



Message de la présidente et directrice générale

L'été est arrivé, enfin! À la SPOMT, nous nous sommes préparés à une saison particulièrement occupée en raison de plusieurs événements très attendus.

En mai, nous avons lancé notre [campagne de l'été 2010](#), avec de nouvelles annonces à la radio et à la télévision mettant en vedette l'artiste ontarienne Aline Morales, la refonte de nos publications d'été, un site Web proposant une foule d'idées d'escapades et une offre de forfaits « séjour et divertissement » à partir de 109 \$ pour une famille de quatre personnes. Vous pouvez en savoir plus en consultant le site <http://www.tourismpartners.com>.

Au début de juin, nous avons profité de [la Semaine du tourisme](#) pour encourager les familles de l'Ontario à séjourner et à se divertir dans leur propre province cet été. Les partenaires du secteur touristique de toute la province ont installé des présentations interactives dans les centres d'information touristique de toutes les régions de l'Ontario pour une série de manifestations organisées du 2 au 13 juin. Merci aux nombreux partenaires qui ont participé à ces activités et qui ont généreusement offert des cadeaux et des prix de valeur. Nos efforts communs ont permis de communiquer notre message à 8 millions de consommateurs.

Après des mois de préparation, l'Ontario a été sous les feux de la rampe du 24 au 27 juin, pendant la tenue des Sommets du G8 et du G20. À Toronto, nous avons accueilli 3 500 journalistes accrédités du monde entier et nous leur avons donné mille et une idées de voyages remarquables qui devraient susciter de l'intérêt et des histoires à raconter pendant de longs mois.

Pendant la même semaine, nous avons aussi vécu un moment historique avec [la signature, par les gouvernements du Canada et de la Chine, de l'accord sur le statut de destination approuvée du Canada](#). Ce statut [nous permet de commercialiser nos expériences touristiques directement auprès des consommateurs chinois](#) et de vendre des voyages de groupe par l'intermédiaire de voyagistes qui desservent la Chine. Nous comptons bien faire tout ce qu'il faut pour accueillir davantage encore de visiteurs de Chine. Pour vous aider à vous y préparer, guettez l'information à venir sur un séminaire de formation spécialisé qui se tiendra le 3 août à Toronto.

Allons tous profiter de l'été en Ontario!

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

Quoi de neuf?

« There's No Place Like This » bat toujours la mesure en Ontario



[Les accords afro-brésiliens de la percussionniste de Toronto Aline Morales](#) marquent la mesure de la nouvelle version des annonces publicitaires anglaises pour la radio et la télévision de la SPOMT, « There's no place like this ». Des annonces radio en français, mettant en vedette la chanteuse réputée Cindy Doire, ont été créées à l'intention de la collectivité francophone de la province. Diffusées de la mi-mai à la fin de juillet, ces annonces invitent tous les consommateurs de l'Ontario qui ont soif de

DANS CE NUMÉRO - Volume 4 / Numéro 3

- À vous de jouer
- Dans l'actualité
- Félicitations!
- Message de la présidente
- Quoi de neuf?
- À suivre
- Nos activités

À vous de jouer

Inscrivez-vous dès maintenant au Sommet du tourisme de 2010

[L'inscription au Sommet 2010 est ouverte](#). Organisé par la SPOMT et l'association de l'industrie touristique de l'Ontario (TIAO), le Sommet aura lieu cette année du 7 au 9 novembre au Deerhurst Resort, à Muskoka. Intitulé « Passer à la vitesse supérieure », le Sommet sera axé sur les stratégies qui aideront l'industrie à réaliser son plein potentiel.

Ne manquez pas les conférences de grands spécialistes du secteur touristique et des affaires, comme :

- Warren Jestin, économiste en chef de La Banque de Nouvelle-Écosse;
- Darrell Bricker et John Wright, experts en matière de tendances chez Ipsos Reid Public Affairs;
- Mitch Joel, gourou du marketing numérique et des médias sociaux;
- Dr Joseph Michelli, expert du service à la clientèle.

Les ateliers porteront entre autres sur les investissements touristiques, le développement de produit, les organismes touristiques régionaux et le marketing. Inscrivez-vous dès maintenant pour bénéficier du tarif spécial de pré-inscription. Pour vous inscrire, visitez

www.ontariotourismsummit.com/fr.

Vous avez besoin de transport? Ontario Northland et Coach Canada offrent des billets aller-retour gratuits aux délégués inscrits. [Vous trouverez tous les détails sur la page Inscription.](#)

Les candidatures sont ouvertes pour les Prix du tourisme de l'Ontario. [Présentez aujourd'hui votre initiative touristique préférée.](#)

COMMANDITAIRES



vacances estivales à profiter des forfaits « séjour et divertissement » proposés à partir de 109 \$. L'annonce télévisée « There's no place like this » avec Justin Hines a également été diffusée à Winnipeg. La campagne est aussi appuyée par nos publications estivales et un publipostage électronique adressé à tous les consommateurs de notre base de données. Pour connaître les détails de la campagne, [cliquez ici](#).

