

# Tourisme, Patrimoine et Culture

Rapport annuel  
**2015–2016**

**Tourisme, Patrimoine et Culture**  
**Rapport annuel 2015–2016**

Province du Nouveau-Brunswick  
C.P. 6000, Fredericton (N.-B.) E3B 5H1 CANADA

[www.gnb.ca](http://www.gnb.ca)

ISBN 978-1-4605-1025-4 (édition bilingue imprimée)  
ISBN 978-1-4605-1027-8 (PDF: version française)

ISSN 2368-6405 (édition bilingue imprimée)  
ISSN 2368-6421 (PDF: version française)

10860 | 2016.10 | Imprimé au Nouveau-Brunswick

## **Lettres d'accompagnement**

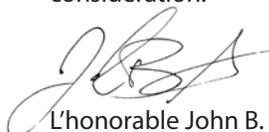
### **Du ministre à la lieutenant-gouverneure**

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 de la province du Nouveau-Brunswick pour l'exercice financier du 1er avril 2015 au 31 mars 2016.

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



L'honorable John B. Ames  
Ministre

---

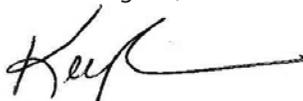
### **De la sous-ministre au ministre**

L'honorable John B. Ames  
Ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

Monsieur le Ministre,

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 2015 au 31 mars 2016.

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



Kelly Cain  
Sous-ministre

# Table des matières

Message du ministre . . . . .	1
Message de la sous-ministre . . . . .	3
Priorités stratégiques . . . . .	5
Faits saillants . . . . .	6
Mesures du rendement. . . . .	7
Survol des opérations du ministère . . . . .	20
Vue d'ensemble de la division et faits saillants . . . . .	21
Information financière . . . . .	29
Résumé des activités de recrutement. . . . .	31
Résumé des projets de loi et des activités législatives . . . . .	32
Résumé des activités liées aux langues officielles . . . . .	33
Résumé des recommandations du Bureau du vérificateur général . . . . .	34
Rapport sur la <i>Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public</i> . . . . .	35
Annexe . . . . .	36

# Message du ministre

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a pour mission 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.

En tant que ministère favorisant la croissance économique, il offre de nombreux programmes et services aux Néo-Brunswickois pour favoriser leur épanouissement professionnel et personnel et le développement de leurs entreprises.

Au cours de la dernière année, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a réalisé plus de un million recommandations et de réservations entre les clients et les exploitants touristiques par l'entremise de [tourismenouveaubrunswick.ca](http://tourismenouveaubrunswick.ca). Les efforts de marketing du Ministère ont généré plus de 102 millions de dollars en dépenses des visiteurs.

Le Ministère a offert plus de 4,7 millions de dollars en subventions à plus de 400 bénéficiaires grâce au programme communautaire de développement des arts et de la culture, au programme d'aide au fonctionnement des organismes artistiques et au développement des industries culturelles.

De plus, nous avons continué de moderniser les services offerts aux visiteurs grâce à l'élaboration d'un programme pilote visant à offrir un accès à Internet sans fil gratuit dans les parcs provinciaux. Des points d'accès WiFi ont été installés à des endroits stratégiques au terrain de camping du parc provincial de la plage Parlee. Ce service répond à une demande de longue date de la part des clients tout en respectant l'aspect naturel et « déconnecté » des parcs.

Enfin, un processus de renouvellement de la Politique sur le sport et les loisirs pour le Nouveau-Brunswick établie en 1994 a été lancé dans le but de l'harmoniser davantage à la Politique canadienne du sport et au Cadre stratégique pour les loisirs au Canada de façon à tenir compte des circonstances actuelles du Nouveau-Brunswick.

Dans le cadre 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, attirant les visiteurs dans notre belle province.



L'honorable John B. Ames  
Ministre 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 de travailler avec des propriétaires d'entreprise, des chefs de file du secteur et des intervenants 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 s'acquitte de sa mission, qui consiste à favoriser la croissance économique et un sentiment de fierté. Grâce à ses programmes et services et à de nombreux partenariats, le Ministère 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.

Fidèle à son engagement à l'égard de l'amélioration continue, le personnel du Ministère a mené à bien douze initiatives d'amélioration des processus pour une économie totale de 518 000 \$.

Je suis extrêmement fière de l'équipe du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture et je souhaite remercier chaque employé pour son enthousiasme indéfectible et pour 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 :

1. **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.
2. **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.
3. **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.
4. **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 2015-2016, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture s'est harmonisé avec les priorités stratégiques suivantes :**

Douze projets d'amélioration des processus ont été menés à bien et ont permis d'économiser ou de générer au total 518 000 \$ tout en favorisant l'instauration d'une culture d'amélioration continue dans l'ensemble du Ministère.



Le Ministère a élargi un programme pilote visant à offrir un accès à Internet sans fil gratuit dans les parcs provinciaux. Des points d'accès WiFi ont été installés à des endroits stratégiques au terrain de camping du parc provincial de la plage Parlee. Ce service répond à une demande de longue date de la part des clients tout en respectant l'aspect naturel et « déconnecté » des parcs.



Un processus de renouvellement de la Politique sur le sport et les loisirs pour le Nouveau-Brunswick établie en 1994 a été lancé dans le but de l'harmoniser davantage à la Politique canadienne du sport et au Cadre stratégique pour les loisirs au Canada de façon à tenir compte des circonstances actuelles du Nouveau-Brunswick.



Le Ministère a participé, par l'intermédiaire du Programme du patrimoine architectural, à quinze projets de remise en état du patrimoine architectural sur des lieux patrimoniaux ayant une valeur patrimoniale considérable pour la communauté.



Le Ministère a lancé un site Web adaptatif permettant aux visiteurs d'avoir accès à des renseignements sur les destinations à partir de l'appareil de leur choix (téléphone cellulaire, ordinateur portable, tablette, etc.).



Le Ministère a octroyé plus de 4,7 millions de dollars en subventions à plus de 400 bénéficiaires grâce au programme communautaire de développement des arts et de la culture, au programme d'aide au fonctionnement des organismes artistiques et au développement des industries culturelles.



Le Ministère a généré environ 15,2 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 sur les marchés de l'Amérique du Nord et outre-mer.



Le Ministère a généré plus de 10,2 millions de dollars (valeur publicitaire) en couverture médiatique et 1 milliard de dollars en diffusion/impressions pour faire valoir le Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique (magazines, journaux, en ligne, télévision et radio).

# Mesures du rendement

Plus d'emplois	Mesures
Accroître les dépenses des visiteurs	Valeur en argent des dépenses des visiteurs attribuables au marketing Nombre de recommandations aux clients et de réservations
Créer des conditions favorisant la croissance	Fonds provenant de partenariats de marketing touristique
Responsabilité fiscale	Mesures
Accroître les recettes	Augmentation des recettes fiscales découlant des dépenses des visiteurs Augmentation des recettes provenant des parcs et des attractions gérés par le Ministère (organisme de service spécial et des recettes ordinaires combinées) Rapport des recettes réelles et des recettes budgétées
Réduire les dépenses	Rapport des dépenses réelles et des dépenses budgétées
Meilleur endroit pour élever une famille	Mesures
Mettre en valeur la culture au quotidien	Augmentation de la participation aux activités culturelles
Attirer plus de résidents du Nouveau-Brunswick dans les parcs provinciaux	Augmentation de la fréquentation des parcs et des attractions par les Néo-Brunswickois
Encourager la participation aux sports et aux loisirs	Augmentation du nombre d'enfants et de jeunes qui participent à des programmes de sport/savoir-faire physique axés sur les groupes sous-représentés
Gouvernement intelligent	Mesures
Éliminer le gaspillage et les chevauchements	Taux d'amélioration au moyen de l'amélioration continue
Assurer une transparence et une responsabilisation	Pourcentage de mesures SOMIA en bonne voie

## Plus d'emplois

### Objectif de la mesure

**Accroître les dépenses des visiteurs**

### Mesure

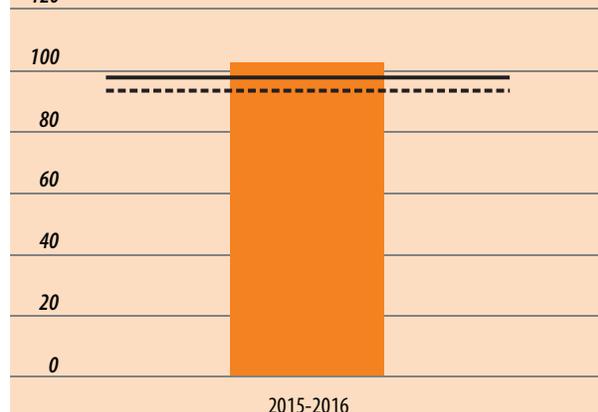
**Valeur en argent des dépenses des visiteurs attribuables au marketing**

### 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.

*Valeur en argent des dépenses des visiteurs attribuables au marketing*

120



### Rendement général

Atteinte/dépassement de l'objectif ambitieux.

