



Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

Rapport annuel
2013-2014



Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

Rapport annuel
2013-2014

Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture
Rapport annuel 2013-2014

Publié par :
Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture
Province du Nouveau-Brunswick
CP 6000, Fredericton NB E3B 5H1 CANADA

Imprimé au Nouveau-Brunswick

ISBN 978-1-4605-0627-1 (édition bilingue imprimée)
ISBN 978-1-4605-0629-5 (PDF : version française)
ISSN 2368-6421 (édition bilingue imprimée)
ISSN 2368-6413 (PDF : version française)

10059



Lettres d'accompagnement

Du ministre à la Lieutenante-gouverneure

L'honorable Jocelyne Roy Vienneau
Lieutenant-gouverneure du Nouveau-Brunswick

Madame la Lieutenante-gouverneure,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel du Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture pour l'exercice financier du 1er avril 2013 au 31 mars 2014.

Je vous prie de recevoir, Madame la Lieutenante-gouverneure, l'assurance de ma très haute considération.



L'honorable Bill Fraser
Ministre

Du sous-ministre au ministre

L'honorable Bill Fraser
Ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

Monsieur le Ministre,

Monsieur,

Je suis heureux de vous soumettre le présent rapport annuel du Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture pour l'exercice financier du 1er avril 2013 au 31 mars 2014.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments distingués.



Robert Rioux
Sous-ministre

Table des matières

Message du ministre	1
Message du sous-ministre	2
Faits saillants	3
Survol des opérations du ministère	4
<i>Organigramme des échelons supérieurs</i>	4
<i>Vue d'ensemble de la division et faits saillants</i>	5
Information financière	12
Résumé des activités de recrutement	17
Résumé des projets de Loi et des activités législatives	18
Résumé des activités liées aux langues officielles	19
Annexes	20
<i>Annexe A</i>	20
<i>Annexe B</i>	21

Message du ministre

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a pour mission de préserver et de promouvoir notre culture diversifiée, nos biens patrimoniaux et nos parcs provinciaux ainsi que de promouvoir notre province comme destination touristique dans un marché très concurrentiel. En 2013, de nombreuses initiatives importantes furent entreprises pour réaliser ce mandat.

Le ministère a travaillé avec de nombreux partenaires en reconnaissance du rôle important que le Nouveau-Brunswick a joué durant la guerre de 1812.

Les Jeux de la Francophonie se sont tenus à Nice, en France en 2013, et quatre personnes ont représenté l'Équipe Canada – Nouveau-Brunswick au volet culturel des Jeux.

Le ministère a continué à promouvoir la province en tant que destination touristique attrayante grâce au modèle de segmentation du marché stratégique, pour attirer les visiteurs potentiels les plus susceptibles d'être intéressés à vivre l'expérience des produits du Nouveau-Brunswick.

Les parcs provinciaux furent davantage l'objet des médias sociaux, y compris le programme *N.-B. au grand air* qui vise à encourager les activités de loisir physique organisées dans les parcs.

Nous sommes impatients de continuer à travailler pour la population du Nouveau-Brunswick, à appuyer de nombreux secteurs qui renforcent notre économie et à contribuer à la qualité de vie dont nous profitons tous, en tant que Néo-Brunswickois.

A blue ink signature of Bill Fraser, consisting of a stylized 'B' and 'F' followed by a long horizontal line.

L'Honorable Bill Fraser
Ministre, Tourisme, Patrimoine et Culture

Message du sous-ministre

Cette année, le rapport annuel utilisera une nouvelle présentation qui a été mise à l'essai par d'autres ministères. Le gabarit nous permettra de résumer de façon plus concise, par division, les principales initiatives entreprises au cours de l'exercice 2013.

Tourisme, Patrimoine et Culture a commencé les préparatifs en vue de participer à la troisième vague d'adoption du Processus d'excellence du rendement à l'automne 2013. Le Ministère pourra ainsi rendre compte des mesures de rendement associées au schéma stratégique de notre ministère.

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a été créé en automne 2012. La fusion des directions du Tourisme, des Parcs, de la Culture et du Patrimoine a renforcé la capacité de promouvoir et de célébrer notre culture et notre patrimoine ainsi que nos merveilles naturelles. Notre travail concerté contribue à susciter un sentiment de fierté dans les collectivités du Nouveau-Brunswick, à rehausser notre qualité de vie et à créer des possibilités de développement économique stratégique grâce à l'appui de secteurs touristique et culturel florissants.

Tourisme, Patrimoine et Culture a fait avancer plusieurs initiatives stratégiques, entre autres l'achèvement de la politique culturelle renouvelée pour la province, un projet qui a reçu l'appui énergique d'un groupe de travail d'intervenants.

Nous avons aussi entrepris l'examen de la *Loi sur les parcs* et avons sollicité les commentaires des Néo-Brunswickois et de groupes d'intérêts spéciaux au moyen d'un sondage en ligne et de tables rondes avec des intervenants ciblés. Cet examen de la Loi et de l'exploitation de nos parcs était un aspect important de l'engagement pris par le gouvernement à l'égard de la modernisation du réseau des parcs provinciaux dans l'intérêt de la population du Nouveau-Brunswick et des visiteurs.

Le film *Copperhead*, réalisé par Ron Maxwell et tourné au Village historique de Kings Landing, a été présenté en première dans les Maritimes à Fredericton. Toute la population de la province a ainsi pu se réjouir de l'utilisation positive et de la mise en valeur des biens patrimoniaux du Nouveau-Brunswick.

Le Ministère a aussi collaboré avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure à la mise à jour de la politique provinciale de signalisation. Les entreprises et les intervenants ont joué un rôle important dans le processus et ont été consultés au sujet des changements qu'ils désiraient voir apporter.

Au cours de la prochaine année, nous entendons mener à bien bon nombre de ces initiatives stratégiques et intégrer entièrement les activités au moyen du Processus d'excellence du rendement.

A blue ink signature of Robert Rioux, consisting of stylized, overlapping loops and lines.

Robert Rioux
Sous-ministre

Faits saillants

Le processus de renouvellement de la politique culturelle en est à la phase de révision en vue d'établir la version définitive du texte et les recommandations stratégiques.



Grâce à des consultations menées partout dans la province, à des tables rondes et des mémoires, l'opinion de plus de 2 500 Néo-Brunswickois a été recueillie et a servi de base au renouvellement de la Loi sur les parcs pour le XXI^e siècle.



