

Tourisme, Patrimoine et Culture

Rapport annuel
2014–2015

Tourisme, Patrimoine et Culture
Rapport annuel 2014-2015

Province du Nouveau-Brunswick

C.P. 6000, Fredericton (N.-B.) E3B 5H1 CANADA

ISBN 978-1- 4605-0929-6 (copie papier bilingue)
ISBN 978-1- 4605-0931-9 (PDF : version française)

ISSN 2368-6405 (copie papier bilingue)
ISSN 2368-6413 (PDF : version française)

Lettres d'accompagnement

Du ministre à la lieutenant-gouverneure

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

Madame la Lieutenant-gouverneure,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du Nouveau-Brunswick pour l'exercice financier du 1er avril 2014 au 31 mars 2015.

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

A blue ink signature of Bill Fraser, written in a cursive style.

L'honorable Bill Fraser
Ministre

De la sous-ministre au ministre

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

Monsieur,

Je suis heureuse de vous soumettre le présent rapport annuel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture pour l'exercice financier du 1er avril 2014 au 31 mars 2015.

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

A black ink signature of Kelly Cain, written in a cursive style.

Kelly Cain
Sous-ministre

Table des matières

Lettres d'accompagnement	i
Message du ministre	1
Message de la sous-ministre	2
Priorités stratégiques	3
Faits saillants	4
Mesures du rendement.	5
Survol des opérations du ministère	17
Information financière	24
Résumé des activités de recrutement.	26
Résumé des projets de loi et des activités législatives	27
Résumé des activités liées aux langues officielles	28
Rapport sur la <i>Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public</i>	29
Annexe :	
Parcs provinciaux, installations touristiques, centres d'information aux visiteurs et Centre de communication touristique	29

Message du ministre

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a comme mandat de favoriser la prospérité économique du Nouveau-Brunswick par le développement et la promotion responsables d'activités touristiques toutes saisons tout en préservant l'intégrité de l'environnement et de la culture de la province.

Le tourisme, le patrimoine et la culture sont d'importants moteurs économiques qui contribueront à la croissance de notre économie et à la création d'emplois. Le Ministère a délibérément accordé du financement aux domaines qui offrent le meilleur potentiel à ces deux égards, comme l'industrie cinématographique et la mise en œuvre d'*Un avenir empreint de créativité – Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick*.

Cette année a aussi marqué le lancement, par le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture, d'un nouveau site Web réactif s'inscrivant dans le cadre des efforts de marketing intégrés pour susciter l'intérêt d'un plus grand nombre de visiteurs potentiels et les attirer au Nouveau-Brunswick.

Le Ministère a par ailleurs achevé l'examen de la *Loi sur les parcs*. Par suite de consultations menées à l'échelle de la province en 2013-2014, les opinions de plus de 2 500 résidents du Nouveau-Brunswick ont été prises en compte dans la mise en œuvre de 16 modifications législatives et réglementaires importantes jouant un rôle déterminant.

Au moyen de ces initiatives et d'autres initiatives importantes, le Ministère a collaboré avec l'industrie du tourisme afin de promouvoir le Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique de classe mondiale et attirer les visiteurs dans notre belle province.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Bill Fraser', with a long horizontal stroke extending to the right.

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

Message de la sous-ministre

C'est un privilège, pour le personnel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture, que de travailler avec des propriétaires d'entreprise, des chefs de file du secteur et des intervenants clés de l'industrie pour contribuer au bien-être économique, à la préservation du patrimoine et à la célébration de la culture du Nouveau-Brunswick.

Mettant à profit nos importantes ressources culturelles et nos attributs naturels et patrimoniaux uniques, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture parvient à s'acquitter de sa mission, qui consiste à favoriser la croissance économique et un sentiment de fierté dans la population. Grâce à ses programmes et services et à de nombreux partenariats, Tourisme, Patrimoine et Culture travaille en étroite collaboration avec les provinces voisines, l'État du Maine ainsi que des organismes à but lucratif et sans but lucratif pour faire du Nouveau-Brunswick un endroit où il fait bon élever une famille.

De la mise en œuvre d'*Un avenir empreint de créativité – Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick* à l'accroissement de la fréquentation de nos parcs, sites et attractions, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture continue d'améliorer le rendement organisationnel et d'élargir la prestation des services aux citoyens du Nouveau-Brunswick tout en créant de nouvelles raisons pour les visiteurs de mettre le cap sur la province.

J'aimerais remercier sincèrement l'équipe dévouée du Ministère pour son enthousiasme inlassable et son engagement à l'égard des gens et des collectivités que nous servons.



Kelly Cain
Sous-ministre

Priorités stratégiques

Gestion stratégique

Le gouvernement du Nouveau-Brunswick (GNB) a instauré un système de gestion officielle qui met à profit des pratiques opérationnelles d'avant-garde en matière d'élaboration, de communication et de révision de la stratégie. Grâce à ce processus, les services publics disposent d'une méthode ayant fait ses preuves pour mettre en œuvre la stratégie et favoriser les améliorations de façon soutenue.

L'élaboration de la stratégie, au moyen du système de gestion officielle, fait fond sur la vision stratégique énoncée dans le document *Le Nouveau-Brunswick en marche*. Cette vision découle des quatre thèmes stratégiques suivants :

- *Plus d'emplois* – Instaurer le meilleur contexte possible pour la création d'emplois par les Néo-Brunswickois et par leurs entreprises, grâce à leurs idées, à leur esprit d'entrepreneuriat et à leur travail acharné. Pour ce faire, le gouvernement doit fournir un soutien continu aux entreprises, mettre à contribution les nouvelles technologies et l'innovation en appuyant la recherche et le développement et former des travailleurs compétents en améliorant les taux de littératie et l'éducation.
- *Responsabilité fiscale* – Mettre de l'ordre dans les finances du Nouveau-Brunswick grâce à une démarche équilibrée qui passe par la réduction des dépenses et l'augmentation des recettes.
- *Le meilleur endroit pour élever une famille* – Concevoir des programmes sociaux afin de rendre la vie plus abordable et faire du Nouveau-Brunswick le meilleur endroit où élever une famille.
- *Un gouvernement intelligent* – Faire en sorte que les contribuables en aient davantage pour leur argent et transformer la culture du gouvernement en favorisant l'élimination du gaspillage et des chevauchements, l'adoption des innovations technologiques les plus modernes afin d'améliorer les services et réaliser des économies ainsi que l'amélioration des mesures en matière de reddition de comptes.

Faits saillants

Au cours de l'exercice financier 2014-2015, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a harmonisé son intervention avec les priorités stratégiques en se penchant sur ce qui suit :



L'achèvement de l'examen de la *Loi sur les parcs* et la mise en œuvre de 16 modifications législatives et réglementaires importantes jouant un rôle déterminant. Ces modifications constituent le fondement du renouvellement de la *Loi sur les parcs* pour le XXI^e siècle. La *Loi* originale ayant été promulguée en 1961, cet examen était attendu depuis plus de 50 ans. Il s'est fait à la lumière des opinions formulées par plus de 2 500 résidents du Nouveau-Brunswick à l'occasion de consultations provinciales menées en 2013-2014.



La politique culturelle renouvelée *Un avenir empreint de créativité* a été dévoilée en juin 2014. Trois millions de dollars additionnels ont été alloués pour en soutenir la mise en œuvre. Plusieurs nouveaux programmes ont été lancés, et d'importants établissements culturels ont vu leur financement augmenter.



Le marketing touristique du Nouveau-Brunswick s'est concentré sur les appareils mobiles, en vue de mieux servir le nombre croissant de visiteurs qui planifient leurs voyages à l'aide de leurs appareils mobiles et qui les utilisent dans la province.



Les partenariats de marketing touristique du Nouveau-Brunswick avec 34 organismes de l'industrie et voyagistes ont permis à la province d'aller chercher 10,9 millions de dollars en marketing à l'échelle nationale et internationale. Les relations avec les médias ont mené à la publication d'articles et à la diffusion d'émissions sur le tourisme au Nouveau-Brunswick totalisant 836 millions d'impressions, pour une valeur médiatique équivalant à 13,6 millions de dollars. Grâce à un marketing touristique ciblant directement le consommateur, le Ministère est parvenu à attirer dans la province 136 000 visiteurs, dont les dépenses se sont élevées à 97,8 millions de dollars; quelque 7,5 millions de dollars en recettes fiscales provinciales ont ainsi été générés, ce qui représente un rendement de l'investissement des contribuables de 3,50 \$ pour chaque dollar investi.



Dix projets d'amélioration des processus ont été menés à bien et ont permis d'économiser ou de générer un total de 587 000 \$ tout en favorisant l'instauration d'une culture d'amélioration continue dans l'ensemble du Ministère. L'un des points saillants de l'année a été l'augmentation de 345 000 \$ (34 pourcent) des recettes engendrées par l'équipe de projet Lean Six Sigma du parc provincial Sugarloaf. De nombreux membres du personnel ont aussi mené des « recherches du gaspillage » qui ont permis de réaliser des économies directes et indirectes totalisant 53 000 \$.

Mesures du rendement

Plus d'emplois	Mesures
Préserver, mettre en valeur et promouvoir les ressources naturelles, culturelles et patrimoniales du Nouveau-Brunswick	Dépenses des visiteurs Nbre d'impressions dans les médias
Renforcer les industries touristique et culturelle	Nbre d'indications de clients et de réservations et valeur en dollars
Responsabilité fiscale	Mesures
Établir un budget viable	Rapport des dépenses réelles et des dépenses budgétées
Accroître les recettes	Rapport des recettes réelles et des recettes budgétées
Prioriser, optimiser et améliorer les processus	Économies réalisées et recettes générées grâce à l'amélioration continue
Meilleur endroit pour élever une famille	Mesures
Préserver, mettre en valeur et promouvoir les ressources naturelles, culturelles et patrimoniales du Nouveau-Brunswick	Nbre de personnes fréquentant les parcs et les attractions Nbre de participants aux activités et aux programmes relatifs au patrimoine
Rehausser l'identité néo-brunswickoise	Nbre de mesures clés de la politique culturelle mises en œuvre
Fournir des programmes et des services innovateurs	Nbre de changements mis en œuvre pour respecter les engagements découlant de l'examen de la Loi sur les parcs
Gouvernement intelligent	Mesures
Accès en temps opportun à des renseignements pertinents et de qualité	Nbre de processus gérés au moyen de paramètres

Plus d'emplois

Objectif de la mesure

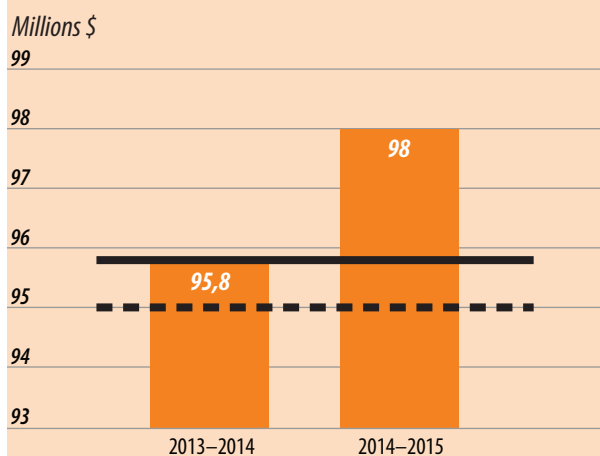
Préserver, mettre en valeur et promouvoir les ressources naturelles, culturelles et patrimoniales du Nouveau-Brunswick.