— Référence : 97,8 millions de dollars  
- - - - - Cible : 93 millions de dollars  
Réal : 102,75 millions de dollars

### Raison d'être de cette mesure?

Cette mesure vise à illustrer l'effet des efforts de marketing du Ministère sur la croissance économique de la province.

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

Il s'agit d'une mesure annuelle qui est liée aux efforts de marketing du Ministère, notamment :

- les programmes de marketing intégrés en Ontario, au Québec et aux États-Unis. Ces programmes comprennent la publicité payée dans les médias et le marketing sur les médias sociaux et les moteurs de recherche;
- la publicité payée et organique sur les médias sociaux comme Facebook, Instagram, Twitter et Pinterest.

En plus des efforts énumérés ci-dessus, le site Web destiné aux consommateurs, [www.tourismenouveaubrunswick.ca](http://www.tourismenouveaubrunswick.ca), offre un contenu pertinent et personnalisé aux visiteurs du site, ce qui aboutit en fin de compte à une indication de client ou à une réservation. Ce site permet également au Ministère de mener une enquête en ligne pour faire le suivi de cette mesure et en faire rapport.

## Plus d'emplois

### Objectif de la mesure

**Accroître les dépenses des visiteurs**

### Mesure

**Nombre de recommandations aux clients et de réservations**

### Description de la mesure

Nombre de recommandations aux clients et de réservations auprès des exploitants d'entreprises touristiques du Nouveau-Brunswick sur le site [tourismenouveaubrunswick.ca](http://tourismenouveaubrunswick.ca).

*Nombre de recommandations aux clients et de réservations*

1 100 000

1 050 000

1 000 000

950 000

900 000

850 000

800 000

2015-2016

### Rendement général

Atteinte/dépassement de l'objectif ambitieux

— Référence : 984 631  
- - - - - Cible : 976 216  
Réel : 1 066 020

### Raison d'être de cette mesure?

Il s'agit d'une cible trimestrielle et d'un important indicateur de la mesure annuelle des « dépenses des visiteurs attribuables au marketing ». En menant un suivi trimestriel, le Ministère peut adapter ses efforts de marketing en temps réel à l'aide de tactiques qui se traduisent par un plus grand nombre de recommandations aux clients et de réservations, de façon à optimiser le budget de marketing.

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

Il s'agit d'une mesure annuelle établie qui est liée aux efforts de marketing du Ministère, notamment :

- les programmes de marketing intégrés en Ontario, au Québec et aux États-Unis. Ces programmes comprennent la publicité payée dans les médias et le marketing sur les médias sociaux et les moteurs de recherche;
- la publicité payée et organique sur les médias sociaux comme Facebook, Instagram, Twitter et Pinterest.

En plus des efforts énumérés ci-dessus, le site Web destiné aux consommateurs, [www.tourismenouveaubrunswick.ca](http://www.tourismenouveaubrunswick.ca), offre un contenu pertinent et personnalisé aux visiteurs du site, ce qui aboutit en fin de compte à une indication de client ou à une réservation. Ce site permet également au Ministère de mener une enquête en ligne pour faire le suivi de cette mesure et en faire rapport.

## Plus d'emplois

### Objectif de la mesure

*Créer des conditions favorisant la croissance*

### Mesure

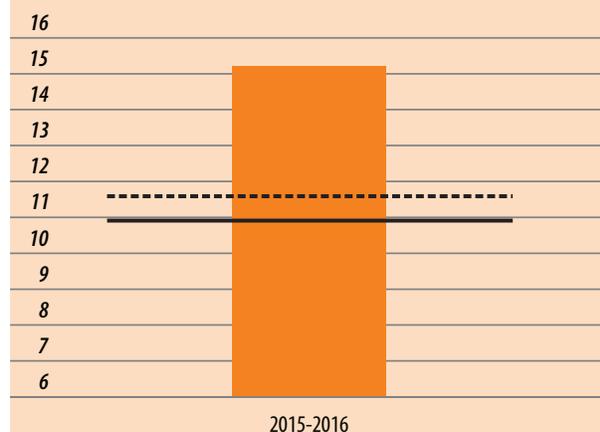
*Fonds provenant de partenariats de marketing touristique*

### Description de la mesure

Il s'agit d'une mesure du financement total des initiatives conjointes de marketing du tourisme par l'entremise d'un investissement public auquel le gouvernement fédéral apporte une contribution équivalente, ainsi que d'un investissement par des partenaires du secteur privé (comme les organisateurs de voyage et les croisiéristes) ou par d'autres provinces ou des États.

Les contributions permettant de mobiliser le financement fédéral et le financement des partenaires du secteur privé maximisent le rendement du capital investi pour les initiatives de marketing dans le secteur du tourisme.

### *Fonds provenant de partenariats de marketing touristique*



### Rendement général

Atteinte/dépassement de l'objectif ambitieux

— Référence : 10,9 millions de dollars  
- - - - - Cible : 11,6 millions de dollars  
Réal : 15,2 millions de dollars

### Raison d'être de cette mesure?

Montrer le rendement du capital investi.

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

- Partenariat avec le programme pilote Destination Canada en Allemagne (un an)
- Partenariat du tourisme du Canada atlantique (PTCA)
- Programme panatlantique avec la Chine
- Divers partenariats avec les entreprises de voyage
- Diverses activités provinciales interministérielles sur le marché

## Plus d'emplois

### Objectif de la mesure

**Accroître les recettes**

### Mesure

**Augmentation des recettes fiscales découlant des dépenses des visiteurs**

### Description de la mesure

Recettes fiscales provinciales estimatives découlant de l'achat de biens et de services touristiques du Nouveau-Brunswick par des visiteurs attirés dans la province par les activités ministérielles de promotion du tourisme.

*Augmentation des recettes fiscales découlant des dépenses des visiteurs*



### Rendement général

Atteinte/dépassement de l'objectif ambitieux

— Référence : 7,5 millions de dollars  
- - - - - Cible : 7,1 millions de dollars  
Réal : 7,9 millions de dollars

### Raison d'être de cette mesure?

Cette mesure annuelle permet au Ministère de mettre en évidence les recettes qu'il procure au gouvernement du Nouveau-Brunswick et qui peuvent servir à améliorer le bien-être des Néo-Brunswickois dans les domaines de l'éducation, des soins de santé, etc.

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

Il s'agit d'une mesure annuelle liée aux efforts de marketing du Ministère, notamment :

- les programmes de marketing intégrés en Ontario, au Québec et aux États-Unis. Ces programmes comprennent la publicité payée dans les médias et le marketing sur les médias sociaux et les moteurs de recherche;
- la publicité payée et organique sur les médias sociaux comme Facebook, Instagram, Twitter et Pinterest.

En plus des efforts énumérés ci-dessus, le site Web destiné aux consommateurs, [www.tourismenouveau-brunswick.ca](http://www.tourismenouveau-brunswick.ca), offre un contenu pertinent et personnalisé aux visiteurs du site, ce qui aboutit en fin de compte à recommandation au client ou à une réservation. Ce site permet également au Ministère de mener une enquête en ligne pour faire le suivi de cette mesure et en faire rapport.