Les dépenses des visiteurs dans la province à la suite de l'activité de la Direction du marketing et des renseignements aux visiteurs étaient de 95,8 millions de dollars, avec des recettes fiscales provinciales estimées à 7,3 millions de dollars. Ceci représente pour la Direction, un rendement du capital investi des contribuables de 3,23 \$ pour chaque dollar.



Les indications de clients et les réservations à partir du site Web touristique ont augmenté de 54 % pour s'élever à 652 000. Cela représente une valeur de 4 millions de dollars en revenus potentiels pour l'industrie touristique.



La Semaine du patrimoine 2014 (*Le Nouveau-Brunswick se souvient – New Brunswick Remembers*) souligna le 100^e anniversaire du début de la Première Guerre mondiale et le 75^e anniversaire du début de la Seconde Guerre mondiale.



Lancement de *N.-B. au grand air* en collaboration avec le ministère des Communautés saines et inclusives et d'autres intervenants, une stratégie qui vise à concevoir des activités et des programmes qui encouragent les Néo-Brunswickois à profiter du plein air, à faire de l'activité physique et à se rapprocher de la nature dans les parcs provinciaux.



Élaboration par le Ministère de son premier schéma stratégique et de son premier tableau de bord équilibré.

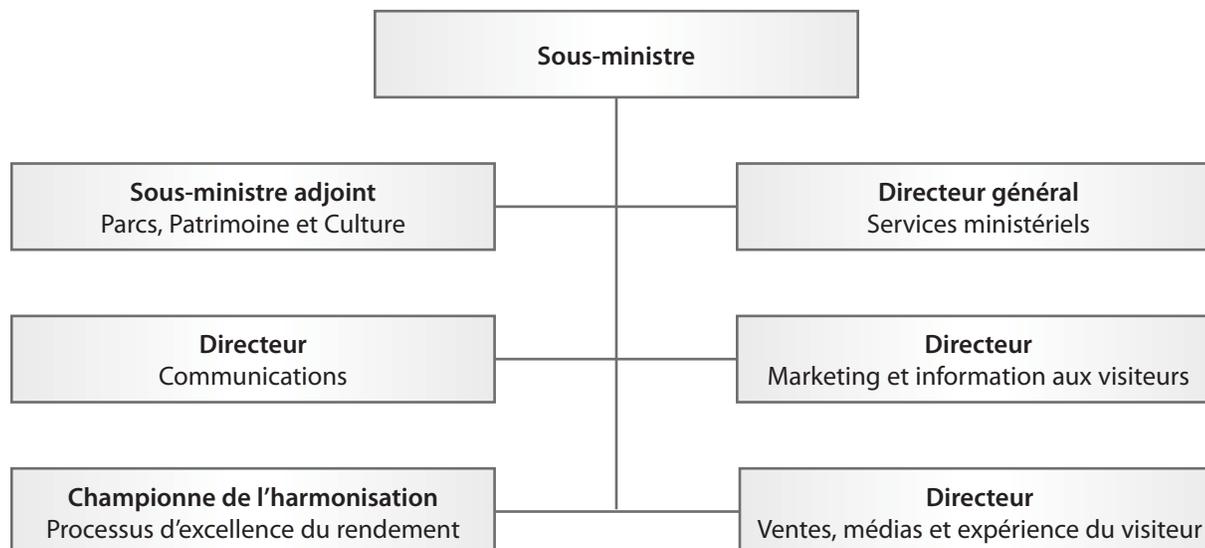


Le ministère poursuit l'élaboration et la mise en œuvre du modèle de prévision archéologique du Nouveau-Brunswick, un outil pour aider le gouvernement, l'industrie et les promoteurs à éviter des situations coûteuses mettant en jeu des ressources patrimoniales.

Survol des opérations du ministère

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture se concentrera sur le développement, la préservation et la promotion du Nouveau-Brunswick en misant sur la richesse de ses biens naturels, culturels et patrimoniaux.

Organigramme des échelons supérieurs



En 2013-2014, le Ministère a employé environ 257 personnes sur une base à temps plein, à temps partiel ou à contrat. Ce nombre est passé à 982 personnes pendant les mois d'été (y compris les employés occasionnels).

Vue d'ensemble de la division et faits saillants

Direction du processus d'excellence du rendement

La Direction est responsable du Processus d'excellence du rendement au ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture. Ce processus est une approche à long terme fondée sur des observations factuelles et axée sur les résultats qui vise à orienter les activités opérationnelles du Ministère. Ce système de gestion comprend plusieurs méthodes et pratiques exemplaires, notamment le schéma stratégique, le tableau de bord équilibré et l'amélioration des processus Lean Six Sigma.

Faits saillants :

- La Direction du processus d'excellence du rendement a mis en œuvre deux projets d'amélioration des processus visant à améliorer l'expérience des clients et à augmenter les recettes potentielles. Ceux-ci ont servi de projets Lean Six Sigma pour la certification de deux facilitateurs de l'amélioration des processus. La Direction a aussi dirigé le Ministère dans l'élaboration de son premier schéma stratégique et de son premier tableau de bord équilibré.

Division des parcs, du patrimoine et de la culture

Direction des parcs et des attractions

Mandat :

Voir à la bonne gestion de 16 parcs provinciaux et jouer un rôle important dans le soutien des infrastructures touristiques provinciales qui sont exploitées ou financées par le gouvernement provincial.

Tous les parcs provinciaux sont dédiés à la population de la province et d'autres personnes qui peuvent en jouir sainement et les utiliser à des fins éducatives et ils doivent être entretenus à l'intention des générations futures.

Faits saillants :

- Examen de la *Loi sur les parcs* – Grâce à des consultations menées partout dans la province, à des tables rondes et des mémoires, l'opinion de plus de 2 500 Néo-Brunswickois a été recueillie et a servi de base au renouvellement de la *Loi sur les parcs* pour le XXI^e siècle. Comme la Loi originale a été promulguée en 1961, on attendait cet examen depuis plus de 50 ans.
- Maximisation des recettes – Un projet Lean Six Sigma a été lancé au parc provincial Sugarloaf dans le but d'explorer les possibilités de maximisation des recettes et de limiter les coûts.
- Utilisation stratégique des fonds d'immobilisations – Réparation des camps du lac Nictau au parc provincial Mont-Carleton; modernisation des blocs sanitaires du parc provincial Mactaquac avec de nouveaux toits, un nouvel éclairage et de nouvelles commodités; amélioration des sentiers dans plusieurs parcs et remplacement de l'équipement d'entretien des pistes au parc provincial Sugarloaf.
- Lancement de *N.-B. au grand air*, une stratégie qui vise à concevoir des activités et des programmes qui encouragent les Néo-Brunswickois à profiter du plein air, à faire de l'activité physique et à se rapprocher de la nature dans les parcs provinciaux.

