

ONTARIO
Tant à découvrir



Le coin café du SPOMT

L'approche touristique dynamique, variée, amusante et conviviale

Message de la présidente et directrice générale

L'automne étant la saison des récoltes et des retrouvailles traditionnelles, il est tout à fait indiqué de tenir notre Sommet annuel du tourisme du 29 septembre au 1er octobre. Il est encore temps de vous y inscrire si ce n'est déjà fait.

Nous sommes heureux de poursuivre notre partenariat avec l'Association de l'industrie touristique de l'Ontario (AITO) pour organiser le sommet de cette année à Windsor. Nous avons réuni une brochette exceptionnelle d'experts de l'industrie et du monde des affaires, qui nous aideront à explorer la voie de l'avenir pour l'industrie touristique de l'Ontario. Parmi les orateurs principaux, mentionnons Don Drummond, économiste en chef du Groupe financier Banque TD; Peter Yesawich, spécialiste des tendances touristiques du Ypartnership; et, du Royaume-Uni, Christopher Rodrigues, président de VisitBritain.

En outre, nous avons invité nos collègues du ministère du Tourisme à participer au programme, qui comprendra une table ronde sur la manière dont l'industrie et le gouvernement peuvent travailler de concert pour tirer profit des occasions de revitalisation et de croissance de l'industrie. Le 1er octobre, des réunions de petit groupe permettront de faire le point sur les progrès du ministère en ce qui a trait à l'établissement des régions touristiques, ainsi que de fournir une orientation pratique relativement à la taxe de vente harmonisée proposée.

Nous dévoilerons aussi les plans de marketing et les occasions de partenariat de la SPOMT pour l'année à venir au Café-rencontre sur le tourisme le 30 septembre. Faites partie des premières personnes à obtenir les renseignements les plus récents sur les possibilités de partenariat qui vous aideront à planifier vos activités.

Dans la soirée du 30 septembre, nous tiendrons le cinquième gala de remise des Prix du tourisme, qui honorent les meilleures initiatives dans le domaine du tourisme et du marketing. Cette année, le maître de cérémonie sera Brian Williams, annonceur sportif primé et doyen de la couverture télévisuelle des Jeux olympiques au Canada.

Il y aura de nombreuses nouveautés au Sommet qui ne manquera

Ralph Gaudet



DANS CE NUMÉRO

- » Participez!
- » Dans les nouvelles
- » Message de la présidente et directrice générale
- » Nos activités
- » Activités menées

PARTICIPEZ!

Il n'est pas trop tard pour assister
au
Sommet du tourisme de l'Ontario
de 2009.

Du 29 septembre au 1er octobre
Caesars Windsor

Pour obtenir plus de renseignements
et vous inscrire, [cliquez ici](#).

Commenditaires:



DANS LES

Robin Garrett
Présidente et directrice générale
Société du Partenariat ontarien de marketing touristique

NOS ACTIVITÉS

Nouveau! Dialogue en ligne pour les amateurs de voyages en Ontario



Les amateurs des voyages en Ontario qui souhaitent partager les plus beaux moments de leurs voyages chez nous peuvent maintenant échanger par le truchement de Facebook (en anglais). Lancée à la fin de juillet, la page des mordus de

l'Ontario [la page des mordus de l'Ontario](#) permet des échanges en ligne à propos des voyages en Ontario grâce à des conversations en ligne qui sont mises à jour deux fois par semaine et sont accessibles aux 250 millions d'utilisateurs de ce site de réseautage. Jusqu'ici, près de 1000 touristes férus de l'Ontario ont signé pour discuter de leurs destinations préférées, obtenir des renseignements sur les activités à venir et participer à des sondages et à des tirages hebdomadaires. Le concours Discover My Ontario, qui a débuté à la mi-août et se poursuit jusqu'au 8 octobre, encourage les membres du réseau à décrire les moments forts de leurs voyages et attribue un appareil-photo par tirage hebdomadaire. Les participants doivent soumettre un texte d'au plus 140 caractères qu'ils peuvent aussi envoyer par Twitter, ce qui leur permet d'échanger leurs impressions de voyage avec leurs connaissances et amis. Au cours des deux premières semaines du concours, on a dénombré 1 500 participations. Dans un deuxième temps, on compilera et publiera les textes reçus afin de maintenir l'intérêt à l'égard des voyages en Ontario et d'établir une liste et une base de données des amateurs. Pour la deuxième phase, on invitera également les touristes à envoyer des photos de leurs voyages en Ontario et ceux-ci pourront gagner une escapade en Ontario.