## Plus d'emplois

### Objectif de la mesure

**Accroître les recettes**

### Mesure

**Augmentation des recettes des parcs et des attractions gérés par le Ministère (combinaison des recettes générées par l'exploitation ordinaire des parcs et par l'organisme de service spécial).**

### Description de la mesure

Les recettes générées dans les parcs provinciaux et les attractions sont recueillies par divers moyens, comme la location d'emplacements de camping et de lieux d'hébergement, les permis de golf et de ski, la nourriture et les boissons, les droits d'entrée, les boutiques de cadeaux et les redevances des concessions. Ces recettes font l'objet d'un suivi et d'un rapport hebdomadaire et mensuel.

*Augmentation des recettes des parcs et des attractions gérés par le Ministère*



### Rendement général

Atteinte/dépassement de l'objectif ambitieux

— Référence : 7,265 millions de dollars  
- - - - - Cible : 7,365 millions de dollars  
Réal : 7,71 millions de dollars

### Raison d'être de cette mesure?

Cette mesure vise à déterminer l'efficacité des programmes des attractions et des parcs provinciaux dans la production de recettes directes et indirectes pour le gouvernement provincial. Les parcs provinciaux rapportent près de 4 \$ en dépenses des visiteurs pour chaque dollar qu'investit le gouvernement. Les projets des parcs soutiennent l'économie locale grâce aux dépenses pour la nourriture et les boissons, le transport et à d'autres dépenses touristiques.

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

L'investissement du Ministère dans l'agrandissement de la boutique de cadeaux de Hopewell Rocks a continué de rapporter des dividendes. L'initiative du Ministère en vue d'accroître le nombre de Néo-Brunswickois qui visitent les parcs et les attractions a contribué à cette mesure, se soldant par le plus grand nombre de locations d'emplacements de camping pour une nuit jamais enregistré.

Le Ministère a également entrepris un examen des droits déréglés pour mieux les harmoniser avec les conditions du marché, a effectué d'autres investissements stratégiques dans l'infrastructure et a intensifié la présence des parcs provinciaux sur les médias sociaux et le Web.

## Plus d'emplois

### Objectif de la mesure

**Accroître les recettes**

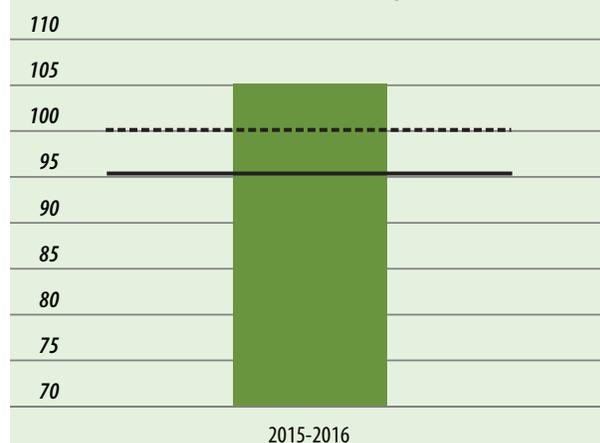
### Mesure

**Ratio des recettes réelles et des recettes budgétées**

### Description de la mesure

Ce ratio permet d'évaluer si les recettes du Ministère dépassent ou non ce qui était prévu au budget. Il sera supérieur à 100 % si les recettes dépassent ce qui était prévu au budget et inférieur à 100 % dans le cas contraire.

*Ratio des recettes réelles et des recettes budgétées*



### Rendement général

Recettes – amélioration du rendement

— Référence : 95,4 %  
- - - - - Cible : 100 %  
■ Réel : 105,2 %

### Raison d'être de cette mesure?

Cette mesure rend compte de la capacité du Ministère à augmenter les recettes. 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 a dépassé sa cible, en grande partie grâce à l'augmentation de la fréquentation, surtout à Hopewell Rocks.

## Plus d'emplois

### Objectif de la mesure

**Réduire les dépenses**

### Mesure

**Ratio des dépenses réelles et des dépenses budgétées**

### Description de la mesure

Ce ratio permet d'évaluer si les dépenses du Ministère dépassent ou non ce qui était prévu au budget. Il sera supérieur à 100 % si les dépenses dépassent ce qui était prévu au budget et inférieur à 100 % dans le cas contraire.

*Ratio des dépenses réelles et des dépenses budgétées*

101

100

99

98

97

96

95

2015-2016

### Rendement général

Le Ministère a réussi à gérer les dépenses de façon à ne pas dépasser le budget.

— Référence : 99,7 %  
- - - - - Cible : 100 %  
Réal : 99,6 %

### Raison d'être de cette mesure?

Cette mesure rend compte de la capacité du Ministère à gérer l'ensemble de ses dépenses. 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.

### 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 en assurant une saine gestion des dépenses discrétionnaires, en obtenant le meilleur prix possible pour l'acquisition de biens et de services et en menant à bien des initiatives continues d'amélioration des processus.

## Meilleur endroit pour élever une famille

### Objectif de la mesure

**Mettre en valeur la culture au quotidien**

### Mesure

**Augmentation de la participation aux activités culturelles**

### Description de la mesure

Augmentation du nombre de participants aux activités ou aux initiatives culturelles financées par la Direction du patrimoine et la Direction des arts et des industries culturelles pour les programmes visés.

*Augmentation de la participation aux activités culturelles*

1 100 000

1 000 000

900 000

800 000

700 000

600 000

500 000

2015-2016

### Rendement général

Dépasse la cible mais en deçà de l'objectif ambitieux

— Référence : 917 070  
- - - Cible : 962 923  
Réal : 982 801

### Raison d'être de cette mesure?

*Un avenir empreint de créativité : Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick* définit la culture au quotidien comme l'une des quatre orientations de la politique. La politique indique que « tous les Néo-Brunswickois profiteront d'une vie culturelle riche au sein de leur communauté et auront l'occasion d'y participer ». Le but 1.1 intitulé « Accroître l'accès à la culture » propose comme objectif d'augmenter la participation aux activités culturelles.

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

Le Ministère a revu les critères de tous les programmes afin de les harmoniser avec les objectifs de la politique culturelle portant sur la culture au quotidien et a collaboré plus étroitement avec le secteur touristique pour faire la promotion de diverses initiatives.

Il a augmenté le financement accordé aux principaux programmes grâce à la politique culturelle renouvelée et s'attend à ce que les projets soutenus bénéficiant d'une aide financière contribuent à accroître l'offre (mérite artistique) et, par conséquent, la participation.

De plus, le Ministère a établi le programme de commémorations et de célébrations pour faciliter la planification d'activités communautaires ou provinciales dans le but d'augmenter la participation aux activités du patrimoine et le nombre de visites aux musées communautaires et aux lieux historiques provinciaux.

## Meilleur endroit pour élever une famille

### Objectif de la mesure

**Attirer plus de résidents du Nouveau-Brunswick dans les parcs provinciaux**

### Mesure

**Augmentation du nombre de résidents qui visitent les parcs et les attractions du Nouveau-Brunswick**

### Description de la mesure

Les taux de fréquentation des parcs provinciaux sont établis au moyen des permis de camping, et ceux des attractions sont déterminés au moyen des droits d'entrée.

*Augmentation du nombre de résidents qui visitent les parcs et les attractions du Nouveau-Brunswick*

310 000

260 000

210 000

160 000

110 000

60 000

10 000

2015-2016

### Rendement général

Atteinte/dépassement de l'objectif ambitieux.

— Référence : 167 071  
- - - - - Cible : 175 000  
Réal : 275 591

### Raison d'être de cette mesure?

Cette mesure rend compte de l'efficacité et de l'efficacité des programmes des attractions et des parcs provinciaux en vue d'attirer les résidents et les 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.

Il 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 troisième année consécutive des activités distinctives régulières dans les parcs.

