

Tourisme, Patrimoine et Culture

Rapport annuel
2018–2019



Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture
Rapport annuel 2018-2019

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

www.gnb.ca

ISBN 978-1-4605-2417-6 (copie papier bilingue)
ISBN 978-1-4605-2416-9 (PDF : version française)

12562 | 2019.11 | Imprimé au Nouveau-Brunswick

Lettres d'accompagnement

Du ministre à la lieutenante-gouverneure

L'honorable Brenda Murphy

Lieutenante-Gouverneure du Nouveau-Brunswick

Madame la Lieutenante-Gouverneure,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du Nouveau-Brunswick pour l'exercice financier du 1er avril 2018 au 31 mars 2019.

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



L'honorable Robert Gauvin

Ministre

Du sous-ministre au ministre

L'honorable Robert Gauvin

Ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

Monsieur le Ministre,

Je suis heureux de vous soumettre le présent rapport annuel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture pour l'exercice financier du 1er avril 2018 au 31 mars 2019.

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



Alain Basque

Sous-ministre

Table des matières

Message du ministre	1
Message du sous-ministre	2
Grandes priorités du gouvernement	4
Faits saillants	5
Mesures du rendement.	8
Survol des opérations du Ministère	16
Vue d'ensemble des divisions et faits saillants	17
Information financière	31
Résumé des activités de recrutement.	33
Résumé des projets de loi et des activités législatives	34
Résumé des activités liées aux langues officielles	35
Résumé des recommandations du Bureau du vérificateur général	37
Rapport en vertu de la Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public.	38

Message du ministre

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

Le tourisme contribue de façon importante à l'économie du Nouveau-Brunswick. Les exploitants du secteur privé sont la pierre angulaire de l'industrie, et le Ministère est fier d'offrir des programmes et services visant à aider les entreprises et les entrepreneurs à élaborer de nouveaux produits, à acquérir des habiletés et des compétences, et à avoir accès à des outils et à des renseignements dont ils pourront se servir pour accroître leurs ventes et permettre à la clientèle de vivre une meilleure expérience. En 2018-2019, le Ministère a accompli un travail considérable auprès de plus de cent entreprises et entrepreneurs de la province afin de leur permettre de mettre en valeur et de diversifier les produits touristiques, et d'offrir une meilleure expérience aux visiteurs et aux résidents. Il a fait des investissements en marketing dans les principaux marchés pour promouvoir la province de façon unique et ciblée dans le but de mieux la faire connaître, ce qui fera augmenter au bout du compte le nombre de visiteurs et accroîtra les recettes issues du tourisme.

Les parcs et les attractions de la province contribuent grandement à l'économie touristique. Ils permettent aux résidents et aux visiteurs de participer à des activités récréatives et en plein air qui font la promotion d'un mode de vie sain, tout en contribuant à la protection des écosystèmes et des éléments du patrimoine naturel et culturel. L'ouverture de trois parcs provinciaux pendant l'hiver renforce la position du Nouveau-Brunswick en tant que destination quatre-saisons.

En s'inspirant du Cadre stratégique du Nouveau-Brunswick pour le sport et les loisirs, le Ministère exerce un leadership stratégique et apporte un soutien aux organisations provinciales, régionales et locales pour assurer un système solide de sport et de loisirs. Ce système offre aux Néo-Brunswickois des possibilités de mener une vie plus active et contribue à la prévention du crime, à l'inclusion sociale et à la qualité de vie de tous.

Le patrimoine et la culture sont au cœur du tissu social et de l'identité des Néo-Brunswickois. Grâce au travail de la Division de la culture, du patrimoine et de l'archéologie, le Ministère appuie la conservation de 13 000 ans de patrimoine archéologique, la promotion de la culture riche et diversifiée de la province ainsi que la mise en valeur de son industrie artistique dynamique.

Je suis très fier du travail accompli par les membres du personnel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture. Je suis impatient de travailler avec eux au cours de la prochaine année à la promotion du Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique de premier plan et superbe endroit où vivre et s'épanouir.



L'honorable Robert Gauvin
Ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

Message du sous-ministre

L'industrie du tourisme est un moteur économique important au Nouveau-Brunswick. La province doit livrer concurrence sur la scène mondiale pour se distinguer et mettre en valeur son offre touristique impressionnante. Grâce à ses magnifiques parcs provinciaux, à ses routes panoramiques, à ses sentiers Prestige, à ses attractions, événements et festivals ainsi qu'à son riche patrimoine et à sa riche culture, le Nouveau-Brunswick a tout ce qu'il faut pour surprendre les visiteurs tout comme les résidents.

En 2018-2019, le personnel du Ministère a accompli de l'excellent travail pour favoriser l'innovation de produits, particulièrement auprès des exploitants touristiques de la province, au moyen de ses programmes et services. Il a conçu de nouveaux produits et de nouvelles offres pour combler les lacunes, et amélioré ceux déjà en place pour enrichir l'expérience des visiteurs de la province, notamment grâce au lancement et à la mise en œuvre du programme INSPIRE, programme avant-gardiste de perfectionnement professionnel pour l'industrie du tourisme, à la mission sur les meilleures pratiques en tourisme autochtone et à la campagne L'éérable, la saveur de la saison.

De même, en exécutant le plan de revitalisation des routes panoramiques, le Ministère a incité les visiteurs à quitter les autoroutes et à passer plus de temps à explorer la province en encourageant les commerçants.

Les parcs provinciaux du Nouveau-Brunswick constituent un volet important de l'industrie du tourisme de la province. En 2018-2019, plusieurs parcs et attractions de la province ont prolongé la saison estivale jusqu'à la longue fin de semaine d'octobre.

Les parcs jouent un rôle important en protégeant l'environnement et en permettant aux générations futures d'avoir un endroit où se consacrer à des activités récréatives. Le Ministère collabore étroitement avec les Premières Nations et les autres principaux intervenants dans le déploiement de ses efforts de revitalisation des parcs. Il a investi dans l'installation de nouveaux panneaux et l'aménagement de nouveaux sentiers, en plus d'étendre le protocole de surveillance de la qualité de l'eau à huit parcs provinciaux. Le Ministère a également réalisé des projets importants comme l'aménagement de la Promenade du sentier Fundy, la mise en place du Plan d'action sur les sentiers et l'établissement du Forum sur le plein air de l'Atlantique.

Le Ministère a poursuivi ses efforts de renforcement du système de sport et de loisirs. Il a collaboré avec diverses organisations pour offrir de possibilités récréatives mettant particulièrement l'accent sur la participation accrue des Premières Nations, des femmes et des filles, des jeunes défavorisés et des personnes ayant un handicap. Il a aussi collaboré étroitement avec Parasport Nouveau-Brunswick dans l'exécution de ses priorités stratégiques et de son mandat général visant à appuyer le développement du sport paralympique à l'échelle de la province.

De plus, grâce à l'instauration du Cadre stratégique du Nouveau-Brunswick pour le sport et les loisirs, le Ministère est mieux placé pour fournir une orientation pour le système de sport et de loisirs, et contribuer davantage à l'atteinte de ses objectifs.

En 2019, les Jeux du Canada se sont déroulés du 15 février au 2 mars en Alberta. Le Ministère a soutenu la participation d'Équipe Nouveau-Brunswick, en permettant à 200 athlètes, à 65 entraîneurs et à 20 membres de l'équipe de mission de vivre une expérience importante en développement du sport. Équipe Nouveau-Brunswick a récolté en tout neuf médailles.

La préservation du riche patrimoine du Nouveau-Brunswick, la promotion de sa culture et le soutien du développement de l'industrie des arts sont aussi des priorités importantes du Ministère. Celui-ci a continué d'exercer un leadership en vue de favoriser l'excellence artistique, la croissance économique et le sentiment de

fierté des Néo-Brunswickois. Les mesures prévues dans la politique culturelle ont été prises ou sont en cours. Le Ministère a également implanté une politique d'art public, publié une étude sur les retombées économiques des secteurs de la littérature et de l'édition de la province, et lancé les célébrations du 50e anniversaire de la Banque d'œuvres d'art du Nouveau-Brunswick. La Direction du patrimoine et des services archéologiques a reçu un prix du gouverneur en 2018 en reconnaissance de son projet continu de rapatriement des objets archéologiques autochtones pour la communauté de la Nation micmaque de Metepenagiag.

Toutes ces réalisations et réussites ne seraient pas possibles sans le travail ardu, l'expertise et les connaissances de nos précieux employés. Je me réjouis de la mise en œuvre d'une stratégie du personnel, qui vise à améliorer et à enrichir l'expérience des employés, et à favoriser une fonction publique fière, productive et professionnelle.

En tant que sous-ministre, je suis fier de l'excellent travail du personnel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture. Je vous remercie de votre dévouement et de votre engagement à faire du Nouveau-Brunswick le meilleur endroit où vivre et le meilleur endroit à visiter.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alain Basque', written in a cursive style.

Alain Basque
Sous-ministre par intérim

Grandes priorités du gouvernement

Gestion stratégique et opérationnelle

Le gouvernement du Nouveau-Brunswick (GNB) utilise un système de gestion officielle fondé sur des pratiques opérationnelles d'avant-garde pour l'élaboration, la communication et l'examen de la stratégie. Ce processus procure aux services publics un moyen éprouvé de mettre la stratégie en œuvre, d'accroître la responsabilisation et de favoriser l'amélioration continue.

L'élaboration de la stratégie, au moyen du système de gestion officielle, commence avec la feuille de route du gouvernement pour l'avenir du Nouveau-Brunswick qui met l'accent sur les priorités clés et l'importance de rendre des comptes au public.

Grandes priorités

Gouvernement abordable et prêt à agir

Le Nouveau-Brunswick mettra de l'ordre dans ses finances, ce qui permettra au gouvernement d'être prêt à agir et d'offrir des services publics durables de haute qualité à tous les Néo-Brunswickois.

Soins de santé publics fiables

La population du Nouveau-Brunswick mérite un système de soins de santé viable et de qualité où elle peut accéder aux services dont elle a besoin, au moment où elle en a besoin.