Mesure

Dépenses des visiteurs.

Description de la mesure

Revenus du tourisme d'exportation découlant de l'achat de biens et de services touristiques du Nouveau-Brunswick par des visiteurs attirés dans la province par les activités de promotion du voyage d'agrément du Ministère.



Rendement général

Objectif ambitieux de 97 millions de dollars dépassé

- Référence : 95,8 millions de dollars
- - - - - Cible : 95 millions de dollars
- Réel : 98 millions de dollars

Raison d'être de cette mesure?

Les investissements en marketing touristique réalisés par le Ministère avec des partenaires comme la Commission canadienne du tourisme et le Partenariat du tourisme du Canada atlantique sont assortis d'objectifs ayant pour but l'atteinte d'un certain rendement du capital investi. Le Ministère mesure donc les réponses à ses publicités touristiques afin d'évaluer l'efficacité et l'efficience de chaque investissement en fonction des visites et des dépenses générées dans le secteur touristique provincial.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

Du contenu personnalisé et vidéo a été intégré au site Web touristique ainsi qu'à la publicité numérique pour accroître l'intérêt du consommateur pour le contenu de marque du Nouveau-Brunswick, ce qui a permis d'accroître la valeur des indications de clients et des réservations par l'intermédiaire du site Web touristique, ainsi que les dépenses des visiteurs ainsi mobilisés.

Plus d'emplois

Objectif de la mesure

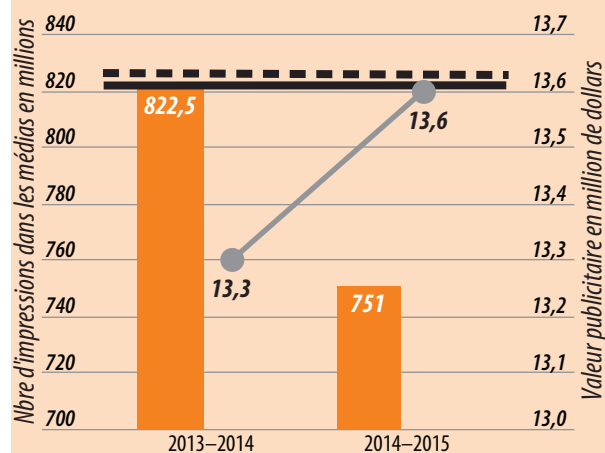
Préserver, mettre en valeur et promouvoir les ressources naturelles, culturelles et patrimoniales du Nouveau-Brunswick.

Mesure

Nbre d'impressions dans les médias et valeur publicitaire en dollars.

Description de la mesure

« MediaMiser » fournit des mesures selon les normes de l'industrie quant à la fréquence, à la portée et à la valeur publicitaire d'un message médiatique dans des secteurs ciblés et des créneaux particuliers. Ces mesures sont utilisées pour estimer le public potentiel des messages touristiques du Nouveau-Brunswick sur les marchés touristiques ciblés, par suite des efforts déployés par l'équipe des relations avec les médias du Ministère.



Rendement général

En deçà du rendement de base

- Référence** : 859 millions d'impressions, d'une valeur publicitaire de 13,3 millions de dollars
- Cible** : 860 millions d'impressions, d'une valeur publicitaire de 13 millions de dollars
- Réel** : 836 millions d'impressions, d'une valeur publicitaire de 13,6 millions de dollars

Raison d'être de cette mesure?

Le Ministère mesure la couverture médiatique générée grâce à l'équipe des relations avec les médias afin d'évaluer l'efficacité et l'efficience de ses efforts en vue de solliciter d'influents médias du secteur du touristique et de la consommation, invités à rédiger et à publier des articles et des éditoriaux sur les expériences et les produits touristiques distinctifs du Nouveau-Brunswick.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

En plus du travail constant auprès des chroniqueurs touristiques qualifiés, une initiative a été lancée en vue d'harmoniser les relations avec les médias et les médias sociaux, comme complément aux articles sur le tourisme au Nouveau-Brunswick tandis que les journalistes se trouvent dans la province et que les articles sont préparés pour publication.

Des efforts ont été déployés pour harmoniser les relations avec les médias et les médias sociaux. Les chiffres ci-dessus n'en reflètent toutefois pas encore les résultats.

Plus d'emplois

Objectif de la mesure

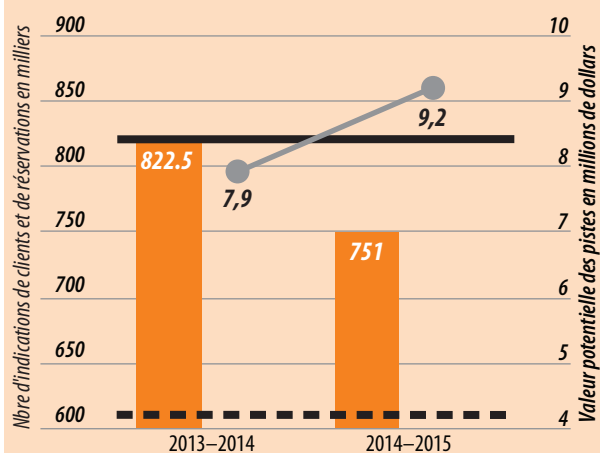
Renforcer les industries touristique et culturelle.

Mesure

Nbre d'indications de clients et de réservations et valeur en dollars.

Description de la mesure

Il s'agit là d'une mesure du nombre d'indications de clients et de réservations par l'intermédiaire de tourisme nouveau Brunswick.ca et de leur valeur en tant qu'indicateur important de l'activité dans le secteur du tourisme du Nouveau-Brunswick découlant des campagnes de marketing touristique du Ministère. Comme les publicités touristiques du Nouveau-Brunswick sur les marchés les plus prometteurs sont conçues pour diriger directement les visiteurs éventuels vers les pages Web des campagnes, l'activité supplémentaire correspond au nombre d'indications de clients pour des attractions, des terrains de camping et des établissements d'hébergement.



Rendement général

Objectifs ambitieux de 700 000 et de 4,8 millions de dollars dépassés.

Il convient de souligner que les cibles fixées pour 2014-2015 étaient inférieures au niveau de référence de 2013-2014, l'accent étant mis sur le contenu du site Web touristique plutôt que sur les indications directes de clients. L'intérêt accru suscité à l'égard du contenu du site Web touristique a cependant mené à des indications de clients et des réservations de plus grande valeur (produits à valeur ajoutée de la Collection d'expériences, par exemple).

—————	Référence : 822 446, 7,94 millions de dollars
- - - - -	Cible : 623 000, 4,25 millions de dollars
	Réel : 750 989, 9,2 millions de dollars

Raison d'être de cette mesure?

Les indications de clients et les réservations générées à partir du site Web touristique provincial sont d'importants indicateurs de l'intérêt suscité par les activités ministérielles de marketing touristique, qui sont pertinents pour les 1 200 partenaires du Ministère qui exploitent des entreprises dans le secteur touristique.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

La personnalisation du contenu du site Web touristique et de la publicité numérique, le référencement mobile et l'intégration de vidéos ont permis d'accroître l'intérêt du consommateur pour les expériences et les produits touristiques recommandés sur le site.

Responsabilité fiscale

Objectif de la mesure

Établir un budget viable.

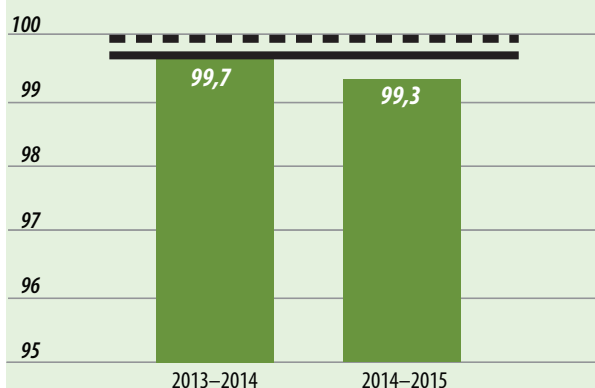
Mesure

Rapport des dépenses réelles et des dépenses budgétées.

Description de la mesure

Ce rapport permet d'évaluer si les dépenses du Ministère dépassent ou non ce qui était prévu au budget. Il se chiffrera à plus de 100 pourcent s'il y a dépassement budgétaire et à moins de 100 pourcent dans le cas contraire.

101 Pourcent



Rendement général

Dépenses – Objectif ambitieux de 99,5 pourcent dépassée

- Référence : 99,7 pourcent
- - - - - Cible : 100,0 pourcent
- Réel : 99,3 pourcent

Raison d'être de cette mesure?

Ces mesures permettent au Ministère de gérer les dépenses globales et incitent à générer des recettes. Le Ministère doit veiller à ce que les dépenses soient gérées conformément au budget établi et doit être prêt à adopter des mesures correctives si un dépassement budgétaire est prévu. Les recettes prévues sont des cibles, et le Ministère s'efforce de les atteindre, voire de les dépasser.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

Le Ministère est parvenu à dépasser la cible qu'il s'était fixée en matière de dépenses grâce à l'attrition, à un approvisionnement stratégique et à des initiatives d'amélioration des processus comprenant notamment la gestion des centres d'information aux visiteurs et du parc de véhicules.