Direction du patrimoine

Mandat :

Coordonner et appuyer les activités qui visent à sensibiliser la population au patrimoine et à conserver les ressources patrimoniales. Dans son rôle de coordination, la Direction offre un soutien financier ainsi qu'une aide à la planification et au leadership aux communautés archéologiques, autochtones, patrimoniales et muséologiques de la province. La Direction du patrimoine régit également le programme de conservation du patrimoine et le programme provincial de toponymie.

Généralités : En 2013-2014, la Direction du patrimoine a participé à l'élaboration de « Un avenir empreint de créativité : Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick ».

Lieux patrimoniaux : La Section des lieux patrimoniaux offre un leadership à l'échelle provinciale dans les domaines de la conservation, de la commémoration et de la planification du patrimoine architectural.

Faits saillants :

- Deux désignations de lieu du patrimoine provincial : le lieu du patrimoine provincial du 104e Régiment de fantassins du Nouveau-Brunswick et la Cathédrale de l'Immaculée-Conception à Saint John.
- Par l'intermédiaire du Programme du patrimoine architectural, la Direction a participé à 16 projets de remise en état du patrimoine architectural sur des lieux patrimoniaux ayant une valeur patrimoniale considérable pour la communauté

Services aux musées

La Section des services aux musées offre un leadership à l'échelle provinciale pour aider les organisations patrimoniales et muséales.

Faits saillants :

- Dépense en immobilisations à la ferme MacDonald et à la maison Doak pour l'entretien des bâtiments du patrimoine.

Services d'archéologie

La Section des services d'archéologie effectue une gestion exhaustive des ressources culturelles du patrimoine archéologique de la province.

Faits saillants :

- Inspection de 21 projets publics ou privés pour évaluer les incidences possibles sur les ressources archéologiques, et prestation de conseils techniques sur les études d'impact menées conformément au *Règlement sur les études d'impact sur l'environnement du Nouveau-Brunswick*, à la *Loi canadienne sur l'évaluation environnementale* et à d'autres processus d'examen réglementaire.
- Délivrance de 63 permis de travaux archéologiques sur le terrain en vertu de la *Loi sur la conservation du patrimoine*.
- Ajout de 38 nouveaux sites archéologiques à l'inventaire provincial, ce qui porte à 1 825 le nombre total de sites inscrits au Nouveau-Brunswick.
- Le ministère poursuit l'élaboration et la mise en œuvre du modèle de prévision archéologique du Nouveau-Brunswick, un outil pour aider le gouvernement, l'industrie et les promoteurs à éviter des situations coûteuses mettant en jeu des ressources patrimoniales.

Sensibilisation au patrimoine

Les programmes de sensibilisation au patrimoine visent à accroître la connaissance de l'histoire du Nouveau-Brunswick et à promouvoir sa diversité culturelle.

Faits saillants :

- Coordination de la Semaine du patrimoine 2014 (*Le Nouveau-Brunswick se souvient – New Brunswick Remembers*) afin de souligner le 100e anniversaire du début de la Première Guerre mondiale et le 75e anniversaire du début de la Seconde Guerre mondiale.
- Coordination du programme provincial des Fêtes du patrimoine qui a permis d'organiser 159 fêtes dans des écoles de la province et 11 fêtes régionales du patrimoine. Participation de 52 339 élèves aux activités.
- Organisation de la vitrine provinciale de la Fête du patrimoine pour 15 élèves et leur famille au Centre des congrès de la Péninsule acadienne à Shippagan.

-
- Poursuite de l'élaboration et de la mise en œuvre du modèle de prévision archéologique du Nouveau-Brunswick, un outil pour aider le gouvernement, l'industrie et les promoteurs à éviter des situations coûteuses mettant en jeu des ressources patrimoniales.

Services de toponymie

La Section des services de toponymie gère les questions relatives aux noms de lieux et d'entités géographiques dans la province et coordonne le travail en cours du Comité directeur de toponymie.

Direction du développement culturel

Mandat :

La Direction du développement culturel a pour mandat de favoriser le développement culturel communautaire et le développement économique des industries culturelles du Nouveau-Brunswick; de fournir des services-conseils, de l'aide financière et des services techniques aux organismes, aux associations et aux regroupements communautaires du secteur des arts ainsi qu'aux industries culturelles (cinéma, télévision et nouveaux médias, enregistrement sonore et musical, édition de livres et de périodiques, arts visuels et métiers d'art); de gérer la Banque d'œuvres d'art du Nouveau-Brunswick; de collaborer avec le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick afin de veiller à ce que les programmes des deux organismes soient propices à l'avancement des arts au Nouveau-Brunswick.

Faits saillants :

- **Renouvellement de la politique culturelle :** Le processus de renouvellement de la politique culturelle en est à la phase de révision en vue d'établir la version définitive du texte et les recommandations stratégiques. D'autres consultations ont été menées auprès des intervenants et des ministères lors de l'établissement de la version définitive des recommandations relatives à la politique. Un plan de mise en œuvre a été élaboré pour accompagner la politique.
- **Jeux de la Francophonie 2013 :** Quatre artistes néo-brunswickois ont représenté l'Équipe Canada – Nouveau-Brunswick au volet des compétitions culturelles internationales lors des VIIe Jeux de la Francophonie. Les Jeux ont eu lieu du 6 au 15 septembre 2013 à Nice, en France. Les artistes étaient Kevin Arseneau (conte), Pierre-André Doucet (littérature), Jaret Belliveau (photographie) et Sarah Jones (arts visuels).
- **Protocole d'entente portant sur l'initiative culturelle Maine-Nouveau-Brunswick :** Des représentants du Maine et du Nouveau-Brunswick ont travaillé sur diverses collaborations transfrontalières pour accroître le profil des artistes des deux territoires et mettre en commun des pratiques exemplaires qui contribueront à renforcer leur secteur culturel respectif.
- **Programme des acquisitions de la Banque d'œuvres d'art du Nouveau-Brunswick :** Un processus de sélection par un jury de pairs composé de cinq artistes professionnels a été entrepris en 2013-2014 afin de sélectionner de nouvelles œuvres pour la Banque œuvres d'art dans le cadre du Programme des acquisitions pour 2013-2014. À la suite de l'achat de 36 œuvres réalisées par 31 artistes du Nouveau-Brunswick et du don de trois œuvres par deux artistes néo-brunswickois, on a planifié une exposition itinérante des acquisitions dans toute la province et ailleurs.
- **Statut de l'artiste :** Le Ministère a organisé une réunion de planification du Groupe de travail du premier ministre sur le statut de l'artiste le 25 février 2014. Des représentants d'ArtsLink NB, de l'Association acadienne des artistes professionnels du Nouveau-Brunswick (AAAPNB) et du Conseil des arts du Nouveau-Brunswick étaient présents. Le groupe a établi de façon définitive le mandat et la composition du groupe de travail, ainsi que les principes généraux, les valeurs et les orientations stratégiques éventuelles de l'initiative. Le groupe a aussi passé en revue le Rapport des travaux du Forum sur le statut professionnel de l'artiste qui s'est tenu à Shippagan en juin 2013.

