



[Cartographier les possibilités](#)

[Assurer l'équilibre entre technologie et service personnel](#)

[The Amazing Race se termine en Ontario](#)

[Toucher le marché LGBT](#)

[Donner son avis sur le programme TODS](#)

Cartographier les possibilités

Parmi les grandes questions qui seront abordées lors du Sommet du tourisme de l'Ontario de 2013, citons :

- * Quelle est la place de l'Ontario dans le nouveau paysage économique mondial?
- * Les entreprises touristiques sont-elles prêtes à répondre aux nouvelles attentes des consommateurs en matière de service?
- * Quelles seront les grandes tendances et possibilités en 2014?

TWO THOUSAND THIRTEEN ONTARIO TOURISM SUMMIT

Le thème du Sommet de cette année, *Cartographier les possibilités*, recensera les dernières tendances et les prévisions pour le secteur, ainsi que les meilleures pratiques permettant d'accroître le nombre de visites en Ontario.

D'après **Michael Ennamorato** de **TNS Canada**, l'évolution du profil des touristes en provenance des marchés étrangers émergents qui voyagent vers des destinations de l'Ontario ainsi que la diversité culturelle des touristes des marchés nord-américains pourraient alimenter la croissance future et imposer de nouvelles exigences aux spécialistes du marketing et aux prestataires de services touristiques.

Les inquiétudes liées à la sécurité, aux conflits mondiaux, à la santé, aux restrictions sur les voyages - et même aux changements climatiques - ont modifié la façon dont les consommateurs perçoivent les voyages d'affaires et de loisirs, selon **Lorrie King** et **Ryan Brain**, de **Deloitte**. En conséquence, les consommateurs d'aujourd'hui ont des attentes en matière de service plus élevées, que les exploitants touristiques se doivent de satisfaire.

Selon **Todd Hirsch**, **économiste en chef, ATB Financial**, l'économie mondiale poursuit sa reprise hésitante et inégale en

The Amazing Race se termine en Ontario



La première saison de The Amazing Race Canada a pris fin le 16 septembre là où elle avait commencé, en Ontario. Dans le dernier épisode, trois équipes se sont affrontées dans divers défis avec pour toile de fond des attractions de Toronto, comme le zoo de Toronto et le Evergreen Brick Works.

D'après [CTV](#), la finale a été suivie par 3,6 millions de téléspectateurs, ce qui fait de cette émission de télé-réalité la série canadienne la plus regardée de l'histoire.

L'équipe des relations médias de la SPOMT a travaillé avec les producteurs pour s'assurer que l'Ontario était présenté comme un lieu passionnant à visiter et où vivre des aventures extraordinaires. De plus, des liens vers ontariotravel.net permettent aux téléspectateurs de découvrir toute la diversité des expériences touristiques de l'Ontario. Pour obtenir des détails sur le programme, visitez [CTV](#).

2013. Tandis que les économies du BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine) marquent le pas et que l'économie américaine commence à reprendre vigueur, le Canada doit trouver sa place dans le nouveau paysage économique.

Le prochain « grand événement » prévu en Ontario permet aux organismes touristiques de développer leurs activités avant, pendant et après. **John Winston**, de **Tourism London**, fera part des leçons qu'il a tirées de l'accueil des championnats du monde ISU de patinage artistique 2013; et **Francisco Alvarez**, co-président du **Pride Toronto Board**, et **Kathy Henderson**, du **Comité d'organisation de Toronto pour les Jeux pan/parapanaméricains de 2015**, parleront des possibilités qu'offrent les grandes manifestations internationales, comme WorldPride 2014 et les Jeux pan/parapanaméricains de 2015.