Responsabilité fiscale

Objectif de la mesure

Accroître les recettes.

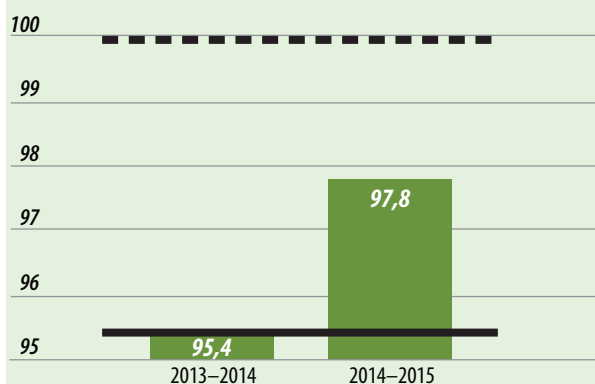
Mesure

Rapport des recettes réelles et des recettes budgétées.

Description de la mesure

Ce rapport permet d'évaluer si les dépenses et recettes du Ministère ont ou non dépassé son budget. Il se chiffrera à plus de 100 pourcent lorsque les recettes dépassent ce qui était prévu au budget et à moins de 100 pourcent dans le cas contraire.

101 Pourcent



Rendement général

Recettes - Rendement amélioré (entre le niveau de référence et la cible)

- Référence : 95,4 pourcent
- - - Cible : 100 pourcent
- Réel : 97,8 pourcent

Raison d'être de cette mesure?

Ces mesures permettent au Ministère de gérer les dépenses globales et incitent à générer des recettes. Le Ministère doit veiller à ce que les dépenses soient gérées conformément au budget établi et doit être prêt à adopter des mesures correctives si un dépassement budgétaire est prévu. Les recettes prévues sont des cibles, et le Ministère s'efforce de les atteindre, voire de les dépasser.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

Bien que le Ministère n'ait pas atteint la cible qu'il s'était fixée en matière de recettes, il a dépassé le niveau de référence grâce à un projet Lean Six Sigma au parc provincial Sugarloaf.

Responsabilité fiscale

Objectif de la mesure

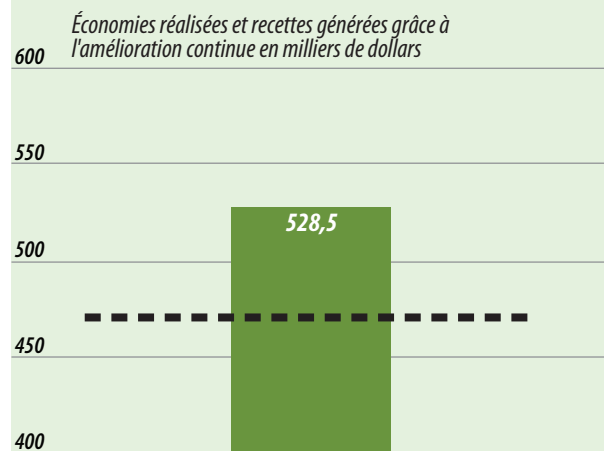
Prioriser, optimiser et améliorer les processus.

Mesure

Économies réalisées et recettes générées grâce à l'amélioration continue.

Description de la mesure

Cette mesure décrit le montant total économisé ou généré par diverses initiatives d'amélioration continue. Ce montant comprend les économies directes, les coûts évités et les recettes générées par des projets Lean Six Sigma et des recherches du gaspillage.



Rendement général

Supérieur à la cible

— Référence : Nouveau
- - - Cible : 470,000 \$
Réel : 528,527 \$

Raison d'être de cette mesure?

La réduction des coûts et l'accroissement des recettes constituaient une priorité stratégique, et mesurer les économies réalisées grâce à l'amélioration continue a permis au Ministère de gérer les activités d'amélioration, mais aussi d'en élever le niveau.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

- Dix projets d'amélioration des processus ont été menés à bien. Les plus importants sont énumérés ci-dessous :
- Accroissement des recettes au parc Sugarloaf – 345 000 \$
- Services de développement de la technologie de l'information (TI) – 100 000 \$
- La formation des employés à la recherche du gaspillage et la réalisation de telles recherches ont permis d'économiser 53 000 \$.

Meilleur endroit pour élever une famille

Objectif de la mesure

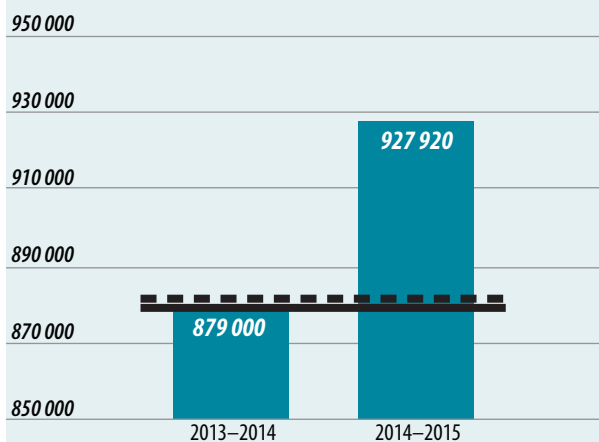
Préserver, mettre en valeur et promouvoir les ressources naturelles, culturelles et patrimoniales du Nouveau-Brunswick.

Mesure

Nbre de personnes fréquentant les parcs et les attractions.

Description de la mesure

Cette mesure est essentiellement axée sur la fréquentation des attractions provinciales et des terrains de camping des parcs provinciaux ainsi que sur la participation aux programmes ministériels dans les parcs et les attractions; elle vise à assurer la prestation de programmes et de services utiles et novateurs aux résidents du Nouveau-Brunswick comme aux visiteurs.



Rendement général

Objectif ambitieux de 884 000 dépassé

- Référence : 879 000
- - - - - Cible : 881 500
- Réel : 927 920

Raison d'être de cette mesure?

Cette mesure reflète l'efficacité et l'efficacité des programmes d'attractions et de parcs provinciaux en vue d'attirer des résidents du Nouveau-Brunswick et des visiteurs vers les ressources naturelles et patrimoniales de la province.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

Le Ministère a entrepris des initiatives de partenariat et de gestion de programmes en vue d'accroître la participation aux programmes dans les parcs et les attractions de la province.

Le Ministère a employé une stratégie de marketing englobant radio, Internet et médias sociaux pour inciter les Néo-Brunswickois à « déconnecter », à sortir et à profiter des bienfaits pour la santé des parcs et des attractions du Nouveau-Brunswick. Le programme N.-B. au grand air, dirigé par des jeunes, a par ailleurs organisé pour une deuxième année consécutive des activités distinctives régulières dans les parcs.

Meilleur endroit pour élever une famille

Objectif de la mesure

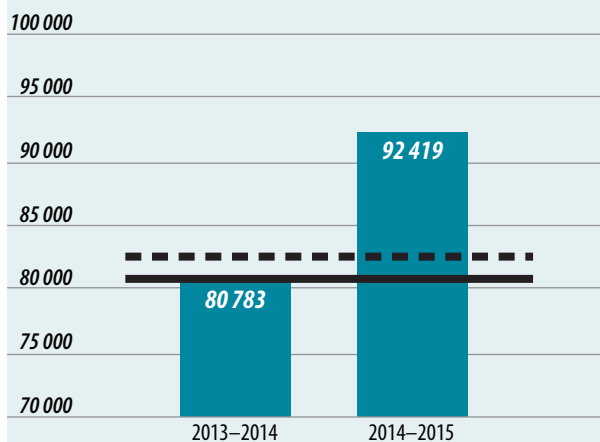
Préserver, mettre en valeur et promouvoir les ressources naturelles, culturelles et patrimoniales du Nouveau-Brunswick.

Mesure

Nbre de participants aux activités et aux programmes relatifs au patrimoine.

Description de la mesure

Cette mesure porte sur les taux de participation aux programmes patrimoniaux, du patrimoine architectural à la restauration d'œuvres d'art en passant par la Semaine du patrimoine et les fêtes du patrimoine, la commémoration d'événements et la fête du Nouveau-Brunswick.



Rendement général

Objectif ambitieux de 82 443 dépassé

- Référence : 80 783
- - - - - Cible : 82 398
- Réel : 92 419

Raison d'être de cette mesure?

Cette mesure contribue à l'évaluation de l'efficacité et de l'efficience des programmes patrimoniaux pour ce qui est de préserver les ressources patrimoniales et de célébrer les événements et les lieux historiques du Nouveau-Brunswick.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

Des fêtes du patrimoine ainsi que d'autres projets patrimoniaux et activités commémoratives communautaires ont été organisés dans le cadre de la mise en œuvre d'*Un avenir empreint de créativité – Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick*.

Meilleur endroit pour élever une famille

Objectif de la mesure

Rehausser l'identité néo-brunswickoise.

Mesure

Nbre de mesures clés d'*Un avenir empreint de créativité – Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick* mises en œuvre.

Description de la mesure

Il s'agit là d'une mesure du progrès réalisé dans la mise en œuvre de la politique, y compris d'importantes initiatives et d'importants ajustements aux programmes et services.

Rendement général

Six mesures mises en œuvre parmi les onze prévues par la politique.

Référence : Nouveau

Cible : 11

Réel : 6

Raison d'être de cette mesure?

Assurer l'exécution en temps opportun des mesures prises par le Ministère pour mettre en œuvre la politique.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

- **Mise sur pied d'un comité de mise en œuvre pour la politique culturelle** : Un groupe interministériel a été constitué et les membres ont commencé à travailler de concert sur les mesures à prendre.
- **Promotion des réseaux et création de nouvelles possibilités de tournées provinciales pour les artistes du Nouveau-Brunswick** : En novembre 2014, on a élargi le programme provincial d'aide à la tournée et à la diffusion, augmenté le budget qui lui était alloué et on en a fait la promotion auprès des organismes sans but lucratif admissibles. En 2014, 21 groupes ont obtenu du financement par l'intermédiaire de ce programme.
- **Accroissement du soutien à l'intégration des arts dans les écoles francophones et anglophones** : En 2014-2015, 4 510 élèves d'écoles francophones ont participé à « La Grande visite » et 4 817 élèves anglophones, à « VanGO! ». Les deux programmes comprennent des expositions d'œuvres d'artistes néo-brunswickois provenant de la Banque d'œuvres d'art du Nouveau-Brunswick. En tout, 24 écoles ont participé au programme de tournées 2014-2015.
- **Travaux relatifs au Groupe de travail sur le statut de l'artiste** : Des travaux relativement à cette initiative ont été entrepris en 2014 dans le but de formuler des recommandations ou de proposer des mesures

qui permettraient d'améliorer la situation socio-économique des artistes professionnels. La structure du groupe de travail a été examinée en 2014, et un modèle organisationnel consistant en un groupe de travail et en des sous-comités a été mis en place afin d'accélérer le processus et de le rendre plus efficient. Dans la foulée d'un rapport de recherche qui doit être rédigé, on procédera à une analyse des lois et des modèles de programmes nationaux et internationaux en vigueur afin de jeter les assises du travail qui reste à accomplir dans cet important dossier.

