



Message de la présidente et directrice générale

C'est l'époque à laquelle nos pensées se tournent vers les plaisirs et les manifestations spéciales de l'été alors qu'approche une saison touristique que nous espérons très occupée. Cet été, nous amplifions notre campagne « Un endroit sans pareil » en y ajoutant des vignettes régionales qui montrent nos consommateurs cibles de l'Ontario racontant leurs expériences touristiques préférées et qui font appel aux sentiments pour inciter au voyage. L'invitation à passer à l'action sera très présente avec des offres spéciales qui entraînent les clients potentiels vers notre site Web, sur lequel l'industrie pourra conclure la vente et les consommateurs seront encouragés à échanger leurs histoires par l'intermédiaire des médias sociaux. Nous commençons à bavarder avec nos consommateurs. Découvrez les messages sur notre [page Facebook](#).

Nous planifions aussi la célébration de la Semaine du tourisme qui se tiendra cette année du 6 au 12 juin 2011. De nouveau, nous organiserons une série d'événements et de journées portes ouvertes dans les centres d'information touristique de toute la province, ainsi qu'un grand coup d'envoi sur la place Dundas, dans le centre-ville de Toronto, le 3 juin. Nous serons à la recherche de partenaires voulant se joindre à nous et je vous invite à guetter les nouvelles à ce sujet.

À la fin de juin, nous aurons le plaisir d'accueillir l'International Indian Film Academy (IIFA) à Toronto, du 23 au 25 juin. [Notre site Web IFFA](#) a été lancé en janvier lors d'une conférence de presse à laquelle participaient le premier ministre Dalton McGuinty, le ministre du Tourisme et de la Culture, Michael Chan et la vedette du cinéma sud-asiatique Anil Kapoor (*Slum Dog Millionaire*). Les billets ont tous été vendus en quelques minutes. En Inde, nous profitons des projecteurs braqués sur l'Ontario pour dynamiser nos efforts de marketing sur ce vaste marché émergent.

En vue d'enrichir l'expertise et les compétences de notre conseil d'administration, nous avons récemment annoncé la nomination de quatre nouveaux membres appartenant aux secteurs de la restauration, de la finance et des médias. Nous souhaitons la bienvenue au conseil à David Kuo, de la Banque HSBC Canada, à Sabir Sami, de Yum Restaurants Canada Inc., à Gregory Treffry, de Shaw Media, et à Chisanga Puta-Chekwe, sous-ministre des Affaires civiques et de l'Immigration de l'Ontario. Vous trouverez plus bas des détails sur leur expérience.

De plus, à la fin de juin - juste à temps pour l'été - nos sites Web à l'intention des [consommateurs](#) et de nos [partenaires](#) offriront une nouvelle présentation et un contenu remis à jour. En collaboration avec les organismes touristiques régionaux (OTR),

Volume 5 / Numéro 2

- » À vous de jouer
- » Message de la présidente et directrice générale
- » Quoi de neuf?
- » Nos activités

À vous de jouer



À inscrire à votre agenda !

Le 7e Sommet du tourisme de l'Ontario se tiendra au Hamilton Convention Centre à Hamilton (Ontario) du 3 au 5 octobre 2011. Ian Troop, directeur général des Jeux panaméricains 2010 de Toronto et dirigeant d'entreprise chevronné qui a travaillé pour de grandes marques mondialement connues, a confirmé sa participation en qualité de conférencier. Organisé par la SPOMT, le Sommet est une conférence annuelle où les chefs de file de l'industrie du tourisme s'informent des dernières tendances, des nouvelles idées et des pratiques exemplaires du secteur. Les Prix du tourisme de l'Ontario seront remis le 4 octobre lors d'un dîner de gala. De plus amples renseignements - notamment sur l'inscription au Sommet - seront fournis début juin.

