Si les tendances s'améliorent, les mesures diminuent avec précaution, échelon par échelon, afin de s'assurer qu'il n'y a pas de répercussions communautaires ou de santé publique significatives associées à la réduction des mesures.



Ontario

Public Health Ontario | Santé publique Ontario

Restez informés sur les restrictions provinciales et locale **ici.**

Nouvelles mesures dans les restaurants et bars

Mesures normalisées (Vert)

- Les clients doivent être assis; 2 mètres au minimum entre les tables
- Les clients doivent fournir leurs coordonnées (un par groupe)
- Le karaoké est permis, avec des restrictions
- Les boîtes de nuit ne peuvent fonctionner que comme restaurant ou bar

Mesures renforcées (Jaune)

- Les mesures précédentes s'appliquent
- Les établissements doivent fermer à minuit
- Vente d'alcool interdite après 23 h
- Tous les clients assis doivent fournir leurs coordonnées
- 6 personnes au maximum peuvent être assises ensemble

Mesures intermédiaires (Orange)

- Les mesures précédentes s'appliquent
- Nombre maximum de 50 personnes à l'intérieur
- Les établissements doivent fermer à 22 h
- Vente d'alcool interdite après 21 h
- 4 personnes au maximum peuvent être assises ensemble
- Fermeture des bars de danseuses

Mesures sévères (Rouge)

- Les mesures précédentes s'appliquent
- Maximum de 10 personnes à l'intérieur
- Les salles à manger extérieures, les commandes à emporter, les commandes à l'auto et la livraison sont permises

Confinement (Gris)

- Retour à la première étape de déconfinement de la province

ICI Ontario

Scope of Impacts – Global Research

Ampleur des impacts – Recherche globale

COVID-19 has seen a significant economic impact causing noticeable changes in public behaviour.

(Source: Destination Ontario Research – October 15, 2020)

- 87% of Canadians feel the coronavirus will lead to a **recession**
- 48% of Ontarians are worried about **losing their job**

(Ipsos public attitude and behavioural online poll results from October 15, 2020)

- **Net intent to travel to other provinces remains negative** and has worsened considerably within the BC, Alberta and Quebec
- 51% of Ontarians are likely to avoid travel **even within their own province**

(Ipsos' public attitude and behavioral online poll results October 15, 2020)

France's booking window perception for international trip:

- **9% of French people are booking after September of 2021**

(Google Travel Intent survey online poll results ending October 9, 2020)

State of the Industry
État de l'industrie (Oct. 2020)

DESTINATION CANADA

Source: Mise à jour de Destination Canada sur l'état de l'industrie – Octobre 2020

L'économie du tourisme est celle qui enregistre le plus de fermetures d'entreprises.
Les deux secteurs commerciaux les plus touchés font partie de l'économie du tourisme.

Aucune région du Canada n'est à l'abri.
Nous n'arrivons pas à avancer au-delà de la phase des voyages au pays/entre provinces.

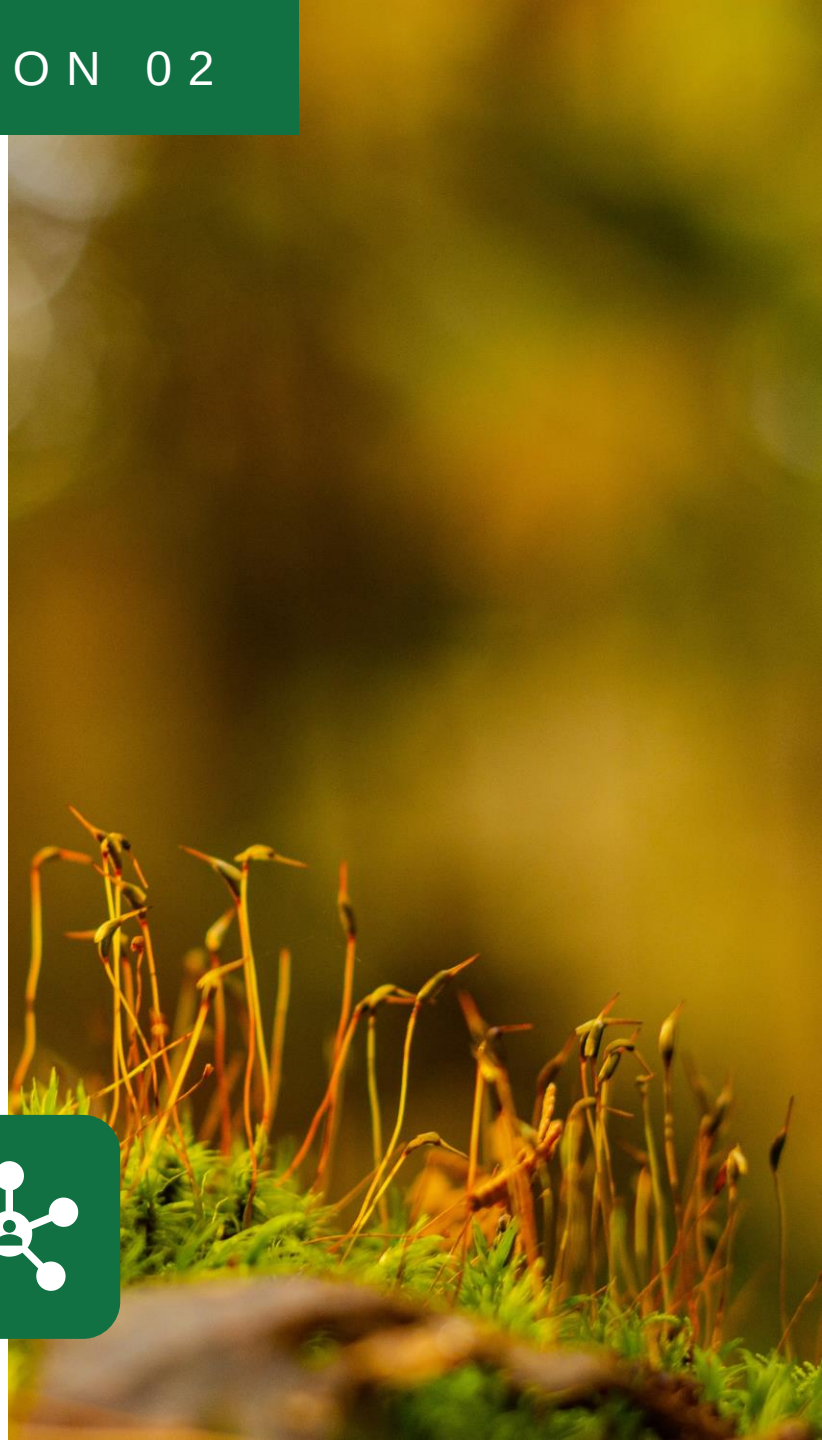
Le pire est à venir.
On peut s'attendre à une baisse encore plus marquée cette année en période creuse (dépenses normales des canadiens pour les voyages).

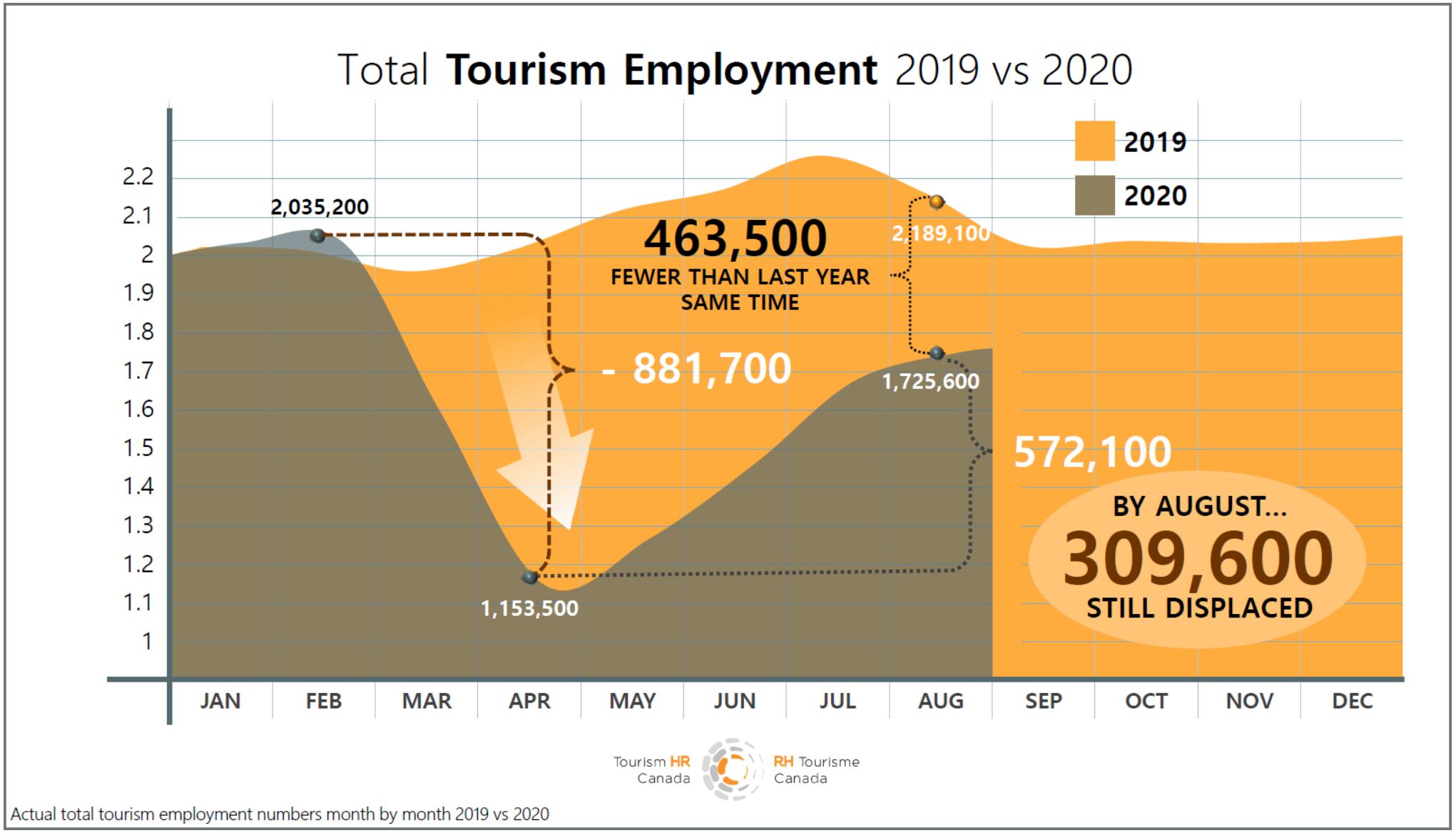
Resident sentiment
Opinion des residents
2020-11-03