- **Accroissement de la capacité de recherche statistique du Ministère dans le domaine de la culture** : Le Compte satellite de la culture (CSC), une initiative nationale relevant de la compétence provinciale et territoriale, a été créé en tant qu'outil pour mesurer la contribution économique des arts, des industries culturelles, du patrimoine et du sport à l'économie canadienne. Le Ministère a aussi commencé à mesurer la participation du public dans le cadre de festivals et de programmes de partenariat communautaire. Cette démarche permettra au Ministère de mieux comprendre les secteurs en émergence et en expansion aux fins d'investissement stratégique et de soutien.
- **Appui des organismes artistiques** : Une initiative a été lancée en vue d'offrir 650 000 \$ de plus pour le soutien stratégique des organismes artistiques professionnels provinciaux. L'élargissement de la portée de ce programme et l'augmentation du budget ont permis aux organismes de fonctionner plus efficacement et de dispenser un plus grand nombre de programmes.
- **Initiative en matière d'inventaire des infrastructures culturelles** : L'« [Inventaire des installations et des biens culturels du Nouveau-Brunswick](#) » a été lancé en 2013 et on en a fait la promotion auprès des organismes, des municipalités et des intervenants en tant que ressource pour l'infrastructure culturelle au Nouveau-Brunswick. Durant la deuxième étape, en 2014, d'autres installations et biens culturels provinciaux ont été ajoutés, de même que des installations et biens non traditionnels. La prochaine étape encouragera la poursuite de l'expansion de la base de données tout en créant des partenariats avec d'autres ministères pour élaborer une approche de planification intégrée pour la culture et d'autres secteurs.
- **Mise en commun et à profit des pratiques exemplaires des artistes professionnels, des institutions culturelles, des organismes ainsi que des entreprises créatives du Nouveau-Brunswick** : En travaillant de concert avec l'État du Maine dans le cadre du Protocole d'entente portant sur

l'Initiative culturelle Maine–Nouveau-Brunswick, les deux régions s'appuient sur leurs succès mutuels dans les secteurs artistique et culturel. Parmi les autres partenariats dignes de mention en 2014-2015, notons l'initiative d'un programme d'exposition mixte d'organismes artistiques au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard, intitulée

« Ô Canada », une exposition d'art contemporain canadien présentée par la Galerie Louise-et-Rueben-Cohen de l'Université de Moncton et la Galerie Sans Nom à Moncton, l'Owens Art Gallery à Sackville et le Centre des arts de la Confédération, à Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard).

Meilleur endroit pour élever une famille

Objectif de la mesure

Fournir des programmes et des services innovateurs.

Mesure

Nbre de changements mis en œuvre pour respecter les engagements découlant de l'examen de la *Loi sur les parcs*.

Description de la mesure

La mise en œuvre des mesures énoncées dans le cadre de l'examen de la *Loi sur les parcs* est essentielle à la réalisation des engagements du Ministère en ce qui concerne la modernisation des services offerts dans les parcs et les attractions de la province et de leur gouvernance.

Rendement général

Objectif ambitieux de huit atteint/dépassé.

Référence : Nouveau

Cible : 8

Réel : 13

Raison d'être de cette mesure?

Il s'agit d'une mesure du progrès réalisé dans la mise en œuvre des mesures cernées à l'occasion de l'examen de la *Loi sur les parcs*.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

À l'issue de l'examen de la *Loi sur les parcs* et des changements apportés aux programmes par suite de celui-ci, le Ministère a apporté les modifications législatives et réglementaires suivantes :

Modifications législatives :

- modernisation du mandat des parcs provinciaux;
- établissement d'un système de classification des parcs provinciaux;
- exigence relative à l'établissement de plans de gestion des ressources pour les parcs provinciaux;
- exigence relative à la révision de la *Loi sur les parcs* tous les 10 ans;
- ajout d'éléments à la liste des propriétés couvertes par la *Loi sur les parcs*;
- exigence portant sur la création d'un comité consultatif mixte sur la gestion des parcs comprenant des membres des Premières Nations;
- interdiction d'exploiter des mines ou de récolter du bois à des fins commerciales dans les parcs provinciaux;
- élargissement de la définition de personnel de sécurité pour inclure les agents de conservation et les agents de l'autorité des véhicules hors route.

Modifications réglementaires :

- ajout de biens patrimoniaux;
- établissement de classes pour les différents parcs provinciaux;
- autorisation d'utiliser des feux d'artifice dans les parcs provinciaux dans des circonstances particulières;
- autorisation d'utiliser des véhicules hors route dans les parcs provinciaux dans des circonstances particulières;
- autorisation de pêcher au parc provincial Sugarloaf dans des circonstances particulières;
- autorisation de saisir des animaux sauvages nuisibles dans des circonstances particulières;
- modernisation des règlements concernant la délivrance de permis de camping;
- autorisation de récolter du bois uniquement aux fins de gestion et d'aménagement des ressources.

Gouvernement intelligent

Objectif de la mesure

Accès en temps opportun à des renseignements pertinents et de qualité.

Mesure

Nbre de processus gérés au moyen de paramètres.

Description de la mesure

Cette mesure porte sur le nombre de processus ministériels gérés au moyen de paramètres (indicateurs de rendement clés).

Rendement général

Cible atteinte.

Référence : 2

Cible : 10

Réel : 10

Raison d'être de cette mesure?

Le Ministère s'emploie à prendre des décisions opérationnelles et à surveiller le rendement en s'appuyant en temps opportun sur des renseignements pertinents et de qualité. L'établissement d'indicateurs de processus clés constitue une étape critique pour améliorer notre rendement global et mieux servir nos clients. L'augmentation du nombre de processus gérés au moyen de paramètres est un bon indicateur global de l'activité d'amélioration. Tous les indicateurs de processus clés sont le résultat de projets Lean Six Sigma qui ont été menés à bien.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année de déclaration pour atteindre le résultat?

Pour faciliter l'atteinte de l'objectif ainsi mesuré, le Ministère a mené à bien 10 projets d'amélioration des processus Lean Six Sigma :

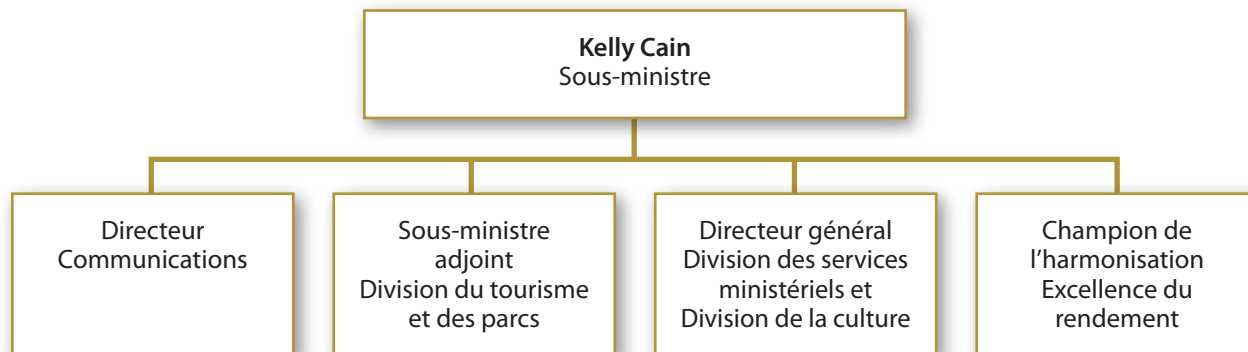
- accroissement des recettes au parc Sugarloaf;
- diminution du temps de traitement des demandes de subventions pour le patrimoine;
- ajustement des effectifs en fonction de l'affluence dans les centres d'information aux visiteurs;
- amélioration des autorisations d'utilisation des sentiers;
- amélioration des processus de gestion et d'administration du parc de véhicules;
- multiplication des interactions avec les visiteurs et accroissement de la mobilisation par l'intermédiaire des médias sociaux;
- réduction du temps de traitement de la correspondance ministérielle;
- amélioration de la détermination et de la sélection des projets d'amélioration;
- amélioration du processus de présentation et d'approbation des demandes relatives aux panneaux d'entreprises touristiques;
- diminution du temps de traitement des demandes de subvention pour la culture.

Survol des opérations du ministère

Le mandat du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture consiste à favoriser la croissance économique et un sentiment de fierté au sein de la population par la conservation, l'aménagement et la promotion des ressources naturelles, culturelles et patrimoniales du Nouveau-Brunswick.

En 2014-2015, le Ministère a employé environ 234 personnes à temps plein, à titre occasionnel ou à contrat. En 2013-2014, il en avait employé environ 216.

Organigramme des échelons supérieurs



Vue d'ensemble de la division et faits saillants

La **Direction des communications** est responsable de 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 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 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 rédige et conçoit le contenu Web. Elle participe également à la planification des activités de sensibilisation et de consultation du public.

La **Direction du processus d'excellence du rendement** est responsable de l'élaboration, de la mise en œuvre, du suivi des progrès et de la communication du schéma stratégique du Ministère, de son tableau de bord équilibré et de SOMIA (une liste de projets stratégiques). Elle est de plus chargée de favoriser l'épanouissement d'une culture d'excellence du rendement au sein du Ministère et de superviser l'équipe d'amélioration des processus Lean Six Sigma. La Direction avait deux (2) employés à temps plein, le champion de l'harmonisation, qui dirigeait les activités stratégiques du Ministère, et un facilitateur de l'amélioration des processus qui dirigeait les projets Lean Six Sigma, les recherches du gaspillage et d'autres activités d'amélioration.

