



DANS CE NUMÉRO...

Campagne pour les vacances

**La SPOMT accepte désormais
les demandes déposées auprès
du PPTPI**

OntarioTravel.net

**Le canot au cœur de la culture
canadienne**

Passages frontaliers

Rapports sur le ski et la neige

**Conseil d'administration
et comités de la SPOMT**

**Le NOUVEAU site
imageontario.com**

Nouvelles de la SPOMT

**Amateurs, d'abonnés et auditoire
de la SPOMT sur les médias
Sociaux**



Campagne pour les vacances

*Éveiller l'intérêt des Ontariens et des Ontariennes vis-à-vis de la campagne
Offrez l'Ontario en cadeau*

La SPOMT a lancé sa campagne de promotion pour les vacances d'hiver début novembre afin de donner envie aux consommateurs de profiter d'une escapade. Offrez l'Ontario en cadeau. La campagne est en accord avec la plateforme de marque « Où suis-je? » et la soutient, comprenant des itinéraires organisés avec de nouvelles escapades hivernales remarquables, en extérieur ou en intérieur, des festivals saisonniers, des théâtres intégrés, des séances de spa et

bien plus encore. La campagne présente une « idée d'escapade quotidienne » en décembre et offre aux vacanciers la possibilité de choisir un itinéraire hivernal de 3 ou 4 jours sur www.ontariotravel.net ou de personnaliser leur sélection afin de créer leurs propres vacances à l'aide du [Planificateur de voyage](#).

Lancement de la campagne « Le canot au cœur de la culture canadienne » par la SPOMT

Une occasion de promouvoir l'expérience canadienne par excellence

En janvier 2017, la SPOMT lancera la campagne Le canot au cœur de la culture canadienne dans le cadre de la Campagne de promotion des aventures de plein air. Il s'agit d'une promotion innovante réalisée sur un certain nombre de plateformes pendant plusieurs années et visant à encourager les aventuriers – nouveaux, existants ou futurs – à sortir et à découvrir le maniement de la pagaie. Basée sur une approche marketing en cascade qui s'appuie sur le mot-dièse #PaddleON, cette campagne a pour objectif d'attirer de nouveaux touristes provenant des marchés ontarien, américain, britannique et allemand. Cette promotion reposera sur un nombre restreint de thèmes, axés sur le maniement de la pagaie et son rapport avec les offres emblématiques de l'Ontario.



Les partenaires sont encouragés à consulter le [2016/2017 Canadian Canoe Culture Campaign Overview](#) et le [Canadian Canoe Culture Partner Guide](#). Pour obtenir de plus amples renseignements sur les formalités de participation, contactez Steve Bruno à l'adresse Steve.Bruno@ontario.ca.



Le NOUVEAU site imageontario.com

Un design nouveau et rafraichissant pour une meilleure efficacité

La SPOMT a récemment dévoilé le nouveau site imageontario.com, qui présente des fonctions et un design mis au goût du jour. Les modifications apportées améliorent les fonctionnalités silencieuses, garantissant une expérience plus simple et plus efficace aux internautes qui utilisent les ressources numériques du site Image Ontario. Outre des milliers d’images saisissantes, imageontario.com propose désormais des produits multimédias et des vidéos en ligne, une fonction de recherche avancée permettant de trouver des renseignements en français et en anglais, ainsi qu’une procédure d’inscription unique offrant un accès à tourismpartners.com et imageontario.com.

La refonte du site imageontario.com faisait partie de la phase finale de transformation du Système Info-tourisme Ontario (SITO) par la SPOMT, qui a duré sept ans. Cette transformation a permis d’ajouter des fonctionnalités supplémentaires visant à moderniser le système afin de rester compétitif sur le marché du tourisme mondial actuel et de maintenir la position du secteur touristique ontarien, qui pèse 28 milliards de dollars.

Veuillez [cliquer ici](#) pour vous rendre sur la base de données Image Ontario et découvrir son nouveau design.

La SPOMT accepte désormais les demandes déposées auprès du PPTPI

Associez-vous à la SPOMT pour cibler les marchés prioritaires hors de la province

Le Programme de promotion du tourisme par les partenaires de l’industrie (PPTPI) encourage les initiatives novatrices et axées sur les résultats qui favorisent l’augmentation des visites et des dépenses des touristes venant de l’extérieur de la province. L’édition 2017-2018 a débuté le 14 octobre 2016 et accepte les demandes concernant les initiatives de marketing pour le printemps et l’été.

Les dates butoirs sont les suivantes :

- Pour les campagnes débutant le 1^{er} avril 2017, la date butoir pour déposer une demande est le **13 janvier 2017**.
- Pour les initiatives débutant le 1^{er} septembre 2017 et prenant fin le 31 mars 2018, la date butoir est le **2 juin 2017**.

Si vous avez des questions concernant le programme, veuillez contacter Narvin Singh, directeur des partenariats et des relations régionales, en composant le 416 325-2761 ou en envoyant un courriel à Narvin.Singh@ontario.ca. Pour obtenir des renseignements sur la procédure de dépôt des demandes via Subventions Ontario, [cliquez ici](#).

Passages frontaliers

Visites entrants en Ontario	2016 septembre contre 2015 septembre		2016 janvier- septembre contre 2015 janvier- septembre	
	Visites	% chg	Visites	% chg
International	1,536,401	8.80%	12,478,113	9.80%
É.-U.	1,236,333	9.50%	10,340,627	9.50%
Moins de 24 heures	562,705	5.50%	4,860,475	8.40%
Plus de 24 heures	673,628	13.00%	5,480,152	10.50%
Outre-mer	300,068	6.10%	2,137,486	11.20%
Outre-mer à l'Ontario	2016 septembre contre 2015 septembre		2016 janvier- septembre contre 2015 janvier- septembre	
	Visites	% chg	Visites	% chg
R.-U.	46,449	14.80%	316,238	16.60%
Chine	30,047	-0.70%	207,301	16.50%
Allemagne	19,322	5.00%	122,582	9.80%
Corée du Sud	17,568	71.20%	103,849	38.20%
Japon	19,490	-2.50%	99,776	4.60%
Inde	12,563	20.20%	98,275	13.40%
France	11,170	-32.40%	77,774	-5.60%
Italie	9,577	9.10%	74,405	7.50%
Brésil	8,682	-0.20%	63,456	-5.10%
Mexique	7,188	25.60%	63,356	13.10%
Australie	9,822	-3.00%	60,295	4.90%
Pays-Bas	6,830	10.20%	52,481	20.60%
Hong Kong	5,032	-0.50%	44,270	4.00%

Origine : Statistique Canada

Nouvelles de la SPOMT :



(G-D) Lisa LaVecchia, SPOMT, Deneen Perrin, Fairmont Chateau Laurier, Ronald Holgerson, OTMPC

La campagne de marque remporte un prix de l'AITC

La campagne de marque innovante de l'Ontario a été récompensée lors des Grands prix du tourisme canadien, organisés le 30 novembre 2016 par l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC). La campagne « Où suis-je? » de la SPOMT a reçu le Prix de la campagne de commercialisation de l'année 2016 des hôtels et complexes Fairmont lors du plus prestigieux des galas canadiens de remise de prix du secteur touristique.

Pour obtenir plus de renseignements, cliquez sur les liens suivants :

[Communiqué de presse](#) et [Liste des finalistes et des lauréats](#).



Sommet du tourisme de l'Ontario

Félicitations à l'Association de l'industrie touristique de l'Ontario (TIAO) pour le succès qu'a rencontré le Sommet du tourisme de l'Ontario 2016. Plus de 400 délégués se sont rassemblés à Ottawa pour assister au 12^e Sommet annuel du tourisme de l'Ontario et acquérir des stratégies visant à assurer une nouvelle croissance. Le gala des Ontario Tourism Awards of Excellence, qui récompensent l'innovation et l'excellence dans le secteur touristique ontarien, s'est tenu dans la soirée du 22 novembre. Pour en

découvrir plus sur les lauréats des Ontario Tourism Awards of Excellence de cette année, [cliquez ici](#).

Le sommet de l'année prochaine devrait se dérouler à Niagara Falls. Notez-le dans votre agenda 2017 et suivez les nouvelles.



« The Path of Grey Owl » remporte un prix

« The Path of Grey Owl » a été récompensé par le Canada Short Film Festival dans trois catégories : Meilleur court-métrage canadien, Meilleur documentaire et Meilleure cinématographie.

Réalisé en partenariat avec Tourism Northern Ontario, les Affaires indiennes et du Nord, le Temagami Canoe Festival, Smoothwater Outfitters & Ecolodge, Lakeland Airways ainsi que la municipalité de Temagami, le film a été tourné sur place, en Ontario. Il raconte l'histoire de Ray Mears, expert reconnu en techniques de survie dans la brousse et personnalité populaire de la télévision britannique, alors qu'il retrace le parcours de l'écrivain et protecteur de l'environnement acclamé Grey Owl à travers la région de Temagami.

[Cliquez ici](#) pour voir la bande-annonce de « The Path of Grey Owl ».

La SPOMT accueille deux nouvelles directrices

La SPOMT est heureuse d'accueillir :



Elizabeth Knox, directrice du marketing international

Elizabeth nous vient de Porsche Canada, où elle occupait le poste de responsable marketing et communication, en charge de l'élaboration de campagnes de marketing intégrées auprès des consommateurs, qui visaient à augmenter les ventes et à améliorer l'image de la marque. Un temps responsable au sein de l'ancien ministère du Développement économique et du Commerce de l'Ontario, elle dirigeait alors une équipe internationale

comprenant des représentants originaires des États-Unis, du Royaume-Uni, de l'Allemagne, de la France, de la Chine, du Japon, de la Corée du Sud et de l'Inde ainsi qu'une équipe locale constituée de 10 membres, dont l'objectif était de promouvoir l'initiative provinciale « Investir en Ontario », en ciblant des multinationales du monde entier et en les attirant en Ontario.



Sue Harrison, directrice, Services des centres d'information touristique de l'Ontario

Sue nous vient du ministère des Services à l'enfance et à la jeunesse, où elle était responsable du marketing et des médias numériques, en charge des campagnes de sensibilisation du public et des ressources numériques du ministère. Sue était auparavant affectée au Secrétariat des Jeux

panaméricains et parapanaméricains de 2015, jouant un rôle clé dans la conception, l’élaboration et l’exploitation de la Zone des célébrations en Ontario. En poste à la SPOMT, Sue a géré l’achat et le contrat de plusieurs millions de dollars, ce qui comprenait la supervision et la gestion opérationnelle du personnel, de la sécurité, de l’infrastructure et des événements.

Si vous souhaitez vous présenter personnellement ou au nom de votre organisme, vous pouvez joindre Elizabeth en composant le 416 212-5710 ou en envoyant un courriel à Elizabeth.Knox@ontario.ca. Par ailleurs, Sue est joignable par téléphone au 416 325-9823 ou par courriel à Sue.Harrison@ontario.ca.

Les dernières retraitées de la SPOMT

Suzanne Rubinstein

La carrière de Suzanne au sein de la FPO a duré 27 ans, dont 11 passés à la SPOMT. Elle laisse derrière elle un héritage composé de réussites et d’innovations créées et mises en œuvre alors qu’elle était directrice, Services des centres d’information touristique de l’Ontario et qui vont sans aucun doute profiter au secteur touristique pendant les années à venir.

Ruth Parkes

La carrière de Ruth dans la FPO prend fin après 49 ans, dont 42 passés au sein du programme des Centres d’information touristique de l’Ontario (CITO). Ruth a été une promotrice, une leader innovante et une porte-parole dévouée et assidue de la province. Sa passion pour le programme et pour le secteur a joué un rôle déterminant dans les mutations et les évolutions qu’ont connues les services des CITO.

Linda Renaud

La carrière prestigieuse de Linda, qui a duré 35 ans, a commencé alors qu’elle était étudiante d’été au Centre d’information touristique de l’Ontario de Windsor, devenant rapidement chef d’équipe régional. Véritable Ambassadrice du tourisme et leader de l’excellence des services à la clientèle, Linda a représenté la SPOMT et les centres d’information touristique lors de nombreux événements et salons organisés au cours des années.

La SPOMT félicite Suzanne, Ruth et Linda pour leur retraite de la FPO et leur transmet ses meilleurs vœux pour la transition vers cette nouvelle étape de leur vie.

Ontariotravel.net – Listes GRATUITES

Une occasion de générer plus de clients potentiels pour votre entreprise

Ne manquez pas l’occasion d’inclure tout à fait GRATUITEMENT vos listes et vos forfaits sur le site web destiné aux consommateurs www.ontariotravel.net. Les nouvelles listes ou nouveaux forfaits peuvent être déposés *à tout moment* en s’inscrivant sur www.tourismpartners.com. La procédure est simple et susceptible de générer des centaines de clients potentiels pour votre entreprise ou votre organisme.

Si vous avez des questions concernant l’ajout d’une liste, n’hésitez pas à contacter Nadia Sacco, qui se fera un plaisir de vous aider. Vous pouvez la joindre par téléphone au 416 325-6846 ou par courriel à nadia.sacco@ontario.ca.

Rapports sur le ski et la neige en Ontario

Pour vous tenir au courant des nombreuses activités et nombreux événements proposés l’hiver, suivez Kevin Forget, agent de promotion du tourisme de l’Ontario, qui partage régulièrement les derniers rapports sur le ski et la neige pour la saison hivernale.

Suivez Kevin @ontariokevin sur Twitter et abonnez-vous à <http://www.youtube.com/travelontariocanada> pour regarder ses dernières vidéos.

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

Abonnés sur Facebook	265,732	Abonnés sur Instagram	109,372
Abonnés sur Twitter	63,414	Abonnés sur Pinterest	4,111
Auditoire sur YouTube	3.43M*		
<i>En date du 30 novembre 2016</i> <i>*Depuis le 1^{er} janvier 2016</i>			

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.



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