Profitez de la Semaine du tourisme

La Semaine du tourisme est une initiative nationale de sensibilisation qui souligne l'intérêt économique et social du tourisme. Elle se déroulera cette année du 6 au 12 juin. Une série de manifestations et d'expositions spéciales seront organisées dans les centres d'information touristique de l'Ontario d'un bout à l'autre de la

nous ajoutons une information plus approfondie sur chacune des treize régions afin de renforcer leur présence en ligne. Nous sommes heureux d'avoir rencontré tous les OTR et nous continuerons à travailler avec eux en vue de déterminer d'autres domaines de collaboration.

Comme toujours, vos commentaires sur nos activités sont les bienvenus.



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

Quoi de neuf?

L'Ontario lance sa promotion sur les joies de l'hiver



La SPOMT et ses partenaires de l'industrie se sont réunis au début de février au cœur des paysages enneigés de la province dans le but d'inciter les Ontariennes et les Ontariens à découvrir à leur porte les sensations

fortes de l'hiver. Sur le thème de « l'amour de l'hiver », cette promotion médiatique sur Citytv, la première du genre, a donné lieu à trois émissions de Citytv tournées à l'extérieur et en direct ([Breakfast Television](#), [City Line](#), [CityNews at Six](#)), avec la participation de personnalités des médias et d'amateurs passionnés.

La SPOMT a profité de cette promotion pour mettre en avant les multiples activités hivernales, à l'intérieur comme à l'extérieur, que peuvent pratiquer les Ontariens tout près de chez eux. La campagne a inclus trois semaines de mentions à l'antenne, des pré-promotions en ligne et des concours. Parmi les partenaires participants, citons Blue Mountain Resort, Westin Trillium House, l'Ontario Federation of Snowmobile Clubs, l'Ontario Ski Resorts Association et la Canadian Skiing Association. Breakfast Television est suivie par quelque 250 000 téléspectateurs en Ontario, et CityLine touche 529 000 téléspectateurs en Ontario et à Winnipeg, Edmonton, Calgary et Vancouver.

« Quel plaisir pour Citytv! Quel cadeau pour nos téléspectateurs! Et quel exploit! Citytv n'avait jamais produit chacune de ses émissions locales sur le terrain... Breakfast Television, CityLine et CityNews at Six ont été de véritables succès d'audience et succès techniques. »

Tina Cortese, V. P. de CityNews et chef de production de Citytv Toronto.

Un jouet emblématique de l'Ontario aide à séduire les touristes allemands

Pour la première fois, le célèbre fabricant de jouets allemand Steiff a ajouté un original à sa série de jouets en peluche à collectionner. En partenariat avec la SPOMT, Air Canada et le



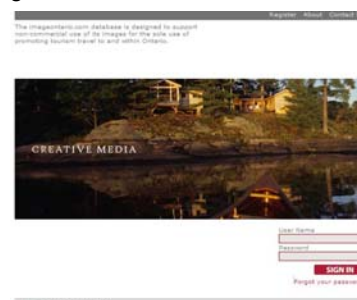
voyagiste allemand [BERTOUR](#), l'emblématique original sert à

province. La participation de l'industrie à cet événement est cruciale et tous nos partenaires du secteur du tourisme sont invités à y prendre part. Pour en savoir plus ou pour vous impliquer dans les activités de votre région, veuillez joindre Suzanne Rubinstein à suzanne.rubinstein@ontario.ca ou au 416 325-6656.

Soyez prêts à prendre les nouvelles routes de l'Ontario pour les VR et les motos

Une nouvelle trousse à outils destinée à faciliter la création d'expériences touristiques immédiatement commercialisables à l'intention des amateurs de véhicules récréatifs et de moto est en cours d'élaboration et de mise à l'essai. Cette nouvelle ressource très prometteuse, qui devrait être mise à la disposition des exploitants ontariens en octobre 2011, est le fruit d'une collaboration entre le bureau du Nord de la SPOMT et des représentants de FedNor, du ministère de Développement du Nord et des Mines, de l'Algoma Kinniwabi Travel Association et des villes de Thunder Bay et Temiskaming Shores. Pour en savoir plus ou pour recevoir un exemplaire de ce nouvel outil, veuillez vous adresser à Claude Aumont à claudio.aurmont@ontario.ca ou au 705 493-5618.

