

# Niagara

## On y va!

**TOURISME**   
**FRANCO-NIAGARA**

  
**BONJOUR**

**INFORMATION GÉNÉRALE**  
**Tourisme Franco-Niagara (TFN)**

TOURISME FRANCO-NIAGARA (TFN) EST UNE ORGANISATION SANS BUT LUCRATIF FORMÉ EN « 2004 » PAR LA CRÉATION D'UN PARTENARIAT ENTRE **TOURISM NIAGARA**, UNE COMPOSANTE DE NIAGARA ECONOMIC DEVELOPMENT CORPORATION, D'**ENTREPRISE NIAGARA** QUI EST UNE SOCIÉTÉ D'AIDE AU DÉVELOPPEMENT DES COMMUNAUTÉS ET DU **CLUB 2000 NIAGARA INC.**, UN ORGANISME À BUT NON LUCRATIF FAVORISANT L'EMPLOI, LE RÉSEAUTAGE ET LA DISSÉMINATION DE L'INFORMATION AU SEIN DE LA COLLECTIVITÉ FRANCOPHONE DE NIAGARA.

Le mandat de TFN est de promouvoir la région de Niagara comme destination de choix pour les touristes francophones du Québec et d'ailleurs au pays et dans le monde, tout en travaillant de concert avec l'industrie du tourisme local et les ressources de la collectivité francophone de la région de Niagara.

Au cours des dernières années, TFN et ses partenaires ont développé les outils suivants :

- une cinquième édition du guide touristique *Les Saisons*, conçu entièrement en français;
- un CD de promotion touristique en français a été développé en collaboration avec les médias, les opérateurs de tours, les agences de voyage et les centres d'information touristique tels que le Gateway de Grimsby.

TFN a aussi participé activement à la vie communautaire du Niagara, notamment :

- en organisant des tables de concertation de la collectivité francophone et en participant à l'élaboration d'une stratégie de développement touristique;
- en siégeant au consortium de Tourisme francophone provincial et au Comité cadre pour le repérage des destinations touristiques de haute qualité, une initiative du Ministère du Tourisme de l'Ontario.

En avril 2007, TFN a lancé le site Internet bonjourniagara.com, un site créé en français et destiné aux touristes francophones. Le contenu du site a été développé en fonction des études de marché identifiant les préférences des touristes francophones. Le site se concentre davantage sur l'industrie vinicole de la région, la gastronomie et les activités de plein air. De plus, dans la section Les coups de cœur de Suzanne, notre conseillère en voyage y donne plus d'information concernant les petits trésors à découvrir hors des sentiers battus.



En plus du développement d'outils de marketing pour cibler les voyageurs francophones, TFN a entrepris un projet pilote visant à encourager et appuyer les organisations touristiques locales à embaucher des employés bilingues (anglais et français) pour l'été 2007 dans des postes de service à la clientèle afin de pouvoir servir les clients dans leur langue. Ce projet se réalise grâce à des subventions de la fondation Trillium de l'Ontario allouées à Entreprise Niagara.



Les organismes participants s'identifieront au moyen d'autocollants et de cartes indiquant qu'ils font partie de la campagne Bonjour.

Les employés bilingues s'identifieront au moyen d'une épinglette Bonjour. Une campagne médiatique sera lancée au mois de mai pour en faire la promotion.

Selon une étude parrainée par le Ministère du tourisme de l'Ontario effectuée en 2006 par Decima Research, plus de 85 % des personnes interviewées ont indiqué leur intérêt de visiter l'Ontario au cours des 2 prochaines années. De ce nombre, 57 % ont mentionné vouloir venir dans le sud de l'Ontario.

Le but ultime de ces initiatives est de promouvoir le tourisme dans la région, ce qui devrait avoir un impact économique direct sur l'ensemble des fournisseurs de services et des entreprises de la région.

Pour plus d'informations contactez Susan Morin en composant le 1-866- 584-6782 ou par courriel à [info@bonjourniagara.com](mailto:info@bonjourniagara.com)