

PASSEPORT Ontario

Nouvelles de la SPOMT

avril 2012



[Tourisme estival en Ontario](#)

[Découvrez « Mon Ontario »](#)

[Voyager en Ontario : l'appli mobile](#)

[Participez à la Semaine du tourisme](#)

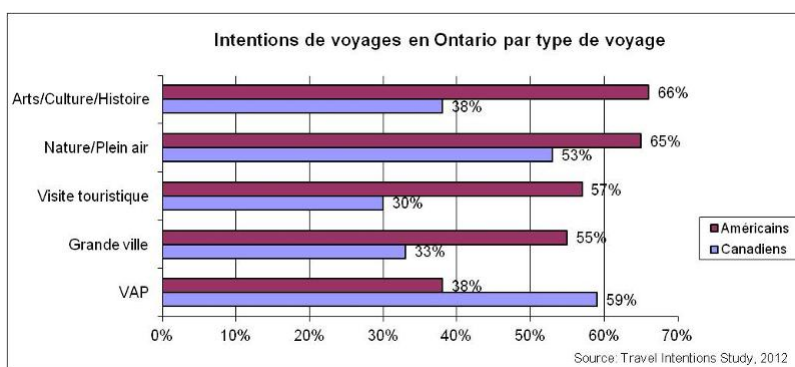
[Ateliers sur l'industrie du tourisme](#)

Soyez prêts pour le tourisme estival en Ontario

L'intérêt pour les voyages en Ontario cet été

Cet été, un plus grand nombre de résidents et de touristes profiteront de la spectaculaire beauté de la nature, des aventures en plein air, des festivals et événements exceptionnels, des expériences œnologiques et gastronomiques, des villes cosmopolites et des attractions culturelles et patrimoniales authentiques de l'Ontario.

Selon les prévisions du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) et la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT), le nombre total de voyages en Ontario (en provenance de tous les marchés) cet été **devrait augmenter** de 2,1 %, pour atteindre 2,2 millions de voyages, par rapport à 2011. Les dépenses des visiteurs devraient augmenter de 4,3%, soit 776 millions de dollars, au cours de la même période.



Les principaux facteurs qui incitent à visiter l'Ontario sont **les arts, la culture, l'histoire, la nature et le plein air**, et **Niagara** et la **région de Toronto** sont au nombre des offres touristiques qui éveillent le plus d'intérêt chez les consommateurs. Ensemble, ces facteurs incitatifs constituent une base solide sur laquelle toutes les régions peuvent s'appuyer - ce qui est particulièrement intéressant pour qui cible les marchés à l'extérieur de l'Ontario. Dans **l'Est de l'Ontario**, riche de son important patrimoine de la Guerre de 1812, il s'agit d'exploiter les attractions historiques et patrimoniales, ainsi

Inscrivez-vous en ligne pour figurer dans la nouvelle appli du tourisme de l'Ontario

Augmentez votre notoriété et générez de nouvelles pistes de vente! Pour toucher plus de 132 millions d'utilisateurs de téléphones intelligents au Canada et aux États-Unis, les acteurs de l'industrie du tourisme en Ontario sont invités à s'inscrire en ligne sur www.tourismpartners.com sans aucuns frais. Le contenu approuvé sera également affiché sur le site Web de la SPOMT à [l'intention des consommateurs](#), qui a reçu plus de 4,5 millions de visites l'année dernière. On prévoit de 6 000 à 8 000 téléchargements de l'application mobile « **Découvrir l'Ontario** » au cours de la première année.

Participez à la Semaine du tourisme 2012

que l'attrait de ses nombreuses plages. Dans le **Nord de l'Ontario**, les hauts lieux touristiques des villes de Sault Ste. Marie, Timmins, North Bay, Sudbury et Thunder Bay sont les mieux placés pour satisfaire la forte curiosité à l'égard du Nord, l'amour de la nature et l'envie de nouvelles expériences des consommateurs. De même, dans le **Sud-Ouest de l'Ontario**, une mine de destinations, d'attractions, d'histoires et de manifestations commémorant la Guerre de 1812 peuvent se combiner aux multiples attraits et événements de la région.

En formant des partenariats à long terme pour promouvoir des offres et des expériences intégrées à l'échelle régionale, les exploitants touristiques de l'Ontario aideront les consommateurs à mieux comprendre les lieux magnifiques et les offres exceptionnelles qui les attendent dans chaque région de l'Ontario.

Pour plus d'informations explorer la recherche [MTCS](#) ou de renseignements des sociétés [SPOMT](#).

Découvrez « Mon Ontario »

La SPOMT lance sa campagne estivale

Les résultats de l'étude de la SPOMT sur la **perception de la marque en été 2011** ont confirmé l'efficacité de la campagne de l'Ontario diffusée l'été dernier, **Mon Ontario**. Sur une échelle de 0 à 10, la perception de l'Ontario en tant que destination de voyage offrant **beaucoup de choses à voir et à faire** a augmenté de 8,1 à 8,6 en deux ans.

Cet été, la campagne de la SPOMT **Mon Ontario** continuera à donner aux familles et aux couples l'envie de découvrir les trésors cachés de la province.