Points saillants

- La Direction a dirigé et géré avec succès les activités stratégiques du Ministère. C'était la première année que le MTPC utilisait le système de gestion officielle du GNB (tableau de bord équilibré, etc.), et il a acquis de nouvelles compétences pour la mise en œuvre efficace de cette méthodologie structurée d'amélioration des activités.
- La Direction a facilité 10 projets d'amélioration des processus qui ont permis d'économiser/de générer un total de 587 000 \$ tout en aidant à promouvoir une culture d'amélioration continue dans l'ensemble du Ministère. L'un des points saillants de l'année a été l'augmentation de 345 000 \$ (34 pourcent) des recettes engendrée par l'équipe de projet Lean Six Sigma du parc Sugarloaf. De nombreux membres du personnel ont aussi mené des « recherches du gaspillage » et éliminé un total de 53 000 \$ en pertes involontaires.

Division du tourisme et des parcs

La **Direction des parcs et des attractions** a pour mandat de voir à la bonne gestion de 24 attractions et parcs provinciaux et d'apporter un soutien considérable aux autres infrastructures touristiques exploitées ou financées par le gouvernement provincial.

Tous les parcs provinciaux sont dédiés aux résidents de la province, aux visiteurs et aux générations futures aux fins suivantes :

- protéger en permanence les écosystèmes, la

biodiversité et les éléments du patrimoine naturel et culturel;

- fournir des possibilités d'activités récréatives et éducatives en plein air pour promouvoir un mode de vie sain;
- fournir des occasions de mieux connaître et apprécier le patrimoine naturel et culturel de la province;
- offrir un produit touristique qui rehausse l'image de la province en tant que destination vacances de qualité.

Points saillants

- Achèvement de l'examen de la *Loi sur les parcs* – Par suite de consultations menées à l'échelle de la province en 2013-2014, les opinions de plus de 2 500 résidents du Nouveau-Brunswick ont été prises en compte dans la mise en œuvre de 16 modifications législatives et réglementaires importantes jouant un rôle déterminant. Ces modifications constituent le fondement du renouvellement de la *Loi sur les parcs* pour le XXI^e siècle. La *Loi* originale ayant été promulguée en 1961, cet examen était attendu depuis plus de 50 ans.
- Investissements stratégiques – L'organisme de service spécial des parcs permet à plusieurs de ces parcs de réinvestir directement les recettes générées dans leurs activités. Au parc provincial Hopewell Rocks, l'investissement stratégique des bénéfices ainsi conservés a permis un important agrandissement des installations de la boutique de cadeaux. Le rendement immédiat du capital investi dans l'agrandissement a donné lieu à une augmentation de l'ordre de 100 000 \$ des ventes au cours de la saison 2013-2014.
- Établissement de partenariats – Lancement de l'application mobile primée ExploreEcoNB, créée par plusieurs partenaires pour rapprocher les Néo-Brunswickois de remarquables paysages écologiques et encourager l'activité physique extérieure ainsi que l'exploration et l'appréciation de ces lieux. Grâce à ce partenariat, ExploreEcoNB s'est vu décerner le « prix de La collectivité branchée » de l'Association canadienne des télécommunications sans fil.
- Modernisation des services aux visiteurs – Lancement d'un programme pilote visant à offrir un accès à Internet sans fil gratuit dans les parcs provinciaux. Des points d'accès Wi-Fi ont été stratégiquement installés à la boutique de cadeaux du parc provincial de la République ainsi qu'au centre d'accueil et au restaurant du parc provincial Sugarloaf. Ce service répond à une demande de longue date de la part des clients tout en respectant l'aspect naturel et « déconnecté » des parcs.
- Meilleur endroit pour élever une famille – Les parcs et les attractions de la province se classent constamment parmi les pages les plus visitées sur le site Web de Tourisme Nouveau-Brunswick, et le

nombre d'abonnés de la page Facebook des parcs provinciaux a crû de près de 10 000 personnes en 2014-2015. Les parcs et les attractions de la province font partie intégrante de l'identité provinciale, suscitent chez les citoyens un sentiment de fierté et constituent d'importantes aires de conservation écologique pour les générations futures.

Indicateurs de rendement clés

Thème – « Fournir des programmes et des services innovateurs »

Mesure – Nbre d'activités et de programmes améliorés dans les parcs et les attractions

Référence – Nouvelle

Cible/objectif ambitieux – 3/5

Fin d'exercice – 3

Mesure – Nbre de partenariats améliorés pour les parcs et les attractions

Référence – Nouvelle

Cible/objectif ambitieux – 3/5

Fin d'exercice – 3

La **Direction du marketing et de l'information aux visiteurs** se compose de 19 personnes, ainsi que du personnel régional au Centre de communication touristique et de celui des centres d'information aux visiteurs. Cette direction est responsable de l'élaboration, de la mise en œuvre et de l'évaluation de différentes campagnes de marketing, touchant notamment plusieurs types de médias sociaux. Elle crée et distribue également plus de 375 000 publications touristiques et conçoit et tient à jour le site Web touristique afin de donner à la province une réputation de destination touristique toute saison. Il revient par ailleurs à la Direction du marketing de définir et d'entretenir une « marque » touristique pour le Nouveau-Brunswick reflétant clairement les attentes à l'égard d'un lieu, d'un produit ou d'un service afin d'établir une réputation et de générer des recettes touristiques supplémentaires.

Points saillants

- La Direction du marketing et de l'information aux visiteurs a tenu 13 séances d'information, au printemps et à l'automne, consultant chaque fois quelque 350 voyageurs et leur faisant part de ses activités et résultats.
- Le Ministère a continué de s'appuyer sur des recherches innovantes exclusives, y compris sur le modèle de segmentation du marché touristique Quotient explorateurMD (QE) de la Commission canadienne du tourisme, et cible trois (3) segments QE en Amérique du Nord : adepte d'expériences authentiques, explorateur culturel et touriste « sans tracas » en toute douceur.
- La technologie mobile a continué, cette année,

de gagner en importance. En se concentrant sur l'accès mobile dans le cadre des campagnes 2014, le Ministère a progressé de 75 pourcent dans l'atteinte de ses objectifs sur le site Web.

- Le Ministère a commencé à travailler sur un nouveau site Web touristique de conception réactive. Non seulement ce site permettra au visiteur éventuel de visualiser et de planifier ses vacances sur de multiples appareils (téléphone intelligent, tablette, ordinateur portable), mais encore, la Direction a fait en sorte que son contenu soit personnalisé en fonction du type de QE des visiteurs éventuels.
- L'inspiration vidéo constituait aussi un objectif cette année. La Direction du marketing et de l'information aux visiteurs a compris l'importance de mettre à la disposition des visiteurs éventuels des vidéos pour les amener à envisager de visiter le Nouveau-Brunswick et planifier leurs vacances, et a donc établi des objectifs quant au visionnement de vidéos par les visiteurs sur les canaux détenus, acquis et payés par le Ministère. Le nombre de personnes ayant visionné les vidéos du Ministère a augmenté de 32 pourcent pour atteindre 218 554.
- Le nombre d'abonnés du Ministère sur Facebook, en hausse de 10 000 personnes, est passé à 81 000. Il convient par ailleurs de souligner que 7 500 d'entre eux provenaient des marchés clés de l'Ontario et du Québec.
- Au cours de la saison estivale 2014, les centres d'information aux visiteurs provinciaux ont conseillé 75 499 groupes de visiteurs (environ 211 300 personnes).
- Le personnel du Centre de communication touristique a quant à lui conseillé 20 450 personnes qui avaient téléphoné au numéro sans frais et les a aidées à planifier leurs vacances au Nouveau-Brunswick.
- Le Ministère a participé à un projet d'amélioration des processus avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure (MTI) concernant le processus de présentation d'une demande de panneau routier, ce qui a permis de simplifier et de clarifier le processus, y compris dans le cas des demandes présentées en ligne.

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 marchés nationaux et internationaux principaux.

La Direction se concentre sur l'établissement de relations interentreprises avec des voyagistes, des influenceurs touristiques et des médias pour tirer parti de possibilités sur les plans du marketing et des ventes qui se traduiront par une augmentation des visites et de l'activité pour le secteur touristique du Nouveau-Brunswick.

Ventes à l'industrie 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 voyages et exploitants en ligne) au Canada, aux États-Unis, en France, au Royaume-Uni et en Allemagne. L'unité veille à ce que les produits et expériences touristiques du Nouveau-Brunswick soient mis de l'avant dans le cadre des campagnes de marketing de différents voyagistes.

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 aura pour effet d'encourager nos marchés cibles à le visiter. Le développement de produits de niche joue un rôle prépondérant dans la conception de produits touristiques sur les marchés de niche – dont le VTT, la chasse et la pêche, la motoneige et les sentiers provinciaux – et guide le développement stratégique de l'industrie touristique.

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

Points saillants

Ventes à l'industrie et partenariats

Des voyagistes (organiseurs de voyages) d'Amérique du Nord et de l'étranger ont mis en place de nouveaux itinéraires axés sur le Nouveau-Brunswick ou y ont développé des itinéraires existants :

- *Road Scholar* a offert 16 programmes d'excursion sur terre au Nouveau-Brunswick, la durée moyenne du séjour allant de cinq à sept nuits, pour un total de 939 passagers et 3 756 chambres-nuits à l'échelle de la province.
- Le Nouveau-Brunswick est actuellement la seule destination terrestre canadienne du portefeuille de destinations mondiales d'AH International, qui a déjà confirmé dix dates de départ pour son nouveau programme Coastal Maine/Coastal New Brunswick en 2015.
- *Hayes and Jarvis*, un voyagiste du Royaume-Uni, exerce ses activités dans plus de 50 pays. En 2015, le Nouveau-Brunswick s'est vu consacrer une double page dans leur catalogue/brochure sur les États-Unis et le Canada. L'itinéraire présenté prévoit un séjour de huit (8) jours dans la province.

Relations avec les médias :

- D'importants sites touristiques emblématiques le

long du littoral du Nouveau-Brunswick ont été mis en vedette par *The Amazing Race Canada* dans le cadre d'une émission d'une heure diffusée à l'échelle du pays aux heures de grande écoute et regardée par plus de deux (2) millions de téléspectateurs (pour une valeur publicitaire évaluée à 1,4 million de dollars).

