



Dans cette édition . . .

La nouvelle version de
Tourismpartners.com et
maintenant en ligne!

Campagne des Fêtes de la
SPOMT

PPTPI accepte les demandes

Occasions de partenariat

La SPOMT encore récompensée!
CITO Reconnu

Le Sommet du tourisme de
l'Ontario 2015 commence
lundi

Derniers passages frontaliers

Que signifie l'art et la
culture pour vous?

La SPOMT brille à l'IFTM Top
Resa de Paris

Northern Ontario Tourism
Summit

FEO Awards Program
Submissions Deadline

RTO4 remporte le North
American Innovation Award
SoMeT

Tourism Outlook and Labour
Issues Survey

Rapports sur le ski et la neige
en Ontario

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

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

La nouvelle version de Tourismpartners.com est maintenant en ligne!

Le 30 octobre 2015, la SPOMT a lancé la version actualisée de son site Web <https://www.tourismpartners.com/fr/home>. Sa nouvelle présentation et son interface améliorée font honneur à la nouvelle conception du site à l'intention des consommateurs et vont de pair avec les besoins de nos partenaires. Parmi les améliorations, on retrouve notamment des catégories nouvellement redéfinies et des menus déroulants plus faciles à naviguer.

Ce site Web procure à nos partenaires de l'industrie de l'information actuelle et accessible, tout en servant d'outil pour veiller à ce que les consommateurs obtiennent des renseignements à jour sur les entreprises grâce à des listes GRATUITES d'entreprises, d'événements et de forfaits. La procédure d'inscription a été améliorée pour encourager les partenaires à tirer profit de cette remarquable occasion GRATUITE. La réponse est importante et, pour une entreprise ou un organisme, elle peut générer des centaines de clients potentiels. En inscrivant une entreprise, un événement ou un forfait, les partenaires sont ajoutés dans l'outil Planificateur de voyage ET dans l'application mobile, ce qui décuple leur visibilité auprès des consommateurs grâce aux agentes et agents de clavardage en direct de www.ontariotravel.net/fr lorsqu'ils répondent aux questions en ligne. À l'heure actuelle, tourismpartners.com donne accès à une base de données de 18 700 exploitants.

Tourismpartners.com offre aux entreprises la possibilité de participer à des campagnes publicitaires, de profiter de possibilités de subvention et d'obtenir des renseignements sur l'industrie touristique. Le site joue un rôle catalyseur qui permet à la SPOMT de partager les dernières tendances, la Boîte à outils marketing, une base de données complète d'images, et bien plus encore.

La mise à jour du site Web à l'intention des partenaires suit le lancement de 2014 du site amélioré ontariotravel.net à l'intention des consommateurs, lequel constitue un centre d'information numérique complet. Ce centre numérique procure aux exploitants de l'industrie de précieux renseignements sur les consommateurs afin de les aider à mieux gérer les liens qu'ils établissent avec leurs clients potentiels. Les partenaires de l'industrie peuvent personnaliser leurs renseignements, leurs produits touristiques et leurs forfaits, de manière à répondre aux intérêts de leurs clients. L'année dernière, le site Web à l'intention des consommateurs a généré 450 000 clients potentiels pour les acteurs de l'industrie!

Campagne des Fêtes de la SPOMT

La Campagne des Fêtes de la SPOMT arrive à grands pas!

Offrez l'Ontario en cadeau. La campagne des Fêtes vise à promouvoir le tourisme en Ontario au cours de la période des Fêtes à venir, ce qui inclut les Fêtes de décembre, le jour de la Famille en février et le congé scolaire de mars. Cette année, la campagne mettra l'accent sur le marketing numérique au moyen des médias sociaux et de bannières publicitaires, ce qui, de façon incrémentale, devrait permettre de produire jusqu'à 79 346 700 impressions! En Ontario, la campagne numérique sera appuyée par la distribution de plus de 345 000 exemplaires du magazine Offrez l'Ontario en cadeau (24 pages), mettant en vedette des forfaits et des événements touristiques en Ontario, ainsi que d'autres offres d'idées-cadeaux de partenaires. Le magazine sera distribué à la fois dans les journaux et par envoi postal sans adresse dans les marchés ciblés d'un coin à l'autre de l'Ontario. En outre, 321 000 exemplaires en anglais, ainsi que 25 000 exemplaires en français seront distribués au Québec. En tout, 875 000 exemplaires du magazine Offrez l'Ontario en cadeau (24 pages) seront distribués par l'intermédiaire de journaux dans nos marchés cibles américains de l'État de New York, notamment dans la ville de New York, ainsi qu'à Détroit, Philadelphie, Buffalo et Pittsburgh. Le magazine sera également offert aux clients des centres d'information touristique de l'Ontario. On pourra également se le procurer sur le site Web ontariotravel.net et en composant le 1 800 ONTARIO.