Ontario

Par rapport à la dernière, **les résidents** sont plus **ouverts à l'idée de voir de la publicité** sur leurs collectivités ciblant les collectivités voisines.

Par rapport à la semaine précédente, **le sentiment de sécurité** est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.





Source: Tourism HR Canada – Growth, Interrupted – COVID Workforce Webinar (September 28, 2020)

*Source : Association de l'industrie touristique du Canada (AITC/TIAC), campagne **#DurementTouchés***

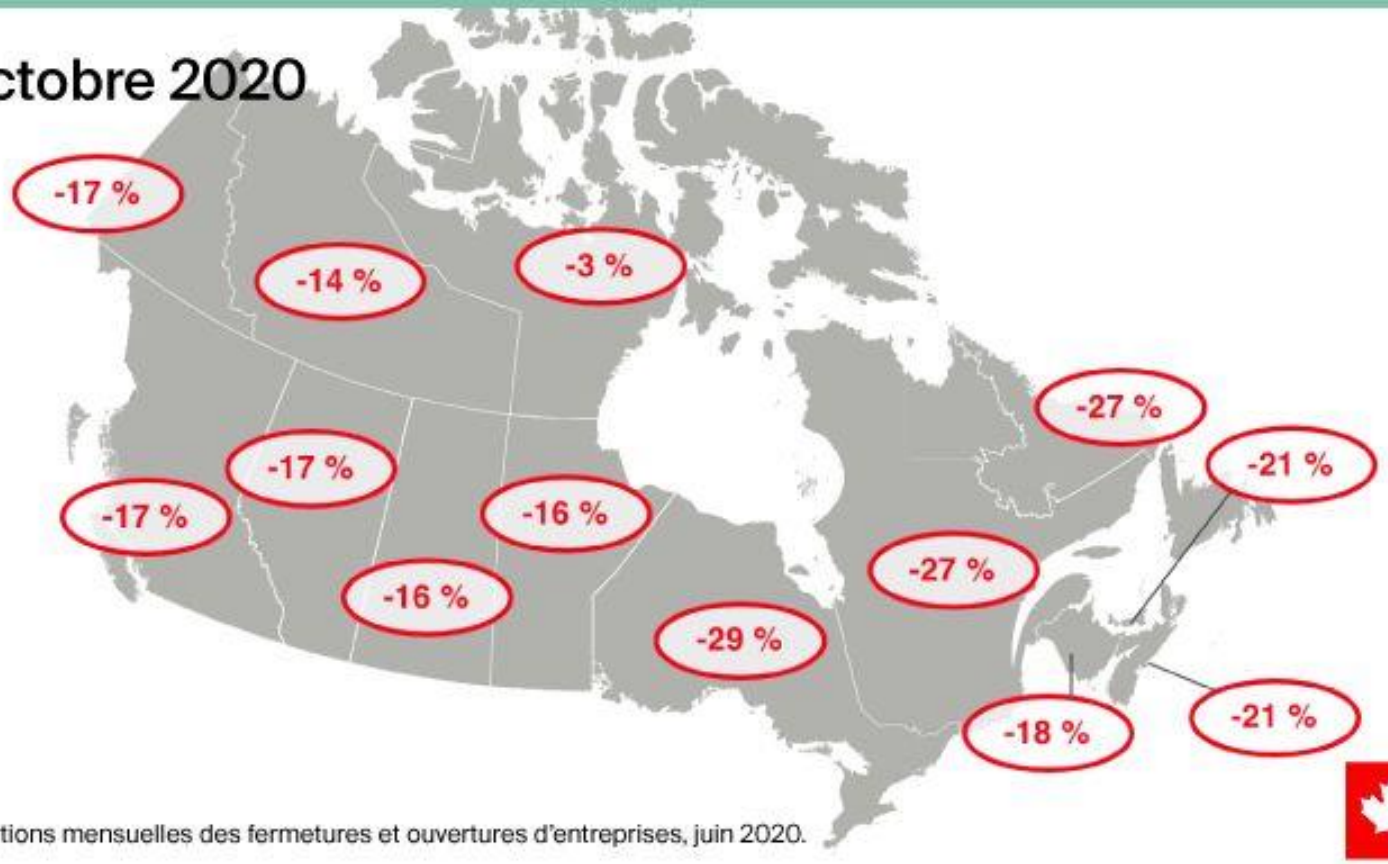
It is in the effect on active businesses that the real impact of these trends can be seen. Before the pandemic, there were 63,000 active accommodation and recreation businesses and 14,500 active arts, entertainment and recreation businesses. By July, that number had dropped to 51,200 and 11,622 active businesses, respectively. A total loss of 14,600 businesses.

— *Tourism HR Canada, November 4, 2020*

Illustration de la baisse du nombre d'entreprises en activité dans le secteur des services d'hébergement et de restauration et le secteur des arts, des divertissements et des loisirs

(variation en % de janvier 2020 à juin 2020)

En date du 21 octobre 2020



Source : Statistique Canada, Estimations mensuelles des fermetures et ouvertures d'entreprises, juin 2020.

DESTINATION CANADA

Key findings - Tourism stands at a crossroads

Principales conclusions – Le tourisme à la croisée des chemins

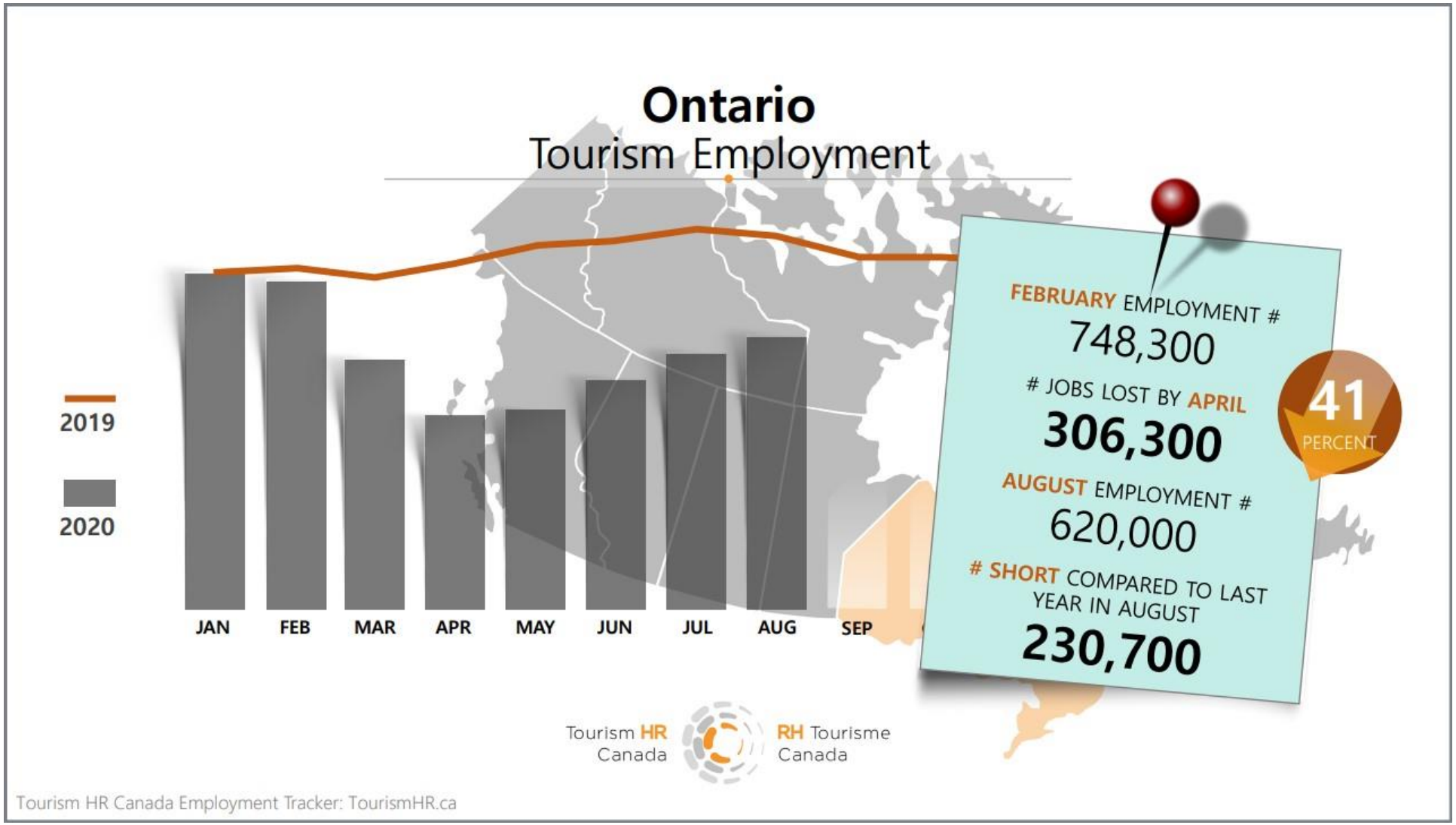
tiao
Tourism Industry Association of Ontario