Éducation de première classe

Les jeunes du Nouveau-Brunswick doivent avoir accès à une éducation de première classe afin de vivre pleinement leur vie et d'être concurrentiels sur les marchés du travail de demain.

Secteur privé dynamisé

Tous les Néo-Brunswickois bénéficient d'un secteur privé en plein essor. Il est donc avantageux pour la province d'augmenter les investissements dans le secteur privé, d'accroître la main-d'œuvre et d'accueillir des entreprises prospères de toutes tailles.

Communautés dynamiques et viables

Les communautés dynamiques sont des endroits où les gens souhaitent vivre. Le fait d'avoir plus de communautés dynamiques et viables rend la province plus résiliente.

Organisation hautement performante

Lorsque les fonctionnaires engagés et habilités utilisent leurs talents et leurs compétences pour faire de la province un meilleur endroit, tous les Néo-Brunswickois en bénéficient.

Faits saillants

Au cours de l'exercice financier 2018-2019, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a fait porter ses efforts sur les priorités stratégiques suivantes :

Stratégie de croissance du tourisme

- Dans le cadre de la stratégie d'innovation dans les produits, le Ministère a accompli un travail considérable auprès de plus de cent entreprises et entrepreneurs touristiques de la province afin de rehausser les produits qu'ils offrent, et de les aider à être « prêts pour le marché ». Les tout premiers ateliers intensifs en démarrage d'entreprises touristiques ont eu lieu et visent à aider les nouveaux entrepreneurs à combler les lacunes liées aux produits qui influent sur la croissance de l'industrie sur le plan de la fréquentation et des dépenses. La Direction de l'innovation des produits s'est consacrée à l'élaboration d'expériences et de produits axés sur le tourisme culinaire, l'aventure, les parcs ainsi que la culture, dont la culture autochtone, ce qui s'est traduit par plus de 40 nouvelles expériences. Des travaux ont également été réalisés auprès des collectivités côtières et des communautés des Premières Nations en vue du développement de nouvelles destinations.
- Le Ministère a conçu un plan de revitalisation des routes panoramiques afin d'inciter un plus grand nombre de visiteurs à quitter les autoroutes et à passer plus de temps à explorer la province en encourageant les commerçants. En 2018, des panneaux d'accueil ont été installés aux principaux points d'entrée de la province, et le premier belvédère a été installé à Pokeshaw.
- Le Ministère a effectué des investissements supplémentaires en marketing dans les principaux marchés (Québec, Ontario, États de la Nouvelle-Angleterre et Maritimes) afin de promouvoir la province de façon unique et ciblée, et de mieux la faire connaître en tant que destination-vacances, ce qui a engendré au bout du compte une augmentation du nombre de visiteurs et un accroissement des recettes issues du tourisme. Dans l'ensemble, le rendement des investissements faits en 2018 dans ces marchés dans le cadre de la campagne s'est élevé à 37,67 \$ en dépenses effectuées par les visiteurs pour chaque dollar du budget consacré à la campagne.
- La prolongation de la saison touristique au-delà des mois achalandés de l'été est l'un des principaux volets de l'accroissement des recettes issues du tourisme. Plusieurs parcs et attractions ont prolongé leur saison jusqu'en octobre, et le parc provincial Mont Carleton a été ouvert pendant l'hiver, ce qui a permis aux visiteurs de vivre une nouvelle expérience. Le Ministère a effectué des investissements accrus en marketing dans les principaux marchés pour promouvoir la saison automnale, le tourisme à motoneige et le tourisme d'hiver, de même que le temps des sucres au printemps.
- Les efforts déployés expressément en vue de l'établissement de partenariats stratégiques à l'extérieur du gouvernement du Nouveau-Brunswick ont entraîné des investissements de plus de 5,5 millions de dollars, ce qui a favorisé le développement du secteur touristique dans la province.

Extension du protocole de surveillance de la qualité de l'eau dans les parcs provinciaux

- Un protocole a été établi et adopté en vue de la surveillance de la qualité de l'eau dans huit parcs provinciaux désignés. Cette initiative comprenait une formation à l'intention des gestionnaires et employés concernés, l'installation de panneaux sur la surveillance de la qualité de l'eau et la révision d'une page Web qui renferme des données et des conseils sur la surveillance de la qualité de l'eau pour l'ensemble des parcs visés par le protocole. Le protocole a été mis en place grâce à la collaboration du ministère de la Santé, du ministère de l'Environnement et des Gouvernements locaux, et du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture.

Initiative de panneaux dans les parcs

- Le Programme de panneaux touristiques de direction a été lancé et assurera une apparence nouvelle, moderne et uniforme pour l'ensemble des panneaux de repérage et d'information qui se trouvent dans les parcs provinciaux. Tous les parcs disposeront de panneaux nouveaux et améliorés d'ici la fin de la saison de 2020. La

Direction des parcs et attractions a également établi un cadre thématique pour les panneaux d'interprétation de l'ensemble des parcs provinciaux qui servira à mettre en œuvre le programme intégral dans les parcs au cours des prochaines années.

Forum sur le plein air de l'Atlantique

- Afin de stimuler la collaboration entre les parcs, le secteur des sentiers et les exploitants, le Ministère a appuyé l'inauguration du Forum sur le plein air de l'Atlantique. Celui-ci avait comme objectif de réunir les intervenants du secteur du plein air de l'Atlantique et ceux qui sont touchés par ce secteur de sorte qu'ils trouvent des solutions pour travailler plus fort ensemble. Les trois secteurs de concentration du Forum étaient l'innovation, la collaboration et la connexion. De plus, le Forum a permis au secteur des sentiers de participer à des ateliers sur la conception et la planification de sentiers de classe mondiale qui ont été donnés par l'International Mountain Biking Association et Parcs Canada.

Plan d'action sur les sentiers – investissements dans les sentiers Prestige

- Dans le cadre du Plan d'action sur les sentiers, le Ministère a annoncé qu'il investirait 1,65 million de dollars dans le financement de sept sentiers Prestige.

Promenade du sentier Fundy

- Une cérémonie d'ouverture officielle a eu lieu le 24 juin 2018 pour marquer la fin des travaux de la promenade du sentier Fundy. Les investissements effectués sur une période de 20 ans dans le cadre de ce projet par les gouvernements fédéral et provincial ont totalisé plus de 83,8 millions de dollars.

Politique d'art public

- En 2018, le gouvernement a accepté la Politique d'art public pour le Nouveau-Brunswick. Le Nouveau-Brunswick est maintenant la deuxième province au Canada à disposer d'une politique provinciale d'art public. Plusieurs nouvelles écoles ont bénéficié d'éléments d'art public qui font maintenant partie intégrante de nombreux projets qui se profilent à l'horizon.

Banque d'œuvres d'art du Nouveau-Brunswick

- Le Ministère a lancé les célébrations entourant le 50e anniversaire de la Banque d'œuvres d'art officielle du Nouveau-Brunswick. Dans le cadre de ces célébrations, le Ministère, en partenariat avec la Galerie d'art Beaverbrook, a organisé une exposition qui a d'abord eu lieu à la galerie, pour ensuite se tenir dans différentes régions de la province. Ce projet a permis au Ministère de sélectionner trois nouvelles conservatrices en arts visuels représentant les communautés francophone, anglophone et des Premières Nations.
- Le Ministère a fait parvenir les acquisitions de 2017-2018 de la Banque d'œuvres d'art à l'Université du Maine en vue d'une exposition.

Direction des services d'archéologie

- En 2018, la fiducie du patrimoine national a remis à la Direction des services archéologiques et au parc du patrimoine Metepenagiag un prix du gouverneur en reconnaissance de leur projet continu de rapatriement d'objets archéologiques autochtones à la communauté de la Nation micmaque de Metepenagiag.
- La Direction des services archéologiques et le ministère des Transports et de l'Infrastructure ont procédé à une étude d'impact sur le patrimoine archéologique, qui a permis de découvrir les restes d'un site archéologique autochtone important où des troupeaux de caribous migrants avaient été capturés en embuscade dans ce qui constitue aujourd'hui le sud-est du Nouveau-Brunswick. Les travaux réalisés sur ce site par des archéologues et des techniciens autochtones en archéologie ont fait l'objet d'un documentaire présenté à l'émission Land and Sea de la CBC et qui visait à souligner l'excellence en gestion du patrimoine.

Stratégie du personnel

- La stratégie du personnel vise à améliorer et à enrichir l'expérience des employés grâce à un cadre ministériel. Il en découlera un accroissement de la production et de l'engagement des employés. La stratégie du personnel a été créée à partir de nombreuses initiatives, notamment les résultats du sondage sur l'expérience des employés, le travail de l'équipe de restructuration du tourisme, l'analyse de la main-d'œuvre des parcs et les avis reçus dans le cadre du processus de planification des mesures relatives à l'expérience du personnel.

Mesures du rendement

Secteur privé dynamisé	Mesures
Augmentation des dépenses des visiteurs au Nouveau-Brunswick	Les dépenses des visiteurs désignent la combinaison de ce que les visiteurs de l'étranger, les résidents et les autres citoyens canadiens dépensent lorsqu'ils voyagent au Nouveau-Brunswick. Elles sont représentées par les comparaisons d'une année à l'autre.
Croissance en pourcentage des chambres-nuits louées dans les hôtels	La chambre-nuit est définie comme suit : chambre occupée pour une nuit dans un établissement participant au programme de rapports des établissements d'hébergement du Nouveau-Brunswick. Cette mesure indique la croissance en pourcentage par rapport à l'année précédente.
Fréquentation des parcs et des attractions	Ces visites représentent les visites d'une nuit correspondant au nombre de nuitées vendues dans les terrains de camping des parcs provinciaux.
Évaluation de l'expérience des visiteurs des hôtels et restaurants stratégiques	Cette mesure correspond au pourcentage de notes « excellent » données sur TripAdvisor pour les principaux restaurants, parcs et établissements d'hébergement et les principales attractions au cours d'un exercice financier.
Dépenses attribuables aux visiteurs	Il s'agit de la mesure des dépenses des visiteurs qui sont attribuables aux activités de marketing au cours de l'année civile et qui se chiffrent en millions de dollars.
Nombre de nouvelles expériences et de nouveaux produits touristiques développés	Il s'agit des nouveaux exploitants touristiques ou des exploitants actuels qui offrent de nouvelles expériences au cours de l'année civile.
Communautés dynamiques	Mesures
Nombre de personnes ayant un handicap qui participent à des programmes de savoir-faire physique dans le cadre du programme Allez-y NB	Il s'agit du nombre de personnes ayant un handicap qui ont participé à une activité sportive financée dans le cadre du programme Allez-y NB au cours de l'exercice financier 2018-2019.