- La promotion médiatique effectuée auprès de *Waitrose Magazine*, le mensuel sur les aliments et les boissons le plus diffusé au Royaume-Uni, a donné lieu à un article de huit (8) pages destiné à un lectorat de deux (2) millions de personnes.
- Trois (3) émissions du World Fishing Network avec April Vokey de même qu'*Extreme Fishing with Robson Green* au Royaume-Uni ont traité des rivières à saumons du Nouveau-Brunswick et ont été regardées par des centaines de milliers d'adeptes de la pêche.
- Un reportage de *Télématin* sur France 2 sur les choses à faire et à voir en Acadie moderne a quant à lui été vu par 1,2 million de téléspectateurs.

Développement de produits de niche et Expérience du visiteur

- Établissement, en collaboration avec la Fédération des clubs de motoneige du Nouveau-Brunswick, d'un plan visant à accroître le tourisme en motoneige dans la province par la centralisation des activités de damage des sentiers à partir du parc provincial Mont Carleton.
- Trois (3) réseaux de sentiers provinciaux (désignés par le GNB) ont été cernés en concertation avec les trois (3) organismes responsables des sentiers.
- Sentiers à usage non motorisé
- Sentiers de motoneige
- Sentiers de véhicule tout terrain (VTT)
- En collaboration avec la Fédération des véhicules tout-terrain du Nouveau-Brunswick, éducation des membres de la Fédération relativement à la marche à suivre pour mettre sur pied une expérience de tourisme en VTT à l'échelle de la province, particulièrement dans la région de Sussex.
- Développement continu du programme Collection d'expériences.

Indicateurs de rendement clés

- Génération d'environ 11 millions de dollars pour des activités supplémentaires de vente et de marketing grâce à l'établissement de partenariats avec les principales entreprises touristiques et les principaux organismes touristiques.
- Organisation de voyages d'information à l'intention de 32 influenceurs touristiques (dont Bridge & Wickers, Classic Escapes et Windigo Adventures) au Nouveau-Brunswick.
- Présentation de séances de formation sur la province en tant que destination à plus de

1 190 professionnels du tourisme des marchés nationaux et internationaux.

- Génération de plus de 13,6 millions de dollars (valeur publicitaire) en couverture médiatique et de 836 millions de dollars en diffusion/impressions présentant le Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique (magazines, journaux, en ligne, télévision et radio).
- Accueil de 201 journalistes touristiques dans le cadre de visites personnalisées organisées dans la province à l'intention des médias (*Canadian Geographic*, *Chicago Tribune*, *Family Magazine*, *Boston Globe*, *Radical Hunter TV*, *Savage Outdoors* et *Waitrose Magazine*).
- Établissement, en collaboration avec des exploitants d'entreprises œuvrant dans le domaine du tourisme, de 25 « nouvelles » expériences, pour un total de 109 en 2015.
- Présentation, par la Commission canadienne du tourisme, de 11 expériences de la Collection d'expériences du Nouveau-Brunswick en tant qu'expériences canadiennes distinctives.
- Participation de cinq (5) collectivités au Programme de développement stratégique du tourisme (PDST).

Division de la culture

La **Direction des arts et des industries culturelles** 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 organisations soient propices à l'avancement des arts au Nouveau-Brunswick.

Points saillants

- Subventions : octroi, en 2014-2015, de subventions totalisant 4 456 918 \$. Les noms des bénéficiaires peuvent être trouvés en ligne au www.gnb.ca/culture.
- Renouvellement de la politique culturelle : *Un avenir empreint de créativité – Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick* a été dévoilée en juin 2014. Trois millions de dollars additionnels ont été alloués pour en soutenir la mise en œuvre. Plusieurs nouveaux programmes ont été lancés, et d'importants établissements culturels ont vu augmenter leur financement.
- Stratégie de développement des industries culturelles : amélioration du Programme de

développement de l'industrie de la musique en vue d'accroître l'accès au marché et les activités d'exportation; étude, en collaboration avec le ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail, des possibilités de formation pour le secteur culturel; examen de l'industrie cinématographique.

- Examen de l'industrie cinématographique : En janvier 2015, la Direction a entrepris une évaluation exhaustive de l'industrie du film, de la télévision et des nouveaux médias dans la province. Un groupe de travail spécial composé d'intervenants de l'industrie a été établi avec le mandat de formuler des recommandations à l'intention du gouvernement quant au soutien futur à l'industrie. D'autres intervenants de l'industrie ainsi que des spécialistes de l'économie ont été consultés dans le cadre du processus.
- Statut de l'artiste : La première réunion du Groupe de travail du premier ministre sur le statut de l'artiste a eu lieu le 29 juillet 2014 à Fredericton, en présence d'artistes professionnels de collectivités francophones, anglophones et des Premières Nations ainsi que de représentants d'ArtsLink NB, de l'Association acadienne des artistes professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick (AAAPNB) et du Conseil des arts du Nouveau-Brunswick. La réunion comportait une présentation de la structure organisationnelle du groupe de travail, ainsi qu'un rapport de recherche compilé pour le groupe comprenant lui-même un examen des lois sur le statut de l'artiste dans les pays occidentaux. Par suite de cela, la participation de représentants de divers ministères au groupe de travail, qui vise à promouvoir ce dossier au sein des ministères, à mieux définir les questions et à tirer parti de l'expertise du gouvernement, a été confirmée. Les ministères représentés sont les suivants : Finances, Justice, Bureau du Conseil exécutif, Éducation et Développement de la petite enfance – secteur francophone et Éducation postsecondaire, Formation et Travail.
- Inventaire des installations et des biens culturels : La deuxième phase du projet, qui consistait en un sondage en ligne, s'est terminée en janvier 2015. Les réponses au sondage recueillies lors de la première et de la deuxième phase ont été compilées dans un inventaire centralisé exhaustif présenté sur le site Web de l'Inventaire des installations et des biens culturels du Nouveau-Brunswick (IIBCNB) à l'adresse suivante : <http://nbcfs-sicnb.gnb.ca>. L'Inventaire est un outil qui aidera à maximiser l'utilisation des installations culturelles existantes, à appuyer la planification intégrée tant à l'échelle provinciale que municipale et à mieux cerner et mesurer les investissements profitables à long terme. Les prochaines étapes consisteront notamment à continuer d'alimenter l'inventaire en se concentrant

sur les lacunes dans l'inventaire des biens culturels, y compris les biens culturels communautaires non traditionnels, et à explorer les possibilités de partenariats pour la cartographie des biens culturels.

- Protocole d'entente portant sur l'Initiative culturelle Maine-Nouveau-Brunswick: Des membres du Groupe de travail du protocole d'entente ont travaillé ensemble sur différents projets de collaboration transfrontalière, y compris *Chansons au-delà des frontières*, réunissant des musiciens et des auteurs-compositeurs des deux régions qui se sont produits lors du Congrès mondial acadien 2014 à Edmundston, au Nouveau-Brunswick, et à Fort Kent, dans le Maine, ainsi que *Chansons au-delà des frontières 2*, lors de la conférence *Powering the Creative Community* de Juice 4.0 à Rockland dans le Maine. Le comité s'est aussi concentré sur l'échange d'information culturelle et l'accroissement de la visibilité des artistes des deux régions.
- Programme des acquisitions de la Banque d'œuvres d'art du Nouveau-Brunswick : Dans le cadre du Programme des acquisitions 2013-2014 du Nouveau-Brunswick, une exposition itinérante réunissant 36 œuvres de 31 artistes néo-brunswickois est présentée (de septembre 2014 à octobre 2015) dans huit collectivités du Nouveau-Brunswick et une collectivité de la Nouvelle-Écosse.

Indicateurs de rendement clés

- Amélioration du Programme de développement de l'industrie de la musique en vue d'accroître l'accès au marché et les activités d'exportation dans le cadre de la stratégie de développement des industries culturelles.

La **Direction du patrimoine** coordonne et appuie les activités qui visent à sensibiliser la population au patrimoine et à conserver les ressources patrimoniales. Dans son rôle de coordination, elle offre un soutien financier et des conseils pour la planification en matière de patrimoine en jouant un rôle de chef de file auprès des collectivités autochtones et des communautés archéologique, patrimoniale et muséale de la province. La Direction du patrimoine gère également la *Loi sur la conservation du patrimoine* et le programme provincial de toponymie.

En 2014-2015, la Direction a participé aux premières étapes de la mise en œuvre d'*Un avenir empreint de créativité – Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick*.

Points saillants

- Dévoilement (en collaboration avec un partenaire du secteur privé) du monument commémoratif et de la plaque en l'honneur du 104^e Régiment de fantassins du Nouveau-Brunswick et en reconnaissance de son

rôle dans la guerre de 1812.

- Participation, par l'intermédiaire du Programme du patrimoine architectural, à 18 projets de remise en état du patrimoine architectural dans des lieux patrimoniaux importants pour la communauté.
- Mise en œuvre, par l'intermédiaire de la politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick, du Programme d'amélioration des lieux culturels communautaires.
- Prestation de conseils d'expert et octroi d'une aide financière à la communauté muséale, aux sociétés historiques et aux principaux établissements culturels.
- Allocation de 50 postes d'étudiants à la Direction du patrimoine par le ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail, dans le cadre de la composante Projets d'emploi prioritaire (PEP) du programme Stage d'emploi étudiant pour demain (SEED). L'Unité des services aux musées couvre 13 postes supplémentaires. Les étudiants embauchés dans le cadre de ce programme ont l'occasion de perfectionner leur connaissance de l'histoire du Nouveau-Brunswick et d'acquérir des aptitudes à la vie quotidienne comme la recherche, la créativité, la rédaction et l'application de la technologie. En contact avec le public, ils améliorent aussi leurs aptitudes linguistiques et acquièrent des aptitudes à la communication.
- Administration d'ententes d'exploitation pour des sites historiques provinciaux, dont la maison du shérif Andrews, l'île Ministers, la maison Doak, la ferme MacDonald et Bonar Law.
- Étude de 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 permis de travaux archéologiques sur le terrain en vertu de la *Loi sur la conservation du patrimoine*.
- Ajout de nouveaux lieux archéologiques à l'inventaire de la province.
- Administration du modèle de prévision archéologique du Nouveau-Brunswick, un outil pour aider le gouvernement, l'industrie et les promoteurs à éviter de coûteuses interactions avec les ressources patrimoniales.
- Maintien de la collaboration avec le Comité consultatif malécite sur l'archéologie concernant des questions touchant la recherche archéologique et l'étude d'impact archéologique.
- Établissement, en collaboration avec tous les chefs et conseils micmacs, du Mi'kmaq Indigenous

Cultural Management Advisory Committee (comité consultatif de gestion culturelle autochtone micmaque ou MICMAC), dont le mandat et les objectifs sont similaires à ceux du Comité consultatif malécite sur l'archéologie pour les Premières Nations micmaques.

