



Dans cette édition . . .

Zone des célébrations en Ontario - Un franc succès!

Intérêt élevé des médias

En l'honneur d'un athlète canadien inspirant

Et voici les gagnants...

Le meilleur de l'Ontario

Rendez-vous Canada

Ontariotravel.net - Inscrivez-vous GRATUITEMENT et figurez dans le nouvel outil Planificateur de voyage

SPOMT - Destination Canada organise une campagne impressionnante au Royaume-Uni

Changements à venir au programme TODS

Faits saillants sur le conseil d'administration et les comités de la SPOMT

Zone des célébrations en Ontario - Un franc succès!



La Zone des célébrations en Ontario, au Harbourfront Centre de Toronto, visait l'or et a accueilli 228 000 visiteurs dans le cadre des Jeux panaméricains. Le 10 juillet, jour de l'inauguration de la Zone des célébrations, une foule d'activités excitantes attendait les visiteurs et les médias. L'honorable Michael Coteau, ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport, a été interviewé par Breakfast Television et a dirigé la cérémonie d'inauguration officielle de la Zone des célébrations en Ontario. Parmi les autres dignitaires présents, mentionnons le ministre

québécois François Blais, le ministre Brad Duguid et la délégation brésilienne Rio 2016 menée par Marcelo Pedroso. Les spectateurs ont applaudi au passage du flambeau, tenu par Crispin Duenas, qui a déjà remporté deux fois une médaille d'argent en tir à l'arc aux Jeux panaméricains.

Dans le cadre des programmes offerts à la Zone des célébrations en Ontario, ouverte jusqu'au 16 août, chacun des organismes touristiques régionaux (OTR) met en vedette divers produits et expériences. Les activités présentées varient des expériences culinaires aux concerts, en passant par les artistes de cirque, les saynètes des Premières Nations et la peinture sur t-shirt avec un artiste renommé, les visiteurs repartant avec l'œuvre d'art qu'ils ont créée.

La Zone des célébrations a attiré les médias - CHCH TV, Turtle Island News, APTN, CBC-TV - et a accueilli 4 influenceurs des médias sociaux (Instagram et YouTube). La SPOMT y a organisé la rencontre Travel Massive de Toronto où Lorrie Pella, vice-présidente, initiatives de participation des visiteurs aux Jeux, a parlé à 70 influenceurs présents, venant de Travel Massive international pour les blogueurs. Le Centre des médias de la Zone des célébrations a fourmillé d'activités pendant toute la durée des Jeux.

La Zone des célébrations se prépare maintenant en vue des Jeux parapanaméricains qui se dérouleront du 7 au 15 août 2015. Visitez le site www.ontariotravel.net dans les prochaines semaines pour consulter les mises à jour du programme des Jeux.

Intérêt élevé des médias

L'équipe du Centre des relations avec les médias des Jeux panaméricains a répondu à 218 demandes de renseignements, coordonné des voyages de familiarisation à Niagara Falls pour 81 médias et organisé 4 interviews avec des diffuseurs. Ronald Holgerson, président et directeur général de la SPOMT, a été interviewé par des journalistes de Claro Sports TV Mexico, Licuadora Deportiva Argentina, TyC Sports TV Argentina et Band Radio Brazil.

Les visiteurs du Centre des médias ont exprimé de l'intérêt non seulement pour les Jeux, mais aussi pour les diverses expériences et destinations en Ontario. Les questions des journalistes allaient de « Quelle excursion d'une journée peut-on faire depuis Toronto? » à « Comment puis-je me rendre à Niagara Falls? », en passant par « Comment peut-on filmer à plusieurs endroits? » et « Quel est l'impact des Jeux sur l'économie? ». Le plus grand nombre de demandes de renseignements est venu de Cuba (37) et de l'Argentine (36), suivis par le Brésil (22) et le Mexique (20).



En l'honneur d'un athlète canadien inspirant

Une sculpture intitulée « Challenge and Triumph » (défi et triomphe) a été érigée à Canada Square en l'honneur de Tom Longboat, un athlète des Six Nations. Il a été reconnu sur le plan international en 1907 avec sa victoire spectaculaire au Marathon de Boston, où il a battu un record vieux de 20 ans de plus de cinq minutes. David General, l'artiste des Six Nations qui a créé la sculpture, était présent à la cérémonie de dévoilement. Il a déclaré qu'il avait été inspiré par l'héritage de Tom Longboat selon lequel « tout est possible ».



Inclus à la photo de groupe pour marquer l'événement (de gauche à droite): Marah Braye, Lorrie Pella, David General, l'honorable Elizabeth Dowdeswell, lieutenant-

Après l'inauguration de la Zone des célébrations, l'honorable Elizabeth Dowdeswell, lieutenant-gouverneure de l'Ontario, s'est rendu près de la sculpture avec Ava Hill, chef des Six Nations, des membres de la famille de Tom Longboat, David General, Marah Braye, directrice générale du Harbourfront Centre, Lorrie Pella et Ronald Holgerson, de la SPOMT.

gouverneure de l'Ontario, Ava Hill, chef des Six Nations, et Ronald Holgerson

Et voici les gagnants...