Secteur privé dynamisé

Objectif de la mesure

Croissance économique du tourisme.

Mesure

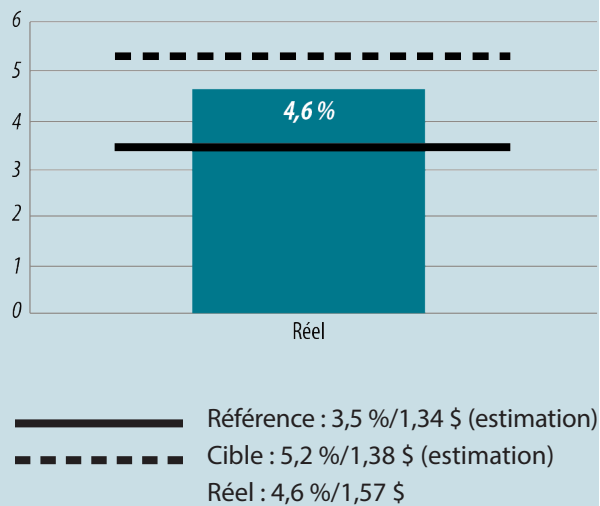
Augmentation des dépenses des visiteurs au Nouveau-Brunswick.

Description de la mesure

Les dépenses des visiteurs désignent la combinaison de ce que les visiteurs de l'étranger, les résidents et les autres citoyens canadiens dépensent lorsqu'ils voyagent au Nouveau-Brunswick. Elles sont représentées par les comparaisons d'une année à l'autre, et sont indiquées en pourcentage de croissance et en millions de dollars.

Rendement général

Les dépenses des visiteurs au Nouveau-Brunswick se sont accrues de 4,6 %, ce qui dépasse les prévisions de 3,5 % du Conference Board du Canada. C'est un indicateur positif de la croissance du secteur.



Raison d'être de cette mesure

Les stratégies touristiques et les plans d'action ont pour but d'inciter les visiteurs à voyager, tout en créant un environnement propice aux entreprises. Les mesures des dépenses des visiteurs sont les résultats à long terme qui indiquent le degré d'efficacité des plans.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année visée par le présent rapport pour atteindre le résultat?

De nombreux volets des initiatives touristiques ont été réalisés dans toutes les facettes de la Division du tourisme, notamment les campagnes ciblées de marketing, les offres améliorées de produits et les partenariats ciblés de l'industrie du tourisme.

Secteur privé dynamisé

Objectif de la mesure

Croissance économique du tourisme.

Mesure

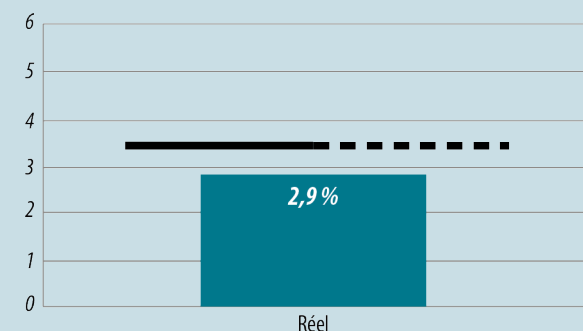
Croissance en pourcentage des chambres-nuits louées dans les hôtels.

Description de la mesure

Tout comme la mesure antérieure, il s'agit d'une indication de la prospérité du secteur.

Rendement général

Bien que la province ait connu une croissance, elle n'a pas atteint la cible fixée de 3,5 %. Comme l'année précédente avait été exceptionnelle, il était déraisonnable de s'attendre au même taux de croissance en 2018-2019.



— Référence : 3,5 %

- - - - - Cible : 3,5 %

Réal : 2,9 %

Raison d'être de cette mesure

Les stratégies touristiques et les plans d'action ont pour but d'inciter les visiteurs à voyager, tout en créant un environnement propice aux entreprises. La mesure des nuitées vendues est un résultat à long terme qui donne un aperçu de l'efficacité des plans.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année visée par le présent rapport pour atteindre le résultat?

- Des partenariats stratégiques de publicité dans les marchés externes ont été conclus avec les organisations de marketing de destination de la province, dont Edmundston, Saint John, Fredericton, Campbellton, la Péninsule acadienne et la région Chaleur;
- Le Ministère a créé et exécuté des programmes de marketing intégrés dans les marchés externes de l'Ontario, du Québec et des États-Unis, ainsi qu'un programme de trois saisons (été, hiver et temps des sucres) dans les Maritimes en véhiculant le message selon lequel « l'évasion est si près de chez vous »;
- Grâce aux partenariats conclus avec les agences de voyages, près de 26 000 nuitées ont été vendues au Nouveau-Brunswick

Secteur privé dynamisé

Objectif de la mesure

Croissance économique du tourisme.

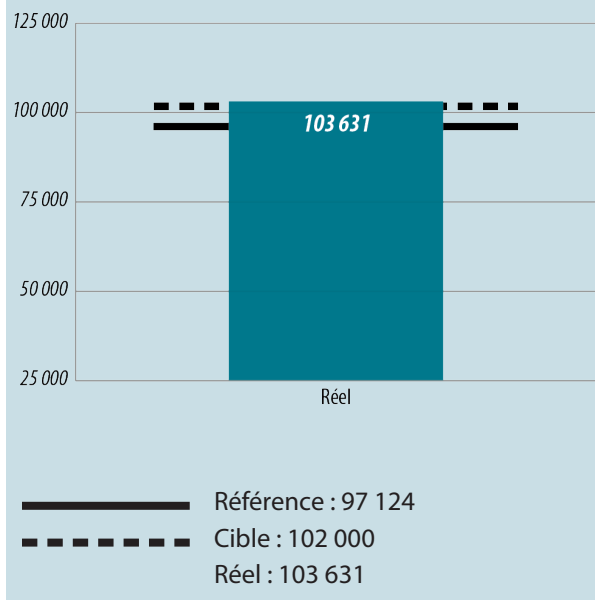
Mesure

Fréquentation des parcs et des attractions.

Description de la mesure

Cette mesure représente les visites d'une nuit correspondant au nombre de nuitées vendues dans les terrains de camping des parcs provinciaux.

Rendement général



Raison d'être de cette mesure

Les stratégies touristiques et les plans d'action ont pour but d'inciter les visiteurs à voyager, tout en créant un environnement propice aux entreprises. La mesure des visites d'une nuit est un résultat à long terme qui donne un aperçu de l'efficacité des plans.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année visée par le présent rapport pour atteindre le résultat?

- Réalisation de sept initiatives très importantes dans le cadre d'une vaste modernisation des parcs, notamment l'installation d'un télésiège, l'amélioration de sentiers, de routes et de ponts, et l'installation de panneaux;
- Prolongation de la saison d'exploitation des parcs et des attractions jusqu'à l'Action de grâce;
- Mise en place de chalets de luxe (« glamping ») appelés « Ch-A-lets » dans les parcs provinciaux Mactaquac, Sugarloaf et New River Beach.

Secteur privé dynamisé

Objectif de la mesure

Amélioration de l'expérience des visiteurs.

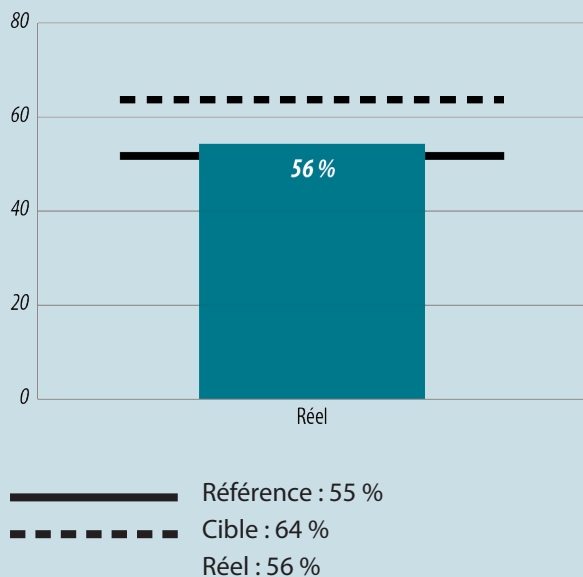
Mesure

Évaluation de l'expérience des visiteurs des hôtels et restaurants stratégiques.

Description de la mesure

Cette mesure correspond au pourcentage de notes « excellent » données sur TripAdvisor pour les principaux restaurants, parcs et lieux d'hébergement et les principales attractions au cours d'un exercice financier.

Rendement général



Raison d'être de cette mesure

Cette mesure a été mise en place pour s'assurer que la province améliore l'expérience vécue par les visiteurs.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année visée par le présent rapport pour atteindre le résultat?

- Prestation du programme de préparation accélérée au marché (PAM) à l'intention des entrepreneurs touristiques. La PAM est un programme d'amélioration des affaires qui permet aux exploitants touristiques de relever leurs normes d'excellence, de mieux réagir aux nouvelles tendances dans le domaine du tourisme et, finalement, d'augmenter leurs revenus.

Secteur privé dynamisé

Objectif de la mesure

Valoriser la marque et conquérir les marchés.

