



Message de la présidente et directrice générale

Au nom de tout le personnel de la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT), je vous souhaite nos vœux les plus chaleureux en cette saison des Fêtes. À la fin de cette année qui a été marquée par de grands changements et des défis économiques soutenus, je tiens à vous remercier pour votre soutien indéfectible et je serai heureuse de travailler avec vous pour faire en sorte que l'année 2011 soit couronnée de succès.

Fait encourageant, le tourisme international est à la hausse. À nous de faire en sorte que l'Ontario obtienne sa part du gâteau. Le rapport *Discovering Ontario* nous a lancé le défi de faire de l'Ontario l'une des destinations touristiques les plus recherchées au monde. Grâce aux efforts concertés de tous cette année, j'ai la certitude que nous avons jeté les bases d'un avenir prometteur.

En partenariat avec l'Association de l'industrie touristique de l'Ontario (AITO), nous avons tenu avec grand succès le Sommet à Huntsville au début de novembre. À cette occasion, j'ai exposé notre vision du marketing afin d'aider l'industrie à « Passer à la vitesse supérieure ». À la suite de 200 consultations auprès de l'industrie, du Conseil et du personnel, un mandat clair a été établi pour la SPOMT. Notre mandat consiste notamment à assurer le marketing de l'Ontario sur les scènes nationale et internationale. Nous entendons donner l'impulsion à l'image de marque de l'Ontario en définissant sa position internationale et en mettant des outils à la disposition de l'industrie. Nous poursuivrons également nos efforts avec le ministère et les régions afin de concevoir une étude de segmentation qui permettra de situer les meilleurs clients potentiels de l'Ontario dans nos principaux marchés ciblés. Le dernier pilier de notre mandat est de faire participer nos partenaires à toutes nos initiatives. Nous sommes conscients que le partenariat demeure un facteur clé de notre réussite. En alignant nos activités de marketing, nous pourrions tous maximiser l'efficacité des sommes que nous consacrons collectivement au marketing.

Au cours de la prochaine année, nous irons de l'avant avec notre plan de marketing 2011-2012. Le plan marque la première année de la mise en œuvre d'une nouvelle stratégie qui tient compte de nos partenariats avec les régions. Je vous encourage à y participer. Rendez-vous sur www.tourismpartners.com pour consulter notre [plan de marketing](#) et découvrir [les possibilités de partenariat](#) pour la prochaine année.

En janvier, n'oubliez pas de participer à notre sondage annuel sur la satisfaction qui vous donne la possibilité de nous faire part de votre opinion sur notre travail. Nous travaillons tous ensemble et je sais que nous avons la passion et la motivation pour exploiter pleinement le potentiel de l'Ontario et lui faire prendre sa place dans le peloton de tête du tourisme international. Joyeuses fêtes!

A handwritten signature in blue ink, reading "Robin Garrett".

Robin Garrett
Présidente et directrice générale

DANS CE NUMÉRO - Volume 5, Numéro 1

- » Joyeuses fêtes!...
- » Dans l'actualité
- » À vous de jouer
- » 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

**L'Ontario agrmente le voyage des
lecteurs du magazine VIA
destinations**

Quoi de neuf?

Examen de la SPOMT en cours

À la suite des recommandations découlant de la révision du programme de la SPOMT réalisée plus tôt cette année, la SPOMT entreprend un examen de tous ses programmes de subventions à ses partenaires. Cet examen est réalisé par Pricewaterhouse Coopers au nom de la SPOMT. Il englobe des programmes de subventions à ses partenaires comme le Programme de partenariat pour le marketing d'événements de Tourisme (PPMET), le Programme de promotion du tourisme par les partenaires de l'industrie (PPTPI), ainsi que ses subventions à d'autres organismes régionaux, municipaux et sectoriels. Cet examen devrait être complété au printemps 2011.

Célébrons l'hiver en Ontario, à la mode de chez nous!

L'artiste de musique country Alex J. Robinson de Sudbury est de retour! Il est la vedette de notre nouvelle campagne hivernale Un endroit sans pareil en anglais à la télé et à la radio. Cette campagne comporte également de la publicité radio en français avec [la chanteuse Cindy Doire](#) et elle se déroulera dans toute la province de la mi-janvier à la fin de février.