Division des services ministériels

Direction des politiques

Mandat :

Fournir aux décideurs du Ministère et à d'autres membres du personnel une expertise, des analyses et des conseils en matière de politiques, de planification et d'élaboration de programmes à l'appui des priorités du gouvernement.

Faits saillants :

- Très grande participation à l'initiative de renouvellement de la politique culturelle;
- Exercice d'un rôle clé dans l'examen de la *Loi sur les parcs*, préparation de 27 mémoires au Conseil exécutif et d'autres documents à l'appui, par exemple l'outil d'évaluation des répercussions sur les droits de l'enfant exigé par le Bureau du Conseil exécutif (BCE);
- Travail à l'élaboration d'une nouvelle politique provinciale sur l'utilisation des sentiers;
- Collaboration au travail lié à la création d'un fonds de promotion touristique (FPT).

Direction de la stratégie et de la gestion des processus

Mandat :

Orienter et faciliter l'harmonisation stratégique par la gestion de projets ainsi que l'amélioration et l'évaluation des processus.

Faits saillants :

- Participation au processus d'examen de la *Loi sur les parcs*, y compris l'élaboration du plan de mobilisation des citoyens, la rédaction de la politique ainsi que de la conception, la mise en œuvre et l'analyse du sondage en ligne;
- Collaboration avec l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick (AITNB) sur des initiatives du Ministère;
- Soutien législatif et coordination d'initiatives du gouvernement, élaboration de politiques, suivi des engagements, renouvellement du gouvernement, tableau de bord équilibré, accès à l'information et protection de la vie privée;
- Coordination et révision de documents et préparation des réponses aux 17 demandes présentées en vertu de la *Loi sur le droit à l'information et la protection de la vie privée*;
- Formulation de commentaires sectoriels concernant 18 demandes de financement par l'entremise du ministère du Développement économique (15) et de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (3);
- Gestion du programme d'assurance de la qualité des établissements touristiques (149 établissements du programme Approuvé Nouveau-Brunswick et 358 établissements du programme Canada Select);
- Contribution à la communication des programmes ministériels au moyen du site Web du Ministère et début d'un examen du site Web du Ministère, y compris l'ébauche de lignes directrices pour l'utilisation efficace du site Web du Ministère;
- Poursuite de la collecte et de l'analyse mensuelles et annuelles d'indicateurs touristiques du Nouveau-Brunswick et publication des rapports sur : <http://www2.gnb.ca/content/gnb/fr/ministeres/tpc/tourisme/content/rsp.html>;
- Contribution à la stratégie des marchés touristiques au moyen d'une recherche et d'une analyse permanentes fondées sur le système de segmentation du marché touristique Quotient explorateur (QE) de la Commission canadienne du tourisme, segmentation QE intégrée, suivi du rendement au moyen du tableau de bord équilibré et évaluation du rendement des investissements des contribuables dans le contexte des indicateurs touristiques globaux du Nouveau-Brunswick.

Direction des ressources humaines

Mandat :

L'équipe des Services des ressources humaines assure la planification, le leadership, l'orientation et le soutien en matière de gestion des ressources humaines du Ministère.

La Direction élabore des orientations stratégiques et fournit les services suivants aux gestionnaires et aux employés : planification de la main-d'œuvre, santé, sécurité et mieux-être au travail, élaboration et interprétation des politiques et programmes de ressources humaines, meilleures pratiques en la matière, apprentissage et perfectionnement du personnel, résolution de conflits, recrutement et sélection, évaluation et classification et relations de travail.

Direction des finances et de l'administration

Mandat :

Assurer la conformité du Ministère aux exigences des diverses lois, des divers règlements et des autres directives financières établies, coordonner et gérer les opérations financières du Ministère et fournir en temps opportun des prévisions et des rapports financiers exacts, coordonner le processus budgétaire annuel, assurer la liaison avec les organismes centraux relativement à toutes les questions financières et fournir au sous-ministre et aux cadres supérieurs des services de soutien dans les domaines de l'analyse financière et des conseils financiers.

Direction des ventes, des médias et de l'expérience du visiteur

La Direction des ventes, des médias et de l'expérience du visiteur a pour principale responsabilité de voir à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une méthode intégrée de marketing et de vente axée sur les résultats dans nos principaux marchés nationaux et internationaux et d'assurer l'harmonisation avec la stratégie de vente et de marketing de trois ans du Ministère.

La ***Direction des ventes, des médias et de l'expérience du visiteur*** est chargée :

- d'établir des relations et des partenariats stratégiques avec les intervenants influents de l'industrie du voyage, les organismes touristiques clés et les médias touristiques;
- de positionner et de promouvoir le Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique par l'intermédiaire de tactiques pour l'établissement de relations avec les médias et l'industrie touristiques;
- d'augmenter le nombre de voyageurs stratégiques offrant les produits du Nouveau-Brunswick et d'augmenter les programmes offerts;
- de faire connaître le Nouveau-Brunswick comme destination touristique toutes saisons;
- d'offrir de la formation et du soutien à l'industrie en lien avec programme Quotient explorateur (QE);
- de travailler avec l'industrie afin de concevoir des produits et des expériences qui cadrent avec l'orientation du Quotient Explorateur (QE) et nos marchés cibles;
- d'établir dans les régions respectives des partenariats et des relations avec des intervenants dans le but de renforcer l'offre touristique globale pour les visiteurs.