Pour offrir aux consommateurs un accès rapide à une information touristique locale pertinente, la SPOMT a créé l'application mobile « Découvrir l'Ontario ». Après la version iPhone existante, la version Android sera disponible à la fin d'avril et la version BlackBerry, à la mi-mai. Des bulletins électroniques à l'intention des consommateurs, des concours et le marketing sur les réseaux sociaux et les moteurs de recherche complèteront les tactiques de marketing en ligne pendant toute la saison estivale.

Une autre composante clé de la modernisation du marketing touristique de l'Ontario est la forte présence du tourisme dans les 23 nouvelles aires de service ONroute, situées sur des axes très fréquentés, du ministère des Transports. Les consommateurs auront un accès automatisé et permanent à des renseignements touristiques actualisés - ainsi qu'aux services gratuits fournis par les 11 centres d'information touristique de l'Ontario (CITO).

En partenariat avec les organismes touristiques régionaux (OTR) et des attractions du MTCS, la SPOMT fera paraître dans le Globe



Chaque année, la Semaine du tourisme de l'Ontario attire les foules et suscite l'intérêt des consommateurs. Le 31 mai, les CITO de **Barrie, St. Catharines, Sault Ste. Marie et Windsor** organiseront des manifestations spéciales pour donner le coup d'envoi à la Semaine du tourisme de l'Ontario, en présence de journalistes locaux. Le 1er juin, la **place Dundas** de Toronto s'anima autour des nombreuses activités et expériences interactives, pratiques et passionnantes proposées. Pour inciter encore davantage les consommateurs à se créer de nouveaux souvenirs d'été inoubliables, les CITO tiendront portes ouvertes dans toute la province pendant la **Semaine du tourisme**, du 4 au 10 juin.

Participez! Présentez vos produits à un public local réceptif.

Pour en savoir plus, [contactez votre centre d'information touristique le plus proche.](#)

Inscrivez-vous aux ateliers sur l'industrie du tourisme

Participez à un atelier d'une journée, à Toronto, sur l'industrie du tourisme. La SPOMT a invité de grands voyageurs qui souhaitent développer de nouvelles affaires en Ontario. Ces ateliers pratiques vous offriront un aperçu de ce qui se vend et vous apprendront à intégrer des expériences

and Mail, entre la mi-avril et le début de septembre, 14 annonces pleine page en quatre couleurs. Chaque annonce mettra en valeur d'irrésistibles expériences régionales et touchera plus de 377 000 personnes dans tout le pays.

À partir de la mi-mai et pendant quatre semaines, la télévision diffuseront aussi des annonces **Mon Ontario** (en anglais et en français). Également à la mi-mai, plus de 450 000 exemplaires (en anglais et en français) du **numéro estival du magazine Ontario** seront distribués avec plusieurs journaux communautaires et les principaux quotidiens de la province, y compris le *Toronto Star*, le *North Bay Nugget* et le *Hamilton Spectator*. Pour la première fois, des publicités axées sur la région paraîtront à côté d'un contenu rédactionnel régional. (Pour les consommateurs « en mouvement », le magazine sera disponible dans les centres d'information touristique de l'Ontario (CITO) et en ligne **sur ontariotravel.net et iTunes.**)

De la mi-mai au mois d'août, en vue de toucher les **nouveaux arrivants** en Ontario, des programmes attractifs pour les familles sud-asiatiques et chinoises seront mis en avant lors de divers événements multiculturels de la région du grand Toronto (RGT).

Le 1er juin, la **journée du tourisme de l'Ontario** donnera le coup d'envoi de la Semaine du tourisme sur la **place Dundas** de Toronto : les partenaires de l'industrie présenteront aux consommateurs certaines des expériences touristiques les plus emblématiques de l'été en Ontario; des événements thématiques - y compris les activités liées au bicentenaire de la Guerre de 1812 - seront diffusés sur l'émission Breakfast Television de CityTV. Toujours en juin, près de 1,5 million de [passeports Plaisirs](#) (en version imprimée et numérique, en anglais et en français) qui incitent à visiter des attractions du ministère du Tourisme, de la Culture et des Sports pendant tout l'été seront remis, avec les derniers bulletins scolaires, aux élèves des écoles élémentaires de l'Ontario.

De plus, pendant tout l'été, la SPOMT organisera plus de 60 circuits à l'intention des médias dans toutes les régions de la province. En partenariat avec l'Ontario Culinary Tourism Alliance, la SPOMT accueillera également trente blogueurs de voyage en mettant l'accent sur la cuisine régionale de l'Ontario et les vins de la VQA.

Renseignez-vous sur les activités [estivales de la SPOMT](#). Pour participer, contactez la [SPOMT](#).

touristiques dans des forfaits vendeurs.

Inscrivez-vous à un ou plusieurs des ateliers suivants :

- **Le 2 mai 2012 -**
Atelier sur l'industrie du tourisme francophone
- **Le 20 juin 2012 -**
Atelier sur l'industrie du tourisme culinaire

Les frais d'inscription sont de 65 \$ par personne plus TVH. Pour vous inscrire, contactez

[Sandra Rice](#).



Try it FREE today.

[Update Profile/Email Address](#) | Instant removal with [SafeUnsubscribe™](#) | [Privacy Policy](#).

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