## Meilleur endroit pour élever une famille

### Objectif de la mesure

**Encourager la participation aux sports et aux loisirs**

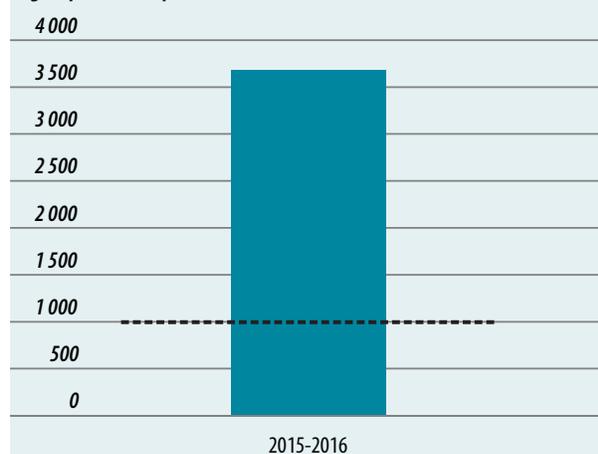
### Mesure

**Augmentation du nombre d'enfants et de jeunes qui participent à des programmes de sport ou de savoir-faire physique axés sur les groupes sous-représentés.**

### Description de la mesure

Les taux de fréquentation des parcs provinciaux sont établis au moyen des permis de camping, et ceux des attractions sont déterminés au moyen des droits d'entrée.

*Augmentation du nombre d'enfants et de jeunes qui participent à des programmes de sport ou de savoir-faire physique axés sur les groupes sous-représentés.*



### Rendement général

Atteinte/dépassement de l'objectif ambitieux

— Référence : nouveau  
- - - - - Cible : 1 000  
Réal : 3 684

### Raison d'être de cette mesure?

Conformément à son entente bilatérale avec le Gouvernement du Canada, le Ministère doit présenter un rapport annuel. Ce rapport présente les résultats du programme Allez-y NB pour l'année de financement en question afin de veiller à l'atteinte/au dépassement des objectifs. Voici quelques-uns des indicateurs : montants des investissements, ventilation de la participation par sexe et par groupe ciblé, mécanisme de prestation et stade approximatif du modèle de développement à long terme de l'athlète.

Afin d'évaluer entièrement l'incidence d'Allez-y NB sur le savoir-faire physique et les taux d'activité physique, surtout au sein des populations sous-représentées, Allez-y NB surveille continuellement des indicateurs qui ne constituent pas une exigence de l'entente bilatérale.

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

Par l'entremise des quatre domaines prioritaires d'Allez-y NB (le savoir-faire physique (à l'échelle régionale et provinciale), l'élaboration des programmes, le renforcement des capacités et l'équipement parasport), en plus des fonds spécialement alloués aux groupes sous-représentés, 134 000 \$ ont été octroyés en tout à 58 projets.

Ce financement a permis de soutenir des programmes auxquels ont participé 3 800 enfants à l'échelle régionale et 6 000 enfants à l'échelle provinciale, de former près de 500 entraîneurs dans la province et de contribuer à l'achat de matériel spécialisé pour quatre programmes provinciaux de parasport. En tout, quatre projets ont été désignés programmes de parasport, auxquels 126 personnes ont participé et dans le cadre desquels plus de 60 entraîneurs ont été formés. Deux programmes ont été désignés programmes des Premières Nations et ont accueilli 60 jeunes.

## Gouvernement intelligent

### Objectif de la mesure

**Éliminer le gaspillage et les chevauchements**

### Mesure

**Taux d'amélioration au moyen de l'amélioration continue**

### Description de la mesure

Cette mesure permet de suivre le taux d'amélioration continue au sein du Ministère. Ce taux est calculé en établissant la valeur totale en dollars des efforts d'amélioration continue (par exemple, les projets Lean Six Sigma et les recherches du gaspillage), divisée par le budget ordinaire du Ministère. Les sommes calculées comprennent les économies directes, les coûts évités et les recettes générées grâce aux améliorations apportées par divers projets.

*Éliminer le gaspillage et les chevauchements*

2,25

2,00

1,75

1,50

1,25

1,00

0,75

0,50

0,25

2015-2016

### Rendement général

En deçà du rendement de base

— Référence : 1,5 % en 2014-2015  
- - - - - Cible : 2 % (1 050 000 \$)  
■ Réel : 0,99 % (518 218,92 \$)

### Raison d'être de cette mesure?

La réduction des coûts et l'accroissement des recettes constituaient une priorité stratégique, et la mesure des 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?

- Douze projets d'amélioration des processus ont été menés à bien (ou sont en cours) pour une valeur totale de 518 218,92 \$. Les projets plus importants sont indiqués ci-dessous, et la liste complète est fournie à la page 21 :
- réduction des coûts d'exploitation du parc provincial Mactaquac;
- ajustement des effectifs en fonction de l'affluence dans les centres d'information aux visiteurs;
- multiplication des interactions avec les visiteurs et accroissement de la mobilisation par l'intermédiaire des médias sociaux.

## Gouvernement intelligent

### Objectif de la mesure

**Assurer une transparence et une responsabilisation**

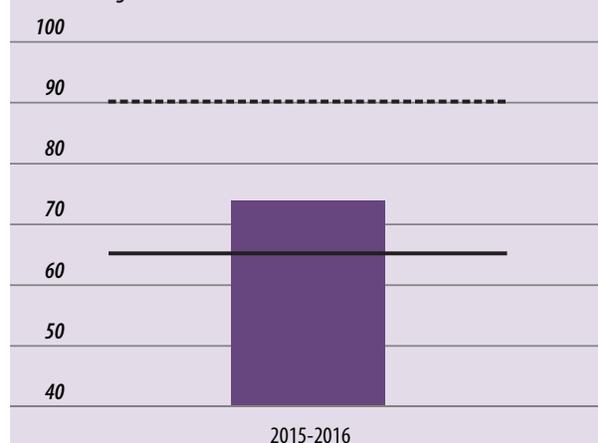
### Mesure

**Pourcentage de mesures SOMIA en bonne voie**

### Description de la mesure

Cette mesure décrit le nombre d'initiatives, de mesures et de projets terminés dans le délai prévu. SOMIA est le document qui énumère les initiatives, les mesures et les projets et leur date limite d'exécution. Le tableau de bord équilibré comprend des mesures liées à chaque thème stratégique qui, à leur tour, s'accompagnent d'un certain nombre d'initiatives et de plans d'action à l'appui de la réalisation de ces cibles (indiquées dans SOMIA). Tous les plans d'action ont une date limite par trimestre. Les ministères et les organismes du GNB présentent un rapport trimestriel sur l'état de leurs plans d'action.

*Pourcentage de mesures SOMIA en bonne voie*



### Rendement général

Rattrapable

— Référence : 65 %  
- - - - - Cible : 90 %  
Réel : 74 %

### Raison d'être de cette mesure?

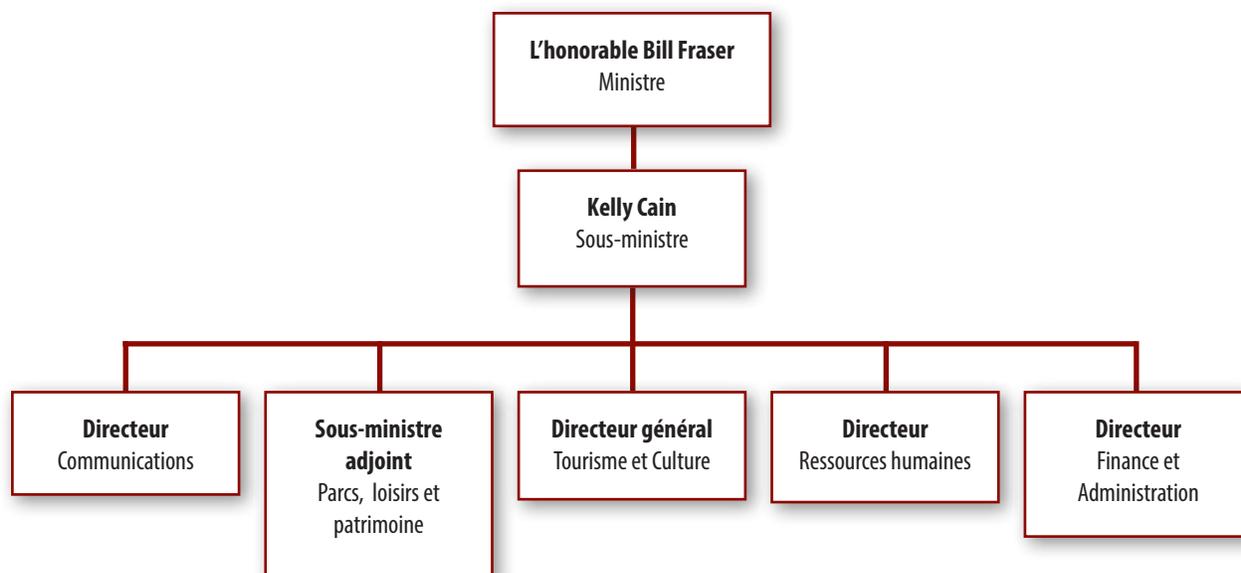
Le Ministère déploie des efforts d'amélioration au moyen d'initiatives, de mesures et de projets. Il est essentiel de terminer les projets dans le délai prévu pour réaliser les objectifs globaux du Ministère.

