



Dans cette édition . . .

10 fins de semaine
d'automne en Ontario

Conférence 2015 des
services d'information
touristique de l'Ontario

Toronto FOOD & WINE
Festival

La SPOMT annonce des
changements à la
structure de son équipe
de haute direction

Zone des célébrations de
l'Ontario

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

Compte rendu des
comités

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

10 fins de semaine d'automne en Ontario

Le temps agréable et les splendides couleurs de l'automne forment le duo idéal pour inspirer des idées d'escapades le temps d'un week-end, et c'est exactement cet objectif qu'espère atteindre la pièce de résistance de la SPOMT, 10 fins de semaine d'automne en Ontario. En effet, le magazine présente 10 idées d'escapades week-end organisées qui sortent de l'ordinaire, conçues pour inciter les visiteurs de l'Ontario et des États-Unis à essayer quelque chose de différent. Chaque week-end met en valeur un thème distinct, qu'il s'agisse d'expériences gastronomiques, de retrouvailles au bord d'un lac, d'évasions vers le repos et la détente ou d'escapades glamour. Au total, vous pouvez choisir parmi 32 forfaits offerts partout en province, avec la possibilité d'utiliser l'outil [Planificateur de voyage](#) en ligne pour personnaliser un itinéraire organisé ou créer le vôtre. Pour rendre le tout encore plus intéressant, quiconque utilise l'outil Planificateur de voyage est automatiquement inscrit au concours « FAITES VOTRE VALISE ».



Le magazine cible les explorateurs branchés et les personnes avides de connaissances, et maintient l'objectif de mieux faire connaître l'Ontario en tant que destination touristique et de la faire devenir une destination privilégiée, tout en orientant le trafic vers le site [OntarioTravel.net](#). Au total, 1,2 million d'exemplaires de 10 fins de semaine d'automne en Ontario sont distribués, notamment 875 000 dans

des marchés américains sélectionnés et 400 000 en Ontario et au Québec. 10 fins de semaine d'automne en Ontario sera offert du 8 septembre au 18 octobre.

[Â Cliquer ici pour afficher 10 fins de semaine d'automne en OntarioÂ](#)



Toronto FOOD & WINE Festival

La SPOMT est emballée d'être un partenaire principal du Toronto FOOD & WINE Festival 2015, qui se déroule du 18 au 20 septembre 2015 à Evergreen Brick Works, à Toronto. À l'intérieur du grand pavillon de dégustation du festival, la SPOMT présentera des saveurs de l'Ontario avec du vin, de la bière artisanale et du cidre préparés avec des ingrédients cultivés en Ontario et en accord avec des saveurs uniques de différentes régions de la province, en partenariat avec Tourisme Ottawa et l'Association du

tourisme culinaire de l'Ontario (OCTA).

On mettra davantage en évidence les expériences gastronomiques de l'Ontario grâce à une programmation supplémentaire dans le cadre du festival offerte par des chefs de Feast ON au moyen de discussions avec des chefs, de démonstrations culinaires et d'une série exclusive de présentations par des chefs.

On estime que 25 000 clients de l'Ontario, du Canada et des États-Unis participeront à cet événement.

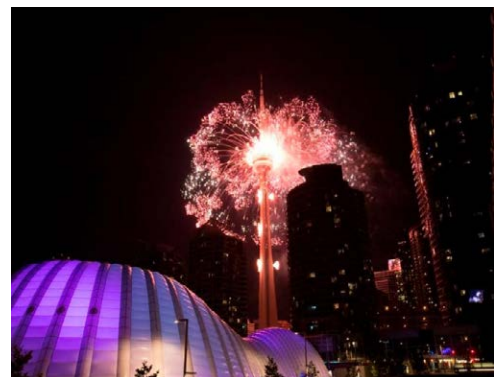
Le magazine FOOD & WINE, autorité suprême en ce qui concerne les meilleures nouveautés en matière de nourriture, boissons, voyages, style et divertissement, est le partenaire média officiel du Toronto FOOD & WINE Festival. Le festival et la présence sur place de la SPOMT constituent l'un des éléments d'une campagne globale, intégrée et multimédia organisée par la SPOMT et FOOD & WINE pour faire la promotion de l'Ontario en tant que destination touristique auprès de nos segments ciblés de clients des marchés américains de moyen-courrier.

Lien vers le site Web du festival (disponible en anglais):

<http://www.torontofoodandwine.com/>

Zone des célébrations de l'Ontario

Les chiffres sont maintenant connus... et la Zone des célébrations de l'Ontario a connu un succès ÉPIQUE. Des mois de planification et un travail acharné ont donné lieu à 38 jours de programmation novatrice et de participation des visiteurs ayant surpassé les attentes de chacun. Tout a été réfléchi et exécuté avec un souci du détail, qu'il s'agisse de la représentation des 13 OTR et des 8 en activité sur place, de la participation des provinces des territoires, des communautés autochtones, francophones, LGBTQ, latino-hispaniques, caribéennes et panasiatiques.



Les chiffres parlent d'eux-mêmes!

443 600 visiteurs nationaux et internationaux;
545 activations de programme;
Plus de 50 concerts et plus de 30 productions théâtrales et de danse;
Plus de 55 dégustations et accords et 20 démonstrations de chefs célèbres;
60 fournisseurs de nourriture, de vin et de bière artisanale de la région, et 80 fournisseurs de marchés fermiers sur place;
Présentation de plus de 100 spectacles familiaux;
12 343 traversées en tyrolienne, 8 097 sauts « adrénaline » et 6 994 expériences d'escalade de rocher;
1,4 million d'impressions sur Twitter à @EpicIsON et plus de 900 abonnés sur Twitter;
125 articles rédigés et 9 sociétés de télédiffusion accueillies sur place.