Un partenariat avec Radio Canada vend le tourisme en Ontario aux consommateurs du Québec

Pour la troisième année (de mai à juin), les téléspectateurs du Québec ont été amusés, informés et divertis [par des vignettes sur l'Ontario réalisées en partenariat avec Radio Canada et présentées par la fameuse personnalité de la télévision québécoise, Chantal Fontaine](#). Parmi les lieux mis en vedette, citons Ottawa, Upper Canada Village, l'île de Toronto, le zoo de Toronto, Wasaga Beach et les Scenic Caves. Depuis la mi-mai, et jusqu'au début de juillet, l'Ontario est également mis en vedette dans des bannières sur le Web par le biais de [VidéoEgg](#).



La campagne « Locals Know » expose les trésors cachés de l'Ontario



La campagne « Locals Know » de la Commission canadienne du tourisme (CCT) vise à inciter les Canadiennes et Canadiens à découvrir des lieux au Canada que seuls connaissent les gens du coin. Pour la deuxième année, la SPOMT s'est associée à la CCT pour mettre en valeur les trésors cachés de l'Ontario dans une série d'annonces pleine page publiées dans de grands journaux du Canada et des États-Unis. Les annonces, qui illustrent des expériences de plein air pour toute la famille et des divertissements pour les enfants, paraissent en français et en anglais, jusqu'au 10 juillet, dans le *Toronto Star*, *Ottawa Citizen*, *The Gazette* et *La Presse*. Avec Tourism Toronto et Tourisme Ottawa, la SPOMT s'est aussi associée à la CCT en mai, pour une campagne aux États-Unis, dans le *New York Times*, le *Chicago Tribune*, le *Boston Globe* et *New York Magazine*. S'ajoutent à ces activités de

la publicité en ligne sur le site Web de la CCT à l'intention des consommateurs, ainsi que des partenariats avec des agences de voyages en ligne comme Expedia, Orbitz et Travelocity.

Les « collections d'escapades en Ontario » incitent les touristes à trouver les vacances idéales près de chez eux



Pour présenter de nouvelles expériences exceptionnelles, favoriser les séjours de plus d'une journée et rappeler aux consommateurs que le lieu de vacances idéales est à leur porte, le programme des « collections d'escapades en Ontario » a été élargi en 2010-2011 pour y

intégrer deux encarts sur des thèmes saisonniers. La brochure de 12 pages (consacrée aux arts, à la culture, aux vins, à la cuisine et aux spas) et la brochure de 8 pages (axée sur le golf et les activités de plein air) ont été diffusées [dans les principaux journaux de toute la province](#).

En mai, les deux brochures ont également été insérées dans le *New York Times* (arts, culture, vins, cuisine et spas) et le *Chicago Tribune* (golf et plein air). Chaque brochure dirige aussi les consommateurs vers le site [ontariotravel.net/getaway](#). Pour compléter les activités, [un concours doté d'un prix](#) de 8 500 \$ a été lancé le 30 avril pour se terminer à la fin d'octobre.

À suivre...

Des agences de voyages « hors pair » introduisent des programmes touristiques de l'Ontario dans leurs offres

Abercrombie & Kent, une agence de voyages primée - et désignée par National Geographic - Adventure Travel comme « l'une des meilleures

Dans l'actualité

Un échantillon d'articles dans la presse suscités par les efforts de la SPOMT

L'Allemagne présente les spas et les centres de mieux-être de l'Ontario



En octobre, la CCT et l'Ontario ont accueilli des journalistes allemands venus dresser le portrait des spas et des centres de mieux-être de la province. La célèbre actrice et auteure allemande Michaela Merton, connue pour ses séminaires sur le mieux-être, a visité Ste. Anne's Country Inn & Spa et le spa 100 Fountain du Pillar and Post. Quatre représentants de *Frau im Spiegel* et de *Die Aktuelle* l'ont suivie pour faire un reportage sur son expérience. D'autres atouts touristiques, de Niagara Falls aux expériences de plein air de l'Ontario, ont également été couverts par le voyage de presse. Avec une diffusion globale de plus de 830 000 exemplaires, la valeur des deux articles, en termes de relations publiques, est estimée à 240 000 \$.

Toronto révélé aux lecteurs de Endless Vacation



Dans son numéro de l'été, *Endless Vacation Magazine* - un bimestriel destiné aux grands voyageurs d'agrément - présente le point de vue d'une initiée sur Toronto. Sous le titre « Toronto Chic », l'article rédigé par Hilary Davidson à la suite de sa visite en février dernier met en avant le design, l'architecture, les galeries d'art, les quartiers et les magasins de Toronto. Compte tenu des 1 750 000 lecteurs du magazine, la valeur de l'article, en termes de relations publiques, est estimée à 960 000 \$.