Le personnel de Ventes et partenariats s'occupe de positionner et de promouvoir le Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique par l'intermédiaire de l'industrie (entreprises touristiques, compagnies aériennes, transporteurs, agences de voyage et exploitants en ligne) au Canada, aux États-Unis, en France, au Royaume-Uni et en Allemagne.

L'équipe des relations avec les médias est chargée de mobiliser les médias et les journalistes (rédacteurs en chef, diffuseurs, pigistes, médias en ligne et imprimés) de manière à obtenir une couverture médiatique et à accroître la visibilité du Nouveau-Brunswick, ce qui a pour effet d'encourager nos marchés cibles à fréquenter le Nouveau-Brunswick.

Développement des produits-créneaux guide la croissance du secteur du tourisme stratégique, entre autres le VTT, la chasse et la pêche, la motoneige et les sentiers provinciaux.

Expérience du visiteur est chargé de fournir un savoir-faire en matière de création de produits touristiques régionaux et un soutien à l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick, à longueur d'année, en travaillant avec nos intervenants à l'élaboration de produits touristiques permanents destinés aux consommateurs et prêts à l'exportation (industrie du tourisme).

Faits saillants :

Ventes et partenariats :

- Trailfinders, le deuxième voyageur en importance du R.-U. pour le nombre de passagers, a lancé un nouveau programme avion-auto en 2013 intitulé « Bay of Fundy Explorer » (explorateur de la baie de Fundy) mettant en vedette le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse. Le nouveau circuit comprend Saint John, Moncton, Fredericton et St. Andrews (quatre nuitées).
- Le programme 2013 de Road Scholar offrait 12 itinéraires et programmes mettant en vedette la Péninsule acadienne dans 39 départs vers le Nouveau-Brunswick.

Relations avec les médias :

- Le Nouveau-Brunswick a accueilli 176 journalistes (Boston Globe, Forbes, Financial Times, Voyage de Luxe et Chatelaine) dans le cadre de visites personnalisées à l'intention des médias qui mettaient en vedette des expériences touristiques dans toute la province.

Développement de produits-créneaux :

- Planification de la centralisation des activités de damage des sentiers au parc provincial Mont Carleton avec la Fédération des clubs de motoneige du Nouveau-Brunswick.
- Élaboration d'une politique sur l'utilisation des sentiers qui, lorsqu'elle sera adoptée, établira un réseau de sentiers sûrs, viables et stratégiquement situés dans la province.
- Élaboration d'un plan stratégique pour favoriser la croissance et la pérennité du secteur en consultation avec des intervenants du secteur de la pêche et de la chasse.

Expérience du visiteur :

- Les agents de développement de produits touristiques régionaux ont poursuivi leur travail avec l'industrie afin de mettre en valeur le potentiel du programme Collection d'expériences. Il s'agit d'une initiative clé de développement de produits du Ministère qui donne l'occasion à l'industrie de concevoir des expériences pratiques propres au Nouveau-Brunswick et offrant une valeur ajoutée pour ses activités.

Indicateurs clés de rendement :

Ventes et partenariats :

- Génération de plus de 11,8 millions de dollars pour des activités supplémentaires de vente et de marketing grâce à l'établissement de partenariats avec les principales entreprises touristiques ou les principaux organismes touristiques.
- L'équipe de Ventes et partenariats a organisé des voyages d'information au Nouveau-Brunswick à l'intention de 60 influenceurs touristiques (American Tours International [AHI], Road Scholar, Tour Trends et Anderson Vacation étaient du nombre).
- Présentation de séances de formation sur la province en tant que destination à plus de 1 046 professionnels du tourisme des marchés nationaux et internationaux.

Relations avec les médias :

- Obtention d'une couverture médiatique ayant donné lieu à 861 impressions dont la valeur publicitaire atteint 13 millions de dollars.

Expérience du visiteur :

- Les agents de développement touristique régionaux ont collaboré étroitement avec les exploitants de l'industrie touristique pour les aider à concevoir 23 « nouvelles » expériences, et un total de 113 expériences ont fait l'objet des activités de marketing de l'été 2014.

Direction du marketing et des renseignements aux visiteurs

Mandat :

Diriger la mise en œuvre du modèle de segmentation du marché touristique fondée sur le Quotient explorateur (QE) pour augmenter la demande d'expériences touristiques en été, en automne et en hiver par l'intermédiaire du marketing de destination interactif.

Faits saillants :

- Sept centres d'information aux visiteurs provinciaux ont été exploités pendant l'été 2013 et ont accueilli 74 500 groupes de visiteurs.
- Le site Web touristique a reçu une augmentation de 340 000 visiteurs de plus que l'année précédente, pour un total de 1 628 307 visiteurs.
- En ciblant les « adeptes d'expériences authentiques », les « explorateurs culturels » et les « voyageurs sans tracas » de l'Ontario, du Québec, de la Nouvelle-Écosse et des États-Unis, la Direction a réussi à faire augmenter de 20 % le nombre de ménages qui ont donné suite aux publicités sur le Nouveau-Brunswick, pour atteindre 308 111.
- Le Ministère a tenu des séances d'information printanières et automnales (29 en tout) dans toute la province, ce qui lui a permis d'entrer en communication avec plus de 700 membres de l'industrie et de les renseigner sur les activités de la Direction.

	2012-2013	2013-2014
Indications de clients et réservations	458 188	822 446
Valeur potentielle des pistes	2 942 658 \$	7 944 619 \$
Dépenses attribuables aux visiteurs	92 M\$	96 M\$

Direction des communications

Mandat :

Faire la promotion des programmes, politiques et activités du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture au moyen d'une planification et d'un soutien stratégiques des communications.

La Direction des communications comprend une directrice et une agente. La Direction élabore et met en œuvre des plans de communication, donne des conseils et offre un soutien au ministre et à l'équipe de la haute direction; gère toutes les activités liées aux relations avec les médias; planifie les annonces et les conférences de presse; prépare les documents de communication comme les discours, les communiqués de presse et les messages; coordonne l'élaboration et le placement des annonces au besoin, et conçoit et rédige le contenu Web. Elle participe également à la planification des activités de sensibilisation et de consultation du public.

