

LE COIN CAFÉ

ONTARIO
Tant à découvrir

Message de la présidente et directrice générale

Nous abordons l'hiver avec une vigoureuse campagne qui aidera les Ontariens et Ontariennes à embrasser la saison et qui proposera aux consommateurs d'innombrables forfaits valeur. Dans la semaine du 11 janvier, nous lancerons une **nouvelle annonce télévisée** qui ne manquera pas d'inciter à l'action, ainsi qu'une page web et une brochure qui mettront des forfaits en vedette.

Comme tous nos efforts de marketing mènent les consommateurs à notre site Web, nous savons qu'il est important de faciliter leurs achats. Voilà pourquoi nous avons créé une section qui leur permet de **réserver** en ligne en les reliant directement à nos partenaires. Cette nouvelle section comprend également des liens vers des offres qui susciteront de l'intérêt et inciteront à visiter le site de nos partenaires. Nous avons en outre conçu un outil de recherche de forfaits afin d'aider les consommateurs à trouver exactement le forfait qui leur convient.

Du côté international, nous sommes prêts à accueillir et à inspirer les voyageurs du monde entier d'ici les **Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 à Vancouver**, et durant les Jeux. Nous avons muni la Commission canadienne du tourisme (CCT) d'histoires et d'images fantastiques qui lui serviront alors qu'elle met les provinces et les Jeux en valeur.

Au cours de l'année qui vient, nous mettrons en oeuvre [notre plan de marketing 2010-2011](#). Ce plan marque la dernière année d'une stratégie triennale. En période de difficulté économique, notre marché intérieur demeure important, mais nous renouvelons nos efforts pour attirer les voyageurs de l'étranger.

Consultez le site www.tourismpartners.com pour prendre connaissance du plan de marketing et des occasions de partenariat pour l'année à venir. De nombreuses possibilités s'offrent à nos partenaires. Nous avons besoin de votre contribution et de vos forfaits pour alimenter nos efforts de marketing. Faites-nous signe!



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

Quoi de neuf?

Les familles encouragées à embrasser l'hiver

Les Ontariennes et Ontariens sont encouragés à profiter du grand air dans leur propre province. À compter de la semaine du 11 janvier, un message publicitaire Un endroit sans pareil à thème saisonnier, mettant en vedette le band Arkells de Hamilton, sera présenté sur les principaux réseaux de l'Ontario et sur OMNI Television.

La même semaine, et pour inspirer de nouvelles idées de forfaits

Volume 4/Numéro 1

- » Joyeuses fêtes!...
- » Dans l'actualité
- » À vous de jouer
- » Félicitations!
- » Message de la présidente et directrice générale
- » Quoi de neuf?
- » Nos activités

Joyeuses
fêtes!



*Joyeuses fêtes de la part de
tout le personnel de la
SPOMT*

Dans l'actualité



La SPOMT, les médias et la grande aventure de Missinaibi

À la suite d'un partenariat avec la SPOMT et Parcs Ontario, un article en cinq parties, présentant des plongées d'exploration à Missinaibi, rédigé par Evan Solomon de la CBC et accompagné de photos de Laura Bombier, a paru dans l'édition de [novembre du magazine Outpost](#). Cet article de 20 pages, le plus approfondi qui ait paru au cours des 13 années d'existence du magazine, a été diffusé partout en Amérique du Nord et représente, en fait de relations publiques, une valeur de près de 400

séjours de 24 heures ou plus, 480 000 exemplaires (français et anglais) d'un guide hivernal de 44 pages seront distribués sur 25 marchés de l'Ontario et par l'entremise des centres d'information touristique de l'Ontario; on pourra aussi se procurer le guide en composant le 1 800 ONTARIO.

En outre, une campagne de promotion par courriel et un moteur de recherche dirigeront les recherches des consommateurs vers une page spéciale du site consommateurs de la SPOMT. (La campagne de l'an dernier a suscité plus de 90 000 visites.) Cet appel à l'action permettra aux consommateurs de se renseigner sur les forfaits et sur les expériences hivernales.