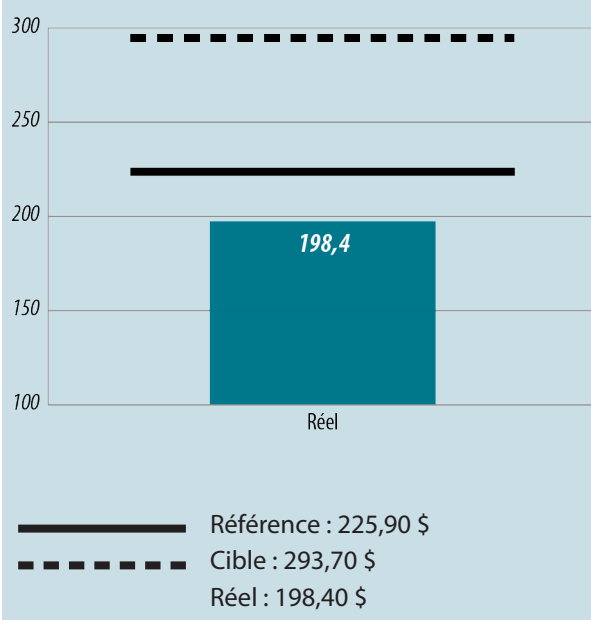
Mesure

Dépenses attribuables aux visiteurs.

Description de la mesure

Il s'agit de la mesure des dépenses des visiteurs qui sont attribuables aux activités de marketing au cours de l'année civile et qui se chiffrent en millions de dollars.

Rendement général



Raison d'être de cette mesure

Le Ministère mesure ces dépenses afin de fournir une indication de l'effet de ses initiatives de marketing sur les dépenses touristiques. Les dollars dépensés représentent ce qui est directement attribuable à ses efforts de marketing.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année visée par le présent rapport pour atteindre le résultat?

- En ce qui concerne le site Web à l'intention des consommateurs (www.tourismenouveaubrunswick.ca), 5,6 millions de pages ont été consultées par 1,9 million d'utilisateurs, et 500 000 indications ont été transmises aux sites Web d'entreprises touristiques du Nouveau-Brunswick.
- Le contenu des comptes de médias sociaux consacrés à la marque touristique (Facebook, Twitter, Instagram et Pinterest) a été consulté à 90 millions de reprises, et 663 646 utilisateurs ont participé au dialogue.

Secteur privé dynamisé

Objectif de la mesure

Être le chef de file au pays quant à l'innovation en matière de produits et d'expériences.

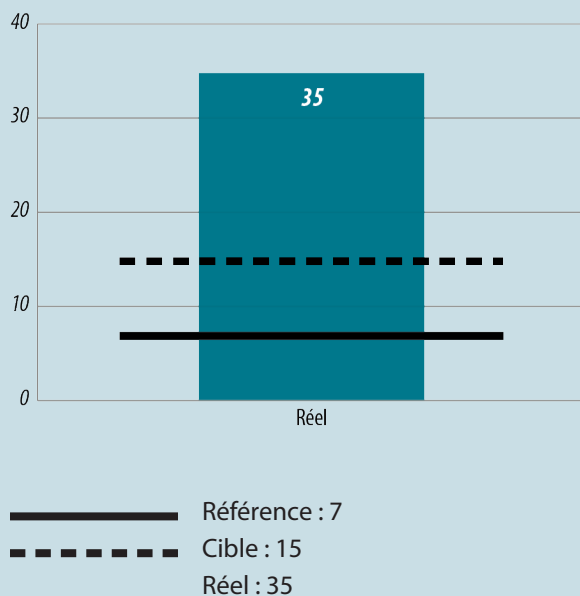
Mesure

Nombre de nouvelles expériences et de nouveaux produits touristiques développés.

Description de la mesure

Il s'agit des nouveaux exploitants touristiques ou des exploitants établis qui offrent de nouvelles expériences au cours de l'année civile.

Rendement général



Raison d'être de cette mesure

Pour atteindre les objectifs en matière de recettes accrues, le Ministère reconnaît qu'il faut développer des produits nouveaux et innovateurs pour les visiteurs.

Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année visée par le présent rapport pour atteindre le résultat?

- Mise en place du programme INSPIRE, programme avant-gardiste (le tout premier au Canada) de perfectionnement professionnel pour l'industrie du tourisme. Ce programme avant-gardiste, qui est axé sur le développement d'expériences et l'entrepreneuriat, permet aux entrepreneurs touristiques de faire passer leur entreprise au niveau supérieur.

Communautés dynamiques

Objectif de la mesure

Croissance des groupes sous-représentés dans les sports et les loisirs.

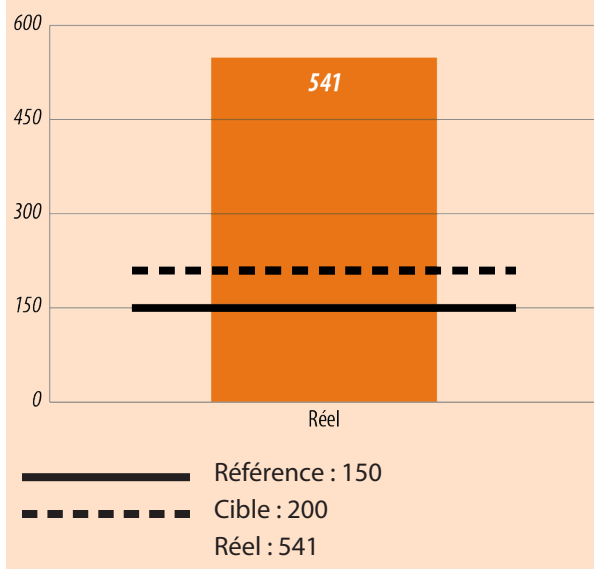
Mesure

Nombre de personnes ayant un handicap qui participent à des programmes de savoir-faire physique dans le cadre du programme Allez-y NB.

Description de la mesure

Il s'agit du nombre de personnes ayant un handicap qui ont participé à une activité sportive financée par le programme Allez-y NB au cours de l'exercice financier 2018-2019.

Rendement général



Raison d'être de cette mesure

L'une des priorités de la Direction est d'accroître la participation des groupes sous-représentés, notamment les personnes ayant un handicap. Le programme Allez-y NB vise à offrir un financement en vue d'accroître les possibilités de participation pour les personnes ayant un handicap, et les membres du personnel doivent promouvoir ces possibilités auprès des fournisseurs de sports et de loisirs. Cette mesure témoigne de l'efficacité de la Direction et du système en vue d'aller au-devant des personnes ayant un handicap.

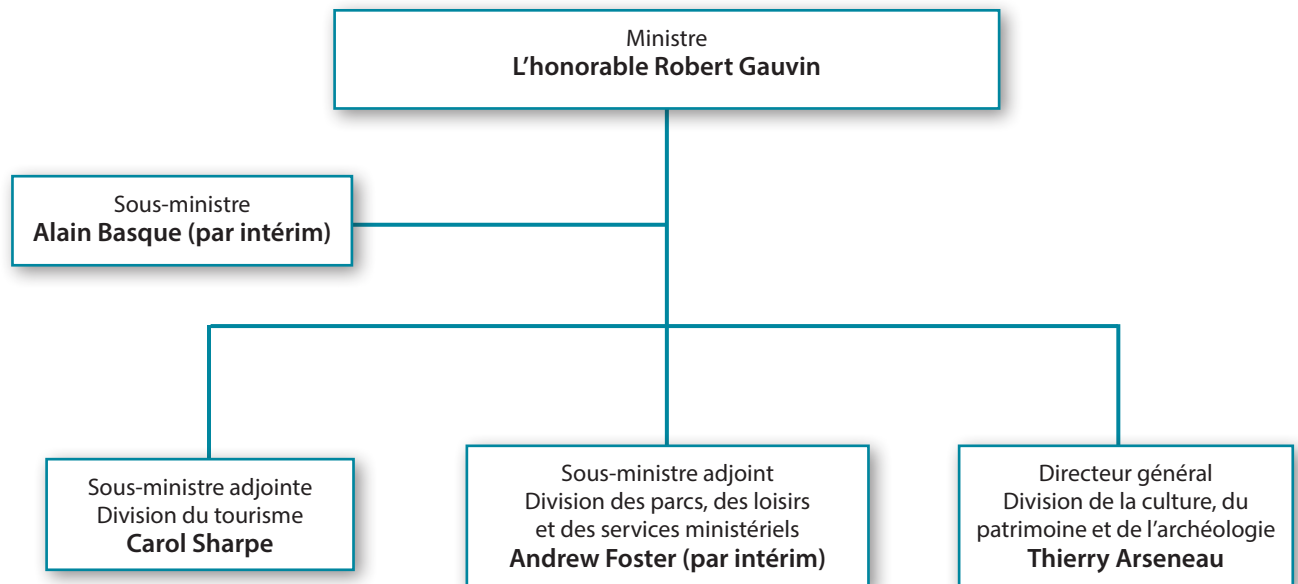
Quelles initiatives ou quels projets ont été entrepris au cours de l'année visée par le présent rapport pour atteindre le résultat?

- Dans le cadre de l'une de ses priorités clés, la Direction a continué d'appuyer Parasport Nouveau-Brunswick dans l'atteinte de ses priorités stratégiques et l'exécution de son mandat général afin de favoriser le développement systématique des sports paralympiques officiels dans la province.

Survol des opérations du Ministère

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

Organigramme des échelons supérieurs



Vue d'ensemble des divisions et faits saillants

Division du tourisme

Le mandat de la Division du tourisme consiste à jouer un rôle de chef de file dans la création et la mise en œuvre de produits expérientiels novateurs et de campagnes multimodales de marketing et de ventes, la gestion de la communauté des médias sociaux, la prestation de conseils aux visiteurs, et la conception de stratégies visant les médias touristiques afin d'atteindre les objectifs de la Stratégie de croissance du tourisme.

La Division du tourisme a subi un changement organisationnel au milieu de l'année afin d'harmoniser les ressources avec la mise en œuvre de la stratégie du tourisme. Au début de l'exercice financier, la Division comprenait trois directions : la Direction du marketing et de l'information aux visiteurs; la Direction des ventes à l'industrie, des médias et des partenariats; et la Direction de l'innovation dans les produits. Au milieu de l'année, elle était composée des deux directions suivantes : la Direction du marketing de destination et des ventes et la Direction de l'innovation dans les produits. À des fins de présentation de l'information financière, en 2018-2019, la Direction du marketing de destination et des ventes continuera de communiquer cette information en tant que Direction des ventes à l'industrie, des médias et des partenariats, et Direction du marketing et de l'expérience du visiteur.