Source: TIAO, COVID-19 8.0 Survey Report

- **Government support must continue to avert catastrophic consequences**
- Businesses believe that with continued and prolonged government **direct** financial support they can survive into 2021.
- **Job losses have become permanent**: Nearly 10% of businesses have laid off their entire staff.
- **Reduced capacity is the new normal**: 51% businesses are open at a reduced or limited capacity.
- **Confidence is fragile**: 46% of businesses owners are pessimistic about the future.
- **Regional disparities continue: Northern Ontario businesses average revenue declines are significantly higher than the rest of Ontario at nearly 75%.**

Reopening Doesn’t Equal Recovery for Tourism and Hospitality.

— Beth Potter, CEO, TIAO



Source: Tourism HR Canada Employment Tracker, September 2020

Labour Market Impact

Impact sur le marché du travail (September 2020)

Amélioration significative de l'emploi dans le secteur du tourisme et de l'hébergement / restauration en septembre 2020 avec **17 000 personnes à l'emploi de plus** qu'en août.

Malgré ces nouvelles positives, il manque près de 86 000 emplois par rapport à 2019.

Source: Tourism & Hospitality Emergency Response LFS Analysis Report –Blue print ADE

Francophone & Bilingual Tourism Reactivation Strategy | MANAGING THE PANDEMIC'S TRANSFORMATIVE IMPACTS AND OPPORTUNITIES TO MOVE FORWARD.

SECTION 03

Where do we have to go? Recovery Challenges

Quelle est la direction à prendre ? Les défis de la reprise

SECTION 03

Recovery Challenges – Francophone Businesses
Les défis de la reprise de la communauté d'affaires francophone

DESTINATIONS' TOURISM OFFER

L'OFFRE DES DESTINATIONS

Micro-businesses, often seasonal

Ageing entrepreneurs – Succession Plans?

Limited access to Support Programs

MANAGEMENT OF CHANGE AND FLEXIBILITY

LA GESTION DU CHANGEMENT

Resources and tools in English only
No HR department – limited expertise (owners-operators)

NEW EXPECTATIONS – MEANINGFUL TRAVEL = NEW OFFER

NOUVELLES ATTENTES, NOUVELLE OFFRE

Rural communities – Limited access to high-speed internet (Virtual experiences, webinars and training, etc.)
Resources available in French

MARKETING

Beyond Market Readiness - Ongoing adaptation and innovation on how and when to communicate about safe experiences for domestic/niche cross-markets vs. resident sentiment (agility)

Analyse de l'offre touristique

Route Champlain.ca

LE CORRIDOR
PATRIMOINE, CULTURE ET TOURISME FRANCOPHONE
CORRIDORCANADA.CA

Source: Sondage RDÉE Canada/SÉO – juillet à octobre 2020

REVENUS et EMPLOYÉS

51 % des opérateurs participants démontraient des **pertes de revenus entre 50 % et 75 %** et **13 % jusqu'à 100 %.**

37 % ont indiqué avoir moins d'employés qu'avant la COVID.

PROTOCOLES ET RÈGLEMENTATION

52 % affirment que leurs clients se sentent en sécurité

PLAN DE RELANCE

39 % affirment avoir mis ne place un plan de relance et 14 % recherchent de l'aide pour en développer un.

Francophone & Bilingual Tourism Reactivation Strategy | MANAGING THE PANDEMIC'S TRANSFORMATIVE IMPACTS AND OPPORTUNITIES TO MOVE FORWARD.

SECTION 04

How can we help? Strategies and Solutions

Comment pouvons-nous aider? Les stratégies et les solutions

RESOURCES & TOOLS – RESSOURCES ET OUTILS

3 main information hubs are available and updated regularly

3 principales sources d'information sont disponibles et mises à jour régulièrement

tiao Tourism Industry Association of Ontario

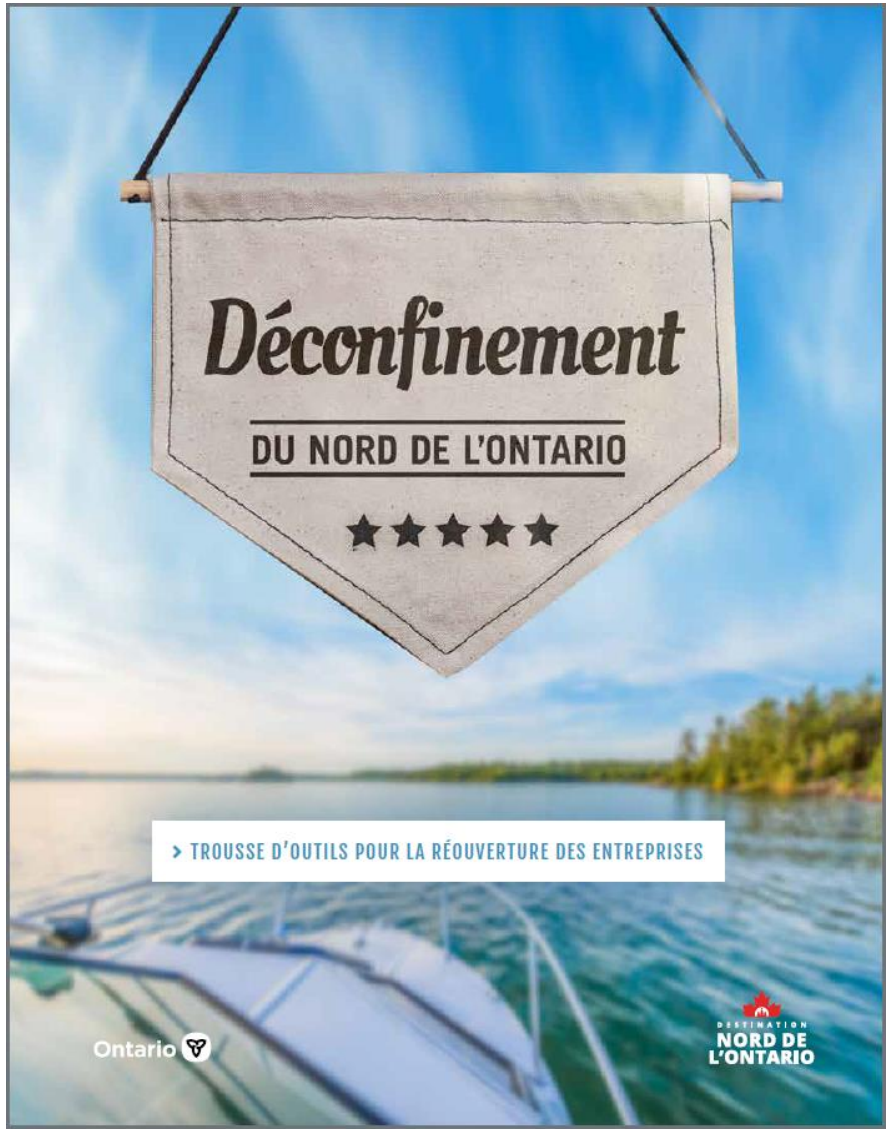
COVID-19
Resources, Updates and News
COVID-19 Protocols and Guidelines
Resource Centre

TIAC AITC

COVID-19 | Impact sur le tourisme :
Reprise du tourisme
Rapports
Mises à jour
Ressources

DESTINATION CANADA

Mises à jour sur la situation liée à la COVID-19 :
Soutien continu pour l'économie touristique
Ressources pour l'industrie et
Recherche



DESTINATION NORTHERN ONTARIO

tourism excellence north
tourisme d'excellence Nord

NOTO

Destination Marketing Organizations

13A – Northeastern Ontario

Northeastern Ontario Tourism

Rod Raycroft » rod@northeasternontario.com

Bernadette Lyndsay » bernadette@northeasternontario.com

13B – Sault Ste. Marie - Algoma

Tourism Sault Ste. Marie

Travis Anderson » t.anderson@cityssm.on.ca

Jennifer KingCallon » j.kingcallon@cityssm.on.ca

Algoma Country

Heather Bot » heather@algomacountry.com

Rob LaRue » rob@algomacountry.com

13C – Northwest Ontario

Superior Country

Dan Bevilacqua » dan@superiorcountry.ca

Thunder Bay Tourism

Paul Pepe » ppepe@thunderbay.ca

Sunset Country

Gerry Cariou » gerry@visitsunsetcountry.com

Source : Destination Ontario, Trousse d'outils pour la réouverture de l'industrie touristique du Nord de l'Ontario