L'extraordinaire éventail d'activités d'intérieur et de plein air en Ontario est également mis en relief au moyen des 400 000 exemplaires d'un encart libre de 8 pages qui fera partie du populaire numéro du temps des Fêtes du magazine [À bon verre, bonne table](#) de la LCBO, disponible en succursale depuis la mi-novembre. En outre, 400 000 exemplaires de la brochure publicitaire d'hiver de 48 pages de la SPOMT seront disponibles en anglais et en français pour distribution dans tout l'Ontario par l'entremise de publications comme le *Windsor Star*, le *North Bay Nugget*, *Peterborough This Week*, le *Toronto Star*, le *Londoner* et le *Thunder Bay Source*. Cette brochure, qui célèbre et décrit les activités spéciales et fourmille d'idées d'escapades hivernales en Ontario, est également offerte [en ligne](#), aux Centres d'information touristique de l'Ontario et par téléphone au 1 800 ONTARIO. Toutes les activités mettent en vedette les forfaits trois nuitées pour le prix de deux et incitent les consommateurs à consulter ontariotravel.net/hiver pour obtenir de plus amples renseignements sur les escapades hivernales en Ontario.

Les nouvelles régions touristiques sont maintenant intégrées au contenu en ligne pour les consommateurs

La stratégie Web visant les consommateurs pour les régions du SPOMT poursuit son évolution. À la mi-décembre, le site Web du SPOMT à l'intention des consommateurs, www.ontariotravel.net, fera une plus grande place aux [13 régions touristiques nouvellement désignées de l'Ontario](#). Chacune de ces régions offre des expériences inédites. En étroite collaboration avec les bureaux de tourisme régionaux, la SPOMT a créé de nouvelles pages interactives qui s'enrichiront de plus en plus d'idées de voyage, de forfaits et de sous catégories géographiques dans les régions de manière à mieux informer les consommateurs.

La SPOMT forme un partenariat avec Tourisme Ottawa pour lancer le concours Aventure au Canada 2011



À la mi-novembre, la SPOMT et Tourisme Ottawa ont conjointement annoncé que la vallée de l'Outaouais et Ottawa seraient les destinations vedettes du concours [Aventure au Canada 2011](#). Le prix du concours est un

GETAWAY ESCAPADE



Forêt d'Haliburton Dans la tanière du Loup

PAR JENNIFER MERRICK

Mes enfants, un jour que nous sommes allés à la chasse, nous sommes allés à la chasse au loup. C'est là que j'ai découvert la forêt d'Haliburton. C'est là que j'ai découvert la tanière du loup.

À découvrir : la vie intense d'un grand prédateur qui hante la forêt d'Haliburton, à deux heures au nord de Toronto.

La dynamique d'une minute de temps à la fois, la forêt d'Haliburton est un véritable paradis pour les amoureux de la nature. C'est là que j'ai découvert la tanière du loup. C'est là que j'ai découvert la forêt d'Haliburton. C'est là que j'ai découvert la tanière du loup.

Grâce au travail de l'équipe de relations avec les médias d'Amérique du Nord de la SPOMT, l'Ontario sera abondamment représenté dans les numéros d'automne et d'hiver du magazine [VIA destinations](#). À un article vedette de cinq pages, intitulé Forêt d'Haliburton - Dans la tanière du Loup, par Jennifer Merrick, s'ajoutent un reportage de plusieurs pages sur Niagara Falls, ainsi que des articles sur le magasinage B. C. B. G. dans le quartier Yorkville de Toronto, la première de [Priscilla Queen of the Desert](#) de Mirvish Productions et l'exposition [Treasures of the Maharaja](#) au Musée des beaux-arts de l'Ontario. D'autres articles ont présenté l'avenue Ossington branchée, la populaire reconstitution historique des Premières lueurs à [Sainte-Marie-au-pays-des-Hurons](#) ainsi que des hauts lieux du ski en Ontario. VIA destinations a une circulation de 60 000 et la valeur cumulative des articles sur le plan des relations publiques est évaluée à 243 766 \$.

Un reportage sur l'Ontario remporte les grands honneurs au Mexique



Un reportage sur l'Ontario a remporté le premier prix à deux reprises dans le cadre des prix GoMedia Mexico à l'occasion de Conozca, le plus