Information financière

Budget : 20 786 000 \$

Résultat réel : 17 941 054,19 \$

Direction de l'innovation dans les produits

La Direction de l'innovation dans les produits se compose de sept employés chargés de fournir aux petites entreprises et aux entrepreneurs touristiques du Nouveau-Brunswick une vision et un leadership en matière de conception de produits et d'expérience. Elle se consacre principalement à la recherche, à l'analyse et à l'essai de produits innovants. Elle joue un rôle déterminant pour stimuler l'entrepreneuriat et l'innovation dans l'industrie touristique.

Faits saillants

- ♦ Mise en place du programme INSPIRE, programme avant-gardiste (le tout premier au Canada) de perfectionnement professionnel pour l'industrie du tourisme. Ce programme avant-gardiste, qui est axé sur le développement d'expériences et l'entrepreneuriat, permet aux entrepreneurs touristiques de faire passer leur entreprise au niveau supérieur;
- ♦ Prestation du programme de préparation accélérée au marché (PAM) à l'intention des entrepreneurs touristiques. La PAM est un programme d'amélioration des affaires qui permet aux exploitants touristiques de relever leurs normes d'excellence, de mieux réagir aux nouvelles tendances dans le domaine du tourisme et, finalement, d'augmenter leurs revenus;
- ♦ Élaboration d'un programme lié à l'expérience des visiteurs des parcs;
- ♦ Création et exécution d'une mission sur les meilleures pratiques en tourisme autochtone;
- ♦ Exécution du plan de revitalisation des routes panoramiques, qui comprend les dessins conceptuels de 14 belvédères, les conceptions détaillées de quatre belvédères et l'installation d'un belvédère à Pokeshaw. Le plan englobe également l'installation de panneaux de repérage;
- ♦ Le Ministère, en partenariat avec les acériculteurs et les brasseries artisanales, a facilité et soutenu la campagne L'érable, la saveur de la saison afin d'établir des partenariats et de mieux faire connaître les expériences et les produits de l'érable du Nouveau-Brunswick.

Indicateurs de rendement clés

Nombre de nouvelles expériences et de nouveaux produits mis à l'essai ou livrés:

- Référence – 7
- Cible – 15
- Objectif ambitieux – 20
- Total – 35

Nombre de nouvelles expériences et de nouveaux produits autochtones mis à l'essai ou livrés:

- Cible – 2
- Objectif ambitieux – 3
- Total – 8

Direction du marketing et de l'information aux visiteurs

La Direction du marketing et de l'information aux visiteurs compte 13 employés. L'été, elle comprend aussi le personnel des cinq centres provinciaux d'information aux visiteurs. Elle communique avec les visiteurs ciblés au moyen de solutions innovantes, intégrées et axées sur la technologie; elle leur transmet toute l'information dont ils ont besoin, peu importe où ils se trouvent et peu importe les dispositifs électroniques qu'ils utilisent. Elle est chargée de créer des campagnes visant à inciter les touristes à privilégier le Nouveau-Brunswick par rapport aux destinations concurrentes, notamment par l'intermédiaire d'un site Web réactif, de communautés de médias sociaux, du guide-vacances officiel et de cinq centres d'information aux visiteurs.

Faits saillants

- ♦ Création et tenue à jour d'un contenu dans les comptes de médias sociaux consacrés à la marque touristique (Facebook, Twitter, Instagram et Pinterest), qui a été consulté à 90 millions de reprises et auquel ont participé 663 646 utilisateurs;
- ♦ Établissement d'un partenariat avec l'Atlantic Ballet Theatre à Moncton qui a donné lieu à la création d'une série de vidéos en huit parties présentant le tourisme culturel au Nouveau-Brunswick dans une optique nouvelle et créative;

- ♦ Conclusion de partenariats stratégiques de publicité dans les marchés externes avec les organisations de marketing de destination de la province, dont Edmundston, Saint John, Fredericton, Campbellton, la Péninsule acadienne et la région Chaleur;
- ♦ Création et exécution de programmes de marketing intégrés dans les marchés externes de l'Ontario, du Québec et des États-Unis, ainsi que d'un programme de trois saisons (été, hiver et temps des sucres) dans les Maritimes qui véhiculent le message selon lequel « l'évasion est si près de chez vous »;
- ♦ Mise en place d'un programme de marketing ciblant les motoneigistes dans le marché du Québec, en partenariat avec le groupe régional Odysée dans le Nord (Edmundston, Campbellton, région Chaleur et Péninsule acadienne).

Indicateurs de rendement clés

- Les dépenses des visiteurs attribuables aux campagnes ministérielles ont totalisé 198 354 435 \$ (par rapport à 126 080 986 \$ en 2016);
- En tout, 507 065 indications ont été transmises aux sites Web de l'industrie du tourisme à partir du site www.tourismenouveaubrunswick.ca;
- En ce qui concerne le site Web à l'intention des consommateurs (www.tourismenouveaubrunswick.ca), 5,6 millions de pages ont été consultées par 1,9 million d'utilisateurs, et 500 000 indications ont été transmises aux sites Web d'entreprises touristiques du Nouveau-Brunswick;
- Les vidéos des réseaux sociaux Facebook et YouTube consacrés au tourisme ont été regardées pendant 5,3 millions de minutes, ce qui représente l'équivalent de dix ans.

Direction des ventes à l'industrie, des médias et des partenariats

La Direction des ventes à l'industrie, des médias et des partenariats se compose de dix employés qui sont chargés d'élaborer et de mettre en œuvre une méthode intégrée de marketing et de ventes dans les marchés nationaux et internationaux ciblés.

L'Unité des ventes à l'industrie s'occupe de positionner et de promouvoir le Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique par l'intermédiaire de l'industrie du voyage (voyagistes et entreprises de transport, transporteurs aériens, agences de voyages, et exploitants en ligne) au Canada, aux États-Unis, en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Chine. Elle veille à ce que les expériences et les produits touristiques du Nouveau-Brunswick soient mis de l'avant dans le cadre de campagnes de commercialisation de différents voyagistes.

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

L'Unité des partenariats est tenue de faire fructifier les investissements en vue du développement des marchés et de l'élaboration de programmes fondés sur les investissements du gouvernement et du secteur privé, ce qui permettra d'améliorer les programmes existants, et d'élaborer et d'exécuter de nouvelles initiatives.

Faits saillants

- ♦ Établissement d'un programme de préparation à l'industrie du voyage et d'une initiative de préparation au marché chinois en partenariat avec les partenaires provinciaux panatlantiques et Tourisme Atlantique;
- ♦ Participation à un programme de marketing intégré (y compris des initiatives de l'industrie et des médias touristiques) en Nouvelle-Angleterre, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Chine, en partenariat avec les partenaires provinciaux panatlantiques, Tourisme Atlantique et Destination Canada;
- ♦ Lancement d'une campagne solo du Nouveau-Brunswick dans le marché français, en partenariat avec Destination Canada;
- ♦ Création de partenariats avec Porter Airlines et les organismes de marketing de destinations de Saint John, de Fredericton et de Moncton aux fins de l'exécution, avec Porter Airlines, d'une nouvelle campagne à Ottawa et à Toronto qui visera à stimuler l'accroissement des réservations aux trois portes d'entrée du Nouveau-Brunswick;
- ♦ Concrétisation d'un nouveau partenariat panatlantique, qui intègre les volets du marketing et de la conception de produits, avec l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC);
- ♦ Concrétisation d'une mission en France qui a entraîné des rencontres de haut niveau avec l'industrie et les principaux médias touristiques, et qui a mis en relief l'édition de 2019 du Congrès mondial acadien (CMA), le vol quotidien entre Paris et Halifax assuré par WestJet ainsi que les nouvelles possibilités d'expérience offertes par l'industrie du Nouveau-Brunswick. Des événements thématiques spéciaux du Nouveau-Brunswick ont accueilli plus de 80 représentants de haut niveau des sociétés de voyages et organes de presse de pre-mier plan. La mission a donné lieu à la conclusion ou à la prolongation de partenariats avec des sociétés de voyages;
- ♦ Établissement d'un partenariat avec le port de Saint John, des partenaires industriels et l'Atlantic Canada Cruise Association concernant des initiatives de marketing en vue de la croissance des escales de bateaux de croisière à Saint John. Lors de la saison de 2018, le port de Saint John a reçu 69 bateaux de croisière et accueilli 159 565 passagers et 64 165 membres d'équipage. Grand Manan, St. Andrews et Campobello ont accueilli d'autres navires d'expédition plus petits;

- ◆ Le Nouveau-Brunswick s'est assuré une présence forte à Rendez-Vous Canada (RVC), le plus important salon international du tourisme canadien, ce qui a permis de présenter la province et de mieux la faire connaître à plus de 1 500 professionnels en tourisme et intervenants influenceurs touristiques du monde entier. Le Ministère a organisé des événements thématiques sur le Nouveau-Brunswick pour les entreprises et acheteurs touristiques de premier plan, il a exécuté des tactiques promotionnelles de haut niveau, y compris la projection des marées de la baie de Fundy sur un immeuble de quatre étages et la représentation d'un autocar dans des images de la baie de Fundy, et il a présenté des interprètes et musiciens du Nouveau-Brunswick; cette initiative a donné lieu à la conclusion ou à la prolongation de partenariats avec des entreprises touristiques importantes;
- ◆ Contribution à la présentation de circuits organisés personnalisés au Nouveau-Brunswick qui ont accueilli 203 journalistes, membres d'équipes de tournage et influenceurs médiatiques des principaux marchés (Canada, États-Unis, France, Royaume-Uni, Allemagne et Chine);
- ◆ Parution d'articles sur le Nouveau-Brunswick dans la revue Afar (États-Unis), le Sunday Times Travel (Royaume-Uni) et Le Monde (France) en tant que destination touristique incontournable pour 2019 (dans tous ces articles, le Nouveau-Brunswick était l'unique province canadienne sélectionnée);
- ◆ Renforcement des partenariats avec des sociétés de tourisme d'aventure aux États-Unis, comme Country Walkers, Wilderness Travel, Off the Beaten Path, National Geographic Expeditions, World Expeditions et Sierra Club, ce qui a entraîné une croissance continue;
- ◆ Élaboration de quatre nouveaux itinéraires au Nouveau-Brunswick avec les principaux organisateurs de voyages du Royaume-Uni, ce qui a généré des réservations et des recettes dont le rendement des investissements a été de 6.45:1.