Les téléspectateurs du petit matin se réveillent avec Gravenhurst et Ottawa

agences de voyages d'aventure de la planète » - a annoncé qu'un programme inaugural de l'Ontario serait inclus dans leurs expériences « hors pair ». Actuellement en cours d'élaboration pour un lancement prévu en 2011, le programme offrira aux touristes éclairés des forfaits de six nuits comprenant des expériences culturelles à Toronto et Niagara. La SPOMT aidera [Abercrombie & Kent](#) à préparer les forfaits touristiques et à former ses agents aux produits de la province.

L'Ontario a également été choisi par [Trafalgar Tours](#) pour être sa première destination « Be My Guest » au Canada en matière de vins et de gastronomie. Ce programme, axé sur des visites de maisons familiales ou de restaurants exceptionnels pour une vraie découverte de la culture locale, permettra à plus de 1 800 touristes de visiter la région de Niagara entre avril et octobre 2011.

Les centres d'information touristique de l'Ontario s'associent aux aires de services des autoroutes

Les centres d'information touristique de l'Ontario s'associent au ministère des Transports (MTO) pour offrir des renseignements et des promotions touristiques dans 23 aires de services réaménagées situées sur les autoroutes 400 et 401. Deux centres d'information touristique existants seront réimplantés - le centre de Lancaster, à Bainsville et le centre de Windsor Huron, à Tilbury - le 1er juillet et fourniront des services d'information touristique complets aux voyageurs du Québec et des États-Unis. Pourvu de conseillers et conseillers touristiques de l'Ontario, les centres offriront divers services, comme un bureau de change et des laissez-passer pour des attractions. La SPOMT s'emploie, en collaboration avec le MTO, à établir une présence promotionnelle des activités touristiques dans les 21 autres aires de services qui devraient rouvrir au cours des trois prochaines années.

Nos activités

L'Ontario donne le coup d'envoi à la saison estivale pendant la Semaine du Tourisme

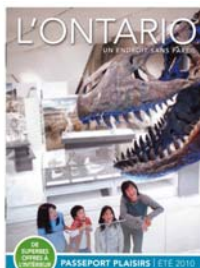


Pour rappeler aux familles de l'Ontario qu'il y a tant à faire pour s'amuser l'été dans la province, les centres d'information touristique de l'Ontario ont organisé une série de manifestations et de journées portes ouvertes à l'occasion de la Semaine du tourisme nationale (du 7 au 13 juin). En avant-première, le public et les médias avaient été conviés à cinq événements spéciaux à Windsor, Barrie, Niagara Falls, Toronto et Sault Ste. Marie. En termes de relations publiques, la valeur de la couverture médiatique de ces événements, vue par près de 8 millions de personnes, est estimée à 1 million de dollars.

À Toronto, l'honorable Michael Chan, ministre du Tourisme et de la Culture, a donné le coup d'envoi aux festivités aux côtés de l'honorable Linda Jeffrey, ministre des Richesses naturelles, et du président de la SPOMT Bill Duron. Toute une journée a également été consacrée au tourisme sur la place Dundas, où nos partenaires du secteur ont mis en avant les grandes expériences touristiques estivales de l'Ontario, tandis que les artistes des festivals et événements locaux comme Caribana, la salsa sur la rue St. Clair, le festival Elvis de Collingwood et la dernière interprète de « There's No Place Like This », Aline Morales, divertissaient le public.

Les enfants reçoivent un passeport plaisir pour les attractions de l'Ontario

Le passeport plaisir « Tant à découvrir » est en train de devenir un véritable droit de passage pour les enfants des écoles primaires de l'Ontario. Ce livret, distribué dans toute la province à la mi-juin avec les bulletins scolaires, procure des offres spéciales et des rabais dans les organismes et les attractions ontariennes.



L'Ontario invite Winnipeg à une escapade dans le Nord-Ouest de l'Ontario



Pour la deuxième année, l'Ontario a mené une campagne à Winnipeg pour inviter les habitants de la région à faire une escapade dans le Nord-Ouest de la province. De la mi-mai à la mi-juin, une campagne



Plus de 250 000 téléspectateurs de toute la province ont pu découvrir Gravenhurst, le 21 mai, et Ottawa, le 30 juin, lors de l'émission Breakfast Television (BT) de City-TV, réalisée en direct sur le terrain. Au cours de ces émissions de trois heures, les co-présentateurs Dina Pugliese et Kevin Frankish ont fait la promotion de tout ce qu'il y a à voir et à faire dans la région. Des dizaines de partenaires locaux, dirigés localement par Muskoka Tourism à Gravenhurst et par Tourisme Ottawa et la Commission de la capitale nationale à Ottawa, ont fourni un appui à la programmation et des prix à gagner par les téléspectateurs. Ces émissions font partie d'une série en trois parties coordonnée par la SPOMT et qui visent à promouvoir les activités et les idées touristiques régionales à la veille des fins de semaine prolongées de l'été. La suite? BT sera à Barrie le 30 juillet... Ne manquez pas le rendez-vous!