Programme pilote pour les cyclistes à bord du train Toronto-Montréal

Il est maintenant beaucoup plus facile de planifier une aventure cycliste grâce à une nouvelle initiative du ministère du Tourisme de l'Ontario, de la SPOMT, de Tourisme Québec, de VIA Rail Canada et de Transportation Options. Le nouveau programme pilote de VIA Rail entre Montréal et Toronto est offert du 24 août au 8 octobre 2009 et permet aux enthousiastes du cyclotourisme de se rendre Montréal ou à Toronto en embarquant leur vélo à bord du train. Pour



NOUVELLES

Quelques exemples d'articles et de reportages parus dans les médias grâce aux initiatives de la SPOMT.

Le parrain du jazz visite l'Ontario



Invité aux deux grands festivals du jazz de Montréal et de Toronto au début de juillet, le grand jazzman japonais Sadao Watanabe de renommée mondiale en a profité pour prendre le pouls de la scène culturelle, gastronomique et artistique à Toronto et se rendre admirer les chutes du Niagara. Les médias japonais ont couvert sa visite en Ontario et, par la suite, lors d'une réception le 22 juillet à l'ambassade du Canada au Japon, M. Watanabe a offert un spectacle en plus de participer à une discussion et de partager une multitude d'images et d'impressions avec plus de 100 représentants des médias classiques et spécialisés dans les voyages et la vie moderne. Parmi les partenaires qui ont rendu possible la tournée et l'activité médias à Tokyo, mentionnons la SPOMT, Tourisme Toronto, Tourisme Niagara et la Commission canadienne du tourisme. Pour en savoir plus, [rendez-vous au centre des médias de la CCT](#).

L'Ontario et l'Irish Times

promouvoir le nouveau service vélo-train entre les deux villes, on a publié des annonces dans les quotidiens pour navetteurs Metro Toronto et Métro Montréal, en plus de faire de la publicité en ligne. Le 5 septembre, une équipe de cyclistes vêtus pour la circonstance ont emprunté les pistes cyclables très fréquentées des deux villes pour faire connaître le service train-vélo à la population et distribuer des cartes incitant les cyclistes à profiter de cette possibilité d'apporter un vélo à bord du train. Toutes les activités promotionnelles dirigent les consommateurs vers des microsites bilingues qui fournissent de plus amples renseignements (bikeonthetrain.com et velodansletrain.com).

Aventures automnales en Ontario : tout le plaisir de la découverte en automne



Pour encourager un plus grand nombre d'Ontariennes et d'Ontariens à voyager dans la province en automne, le guide touristique Aventures automnales (précédemment intitulé Belles ballades d'automne) propose maintenant des expériences pour les gens actifs et les familles, notamment des activités de plein air, des festivals, des manifestations et des tournées des artisans, en plus de maintenir sa principale orientation sur les 18 itinéraires suggérés assortis de forfaits intéressants. Les 400 000 exemplaires en anglais et

les 15 000 exemplaires en français ont été distribués en encart dans les journaux au début de septembre, principalement à des ménages ciblés, mais aussi par l'entremise des Centres d'information touristique de l'Ontario, du service 1 800 ONTARIO et de nos partenaires. Une nouvelle adresse URL, ontariotravel.net/fall, relie les consommateurs à une page spéciale du site principal de la SPOMT créée à leur intention et leur fournit de plus amples détails, des renseignements sur les concours et d'autres outils de planification. Des publicités en ligne présentent les possibilités d'escapades automnales au moyen d'un calendrier interactif intégrant des sites ciblés, dont TripAdvisor, iExplore, Sympatico, Globe and Mail et Rogers (Maclean's, 680 News, CHFI), et elles invitent les consommateurs à découvrir en ligne les terrains de golf, le théâtre, les vignobles et les restos, les spas, les activités de plein air et d'autres aventures d'automne. Elles sont diffusées du début de septembre à la mi-octobre.

ACTIVITÉS MENÉES

Ambassador Invitational, un intérêt renouvelé pour l'Ontario

Désireuse d'exprimer son appréciation pour les activités commerciales déjà engendrées et de tisser de futurs liens d'affaires avec les principaux représentants de l'industrie internationale du tourisme, la Commission canadienne du tourisme (CCT) a tenu l'Ambassador Invitational 2009 dans le Muskoka à la fin d'août. Fruit d'un partenariat, l'événement a réuni des dirigeants d'entreprises internationales dans le domaine du tourisme qui mettent en marché des produits canadiens, ainsi que des cadres de l'industrie canadienne du tourisme. Cette activité se déroule chaque année dans une région différente du Canada pour faire valoir l'envergure du produit touristique au pays. Cette année, elle a permis à l'Ontario, à Muskoka Tourism et à leurs partenaires de vanter les produits et expériences de la région et de mettre en vedette la gastronomie, la culture et les activités locales.