SECTION 04

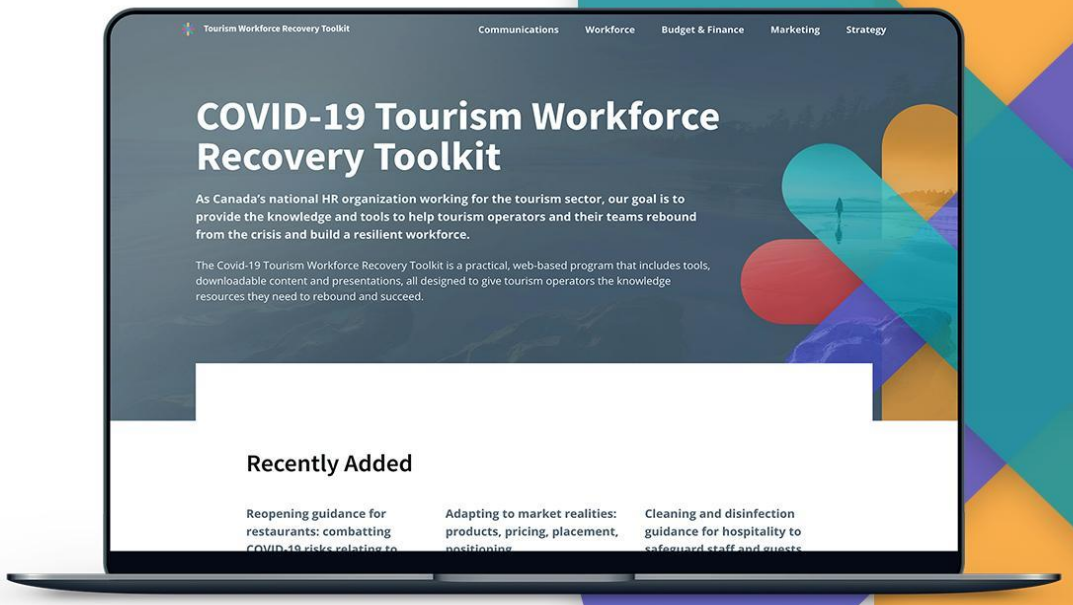
Intervention d'urgence pour le secteur du
tourisme et de l'hôtellerie

Tourism & Hospitality Emergency Response

tourism excellence north
tourisme d'excellence Nord

La boîte à outils pour la relance de la main-d'œuvre touristique

Tourism Workforce Recovery Toolkit



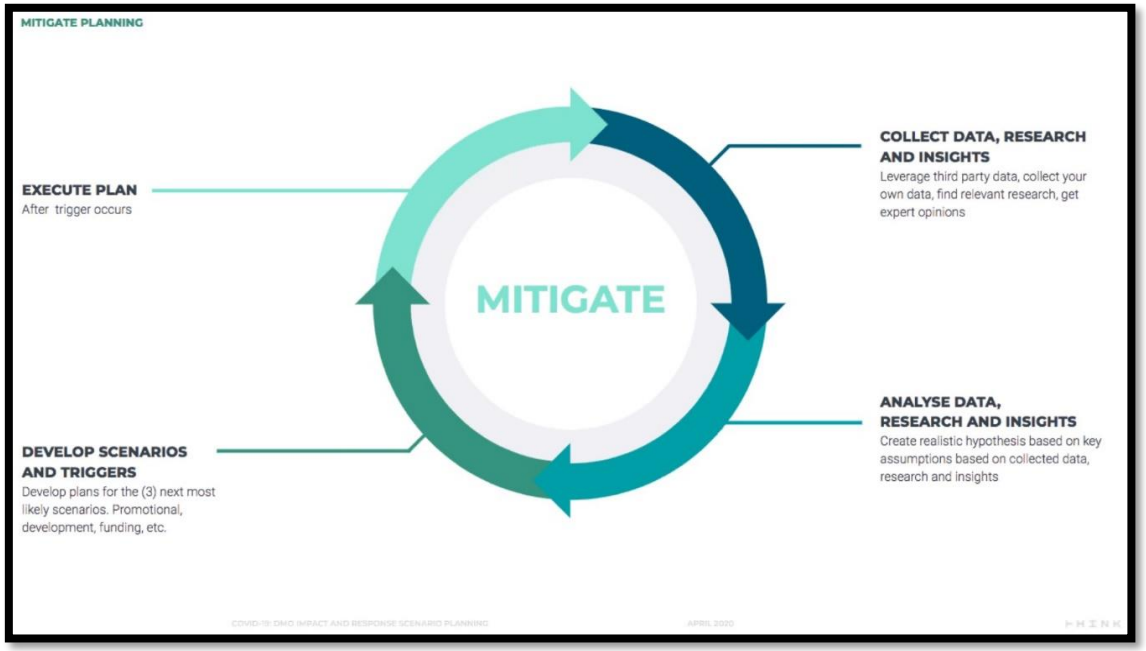
Sources: Tourism Café Canada, OTEC and Tourism RH Canada

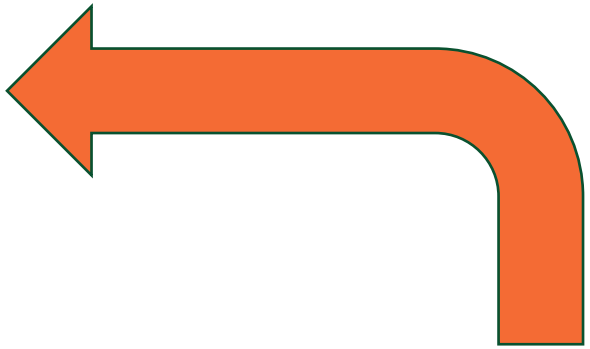
Planing reopening and recovery
Planifier la réouverture et la reprise

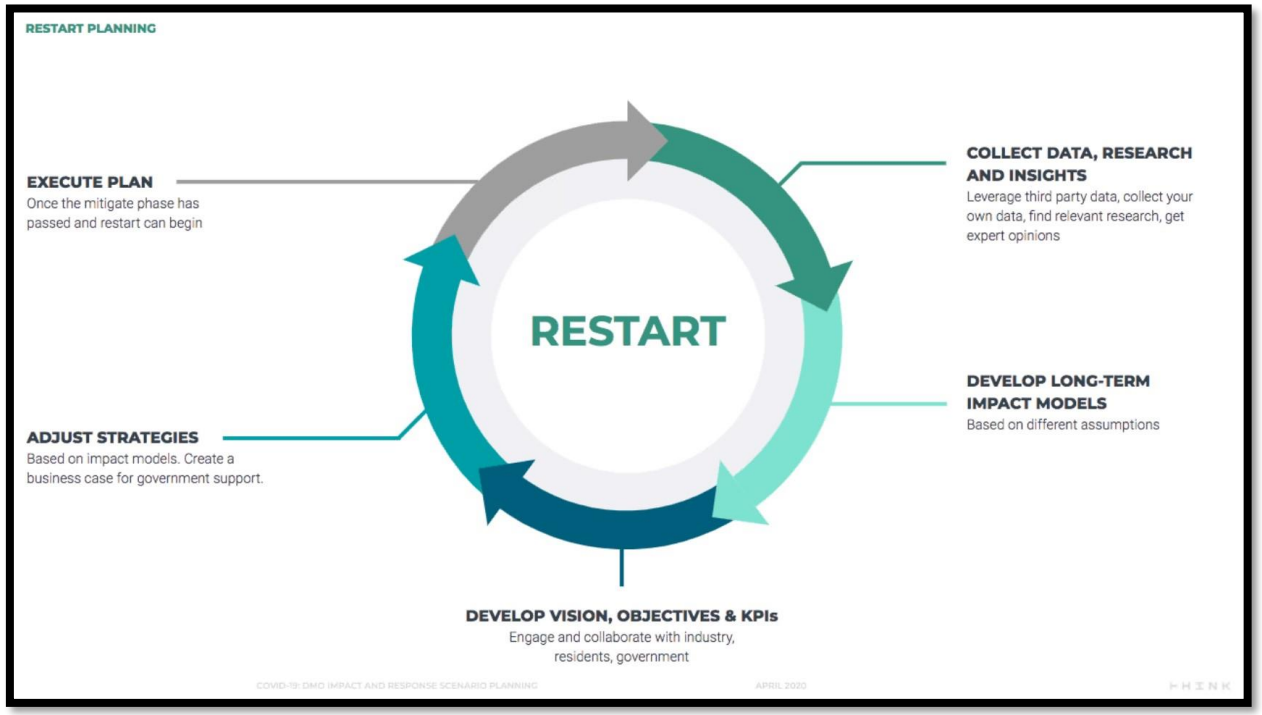
MITIGATE – RESTART – REINVENT CYCLES

Malgré les efforts de planification à tous les niveaux de l’industrie, les difficultés de prédiction de l’évolution de la pandémie dans l’espace et le temps, rendent la mise en œuvre des scenarios très complexe.

SECTION 04







Source: Destination Think

Plans de reprise pour le tourisme francophone et bilingue

RDÉE Canada et son réseau

RDÉE Canada et ses membres ont identifié les secteurs d'intervention à prioriser dans l'élaboration d'un futur plan de reprise national pour appuyer l'industrie du tourisme en général et les intervenants touristiques francophones et acadiens en particulier.

La Société Économique de l'Ontario (SÉO)

Proposition pour ajuster le soutien et les investissements à la Stratégie de tourisme francophone de l'Ontario face aux impacts de la COVID-19.

ÉLÉMENTS CLÉS

Rester flexibles et à l'écoute des besoins de l'industrie et des partenaires.

Entente 2020-21 – Nord de l'Ontario

Workforce Development and Industry Training

Ontario

ONTARIO TOURISM INNOVATION LAB

tourism excellence north
tourisme d'excellence Nord

Objectif principal – continuité

Création de plans d'action et mise en œuvre de solutions de formation collaboratives pour les communautés du Nord de l'Ontario.