Information financière

Aperçu de la situation financière pour l'année terminée le 31 mars 2014 (en milliers de dollars)

Le ministère dispose de cinq sources de financement :		
A	Compte ordinaire	37 415,3 \$
B	Fonds de la Société de développement régional	2 585,0 \$
C	Amélioration des installations	1 272,5 \$
D	Compte d'organisme de service spécial	4 707,8 \$
E	Compte à but spécial	742,9 \$

- A. Les dépenses du **compte ordinaire** prennent en charge le fonctionnement journalier du ministère.
- B. Le **Fonds de la Société de développement régional** vient compléter le budget du ministère en finançant des projets de développement et est traité dans le système de comptabilité du ministère.
- C. Les dépenses d'**amélioration des installations** couvrent les réparations majeures et les biens d'équipement.
- D. L'**organisme de service spécial** a été créé en vue de conserver les fonds résultant de l'exploitation pour réinvestissement dans le Terrain de golf de Mactaquac, le Parc provincial Hopewell Rocks, le Pavillon Sugarloaf et le Terrain de camping de la plage Parlee.
- E. Les **Comptes à but spécial** sont des comptes dans lesquels sont placés des revenus particuliers réservés à des fins précises.

Programme	Dépenses	Recettes et recouvrements
Administration		
A. Compte ordinaire	2 433,5	
Total	2 433,5 \$	0,0 \$
Parcs et Attractions		
A. Compte ordinaire	12 671,1	2 926,7
B. Fonds de la SDR	1 139,0	
C. Amélioration des installations	783,7	
E. Compte à but spécial	5,5	68,5
Total	14 599,3 \$	2 995,2 \$
Culture		
A. Compte ordinaire	4 793,1	
B. Fonds de la SDR	259,3	
E. Compte à but spécial	700,0	700,0
Total	5 752,4 \$	700,0 \$

Programme	Dépenses	Recettes et recouvrements
<i>Patrimoine</i>		
A. Compte ordinaire	2 869,0	
B. Fonds de la SDR	318,0	
C. Amélioration des installations	238,8	
E. Compte à but spécial	37,4	8,1
Total	3 463,2 \$	8,1 \$
<i>Musée du N.-B.</i>		
A. Compte ordinaire	2 239,4	
C. Amélioration des installations	250,0	
Total	2 489,4 \$	0,0 \$
<i>Marketing et Renseignements aux Visiteurs</i>		
A. Compte ordinaire	8 476,5	
B. Fonds de la SDR	424,8	
Total	8 901,3 \$	0,0 \$
<i>Ventes, Médias et Expérience du Visiteur</i>		
A. Compte ordinaire	3 932,7	
B. Fonds de la SDR	443,9	
Total	4 376,6 \$	0,0 \$
<i>Organisme de service spécial</i>		
D. Organisme de service spécial	4 707,8	4 296,2
Total	4 707,8 \$	4 296,2 \$
TOTAL	46 723,5 \$	7 999,5 \$

**État de dépenses par programme et par élément de programme
pour l'année terminée le 31 mars 2014 (en milliers de dollars)**

Dépenses au compte ordinaire	2013-2014 Budget définitif	2013-2014 Montants réels	Écarts plus (moins)	2012-2013 Montants réels
Administration	2 732,6 \$	2 433,5 \$	(299,1 \$)	2 437,2 \$
<i>Parcs, Patrimoine et Culture</i>				
Parcs et Attractions	12 082,0 \$	12 671,1 \$	589,1 \$	13 602,9 \$
Culture	4 832,0 \$	4 793,1 \$	(38,9 \$)	4 923,9 \$
Patrimoine	2 956,0 \$	2 869,0 \$	(87,0 \$)	2 918,6 \$
Musée du N.-B.	2 235,0 \$	2 239,4 \$	4,4 \$	2 244,2 \$
<i>Marketing, Ventes et Expérience du Visiteur</i>				
Marketing et Renseignements aux Visiteurs	8 773,0 \$	8 476,5 \$	(296,5 \$)	9 312,4 \$
Ventes, Médias et Expérience du Visiteur	4 147,0 \$	3 932,7 \$	(214,3 \$)	4 238,2 \$
Total des dépenses au compte ordinaire	37 757,6 \$	37 415,3 \$	(342,3 \$)	39 677,4 \$

**Compte de capital : État des dépenses pour l'année terminée le 31 mars 2014
(en milliers de dollars)**

	2013-2014 Budget	2013-2014 Montants réels	Écarts plus (moins)	2012-2013 Montants réels
Amélioration des installations	1 500,0 \$	1 272,5 \$	(227,5 \$)	750,0 \$
Total des dépenses au compte de capital	1 500,0 \$	1 272,5 \$	(227,5 \$)	750,0 \$

Projets d'immobilisations 2013-2014 (en milliers de dollars)

Installation	Total	Installation	Total
Parc provincial Sugarloaf	154,8 \$	Parc provincial de Mont Carleton	63,7 \$
Parc provincial New River Beach	20,0 \$	Village Historique Acadien	152,6 \$
Parc provincial Herring Cove	13,1 \$	Kings Landing	50,0 \$
Parc provincial The Anchorage	1,9 \$	Jardins Botanique	20,0 \$
Parc provincial de la République	233,9 \$	Musée du N.-B.	250,0 \$
Parc provincial Murray Beach	5,3 \$	Sites Patrimoine	238,9 \$
Parc provincial de la plage Parlee	38,1 \$	Projets divers	17,7 \$
Par provincial Oak Bay	12,5 \$	TOTAL	1 272,5 \$

État des recettes et recouvrements pour l'année terminée le 31 mars 2014
(en milliers de dollars)

Recettes au compte ordinaire	2013-2014 Budget	2013-2014 Montants réels	Écarts plus (moins)	2012-2013 Montants réels
Total Produits de placements	1,0 \$	0,8 \$	(0,2 \$)	0,9 \$
Total Ventes de biens et services	3 306,0 \$	2 909,1 \$	(396,9 \$)	3 140,0 \$
Total Recettes diverses	4,0 \$	16,8 \$	12,8 \$	28,7 \$
Total	3 311,0 \$	2 926,7 \$	(384,3 \$)	3 169,6 \$

Organisme de service spécial :

État des recettes et dépenses pour l'année terminée le 31 mars 2014
(en milliers de dollars)

