



Dans ce numéro...

Campagne Printemps- Été de la SPOMT	Semaine du Tourisme en Ontario - À Vos Calendriers	Compte Rendu Sur les Demandes d'Expériences Ontariennes Distinctives	La SPOMT Félicite TIAC et Destination Canada
Salon du Tourisme Chinois en Amérique du Nord	La SPOMT établit des contacts à l'ITB	Joignez-Vous à la SPOMT sur les Marchés Internationaux	Cadre stratégique pour le tourisme en Ontario Séances de discussion dirigée
Les Plus Récents Passages Frontaliers	Meilleure Couverture du Canada en Ligne Pour 2015	Programme de Promotion du Tourisme par les Partenaires de l'Industrie (PPTPI)	Les Meilleurs Festivals et Événements de l'Ontario Reconnus
Préparez-Vous Pour l'Été	Prix ontariens d'excellence en tourisme 2016	Les Chiffres de la SPOMT sur les Médias Sociaux Augmentent Chaque Jour	Conseils et Comité

Meilleure Campagne Printemps-Été de l'Ontario



La campagne printemps-été 2016 de la SPOMT, qui sera lancée à la mi-mai, porte sur une expérience familiale classique, soit une virée en voiture. Le magazine *LES PLUS BEAUX PARCOURS EN ONTARIO*, en kiosque le 6 mai, présentera huit itinéraires représentant la diversité et la portée des expériences que l'Ontario a à offrir. Qu'il s'agisse d'une balade le long de la côte du lac Supérieur, de repos et détente à Haliburton et Muskoka, d'arrêts ludiques sur les plages de sable doux le long du lac Huron ou d'un grand tour de Toronto à Niagara, vous trouverez tout cela en Ontario. Les huit itinéraires présentés dans le magazine feront partie des 16 [itinéraires suggérés](#) de virées en voiture en Ontario annoncés sur le site www.ontariotravel.net.

La campagne fait partie de la stratégie complète de la SPOMT pour faire la promotion d'expériences printanières et estivales en Ontario auprès d'éventuels voyageurs d'ici et d'ailleurs. À peu près 300 entreprises touristiques sont présentées dans le magazine, ainsi que des itinéraires en ligne représentant un nombre impressionnant d'expériences et de destinations parmi lesquelles les consommateurs

peuvent choisir. La campagne vise à présenter aux Ontariens l'Ontario comme ils ne l'ont jamais vu, et de présenter aux clients des marchés américains et québécois visés une province de l'Ontario incontournable, où il y a tant à voir et à faire.

En plus d'être présenté dans les 1,3 million d'exemplaires des magazines en anglais et en français qui seront distribués en Ontario, au Québec, à New York et à Detroit le 16 mai, et qui seront également offerts en version numérique sur le site www.ontariotravel.net, le thème des plus beaux parcours sera soutenu par une vaste campagne de relations de presse et dans les médias sociaux au moyen de notre base de données complète d'abonnées, et par l'entreprise de Kevin Forget, notre agent de promotion touristique, à la radio et à la télévision. L'approche médiatique de type « payé, détenu et gagné » (paid, owned and earned) permettra à la campagne de mieux faire connaître l'Ontario en tant que destination d'escapade de plus de 24 heures, de diriger le trafic vers le site ontariotravel.net et, finalement, de convertir un intérêt en visites en Ontario cet été.

Semaine du Tourisme - À vos calendriers!

Le temps doux est à nos portes, et c'est le moment idéal pour encourager les résidents de l'Ontario à explorer leur province au moment où ils commencent à planifier leurs vacances estivales. Joignez-vous à la SPOMT du 28 mai au 4 juin 2016, alors que nous célébrons la Semaine du tourisme de l'Ontario, qui a pour thème *Les plus beaux parcours en Ontario*. Dans le cadre des célébrations entourant cette semaine, on prévoit une série de lancements régionaux dans différents centres d'information touristique de l'Ontario (CITO), y compris celui de Toronto (27 mai), de St. Catharines (31 mai), de Windsor (1^{er} juin), de Barrie (2 juin), et de Sault Ste. Marie (3 juin). Des portes ouvertes seront organisées dans les autres CITO tout au long de la semaine.