Formation de l'industrie

Ateliers destinés à aider les opérateurs et communautés francophones dans la mise en place d'outils leur permettant une relance active post-pandémique.

Innovation et mentorat

Boîte à outils soutenant l'innovation et le mentorat dans le tourisme francophone et bilingue.

Solutions for businesses
Solutions pour les entrepreneurs

Dès le début du confinement, l'équipe de la SÉO a repensé la façon dont elle servait ses clients entrepreneurs.

SÉO
SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO

Webinaires sur l'entrepreneuriat et le tourisme.

Trousse de réactivation

Outil de prise de décision GrowthWheel.

Programme de réactivation.

SECTION 04

Société Économique de l'Ontario -SÉO
21 h
La SÉO vous invite à un WEBINAIRE
Créons des opportunités ensemble !
https://zoom.us/webinar/register/WN_SyigjU2CSr-r2HjbxuYi8g
Préparons-nous à la reprise économique
Tourisme francophone et bilingue ! Redémarrer les activités en toute sécurité/How to restart activities safely
La Société Économique de l'Ontario vous donne rendez-vous
MERCREDI 22 JUILLET 2020 À 11 AM
Vous êtes un opérateur ou un acteur du tourisme ? Ce webinaire s'adresse à vous ! Il vous est présenté par l'équipe des conseillers en Entrepreneuriat et en Développement économique de la Société Économique de l'Ontario pour vous aider à comprendre la situation actuelle et apprendre à utiliser les ressources disponibles afin de reprendre vos activités en toute sécurité.
TU SOUHAITES TE CONNECTER À CE WEBINAIRE ?
https://zoom.us/webinar/register/WN_SyigjU2CSr-r2HjbxuYi8g
Pour plus de renseignements tu peux nous joindre ici :
Courriel: info@seo-ont.ca
SÉO
SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO
Vous et 2 autres
J'aime
Commenter
Partagez

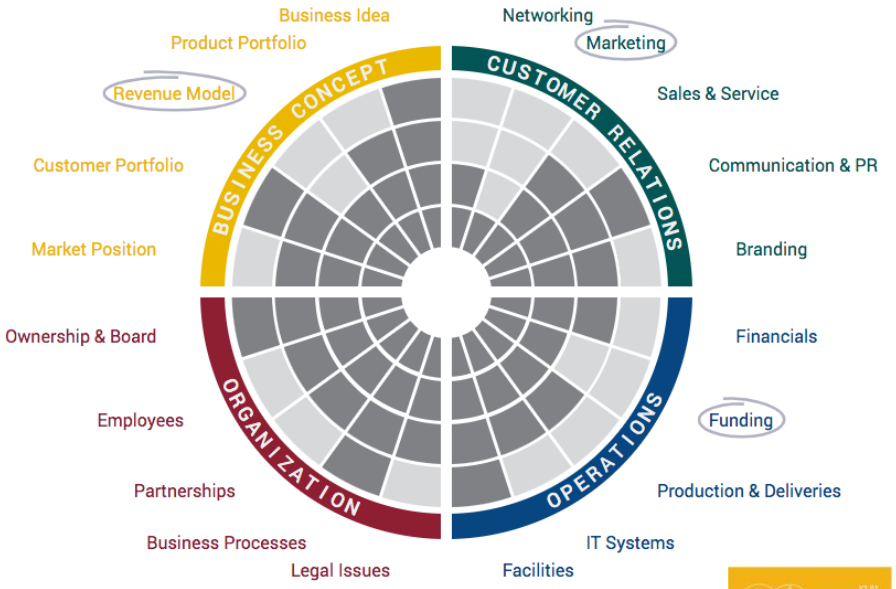
Tourism Industry Association of Ontario (TIAO)
2j
The Société Économique de 'Ontario is pleased to share the new SÉO Reactivation Toolkit to help Francophone & bilingual businesses in their efforts to reopen and restart their activities, including tourism operators. Find the toolkit here https://bit.ly/32Q5gOG
SÉO
SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO
Créateurs d'opportunités
TROUSSE DE RÉACTIVATION
2020
Vous et 4 autres
1 partage
J'aime
Commenter
Partagez

- Visual toolbox and way of looking at your business
- 4 Challenges
  - Create an attractive Business Concept.
  - Establish a strong organization.
  - Build lasting customer relations.
  - Maintain profitable operations.

GrowthWheel®

CONSEILLER D'AFFAIRES CERTIFIÉ

SECTION 04



- Complete a 360° Diagnostic
  - Choose areas to work on
- Decisions sheets, articles, frameworks & coaching

GrowthWheel®
CONSEILLER D'AFFAIRES CERTIFIÉ

PROGRAMME DE RÉACTIVATION Économique

CERTAINEMENT LA MEILLEURE OCCASION DE CHANGER LA DONNE EN 2020

INSCRIVEZ VOUS MAINTENANT !

Unique program within Canada, offered to francophone communities:

- Entrepreneurs, not-for-profits and co-operatives
- Multiple sectors including tourism businesses
- Currently available in Southern Ontario
- Open to organizations having been impacted by Covid-19

CONSEIL DE LA COOPÉRATION DE L'ONTARIO

COOPERATION COUNCIL OF ONTARIO

SEO SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO

Canada

Four objectives:

1. Recover from isolation and impact of Covid-19
2. Network with other francophone businesses to expand reach
3. Take a step-back to undertake 360 view and gain invaluable expertise
4. Receive dedicated 1:1 expert support and guidance

CONSEIL DE LA COOPÉRATION DE L'ONTARIO
COOPERATION COUNCIL OF ONTARIO

SEO SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO

Canada

Available through to March 31, 2021

- Over 125 organizations registered to October 31.
- Over 60 continue to receive targeted technical advisory services

Impact:

- *"Like having an extra person on the corporate executive team*." Patrick
- *"Thanks to the program, we have everything in our toolbox to continue growth and be better entrepreneurs!"* Chantale

PROGRAMME DE RÉACTIVATION Économique

Francophone & Bilingual Tourism Reactivation Strategy | MANAGING THE PANDEMIC'S TRANSFORMATIVE IMPACTS AND OPPORTUNITIES TO MOVE FORWARD.

SECTION 05

What are the next steps? Opportunities and Sustainability

Quelles sont les prochaines étapes?
Les opportunités et le tourisme responsable.

Call to action – Passons à l’action!

If you were able to attract new markets from Quebec, how would you adapt your experiences/products/services to make sure theses visitors feel welcome?

Si vous étiez en mesure d’attirer de nouveaux marches en provenance du Québec, comment adapteriez-vous vos expériences/produits/services pour rassurer ces visiteurs et les accueillir avec succès?

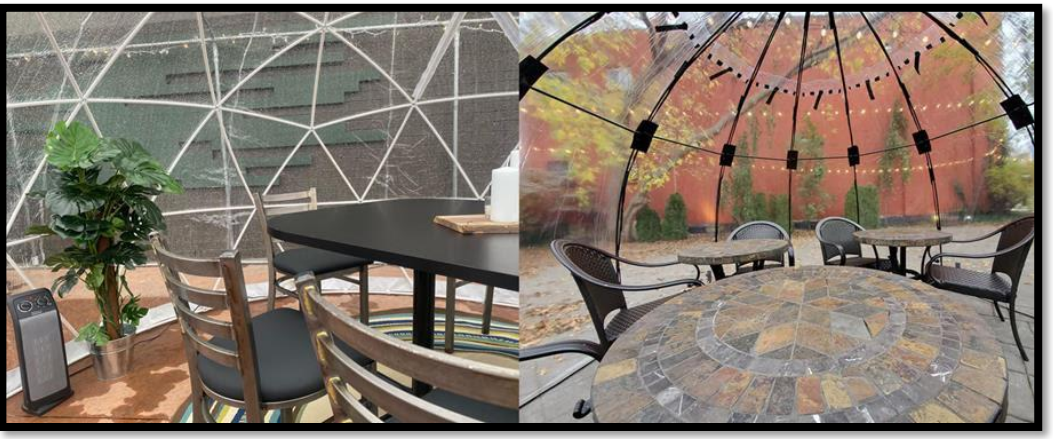
SECTION 05

The restaurant is called Bord för En, which translates as Table For One in English (Picture: Bord för En)