	2013-2014 Budget	2013-2014 Montants réels	Écarts plus (moins)	2012-2013 Montants réels
Solde d'ouverture	2 036,8 \$	2 036,8 \$	0,0 \$	1 642,0 \$
Recettes				
Terrain de golf Mactaquac	1 000,0 \$	925,1 \$	(74,9 \$)	986,6 \$
Parc provincial Hopewell Rocks	2 209,0 \$	2 331,5 \$	122,5 \$	2 214,1 \$
Pavillion Sugarloaf	773,0 \$	789,2 \$	16,2 \$	732,8 \$
Terrain de camping de la plage Parlee	302,0 \$	250,4 \$	(51,6 \$)	246,5 \$
Recettes globales	4 284,0 \$	4 296,2 \$	12,2 \$	4 180,0 \$
Dépenses				
Terrain de golf Mactaquac	1 135,0 \$	955,8 \$	(179,2 \$)	863,4 \$
Parc provincial Hopewell Rocks	2 685,0 \$	2 628,8 \$	(56,2 \$)	1 779,6 \$
Pavillion Sugarloaf	740,0 \$	833,6 \$	93,6 \$	681,4 \$
Terrain de camping de la plage Parlee	384,0 \$	289,6 \$	(94,4 \$)	460,8 \$
Dépenses globales	4 944,0 \$	4 707,8 \$	(236,2 \$)	3 785,2 \$
TOTAL – OSS Solde de fermeture	1 376,8 \$	1 625,2 \$	248,4 \$	2 036,8 \$

Comptes à but spécial :
État des recettes et dépenses pour l'année terminée le 31 mars 2014
(en milliers de dollars)

	2013-2014 Budget	2013-2014 Montants réels	Écarts plus (moins)	2012-2013 Montants réels
<i>Entretien de la plage Parlee</i>				
Solde d'ouverture	114,0 \$	114,0 \$	0,0 \$	47,7 \$
Total Ventes de biens et services	79,0 \$	68,5 \$	(10,5 \$)	70,5 \$
Dépenses	55,0 \$	5,5 \$	(49,5 \$) ¹	4,2 \$
Solde de fermeture	138,0 \$	177,0 \$	39,0 \$	114,0 \$
Remarque : 1. Travail de remédiation remis à plus tard à l'exercice budgétaire 2014-2015				
<i>Parcs provinciaux – Programme d'éducation et de sensibilisation</i>				
Solde d'ouverture	6,9 \$	6,9 \$	0,0 \$	6,5 \$
Total Ventes de biens et services	0,0 \$	0,0 \$	0,0 \$	0,4 \$
Dépenses	0,0 \$	0,0 \$	0,0 \$	0,0 \$
Solde de fermeture	6,9 \$	6,9 \$	0,0 \$	6,9 \$
<i>Fonds en fiducie du vicomte Bennett</i>				
Solde d'ouverture	35,6 \$	35,6 \$	0,0 \$	27,3 \$
Autres intérêts créditeurs	10,0 \$	8,1 \$	(1,9 \$)	8,4 \$
Dépenses	10,0 \$	6,3 \$	(3,7 \$)	0,1 \$
Solde de fermeture	35,6 \$	37,4 \$	1,8 \$	35,6 \$
<i>Endroits historiques</i>				
Solde d'ouverture	72,0 \$	72,0 \$	0,0 \$	72,0 \$
Autres intérêts créditeurs	0,0 \$	0,0 \$	0,0 \$	0,0 \$
Dépenses	0,0 \$	31,1 \$	31,1 \$	0,0 \$
Solde de fermeture	72,0 \$	40,9 \$	(31,1 \$)	72,0 \$
<i>Fonds en fiducie pour le développement des arts</i>				
Solde d'ouverture	5,0 \$	5,0 \$	0,0 \$	5,0 \$
Recettes des loteries	700,0 \$	700,0 \$	0,0 \$	700,0 \$
Dépenses	700,0 \$	700,0 \$	0,0 \$	700,0 \$
Solde de fermeture	5,0 \$	5,0 \$	0,0 \$	5,0 \$

Résumé des activités de recrutement

Conformément à l'article 4 de la *Loi sur la Fonction publique*, le sous-ministre du ministère des Ressources humaines délègue à chacun des administrateurs généraux les activités de dotation de leur ministère respectif. Vous trouverez ci-dessous un résumé des activités de dotation pour l'exercice 2013-2014 du Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture.

Le ministère a annoncé 16 concours, soit 4 concours publics et 12 concours restreints (internes).

Conformément aux articles 15 et 16 de la *Loi sur la Fonction publique*, le ministère a effectué des nominations au moyen d'autres démarches visant à déterminer le mérite, sans concours, soit :

Type de nomination	Description de la nomination	Article de la Loi sur la Fonction publique	Numéro
Emplois professionnels, scientifiques ou techniques spécialisés	Une nomination peut être faite sans concours lorsqu'un poste requiert : <ul style="list-style-type: none">• un degré élevé d'expertise et de formation,• un degré élevé de compétences techniques,• une reconnaissance à titre d'expert du domaine.	15(1)	0
Programme d'égalité d'accès à l'emploi	Programme offrant aux Autochtones, aux personnes ayant un handicap et aux membres des minorités visibles l'égalité d'accès à des possibilités d'emploi, de formation et d'avancement.	16(1)(a)	0
Programme de gestion du talent au niveau ministériel	Les employés permanents faisant partie des réserves de talents gouvernementales et ministérielles qui répondent aux quatre critères d'évaluation du talent, notamment le rendement, l'état de préparation, la volonté et le degré d'urgence.	16(1)(b)	1
Mutation latérale	Le processus de mutation du gouvernement du Nouveau-Brunswick facilite la mutation des employés de la partie I, II (conseils scolaires) et III (corporations hospitalières) de la fonction publique.	16(1) ou 16(1)(c)	0
Nomination d'employés occasionnels ou temporaires à un poste permanent	Une personne qui est embauchée à titre occasionnel ou temporaire en vertu de l'article 17 peut être nommée sans concours à un poste permanent ayant été bien classifié au sein de la fonction publique.	16(1)(d)(i)	0
Nomination d'étudiants et d'apprentis à un poste permanent	Les étudiants pour les emplois d'été, les étudiants universitaires ou collégiaux de programmes CO-OP ou les apprentis peuvent être nommés à un poste de la fonction publique sans concours.	16(1)(d)(ii)	0

Résumé des projets de Loi et des activités législatives

No du projet de loi	Nom de la loi	Date de la sanction royale	Lien vers le projet de loi
49	Loi modifiant la <i>Loi sur la Galerie d'art Beaverbrook</i>	Le 21 juin 2013	http://www.gnb.ca/legis/bill/FILE/57/3/Bill-49-f.htm

Pour consulter toutes les lois et tous les règlements dont l'application relève du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture : <http://laws.gnb.ca/fr/deplinks?subjectnumber=37>.