Le plus grand quotidien d'Irlande a présenté l'Ontario en première page de son cahier voyages hebdomadaire du 25 juillet. Le supplément de l'Irish Times mettait en vedette les Kawartha, le Muskoka et le parc Algonquin sur deux pages centrales, et les lecteurs ont pu en prendre connaissance dans le site Web du quotidien. Ce site reçoit plus de 1,1 million de visites chaque mois. L'article couvre les expériences de plein air et les activités sportives à impact léger, dont le canotage et les centres de villégiature, et il découle d'un circuit-information offert en juin à un groupe de représentants des médias. Du point de vue des relations publiques, on estime que l'article imprimé représente à lui seul une valeur de plus de 565 000 \$.

Pleins feux sur l'Ontario



Au début d'août, la station de télévision NY1, le poste d'informations 24 heures de Time Warner, est venue en Ontario pour couvrir le [Festival Shaw et le Festival Shakespeare à Stratford](#) à l'intention de ses près de six millions de téléspectateurs. NY1 est un organe médiatique de premier choix en matière de couverture de la scène culturelle pour le public de la ville de New York, et ses reportages sur

Rassemblement des professionnels de la planification de réunions, une occasion pour l'Ontario de se faire valoir

Du 15 au 18 août, plus de 4 900 planificateurs de réunions ont assisté à Toronto au congrès annuel de l'American Society of Association Executives (ASAE), ce qui a été une occasion importante pour l'Ontario d'accroître sa notoriété comme destination privilégiée auprès de ces prescripteurs clés. La SPOMT, en collaboration avec le ministère du Tourisme de l'Ontario, a été le commanditaire présentateur de la Food & Wine Classic de l'ASAE le 17 août dans le district historique de la distillerie à Toronto. On a séduit les convives lors d'une soirée de dégustation nommée Explore Ontario in One Night agrémentée de délices culinaires fournis par 13 partenaires de l'industrie représentatifs des destinations d'excellence pour les réunions et congrès et Ontario. La SPOMT s'est également associée à Tourisme Toronto pour recevoir, le dimanche 16 août, les membres des médias à un déjeuner-causerie élaboré par Jamie Kennedy au Musée de l'art céramique George R. Gardiner. Les invités étaient des représentants de services de médias de l'industrie tels que Tradeshow Week, Meetings & Conventions, Association Meetings, CM&E, Convene, Trade Show Executive et Meetings Media.

Mission commerciale en Europe visant à accroître la connaissance des voyageurs

Pour stimuler le tourisme en provenance d'Europe et mieux sensibiliser les voyageurs aux attraits de la province, l'équipe d'outre-mer de la SPOMT a organisé une mission commerciale en Europe la dernière semaine de juin. Trois soirées reprenant à la fois la formule d'un séminaire sur l'Ontario et



celle d'un minisalon commercial ont eu lieu à Munich, Hambourg et Vienne et ont attiré 131 agents et médias commerciaux de renom, notamment *fww*, *Travel Trend*, *Travel Talk* et *TiP*. En partenariat avec Tourisme Toronto, Tourisme Ottawa, la Commission des parcs du Niagara et Niagara Helicopters, la SPOMT a également organisé de nombreuses visites de ventes chez des voyageurs à Francfort, Munich, Hambourg, Vienne et Zurich. En tout, le groupe a rejoint plus de 280 agents et 15 médias clés pour leur transmettre un message prégnant sur l'Ontario.

Voyages d'affaires : le tout dernier partenariat nord-américain favorise les ventes des partenaires de l'industrie

La nouvelle entente de collaboration de la SPOMT avec [Virtuoso Travel](#) donne à la province une occasion propice de tirer profit des possibilités non encore exploitées du marché de Fully Independent Traveller (FIT). Le partenariat avec ce réseau bien établi de 3 000 agences de voyage est déjà fructueux, puisque l'Ontario vient de passer au rang des destinations privilégiées. Cette désignation a valu à SPOMT de participer à trois séminaires de formation en ligne axés sur l'Ontario offerts à 60 agences de Virtuoso. En outre, afin de mieux comprendre les besoins des clients de Virtuoso et de souligner l'importance de nos produits à valeur ajoutée, la SPOMT a rencontré 400 des voyageurs les plus performants au Travelmart annuel de Virtuoso aux États-Unis à la mi-août, dans le cadre de rendez-vous ponctuels individuels. La province fait également très bonne figure dans [le numéro de septembre de Life](#), dans lequel on retrouve une couverture pleine page des plaisirs de la table et des vins de l'Ontario.

l'Ontario ont porté entre autres sur l'entrepôt de costumes de Stratford, les productions à l'affiche, des profils de comédiens et de directeurs de théâtre et une vue d'ensemble du monde du théâtre en Ontario.