La banque d'images touristiques de l'Ontario vous offre des images gratuites



Faites appel à la banque d'images de la SPOMT, imageontario.com, pour choisir l'illustration de votre prochaine promotion touristique. Vous y trouverez des milliers de photographies de l'Ontario, classées par thème, ainsi que des vidéos, des cartes et des logos - le tout **gratuitement**. Des milliers d'utilisateurs inscrits profitent déjà de cette ressource, récemment modifiée pour rendre la recherche plus rapide et plus facile. La plupart des demandes d'images sont satisfaites automatiquement et le courriel de confirmation aussitôt envoyé vous indique la marche à suivre. Pour commencer vos recherches, rendez-vous sur le site imageontario.com et inscrivez-vous dès maintenant.

promouvoir le nouveau forfait avion-auto en Ontario proposé par DERTOUR aux consommateurs allemands. Depuis son lancement à la mi-novembre et jusqu'à la fin de 2011, la campagne est présente dans les journaux, les tirages au sort des agences de voyage, en ligne, dans les médias sociaux et dans huit magasins de détail allemands de Steiff. Les consommateurs sont également invités à [proposer un nom pour baptiser l'original](#) en vue de gagner un voyage pour deux en Ontario.

Le programme Pêche Ontario appâte les pêcheurs de Minneapolis



Pour la troisième année, le grand amateur de plein air Babe Winkelman est le porte-parole de Pêche Ontario à Minneapolis, au Minnesota, le marché le plus prometteur du Nord-Ouest de la province. De la fin de janvier à la fin de mars, ce partenariat

multimédia inclut des vignettes [à la radio et sur Internet](#) avec les Minnesota Wild de la ligue nationale de hockey (LNH). Pour renforcer l'intérêt des consommateurs à l'égard de la pêche en Ontario, la campagne comprend des messages publicitaires à la télévision, en ligne et à l'extérieur (autobus, abribus, centre de congrès, foires commerciales). Toutes les activités dirigent les consommateurs vers le site gofishinontario.com pour un appétissant festin de forfaits de pêche dans le Nord-Ouest de l'Ontario.

De célèbres sportifs vantent les grands espaces de l'Ontario auprès des Chicagoens



Chauncey Niziol, d'ESPN, et Patrick Sharp, des Blackhawks de Chicago, sont les deux nouvelles célébrités qui attirent les consommateurs de Chicago vers les grands espaces de

l'Ontario. Depuis la mi-janvier et jusqu'à la fin de juin, en partenariat avec un remarquable groupe de participants du Nord de l'Ontario, la campagne vantant les grands espaces canadiens continue à présenter le Nord de l'Ontario comme le lieu de prédilection pour la pêche et les activités de plein air. S'appuyant sur l'élan déjà donné par le célèbre porte-parole et passionné de pêche Babe Winkelman, la campagne comporte aussi des annonces radio avec l'animateur de la radio ESPN Niziol et avec le joueur de l'équipe des Blackhawks de Chicago Sharp. La vaste gamme de promotions à la télévision, à l'extérieur et en ligne entraîne les amateurs des grands espaces vers le site canadagreatoutdoors.com.

Nos activités

Concours Partagez votre Ontario : le gagnant du grand prix est annoncé



Les juges sont d'accord. Cette image envoyée par Craig King, de Simcoe, capte l'essence de l'Ontario. M. King remporte le grand prix du récent concours de photographie de la SPOMT, [Partagez votre Ontario](#). Plus de 4500 photos ont été soumises dans les

diverses catégories.

Tirez parti des occasions de partenariat 2011-2012 avec Tourisme Ontario et les centres d'information touristique

Renseignez-vous sur les initiatives de publicité, de marketing touristique et de relations avec les médias, les activités des centres d'information touristique et les occasions gratuites que propose la SPOMT. Le cahier *Tourisme Ontario, occasions de partenariat 2011-2012* de la SPOMT 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. Pour consulter ou télécharger le cahier, [cliquez ici](#).