Diffusion du calendrier Grande aventure de plein air en Ontario



Il est facile de planifier une aventure ou des activités en pleine nature en Ontario à l'aide du calendrier Grande aventure de plein air en Ontario. La version 2010 du calendrier, qui abonde en photos illustrant certains des endroits les plus pittoresques en

Ontario, a été distribuée en novembre par l'entremise des centres d'information touristique de l'Ontario et des magasins [Mountain Equipment Coop](#) et a été insérée dans le numéro de janvier février 2010 du magazine *Canadian Geographic*. Tous les efforts de promotion visent à attirer les consommateurs sur le site [ontariotravel.net/outdoor](#) où ils trouveront d'autres idées d'activités de plein air. Pour un aperçu du calendrier, [cliquez ici](#).

Le Minnesota se passionne pour la pêche sportive en Ontario

L'Ontario continue à puiser dans le marché de Minneapolis par l'entremise de son programme Pêche Ontario. La prochaine étape du programme, qui est un élément clé de la stratégie de marketing touristique du Nord, sera mise en œuvre de janvier à mars 2010. Babe Winkelman, animateur de [Good Fishing](#), l'émission de plein air la plus populaire selon Nielsen, est de nouveau le porte-parole du programme. Cette année, Pêche Ontario donnera aux membres de l'équipe des Wild du Minnesota de la LNH l'occasion de raconter leurs histoires de pêche préférées en Ontario sur les ondes de [Wild Radio](#) et sur des vidéoclips présentés au Xcel Energy Center de St. Paul - l'arène de l'équipe. Un concours s'ajoutera aux efforts visant à mettre l'Ontario en valeur comme destination de premier choix pour la pêche sportive.



Les mordus des sports motorisés pourront gagner l'escapade de leurs rêves



Les routes, les sentiers et les voies navigables de l'Ontario sont le point de mire du concours [Gagnez l'escapade de vos rêves](#) du programme Faites un tour en Ontario. Le concours, annoncé en ligne, dans la presse

écrite et à la télévision, est le principal appel à l'action d'une campagne

de 000 \$. La version télévisée du reportage, qui a été présentée sous forme [de documentaire à l'émission The National de la CBC](#), mettait en vedette Evan Solomon et le [« Survivant », Les Stroud](#).

Une famille gagne une escapade de rêve en Ontario



La famille Guo, de Shenzhen, en Chine, a été l'heureuse gagnante d'un voyage de rêve en Ontario lors d'un concours lancé sur la chaîne China Travel. Grâce à un partenariat avec la SPOMT et plusieurs destinations, cette famille a profité, pendant deux semaines commençant la dernière semaine de septembre, d'une escapade à Toronto, Niagara Falls, Niagara-on-the-Lake, Gravenhurst, Huntsville, Ottawa, et au parc Algonquin. À la suite d'une campagne d'un mois menée sur [sina.com](#) et d'une conférence médiatique tenue le 23 septembre à l'ambassade du Canada à Pékin, les médias de Pékin ont suivi les aventures de la famille pour diffusion à la radio et sur vidéo, et un blog a été rédigé à la minute près. China Travel, la seule chaîne de télévision chinoise par satellite portant sur les voyages et le style de vie, est regardé par 350 millions de téléspectateurs. La valeur de cette promotion, pour la seule partie précédant la diffusion, s'élève à près de 520 000 \$.

Les spas de l'Ontario accueillent une célébrité

Au début d'octobre, l'actrice, chanteuse, animatrice, auteure et carnetière Michaela Merten, accompagnée de trois représentants des médias allemands [Frau im Spiegel](#) et [Die Aktuelle](#), a fait l'expérience de quelques spas ontariens. Le Haldimand Hills Ste. Anne's spa et le Pillar and Post Inn, Spa and Conference Centre de Niagara-on-the-Lake sont au nombre des endroits qu'elle a visités en Ontario et au Québec. La chronique hebdomadaire de Mme Merten paraît dans le magazine féminin *Frau im Spiegel* et est lue par plus de deux millions de personnes.