Indicateurs de rendement clés

- En tout, 1 288 500 \$ ont été générés grâce aux investissements dans les partenariats avec le secteur privé, ce qui a dépassé la cible de 1 025 000 \$.
- En tout, 4 245 000 \$ ont été générés grâce aux investissements dans les partenariats avec le gouvernement, ce qui a dépassé la cible de 4 100 000 \$.
- En tout, 25 980 nuitées attribuables aux partenariats avec l'industrie ont été vendues (valeur de 4 621 920 \$).
- En tout, 9,4 millions de dollars ont été générés en couverture médiatique (valeur publicitaire), et 302 millions d'impressions ont été en circulation.

Division des parcs, des loisirs et des services ministériels

La Division des parcs, des loisirs et des services ministériels est formée de la Direction des parcs et des attractions, de la Direction du sport et des loisirs, de la Direction des politiques, de la planification et de l'excellence du rendement, de la Direction des finances et de l'administration, de l'Unité de la gestion de l'information et de la technologie, et de la Direction des ressources humaines.

Direction des parcs et des attractions

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 ayant une valeur économique stratégique pour le gouvernement du Nouveau-Brunswick.

La Direction comprend plus de 600 employés saisonniers, occasionnels et à temps plein dans les parcs et les attractions. La Direction du bureau central compte neuf employés à temps plein, dont un directeur et un gestionnaire des opérations des parcs.

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.

Information financière

- Budget : 15 793,6 \$
- Résultat réel : 16 771,1 \$

Faits saillants

- ♦ Le nombre total de visiteurs dans les parcs provinciaux a été de 1,221 millions de personnes, dont 278 061 visiteurs à Hopewell Rocks et 55 151 visiteurs au Village acadien.
- ♦ Le nombre total de nuitées vendues dans les terrains de camping a été de 77 830.
- ♦ La saison d'exploitation des parcs et des attractions a été prolongée jusqu'à l'Action de grâce.
- ♦ Le parc provincial Mont Carleton a été ouvert pendant toute l'année.
- ♦ L'entrée était libre pour les visiteurs de l'ensemble des parcs provinciaux et des attractions le jour de la fête du Canada et de la fête du Nouveau-Brunswick.
- ♦ De nouveaux chalets de luxe (« glamping ») appelés « Ch-Alets » ont été mis en place dans les parcs provinciaux Mactaquac, Sugarloaf et New River Beach.
- ♦ Sept initiatives très importantes ont été réalisées dans les parcs provinciaux dans le cadre d'un vaste projet de modernisation, notamment l'amélioration de sentiers, de routes et de ponts, l'installation de panneaux, et la mise en place d'une infrastructure stratégique, à savoir un télésiège au parc provincial Sugarloaf.

Indicateurs de rendement clés

Nombre de Néo-Brunswickois qui ont fait du camping dans des parcs provinciaux :

Référence : 45 000 nuitées dans les terrains de camping
Cible : 47 000 nuitées dans les terrains de camping
Objectif ambitieux : 48 500 nuitées dans les terrains de camping
Résultat réel : 47 747 nuitées dans les terrains de camping, soit une augmentation de 1,5 %

Évaluation de l'expérience des visiteurs sur TripAdvisor :

Référence : Attribution de la note « excellent » par 37 % des visiteurs

Cible : Attribution de la note « excellent » par 47 % des visiteurs

Objectif ambitieux : Attribution de la note « excellent » par 57 % des visiteurs

Résultat réel : Attribution de la note « excellent » par 53 % des visiteurs

Direction du sport et des loisirs

La Direction du sport et des loisirs compte 24 employés, dont le directeur, le directeur adjoint, le gestionnaire de bureau, sept consultants provinciaux, huit consultants régionaux, cinq membres du personnel administratif (un au bureau central et quatre en région), et un coordonnateur provincial du programme Allez-y NB.

La Direction offre un leadership stratégique et un soutien permettant de renforcer le système de sport et de loisirs, et sa vision est de mettre en place un solide réseau procurant des possibilités concrètes, accessibles et hautement valorisées qui contribuent au mieux-être des Néo-Brunswickois.

La Direction fournit un soutien de base et des services de consultation aux organismes provinciaux de sport et de loisirs, et offre, par l'entremise d'un réseau de huit bureaux régionaux, des services de consultation et un soutien financier aux organismes communautaires locaux et régionaux, aux municipalités et aux communautés des Premières Nations.

Le Cadre stratégique du Nouveau-Brunswick pour le sport et les loisirs remplace la Politique sur le sport et les loisirs pour le Nouveau-Brunswick (1994), et maintient la base sur laquelle le système provincial de sport et de loisirs est fondé. Il positionne le sport et les loisirs en tant qu'outils souples et efficaces pour l'atteinte d'objectifs sociaux tels le mieux-être, la prévention du crime, la promotion de la santé et l'inclusion sociale. Le gouvernement du Nouveau-Brunswick a été l'un des premiers intervenants clés à adopter le Cadre stratégique en 2017, et les ministères sont tenus d'envisager la prise de décisions connexes dans l'optique du sport et des loisirs, et de tenir compte de l'impact des décisions sur le sport et les loisirs, de

la capacité du sport et des loisirs d'être un outil leur permettant d'atteindre leurs objectifs ministériels et du besoin de consulter les partenaires du sport et des loisirs concernant les décisions connexes.

La Direction a lié ses principaux objectifs stratégiques à la Politique canadienne du sport 2012 et au Cadre stratégique 2015 pour le loisir au Canada – Sur la voie du bien-être, et elle contribue à l'atteinte des priorités communes adoptées par les ministres fédéral, provinciaux et territoriaux responsables du sport, des loisirs et de l'activité physique.

Vie active : Le sport et les loisirs, c'est pour la vie – Vivre une vie plus active en participant aux loisirs 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.

Milieus favorables : Contribuer à la création de milieux physiques et sociaux favorables à la participation, et aider à bâtir des collectivités solides et bienveillantes.

Renforcement des partenariats : Assurer la croissance continue et la durabilité du secteur en soutenant l'expansion des organisations, l'amélioration des ressources et le perfectionnement des dirigeants.

Information financière

Budget : 6 922,9 \$

Résultat réel : 6 883,9 \$

Faits saillants

- ◆ Dans le cadre de l'une de ses priorités absolues, la Direction a continué d'appuyer Parasport Nouveau-Brunswick dans l'atteinte de ses priorités stratégiques et l'exécution de son mandat général afin de favoriser le développement systématique des sports paralympiques officiels dans la province. Elle y parvient en collaborant étroitement avec les organismes provinciaux de sport dont le but est de développer un parasport reconnu à l'échelle nationale, et en établissant une étroite collaboration et un partenariat avec les organismes de loisirs et multisports, et d'autres intervenants clés;
- ◆ La Direction a fourni un soutien financier de base à l'Aboriginal Sport and Recreation New Brunswick (ASRNB) et a collaboré étroitement avec l'organisme afin de contribuer à un avenir plus sain pour les communautés, familles et particuliers autochtones en accordant la priorité au sport, aux loisirs et à l'activité physique. Le soutien des activités de base de l'ASRNB, le renforcement de la capacité de l'organisation et l'établissement de partenariats avec le réseau du sport et des loisirs sont des aspects essentiels de la réponse aux « appels à l'action » de la Commission de vérité et réconciliation du Canada;
- ◆ La Direction a continué de jouer un rôle de chef de file et de coprésider le Réseau sur la sécurité dans le sport et les loisirs au Nouveau-Brunswick, qui facilite l'échange de connaissances, assure l'harmonisation et collabore pour éviter le chevauchement des efforts au sujet des questions relatives à la sécurité dans le sport et les loisirs. Les membres du réseau s'efforcent de prendre des mesures stratégiques dans deux secteurs du sport et des loisirs : « Commotions cérébrales » et « Relations saines et éthiques »;

- ◆ La Direction a organisé un groupe de réflexion sur les femmes et les filles dans le sport et les loisirs qui se voulait un « appel à l'action » et qui visait à discuter des moyens d'accroître la participation des femmes et des filles dans tous les aspects du sport et des loisirs au Nouveau-Brunswick. Il en a découlé la création du Réseau du Nouveau-Brunswick pour l'avancement des femmes et des filles dans le sport et les loisirs, qui a comme objectif de répondre aux besoins et de combler les lacunes dans le système néo-brunswickois du sport et des loisirs pour les femmes et les filles en tant que participantes, entraîneuses, arbitres et dirigeantes. Le Réseau a élaboré un plan d'action et des stratégies qui sont axés sur le maintien des filles dans le sport, l'augmentation du nombre de femmes à des postes de direction, l'augmentation du nombre de monitrices, d'entraîneuses et de femmes arbitres, et l'élaboration d'une stratégie de communication;
- ◆ Les Jeux d'hiver du Canada de 2019, qui ont eu lieu à Red Deer, en Alberta, ont regroupé 19 disciplines sportives, plus de 150 événements et jusqu'à 3 600 athlètes, entraîneurs et gestionnaires. La Direction du sport et des loisirs assume la responsabilité relative à Équipe Nouveau-Brunswick, ce qui nécessite l'application de normes strictes visant à assurer le respect des politiques provinciales et des Jeux du Canada, et à voir à ce que tous les participants soient en sécurité et vivent une expérience positive. Équipe Nouveau-Brunswick comptait 200 athlètes, 65 entraîneurs et 20 membres de l'équipe de mission. En plus d'avoir vécu une expérience importante en développement du sport, Équipe Nouveau-Brunswick a gagné neuf médailles, dont une d'or, trois d'argent et cinq de bronze. Il convient de mentionner que l'équipe masculine de gymnastique artistique a récolté sa toute première médaille pour le Nouveau-Brunswick, sans oublier la performance de la fondeuse para triple médaillée;
- ◆ Une entente bilatérale a été conclue en 2015 entre le gouvernement fédéral et le gouvernement du Nouveau-Brunswick. Appelée « Allez-y NB », ce programme de subventions vise à accroître le savoir-faire physique et à réduire les obstacles à la participation sportive pour les enfants et les jeunes, notamment en ce qui concerne les populations sous-représentées. En mars 2018, l'entente a été modifiée de façon à prolonger le financement pendant trois autres années et à inclure des fonds supplémentaires pour le sport et la jeunesse autochtones;
- ◆ **Subventions régionales Allez-y NB :**
Cinquante-quatre subventions dont la valeur variait de 700 \$ à 5 000 \$ ont été octroyées; en tout, 227 640,50 \$ ont été versés à l'échelle régionale, soit une moyenne de 4 216 \$ par subvention;
- ◆ **Subventions provinciales Allez-y NB :** Vingt-sept subventions dont la valeur variait de 3 000 \$ à 15 000 \$ ont été octroyées; en tout, 332 262,50 \$ ont été versés à l'échelle provinciale, soit une moyenne de 12 780 \$ par subvention.