# Survol des opérations du ministère

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

En 2015-2016, le Ministère a employé 249 personnes à temps plein, à titre occasionnel ou à contrat. En 2014-2015, il en employait 234.

## Organigramme des échelons supérieurs



# Vue d'ensemble de la division et faits saillants

## Direction des communications

La **Direction des communications** est responsable de la promotion des programmes, des politiques et des activités du Ministère au moyen de la planification et du soutien stratégiques des communications.

De plus, elle élabore et met en œuvre des plans de communication; donne des conseils et apporte 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; rédige et conçoit le contenu Web.

Elle participe également à la planification des activités de sensibilisation et de consultation du public.

## Division des parcs, des loisirs et du patrimoine

La **Division des parcs, des loisirs et du patrimoine** est formée de la Direction du processus d'excellence du rendement, de la Direction des politiques et de la planification, de la Direction des parcs et des attractions, de la Direction du sport et des loisirs et de la Direction du patrimoine.

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 (qui dresse la liste des projets stratégiques). Elle est de plus chargée de favoriser l'épanouissement d'une culture d'excellence du rendement au sein du Ministère et l'application du système de gestion officielle du GNB, ainsi que de superviser l'équipe d'amélioration des processus Lean Six Sigma. La Direction avait trois employés à temps plein, le champion de l'harmonisation, qui dirigeait les activités stratégiques du Ministère, et deux facilitateurs de l'amélioration des processus qui dirigeaient les projets Lean Six Sigma, les recherches du gaspillage et d'autres activités d'amélioration.

## FAITS SAILLANTS

- ♦ La Direction du processus d'excellence du rendement a dirigé et géré avec succès les activités stratégiques du Ministère. C'était la deuxième année que le Ministère utilisait le système de gestion officielle du GNB (tableau de bord équilibré, etc.), et il a continué de perfectionner ses compétences pour la mise en œuvre efficace de cette méthodologie structurée d'amélioration des activités.
- ♦ La Direction a facilité douze projets d'amélioration des processus qui ont permis d'économiser/de générer un total de 518 000 \$ tout en aidant à promouvoir une culture d'amélioration continue dans l'ensemble du Ministère. Voici une liste des projets réalisés ou en cours en 2015-2016 :
  - réduction des coûts d'exploitation du parc provincial Mactaquac;
  - augmentation des interactions tourisme-visiteurs dans les médias sociaux;
  - ajustement des effectifs en fonction de l'affluence dans les centres d'information aux visiteurs;
  - réduction des coûts de gestion des véhicules;
  - réduction des coûts de téléphonie;
  - augmentation des interactions parcs-visiteurs dans les médias sociaux;
  - réduction des dépenses dans les communautés actives;
  - diminution du temps de traitement des demandes de subvention pour la culture;
  - amélioration des décisions de déplacement et diminution des coûts;
  - diminution des efforts du personnel dans l'élaboration de la Collection d'expériences et des processus de vente;
  - harmonisation de la Direction du sport et des loisirs;
  - établissement de mesures par rapport à la vision pour la planification stratégique.

### Indicateurs de rendement clés (IRC)

- Obtenir un pourcentage supérieur à 85 % des engagements réalisés selon le calendrier établi. Le calendrier des engagements est une liste d'environ 20 mesures et pratiques exemplaires qui orientent le système de gestion officielle du GNB.
- Taux d'amélioration au moyen de l'amélioration continue

La **Direction de la politique et de la planification** a pour responsabilité de fournir aux décideurs du Ministère et à d'autres intervenants un savoir-faire, des analyses, une évaluation et des conseils en ce qui concerne les politiques, la planification et l'élaboration de programmes, la coordination de la législature, les organismes, conseils et commissions, la coordination du droit à l'information et la gestion 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.

### FAITS SAILLANTS

- ♦ *L'objectif principal de l'unité des politiques est d'appuyer l'élaboration et la mise en œuvre de diverses initiatives découlant de la révision stratégique des programmes, pour soutenir l'engagement du gouvernement à trouver des mesures afin d'éliminer le déficit du gouvernement provincial.*
- ♦ *La Direction a coordonné et révisé des documents et préparé des réponses à 54 demandes présentées en vertu de la Loi sur le droit à l'information et la protection de la vie privée, une augmentation par rapport aux 41 demandes reçues l'année précédente.*
- ♦ *L'unité de la planification a procédé à la collecte et à l'analyse mensuelles et annuelles de l'information relative aux indicateurs touristiques du Nouveau-Brunswick et a produit des rapports à ce sujet qui ont été publiés à l'adresse suivante : <http://www2.gnb.ca/content/gnb/fr/ministeres/tpc/publications.html#ti>.*
- ♦ *Dans le cadre de la gestion du site Web du Ministère, un projet de grande envergure a été entrepris pour intégrer le contenu des directions du sport, des loisirs et des communautés actives une fois que ces directions ont été intégrées au Ministère et pour améliorer l'accès du client aux services ministériels dans les domaines définis.*

### Indicateurs de rendement clés (IRC)

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

La **Direction des parcs et des attractions** voit à la bonne gestion de 24 parcs provinciaux et attractions et apporte un soutien considérable aux autres infrastructures touristiques de valeur économique stratégique pour le GNB.

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.

### FAITS SAILLANTS

- ♦ *Investissements stratégiques – L'organisme de service spécial des parcs permet à plusieurs de ces parcs de réinvestir directement les recettes générées dans leurs activités. À Hopewell Rocks, l'investissement stratégique des bénéfices ainsi conservés a permis le remplacement de l'escalier principal pour accéder à la plage.*
- ♦ *Modernisation des services aux visiteurs – Expansion d'un programme pilote visant à offrir un accès à Internet sans fil gratuit dans les parcs provinciaux. Des points d'accès WiFi ont été installés à des endroits stratégiques au terrain de camping du parc provincial de la plage Parlee. 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 14 000 personnes en 2015-2016, soit une augmentation de 30 % par rapport à l’année précédente. Les parcs et les attractions de la province font partie intégrante de l’identité provinciale, suscitent chez les résidents un sentiment de fierté et constituent d’importantes aires de conservation écologique pour les générations futures.*

### Indicateurs de rendement clés (IRC)

- Augmentation du nombre de Néo-Brunswickois qui visitent les parcs et les attractions du Nouveau-Brunswick.
  - » Référence : 167 071
  - » Cible : 175 000
  - » Réel : 275 591
- Augmentation des recettes des parcs et des attractions gérés par le Ministère (organisme de service spécial) et des recettes ordinaires combinées.
  - » Référence : 7,265 millions de dollars
  - » Cible : 7,365 millions de dollars
  - » Réel : 7,71 millions de dollars

La **Direction du sport et des loisirs** a pour mandat d’offrir un leadership stratégique et un soutien permettant de renforcer le système de sports et de loisirs, ce qui crée davantage d’occasions favorisant la vie active et le bien-être accru des Néo-Brunswickois.

L’objectif de la Direction est de promouvoir le sport, les loisirs et les occasions de mener une vie active pour tous les Néo-Brunswickois afin de rehausser le bien-être et la qualité de vie de tous. Un réseau de bureaux régionaux appuie l’offre communautaire des programmes et des services de sport, de loisirs et d’activité physique.