À vous de jouer

Participation aux prochains programmes de marketing de la

qui présente l'Ontario comme un endroit fabuleux pour la randonnée. Le formulaire d'inscription en ligne sert également à alimenter la base de données de Faites un tour. Le concours a été lancé en octobre grâce à une collaboration remarquable de la part des partenaires et se terminera en mars 2010; il offrira au gagnant (et à un invité) l'occasion unique de choisir la randonnée de ses rêves à Muskoka ou dans la région des arcs-en-ciel, en motocyclette, en bateau, en motoneige ou en véhicule tout-terrain.

Un accueil chaleureux attend les voyageurs étrangers à l'aéroport Pearson

Les visiteurs de l'étranger qui arrivent à l'aéroport Pearson de Toronto ont droit à un accueil chaleureux et à un avant-goût des superbes expériences touristiques qu'offre l'Ontario, et ce, dès leur arrivée en sol canadien. En prévision des Jeux olympiques d'hiver de 2010, la SPOMT, en collaboration avec la Commission canadienne du tourisme, l'Agence des services frontaliers du Canada et l'Autorité aéroportuaire du Grand Toronto, a mis en place le programme Bienvenue au Canada. Chaque jour, plus de 26 000 voyageurs de l'étranger pourront admirer des photos des trésors touristiques de l'Ontario et se laisser tenter par des messages sur le thème des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010. Le programme a déjà fait l'objet de mentions dans la presse écrite et en ligne, tels *Travel Press* et les éditions de Toronto, d'Ottawa et de Vancouver du quotidien gratuit *24 Hours*. Pour lire le communiqué au complet, [cliquez ici](#).



Les expériences Plein air - Ontario en vedette dans les salons à l'intention des consommateurs



La SPOMT et ses partenaires continuent à participer à divers salons à l'intention des consommateurs, aux États-Unis et en Ontario. Depuis septembre et jusqu'en mars 2010, ces salons comprennent [Novi](#), [Snowmobile USA du Michigan](#), [le Salon des sports récréatifs motorisés de Québec](#) et [le Spring](#)

[Fishing and Boat Show de Toronto](#); toutes ces activités sont menées de concert avec des partenaires comme la [Kinniwabi Travel Association d'Algoma](#), [Rainbow Country](#), [Ontario's Wilderness Region](#), le [ministère du Développement du Nord, des Mines et des Forêts](#), [Parcs Ontario](#), [Parcs Canada](#), et [Mountain Equipment Coop](#).

Nos activités

Le Sommet du tourisme de l'Ontario de 2009 ouvre « la voie de l'avenir »

Pour la deuxième année consécutive, la SPOMT et la Tourism Industry Association of Ontario ont accueilli plus de 400 délégués au Sommet du tourisme de l'Ontario, tenu au Caesars Windsor en septembre. Articulées autour du thème « La voie de l'avenir », les présentations ont jeté un regard



SPOMT

Des possibilités de marketing sont présentement disponibles dans la brochure de détail printemps-été visant les familles et les couples, ainsi que dans les encarts du printemps de la Collection d'escapades à l'intention des adultes et des couples. Pour un aperçu des offres de publicité de la SPOMT pour 2010-2011, consultez le site www.tourismpartners.com. Pour discuter de la publicité qui convient à votre entreprise, veuillez communiquer avec l'équipe des partenariats et des ventes de la SPOMT en téléphonant au 1 888 365-4422 ou en envoyant un courriel à otmp.sales@ontario.ca.

N'oubliez pas, en janvier, le sondage annuel de la SPOMT

En janvier, la SPOMT mènera son sondage annuel sur la satisfaction auprès des intervenants de l'industrie. Ce sera l'occasion d'exprimer votre opinion sur les activités et le rendement de la SPOMT. Vos remarques serviront à améliorer les programmes et services offerts aux partenaires. Ipsos Reid mènera le sondage au nom de la SPOMT. Les réponses individuelles resteront confidentielles et ne seront publiées que sous forme regroupée. Nous vous donnerons plus de détails bientôt. À suivre...

Inscrivez-vous dès maintenant! C'est gratuit!