Les lancements régionaux dans les CITO locaux comprendront des activités avec des partenaires touristiques mettant en vedette des expositions interactives, des produits touristiques locaux, des attractions et des festivals. Des conseillers touristiques de l'Ontario seront à la disposition du public pour donner des renseignements sur les régions touristiques de l'Ontario, partager des idées d'aventures et communiquer des conseils de voyage utiles. Ils peuvent aider les consommateurs à planifier leurs vacances estivales uniques, qu'il s'agisse d'inspirantes aventures en nature ou d'escapades dans de grandes villes, au soleil, sur le sable, dans des endroits au riche patrimoine ou un voyage de détente au bord d'un lac.

La Semaine du tourisme constitue une campagne annuelle de sensibilisation qui joue un rôle crucial pour attirer l'attention du public et l'informer sur l'industrie touristique de l'Ontario. Pour la SPOMT, la Semaine du tourisme constitue une plateforme idéale pour lancer la saison estivale en mettant en vedette des activités touristiques à l'échelle régionale pour séduire les visiteurs et les convaincre d'explorer la diversité des attractions, des aventures et des destinations de cette fantastique province. Pour les partenaires touristiques, il s'agit d'une plateforme permettant de susciter l'engouement pour la saison chez tous les gens du milieu et les convaincre de raconter leur histoire et de vendre leurs produits et expériences touristiques aux médias.

Nous encourageons fortement les partenaires touristiques à tirer profit de cette occasion en communiquant avec le [centre d'information touristique de l'Ontario](http://centre.d'information.touristique.de.l'ontario) le plus près pour participer.

Visitez www.tiac.travel/ pour de plus amples renseignements sur la Semaine du tourisme au Canada.

Compte Rendu sur les Demandes d'Expériences Ontariennes Distinctives

Le programme Expériences ontariennes distinctives reprendra bientôt, et les formulaires de demande seront offerts au printemps 2016. Pour aider les demandeurs à déterminer si leurs expériences sont prêtes, un questionnaire préalable sera mis à leur disposition, et ils devront le remplir avant de présenter une demande complète. Un processus continu d'admission donnera aux organisations la souplesse de présenter leur demande une fois que leurs expériences seront prêtes pour la commercialisation. Un comité d'évaluation formé de représentants de l'industrie et coordonné par la SPOMT évaluera les demandes, et la SPOMT recommandera les candidats appropriés du programme Expériences ontariennes distinctives à Destination Canada afin qu'ils soient inclus dans le programme Expériences canadiennes distinctives.



UNE EXPÉRIENCE
ONTARIENNE
DISTINCTIVE

Le programme Expériences ontariennes distinctives a été lancé en novembre 2013 pour faire la promotion d'expériences touristiques incontournables et attrayantes pour le marché mondial auprès de représentants de l'industrie touristique et de voyageurs. Le programme est conçu pour mettre en valeur aux yeux de l'industrie touristique et des voyageurs les meilleures et les plus uniques expériences touristiques de la province qui sauront convaincre plus de gens de visiter l'Ontario. On compte actuellement 59 expériences distinctives en Ontario, dont 32 sont des Expériences canadiennes distinctives.

Vous trouverez la liste complète des Expériences ontariennes distinctives ainsi que de plus amples renseignements sur le programme sur la page [Expériences ontariennes distinctives](#).

La SPOMT Félicite L'AITC et Destination Canada

« Le budget fédéral mise sur le tourisme et les voyages pour la croissance économique » - AITC

Le mardi 23 mars 2016 - « Le budget fédéral d'aujourd'hui démontre la confiance du gouvernement dans la capacité de l'industrie du tourisme et des voyages à offrir des avantages économiques à la classe moyenne canadienne. Ces annonces contribueront à améliorer la compétitivité du Canada en tant que destination touristique mondiale. Les investissements dans le marketing, les transports, les attractions et les infrastructures contribueront à attirer les voyageurs internationaux au Canada et à améliorer l'expérience des visiteurs » a déclaré Charlotte Bell, Présidente-directrice générale de l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC).

L'AITC accueille avec satisfaction l'augmentation de financement de 50 millions \$ proposée pour le marketing touristique de Destination Canada à l'échelle internationale au cours des deux prochaines années. Contrairement à de nombreuses industries canadiennes, l'industrie du tourisme et des voyages connaît des conditions d'affaires optimales, en particulier en provenance du marché américain où la combinaison de la reprise économique, de l'augmentation du nombre de détenteurs de passeports et du taux de change offre une excellente occasion de susciter l'intérêt pour les voyages au Canada.

Cliquez ici pour lire l'intégral du [communiqué de l'AITC](#)



Photo(G-D) : M. Jack Lok, chef de la direction, L&L Travel Enterprises Inc., Ronald Holgerson, SPOMT, Harvey Hamazaki, SPOMT, Mme Sasha Chou, UAP Media, M. Rich Sun, CO, L&L Travel Enterprises Inc.