Résumé des activités liées aux langues officielles

Introduction

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a élaboré un plan d'action dans le cadre du Plan sur les langues officielles du gouvernement afin de s'assurer que tous les employés peuvent travailler dans la langue de leur choix et que le public reçoit un service de qualité dans la langue de son choix. Le Ministère a élaboré des objectifs qui ont contribué au but qui consiste à offrir un service de qualité dans les deux langues officielles. Quelques-unes de nos réussites sont mentionnées ci-dessous.

Axe 1

Le Ministère continue d'avoir de la difficulté à trouver des personnes qualifiées qui sont en mesure d'offrir un service de qualité dans les deux langues officielles pour doter des postes dans des régions plutôt unilingues de la province.

Afin d'atteindre cet objectif, le Ministère a défini des profils linguistiques pour les employés occasionnels et les étudiants à ces endroits. Ces profils permettent aux gestionnaires d'assurer l'embauche d'un effectif qui répond aux besoins linguistiques de cette région.

Le Ministère a aussi effectué des vérifications régulières sans préavis de tous les employés de première ligne pour assurer le respect de l'offre active et la capacité de servir les clients dans la langue de leur choix.

Axe 2

Le Ministère a voulu s'assurer que tous les outils de travail fournis aux employés étaient offerts dans les deux langues officielles.

Au cours du processus annuel d'évaluation du rendement, on invite les employés à demander à que leur évaluation soit faite dans la langue de leur choix. Leur gestionnaire discute aussi des politiques sur la langue de travail et la langue de service pour garantir que les employés comprennent l'obligation qui leur incombe de respecter la Loi sur les langues officielles.

Axe 3

En 2013, pendant l'examen de la Politique culturelle et de la *Loi sur les parcs*, le Ministère a tenu des consultations publiques dans les deux langues officielles pour faire en sorte que le public soit au courant du processus, y participe et soit en mesure de s'exprimer dans la langue de son choix.

Axe 4

La coordinatrice des langues officielles a distribué aux employés le dépliant intitulé « Deux langues pour vivre ensemble! ». Le document a permis aux employés de connaître et de comprendre la *Loi sur les langues officielles* et de mieux saisir l'importance de voir à sa promotion au sein du Ministère et auprès du public.

Conclusion

La commissaire aux langues officielles du Nouveau-Brunswick a reconnu que la Direction de la stratégie et de la gestion des processus du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture et la gestionnaire, Expérience touristique du visiteur offrent un excellent service dans les deux langues officielles et remplissent leurs obligations linguistiques au quotidien. Elles se sont distinguées parce qu'elles vont au-delà des exigences de la Loi sur les langues officielles et continuent de promouvoir les deux langues officielles en milieu de travail et auprès du public.

Annexes

Annexe A

Parcs provinciaux et infrastructures touristiques du Nouveau-Brunswick

Installation	Lieu	Propriétaire	Exploitation
<i>Parcs provinciaux</i>			
Mactaquac	Mactaquac	TPC	exploité par TPC
de la République	Saint Jacques	TPC	exploité par TPC
Sugarloaf	Atholville	TPC	exploité par TPC
Parlee Beach	Pointe-du-Chêne	TPC	exploité par TPC
Murray Beach	Murray Corner	TPC	exploité par TPC
New River Beach	New River	TPC	exploité par TPC
Lepreau Falls	Lepreau	TPC	exploité par TPC
The Anchorage	Grand Manan	TPC	Entente d'exploitation
Mont-Carleton	Saint-Quentin	TPC	exploité par TPC
Castalia	Grand Manan	TPC	Entente d'exploitation
Herring Cove	Campobello	TPC	exploité par TPC
Sainte-Croix	Bayside	TPC	non aménagé
Val-Comeau	Val Comeau	TPC	Entente d'exploitation
Oak Bay	Oak Bay	TPC	Entente d'exploitation
Parc provincial Hopewell Rocks	Hopewell Cape	TPC	exploité par TPC
Parc provincial du sentier Fundy	St. Martins	TPC	Entente d'exploitation
<i>Infrastructures touristiques</i>			
Village Historique Acadien	Rivière-du-Nord	TPC	exploité par TPC
Village Historique de Kings Landing	Prince William	KLC	société de la Couronne
Jardin botanique du Nouveau-Brunswick	Saint-Jacques	TPC	Entente d'exploitation
Pavillon de pêche Larry's Gulch	Kedgwick	TPC	exploité par TPC
Pays de la Sagouine	Bouctouche	TPC et MSG	aidé par TPC
Centre d'interprétation de la nature Cape Jourmain	Cape Jourmain	Service canadien de la faune	aidé par TPC
Cap Enragé	Cap Enragé	TPC	Entente d'exploitation

Installation	Lieu	Propriétaire	Exploitation
<i>Centres d'information aux visiteurs</i>			
Saint-Jacques	Saint-Jacques	TPC	exploité par TPC
Woodstock	Woodstock	TPC	exploité par TPC
Aulac	Aulac	TPC	exploité par TPC
St. Stephen	St. Stephen	Location	exploité par TPC
Cape Jourmain	Cape Jourmain	Location	exploité par TPC
Campbellton	Campbellton	Location	exploité par TPC
île de Campobello	Welshpool	TPC	exploité par TPC
Princess of Acadia – Bay Ferries	Saint John à Digby	TPC	exploité par TPC
<i>Centre de communication touristique</i>			
Centre de communication touristique	Campbellton	Location	exploité par TPC

Annexe B

Lieux historiques provinciaux du Nouveau-Brunswick

Installation	Lieu	Propriétaire	Exploitation
<i>Lieux historiques provinciaux</i>			
Maison Doak	Doaktown	TPC	exploité par le Miramichi Salmon Museum Inc. / Atlantic Salmon Museum
Ferme MacDonald	Bartibog Bridge	TPC	exploité par le Highland Society of New Brunswick at Miramichi
Bonar Law	Rexton	TPC	exploité par le Village de Rexton
Maison du shérif Andrews	St. Andrews	TPC	exploité par la ville de St. Andrews
Île Ministers	Ministers Island	TPC	exploité par la propriété Van Horne Estate sur l'île Ministers