Inscrivez dès maintenant et GRATUITEMENT votre entreprise ou un événement sur le site consommateurs de la SPOMT en [cliquant ici](#). Moyennant un tarif annuel minime, vous pouvez ajouter un logo, une image et une description interrogeable de 150 mots.

Devenez un habitué de la page Facebook d'Ontario Travel dès aujourd'hui

[La page Facebook d'Ontario Travel](#) renferme de plus en plus d'anecdotes, d'idées et d'aventures. La SPOMT se propose d'ajouter bientôt d'autres chaînes d'information à son réseautage social, y compris des sites comme [Wikipédia](#). Tous les partenaires ontariens sont invités à raconter un fait ontarien. Vous avez des photos ou des vidéos, ou vous souhaitez tout simplement signaler un attrait de votre région ou un événement extraordinaire? Communiquez avec nous par courriel à info@tourismpartners.com.

Merci aux commanditaires du Sommet du tourisme de l'Ontario de 2009!

perspicace sur l'avenir de l'industrie touristique, allant de l'économie aux tendances en matière de voyages, en passant par les leçons que l'on peut tirer d'une destination étrangère. Le gala de remise des prix du tourisme, qui a eu lieu le 30 septembre, a récompensé l'innovation et l'excellence dans l'industrie touristique. Plusieurs médias, dont le Windsor Star, CBC Radio 1, CBC TV et CKLW AM, ont signalé l'événement et les lauréats ont fait l'objet de mentions dans des médias locaux, tels le *Sarnia Observer*, le *Peterborough Examiner* et le *Collingwood Enterprise Bulletin*. Pour une liste complète des communiqués, des lauréats et des photos, [cliquez ici](#).

Les séjours dans les spas ontariens au centre de la promotion au Royaume Uni



Par suite des démarches de l'équipe marchés étrangers de la SPOMT pour promouvoir les séjours beauté-santé en Ontario, les séjours dans les spas de la province sont en vedette dans l'article-couverture de cinq pages de l'édition automne-hiver 2009-2010 du magazine britannique *Essentially Canada*. Un concours organisé en association avec VIA Rail, l'hôtel Brookstreet d'Ottawa, le Haldimand Hills Ste. Anne's Spa et le Park Hyatt de Toronto est également annoncé ailleurs dans la presse écrite et en ligne.

Essentially Canada, une publication saisonnière tirée à quelque 74 000 exemplaires, est diffusé à Londres dans les librairies W.H. Smith et dans les salles d'embarquement d'Air Canada à l'aéroport Heathrow. La valeur promotionnelle du publireportage est estimée à 124 000 \$.

Les voyageurs chinois mis au fait du produit ontarien



L'Ontario était en vedette lors du Showcase Canada/China, une activité de cinq jours qui a eu lieu à la mi-octobre et à laquelle ont participé la SPOMT ainsi que 55 fournisseurs de services touristiques du Canada, dont 16 de l'Ontario. Une série d'ateliers et de réunions, tenus dans les villes de

Guangzhou, Shanghai, Hangzhou et Pékin, ont présenté les produits touristiques de l'Ontario à plus de 330 voyageurs.

La promotion des vols directs d'Air Canada dans les transports en commun de Tokyo



Deux grandes campagnes ont été lancées avec éclat à la mi-octobre dans les transports en commun de Tokyo. La SPOMT s'est associée à la CCT, Air Canada, Tourism Toronto et HIS Travel pour faire la promotion

du relancement du vol direct Tokyo-Toronto d'Air Canada, accompagné d'un séjour de trois nuits à Toronto. Des annonces ont été affichées dans 16 stations de métro de Tokyo pendant une semaine, et des autocollants pleine dimension ont garni les portières de wagon pendant un mois. Une campagne intégrée a également donné lieu au placement stratégique de 42 affiches publicitaires dans 16 stations de métro et de 80 affiches de l'Ontario bien en évidence dans les wagons de l'une des plus importantes lignes de banlieue.



Félicitations!