Les équipes de la SPOMT chargées des partenariats et des ventes informent régulièrement les intervenants du secteur des nouvelles possibilités de promotion. Si vous souhaitez vous inscrire sur notre liste d'envoi de courriel, envoyez vos coordonnées à otmp.sales@ontario.ca ou appelez le 416 314-6314 ou, sans frais, le 1 888 365-4422. Pour en savoir plus sur les initiatives des centres d'information touristique de l'Ontario, adressez-vous à Jack Lynch à jack.lynnch@ontario.ca ou appelez le 705 725-7276.

Visitez le nouveau site gouvernemental sur les punaises des lits

Le gouvernement de l'Ontario a récemment lancé le site infopunaisesdeslits.ca afin de fournir à la population ontarienne l'information nécessaire pour prévenir, identifier et contrôler une infestation de punaises des lits. La sensibilisation à ce problème est d'autant plus importante qu'un repérage précoce est crucial pour lutter efficacement contre ce type d'infestation. Le site apporte des renseignements importants, notamment sur la façon de trouver et de traiter avec une entreprise d'extermination titulaire d'une licence ainsi que des conseils à l'intention des voyageurs. Revenez sur le site dans quelques mois pour apprendre les dernières nouvelles.

Dans l'actualité

L'Ontario donne un saveur sud-asiatique au Washington Post



À la suite d'une présentation par l'équipe de la SPOMT chargée des relations avec les médias d'Amérique

La SPOMT et VIA Rail s'associent à des voyageurs américains

Cette année, et jusqu'à la fin de 2011, la SPOMT s'associe à VIA Rail pour promouvoir des forfaits en Ontario aux États-Unis par l'intermédiaire de voyageurs comme [Globus](#), [Horizon & Co.](#) et [Road Scholar](#). Plusieurs circuits en Ontario et/ou au Québec prévoient des étapes à Toronto, Niagara Falls et Ottawa. Certains circuits peuvent même être adaptés à des personnes seules, des couples ou des familles. Les expériences proposées incluent un repas à la tour CN; l'hébergement à l'hôtel Fairmont Royal York; une excursion en bateau aux chutes du Niagara; une halte à la Monnaie royale canadienne; et une visite de Rideau Hall. Quel que soit le forfait, chaque itinéraire offre aux consommateurs américains l'aventure authentiquement ontarienne qu'ils recherchent.

La SPOMT et Porter Airlines copilotent de nouveaux programmes touristiques

Pour 2011, la SPOMT et Porter Airlines ont copiloté de nouveaux et passionnants programmes touristiques en Ontario avec l'organisateur de voyages personnalisés [Horizon & Co.](#) Des tarifs concurrentiels ont été négociés pour de nouveaux vols à partir de Boston, New York, Chicago et Myrtle Beach. Jusqu'à la fin de 2011, les consommateurs américains avertis peuvent goûter à un échantillon d'expériences exceptionnelles en Ontario. Les destinations proposées incluent Ottawa, Toronto, les chutes du Niagara, Niagara-on-the-Lake et Muskoka. Chaque destination est mise en valeur dans le cadre d'un forfait séduisant au nom évocateur comme Expérience capitale, Aventure éclectique, Route du vin, Lumières vives et pontons ensoleillés ou encore Art et architecture.

Les consommateurs japonais découvrent le tourisme hivernal en Ontario

Au Japon, la réputation de l'Ontario en tant que destination hivernale divertissante et dynamique continue de se renforcer grâce à une récente campagne de promotion basée à Tokyo. De la mi-octobre à la fin de novembre 2010, la SPOMT, en collaboration avec la Commission canadienne du tourisme (CCT), Tourism Toronto et la Commission des parcs du Niagara, s'est associée au voyageur japonais H.I.S. pour promouvoir le tourisme hivernal en Ontario. Plus précisément, des forfaits de plusieurs nuits à Toronto, Ottawa et Niagara Falls ont fait l'objet d'annonces dans la presse nationale, des magazines vie moderne et en ligne.