Informez-vous! Participez aux discussions lors du [Sommet du tourisme de l'Ontario 2013](#). Organisé par l'Association de l'industrie touristique de l'Ontario (TIAO), le 9e Sommet annuel se tiendra au Palais des congrès du Toronto métropolitain, à Toronto, les mercredi 13 novembre et jeudi 14 novembre 2014. Ne manquez pas le gala de remise des Prix du tourisme, dans la soirée du 14 novembre, qui récompensent et célèbrent l'excellence dans l'industrie du tourisme de l'Ontario.

Assurer l'équilibre entre technologie et service personnel

Il ne fait aucun doute que la rapidité des changements technologiques a un impact considérable sur la façon dont nous planifions, vivons et partageons nos aventures touristiques.



« Assurer l'équilibre entre l'essor des nouveaux médias et le pouvoir du bouche-à-oreille est d'une importance primordiale si l'on veut comprendre le rôle que peuvent jouer les intervenants et les possibilités dont ils disposent pour établir des liens entre les touristes et les lieux,

les activités, les expériences et les aventures offertes en Ontario », dit [Sean Wise](#), l'un des principaux mentors d'entreprises en croissance et d'organisations sociales au Canada, qui prononcera le discours d'ouverture à la conférence des services d'information touristique.

Compte tenu de l'adoption massive des nouvelles technologies, les gens sont de plus en plus nombreux à utiliser l'Internet pour trouver des destinations et des services touristiques, ainsi que des avis et des recommandations d'utilisateurs. « La surdose d'information est un problème persistant, souligne S. Wise. Il est essentiel de trouver l'équilibre requis pour offrir des expériences de voyage personnalisées et fiables tout en fournissant une information instantanée et pertinente à chaque étape de la planification du voyage et de l'expérience du consommateur. »

Donner son avis sur le programmer TODS

Le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) et le ministère des Transports (MTO) procèdent à l'examen du programme Tourism-Oriented Directional Signing (TODS) et souhaitent connaître votre avis! Vos commentaires sont précieux pour les ministères, qui étudient différentes options susceptibles d'améliorer la signalisation routière touristique en Ontario. Le sondage vise aussi à recueillir des informations sur la question plus générale de l'orientation.

Veuillez prendre les quelques minutes nécessaires pour répondre au [questionnaire](#) sur le programme TODS d'ici le **31 octobre 2013**.

Vous pouvez également envoyer d'autres commentaires généraux à Tourism.Signs@Ontario.ca, d'ici le 31 octobre 2013, en indiquant « Commentaires sur le programme TODS » dans la ligne objet.

Pour en apprendre davantage sur le programme TODS, visitez le [site Web du MTCS](#).

Toucher le marché LGBT



[Travel Gay Canada](#), l'association canadienne de l'industrie touristique LGBT, tiendra son quatrième [congrès](#)

Les conférenciers et blogueurs de voyage **Dave Bouskill et Debra Corbeil** sont très conscients de la capacité des nouveaux médias et de la



narration en temps réel à inciter au voyage. Dès 2008, ils ont transformé leur passion du voyage en métier pour devenir des blogueurs à plein temps.

Après avoir exploré plus de 80 pays sur les sept continents et vécu de passionnantes aventures dans le monde entier, le couple a fondé [The Planet D](#) pour éveiller l'intérêt des voyageurs en racontant leurs expériences personnelles de voyage. Les célèbres blogueurs feront part de leurs expériences et de la capacité des médias sociaux à « donner un visage à votre marque » pour inspirer, éduquer, inciter au voyage et fidéliser les consommateurs.

Informez-vous! La SPOMT organise une conférence provinciale des services d'information touristique, axée sur la formation, le mardi 22 octobre 2013 à Blue Mountain. Les conseillers touristiques des centres d'information touristique locaux, régionaux et provinciaux de tout l'Ontario sont invités à y participer. Cette journée de formation comprendra des conférences d'experts de l'industrie et du monde des affaires, des ateliers de formation dynamiques et un Marché de l'industrie et dîner. En option, une visite de la région à la découverte des produits locaux est proposée le mercredi 23 octobre. Pour vous inscrire, visitez oticsconference.ca/fr.