Indicateurs de rendement clés

Les fonds provinciaux et régionaux octroyés dans le cadre de l'entente Allez-y NB ont appuyé les programmes auxquels ont participé plus de 9 600 personnes et ont permis d'aborder les questions relatives au développement du leadership et à la capacité. En plus du développement du savoir-faire physique et de la réduction des obstacles à la participation sportive, l'accent a été mis sur la participation des groupes sous-représentés comme les personnes ayant un handicap.

Accroître la participation des groupes sous-représentés au sport et aux loisirs

Nombre de personnes ayant un handicap qui participent à des programmes de savoir-faire physique grâce à Allez-y NB :

Cible :	200
Objectif ambitieux :	250
Résultat réel:	541

Un résultat important de la Direction consiste à renforcer le système de sport et de loisirs, et, ainsi, à accroître les possibilités de vie active pour améliorer le mieux-être

de tous les Néo-Brunswickois. La « force organisationnelle » et l'« harmonisation avec Le sport c'est pour la vie » représentent deux indicateurs clés des organismes provinciaux de sport (OPS).

Renforcer le système de sport et de loisirs

Nombre moyen de points obtenus collectivement par tous les OPS pour la force organisationnelle (modèle de financement I) :

Cible :	29,56
Objectif ambitieux :	29,81
Résultat réel :	29,3

** Même si la Direction n'a pas atteint la cible, elle a amélioré la moyenne globale des 46 OPS grâce au modèle de financement I. La référence se chiffrait à 29,06 et est passée à 29,30.*

Renforcer le système de sport et de loisirs

Nombre d'OPS ayant une bonne harmonisation avec Le sport c'est pour la vie : nombre d'OPS dont l'indice Le sport c'est pour la vie est d'au moins 18; nombre moyen d'OPS respectant l'harmonisation avec Le sport c'est pour la vie :

	Nombre d'OPS	Moyenne
Cible :	30	19
Objectif ambitieux :	32	20
Résultat réel :	34	25,6

La Direction a coprésidé le Réseau sur la sécurité dans le sport et les loisirs au Nouveau-Brunswick, en plus d'être représentée au sein du groupe de travail fédéral-provincial-territorial sur les commotions cérébrales dans le sport ainsi que du réseau fédéral-provincial-territorial sur l'éthique dans le sport. L'une des priorités clés est d'appuyer les OPS dans la mise en œuvre de politiques et de protocoles sur les commotions cérébrales. Les Lignes directrices canadiennes sur les commotions cérébrales dans le sport (juillet 2017) serviront à harmoniser les protocoles de gestion des commotions cérébrales dans les secteurs du sport, de la santé et de l'éducation.

Renforcer le système de sport et de loisirs

Nombre d'OPS disposant d'un protocole sur les commotions cérébrales (« retour à l'activité sportive ») :

Cible :	31
Objectif ambitieux :	34
Résultat réel :	34

La Direction collabore avec le Centre canadien multisport Atlantique à la mise en place d'une « initiative pour le sport de qualité » pour les OPS de sorte que chaque OPS dispose d'un programme de développement des athlètes propre au Nouveau-Brunswick. Huit OPS ont terminé le premier volet, tandis que six OPS ont été désignés pour le deuxième volet.

Renforcer le système de sport et de loisirs

Nombre d'OPS qui ont exécuté le processus relatif à l'initiative pour le sport de qualité en vue d'un programme de développement des athlètes propre au Nouveau-Brunswick :

Cible :	10
Objectif ambitieux :	12
Résultat réel :	8

Conformément à la priorité de la Direction qui consiste à accroître la participation des groupes sous-représentés, des consultants régionaux ont été chargés de déployer un effort concerté en vue de cibler des initiatives pour les personnes ayant un handicap.

Renforcer le système de sport et de loisirs

Nombre de subventions régionales ciblant les personnes ayant un handicap ::

Cible :	5
Objectif ambitieux :	7
Résultat réel :	10

Direction des politiques, de la planification et de l'excellence du rendement

La Direction des politiques, de la planification et de l'excellence du rendement comprend neuf employés : le directeur (champion de l'harmonisation), le gestionnaire de la planification, un analyste principal des politiques, cinq agents de projet et un facilitateur de l'amélioration des processus Lean Six Sigma. Elle offre une gamme de services ministériels visant à assurer la prestation des programmes du Ministère, et les composantes de la Direction exercent les mandats suivants :

Politiques : Fournir aux décideurs du Ministère une expertise, des analyses et des conseils en ce qui concerne l'élaboration des politiques, la coordination des affaires législatives, les demandes relatives au droit à l'information et l'administration des organismes, des conseils et des commissions (OCC) relevant du Ministère;

Planification : Effectuer des recherches et des analyses relatives à la prestation des programmes du Ministère (p. ex. marketing touristique) et en faire l'interprétation, et gérer l'information et les paramètres de rendement du secteur et du Ministère ainsi que le site Web;

Excellence du rendement : Accroître le rendement et la capacité du Ministère en mettant en place le système de gestion officielle du gouvernement du Nouveau-Brunswick. Cela comprend la gestion de la stratégie (au moyen du tableau de bord équilibré, de la gestion des initiatives et de l'amélioration des processus), l'amélioration des opérations (au moyen de la gestion des processus et de la gestion au quotidien) et la gestion du rendement (établissant un lien entre le rendement individuel, le rendement des programmes et le rendement du Ministère, et le rapport annuel).

Information financière

Budget : 798 900 \$

Résultat réel : 668 006 \$

Faits saillants

- ♦ Mise en œuvre d'une « stratégie du personnel » ministérielle qui vise à favoriser une fonction publique fière, productive et professionnelle;
- ♦ Établissement des tendances des industries culturelles en vue d'élaborer une stratégie pour le secteur;
- ♦ Intégration de l'évaluation de l'expérience des touristes dans la planification du tourisme et des parcs afin de continuer à instaurer une culture axée sur la clientèle;
- ♦ Obtention par un membre du personnel d'une certification en gestion du changement aux fins de la restructuration organisationnelle de la Division du tourisme;
- ♦ Réalisation de recherches visant à mieux comprendre les voyages des touristes à l'aide des données mobiles et mise en œuvre d'un système de surveillance de l'utilisation des sentiers avec les partenaires du secteur;
- ♦ Coordination et révision de documents, et préparation de réponses à 44 demandes présentées en vertu de la Loi sur le droit à l'information et la protection de la vie privée, ce qui représente une augmentation par rapport à 24 l'année précédente;
- ♦ Analyse et rapport mensuel des indicateurs du secteur du tourisme du Nouveau-Brunswick affichés sur le site <http://www2.gnb.ca/content/gnb/en/Departments/thc/publications.html#ti>;
- ♦ Exécution des projets suivants d'amélioration des processus réalisés par des équipes de projet afin d'améliorer la prestation des services et de favoriser une culture d'amélioration continue :
 - ♦ Réduction de l'effort déployé pour le traitement des subventions;
 - ♦ Conception du processus d'innovation des produits touristiques;
 - ♦ Établissement du processus « recherche et analyse » pour l'unité de la planification;
 - ♦ Amélioration du processus de sélection des projets Lean Six Sigma;
 - ♦ Création du cadre de classification du processus touristique;
 - ♦ Amélioration du programme des influenceurs touristiques.

Indicateurs de rendement clés

Pourcentage des engagements réalisés selon le calendrier établi

Le calendrier des engagements comporte 20 pratiques exemplaires en leadership qui orientent la mise en œuvre stratégique. Le Ministère a pris 74 % des mesures, ce qui

constitue une amélioration importante par rapport au résultat de 4 % de l'année précédente, même si le résultat obtenu par la Direction est en deçà de la cible de 90 %.

Référence : 45 %
Cible : 90 %
Résultat réel : 74 %

Augmentation du nombre d'employés travaillant à temps plein dans le domaine de l'amélioration continue

Détermination de l'engagement envers la formation et le perfectionnement du personnel pour développer une culture de l'amélioration continue. Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a accru à cinq le nombre de facilitateurs actifs de l'amélioration des processus Lean Six Sigma alors qu'il en avait un l'année précédente.

Référence : 1
Cible : 6
Résultat réel : 5

Amélioration de l'indice de maturité du système de gestion officielle

Mesure du changement dans la capacité organisationnelle du Ministère d'atteindre « l'excellence du rendement ».

Référence : 52 %
Cible : s.o.
Résultat réel : 53 %

Direction des services de gestion financière, de gestion de l'information et de technologie

La Direction des services de gestion financière, de gestion de l'information et de technologie compte neuf employés, dont un directeur et un gestionnaire, et elle est responsable de la gestion financière, de la gestion des achats stratégiques, de la gestion de la technologie de l'information, de la gestion des documents, de la gestion des locaux à bureaux et du soutien administratif général.