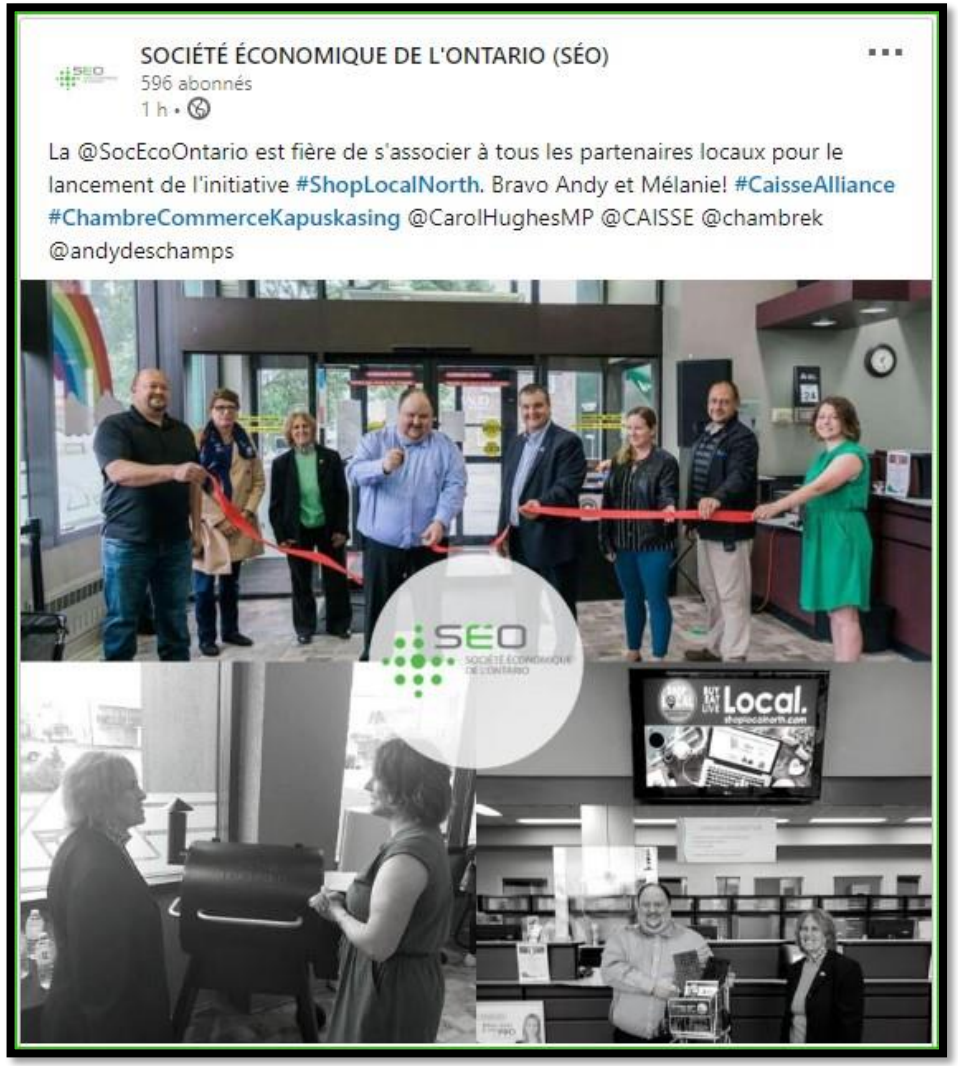
Create one new experience

Number Eleven

Think about what you could create to become 'newsworthy' i.e. something that would make an influencer or the travel media or mainstream media go wild.



SECTION 05


SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO (SÉO)
596 abonnés
1 h •
La @SocEcoOntario est fière de s'associer à tous les partenaires locaux pour le lancement de l'initiative #ShopLocalNorth. Bravo Andy et Mélanie! #CaisseAlliance #ChambreCommerceKapuskasing @CarolHughesMP @CAISSE @chambrek @andydeschamps
SEO
Local.

Rheault
DISTILLERY

APAGERM
Approuvé par Santé Canada - NPN 80098307
Vaporisateur
Arômes d'agrûme
NOUVEAUTÉS
Gel

THE GREAT TASTE OF
Ontario

RDÉE Canada

SEO SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO

Exemples Bonjour Manitoba (CDEM)

+ Cinéma sous les Étoiles – Le CDEM a organisé durant tout l'été des soirées cinéma en plein air à la Cathédrale de Saint-Boniface.

+ L'expérience culinaire de Prairie Berry – A travers le concept innovant du tourisme culinaire, Prairie Berry est une ferme spécialisée dans la production de fraises et offre des soupers gastronomiques à base de produits locaux.

+ Le Festival du patrimoine Montcalm au Musée Saint-Joseph – Le Festival a finalement pu avoir lieu grâce à des mesures sanitaires adéquates, et un nombre réduit de participants. Les 100 premières personnes ayant acheté leur billet ont pu profiter d'une soirée musique et d'un repas communautaire au Musée Saint-Joseph.

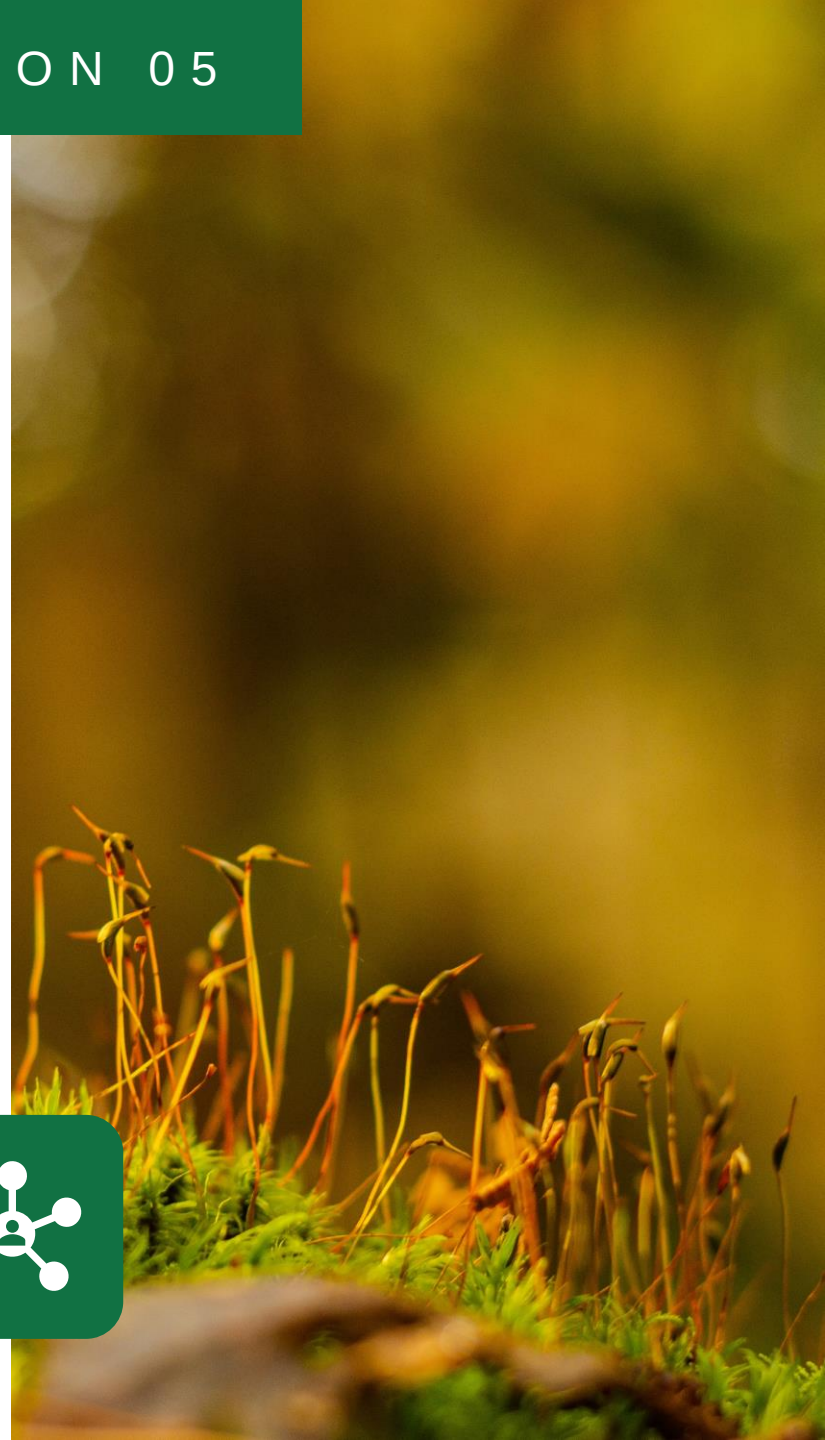
PARTNERSHIPS!! PARTENARIATS!! Carrefour culturel : 101 expériences