Salon du Tourisme Chinois en Amérique du Nord 2016

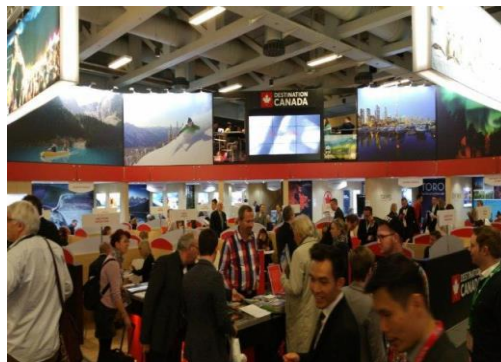
Le 3rd Salon du tourisme chinois en Amérique du Nord 2016 s'est déroulé le 13 mars 2016 à Flushing (New York). L'Ontario était bien représenté par les différentes organisations de marketing de destination et entreprises touristiques présentes, y compris 1000 Islands Tourism, Tourisme Toronto, Niagara Falls Tourism, Hornblower Niagara Cruises et Whirlpool Jet Boat Tours. Ronald Holgerson et Harvey Hamazaki de la SPOMT ont assisté à ce salon, où Ronald a eu l'occasion de participer à trois entrevues avec des journalistes de la New Tang Dynasty Television, du World Journal et de TVB Holdings Inc., ainsi que de rencontrer des organisations marketing internationales, dont le directeur international du marketing d'I (Heart) New York et le chef de la direction de L & L Travel Enterprises Inc., M. Jack Lok. Ces rencontres ont été extrêmement

positives, et on a favorisé la création de liens solides avec les représentants touristiques qui ont manifesté le désir de collaborer avec la SPOMT à l'avenir.

Le Salon du tourisme chinois en Amérique du Nord réunit plus de 200 prestataires touristiques, des représentants des bureaux des congrès et des visiteurs, des équipes de produits de marque et guides touristiques, et on estime qu'il a attiré cette année plus de 5 000 consommateurs chinois, dont 90 % de Chinois provenant de New York, ainsi que d'autres cultures non asiatiques d'Amérique du Nord et du Sud. Il s'agit d'un événement spécialisé où les organisations touristiques asiatiques ou non se réunissent au même endroit pour établir de précieux réseaux de communication.

La SPOMT établit des contacts à l'ITB

L'International Travel Trade Show (ITB) de Berlin - le plus important salon de l'industrie touristique au monde - s'est déroulé du 9 au 13 mars 2016. Gabriele Kotz, conseillère commerciale et en marketing, rapporte que le salon de cette année fut une réussite, et que la SPOMT a réussi à organiser environ 50 réunions planifiées avec des intervenants. L'Ontario fut bien représenté par un nombre impressionnant de partenaires, y compris Tourisme Toronto, Niagara Helicopters, Hornblower Niagara Cruises, Discovery Holidays, Misa Tours, Fairmont Hotels & Resorts, Chelsea Hotel Toronto et Starwood Hotels. Parmi les voyageurs réceptifs présents, notons Jonview Canada et Canadian Tours International.



Chaque année, l'ITB accueille environ 10 000 exposants de plus de 180 pays et régions. En tant que plateforme de commerce interentreprises, le salon constitue l'occasion idéale pour l'industrie d'élargir ses contacts, de faire des affaires et d'inspirer l'esprit d'aventure, et est une excellente façon pour les autres participants de découvrir le monde en quelques heures à peine. L'an prochain, le salon se déroulera du 8 au 12 mars 2017. Visitez www.itb-berlin.de pour de plus amples renseignements.

Joignez-Vous à la SPOMT sur les Marchés Internationaux

Au **Royaume-Uni, en Allemagne, en France, au Japon et en Chine**, la SPOMT continue de collaborer avec Destination Canada et les voyageurs locaux pour inciter les consommateurs à choisir l'Ontario pour leurs plans de voyage, et collabore avec l'industrie touristique afin de concevoir un nouveau produit et de communiquer aux agents de voyage tout ce qu'ils doivent savoir pour conclure une vente.

Pour en savoir davantage sur la façon de se joindre à la SPOMT pour représenter l'Ontario auprès de l'industrie

touristique, visitez le site tourismpartners.com/travel-trade.