La SPOMT a contribué à la promotion des Jeux en lançant une de ses campagnes les plus dynamiques et innovatrices : L'Ontario au cœur d'une aventure épique. La campagne comprend deux messages publicitaires primés, « À vos marques » et « Préparez-vous! », de même que la publication destinée aux consommateurs L'Ontario au cœur d'une aventure épique.

Ciblant les Ontariens et les Américains, « À vos marques » et « Préparez-vous! » ont été vus par plus de 5,4 millions de personnes sur YouTube et ont engendré des centaines de millions d'impressions. « À vos marques » s'est également vu décerner plusieurs prix par l'industrie, notamment les suivants : les prix Bessies, avec la meilleure place dans cinq catégories, soit la catégorie Best in Show Craft et les quatre catégories Gold Craft meilleure utilisation de la musique, montage, conception sonore et coloriste; le prix Bronze du Marketing Magazine pour les annonces télévisées de plus de 30 secondes; et deux prix en arts appliqués dans le domaine de la publicité.

En juin, 370 000 exemplaires du magazine L'Ontario au cœur d'une aventure épique ont été distribués sur des marchés américains frontaliers, ainsi que dans certains magasins LCBO et sur les sites des Jeux. La publication invite les touristes à « manger, visiter, magasiner et faire des activités » dans les six régions des OTR où se trouvent des sites des Jeux.

[Cliquez ici pour afficher le magazine L'Ontario au cœur d'une aventure épique](#)

Le meilleur de l'Ontario

La SPOMT a lancé sa campagne Printemps-Été en juin; il s'agit d'une reprise de la campagne Le meilleur de l'Ontario, qui comprenait un nouveau magazine, un outil de planification de voyage et des célébrations régionales.

Le magazine annuel Le meilleur de l'Ontario fournit aux vacanciers des centaines d'idées pour les aider à planifier leurs escapades dans l'une des 13 régions touristiques de l'Ontario. Les possibilités sont variées, des Jeux panaméricains et parapanaméricains de 2015 à Toronto aux escapades urbaines, en passant par d'intéressants festivals, des dégustations de mets et de vins, des plages idéales pour les familles et des attractions incontournables. Affichez le magazine [Le meilleur de l'Ontario](#).

La campagne coïncide avec le lancement du nouveau outil Planificateur de voyage www.ontariotravel.net qui permet aux voyageurs de choisir l'un des 16 itinéraires suggérés ou de planifier un voyage personnalisé. Qu'ils recherchent une escapade de fin de semaine ou une aventure figurant sur leur liste de choses à accomplir, les utilisateurs peuvent simplement ajouter l'itinéraire suggéré qu'ils veulent à leur « valise » et le Planificateur de voyage fera le reste, qu'il s'agisse de calculer la distance entre les expériences ou d'envoyer un message si l'une de vos sélections change. Le Planificateur de voyage permet aux voyageurs d'inclure des attractions, l'hébergement, des événements, des points d'intérêt personnels et plus dans leur itinéraire. Pour ceux et celles qui préfèrent une approche plus spontanée, l'application mobile Découvrir l'Ontario a été rafraîchie et offre une expérience, une fonctionnalité et un look nouveaux.

On peut également se procurer les publications Le meilleur de l'Ontario et L'Ontario au cœur d'une aventure épiquée dans la Zone des célébrations. Par ailleurs, les 59 Expériences ontariennes distinctives (EOD) y sont présentées sur d'immenses panneaux numériques diffusant des images avec le nom de l'EOD. Ces projections qui se déroulent 24 heures sur 24 attirent l'attention de dizaines de milliers de visiteurs chaque jour.

Restez à l'écoute pour le lancement de la campagne Automne de la SPOMT au début de septembre...

Rendez-vous Canada

Le 39^e Rendez-vous Canada (RVC), qui s'est déroulé à Niagara Falls du 26 au 29 mai 2015, a été organisé par la SPOMT en partenariat avec Destination Canada (qui s'appelait auparavant la Commission canadienne du tourisme) et Niagara Falls Tourisme, en collaboration avec l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC). RVC est le principal carrefour annuel du tourisme international au Canada. Il réunit les plus importants organisateurs de voyages internationaux et autres acheteurs d'expériences et de produits touristiques, et des vendeurs canadiens - destinations, hôtels, attractions, fournisseurs de services de transport, etc.



La palette d'images vibrantes et puissantes servant de toile de fond à la bannière Ontario, Canada a engendré une présence dynamique qui a permis à l'Ontario de s'imposer véritablement au salon. Ont participé à l'événement 453 acheteurs venus du monde entier et plus de 1 000 fournisseurs, notamment 120 fournisseurs de l'Ontario qui ont en général signalé une augmentation des rendez-vous par rapport à l'année dernière. La SPOMT a invité plus de 150 fournisseurs ontariens à une réception de bienvenue. Avant et après le Rendez-vous Canada, les conseillers en marketing international de la SPOMT ont organisé 9 voyages de familiarisation dans l'est, l'ouest et le nord de l'Ontario auxquels ont participé 144 organisateurs de voyages.