Le Programme de promotion du tourisme par les partenaires de l'industrie (PPTPI) accepte les demandes

Le Programme de promotion du tourisme par les partenaires de l'industrie (PPTPI) encourage les initiatives axées sur l'innovation et les résultats, qui incitent les visiteurs en provenance d'autres provinces à se rendre en Ontario et à consommer ses produits touristiques. L'édition 2016-2017 a été lancée le 16 octobre 2015, et on procède en ce moment à l'inscription des initiatives du printemps et de l'été.

Les dates limites sont les suivantes :

- Les demandes pour les projets du printemps et de l'été, qui commencent dans la période comprise entre le 1^{er} avril 2016 et le 31 août 2016, doivent être présentées avant le 15 janvier 2016.
- Les demandes pour les projets de l'automne et de l'hiver, qui commencent dans la période comprise entre le 1^{er} septembre 2016 et le 31 mars 2017, doivent être présentées avant le 3 juin 2016.

Si vous avez des questions concernant le programme, veuillez communiquer avec Nicole Papineau, gestionnaire des partenariats et des ventes, au 416 212-1886 ou à l'adresse nicole.papineau@ontario.ca.

Veuillez cliquer ici pour en savoir plus sur la façon de présenter une demande au moyen de [Subventions Ontario](#).

Occasions de partenariat

Tirez avantage des initiatives marketing de la SPOMT et profitez du vaste éventail d'occasions de partenariat pour faire venir le monde en Ontario. Jetez un coup d'œil au document [2016-17 ONTARIO OPPORTUNITIES](#) de la SPOMT pour obtenir une description sommaire, et restez à l'affût pour connaître tous les détails qui seront diffusés au cours de la prochaine année concernant les diverses occasions marketing.



La SPOMT encore récompensée!

La publicité « À vos marques » de la SPOMT a récemment été reconnue et honorée en remportant trois autres prix prestigieux : le prix CLIO de New York dans la catégorie technique cinématographique et deux prix de l'ADCC (The Advertising & Design Club of Canada), l'un pour la cinématographie - simple, et l'autre pour la direction - simple. Depuis le mois de mars, la publicité « À vos marques » a remporté un total de ONZE prix!

Conçue pour faire monter le taux d'adrénaline, la publicité télévisée « À vos marques » était axée sur les visiteurs aux Jeux panaméricains et parapanaméricains de 2015. Elle a été créée dans le cadre de la campagne de mise en valeur mondiale de l'Ontario, « L'Ontario au cœur d'une aventure épique », et lancée à l'automne 2014. La publicité présentait 150 athlètes de diverses origines ethniques représentant différents pays dans une variété de sports, en visite en Ontario pour participer à des compétitions dans le cadre des Jeux. Elle était accompagnée d'une trame sonore atteignant graduellement son apogée pour accroître l'effet viscéral de l'expérience. La publicité a engendré un nombre total de 3,6 millions de visionnements sur YouTube.

Parmi les prix antérieurs qu'elle a reçus, on retrouve : cinq grands prix du Bessies Award Show, le prix bronze du Marketing Magazine et deux Advertising Awards du Applied Arts Magazine.

TWO THOUSAND FIFTEEN ONTARIO TOURISM SUMMIT

Growing Tourism in Ontario
Strategies. Partnerships. Successes.

Le Sommet du tourisme de l'Ontario 2015 commence lundi

Le Sommet du tourisme de l'Ontario 2015 aura lieu les 9 et 10 novembre à l'hôtel Westin Prince de Toronto. Nous invitons tous nos partenaires à passer par la place du marché pour jeter un coup d'œil à la présentation en direct de notre nouveau site Web, clavarder avec une représentante ou un représentant de la SPOMT et vous procurer nos dernières publications.

Les gagnants seront présentés la deuxième journée du sommet dans le cadre de la soirée de gala de remise des Prix du tourisme de l'Ontario.

Pour de plus amples renseignements concernant le Sommet du tourisme de l'Ontario, visitez le site www.ontariotourismsummit.com.

Si vous ne pouvez être de la soirée, il sera possible de visiter le site de la TIAO :

www.tiaoontario.ca/tiaoawards après le sommet pour connaître le nom des gagnants des Prix du tourisme de l'Ontario.

Félicitations à tous les finalistes!