La Direction a cerné plusieurs objectifs stratégiques, notamment :

- Vie active : Le sport, c’est pour la vie - Vivre une vie plus active en participant aux loisirs physiques et aux sports tout au long du cycle de vie.
- Inclusion et accès : Améliorer l’inclusion et l’accès aux sports et aux loisirs pour les populations qui font face à des contraintes sur le plan de la participation.
- Milieux favorables : Assister à la création de milieux physiques et sociaux favorables à la participation et aider à bâtir des collectivités solides et bienveillantes.

À partir du 1er avril 2016, la Direction du sport et des loisirs et la Direction des communautés actives ont fusionné pour former une seule entité, soit la Direction du sport et des loisirs. En 2015-2016, la Direction du sport et des loisirs comptait onze employés, dont un directeur, deux membres du personnel administratif, sept consultants provinciaux et un coordonnateur du programme Allez-y NB. La Direction des communautés actives comptait 14 employés, dont un directeur, cinq membres du personnel administratif et huit consultants régionaux.

### FAITS SAILLANTS

- ♦ *Faisant anciennement partie du ministère des Communautés saines et inclusives, la Direction du sport et des loisirs et la Direction des communautés actives se sont jointes au ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture le 1er avril 2015.*
- ♦ *Dans le cadre d’un exercice d’amélioration des processus dont le but était de trouver des gains d’efficacité et de mieux harmoniser les programmes et les services, un projet a été entrepris afin de regrouper la Direction du sport et des loisirs et la Direction des communautés actives à compter du 1er avril 2016.*
- ♦ *La Direction du sport et des loisirs, de concert avec les partenaires et les intervenants clés, a lancé un processus de renouvellement de la Politique sur le sport et les loisirs pour le Nouveau-Brunswick établie en 1994 dans le but de l’harmoniser davantage à la Politique canadienne du sport et au Cadre stratégique pour les loisirs au Canada de façon à tenir compte des circonstances actuelles du Nouveau-Brunswick.*

### Indicateurs de rendement clés (IRC)

- Augmentation du nombre d’organismes et de clubs provinciaux de sport harmonisant davantage leur action avec le mouvement au Canada, le sport, c’est pour la vie : objectif ambitieux dépassé. Quinze organismes provinciaux de sport ont connu une amélioration marquée, axant leurs efforts sur la prestation de programmes adaptés à l’âge et au stade de tous les participants.
- Augmentation du nombre d’enfants et de jeunes qui participent à des programmes de sport ou de savoir-faire physique axés sur les groupes sous-représentés : objectif ambitieux dépassé. Le financement obtenu par l’entente bilatérale de participation sportive d’Allez-y NB a permis d’appuyer les programmes ayant atteint 3 800 enfants à l’échelle régionale et 6 000 enfants à l’échelle provinciale et de former quelque 500 entraîneurs dans la province.
- Augmentation du nombre de projets régionaux de développement à long terme de l’athlète : objectif ambitieux dépassé de 32 projets. Dans l’ensemble,

76 projets ont été réalisés grâce à des subventions du profil régional et 25 grâce à des subventions d'Allez-y NB.

- Augmentation du pourcentage des communautés des Premières Nations qui obtiennent du financement pour les loisirs : amélioration par rapport à l'année précédente. En tout, neuf Premières Nations ont reçu l'appui d'une subvention régionale.

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 applique également la *Loi sur la conservation du patrimoine* et gère le programme provincial de toponymie.

En 2015-2016, la Direction a participé à l'élaboration d'*Un avenir empreint de créativité : Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick*.

## FAITS SAILLANTS

- ♦ Participation, par l'intermédiaire du Programme du patrimoine architectural, à quinze projets de remise en état du patrimoine architectural dans des lieux patrimoniaux importants pour la communauté.
- ♦ Grâce au Programme d'amélioration des lieux culturels communautaires, la Direction a participé à huit projets qui visent à créer ou à améliorer les lieux culturels de la collectivité.
- ♦ Poursuite de la mise en place de mesures à prendre dans le cadre de la politique culturelle renouvelée.
- ♦ 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 du programme Stage d'emploi étudiant pour demain. L'Unité des services aux musées a couvert quatorze 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.
- ♦ Transfert de l'administration d'ententes d'exploitation pour des lieux historiques provinciaux, dont la maison du shérif Andrews, l'île Ministers, la maison Doak, la ferme MacDonald et Bonar Law Common vers la Direction des parcs et des attractions.
- ♦ 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 182 permis de fouilles archéologiques en vertu de la Loi sur la conservation du patrimoine.
- ♦ Ajout de 42 nouveaux lieux archéologiques à l'inventaire de la province.
- ♦ Gestion 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.
- ♦ Gestion et achèvement par l'entremise d'un entrepreneur tiers de l'étude d'impact archéologique pour le projet de la mine Sisson.
- ♦ Début d'un cours de formation de technicien en archéologie de niveau 1, principalement pour les Premières Nations, en partenariat avec le ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail et le réseau des collèges communautaires de la province. Terminé au début 2016-2017, le cours permet aux collectivités de Premières Nations de participer aux évaluations archéologiques pour des projets de ressources dans la province et leur offre des occasions de participer à la découverte, à l'interprétation et à la conservation de leur patrimoine.
- ♦ Maintien de la collaboration avec le Comité consultatif malécite sur l'archéologie et le Mi'kmaq Indigenous Cultural Management Advisory Committee (comité consultatif de gestion culturelle autochtone micmaque ou MICMAC) concernant des questions touchant la recherche archéologique et l'étude d'impact archéologique.
- ♦ Poursuite du partenariat avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure pour s'occuper des études d'impact des projets d'amélioration de routes.

- ♦ *Coordination de la Semaine du patrimoine 2016 sous le thème Leadership and Legacy – Les legs de leadership et du programme provincial des Fêtes du patrimoine, qui comprenait la planification de 144 fêtes dans des écoles et de 12 fêtes régionales du patrimoine aboutissant à la Vitrine provinciale des Fêtes du patrimoine. Le taux de participation des élèves à ces fêtes du patrimoine dans les écoles était de 93 %.*

Les **Services de toponymie** ont géré des questions relatives aux noms de lieux et d'entités géographiques dans la province.

## Division du tourisme et de la culture

La **Division du tourisme et de la culture** est composée de la Direction du marketing et de l'information aux visiteurs, de la Direction des ventes, des médias et de l'expérience du visiteur et de la Direction des arts et des industries culturelles.

La **Direction du marketing et de l'information aux visiteurs** se compose de 18 personnes, dont le personnel régional au Centre de communication touristique à Campbellton. L'été, la Direction compte également les superviseurs et le personnel des sept centres provinciaux d'information aux visiteurs. La 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 350 000 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 de définir et d'entretenir une « marque » touristique pour le Nouveau-Brunswick reflétant clairement les attentes à l'égard de la destination-vacances et de générer des recettes touristiques supplémentaires pour le gouvernement provincial.

### FAITS SAILLANTS

- ♦ *Lancement d'un site Web adaptatif permettant aux visiteurs d'avoir accès à des renseignements sur les destinations à partir de l'appareil de leur choix (téléphone cellulaire, ordinateur portable, tablette, etc.).*

- ♦ *Misant sur le taux de change du dollar américain, le gouvernement a investi 200 000 \$ supplémentaires en marketing touristique et le Ministère a créé une campagne en ligne visant les Québécois qui songeaient à des vacances à la plage aux États-Unis pour les amener à constater que des vacances à la plage au Nouveau-Brunswick s'avèrent plus avantageuses comparativement au marché américain. Cette campagne est soldée par une augmentation de 50 % de visites des résidents du Québec sur le site Web touristique.*

- ♦ *Production de 350 000 guides touristiques pour la saison 2016 et, pour la deuxième fois, création d'une version interactive en ligne.*
- ♦ *Projet pour évaluer les effectifs à chaque centre provincial d'information aux visiteurs et rajustement du nombre d'employés afin d'utiliser plus efficacement le budget ministériel.*
- ♦ *Prestation de campagnes intégrées durant l'été et l'hiver pour attirer des visiteurs de l'Ontario, du Québec, des Maritimes et des États-Unis.*
- ♦ *Début du remaniement du système en ligne utilisé par l'industrie touristique afin de fournir des renseignements au Ministère et de s'approvisionner auprès de celui-ci. Le portail des exploitants touristiques (anciennement la Fonction libre-service) offrira un point de service unique pour l'industrie du tourisme grâce à son interface simple permettant de communiquer avec le Ministère.*

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 sur nos principaux marchés nationaux et internationaux. De plus, le personnel travaille avec l'industrie du tourisme au Nouveau-Brunswick pour favoriser l'élaboration de produits et d'expériences touristiques prêts pour le marché.