voyage insolite de sept jours pour quatre personnes dirigé par le célèbre amateur de plein air [Kevin Callan](#) (The Happy Camper). Une équipe de vidéastes, un photographe et un blogueur accompagneront les gagnants pour faire le récit de leurs aventures par média social. Les billets aller-retour vers Ottawa seront une gracieuseté des [Lignes aériennes Porter](#). Porter et le transport terrestre se fera à bord d'une Outback aux couleurs promotionnelles fournie par [Subaru Canada](#). Des promotions du concours seront présentées en ligne, sur support imprimé et mises en lumière lors des salons commerciaux parrainés par la SPOMT. Le concours sera également publicisé dans les points de vente en Ontario et au Québec de Subaru Canada, de la coopérative de plein air [Mountain Equipment Co-op](#) et de [Bass Pro Shops](#). Le concours se déroule depuis la fin de novembre et se termine le 27 mars. Il s'agit d'un des éléments de la campagne annuelle sur le plein air de la SPOMT qui vise les amateurs canadiens et américains d'activités de plein air. Pour voir le reportage de CBC Ottawa sur le lancement du concours, [cliquez ici](#).

Nos activités

L'Ontario signe des ententes d'échanges touristiques avec la Chine

La SPOMT s'est rendue à Shanghai à la fin d'octobre pour la signature d'ententes d'échanges dans le secteur touristique qui feront date entre l'Ontario et les provinces chinoises d'Henan et de Shandong. Les ententes ont été signées par le ministre du Tourisme et de la Culture Michael Chan au cours de la Journée du tourisme au pavillon du Canada à l'Exposition universelle de Shanghai. Les deux familles gagnantes du concours Happy Family 2010, qui avait été organisé dans le cadre de la campagne promotionnelle



présentée avec l'appui de la chaîne China Travel, ont également assisté aux activités et décrit leurs aventures de voyage en Ontario à plus de 50 médias de toute la Chine qui étaient représentés, notamment International Channel Shanghai (ICS), Travel Weekly China et International Finance News. Une entente a par la suite été signée entre l'Ontario et la province de Jiangsu dans le cadre d'une mission commerciale d'une durée d'une semaine dirigée par le premier ministre Dalton McGuinty. Grâce au fait que la Chine a accordé au Canada [le statut de destination approuvée](#) (le statut de destination approuvée (SDA), on prévoit que d'ici 2012, plus de 138 000 voyageurs chinois (une hausse de 81 % par rapport à 2008) auront la chance de découvrir la beauté naturelle de l'Ontario, nos villes dynamiques et notre culture chaleureuse.

Showcase Canada à Beijing accroît les possibilités de l'industrie touristique de l'Ontario

L'équipe commerciale d'outre-mer de la SPOMT a participé avec 89 fournisseurs canadiens de l'industrie touristique, dont 19 de l'Ontario, au premier salon Showcase Canada ciblant les marchés touristiques au Japon, en Corée de Sud, en Chine et en Inde. Tenu pendant huit jours à la mi-octobre à Beijing, sous les auspices de la Commission canadienne du tourisme (CCT), ce salon a été l'occasion d'organiser des réunions d'affaires individuelles avec les principales personnes-ressources en tourisme d'outre-mer, entre autres des voyageurs, des lignes aériennes et des médias du domaine des voyages afin de promouvoir les produits et expériences touristiques de l'Ontario sur le marché de l'Asie et du Pacifique. Au total, 147 réunions ont eu lieu pendant le salon.

L'Ontario passe par la Géorgie pour atteindre le Japon

Atlanta, en Géorgie, a été la scène au début de novembre de la 19e édition d'Active America, le seul salon commercial tenu en Amérique du Nord qui se concentre exclusivement sur le marché japonais du voyage. La SPOMT a participé à 21 rendez-vous au cours du salon d'une durée de deux jours qui a reçu 31 voyageurs japonais et qui était commandité par Delta Airlines. Dans la foulée du vol inaugural Haneda-Detroit de Delta à la

important congrès de l'industrie du voyage du Mexique. L'article de six pages rédigé par Enrique Escalona, intitulé *Six Reasons to Visit Canada* mettait en vedette des attractions en Ontario et a gagné le prix du meilleur article en ligne. Il a été publié sur [lagiraffe.com](#) en janvier 2010. En deuxième place pour le prix du meilleur article de journal, on retrouve Alicia Boy pour son reportage de trois pages sur le parc Algonquin. Son article a paru dans le numéro d'avril 2010 du cahier voyages hebdomadaire d'Excelsior. Le site [lagiraffe.com](#) compte 15 000 visites mensuelles et Excelsior tire à 90 000 chaque semaine. Les deux articles découlaient de tournées médias organisées précédemment par la SPOMT et représentent une valeur cumulative de 70 500 \$ en termes de relations publiques. Tenu à Mexico pendant quatre jours au début de septembre, Conozca est un événement annuel qui fait la promotion du Canada auprès des médias et des professionnels de l'industrie touristique mexicaine.