La SPOMT s'envole pour la Chine avec des partenaires ontariens

Pour l'équipe de la SPOMT chargée de la promotion de notre industrie touristique à l'étranger, CITM (China International Travel Market) a fourni l'occasion idéale de présenter les dernières informations sur les produits de l'Ontario aux voyageurs et aux médias spécialisés de toute la Chine. Ce salon de quatre jours, qui s'est tenu à Shanghai à la mi-novembre, a également attiré sept organismes ontariens dont Tourism Toronto, Niagara Falls Tourism, Tourisme Ottawa, la Commission des parcs du Niagara et Niagara Helicopters. Les couleurs de l'automne, les destinations du Nord comme Sault Ste. Marie, les offres hivernales comme le réseau souterrain [PATH de Toronto](#), le [Festival des lumières aux chutes du Niagara](#) et le [Bal des Neiges d'Ottawa](#) sont quelques-uns des produits mis en vedette. Au total, 79 réunions ont été organisées. Le récent lancement du vol direct Beijing-Toronto sur Hainan Airlines a également servi de point de départ pour parler des possibilités de voyages d'information.



L'Ontario intensifie sa promotion au R.-U.

du Nord, le *Washington Post* a publié, à la mi-décembre, deux articles sur la présence de la communauté sud-asiatique dans la vie culturelle de Toronto. Dans la rubrique du rédacteur Michael Kaminer, « Impulsive Traveler », [A Bit of Bollywood in Canada](#) et [South Asian Flavours Spice Up Toronto](#) mettent en avant l'exposition du Musée des beaux-arts de l'Ontario (*Maharaja: The Splendour of India's Royal Courts*), des spectacles musicaux comme *Merchants of Bollywood* et la remise des prix 2011 de l'International Indian Film Academy (IFFA), en juin prochain. Le *Washington Post* est diffusé à près de 776 000 exemplaires. La valeur promotionnelle de ces deux articles est estimée à 141 000 de dollars.

Les médias allemands font honneur à l'Ontario



La parution d'un article dans le quotidien allemand *Frankfurter Rundschau*, fin décembre, n'est que l'un des résultats exceptionnels d'un circuit récemment organisé à l'intention des médias. Au total, des journalistes de neuf médias allemands, dont *Hamburger Abendblatt*, *Die Welt*, *Raufeld Medien*, *Kurier Wien* et *Passauer Neue Presse*, sont venus d'Allemagne en mai dernier pour visiter l'Ontario. Les parcs provinciaux Algonquin et Killarney, l'île Manitoulin, Tobermory, Niagara et Toronto sont au nombre des lieux qu'ils ont visités. L'article paru dans le *Frankfurter Rundschau*, l'un des deux textes rédigés par la rédactrice touristique Cornelia Wolter, vante les qualités exceptionnelles de la région de Niagara, sans oublier son vin de glace. Le *Frankfurter Rundschau* est diffusé à plus de 141 000 exemplaires et la valeur promotionnelle de ces deux articles est estimée à 98 469 dollars.



Pour promouvoir les aventures de plein air en Ontario auprès des fervents pagayeurs du Royaume-Uni, la SPOMT a formé un partenariat d'un an avec la British Canoe Union (BCU) - l'organe directeur du R.-U. pour la pratique sportive ou récréative du canot et du

kayak. Ce nouveau partenariat prévoit le parrainage du championnat de kayak sur bassin intérieur de British Canoe, l'accès à la liste des 65 000 membres de la BCU, une présence éditoriale dans le bulletin électronique bimestriel adressée par la BCU à ses membres et deux grands articles dans le magazine bimestriel de la BCU, Canoe Focus. Le premier article raconte sur trois pages une descente en eaux vives à Ottawa et paraîtra dans le numéro de décembre du magazine. Avec ce partenariat et les nouvelles offres présentées sur le site ontariotravel.net/ukadventure avec des voyagistes du R.-U., la SPOMT poursuit sa stratégie visant à promouvoir au R.-U. les vacances aventure en Ontario.