L'Ontario déroule le tapis rouge pour l'empereur et l'impératrice du Japon



L'Ontario a été l'une des destinations royales de la visite récente de l'empereur Akihito du Japon et de son épouse, l'impératrice Michiko. Le couple royal a été accueilli à Ottawa et à Toronto au début de juillet à

l'occasion de sa visite qui commémorait officiellement le 80e anniversaire des relations canado-japonaises, son 50e anniversaire de mariage et le 20e anniversaire de l'accession de l'empereur au trône. Cette visite a été doublée d'un programme de sensibilisation au Canada qui a fait l'objet d'une intense couverture médiatique locale, nationale et internationale, y compris au Japon. Grâce au partenariat de la SPOMT avec la Commission canadienne du tourisme, Tourism BC, Travel Alberta, Air Canada et des voyagistes japonais Hankyu, H.I.S. et C.T.I., la couverture des rédacteurs en chef des médias japonais a été étayée de publicités dans les grands quotidiens japonais et d'une chance de gagner des billets gratuits pour le Canada). Plus de huit millions de lecteurs ont ainsi été rejoints.

Activités promotionnelles en partenariat pour rehausser l'attrait du plein air en Ontario

Divers partenariats de la SPOMT continuent à inciter les consommateurs à profiter des possibilités de détente, de relaxation et d'aventure dans la belle nature de l'Ontario. L'Ontario était dûment représenté par la SPOMT et ses partenaires de l'industrie, dont Sunset Country, l'Algoma Kinniwabi



Tourism Association et Canoe Canada à la succursale de Vaughn Mills de Bass Pro Shops au cours de la semaine du 17 août, dans le cadre de la promotion Hunting Classic d'automne 2009 du point de vente. De même, les lecteurs de Chill, le magazine maison des magasins Beer Store, ont pu en apprendre sur la plaisance et la planche nautique, qui étaient en vedette dans le numéro d'été. Ils ont pu participer au concours Wake up and Chill qui s'est terminé à la fin d'août. Le thème du plein air en Ontario se poursuit dans le numéro d'automne de Chill, qui renferme une annonce de deux pages en appui à la couverture rédactionnelle qui souligne l'abondance des aventures automnales qui s'offrent aux consommateurs en Ontario. Enfin, on attend plus de 70 000



visiteurs qui en auront plein la vue et les oreilles au Concours international de labour et à l'exposition rurale 2009, un événement qui se tient à Earlton du 22 au 26 septembre en partenariat avec l'Ontario's Wilderness Region Travel Association; la SPOMT sera de la partie pour

promouvoir les multiples possibilités d'activités plein air en Ontario. Toutes les activités sont présentées aux consommateurs sur www.northernontario.travel.

L'équipe d'outre-mer reçoit des voyageurs d'Asie-Pacifique



L'équipe d'outre-mer de la SPOMT aide les voyageurs et leur clientèle à arrêter leur choix sur l'Ontario comme destination privilégiée. En tout, l'Ontario a offert quatre tournées de planification en juin et en juillet, ce qui représente 34 voyageurs. Un circuit-information de quatre jours sous les auspices du

Canadian Niagara Hotel a présenté Blue Mountain et de nouvelles attractions de l'Ontario à des voyageurs établis au Japon. Une autre tournée de cinq jours a présenté le Circuit patrimonial Rideau, Ottawa, Kingston, Niagara et Toronto. En outre, des diplômés récents du Programme des spécialistes des voyages au Canada basés en Chine (dans le cadre du programme de formation de la CCT), ont visité Niagara, Toronto et Ottawa pendant cinq jours. Pour couronner le tout, un circuit-information de la Canadian Inbound Tourism Association (Asia Pacific), organisé par la SPOMT avec des voyageurs de Vancouver desservant les marchés de l'Asie-Pacifique, prévoyait sept jours en Ontario pour découvrir les nouveautés à Ottawa, Kingston, Toronto, Niagara et Hamilton.

Privacy by  SafeSubscribeSM

Société du Partenariat ontarien de marketing touristique | 10 rue Dundas est | bureau 900 | Toronto | (Ontario) | M7A 2A1 | Canada