Les Néo-Canadiens sont invités à jouir de la grande nature en Ontario



[Le Great Outdoors & DIY Weekend](#), qui s'est tenu à Toronto du 26 au 28 novembre, a fourni à la SPOMT l'occasion idéale de présenter son programme [Grande aventure de plein air en Ontario](#) aux nouveaux Canadiens et aux autres consommateurs qui n'auraient pas encore découvert l'univers des activités de plein air. Une conférence de presse organisée par la SPOMT a donné le coup d'envoi de la fin de semaine, au cours de laquelle on avait prévu des activités interactives illustrant de quelle manière les nouveaux Canadiens peuvent mieux profiter de la grande nature. Le porte-parole de l'Aventure au Canada, [Kevin Callan](#), et la grande amatrice de plein air Mary Li ont aidé à démystifier les expériences en pleine nature, le camping et l'équipement nécessaire pour sensibiliser les plus de 20 représentants de médias ethniques présents. On a également proposé aux médias des présentations de stands, des visites individuelles et des activités interactives, y compris un simulateur de pêche. Selon les estimations, plus de 30 000 consommateurs ont profité du salon

fin d'octobre, le salon a également été l'occasion idéale pour l'équipe d'outre-mer de la SPOMT de rencontrer les principaux voyageurs de Delta pour discuter des produits et des circuits touristiques de l'Ontario.

Les produits touristiques de l'Ontario et les prochains prix de l'IIFA en vedette au World Travel Market de Londres



Le World Travel Market (WTM), qui s'est tenu à Londres pendant quatre jours au début de novembre a constitué une tribune cruciale qui a permis à l'équipe d'outre-mer de promotion de l'industrie touristique de la SPOMT de présenter de [nouvelles idées de tourisme d'expérience](#) aux principaux décideurs d'Europe et du Royaume-Uni.

On a fait la promotion des forfaits vol et voiture ainsi que des formules urbaines et plein air de l'Ontario. Au total, 45 réunions individuelles ont eu lieu. La SPOMT a également travaillé de concert avec Tourisme Toronto et l'International Indian Film Academy (IIFA) pour promouvoir les prix de l'IIFA 2011 qui seront remis à Toronto en juin prochain. La participation de la SPOMT au WTM s'est ajoutée à celle de la CCT et de 33 fournisseurs canadiens, dont huit partenaires de l'Ontario.

Plains feux sur la SPOMT et ses partenaires aux salons commerciaux de l'automne

L'Ontario a pris la vedette à titre de destination de choix lors d'une série récente de congrès clés de l'industrie du voyage en Amérique du Nord. Entre la fin d'octobre et la mi-novembre, la SPOMT et 250 partenaires ontariens ont assisté aux congrès annuels de [Bienvenue Québec](#), de [l'Ontario Motorcoach Association](#) (OMCA) et de la [National Tour Association](#) (NTA). Aux côtés de la SPOMT, Gananoque Boat Lines et le collège Niagara ont coparrainé certaines activités lors des congrès. La gamme exceptionnelle de produits et d'expériences de l'Ontario a été présentée afin de répondre aux besoins des voyageurs et de leur clientèle.

Des agents de voyages American Express savourent la gastronomie ontarienne

En partenariat avec la CCT, American Express et [Travel Impressions](#), un programme culinaire de six jours à Toronto / Niagara / Ottawa a été offert à la mi-octobre aux dix premières agences de voyage américaines sur le plan des résultats. Accueillis et pilotés par l'équipe commerciale affectée au tourisme en Amérique du Nord de la SPOMT, des représentants venus de l'État de New York, du Connecticut, de l'Indiana, du Colorado, du New Jersey et de la Pennsylvanie ont profité d'un éventail d'expériences gastronomiques, d'activités et d'expériences, ce qui leur permettra de mieux les proposer à leur clientèle exigeante. Le programme comprenait une visite personnalisée du [St. Lawrence Market](#) à Toronto commentée par le chef principal de [l'hôtel Fairmont Royal York](#), une visite du [Musée des beaux-arts de l'Ontario](#), du [Musée des beaux-arts du Canada](#) à Ottawa, de [C'est Bon Cooking Inc.](#), du [Journey Behind the Falls](#) à Niagara Falls et un déjeuner à [l'hôtel Prince of Wales](#) à Niagara-on-the-Lake.