Félicitations!

La SPOMT accueille une nouvelle v.-p. dans son équipe de marketing

Liana Guiry s'est jointe à la SPOMT à la mi-mai en qualité de vice-présidente, marketing. Elle apporte une expérience variée dans les secteurs du marketing, du développement de partenariats, du leadership, de la recherche et de l'élaboration de stratégies. Dans son dernier poste de directrice de la Banque Amex du Canada, Liana a renforcé et dirigé l'équipe canadienne de marketing et de prospection de clientèle. Spécialiste du marketing primée, elle est titulaire d'un MBA de la Richard Ivey School of Business de l'Université Western Ontario et d'un baccalauréat ès sciences de l'Université de Guelph. Liana peut être jointe par courriel à liana.guiry@ontario.ca ou au 416-212-0759

La SPOMT tient à adresser tous ses remerciements à la vice-présidente par intérim Julia Holliday, qui a dirigé l'équipe de marketing pendant la préparation de la campagne estivale de promotion de l'Ontario.

publicitaire à la radio, dans la presse et en ligne a mis l'accent sur les aventures en plein air, la gastronomie et le magasinage, et incité les consommateurs à visiter le site www.escapetoontario.com. Créé en partenariat avec [Le pays du soleil couchant de l'Ontario](#), [Experience Dryden](#), [Tourism Kenora](#), [Red Lake Touring Region](#) et les villes de [Fort Frances](#), [Sioux Lookout](#), [Sioux Narrows](#) et [Nestor Falls](#), et [Township of Ignace](#), le programme a été soutenu par l'annonce télévisée « There's no place like this », avec Justin Hines en vedette, et les forfaits « séjour et divertissement » de l'été.

La mission commerciale de l'Ontario fait sensation au Royaume-Uni



L'équipe marchés étrangers de l'Ontario a traversé l'Atlantique à la mi-juin pour diriger une mission commerciale d'une semaine dans les villes de Leeds, Manchester, Glasgow et Londres. Au cours de ce voyage, qui visait à encourager les Britanniques à venir plus nombreux dans la province, l'équipe a tenu des réunions avec 25 chefs de produit basés au Royaume-Uni. Des

séminaires de vente et des séances de formation aux produits, axés sur l'Ontario exclusivement, ont aussi été organisés à l'intention des voyageurs et agents de voyage, à bord d'un vieux autobus anglais à deux étages. Parmi les partenaires de l'Ontario, citons Starwood and Choice Hotels, Tourism Toronto, Ottawa Tourisme, Niagara Falls Tourism, la Commission des parcs du Niagara, Niagara Helicopters et Imax Niagara Falls.

L'Ontario pénètre le marché des voyages en Inde

C'est à New Delhi et à Mumbai que la CCT a organisé le premier Showcase Canada-Inde en mars 2010. Pour tenter de pénétrer ce marché émergent, la SPOMT a participé à la première édition du salon aux côtés de 22 partenaires ontariens et a pu rencontrer en tête-à-tête 62 voyageurs indiens.



À Mumbai, l'Ontario a offert une réception aux délégués et aux étoiles de Bollywood pour fêter le succès de l'offre de la province d'accueillir les International Indian Film Academy Awards (IIFA) de 2011. La

cérémonie de remise des prix de l'IIFA, qui aura lieu dans la région du grand Toronto en juin 2011, couronnera quatre jours de célébration du cinéma indien. Cet événement devrait attirer plus de 40 000 visiteurs en Ontario et plus de 350 millions de téléspectateurs du monde entier.

Du mois de mars au mois de mai, la SPOMT a fait la promotion des produits et des expériences touristiques de l'Ontario auprès de voyageurs du monde entier, notamment à l'International Tourism Bourse (ITB) de Berlin et au 34e Rendez-vous Canada, qui s'est tenu cette année à Winnipeg. La SPOMT était également présente aux salons de Showcase Canada, organisé en partenariat avec la CCT, en Chine et au Brésil - après avoir participé à la première édition du salon, en Inde. Au total, les salons ont permis la tenue de 352 réunions et la participation de plus de 65 fournisseurs ontariens.



Email Marketing by

Instant removal with [SafeUnsubscribe™](#) | [Privacy Policy](#).



Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation | 10 Dundas Street East | Suite 900 | Toronto | Ontario | M7A 2A1 | Canada