Le projet

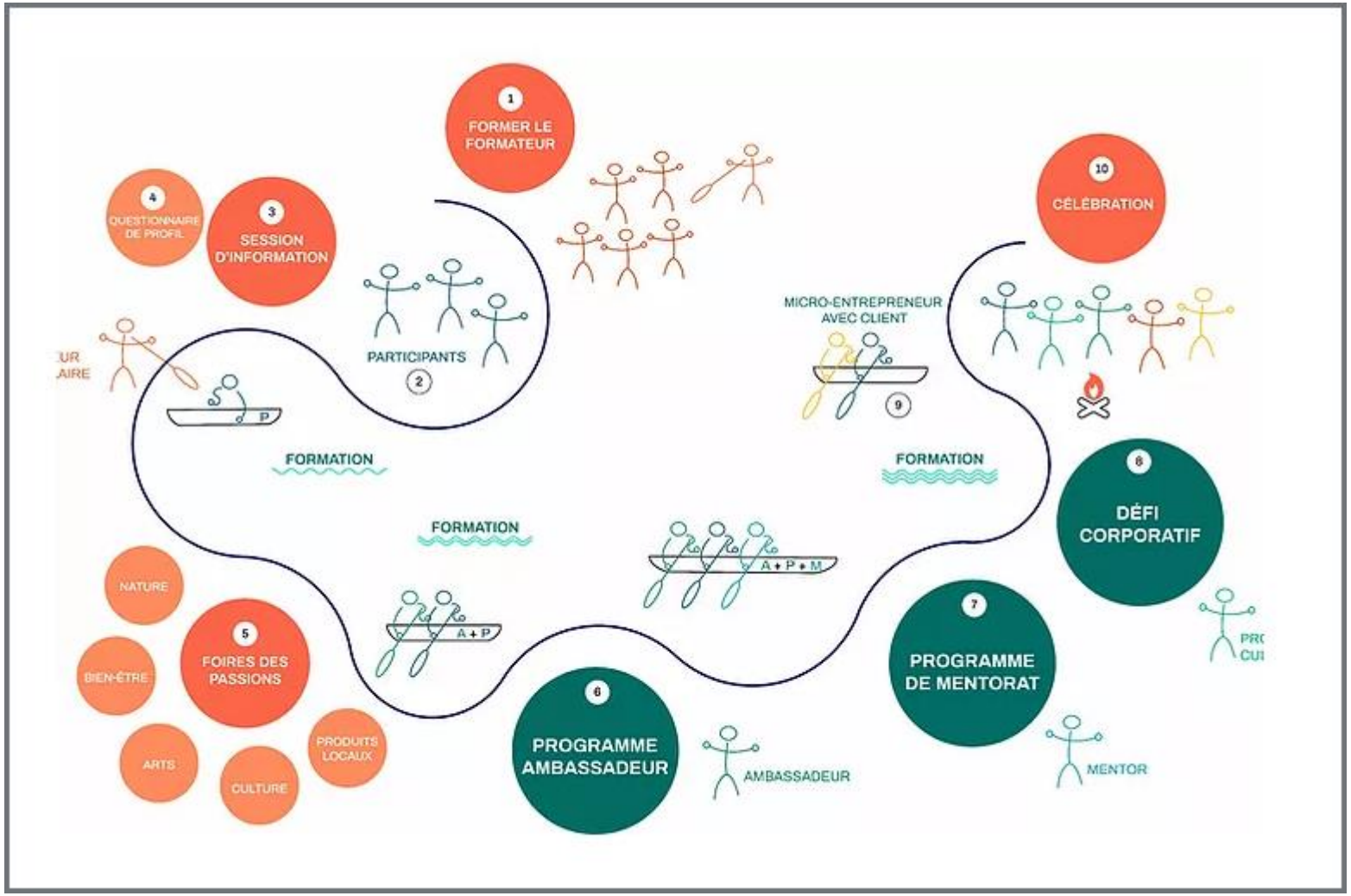
Carrefour culturel : 101 expériences est un projet qui combine le tourisme et l'immigration.

Ses principaux objectifs sont :

1. de développer l'industrie touristique du Nord de l'Ontario ; et
2. de créer des communautés plus accueillantes.



SECTION 05



Source : Carrefour culturel: 101 expériences

Partenaires du projet

- Centre leadership Niska Leadership Centre
- Le centre culturel ARTEM
- Société Économique de l'Ontario
- Northeastern Ontario Tourism
- Réseau du Nord
- Kirkland Lake Multicultural Group
- Indigenous Tourism Ontario
- The Town of Hearst | La ville de Hearst
- Conseil de la coopération de l'Ontario
- Far Northeast Training Board

SECTION 05

ÉCHECS

Apprenez à jouer aux échecs lors d'une séance de deux heures. Cette expérience est offerte sur un bateau à la marina de Haileybury.

En savoir plus

MARCHE GUIDÉE

Cette marche guidée vous fera découvrir le grand feu de 1919. La visite se termine par une dégustation de bière chez Whiskeyjack.

En savoir plus

RANDONNÉE GUIDÉE

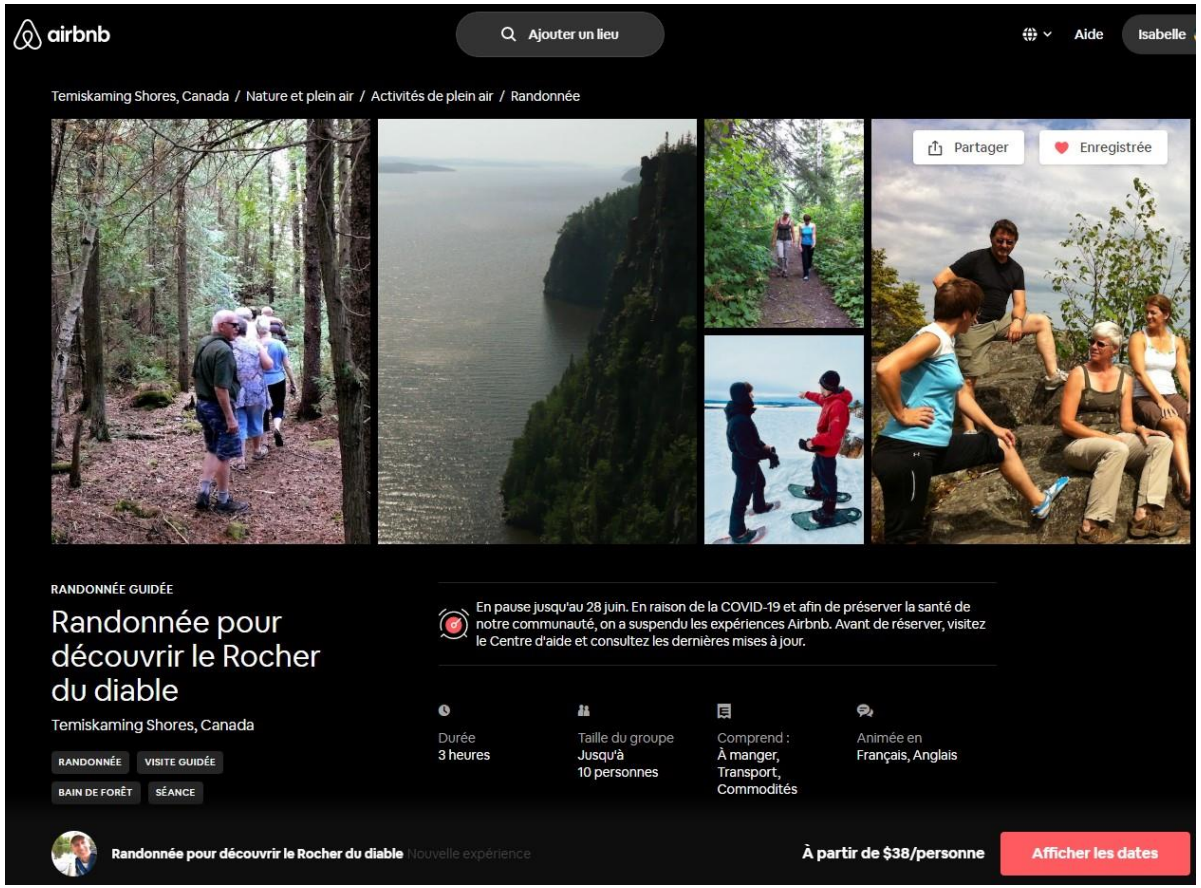
Une randonnée guidée dans la forêt vous mène à un sommet bien connu : Devil's Rock. Vous aurez aussi la chance de goûter des délices locaux!

En savoir plus

BÂTIR UN RADEAU À L'ÎLE FARR

ART AU BORD DE L'EAU

DÉGUSTATION DE BIÈRE



Source : Carrefour culturel: 101 expériences

SECTION 05

Source : BaldoDécouverte

SECTION 05

Développer le tourisme francophone et bilingue

Self-Assessment – Autoévaluation

TEN propose un outil pour évaluer l'offre francophone et bilingue actuelle et potentielle

Guide & Online Workshops – Guide et ateliers en ligne

Formations disponibles courant 2021.

Programme Fast Track to Sucess

Participation de 5 à 10 opérateurs francophones ou bilingues en 2021.

SECTION 05

FAITES DES DÉCOUVERTES GÉNIALES

Découvrez où (et comment) faire prudemment l'expérience des endroits incroyables du Canada et de la grande hospitalité de sa population.

LA ROUTE VOUS APPELLE?

Les communautés accueillantes du Canada et ses paysages à couper le souffle feront le succès de vos escapades routières partout au pays.

CHOISISSEZ VOTRE AVENTURE ›

SUR LA ROUTE EN GASPÉSIE AVEC ELISAPIE ISAAC

L'artiste Inuk Elisapie Isaac partage son escapade au Québec sur les routes de la Gaspésie.

EN SAVOIR PLUS ›

LES COULEURS ESSENTIELLES, MONTRÉAL

À Montréal, des artistes démontrent leur amour et leur gratitude à travers l'art publique

EN SAVOIR PLUS ›

VALLÉE DE LA RIVIÈRE SAINT-JEAN – BALADE AU FIL DE L'EAU

La vallée de la rivière Saint-Jean est l'hôte d'une multitude d'attractions naturelles parfaites pour une escapade.

EN SAVOIR PLUS ›

GARDIENS DE PHARE – LORSQUE LE CONFINEMENT DEVIENT UNE PROFESSION

Véritables sentinelles de la mer, les 43 phares toujours existants du Québec sont de fiers témoins de notre histoire maritime.

LISEZ LE BILLET DE BLOGUE ›

UNE ÉVASION URBAINE À VANCOUVER AVEC JONNY BIERMAN

Partez à la découverte de la culture, de l'histoire, de l'art et de la cuisine autochtones le temps d'une aventure urbaine à la rencontre de l'autre.

LISEZ LE BILLET DE BLOGUE ›

MANSONVILLE, UN CŒUR VILLAGEOIS OÙ C'EST CHOUETTE!

Découvrez ce que les gens du coin et les visiteurs adorent à Mansonville.

EN SAVOIR PLUS ›

VOYAGES ACTIFS AU CANADA : DES ACTIVITÉS DE PLEIN AIR ACCESSIBLES ET PRÈS DE CHEZ VOUS

Randonnée, vélo, canot... Le Canada réserve une foule d'activités extérieures aux voyageurs qui aiment bouger!