ONTARIO
Tant à découvrir

SPOMT



Derniers passages frontaliers

Points saillants du deuxième trimestre 2015

Les passages frontaliers des États-Unis vers l'Ontario ont connu une croissance de 7,6 %.

- Les visites aller-retour dans la même journée en provenance des États-Unis ont augmenté de 6,5 %, et les nuitées ont augmenté de 8,7 %.
- Les arrivées en provenance des marchés outre-mer se sont accrues de 7,3 %.

Au deuxième trimestre, l'Ontario a comptabilisé près de 3,9 millions de visites en provenance des marchés étrangers, soit une augmentation de 7,5 % par rapport à 2014.

Q2 2015 Border Crossings at a Glance*		
	Entries	% Change
International	3,858,079	7.50%
US	3,213,029	7.60%
Same-day	1,579,228	6.50%
Overnight	1,633,801	8.70%
Overseas	645,050	7.30%

*Statistics Canada, Quarterly Tourism Performance Newsletter - ONtourism Fall 2015 - Volume 2, Issue 1

More information available at www.mtc.gov.on.ca/en/research/performance/ON%20TOURISM%20V2%20I1%20Final.pdf

Ontario Tourism Outlook to 2018*			
Inbound: Overseas Visits to Ontario	2016 ^F	2017 ^F	2018 ^F
Total Visits ('000)	2,815	3,008	3,231
United Kingdom	369	377	392
France	177	178	180
Germany	161	172	178
Japan	122	119	119
China	281	305	346
South Korea	73	85	97
India	145	146	144
Mexico	62	64	66
Brazil	90	92	95
Other Overseas	1,336	1,470	1,614

F = Forecast

*Source: Ministry of Tourism, Culture & Sport/ Tourism Outlook/Travel Intentions

More information available at: http://www.mtc.gov.on.ca/en/research/business_outlook/outlook.shtml

Que signifient l'art et la culture pour vous?

Cet automne, le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport organise

Parlons culture, une consultation publique à l'échelle provinciale visant à soutenir l'élaboration de la première stratégie de la culture de l'Ontario.

Nous vous encourageons à participer!

- Assemblées publiques - octobre à décembre 2015

Participez à une assemblée publique. Différentes des assemblées publiques habituelles, ces rencontres seront le cadre d'activités sociales et de conversations inspirantes avec des personnalités importantes du domaine des arts et de la culture.

- Discussion en ligne

Joignez-vous à la conversation en ligne, en temps réel. Vous pouvez partager vos impressions sur les arts et la culture en Ontario, échanger avec d'autres participants et voter sur les idées mises de l'avant. Proposez vos idées d'ici le lundi 7 décembre 2015.





D-G: Gabriele Kotz, OTMPC, Lori Reed, Niagara Parks Commission, Anna Pierce, Niagara Helicopters, Kelley Colville, Hornblower Niagara Cruises, Nicole Graves, Ottawa Tourism, Ronald Holgerson, OTMPC

La SPOMT brille à l'IFTM Top Resa de Paris

L'IFTM Top Resa (International French Travel Market Top Resa) est le salon annuel du tourisme et des voyages pour le marché francophone. La SPOMT a participé au stand de Destination Canada dans le cadre de l'édition de cette année, tenue à Paris du 29 septembre au 2 octobre 2015. Parmi les autres partenaires présents, mentionnons Tourisme Ottawa, la Commission des parcs du Niagara, Niagara Helicopters, Hornblower Cruises et Jonview Canada.

Le stand de Destination Canada était également composé de représentantes et représentants des quatre coins du pays, et d'organisations de marketing de destinations, d'entreprises touristiques, d'agentes et d'agents de tourisme réceptif, et de médias. Au cours de cet événement de quatre jours, la SPOMT a organisé de nombreuses rencontres avec les principaux voyageurs, les médias et les représentants des compagnies aériennes. Les indicateurs de rendement

du marché indiquent qu'entre les principaux compétiteurs, les voyageurs francophones démontreront un plus grand intérêt à visiter le Canada au cours des deux prochaines années, avec un pourcentage de 89 %.

* Source : Perception des consommateurs selon Destination Canada - août 2015

Northern Ontario Tourism Summit

Tourism Northern Ontario (TNO) et Nature and Outdoors Tourism Ontario (NOTO) sont les hôtes du Northern Ontario Tourism Summit (NOTS) 2015. Le sommet de cette année se déroulera du 16 au 18 novembre à Sault Ste. Marie, dans le centre des congrès de l'hôtel Quattro.