- Poursuite du partenariat avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure pour gérer les études d'impact des projets d'amélioration de routes.
- Coordination de la Semaine du patrimoine 2015 ayant pour thème *L'espoir renaît – Hope Restored*, c'est-à-dire la devise provinciale.
- Coordination du programme provincial des fêtes du patrimoine qui a permis d'organiser 137 fêtes dans des écoles de la province et 12 fêtes régionales du patrimoine. Plus de 50 000 élèves y ont participé.
- Organisation de la Vitrine provinciale des Fêtes du patrimoine.
- Administration, par les Services de toponymie, des questions relatives aux noms de lieux et d'entités géographiques dans la province.

Division des services ministériels

La **Direction des finances et de l'administration** se charge des fonctions budgétaires, de comptabilité et de vérification interne du Ministère. Son mandat est d'assurer la conformité financière du Ministère aux exigences des diverses lois, des divers règlements et des autres directives financières établies, de coordonner et de gérer les opérations financières du Ministère ainsi que de fournir en temps opportun des prévisions et des rapports financiers exacts, de coordonner le processus budgétaire annuel, d'assurer la liaison avec les organismes centraux en ce qui a trait à toutes les questions financières et de fournir au sous-ministre et aux cadres supérieurs des services de soutien dans les domaines de l'analyse financière et des conseils financiers. La Direction assure aussi des services de soutien ministériel en matière d'achat, d'administration et de gestion des installations.

Points saillants

- Soutien fourni à la direction en vue de s'assurer que le Ministère proposait des services et des initiatives tout en réalisant des économies budgétaires brutes globales de 188 751 \$.
- Examen exhaustif de la politique sur le contrôle des stocks.

L'**Unité de la gestion de l'information et de la technologie** fournit un soutien organisationnel et des services de consultation en prestation de solutions technologiques et assure la gestion des dossiers et de l'information. Elle est aussi responsable de l'assurance de l'information et de la gestion du risque garantissant l'observation de la politique de sécurité des systèmes d'information du gouvernement.

La **Direction des politiques et de la planification** a pour responsabilité de fournir aux décideurs du Ministère et à d'autres intervenants une expertise, des analyses, une évaluation et des conseils en matière de politiques, de planification et d'élaboration de programmes, de coordination des affaires législatives et du droit à l'information et d'administration du site Web du Ministère, à l'appui des priorités du gouvernement.

Le personnel comprend un directeur, un gestionnaire de la planification, deux analystes principaux des politiques et cinq agents de projet.

Points saillants

- Appui de l'Unité des politiques en vue de l'adoption d'importantes modifications à la *Loi sur les parcs*, qui n'avait pas été examinée depuis 50 ans.
- Coordination et révision de documents et préparation de réponses à 41 demandes présentées en vertu de la *Loi sur le droit à l'information et la protection de la vie privée*.
- Collecte et analyse mensuelles et annuelles de données sur les indicateurs touristiques du Nouveau-Brunswick et publication de rapports à ce sujet à l'adresse suivante : <http://www2.gnb.ca/content/gnb/fr/ministeres/tpc/publications.html#ti>.
- Élargissement de la segmentation du marché touristique Quotient explorateurMD (QE) de Destination Canada à l'analyse des activités préférées des touristes lors de leur passage dans la province, par une collaboration avec la Direction des ventes, des médias et de l'expérience du visiteur et l'agrégation des données recueillies par 14 exploitants d'entreprises partenaires dans le secteur du tourisme.
- Élimination du contenu redondant et périmé sur le site Web du Ministère grâce à un examen fondé sur la mesure d'audience Web, ce qui a contribué à l'optimisation des moteurs de recherche et amélioré l'expérience utilisateur.

Indicateurs de rendement clés

- Dans le cadre d'un sondage mené auprès des clients de la Direction, vouée au soutien ministériel, la majorité des personnes interrogées ont indiqué que la qualité du travail et du service fournis par la Direction répondaient à leurs attentes, voire les excédaient.

La **Direction des ressources humaines** se compose d'une directrice, de trois conseillères et d'une coordonnatrice. Elle joue un rôle de premier plan dans la planification, l'orientation et le soutien en matière de gestion des ressources humaines du Ministère.

La Direction a pour mandat d'appuyer les gestionnaires et les employés dans les domaines suivants : planification de la main-d'œuvre, santé, sécurité et mieux-être au travail, élaboration et mise en œuvre des politiques de ressources humaines, élaboration et gestion des programmes, meilleures pratiques en ressources humaines, apprentissage et perfectionnement du personnel, résolution de conflits, dotation et recrutement, évaluation et classification des emplois et relations de travail et avec les employés.

Points saillants

- Dans le cadre de l'amélioration continue, une conseillère en ressources humaines a organisé et réalisé trois (3) recherches du gaspillage en vue d'obtenir sa certification, ce qui a permis de réaliser des économies totalisant 7 815 \$.
- Le programme ministériel de santé et sécurité a été mis sur pied et sera appliqué à toutes les activités du Ministère à l'échelle de la province en 2015. Les employés seront ainsi en mesure de reconnaître l'importance de veiller à la mise en place d'une culture positive en matière de sécurité en favorisant une approche proactive, planifiée et soutenue de la santé et de la sécurité.
- Au cours de la saison d'exploitation estivale 2014, la Direction a donné une formation en gestion de l'assiduité et du rendement à l'ensemble des gestionnaires. Ceux-ci ont ainsi eu l'occasion d'acquérir des outils qui les aideront à bien définir les attentes et à gérer le rendement et l'assiduité des employés par des discussions et une rétroaction positives.

Information financière

Tableau 1 : Rapport sur l'état des dépenses au compte ordinaire par composante de programme

Exercice se terminant le 31 mars 2015 (en milliers de dollars)

Programme ordinaire	Budget final	Montants réels	Écart – (en moins) ou en plus
Administration			
Administration	3 368,8	3 050,2	(318,6)
Parcs, patrimoine et culture			
Parcs et attractions	12 698,7	13 302,3	603,6
Culture	6 510,0	6 270,2	(239,8)
Patrimoine	4 156,0	3 693,1	(462,9)
Musée du Nouveau-Brunswick	2 236,0	2 536,0	300,0
Marketing, ventes et expérience du visiteur			
Marketing et information aux visiteurs	8 374,0	8 230,1	(143,9)
Ventes, médias et expérience du visiteur	4 461,0	4 533,9	72,9
Total des dépenses au compte ordinaire	41 804,5	41 615,8	(188,7)

Tableau 2 : Rapport sur l'état des dépenses aux comptes à but spécial par programme

Exercice se terminant le 31 mars 2015 (en milliers de dollars)

	Entretien de la plage Parlee	Fonds en fiducie du vicomte Bennett	Fonds en fiducie pour l'avancement des arts	Lieux patrimoniaux
Solde d'ouverture	176,9	37,3	5,2	40,9
Recettes				
Budget	79,0	10,0	700,0	-
Montants réels	69,1	8,1	700,0	-
Écart – (en moins) ou en plus	(9,9)	(1,9)	-	-
Dépenses				
Budget	110,0	10,0	700,0	-
Montants réels	95,7	3,5	700,0	30,3
Écart – (en moins) ou en plus	(14,3)	(6,5)	-	30,3
Solde de fermeture	150,3	41,9	5,2	10,6

Tableau 3 : Rapport d'état des dépenses au compte d'organisme de service spécial par programme

Exercice se terminant le 31 mars 2015 (en milliers de dollars)

	Budget	Montants réels	Écart – (en moins) ou en plus
Solde d'ouverture	1 625,2	1 625,2	-
Recettes			
Terrain de golf Mactaquac	1 010,0	868,4	(141,6)
Hopewell Rocks	2 325,0	2 397,2	72,2
Pavillon Sugarloaf	788,0	956,5	168,5
Terrain de camping de la plage Parlee	305,0	262,5	(42,5)
Dépenses			
Terrain de golf Mactaquac	1 070,0	1 060,4	(9,6)
Hopewell Rocks	2 194,0	2 158,2	(35,8)
Pavillon Sugarloaf	855,0	957,7	102,7
Terrain de camping de la plage Parlee	343,0	181,4	(161,6)
Solde de fermeture	1 591,2	1 752,1	160,9

Tableau 4 : Rapport d'état des dépenses au compte de capital

Exercice se terminant le 31 mars 2015 (en milliers de dollars)

	Budget	Montants réels	Écart – (en moins) ou en plus
Amélioration des installations	750,0	678,2	(71,8)

Tableau 5 : Rapport d'état des recettes au compte ordinaire par source

Exercice se terminant le 31 mars 2015 (en milliers de dollars)

	Budget	Montants réels	Écart – (en moins) ou en plus
Rendement de l'investissement	1,0	1,3	0,3
Vente de biens et de services	3 117,0	2 818,1	(298,9)
Divers	4,0	78,0	74,0
Total des recettes au compte ordinaire	3 122,0	2 897,4	(224,6)

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 2014-2015 du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture.

Sommaire du personnel de types permanent et temporaire, à partir du 31 décembre		
Type	2014	2013
Permanent	163	163
Temporaire	71	53
TOTAL	234	216

Le Ministère a annoncé dix-neuf concours, dont douze concours publics et sept 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 <i>Loi sur la Fonction publique</i>	Numéro
Emplois professionnels, scientifiques ou techniques spécialisés	Une nomination peut être faite sans concours lorsqu'un poste requiert : – 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)	0
Mutation latérale	Le processus de mutation du gouvernement du Nouveau-Brunswick facilite la mutation des employés de la partie 1, 2 (conseils scolaires) et 3 (corporations hospitalières) de la fonction publique.	16(1) or 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

Conformément à l'article 33 de la *Loi sur la Fonction publique*, la sous-ministre du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a reçu une plainte relative à des allégations de favoritisme et aucune plainte n'a été déposée auprès de l'Ombudsman.