La présidente de Routes-to-Learning Victoria Pearson était l'une des quatre personnes invitées

à s'adresser à plus de 70 partenaires de l'Ontario lors d'une séance d'information touristique en novembre dernier. Organisée à Toronto par l'équipe de promotion du tourisme en Amérique du Nord de la SPOMT, la séance a permis de faire le point sur le segment des consommateurs ontariens baptisé high-flyers, ou « cols d'or ».



Le marché Asie-Pacifique de Vancouver est réceptif à l'Ontario

Aux côtés de 34 professionnels du secteur touristique de l'Ontario, l'équipe de promotion de l'industrie touristique à l'étranger de la SPOMT était à Vancouver au début de décembre pour prendre part au CITAP (Canadian Inbound Tour Operators Asia-Pacific). Plus de 130 exposants et 150 voyagistes réceptifs étaient présents. L'événement comportait aussi une discussion en groupe sur les tendances du marché avec des voyagistes réceptifs représentant le Japon, la Chine, la Corée du Sud et l'Australie. La présence de l'Ontario a été renforcée par l'activité de réseautage organisée chaque année par la SPOMT à l'intention des voyagistes réceptifs asiatiques établis à Vancouver.

Félicitations!

Trois nouveaux membres ont récemment rejoint [le conseil d'administration de la SPOMT](#)

· **David Kuo, vice-président de district, Toronto, de la Banque HSBC Canada.** Chef de file du secteur des services financiers du Canada, M. Kuo apporte au conseil d'administration de la SPOMT 15 années d'expérience en gestion. Il a été conseiller auprès de plusieurs organismes communautaires et il détient un baccalauréat en économie de l'Université de Toronto.

· **Chisanga Puta-Chekwe, sous-ministre, ministère des Affaires civiques et de l'Immigration de l'Ontario.** Le sous-ministre Puta-Chekwe a occupé plusieurs postes de cadre supérieur, notamment chez First Quantum Minerals, en Zambie, à la Commission d'indemnisation des victimes d'actes criminels de l'Ontario, la Meridien International Bank d'Angleterre et le cabinet d'avocats Lloyd Jones & Collins de Zambie. Il a étudié le

droit à l'Université de Birmingham en Angleterre. Boursier de la fondation Cecil Rhodes, il a obtenu une maîtrise en droit à l'Université de Londres ainsi qu'un baccalauréat et une maîtrise en philosophie, sciences politiques et économie à l'Université Oxford.

• **Sabir Sami, président de Yum Restaurants Canada Inc.** M. Sami est un cadre supérieur qui a géré avec succès des marques mondialement connues comme Coca-Cola, KFC, Pizza Hut, Lysol, Vicks et Airwick. Il a occupé des postes de direction dans le domaine du marketing et de la valorisation de la marque au Pakistan, à Singapour, au Vietnam et au Canada. Son expérience en marketing est enrichie par son rôle de membre du conseil de plusieurs autres entreprises et organismes à but non lucratif. Sabir Sami est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires de l'Université de Karachi, au Pakistan.

• **Gregory Treffry, vice-président chargé du développement du partenariat de Shaw Media Inc.** Les compétences et l'expertise de M. Treffry en gestion opérationnelle et en développement des affaires et des entreprises sont des atouts clés pour l'industrie du tourisme de l'Ontario. Ses domaines de spécialité sont la télévision par câble, la télédiffusion, le cellulaire, Internet, la signalisation numérique, le lancement de produit ou de chaîne, les fusions et acquisitions, l'élaboration de stratégies, le financement et le développement des affaires. M. Treffry est diplômé de la Harvard Business School, de la Société des comptables en management du Canada et de l'Université de Waterloo.

Société du Partenariat Ontarien de Marketing Touristique | 10 rue Dundas Street est | suite 900 | Toronto | Ontario | M7A 2A1
| Canada