L'Ontario a la mission de vendre l'Ontario! **Des missions commerciales** sont organisées à **Boston** (du 15 au 20 mai), **dans le nord de l'État de New York** (du 13 au 17 juin) et à **New York** (septembre et octobre). Une mission commerciale de l'Ontario d'une semaine au **R.-U.** est aussi prévue cet automne (du 12 au 16 septembre), et une autre est prévue en octobre au **Japon et en Chine**. Si vous êtes une entreprise ontarienne qui offre des produits ou expériences à l'intention des marchés internationaux et que vous travaillez avec les canaux des ventes de l'industrie touristique, nous vous invitons à communiquer avec un conseiller commercial et en marketing de la SPOMT pour explorer cette possibilité.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec :

É.-U. et Canada : [Sandra Rice](#), Europe : [Gabriele Kotz](#), Asie : [Harvey Hamazaki](#), Amérique latine : [Sonya Stevenson](#)

Cadre stratégique pour le tourisme en Ontario

Séances de discussion dirigée

Ce printemps, l'Ontario proposera aux communautés de l'ensemble de la province des séances de discussion dirigée portant sur le tourisme en appui à l'élaboration du Cadre stratégique pour le tourisme en Ontario.

Nous vous encourageons à y participer! Vos conseils seront précieux pour la croissance du tourisme en Ontario et contribueront à en faire un des plus merveilleux endroits à visiter au monde. Apprenez-en plus sur [les séances](#) offertes dans votre communauté.

Nous attendons vos suggestions, faites-nous savoir ce qui nous permettra de travailler de concert à la mise en place d'une industrie du tourisme qui soit forte en Ontario.



Les Plus Récents Passages Frontaliers

Faits saillants pour janvier 2016

- Les passages frontaliers depuis les États-Unis vers l'Ontario ont augmenté de 12,3 %.
- Les passages frontaliers d'un jour depuis les États-Unis ont augmenté de 14,7 % et ceux de plus de 24 heures ont augmenté de 8,6 %.
- Les arrivées en provenance de marchés d'outre-mer en Ontario ont augmenté de 5,5 %.
- Les principaux pays d'outre-mer desquels provenaient les arrivées étaient : Corée du Sud +33 %, Hong Kong +19 % et les Pays-Bas +18 %.
- L'Ontario a accueilli 750 087 voyageurs internationaux, soit 11,3 % plus qu'en janvier 2015.
- Pour l'année civile 2015, on a noté une augmentation de 25 % des voyageurs du Mexique, de 24 % des voyageurs des Pays-Bas, de 21 % du Brésil, de 16 % de Corée du Sud et de 13 % de la Chine.

Nombre total de visiteurs entrants en Ontario	2016 ^P	2017 ^P	2018 ^P	2016 ^P	2017 ^P	2018 ^P
Total des visites ('000)	147 202	150 654	153 872	2,7 %	2,3 %	2,1 %
Résidents de l'Ontario	126 333	129 012	131 708	2,6 %	2,1 %	2,1 %
Autres provinces	6 495	6 650	6 777	5,2 %	2,4 %	1,9 %
États-Unis	11 559	11 984	12 156	2,8 %	3,7 %	1,4 %

Marché international	2 815	3 008	3 231	4,2 %	6,8 %	7,4 %
Total des dépenses (millions \$)	26 792	28 513	30 455	7,7 %	6,4 %	6,8 %
Résidents de l'Ontario	15 211	15 879	16 516	5,0 %	4,4 %	4,0 %
Autres provinces	2 608	2 751	2 933	8,4 %	5,5 %	6,6 %
États-Unis	4 124	4 469	4 783	9,0 %	8,4 %	7,0 %
Marché international	4 849	5 414	6 224	15,4 %	11,6 %	15,0 %

P = Prévvision

Note : Le total des dépenses fait référence au total des coûts du voyage, et non aux dépenses attribuées à l'Ontario.

Source : [ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport/Prévisions/Les intentions de voyages](#)



Laura Mitchell

Meilleure Couverture en Ligne du Canada 2015 - Prix Conjoint du Canada

Félicitations à la journaliste du Royaume-Uni Laura Mitchell du Daily Star (en ligne) pour avoir remporté le prix conjoint de Destination Canada - Canada pour la meilleure couverture en ligne du Canada 2015. Mme Mitchell était l'une des cinq journalistes ayant participé au voyage de presse « Women in the Wilderness » en novembre 2015, qui était organisé par Diane Helinski, coordonnatrice des relations avec les médias internationaux. Le voyage s'est déroulé en septembre 2015 au Northern Edge Lodge, situé à côté du parc Algonquin. L'article, intitulé « Camping in Canada: Bear tracking, canoeing and stargazing in Wild Algonquin Park », a généré 429 336 visionnements uniques. Cliquez [ici](#) pour lire l'article.