Résumé des projets de loi et des activités législatives

No du projet de loi	Nom de la loi	Date de la sanction royale	Résumé des changements
75	<i>Loi modifiant la Loi sur les parcs</i> http://www.gnb.ca/legis/bill/pdf/57/4/Bill-75.pdf	21 mai 2014	<ol style="list-style-type: none"> 1. MANDAT : Modifier la définition de parc provincial à l'article 3 de la Loi pour exprimer un engagement plus marqué à l'égard : <ul style="list-style-type: none"> – de la conservation et de la préservation écologique; – d'un environnement naturel où les visiteurs peuvent se sentir bien, interagir avec la culture et le patrimoine et s'éduquer; – d'une plus forte connotation de protection des « générations futures »; – de la promotion touristique des parcs; – des possibilités sur le plan de la santé, des loisirs et du mieux-être. 2. CLASSIFICATION DES PARCS PROVINCIAUX : Accorder au ministre le pouvoir d'établir un système de classification qui définira l'objectif de chaque parc provincial. 3. PLANS DE GESTION DES RESSOURCES : Exiger un plan décennal de gestion des ressources pour chaque parc provincial. 4. CONSULTATION PUBLIQUE IMPOSÉE PAR LA LOI : Inclure une exigence voulant que la <i>Loi sur les parcs</i> soit révisée tous les dix ans. 5. ANNEXE RÉPERTORIANTE LES PARCS : Abroger l'annexe A de la Loi et l'ajouter au <i>Règlement</i>. 6. SÉCURITÉ ET APPLICATION DE LA LOI : Ajouter la définition de personnel de sécurité à l'article 1. 7. PREMIÈRES NATIONS : Accorder au ministre le pouvoir d'établir un comité consultatif mixte comprenant des membres des Premières Nations et ajouter un pouvoir de réglementation pour l'établissement du mandat du comité. 8. EXPLOITATION MINIÈRE : Modifier la <i>Loi</i> de façon à interdire toute activité d'exploitation minière commerciale. 9. CAPTURE ET REMISE EN LIBERTÉ : Modifier la Loi de manière à autoriser la capture et la saisie d'animaux sauvages nuisibles dans des circonstances particulières.

Nom du règlement	Date d'entrée en vigueur	Résumé des changements
Règlement du Nouveau-Brunswick 85-104 pris en vertu de la <i>Loi sur les parcs</i>	24 juin 2014	<ol style="list-style-type: none"> 1. AUTRES BIENS : Ajouter les biens et sites patrimoniaux relevant du MTPC à l'annexe A. 2. Classification des BIENS à l'annexe A : Répertoire les biens par classe à l'annexe A. 3. Feux d'artifice : Modifier le paragraphe 6(3) de sorte que l'utilisation de feux d'artifice soit interdite sauf avec l'autorisation écrite du ministre, sous réserve de la <i>Loi sur la prévention des incendies</i>. 4. VÉHICULES HORS ROUTE : Modifier le paragraphe 11(1) pour permettre au ministre ou à une personne qu'il a désignée – plutôt qu'à un gardien de parc – de désigner les zones où les véhicules hors route sont autorisés. 5. PÊCHE : Modifier l'article 15 pour autoriser la pêche au parc provincial Sugarloaf avec l'autorisation du ministre. 6. PERMIS de camping : Modifier les paragraphes 20(6), 20(7) et 21(1) de sorte que le ministre puisse, à sa discrétion, définir la durée maximale du séjour pour les campeurs ne détenant pas de permis saisonnier et que les permis de camping expirent à midi le dernier jour de la période pour laquelle ils ont été délivrés. 7. EXTRACTION D'ARBRES : Modifier le paragraphe 17(2) de sorte que l'extraction d'arbres dans les parcs provinciaux ne soit autorisée qu'aux fins de gestion ou d'aménagement des ressources. Abroger les paragraphes 17(3), (4) et (5) du Règlement 85-104. Abroger l'annexe A du Règlement 85-104. 8. MENTIONS RELATIVES AUX GARDIENS DE PARC DANS LE RÈGLEMENT : Modifier les paragraphes pour inclure le personnel de sécurité en plus des gardiens de parc.

Résumé des activités liées aux langues officielles

Introduction	Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a élaboré un plan d'action comme complément au Plan sur les langues officielles du gouvernement. Ce plan permet à tous les employés de se sentir soutenus dans leur décision de travailler dans la langue de leur choix tout en garantissant que le public reçoit des services de qualité dans sa langue de prédilection en tout temps. Le Ministère continue de fixer des objectifs pour faciliter la prestation de services de qualité dans les deux langues officielles.
Axe 1	En avril 2014, un examen complet de tous les panneaux au terrain de golf Mactaquac a été mené. Les panneaux actuellement en place sont conformes aux obligations linguistiques en vertu de la <i>Loi sur les langues officielles</i> . Le coordonnateur aux langues officielles continue de procéder à des vérifications aléatoires pour s'assurer du caractère bilingue de l'offre de services active, tant au téléphone qu'en personne, dans la signalisation, la correspondance et l'ensemble des services électroniques.
Axe 2	Le Ministère continue de s'assurer que tous les nouveaux employés suivent le module i-Learn sur la langue de travail et la langue de service au moment de leur entrée en poste. Le Ministère fournit toutes les communications sortantes aux employés dans les deux langues officielles et les encourage à travailler dans la langue de leur choix. Lors de l'examen annuel du rendement, les gestionnaires examinent avec leurs employés les politiques sur la langue de travail et la langue de service pour s'assurer que ceux-ci sont conscients de leur droit de travailler dans la langue de leur choix ainsi que de leur obligation de fournir une offre active et de dispenser des services dans les deux langues officielles.
Axe 3	Lorsque des mémoires au Conseil exécutif ou d'autres types de documents sont présentés au Bureau du Conseil exécutif, le Ministère tient compte des conséquences potentielles de l'ensemble de ses politiques et programmes sur les deux communautés linguistiques.
Axe 4	Le Ministère a établi des procédures claires pour la prestation de services dans les deux langues officielles. Au début de chaque saison, les gestionnaires de parcs et d'attractions se voient rappeler leur responsabilité de veiller à l'observation de la <i>Loi sur les langues officielles</i> . La politique sur l'offre active de service ainsi que des brochures d'information sont mises à la disposition du personnel de première ligne sur tous les lieux de travail, de sorte que les employés ont une bonne connaissance de leur obligation d'offrir des services de qualité dans les deux langues officielles et la comprennent bien.
Conclusion	Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a reçu, pour l'exercice 2014-2015, aucune plainte concernant les langues officielles.

Rapport sur la *Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public*

Comme prévu en vertu de l'article 18(1) de la *Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public*, le chef administratif établira un rapport sur toutes les divulgations d'actes répréhensibles qui ont été faites à un supérieur hiérarchique ou au fonctionnaire désigné de la subdivision

des services publics dont il est responsable. Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a reçu aucune divulgation d'actes répréhensibles pendant l'exercice budgétaire 2014-2015.

Annexe : Parcs provinciaux, installations touristiques, centres d'information aux visiteurs et Centre de communication touristique

Établissement	Lieu	Propriété	Exploitation
Parcs provinciaux			
Maқтаquac	Maқтаquac	Le Ministère	Exploité par le Ministère
de la République	Saint-Jacques	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Sugarloaf	Atholville	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Plage Parlee	Pointe-du-Chêne	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Murray Beach	Murray Corner	Le Ministère	Exploité par le Ministère
New River Beach	New River	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Lepreau Falls	Lepreau	Le Ministère	Exploité par le Ministère
The Anchorage	Île Grand Manan	Le Ministère	Entente d'exploitation
Mont Carleton	Saint-Quentin	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Castalia	Île Grand Manan	Le Ministère	Entente d'exploitation
Herring Cove	Campobello	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Sainte-Croix	Bayside	Le Ministère	Non aménagé
Val-Comeau	Val-Comeau	Le Ministère	Entente d'exploitation
Oak Bay	Oak Bay	Le Ministère	Entente d'exploitation
Parc provincial Hopewell Rocks	Hopewell Cape	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Parc provincial du sentier Fundy	St. Martins	Le Ministère	Entente d'exploitation
Miscou	Île Miscou	Le Ministère	Comité de développement touristique de l'Île Miscou
Maison Doak	Doaktown	Le Ministère	Exploité par The Miramichi Salmon Museum Inc. / Atlantic Salmon Museum
Ferme MacDonald	Bartibog Bridge	Le Ministère	Exploité par The Highland Society of New Brunswick at Miramichi
Bonar Law Common	Rexton	Le Ministère	Exploité par le Village de Rexton

Établissement	Lieu	Propriété	Exploitation
Maison du shérif Andrews	Saint Andrews	Le Ministère	Exploité par la Ville de St. Andrews
Île Ministers	Île Ministers	Le Ministère	Exploité par la Van Horne Estate on Ministers Island
Installations touristiques			
Village historique acadien	Rivière-du-Nord	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Village historique de Kings Landing	Prince William	Société de Kings Landing	Société de la Couronne
Jardin botanique du Nouveau-Brunswick	Saint-Jacques	Le Ministère	Entente d'exploitation
Pavillon de pêche Larry's Gulch	Kedgwick	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Pays de la Sagouine	Bouctouche	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Centre d'interprétation de la nature Cape Jourimain	Cap Jourimain	Service canadien de la faune	Exploité par le Ministère
Cap Enragé	Cap Enragé	Le Ministère	Entente d'exploitation
Centres d'information aux visiteurs			
Saint-Jacques	Saint-Jacques	Le ministère des Transports et de l'Infrastructure	Exploité par le Ministère
Woodstock	Woodstock	Le ministère des Transports et de l'Infrastructure	Exploité par le Ministère
Aulac	Aulac	Le ministère des Transports et de l'Infrastructure	Exploité par le Ministère
St. Stephen	St. Stephen	Location	Exploité par le Ministère
Cap Jourimain	Cap Jourimain	Location	Exploité par le Ministère
Campbellton	Campbellton	Location	Exploité par le Ministère
Île de Campobello	Welshpool	Le ministère des Transports et de l'Infrastructure	Exploité par le Ministère
Princess of Acadia – Bay Ferries	De Saint John à Digby	Le ministère des Transports et de l'Infrastructure	Exploité par le Ministère

Centre de communication touristique

Centre de communication touristique	Campbellton	Location	Exploité par le Ministère
-------------------------------------	-------------	----------	---------------------------