La Direction se concentre sur l'établissement de relations interopératives avec des voyageurs, des influenceurs touristiques et des organes de presse pour tirer parti de possibilités sur les plans de la commercialisation et des ventes qui se traduiront par une augmentation des visites et de l'activité pour le secteur touristique du Nouveau-Brunswick.

L'**Unité des ventes à l'industrie et des 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, en Allemagne et en Chine.

L'unité veille à ce que les produits et les expériences touristiques du Nouveau-Brunswick soient mis de l'avant dans le cadre des campagnes de commercialisation de différents voyageurs.

**L'Unité 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.

**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 et expériences touristiques permanents destinés aux consommateurs et prêts à l'exportation (industrie du tourisme).

## FAITS SAILLANTS

Commerce et partenariat

- ♦ *L'entente de partenariat panatlantique avec l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) visant le marché de la Chine a été signée et on élabore actuellement un programme de marketing et de vente intégré.*
- ♦ *Une campagne de marketing pilote avec Destination Canada qui cible le marché de l'Allemagne a été achevée et une analyse sera menée à l'automne 2016.*
- ♦ *Un échantillonnage des voyageurs partenaires du Ministère a fait état de plus de 15 000 chambres-nuits au Nouveau-Brunswick en 2015.*

## Indicateurs de rendement clés (IRC)

- Génération d'environ 15,2 millions de dollars pour des activités supplémentaires de vente et de marketing grâce à l'établissement de partenariats avec les principaux voyageurs et organismes touristiques sur les marchés de l'Amérique du Nord et outre-mer.
- Organisation de voyages d'information qui ont accueilli 72 influenceurs touristiques au Nouveau-Brunswick.
- Séances de formation sur la province en tant que destination offertes à plus de 1 155 professionnels du tourisme des marchés nationaux et internationaux.
- Génération de plus de 10,2 millions de dollars (valeur publicitaire) en couverture médiatique et de 1 milliard de dollars en diffusion/impressions présentant le Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique (magazines, journaux, en ligne, télévision et radio).

- Accueil de 170 journalistes touristiques dans le cadre de circuits organisés dans la province à l'intention des médias.
- Établissement, en collaboration avec des exploitants d'entreprises œuvrant dans le domaine du tourisme, de 17 « nouvelles » expériences, pour un total de 101 expériences en 2016.
- Présentation, par Destination Canada, de 11 expériences de la Collection d'expériences du Nouveau-Brunswick en tant qu'expériences canadiennes distinctives.
- Participation de cinq collectivités au Programme de développement stratégique du tourisme (PDST).

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 organismes soient propices à l'avancement des arts au Nouveau-Brunswick.

## FAITS SAILLANTS

- Octroi de plus de 4,7 millions de dollars en subventions à plus de 400 bénéficiaires grâce au programme communautaire de développement des arts et de la culture, au programme d'aide au fonctionnement des organismes artistiques et au développement des industries culturelles.
- ♦ *En consultation avec les intervenants de l'industrie, examen du programme de développement de l'industrie de la musique pour l'exercice 2015-2016 afin qu'il soit plus pertinent pour le secteur de la musique en y appliquant les principes déterminés dans la Stratégie de développement des industries culturelles.*
- ♦ *L'industrie de la production de films et de vidéos du Nouveau-Brunswick bénéficie d'un investissement externe considérable. Au cours des trois dernières années, un montant de 35,9 millions de dollars en financement externe a été obtenu pour financer des productions basées au Nouveau-Brunswick. Plus de 21 millions de dollars de ce financement ont été dépensés dans la province.*

- ♦ *En partenariat avec le ministère de l'Éducation et du Développement de la petite enfance et de la Banque d'œuvres d'art du Nouveau-Brunswick, deux expositions d'œuvres d'art ont participé à « VanGO! » et à « La Grande visite » dans 12 écoles francophones et 12 écoles anglophones.*
- ♦ *Ministres de la culture à l'échelle fédérale, provinciale et territoriale : En juillet 2015, le ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a accueilli à Saint Andrews ses homologues responsables de la culture au sein des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux.*
- ♦ *Signature d'une entente de contribution de quatre ans avec Patrimoine canadien pour améliorer la composante francophone du Programme d'aide à la tournée et à la diffusion. Cette entente d'une valeur de un million de dollars sur quatre ans aidera le programme à avoir un plus grand impact dans les collectivités francophones et anglophones.*
- ♦ *Poursuite du travail sur la stratégie de développement des industries culturelles afin de contribuer à établir l'ordre de priorité des investissements qui favorisent la croissance et l'exportation des industries de la musique, des métiers d'arts et des médias numériques.*
- ♦ *La Direction a mené quatre programmes avec comité de sélection. Les personnes suivantes étaient membres de ces comités :*
  - *Jeff Liberty*
  - *Carol Doucet*
  - *Chantal Caissie*
  - *Graeme Walker*
  - *Mario Doucette*
  - *Russell Kelley*
  - *Marie-Paule Thériault*
  - *Sara Brideau*
  - *Claude Le Bouthillier*
  - *David Caron*
  - *Ned Bear*
  - *Jean-Denis Boudreau*
  - *Michael McEwing*
  - *Elisabeth Marier*
  - *Jean Rooney*

## Indicateurs de rendement clés (IRC)

- Pourcentage de demandes de subvention traitées conformément aux nouvelles échéances de 30 jours (subventions non octroyées par un comité) et de 60 jours (subventions octroyées par un comité) :
  - » Cible : 85 %
  - » Résultat : 83 %
- Pourcentage d'augmentation de la participation aux activités culturelles :
  - » Cible : augmentation de 5 %
  - » Résultat : augmentation de 7 %

## Direction des ressources humaines

La **Direction des ressources humaines** se compose d'un directeur, de deux consultants et d'un coordonnateur des services d'emploi. Elle assure la planification, le leadership, 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 relations avec les employés.

### FAITS SAILLANTS

- ♦ *Le programme de santé et sécurité ministériel a été mis en œuvre à l'échelle de la province en 2015. Ce programme amènera les employés à reconnaître l'importance de veiller à la mise en place d'une culture de sécurité positive en favorisant une approche proactive, planifiée et permanente de la santé et de la sécurité.*
- ♦ *La Direction a présenté une formation de gestion du rendement à tous les gestionnaires sur le modèle d'entente de rendement amélioré. Cet outil normalisé aide les gestionnaires à planifier les directives de travail, à établir des objectifs SMART, à déterminer la formation et à gérer le rendement et l'assiduité des employés par des discussions et une rétroaction positives.*

- ♦ *Deux employés du Ministère ont été détachés à temps partiel au ministère des Ressources humaines en tant qu'experts en la matière pour appuyer la centralisation du projet de ressources humaines.*

### Indicateurs de rendement clés (IRC)

- Initiative d'attrition
  - » La Direction a examiné la façon dont elle offre des programmes et des services, ce qui a mené à l'atteinte de l'objectif ambitieux visant à diminuer les effectifs du Ministère de quatre postes pour l'exercice 2015-2016.
  - » Cible : 3,67 postes
  - » Objectif ambitieux : 4,03 postes
  - » Réel : 4 postes
- Initiative de réduction du nombre de congés de maladie
  - » La Direction travaille de près avec les employés pour réduire les absences évitables et aider les employés qui ont de la difficulté à assurer une assiduité régulière dans le but de chercher à avoir une main-d'œuvre productive et en santé. Le Ministère a ainsi pu atteindre la cible de réduction du nombre de congés de maladie pour l'exercice 2015-2016.
  - » Cible : 1 483 jours
  - » Objectif ambitieux : 1 335 jours
  - » Réel : 1 416 jours
- Évaluations du rendement
  - » La Direction s'engage à offrir aux employés une rétroaction officielle au cours de l'évaluation du rendement annuel et a dépassé l'objectif du pourcentage d'évaluations du rendement effectuées au cours de l'exercice 2015-2016.
  - » Cible : 90 %
  - » Objectif ambitieux : 100 %
  - » Réel : 97 %

## Direction des finances et de l'administration

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.