Ontariotravel.net - Inscrivez-vous GRATUITEMENT et figurez dans le nouvel outil Planificateur de voyage

Aidez la SPOMT à attirer encore plus de voyageurs en Ontario et faites connaître votre entreprise aux touristes. Pour figurer dans le nouvel outil Planificateur de voyage ET dans l'application mobile, votre entreprise doit être inscrite sur le site Web de la SPOMT destiné aux consommateurs. Ne ratez pas cette occasion d'afficher votre entreprise et vos forfaits touristiques absolument GRATUITEMENT sur le site Web www.ontariotravel.net. Vous pouvez transmettre en tout temps de nouveaux forfaits ou événements en vous inscrivant gratuitement à www.tourismpartners.com. Le processus est simple et peut générer des centaines de pistes de vente pour votre entreprise ou organisme. Si vous ne l'avez pas encore fait, inscrivez-vous sans tarder.

Saviez-vous que ontariotravel.net propose aussi une fonction Clavardage en direct Nos agents préposés au clavardage en direct se servent tout spécialement des inscriptions d'entreprises sur le site Web comme outil d'information. Une autre raison pour laquelle votre entreprise ou événement doivent être

inscrits!

Si vous avez une question au sujet de l'ajout ou du rafraîchissement d'une inscription d'entreprise, n'hésitez pas à contacter Nadia Sacco au 416 325-6846 ou à nadia.sacco@ontario.ca

SPOMT - Destination Canada organise une campagne impressionnante au Royaume-Uni

La SPOMT a fait équipe avec Destination Canada pour créer une campagne au Royaume-Uni, intitulée « Six Days In Ontario: One Discovery Leads To Another », visant à souligner les produits touristiques divers de l'Ontario auprès des consommateurs britanniques. La campagne s'est déroulée dans la Gare St. Pancras de Londres pendant 4 semaines à compter du 9 mars 2015 et comprenait une énorme mosaïque d'affiches, rehaussée d'une vidéo numérique et appuyée par de la publicité imprimée et en ligne, une promotion dans les médias sociaux à l'aide du mot-clic #DiscoverOntario et la possibilité de gagner un voyage pour deux en Ontario. Toronto, Ottawa, Niagara, les Mille-Îles et Muskoka figuraient parmi les partenaires touristiques.

Voici un aperçu des résultats impressionnants de la campagne :

- Fréquentation de 1 885 592 personnes pendant toute la campagne de 4 semaines;
- Médias numériques:
 - Impressions obtenues : 15 209 660;
 - Clics obtenus : 56 018;
- Médias sociaux :
 - Total des impressions : 795 873
 - Participation (réponse/rediffusion) : 42 652

Cliquez sur le lien suivant pour voir la vidéo numérique : <https://youtu.be/1Jldv4Li2GY>

Changements à venir au programme TODS

L'examen du programme Tourism-Oriented Directional Signing (TODS) par les partenaires touristiques est terminé. Le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) et le ministère des Transports (MTO) s'emploient à mettre en œuvre des changements de politique et de programme qui renforceront et moderniseront le programme et amélioreront l'efficacité de la signalisation routière de nature touristique en prévision de l'expiration du contrat en décembre 2018.

Parmi les améliorations importantes qui seront apportées, mentionnons les suivantes :

- Permettre aux centres de magasins d'usine désignés et aux centres d'information touristiques régionaux de faire une demande de signalisation routière dans le cadre du programme TODS
- Étendre les possibilités de signalisation aux terrains de camping sur les autoroutes afin de permettre l'épellation complète du nom d'un camping
- Permettre à davantage de centres-villes en zone rurale, de points d'accès à des sentiers, de musées et de centres culturels de pouvoir utiliser la signalisation
- Renforcer la sensibilisation au programme et la prestation de services

[Cliquez ici pour en savoir plus](#) (en anglais seulement)

Le nombre d'amateurs sur les médias sociaux, de suiveurs et de spectateurs de la SPOMT grossit

chaque jour.

Suiveurs sur Facebook	224 860	Suiveurs sur Instagram	20 924
Suiveurs sur Twitter	47 097	Suiveurs sur Pinterest	3 212
Spectateurs sur YouTube	4,5 millions*	Lecteurs du Blog	50 485*

En date du 7 août 2015

*depuis le 1^{er} janvier

Faits saillants sur le conseil d'administration et les comités de la SPOMT

Si vous souhaitez siéger à notre conseil d'administration, veuillez consulter le [site Web](#) du Secrétariat des nominations pour obtenir de plus amples renseignements. La SPOMT bénéficie également de la sagesse et des connaissances des membres de ses quatre comités : le Comité consultatif des organismes touristiques régionaux, le Comité consultatif du secteur, le Comité des mesures de performance du marketing et le Comité de marketing du Nord de l'Ontario. Pour en savoir plus, veuillez contacter [Michael Hora](#).

Partagez votre Ontario



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



Rejoignez-nous sur LinkedIn

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