La Zone des célébrations a reçu la visite spéciale de la lieutenante-gouverneure de l'Ontario, l'honorable Elizabeth Dowdeswell, et de la première ministre Kathleen Wynne.

Compte rendu des comités

La SPOMT a organisé avec succès les quatre réunions de 2015 des comités consultatifs en date du 11 septembre.

Comité du marketing touristique du Nord - 26-27 août 2015
Comité des paramètres marketing - 4 septembre 2015
Comité consultatif des OTR - 10 septembre 2015
Comité consultatif sectoriel - 11 septembre 2015

On a présenté aux membres des comités consultatifs de la SPOMT une proposition de plan marketing pour 2016-2017. La SPOMT mobilise ses comités de l'industrie et sectoriel afin qu'ils étudient le plan et forment des commentaires. Les opinions recueillies auprès des membres des comités seront communiquées au conseil d'administration de la SPOMT aux fins de commentaires et de perfectionnement le 15 septembre 2015.



Conférence 2015 des services d'information touristique de l'Ontario

La Conférence des services d'information touristique de l'Ontario de la SPOMT approche à grands pas. Cette conférence, qui aura lieu les 19 et 20 octobre 2015 à l'hôtel Fairmont Château Laurier à Ottawa, offre une excellente occasion de

réseautage avec les collègues des services d'information touristique de partout en Ontario et au Canada. Cette conférence de deux jours est conçue pour vous informer sur les dernières tendances et innovations, et encourage les participants à échanger des pratiques exemplaires et à dialoguer avec les partenaires de l'industrie touristique. Profitez de votre présence à la conférence pour visiter notre capitale nationale, vivre la richesse des expériences que vous ne trouverez nulle part ailleurs, y compris le seul site inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO de l'Ontario, le canal Rideau. [Cliquez ici pour obtenir des détails sur la conférence.](#)

La SPOMT annonce des changements à la structure de son équipe de haute direction

La Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT) a annoncé aujourd'hui un changement à sa structure. En vigueur immédiatement:

Lisa LaVecchia

devient vice-présidente et chef du marketing, en collaboration avec Michelle Borthwick, directrice de la gestion de la marque et du marketing auprès des consommateurs, et Julia Holliday, directrice du marketing numérique. La vice-présidente et chef du marketing s'occupe d'offrir un leadership stratégique et une orientation pour la planification, l'offre et l'évaluation de stratégies de marketing touristique et d'études de marché; de mettre en œuvre des initiatives conçues pour commercialiser la marque touristique de l'Ontario auprès de marchés ciblés en Ontario, au Canada et à l'étranger; de collaborer avec des partenaires régionaux et de l'industrie et autres paliers gouvernementaux pour atteindre les objectifs marketing. La chef du marketing dirige la préparation et la mise en œuvre des stratégies marketing annuelles et pluriannuelles de la SPOMT, et gère l'interprétation créative générale des marques « Ontario - Tant à découvrir » et « Ontario Canada ».

Trisha Grant

devient vice-présidente des relations avec l'industrie et du marketing international, en collaboration avec Narvin Singh, directeur des partenariats et des relations régionales, et Raymond Mathias, directeur du marketing international. La vice-présidente des relations avec l'industrie et du marketing international s'occupe d'offrir un leadership stratégique pour l'élaboration de partenariats marketing et de possibilités de ventes qui aident à financer les programmes de la SPOMT et tirer profit des investissements dans l'industrie touristique; d'assurer une répartition responsable du Programme de promotion du tourisme par les partenaires de l'industrie; de diriger le marketing international de la marque touristique de l'Ontario au moyen de relations commerciales et médiatiques, en collaboration avec les partenaires de l'industrie et d'autres paliers gouvernementaux. Les marchés internationaux incluent les États-Unis, le Royaume-Uni, la Chine, le Japon, l'Allemagne, la France, le Brésil, le Mexique, la Corée du Sud et l'Inde.

Lorrie Pella

se joint à la SPOMT à titre de vice-présidente de la participation des visiteurs et du marketing du Nord, en collaboration avec Suzanne Rubinstein, directrice des services des centres d'information touristique de l'Ontario, et Chris Milner, directeur des partenariats du Nord. La vice-présidente de la participation des visiteurs et du marketing du Nord s'occupe d'offrir un leadership stratégique pour l'élaboration de partenariats marketing et de possibilités de ventes visant à générer des revenus pour aider à financer les programmes du Nord et ceux destinés aux touristes avides de sensations fortes et tirer profit des investissements dans l'industrie touristique; d'assurer la gestion responsable des centres d'information touristique de l'Ontario; de diriger les produits touristiques du Nord et autres produits de l'Ontario destinés aux touristes avides de sensations fortes auprès des marchés de l'Ontario, du Canada et de l'étranger, en collaboration avec les partenaires régionaux de l'industrie et autres paliers gouvernementaux. Les produits touristiques destinés aux touristes avides de sensations fortes incluent les expériences touristiques liées à la pêche, à la chasse, aux sports motorisés et aux aventures en plein air.

Susan Sue-Chan

continue d'occuper le poste de directrice des services organisationnels. La directrice des services organisationnels s'occupe d'offrir un leadership stratégique et de mettre en œuvre les priorités liées aux finances, à la vérification, aux technologies de l'information, à l'approvisionnement et à la gestion des ressources humaines à la SPOMT.

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

Suiveurs sur Facebook	225 442	Suiveurs sur Instagram	23 210
Suiveurs sur Twitter	47 772	Suiveurs sur Pinterest	3 298
Spectateurs sur YouTube	4,9 million*	Lecteurs du Blog	74 011*

En date du 10 septembre 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