La nouvelle structure des comités consultatifs de la SPOMT est en place

Les comités consultatifs de la SPOMT se réunissent séparément ou conjointement de trois à quatre fois par an pour discuter des futures stratégies marketing, des partenariats avec l'industrie et des initiatives visant à accroître le nombre de visiteurs et le montant des dépenses touristiques à l'échelle provinciale, nationale et internationale.

Le Comité consultatif des organismes touristiques régionaux, présidé par Karen Squires, de Tourisme Ottawa, est composé des chefs de la direction ou des directeurs du marketing de chacun des OTR de l'Ontario. Le **Comité consultatif du secteur**, présidé par Brenda Branch, de la division Tourisme et Culture de la ville de Hamilton, est composé de 20 membres qui représentent un large éventail d'intervenants de l'industrie touristique, des hôtels aux établissements vinicoles en passant par des dirigeants d'associations sectorielles.

Le Comité des mesures de performance du marketing, présidé par Marion Joppe, de l'Université de Guelph, est composé de neuf représentants de l'industrie et du marketing spécialisés dans la mesure de la performance du marketing et du tourisme. Le **Comité de marketing du tourisme dans le Nord**, présidé par Carol Caputo, de l'Algoma Kinniwabi Travel

[annuel du tourisme LGBT](#) les 10 et 11 octobre 2013. Des professionnels de l'industrie du tourisme de toute l'Amérique du Nord se réuniront à White Oaks Resort & Spa, à Niagara, pour explorer tout ce qu'il faut savoir sur les touristes lesbiennes, gais, bisexuels et transgenres (LGBT), leurs attentes en matière de voyage et la meilleure façon de les joindre.

Apprenez de certains des meilleurs spécialistes du marché LGBT qui traiteront de différents sujets, comme l'élaboration de stratégies gagnantes, la pertinence du produit pour le marché, ou encore la publicité efficace pour le marché LGBT. La WorldPride 2014 devant se dérouler en Ontario, le congrès offrira des outils et des renseignements utiles pour aider l'industrie à se préparer à ce grand événement.

La SPOMT parraine le dîner du 11 octobre en partenariat avec Tourisme Toronto, Tourisme Ottawa et le Tourism Partnership of Niagara. Pour en savoir plus, visitez tgconference.com.

Devenez partenaire de la SPOMT!

En tant qu'intervenant du secteur touristique de l'Ontario, vous êtes invité à visiter régulièrement le site tourismpartners.com pour recevoir les dernières nouvelles sur les campagnes de marketing de la SPOMT, obtenir de précieux renseignements, ou créer ou mettre à jour la fiche de renseignements sur votre entreprise ou votre événement. Il reste encore des possibilités pour l'hiver 2013-2014. Vous pouvez même vous abonner en ligne à *Passeport Ontario*!

Pour consulter les occasions de publicité et de partenariat de la SPOMT pour 2013-2014 et

Association, comprend jusqu'à 17 membres représentant les OTR 12 et 13.

Les réunions les plus récentes se sont tenues le 22 août à Toronto pour les comités des OTR et du secteur, le 27 août à Timmins pour le Comité de marketing du tourisme dans le Nord, et le 10 septembre pour le Comité des mesures de performance du marketing, soit la veille de la dernière réunion du conseil d'administration de la SPOMT. Pour en savoir plus sur les membres des comités, visitez tourismpartners.com.

2014-2015, [cliquez ici](#). Pour obtenir de plus amples renseignements, ou pour vous tenir au courant des futures possibilités, contactez otmp.sales@ontario.ca ou composez le 1 888 365-4422 / 416 314-6314.

Mon Ontario est....

Dites-nous ce qui rend l'Ontario cher à vos yeux. Partagez votre histoire, photo ou vidéo.



Connect with us on LinkedIn:

