

## **Rapports Annuels**

**2002-2003**

**2003-2004**

### **Ministère du Tourisme et des Loisirs**

*Le présent document comprend :*

- *une vue d'ensemble du ministère*
- *le rapport annuel 2002-2003*
- *le rapport annuel 2003-2004*

## **VUE D'ENSEMBLE DU MINISTÈRE**

Le ministère du Tourisme et des Loisirs, en partenariat avec les secteurs du tourisme, des sports et des loisirs, appuie des activités touristiques et récréatives de grande qualité.

### **Tourisme**

Le ministère élabore des politiques, des règlements et des stratégies en vue d'améliorer la compétitivité de l'industrie du tourisme en Ontario. Il réalise des études et des analyses qui aident les gouvernements et l'industrie à prendre des décisions éclairées en matière de commercialisation, de création de nouveaux produits, de politiques, d'investissement et de gestion.

Le ministère encourage le secteur privé à investir et à élaborer de nouveaux produits pour soutenir le secteur touristique de l'Ontario. Il appuie la planification économique du tourisme régional et, en partenariat avec l'industrie, favorise le développement de nouvelles expériences et destinations touristiques.

Par l'intermédiaire de son organisme, la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT), le ministère élabore et met en œuvre des programmes visant à commercialiser l'Ontario en tant que destination de voyage à longueur d'année. Il propose aussi des services aux visiteurs dans 18 centres d'information touristique, saisonniers ou ouverts toute l'année, situés près des postes frontaliers et dans divers sites clés de la province.

Le ministère gère deux attractions touristiques: les Parcs historiques Huronia et le Parc historique Fort William. Il supervise les activités des sept attractions et organismes suivants:

- la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario;
- la Commission des parcs du Niagara;
- la Commission des parcs de la Sainte-Claire;
- la Commission des parcs du Saint-Laurent;
- la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique;
- le Palais des congrès du Toronto métropolitain;
- le Centre des congrès d'Ottawa.

### **Sports et loisirs**

Le ministère encourage la participation aux sports, aux loisirs et à l'activité physique dans l'intérêt de la santé et du bien-être social et économique des Ontariens et des Ontariennes comme dans l'intérêt de leurs collectivités.

En coopération avec les intervenants du sport et des loisirs amateurs, les services extérieurs locaux et provinciaux, les partenaires prestataires de services, les autres ministères et le gouvernement fédéral, le ministère contribue à renforcer le réseau provincial de sports, à favoriser la réussite des athlètes en

Ontario et à encourager la participation aux sports, à l'activité physique et aux loisirs des Ontariens de tout âge.

Le ministère encourage les jeux multidisciplinaires qui donnent aux athlètes l'occasion de se mesurer aux autres et offrent des retombées économiques aux collectivités qui les accueillent. Tous les ans, l'Ontario rend hommage aux athlètes et aux entraîneurs les plus exceptionnels au moyen des Récompenses sportives de l'Ontario.

Le ministère encourage toute la population ontarienne, en particulier les enfants et les jeunes, les aînés, les personnes qui ont un handicap et celles qui ne sont pas physiquement actives aujourd'hui, à participer à des expériences sportives et récréatives pour réduire les risques associés aux modes de vie sédentaires.

### **Notre vision**

Le ministère du Tourisme et des Loisirs sera reconnu comme un chef de file national dans les domaines de la création d'emploi, des investissements et de l'édification de collectivités physiquement actives et en bonne santé. Le ministère atteindra son objectif en appuyant et en développant les secteurs du tourisme, des sports et des loisirs, et la recherche de l'excellence en sport.

## RAPPORT ANNUEL 2003-2004

### Relancer le tourisme

L'industrie du tourisme de l'Ontario a été confrontée à des défis sans précédent en 2003-2004, notamment la crise du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS), la panne d'électricité d'août 2003, la hausse du dollar canadien et les effets persistants de la guerre en Irak et du 11 septembre. La crise du SRAS, en particulier, a eu des répercussions très néfastes sur le tourisme à Toronto et dans d'autres régions de la province.

Le ministère a agi avec fermeté pour aider l'industrie du tourisme à récupérer. En travaillant étroitement avec les associations et les partenaires du secteur touristique, le ministère et son organisme de marketing, la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique, a lancé des campagnes dynamiques de marketing et organisé des événements promotionnels spécifiques en vue de restaurer la confiance envers l'Ontario en tant que destination touristique. Un Programme de relance du tourisme a été mis en place pour investir dans toute la province, sur deux ans, dans des partenariats stratégiques conçus pour commercialiser des événements et des destinations, promouvoir le tourisme culturel et attirer l'organisation de congrès.

Parmi nos principaux succès en matière de relance du tourisme, on peut citer :

- Un partenariat réussi avec Mirvish Productions a entraîné la vente de près de 400 000 forfaits théâtre, d'une valeur supérieure à 50 millions de dollars.
- La campagne de publicité « It's time for a little T.O. », diffusée dans 18 marchés nationaux, a contribué à la vente de 9 000 chambres-nuits.
- Le *Concert for Toronto* au SkyDome et au centre Air Canada, le concert *Molson Canadian Rocks for Toronto*, avec les Rolling Stones, et la semaine de Conan O'Brien à Toronto ont tous suscité une couverture médiatique et de la publicité. Les émissions de Conan O'Brien ont touché plus de 10,8 millions de téléspectateurs aux États-Unis; sur les 4 000 téléspectateurs interrogés par la suite dans des marchés touristiques clés, 22 pour 100 ont indiqué leur intention de visiter l'Ontario.
- Un encart publicitaire de 16 pages a été diffusé dans les numéros d'avril 2003 de huit magazines de luxe américains comme *Vanity Fair*, *Gourmet* et *Conde Nast Traveler*, qui au total diffusent à 9 millions d'exemplaires et touchent un lectorat estimé à 40 millions de personnes.

Du 1er juillet 2003 au 31 mars 2004, le ministère a investi 62,5 millions de dollars dans des initiatives de relance du tourisme. Selon une analyse indépendante réalisée par PKF consulting, cet investissement a permis d'attirer 3,6 millions de

visiteurs supplémentaires, qui n'auraient peut-être pas visité l'Ontario sans ces efforts de relance. Les visiteurs ont injecté quelque 687 millions de dollars supplémentaires dans l'économie (dont 285 millions de dollars dans la région du grand Toronto, et 402 millions de dollars dans le reste de la province) et soutenu 13 700 emplois directs et indirects. Chaque dollar investi a généré 11 dollars de dépenses touristiques.

Si la SPOMT a joué un rôle déterminant dans les efforts de relance du tourisme, en collaborant étroitement avec des partenaires comme la TorontO3 Alliance, les autres organismes et attractions du ministère ont aussi intensifié leurs activités et établi de nouveaux partenariats et des stratégies de marketing pour attirer davantage de visiteurs.

Malgré les graves inondations qui ont endommagé la quasi-totalité de ses installations, le Vieux fort William a célébré le 200<sup>e</sup> anniversaire du Grand rendez-vous, et a adopté un nouveau nom : Parc historique de Fort William. Le Parc a accueilli 92 000 visiteurs, dont 55 pour 100 de visiteurs étrangers, et a été élu l'une des dix premières attractions touristiques du Canada en 2003.

Les Parcs historiques Huronia ont généré des recettes à l'entrée de près de 500 000 dollars et ont représenté 49 pour 100 des visites des attractions de la région. La Commission des parcs du Saint-Laurent a fêté le 65<sup>e</sup> anniversaire de l'inauguration du musée du Site historique national de Fort Henry et de la garde du Fort Henry.

Le ministère a conçu un programme spécial de recherches pour étudier les répercussions de la crise du SRAS sur le tourisme et a régulièrement transmis des mises à jour des données à l'industrie touristique. En partenariat avec Industrie Canada, le ministère a également organisé et animé une réunion d'urgence des ministres du Tourisme des paliers fédéral, provinciaux et territoriaux en vue d'élaborer une stratégie nationale pour réagir aux conséquences du SRAS.

Le ministère a poursuivi l'élaboration de la Stratégie pour le tourisme en Ontario, en consultation avec les intervenants.

En janvier 2004, le ministère a lancé un nouveau site Web consacré à l'investissement dans le tourisme. Le site fournit des renseignements complets et accessibles en ligne sur les taux d'occupation des hôtels, les frais de main-d'œuvre, le nombre d'établissements touristiques, les caractéristiques des touristes et les possibilités d'investissement.

Le ministère a travaillé avec les collectivités de toute la province en vue d'effectuer des inventaires régionaux des atouts touristiques. Les collectivités de South Georgian Bay, Windsor, Essex et Pelee Island et Mississauga ont toutes utilisé le Cadre pour le repérage des destinations touristiques de haute qualité

afin de déceler les débouchés touristiques locaux. D'autres études ont été lancées, notamment à Sarnia/Lambton, Niagara, Hamilton et Sudbury.

Le ministère a organisé le premier Ontario Tourism Investment Symposium, et présenté 16 possibilités d'investissement touristique municipal aux 350 participants. Il a également animé une exposition vinicole et culinaire en Allemagne, et continué à soutenir des activités comme le festival Niagara Wine and Food Classic et la route du bon goût du comté de Prince Edward.

En septembre 2003, le ministère a ouvert le nouveau centre d'information touristique de Fort Erie. Le centre est le principal locataire d'un complexe polyvalent de services touristiques de pointe, construit et détenu par le secteur privé.

Dans le Nord de l'Ontario, le ministère a collaboré avec la Northern Ontario Tourist Outfitters Association (NOTO) en vue d'appuyer les ententes d'intendance des ressources. Le ministère a aussi travaillé avec la NOTO, le ministère des Richesses naturelles et le ministère du Développement du Nord et des Mines afin d'entreprendre un examen stratégique de l'octroi des permis aux établissements touristiques axés sur les ressources.

La SPOMT a endossé son nouveau rôle de prestataire de services de marketing touristique du Nord de la province en ouvrant un bureau à Sault Ste. Marie. Le bureau appuiera les activités du Comité de marketing du Nord, créé récemment.

### **Renforcer les sports et les loisirs**

En octobre 2003, l'Ontario et la ville de Hamilton ont accueilli les championnats du monde de cyclisme 2003. Doté par le ministère d'un financement de 2,25 millions de dollars, l'événement de quatre jours a attiré quelque 900 athlètes, 23 800 visiteurs et environ 500 millions de téléspectateurs dans le monde entier. Les championnats ont généré près de 50 millions de dollars en dépenses touristiques dans la région et en Ontario, et permis de constituer une base de plus de 3 000 bénévoles qualifiés.

Le ministère a également appuyé la candidature de Hamilton aux Jeux du Commonwealth 2010, ainsi que les soumissions de trois collectivités – Ottawa, London/Kitchener et Hamilton – au championnat mondial de hockey junior 2006. Bien que ces candidatures n'aient pas remporté le succès espéré, elles ont aidé à rehausser l'image internationale de l'Ontario en tant que destination touristique et site d'accueil de premier ordre pour des événements sportifs majeurs.

En participant à la Conférence fédérale-provinciale-territoriale des ministres responsables du sport, des loisirs et de la condition physique, le ministère a contribué à l'élaboration de la Politique canadienne du sport. Plusieurs initiatives spécifiques ont été approuvées à cette occasion, y compris :

- un cadre stratégique d'accueil de manifestations sportives internationales au Canada;
- une Politique canadienne contre le dopage dans le sport;
- un plan d'action concertée visant à augmenter le taux d'activité physique.

Le ministère a continué à encourager la participation aux sports et aux loisirs à l'échelle locale, régionale et provinciale en accordant 4,1 millions de dollars de subventions par le biais du Fonds d'aide aux sports communautaires et du Fonds pour le développement des loisirs.

	Dépenses ministérielles (millions \$)
	Chiffres réels 2003-2004
<b>Fonctionnement</b>	<b>209,0</b>
<b>Immobilisations</b>	<b>51,0</b>
<b>Effectif (au 31 mars 2004)</b>	<b>542,5</b>

**NOTA :** À compter de 2002-2003, les immobilisations corporelles importantes appartenant aux ministères provinciaux (terrains, immeubles et infrastructure de transport) sont comptabilisées selon la méthode de comptabilité d'exercice intégrale. Les autres immobilisations corporelles appartenant aux ministères continueront à être comptabilisées à titre de charges au cours de l'année d'acquisition ou de la construction. Toutes les immobilisations appartenant à des organismes publics intégrés sont comptabilisées selon la méthode de comptabilité d'exercice intégrale.

## **RAPPORT ANNUEL 2002-2003**

### **Tourisme**

En 2002-2003, le ministère a collaboré avec l'industrie du tourisme pour contrer la baisse des activités touristiques due aux événements du 11 septembre et à la crainte d'une guerre en Irak. Le ministère a consulté les intervenants de l'industrie pour connaître leurs préoccupations immédiates et recueillir leurs avis en vue d'élaborer une stratégie à long terme pour renforcer le tourisme ontarien. Les sept séances de consultation des intervenants sur une stratégie provinciale pour le tourisme ont rassemblé plus de 325 participants.

Le ministère a dirigé l'élaboration d'un nouveau questionnaire pour l'*Enquête sur les voyages des Canadiens*. Il a conçu un plan de recherches pour étudier les conséquences de la guerre en Irak sur le tourisme en Ontario. Il a également travaillé avec les autorités chargées du tourisme du Michigan en vue d'élaborer et de présenter un séminaire sur le tourisme lors du sommet Ontario-Michigan.

Par l'intermédiaire de la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SMPOT), le ministère a poursuivi ses campagnes de publicité et de marketing en ciblant le marché national et les marchés frontaliers américains. Parmi les principales initiatives dans ce domaine, citons : un partenariat de 250 000 \$ pour la promotion du golf; un programme visant à promouvoir les escapades théâtrales en Ontario, *Just the Ticket 2002*; une subvention de 300 000 \$ pour aider Ottawa à accueillir les prix Juno; et une aide à la commercialisation de grands événements comme le Molson Indy. Au total, la SPOMT a investi plus de 2 millions de dollars en 2002-2003 pour commercialiser 101 festivals et événements en Ontario.

En janvier 2003, le ministère s'est associé au ministère du Développement du Nord et des Mines en vue de renforcer le marketing touristique du Nord de l'Ontario au moyen d'un nouveau modèle de prestation de services et d'un investissement pouvant atteindre 6,8 millions de dollars. Avec le nouveau modèle, la SMPOT a intégré le marketing touristique du Nord, ce qui assure une meilleure coordination et de plus nombreux débouchés pour des partenariats visant à attirer les visiteurs vers le Nord.

Le ministère a formé un partenariat avec la Northern Ontario Tourist Outfitters Association et le ministère des Richesses naturelles pour mettre en œuvre le programme des ententes d'intendance des ressources. Il a également participé à l'élaboration d'un plan stratégique de développement du tourisme autochtone dans le Nord de l'Ontario

Le ministère a lancé le nouveau Système Info-tourisme Ontario (SITO), conçu pour faciliter l'accès des voyageurs et des entreprises touristiques à l'information sur les voyages en Ontario. Le SITO comporte un centre d'appel, un centre de

diffusion des brochures, une base de données sur les services à la clientèle, un site Web destiné aux entreprises et aux clients, et un site Web interentreprises.

Le ministère a organisé en 2002-2003 cinq forums sur le développement économique, avec 90 participants. Il a publié une étude importante sur les festivals et les événements touristiques et leur impact sur la croissance économique locale, ainsi qu'une étude et un plan d'action pour attirer les investissements dans l'industrie du tourisme de l'Ontario.

Le ministère a poursuivi la mise en œuvre de la Stratégie de développement du tourisme vinicole et culinaire en Ontario en appuyant le premier festival Niagara Wine and Food Classic. L'événement a mis en valeur plus de 30 établissements vinicoles. Le ministère a également appuyé le développement de la route du bon goût du comté de Prince Edward et la première nuit de l'Ontario au festival Santé.

Le ministère a collaboré avec les collectivités et les établissements touristiques francophones en vue d'élaborer une stratégie provinciale pour le tourisme francophone. Il a aussi appuyé la diffusion de la toute première brochure sur le tourisme autochtone en Ontario, qui propose notamment six nouveaux forfaits d'expériences de tourisme autochtone.

En juillet 2002, le ministère s'est associé aux Ontariens et aux jeunes du monde entier pour célébrer les Journées mondiales de la jeunesse. À Exhibition Place, un pavillon de l'Ontario, animé par les conseillers et les conseillères des centres d'information touristique de l'Ontario, ont accueilli 7 000 visiteurs.

Les organismes et sites d'attractions du ministère se sont employé à attirer un plus grand nombre de visiteurs et de congrès en Ontario. La Commission des parcs du Saint-Laurent a inauguré le Chrysler Park Maple Sugar Bush et continué d'appuyer le Village en lumières d'Upper Canada Village. La Place de l'Ontario s'est dotée de quatre nouvelles attractions familiales, tandis que la Commission des parcs du Niagara a ouvert un complexe de golf de 45 trous, Legends on the Niagara. Le Palais des congrès du Toronto métropolitain, qui a été le plus occupé des centres de congrès et de salons professionnels au Canada, a accueilli près de 650 événements et plus de deux millions d'invités.

### **Sports et loisirs**

En avril 2002, l'Ontario a adopté la Politique canadienne du sport et les Priorités des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux pour une action concertée dans le domaine du sport.

Le ministère a créé un nouveau Fonds pour le développement des sports communautaires, qui a fourni 1,25 million de dollars de subventions à des organismes de sport locaux, régionaux et provinciaux. Par le biais du Fonds pour le développement des loisirs, le ministère a également procuré un financement

stratégique, à hauteur de 2,1 millions de dollars, à des projets visant à accroître la participation à des activités sportives, récréatives et physiques.

Le ministère a soutenu les athlètes de l'Ontario aux Jeux du Canada 2003 à Bathurst et à Campbellton, au Nouveau-Brunswick. Plus de 260 des jeunes athlètes les plus prometteurs de l'Ontario ont participé à 21 sports différents. Parmi les autres événements sportifs, on peut citer les Jeux d'été de l'Ontario 2002 à Kitchener, les Jeux de l'Ontario pour les aînés 2002 (Actifest) à Kingston et les Jeux d'hiver de l'Ontario pour les aînés 2003 (Winterfest) à London.

En février 2003, le ministère a confié à la Sport Alliance of Ontario le soin de gérer le programme des Jeux de l'Ontario, le programme Récompenses sportives de l'Ontario, le soutien à la participation d'Équipe Ontario aux Jeux du Canada et le Programme de soutien aux entraîneurs.

	Dépenses ministérielles (millions \$)
	Chiffres réels 2002-2003
<b>Fonctionnement</b>	<b>135,0</b>
<b>Immobilisations</b>	<b>55,0</b>
<b>Effectif (au 31 mars 2003)</b>	<b>577,3</b>

**NOTE :** À compter de 2002-2003, les immobilisations corporelles importantes appartenant aux ministères provinciaux (terrains, immeubles et infrastructure de transport) sont comptabilisées selon la méthode de comptabilité d'exercice intégrale. Les autres immobilisations corporelles appartenant aux ministères continueront à être comptabilisées à titre de charges au cours de l'année d'acquisition ou de la construction. Toutes les immobilisations appartenant à des organismes publics intégrés sont comptabilisées selon la méthode de comptabilité d'exercice intégrale.

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2006

ISBN 1-4249-0629-6 (HTML)

ISBN 1-4249-0630-X (PDF)

ISBN 1-4249-0628-8 (version imprimée)

*Available in English*