### FAITS SAILLANTS

- ♦ *Les besoins de télécommunication au Ministère ont été examinés et des lignes ont été supprimées au besoin pour réaliser des économies pour le Ministère.*
- ♦ *La Direction a aidé le personnel de gestion à veiller à ce que le Ministère assure la prestation de services et d'initiatives tout en gérant le budget.*

## Unité de la gestion de l'information et de la technologie

L'**Unité de la gestion de l'information et de la technologie** offre un soutien administratif 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.

# Information financière

**Tableau 1 : Rapport sur l'état des dépenses au compte ordinaire par composante de programme**  
Exercice se terminant le 31 mars 2016 (en milliers de dollars)

Programme ordinaire	Budget final	Montant réel	Écart – (en moins) ou en plus
<b>Administration</b>			
Administration	2 680,1	2 530,9	(149,2)
<b>Sports et communautés actives</b>			
Sports et loisirs	5 080,4	4 844,4	(236,0)
Communautés actives	2 154,3	2 311,5	157,2
<b>Culture</b>			
Arts et industries culturelles	9 605,6	9 615,5	9,9
Patrimoine	8 852,4	8 953,3	100,9
<b>Tourisme et Parcs</b>			
Marketing et information aux visiteurs	8 438,1	8 103,0	(335,1)
Ventes, médias et expérience du visiteur	3 834,1	3 765,4	(68,7)
Parcs et attractions	14 021,0	14 454,3	433,3
<b>Total des dépenses au compte ordinaire</b>	<b>54 666,0</b>	<b>54 578,3</b>	<b>(87,7)</b>

**Tableau 2 : Rapport sur l'état des dépenses aux comptes à but spécial par programme**  
Exercice se terminant le 31 mars 2016 (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	Fonds en fiducie pour l'avancement des sports	Allez-y NB
Solde d'ouverture	150,3	41,9	5,2	10,6	4,7	56,5
<b>Recettes</b>						
Budget	79,0	10,0	700,0	-	500,0	290,0
Montant réel	76,9	6,6	700,0	-	500,0	288,6
Écart – (en moins) ou en plus	(2,1)	(3,4)	-	-	-	(1,4)
<b>Dépenses</b>						
Budget	55,0	10,0	700,0	-	500,0	290,0
Montant réel	-	-	700,0	-	500,0	112,0
Écart – (en moins) ou en plus	55,0	10,0	-	-	-	-
<b>Solde de fermeture</b>	<b>227,2</b>	<b>48,5</b>	<b>5,2</b>	<b>10,6</b>	<b>4,7</b>	<b>233,1</b>

**Tableau 3 : Rapport d'état des dépenses au compte d'organisme de service spécial par programme**  
Exercice se terminant le 31 mars 2016 (en milliers de dollars)

	Budget	Montant réel	Écart – (en moins) ou en plus
<b>Solde d'ouverture</b>	<b>1 752,1</b>	<b>1 752,1</b>	-
<b>Recettes</b>			
Terrain de golf Mactaquac	1 020,0	926,2	(93,8)
Hopewell Rocks	2 428,0	3 046,6	618,6
Pavillon Sugarloaf	786,0	960,6	174,6
Terrain de camping de la plage Parlee	327,0	303,3	(23,7)
<b>Dépenses</b>			
Terrain de golf Mactaquac	1 121,0	1 217,2	96,2
Hopewell Rocks	2 563,0	2 826,2	263,2
Pavillon Sugarloaf	751,0	925,6	174,6
Terrain de camping de la plage Parlee	401,0	384,8	(16,2)
<b>Solde de fermeture</b>	<b>1 477,1</b>	<b>1 635,0</b>	<b>157,9</b>

**Tableau 4 : Rapport d'état des dépenses au compte de capital**  
Exercice se terminant le 31 mars 2016 (en milliers de dollars)

	Budget	Montant réel	Écart – (en moins) ou en plus
<b>Amélioration des installations</b>	<b>2 564,0</b>	<b>1 875,7</b>	<b>(688,3)</b>

**Tableau 5 : Rapport d'état des recettes au compte ordinaire par source**  
Exercice se terminant le 31 mars 2016 (en milliers de dollars)

	Budget	Montant réel	Écart – (en moins) ou en plus
Rendement de l'investissement	1,0	-	(1,0)
Vente de biens et de services	3 131,0	2 949,7	(181,3)
Divers	4,0	2,9	(1,1)
<b>Total des recettes au compte ordinaire</b>	<b>3 136,0</b>	<b>2 952,6</b>	<b>(183,4)</b>

# 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 2015-2016 du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture.

Sommaire du personnel de types permanent et temporaire, à partir du 31 décembre		
Type	2015	2014
Permanent	174	163
Temporaire	75	71
<b>TOTAL</b>	<b>249</b>	<b>234</b>

Le Ministère a annoncé quinze concours, soit onze concours publics et quatre 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 : <ul style="list-style-type: none"> <li>• un degré élevé d'expertise et de formation,</li> <li>• un degré élevé de compétences techniques,</li> <li>• une reconnaissance à titre d'expert du domaine.</li> </ul>	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 I, II (conseils scolaires) et III (corporations hospitalières) de la fonction publique.	16(1) or 16(1)(c)	1
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 n'a reçu aucune plainte alléguant le favoritisme et aucune plainte n'a été déposée auprès de l'Ombudsman.

# Résumé des projets de loi et des activités législatives

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a fait état d'aucune activité législative.

Voici les lois et 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 examiné le plan d'action qui vient compléter le *Plan sur les langues officielles – Le bilinguisme officiel : une valeur fondamentale* du GNB. Ce plan détermine les activités, les méthodes d'évaluation et les résultats escomptés pour chacun des quatre axes au cours des cinq prochaines années. Il permet à tous les employés de se sentir soutenus tandis qu'ils travaillent dans la langue de leur choix tout en garantissant que le public reçoive des services de qualité dans sa langue de prédilection en tout temps.

Le Ministère continue de fixer des objectifs pour aider à la prestation de services de qualité dans les deux langues officielles.

## Axe 1

Le Ministère continue de s'assurer que tous les nouveaux employés suivent le module i-Learn sur la langue de service au moment de leur entrée en poste.

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, les lettres échangées 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 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 officielle de leur choix.

Le Ministère continue de s'assurer que les évaluations du rendement sont offertes et effectuées dans la langue officielle choisie par l'employé.

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 comprennent leur droit de travailler dans la langue de leur choix ainsi que 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 continue de mettre en œuvre des procédures pour s'assurer que les services sont offerts dans les deux langues officielles et que les employés connaissent bien leurs obligations conformément à la *Loi sur les langues officielles*.

Le Ministère continue de surveiller l'observation de la *Loi sur les langues officielles* et de la Politique sur la langue de service par les employés.

## Conclusion

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a reçu, pour l'exercice 2015-2016, aucune plainte concernant les langues officielles.

# Résumé des recommandations du Bureau du vérificateur général

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a reçu aucune recommandation du Bureau du vérificateur général.

# 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 2015-2016.

# Annexe

Parcs provinciaux, installations touristiques, centres d'information aux visiteurs et Centre de communication touristique			
Établissement	Lieu	Propriété	Exploitations
<b>Parcs provinciaux</b>			
Maқтақақ	Maқтақақ	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	Exploité par le Comité de développement touristique de 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	Rexton	Le Ministère	Exploité par le Village de Rexton
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
<b>Installations touristiques</b>			
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	
Pavillon de pêche Larry's Gulch	Kedgwick	Le Ministère	Exploité par le Ministère
Pays de la Sagouine	Bouctouche	Le Ministère	Appuyé par le Ministère
Centre d'interprétation de la nature Cape Jourimain	Cape Jourimain	Service canadien de la faune	Appuyé par le Ministère
Cape Enragé	Cape Enragé	Le Ministère	Exploité par Cape Enrage Interpretive Centre Inc.

Établissement	Lieu	Propriété	Exploitations
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	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