La SPOMT fait ses adieux à Carol Maxwell

Carol Maxwell, directrice du marketing en Amérique du Nord, quittera la SPOMT à la fin de l'année, après une longue et distinguée carrière à la Fonction publique de l'Ontario. Avant son plus récent poste à la SPOMT, Carol a occupé, entre autres, des postes de marketing au ministère du Tourisme et au ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales. Au nom du personnel de la SPOMT et des partenaires de l'industrie, nous remercions Carol Maxwell pour ses nombreuses années de dévoués services et nous lui offrons nos meilleurs vœux au début de cette nouvelle étape de sa vie.

Lori Waldbrook remplira de nouvelles fonctions à Parcs Ontario

Lori Waldbrook, chef des partenariats stratégiques à la SPOMT, a accepté un nouveau poste à Parcs Ontario en tant que spécialiste du marketing et du développement du tourisme. Lori, une employée du ministère du Tourisme de l'Ontario depuis 20 ans, a commencé sa carrière au ministère comme représentante aux services régionaux à London et à Peterborough. Elle travaille pour la SPOMT depuis la fondation de la Société, en 1999; elle avait alors été embauchée pour diriger le démarrage des activités et des comités de développement des produits. Elle a

La SPOMT attire l'attention des voyageurs nord américains

L'Ontario a été fortement mis en valeur lors de Bienvenue Québec, un congrès de l'industrie touristique tenu à Québec au début de novembre. Pour la troisième année, le déjeuner de clôture a été parrainé par la SPOMT. Sur le thème « L'Ontario... Du talent à revendre », un vaste éventail d'images



plus grandes que nature ont été projetées et ont servi de toile de fond à la réception qui a mis en vedette de la musique, du chant et de la danse. Plus de 60 partenaires ontariens ont participé au congrès, auquel ont assisté plus de 500 voyageurs et fournisseurs de tout le Canada et des États-Unis.

L'Ontario et le Québec se tournent vers l'Ouest

Les résultats d'une campagne de promotion conjointe de l'Ontario et du Québec viennent d'être publiés. Un partenariat entre la SPOMT, Tourisme Québec et Flight Centre de Vancouver a entraîné une augmentation de 76 % des ventes de forfaits en août dernier par rapport au mois d'août 2008. Dans le but premier de susciter de l'intérêt dans l'Ouest du Canada, des forfaits Ontario/Québec ont été vendus à titre promotionnel dans plus de 70 points de vente de Flight Centre en Colombie-Britannique et en Alberta. Ont profité de l'occasion les gens d'affaires (60 %), suivis de près par les vacanciers (40 %). Air Canada et WestJet ont signalé des ventes de 1,4 million de dollars (environ 2 300 passagers) et de 1,2 million de dollars (environ 1 955 passagers) respectivement.

Des escapades pour les Ontariens

Les couples, les groupes d'amis et les célibataires qui souhaitent s'évader du quotidien pour vivre une expérience en Ontario demeurent le centre d'intérêt du programme d'escapades de la SPOMT. Grâce aux efforts déployés au printemps, à l'été et à l'automne [au moyen de publicité interactive en ligne](#), le message du programme a été reçu par les consommateurs 10,2 millions de fois, et des interactions ont eu lieu 800 000 fois, une minute en moyenne. Un [cyberbulletin publié en novembre](#) dirige les consommateurs vers www.ontariotravel.net/getaway pour des renseignements, des forfaits, ainsi que la chance de participer au concours Quatre saisons à découvrir. En 2010-2011, le programme comprendra en outre quatre encarts sur un thème saisonnier et d'autres cyberbulletins présentant des célébrations, des destinations, des événements, des occasions de magasinage, et des certificats-cadeaux.

par la suite rempli d'autres fonctions en matière de développement des marchés et d'activités de marketing expérientiel auprès d'associations provinciales de marketing et, plus récemment, elle a rempli les fonctions de chef du marketing pour le segment aventure. Dès la mi-janvier, la SPOMT collaborera avec elle en tant que partenaire. Nous lui souhaitons toute la chance possible dans son nouveau rôle.

Privacy by  SafeSubscribeSM

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