Le récent concours Partagez votre Ontario de la SPOMT porte le média social à un niveau supérieur

Le public s'est prononcé! Le gagnant de la catégorie Prix du public du concours Partagez votre Ontario de la SPOMT a été sélectionné sur le [site Web du concours](#). Maintenant fermé, le concours a donné aux participants la chance d'exprimer un point de vue personnel et créatif sur l'Ontario. La photo gagnante du Grand Prix sera annoncée à la fin de décembre. En tout, plus de 4 500 photos ont été soumises dans plusieurs catégories. Dans le cadre de la prochaine étape de la nouvelle stratégie utilisant le média social interactif, les photos du concours se trouveront bientôt à une page de l'Ontario sur [Flickr](#), un site de partage d'images et de vidéos incroyablement populaire.

Un grand merci à tous les commanditaires de notre Sommet du tourisme de l'Ontario 2010!

pendant la fin de semaine.

À vous de jouer

Le sixième Sommet annuel du tourisme de l'Ontario et le gala de remise des Prix du tourisme attirent un grand nombre de congressistes

Plus de 560 délégués ont assisté au sixième Sommet annuel du tourisme de l'Ontario qui s'est déroulé du 7 au 9 novembre 2010 au Deerhurst Resort à Huntsville. Le gala de remise des Prix du tourisme a eu lieu le 8 novembre et a permis de reconnaître l'innovation et l'excellence dans l'industrie du tourisme.

Pour connaître les gagnants de cette année et lire les communiqués, [cliquez ici](#).

Inscrivez le Sommet du tourisme de 2011 à votre calendrier!

L'an prochain, le Sommet se tiendra à Hamilton (Ontario) au Hamilton Convention Centre, du 3 au 5 octobre 2011. Nous vous ferons parvenir de plus amples renseignements sur le programme de conférences au cours de la nouvelle année. Pour avoir un aperçu de tout ce qu'il y a à faire et à voir à Hamilton, regardez [la présentation vidéo de Tourism Hamilton](#). Cette vidéo est disponible en anglais seulement.

Tirez profit des occasions de partenariat 2011-2012 avec Tourisme Ontario

Mettez à jour vos connaissances des occasions gratuites ainsi que des initiatives de publicité, de marketing touristique et de relations avec les médias que propose la SPOMT. Le cahier des occasions de partenariat avec Tourisme Ontario de la SPOMT pour 2011-2012 est maintenant en ligne et fournit aux parties prenantes du secteur touristique ontarien des renseignements sur les occasions nouvelles et à venir d'optimiser le marketing de leur destination, de leur produit ou de leurs services grâce à l'image de marque de l'Ontario. On y trouvera également les coordonnées des personnes-ressources compétences de la SPOMT. Pour consulter ou télécharger le cahier, [cliquez ici](#).

Contact, réseautage et engagement à Connexions-e-Canada 2011

La conférence Connexions-e-Canada 2011 se tiendra du 2 au 4 février 2011 à l'hôtel Hyatt Regency de Toronto (Ontario). Les partenaires de la SPOMT peuvent profiter d'un rabais allant **jusqu'à 350 \$** sur leurs droits d'inscription à la conférence. **Nous sommes heureux de vous offrir un tarif d'inscription au prix spécial de 545 \$.**



La conférence Connexions-e-Canada 2011 permet à l'Association de l'industrie touristique du Canada de se tenir au fait des tendances en ligne, des outils et des technologies qui peuvent favoriser la croissance du secteur touristique. Cette conférence porte sur la **stratégie avant la tactique**. Elle vous informe et vous oriente vers les questions que vous devez poser.

Pour profiter de ce tarif spécial, visitez le site Web de Connexions-e-Canada 2011 à l'adresse :

www.canadaconnect.com Au moment de vous inscrire, sélectionnez la case indiquant que vous vous qualifiez pour le tarif réservé aux membres de l'OCT hôte. Lorsqu'on vous le demande, saisissez le code spécial d'inscription **CECTOR**.

Inscrivez-vous sans tarder, c'est gratuit!

Inscrivez-vous maintenant pour profiter d'une mention GRATUITE de votre entreprise ou activité sur le site Web de la SPOMT à l'intention des consommateurs en [cliquant ici](#). Moyennant des frais annuels minimes, ajoutez-y votre logo, une image et une description de 150 mots à fonction consultable.

Email Marketing by

[SafeUnsubscribe™](#) | [Privacy Policy](#).



Société du Partenariat ontarien de marketing touristique | 10, rue Dundas Est | Bureau 900 | Toronto | Ontario | M7A 2A1 | Canada