Programme de Promotion du Tourisme par les Partenaires de l'Industrie (PPTPI)

Si vous avez une initiative touristique novatrice et fondée sur les résultats ayant le potentiel d'attirer des visiteurs de l'extérieur de la province et susceptible d'avoir un impact économique important, songez à présenter une demande d'aide marketing au moyen du Programme de promotion du tourisme par les partenaires de l'industrie (PPTPI). Les partenaires du consortium ayant des activités automnales et hivernales qui se dérouleront entre le 1^{er} septembre 2016 et le 31 mars 2017 sont invités à présenter une demande à l'aide de Subventions Ontario d'ici le **3 juin 2016**.

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

Pour de plus amples renseignements concernant la façon de présenter une demande à l'aide de Subventions Ontario, [cliquez ici](#).

Les Meilleurs Festivals et Événements de l'Ontario Reconnus

Les meilleurs festivals et événements de l'Ontario pour 2016 ont été récemment reconnus au congrès annuel de Festivals and Events Ontario (FEO). FEO a annoncé sa liste des [100 meilleurs festivals et événements en Ontario](#) ainsi que les festivals et événements de distinction, qui représentent certaines des célébrations les plus connues et les plus respectées de la province, qui attirent un public tant local qu'international. Félicitations à chacun.



Pour faire inclure votre festival ou événement sur le site ontariotravel.net et l'application mobile [Découvrir l'Ontario](#), visitez tourismpartners.com.

Préparez-Vous pour l'Été



La SPOMT invite ses partenaires à profiter des offres et des possibilités de partenariat emballantes pouvant contribuer à étendre leur portée. Pour aussi peu que 200 \$ par année, profitez des initiatives marketing de la SPOMT, y compris celles offertes par le biais des centres d'information touristique de l'Ontario, qui attirent plus d'un million de visiteurs par année, et amenez le monde en Ontario!

Jetez un œil au livret [OCCASIONS DE PARTENARIAT 2016-2017 de la SPOMT](#) pour avoir un aperçu général et communiquez avec otmp.sales@ontario.ca ou téléphonez au 1 888 365-4422 pour parler à un coordonnateur des partenariats et des ventes.

Prix ontariens d'excellence en tourisme 2016 - Les mises en candidature sont maintenant acceptées



«Appel à tous les chefs de file de l'industrie touristique de l'Ontario! Incarnez-vous l'esprit du tourisme en Ontario? Votre organisation a-t-elle créé un nouveau produit, une politique ou un service visant à rehausser et à promouvoir le tourisme? Votre entreprise a-t-elle fait une contribution viable pour faire la promotion d'un tourisme durable? Vous pourriez mériter un prix!» TIAO

Les mises en candidature sont acceptées jusqu'au **30 juin**. Les prix seront décernés à la suite du **12^e Sommet annuel du tourisme de l'Ontario**, qui aura lieu à l'hôtel Westin

Ottawa les **21 et 22 novembre**. [En savoir plus.](#)

Le nombre d'amateurs, d'abonnés ainsi que l'auditoire de la SPOMT sur les médias sociaux grossissent chaque jour!

Abonnés sur Facebook	242 477	Abonnés sur Instagram	53 817
Abonnés sur Twitter	52 686	Abonnés sur Pinterest	3 761
Auditoire sur YouTube	6,6 M*	Lectorat du blogue	115 000*

En date du 29 mars 2016

*Depuis le 1^{er} janvier 2015

Conseil d'administration et comités de la SPOMT

Si vous souhaitez siéger à notre conseil d'administration, visitez le [site web](#) du Secrétariat des nominations pour de plus amples renseignements. La SPOMT profite également de la sagesse et des connaissances des membres sur quatre comités : Comité consultatif des organismes touristiques régionaux, Comité consultatif sectoriel, Comité consultatif des paramètres de marketing et Comité de marketing du tourisme dans le Nord de l'Ontario. Pour de plus amples renseignements, communiquez avec [Michael Hora](#).

Partagez votre Ontario



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



Rejoignez-nous sur LinkedIn

Société du Partenariat ontarien de marketing touristique, 10, rue Dundas Est,
Suite 900, Toronto, Ontario M7A 2A1 Canada