« Il n'existe aucun événement dans le Nord de l'Ontario qui réunit tous les secteurs touristiques pour discuter des enjeux importants et trouver des solutions et des renseignements capables d'aider les fournisseurs de produits touristiques. Les entreprises touristiques privées, les organismes touristiques, les attractions, les entreprises d'hébergement, les municipalités comme les fournisseurs ont tous quelque chose à en tirer.

L'objectif de l'événement consiste à soutenir la croissance et la prospérité de l'industrie touristique dans le Nord de l'Ontario. Les séances et ateliers pratiques seront adaptés pour satisfaire un vaste éventail d'entreprises et de partenaires touristiques. Selon nous, en réunissant tous les intervenants de l'industrie du tourisme dans le cadre d'un tel événement, nous arriverons à réaliser de grandes choses. La collaboration, l'apprentissage et le partage qui peuvent naître tout au long d'un événement de ce type peuvent s'avérer réellement stimulants. »



FEO Awards Program - Get Your Submissions In - Deadline November 20th, 2016

FEO (taken from FEO website)

The dedication it requires to successfully organize and execute some of the best festivals and events in the world, takes more than great ideas and collaboration; it takes rolling up your sleeves, digging deep into the community for support, and rounding up volunteers to make it a success! Each year at the FEO annual

conference, we acknowledge our members' hard work through the FEO Awards Program, highlighting the best in industry practices and the hard work and commitment of those who make the festivals and events industry in Ont

ario s

uch a success.

[Click here for more details](#)

RTO4 remporte le North American Innovation Award SoMeT

Nous félicitons l'entreprise Ontario Regional Tourism Organization Four Inc. (RTO4) qui s'est vue décerner le mois dernier le prestigieux North American Innovation Award à la Nouvelle-Orléans, en Louisiane, dans le cadre du [SoMeT](#), le symposium international sur les médias sociaux dans l'industrie du tourisme. Le directeur des technologies médias, Zac Gribble, a reçu le prix soulignant le travail de RTO4 à titre d'incubateur favorisant le développement touristique. David Peacock, chef de la direction de RTO4, explique que « Zac fait partie d'une équipe extraordinaire d'intelligents jeunes professionnels dans le domaine du tourisme, qui travaillent à repousser les frontières du développement touristique. RTO4 a été créée dans un cadre axé sur les objectifs, les stratégies et les mesures, pour incuber la croissance économique de l'industrie touristique dans Waterloo, Wellington, Perth et Huron. »



Tourism Outlook and Labour Issues Survey

Avez-vous des préoccupations au sujet de l'avenir du secteur touristique du Canada? Les entreprises de votre région ont-elles de la difficulté à recruter et à garder leurs employés? L'instabilité économique nuit-elle à votre modèle fonctionnel?

Nous invitons les entreprises touristiques à participer au Tourism Outlook and Labour Issues Survey (sondage sur les perspectives touristiques et les enjeux liés au marché du travail). Il ne faut que dix minutes pour répondre au sondage. Il suffit de cliquer [ici](#), ou de copier-coller le lien suivant dans la barre d'adresse de votre navigateur pour commencer

le sondage. <http://conferenceboard.checkboxonline.com/Survey.aspx?s=2c66550fb5d94e189067fe6fd7d4bb2b>

Ce sondage s'inscrit dans le cadre d'une étude sur le tourisme et le marché du travail, menée par le Conference Board du Canada et Tourism HR Canada, en collaboration avec l'Ontario Tourism Education Corporation (OTEC). L'étude examinera les répercussions de l'environnement économique actuel sur les entreprises touristiques, elle déterminera les emplois touristiques pour lesquels il est plus difficile pour les entreprises de trouver et de garder des employés, et elle produira des recommandations qui aideront le secteur à atteindre son plein potentiel.

Pour des renseignements supplémentaires:

Greg Hermus
The Canadian Tourism Research Institute
The Conference Board of Canada
Phone: (613) 526-3090 ext. 244
Email: hermus@conferenceboard.ca

Rapports sur le ski et la neige en Ontario

Avec l'hiver qui arrive, n'oubliez pas de suivre Kevin Forget, agent de réclame touristique pour l'Ontario qui, tout au long de l'hiver, présente régulièrement ses rapports sur le ski et la neige.

Suivez Kevin @ontariokevin sur Twitter, inscrivez-vous à:
<http://www.youtube.com/travelontariocanada>



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

Suiveurs sur Facebook	231 669	Suiveurs sur Instagram	27 600
Suiveurs sur Twitter	50 069	Suiveurs sur Pinterest	3 509
Spectateurs sur YouTube	6,0 million*	Lecteurs du Blog	88 689*

En date du 5 novembre 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