EN SAVOIR PLUS ›

CANADA LE CŒUR GRAND OUVERT

airbnb

★ 5,0 (4) · Temiskaming Shores

Haileybury Great Fire Guided Walk

From $25/person

★ 4,98 (117) · Ottawa

Walking tour in the heart of Ottawa

From $40/person

★ 5,0 (10) · Fort Erie

Paddle along the scenic Niagara River

From $50/person

Route Champlain.ca

LE CORRIDOR
PATRIMOINE, CULTURE ET TOURISME FRANCOPHONE
CORRIDORCANADA.CA

Sustainable Tourism
Tourisme durable et responsable

La prise en compte de l'impact durable et social est un facteur essentiel pour une reprise durable, viable et plus rapide (futur).

Sustainable Tourism2030

Tourists are looking for ways to be more sustainable in their travel, and look for ways to verify businesses engaging in sustainable actions.

Research shows that businesses who are actively trying to address social and environmental issues in their business retain employees better, and have a more loyal consumer base.

All of this works to generate higher returns for tourism businesses by engaging in behaviours that are good for people, the planet, AND profit.

MARCHÉS TOURISTIQUES FRANCOPHONES

Pour le Canada, le tourisme francophone et les marchés touristiques francophones domestiques et internationaux, représentent un marché porteur.

TAILLE DES PRINCIPAUX MARCHÉS FRANCOPHONES, DOMESTIQUES ET INTERNATIONAUX

307,2 millions de personnes

MARCHÉS FRANCOPHONES INTERNATIONAUX MOTEURS

FRANCE

BELGIQUE

SUISSE

MARCHÉS FRANCOPHONES DE PROXIMITÉ

- Québécois
- Francophones au Canada (hors Québec)
- Franco-américains

COMMENT ATTIRER CES TOURISTES FRANCOPHONES ?

Communiquer, offrir un accueil et des services en français
Valoriser le patrimoine et la culture franco-canadiens
Mettre de l'avant l'existence de communautés francophones et acadienne

À noter que les produits touristiques francophones ne sont pas exclusivement réservés aux touristes francophones. Ils peuvent servir de produits d'appel ou de produits complémentaires pour attirer les autres clientèles internationales ciblées par Destination Canada.

ONTARIO

La province de l'Ontario : Tant à découvrir !

L'Ontario se place en 1ère position des provinces canadiennes en termes de revenus touristiques (plus de 34,1 milliards $ de recettes en 2018) et représente un moteur économique puissant : 4,3 % du PIB, 188 000 entreprises et plus de 391 000 emplois directs.

Depuis 2015, le tourisme francophone et bilingue fait partie des priorités du Ministère du tourisme de la province à travers la mise en place d'une offre structurée thématique sous forme de route touristique multi-activité, offrant des expériences culturelles et touristiques francophones et bilingues de qualité : La Route touristique Champlain de l'Ontario.

En 2016, l'Ontario a accueilli 214 000 visiteurs de la France, une augmentation de 34 % sur 3 ans. Ce marché représente un potentiel de plus de 2 M de visiteurs. La province du Québec, quant à elle, représente le 1er marché de proximité pour l'Ontario avec plus de 4,4 millions de visites en 2018.

L'Ontario compte la plus importante communauté francophone minoritaire au pays. La culture unique des communautés franco-ontariennes et la valeur ajoutée d'offrir aux visiteurs francophones et francophiles des services dans la langue de leur choix en font une des meilleures destinations touristiques au monde.

CHIFFRES CLÉS DU TOURISME EN ONTARIO (2018)

Visites annuelles
144 millions

Dépenses touristiques
26,8 milliards $

MOTIF PRINCIPAL DE VOYAGE (2018)

Visite amis ou parenté
Vacances, loisirs ou agrément

La Route Champlain et le Corridor patrimonial, culturel et touristique francophone proposent plus de 80 attraits touristiques certifiés offrant des services en français et des expériences thématiques ciblant les visiteurs francophones et « franco-curieux » canadiens et internationaux

Route Champlain

CORRIDOR

PRINCIPAUX CENTRES D'INTÉRÊT POUR LES TOURISTES FRANCOPHONES

Attractions emblématiques :
Chutes Niagara, Toronto et Ottawa

Découverte de la culture, des traditions et de l'histoire :
Expériences autochtones et festivals

Nature :
Canot, plages et randonnées

Sources : Statistique Canada, Ministère du tourisme de l'Ontario, Destination Ontario

seo-ont.ca

SEO SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO

Ontario

SECTION 05

OUTILS ET SOLUTIONS

Regain visitors' trust
Regagner la confiance des visiteurs

La sécurité est la plus grande préoccupation des Canadiens: 75 % des personnes interrogées ont répondu que leurs choix de voyage dépendent avant tout de la clarté des communications sur les mesures de sécurité.

Tools and Efficient Communications
S’outiller et communiquer efficacement

GLOBAL PROTOCOLS

PROTOCOLES MONDIAUX

S’aligner aux meilleures pratiques internationales.

SUPPORT PROGRAMS

PROGRAMMES D’AIDE

Adapter et améliorer l’accueil, les services et expériences.

INFORMATION & PARTNERSHIPS

INFORMATION ET PARTENARIATS

Se tenir à jour des restrictions et opinion des résidents ; Développer des partenariats locaux.

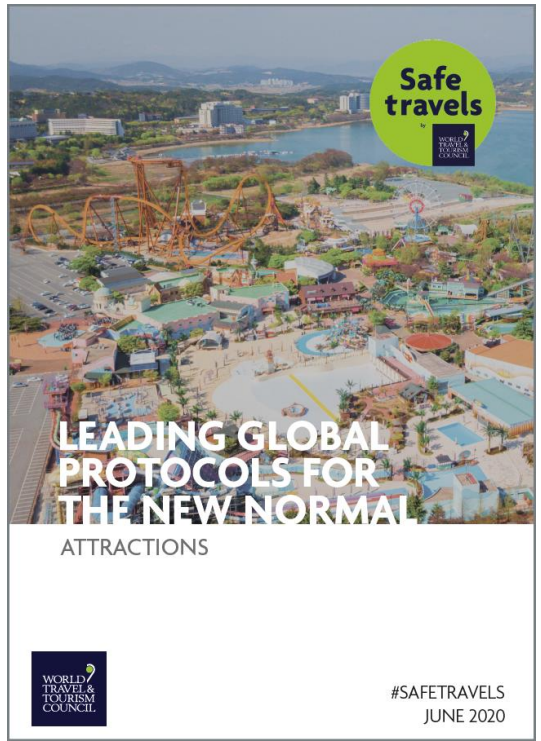
MESSAGES

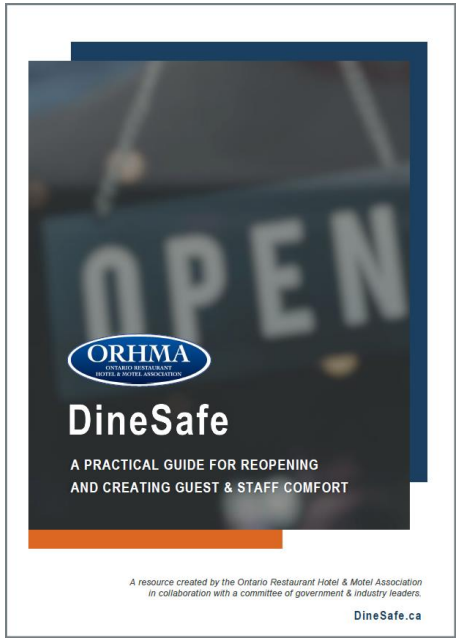
Adapter son message auprès des usagers (employés, visiteurs et partenaires).

SECTION 05

Safe travels by WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL tiao

CANATRACE™
KEEPING CANADIANS SAFE





SECTION 05

ONTARIO

Aucune restriction ou isolement requis pour les voyageurs canadiens qui entrent en Ontario. On décourage fortement les déplacements entre régions en Ont., en particulier depuis des zones à forte transmission vers des zones à faible transmission, faits pour des motifs non essentiels.

SECTION 05

Ce qu’il faut retenir – Key Takeaways

INFORMATION

Recherche
Données
Tendances
Messages

GOVERNANCE & PARTNERSHIPS

GOUVERNANCE ET PARTENARIATS

Priorités
Opportunités locales
Partenariats

NEW WORLD? NEW TOURISM

NOUVEAU MONDE? NOUVEAU TOURISME

Adaptation
Virage numérique
Innovation collective

MARKETING & COMMUNICAT-IONS

Messages
Plans et budgets
Attentes
« nouveaux » voyageurs

QUESTIONS?

MERCI
THANK YOU
MEEGWETCH

Ontario

NOTO
Nature & Outdoor Tourism Ontario

DESTINATION
NORTHERN
ONTARIO

NORTHERN · ONTARIO TOURISM TRAINING WEEK

Additional Resources
Ressources additionnelles

SEO SOCIÉTÉ ÉCONOMIQUE DE L'ONTARIO

Isabelle de Bruyn, Gestionnaire en tourisme (Ottawa)
T: 1 844 668-7333 p. / Ext. 305
idebruyn@seo-ont.ca

Monique Hebert-Bérubé, Agente de développement économique (Sudbury)
T: 1 844 668-7333 p. / Ext. 305
mhebert@seo-ont.ca

Emmanuel Rey, Agent de développement économique (Toronto)
T: 1 844 668-7333 p. / Ext. 305
erey@seo-ont.ca