La Direction des services de gestion financière exerce un leadership sur le plan financier et donne des conseils spécialisés à la haute direction, aux gestionnaires ministériels, aux organismes centraux et au personnel.

L'unité offre des services généraux de budgétisation, de planification et de rapport financiers, de surveillance, de consultation et de comptabilité au Ministère concernant le compte ordinaire, le compte à but spécial, le compte de services spéciaux et le compte de capital (dépenses de 76,9 millions de dollars et recettes de 9,8 millions de dollars). Elle assure également des services de comptabilité et doit notamment voir à ce que les transactions soient consignées correctement dans les livres du gouvernement provincial et assurer la tenue à jour des systèmes ministériels d'information financière, la tenue à jour et le rapprochement des comptes d'actif et de passif, et la collecte et le dépôt de revenus. La Direction de la gestion financière est tenue d'examiner et d'évaluer la pertinence et l'efficacité des mesures de contrôle interne du Ministère, et de veiller au respect des politiques, procédures et lignes directrices connexes du gouvernement et du Ministère. L'unité coordonne la planification financière, la budgétisation et le processus intérimaire de vérification des états financiers, et transmet une analyse et des renseignements financiers à la haute direction et aux utilisateurs finaux au bureau central et dans les différentes régions de la province. Elle est chargée de produire des documents d'information, de participer à leur présentation au Comité permanent des comptes publics et au Comité permanent des prévisions et de la politique budgétaires, et de donner des instructions au ministre et au sous-ministre.

L'Unité de la technologie de l'information fournit des services de gestion de l'information et de technologie au Ministère. Elle offre un service axé sur la qualité et le client, et s'efforce d'être un centre d'excellence au chapitre de la gestion de l'information (documents), de la technologie et du développement d'applications. Elle collabore avec le service de la technologie de l'information de Service Nouveau-Brunswick afin de fournir une orientation et un soutien continu en vue de l'élaboration, de l'acquisition et de l'utilisation d'outils de technologie et de gestion de l'information qui répondront aux besoins ministériels.

L'Unité des services d'approvisionnement stratégique offre aux clients internes et externes (fournisseurs) des services de consultation qui se rattachent à l'approvisionnement stratégique en biens et services. Elle donne des conseils aux clients au sujet du processus d'approvisionnement en se fondant sur sa connaissance approfondie de la Loi sur la passation des marchés publics et de son Règlement ainsi que des lois provin-

ciales pertinentes (Loi sur l'administration financière et Loi sur les contrats de construction de la Couronne), des accords commerciaux, et des tendances et normes relatives à l'industrie et à l'approvisionnement. L'Unité fournit une orientation et des recommandations et aide les clients à préparer des soumissions, des demandes de propositions (DP) et des demandes d'information, entre autres; elle coordonne et dirige les équipes d'évaluation, en plus de faire des recommandations finales au gouvernement. Elle est également responsable de la gestion des locaux à bureaux et doit répondre aux besoins de télécommunications du Ministère.

Direction des ressources humaines

La Direction des ressources humaines se compose de quatre employés, à savoir un directeur général, deux consultants et un coordonnateur des services d'emploi. Elle assure la planification, le leadership, l'orientation et le soutien en matière de gestion des ressources humaines au Ministère. Elle 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 de politiques de ressources humaines; élaboration et gestion de programmes; pratiques exemplaires 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. **Service Nouveau-Brunswick offre les services opérationnels et transactionnels de ressources humaines aux ministères et organismes de la partie 1.**

Division de la culture, du patrimoine et de l'archéologie

La Division de la culture, du patrimoine et de l'archéologie appuie la croissance économique et suscite un sentiment de fierté dans la province grâce à la préservation, à la mise en valeur, à la promotion et au soutien du patrimoine, des arts et des industries culturelles du Nouveau-Brunswick.

La Division est formée de la Direction des arts et des industries culturelles, de la Direction du patrimoine et de la Direction des services archéologiques.

La Direction des arts et des industries culturelles comprend dix employés, à savoir un directeur général responsable de la Division de la culture, du patrimoine et de l'archéologie, deux gestionnaires, quatre consultants en programmes, un membre du personnel administratif, un agent administratif et un technicien de la Banque d'œuvres d'art.

La Direction des arts et des industries culturelles joue un rôle de chef de file dans l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi des politiques, des stratégies et des programmes gouvernementaux appuyant les arts et les industries culturelles de la province. Elle facilite le développement culturel communautaire et le développement économique des industries culturelles du Nouveau-Brunswick, elle fournit des services-conseils, de l'aide financière et des services techniques aux organismes, aux associations et aux groupes 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), elle gère la Banque d'œuvres d'art du Nouveau-Brunswick, et elle collabore avec le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick pour veiller à ce que les programmes des deux organismes soient propices à l'avancement des arts au Nouveau-Brunswick.

Faits saillants

- ◆ Un avenir empreint de créativité, la politique culturelle du Nouveau-Brunswick, en était à sa cinquième année d'exécution. L'ensemble des mesures figurant dans le plan ont maintenant été prises ou sont en cours;

- ◆ Adoption en 2018 d'une politique en faveur de l'art public pour le Nouveau-Brunswick. Réalisation de deux projets pilotes, soit à Saint John et à Dieppe;
- ◆ Collaboration à plusieurs projets en vue du renforcement accru des capacités sur le plan des compétences techniques et artistiques, notamment en ce qui concerne l'initiative des trois nouvelles conservatrices de la Galerie d'art Beaverbrook qui représentent les différentes communautés;
- ◆ Octroi de 7,7 millions de dollars sous forme de subventions; voir la liste des récipiendaires sur le site www.gnb.ca/culture;
- ◆ Élargissement des programmes Artiste en résidence et VanGO! Prolongation des programmes grâce à un partenariat conclu avec le ministère de l'Éducation et du Développement de la petite enfance, et visant à faire en sorte que la Banque d'œuvres d'art soit visible dans les écoles du Nouveau-Brunswick. Au cours de la dernière année, les efforts relatifs à cette initiative ont été recentrés afin de permettre aux élèves de tirer profit des interactions avec les artistes professionnels du Nouveau-Brunswick par la présentation d'expositions dans toutes les écoles;
- ◆ Music/Musique NB gère maintenant le Programme de développement de l'industrie de la musique. Ce programme a permis de réaliser plus de 38 initiatives d'exportation en France, au Royaume-Uni, aux États-Unis et dans d'autres pays;
- ◆ Publication d'une étude sur les retombées économiques de l'édition de livres et financement d'initiatives de démarrage des industries culturelles.

Direction du patrimoine

La Direction du patrimoine comprend 12 employés, à savoir un directeur, trois gestionnaires, cinq agents de programmes, un membre du personnel administratif, un agent financier et un registraire. Elle facilite la promotion, la compréhension, la conservation et la préservation des ressources patrimoniales naturelles et humaines du Nouveau-Brunswick ainsi que la sensibilisation à leur égard pour les générations actuelles et futures.

La Direction 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 fournit un soutien financier, des services de planification patrimoniale et un leadership aux communautés patrimoniale et muséale de la province. La Direction applique la Loi sur la conservation du patrimoine et gère le programme provincial de toponymie. Elle participe à la mise en œuvre continue de Un avenir empreint de créativité : Une politique culturelle renouvelée pour le Nouveau-Brunswick et continue de gérer les questions relatives à la désignation de lieux et de caractéristiques géographiques dans la province.

Faits saillants

- ◆ La Direction a collaboré avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure à l'élaboration d'une approche de conservation pour les ponts couverts appartenant au gouvernement du Nouveau-Brunswick;
- ◆ La Direction a aussi collaboré avec la fiducie du patrimoine national à la tenue de l'assemblée générale annuelle de celle-ci à Fredericton en octobre 2018;
- ◆ Dans le cadre du programme du patrimoine architectural, la Direction a participé à 12 projets de remise en état du patrimoine architectural dans des lieux patrimoniaux importants pour la collectivité. Dans le cadre du programme d'amélioration des lieux culturels communautaires, elle a participé à huit projets qui visent à créer ou à améliorer les lieux culturels de la collectivité;
- ◆ Dans le cadre du programme d'emploi d'été dans les musées communautaires, participation à l'attribution des 115 employés couvrant 900 semaines-travail du ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail, aux musées communautaires non admissibles au programme Stage d'emploi étudiant pour demain (SEED). Occasion pour les étudiants embauchés de parfaire leurs connaissances de l'histoire du Nouveau Brunswick et de développer des aptitudes à la vie quotidienne.

- ◆ Coordination par la Direction de la Semaine du patrimoine 2018 sous le thème Heritage Now! The Reverberations of our Past – Le Patrimoine au présent! Les répercussions de notre passé et du programme provincial des Fêtes du patrimoine, qui comprenait la planification de 119 fêtes dans des écoles et de 10 fêtes régionales du patrimoine aboutissant à la Vitrine provinciale des Fêtes du patrimoine;
- ◆ Coordination des célébrations officielles de la fête du Nouveau-Brunswick et de quatre célébrations régionales menant aux célébrations officielles. Tenue des célébrations dans différentes collectivités du Nouveau-Brunswick;
- ◆ Établissement d'une approche d'amélioration de l'administration générale des principaux établissements du patrimoine.

Direction des services archéologiques

La Direction des services archéologiques comprend dix employés et assure la gestion complète des ressources culturelles du patrimoine archéologique de la province. Elle assume les responsabilités provinciales relatives à la gestion des ressources culturelles de 13 000 ans de patrimoine archéologique au Nouveau-Brunswick.

La Direction informe tous les ordres de gouvernement, l'industrie et les particuliers sur la conservation, la gestion et la commémoration de ces ressources patrimoniales pour les générations actuelles et futures.

Sous la gouverne d'un archéologue provincial et d'un directeur, la Direction est chargée de développer, de préserver et de gérer le patrimoine archéologique du Nouveau-Brunswick. Les principaux secteurs d'activités comprennent ce qui suit :

- recherche (appliquée et préparatoire), particulièrement en ce qui concerne l'histoire autochtone;
- gestion des ressources (étude d'impact sur l'environnement et planification de l'utilisation des terres, cession, permis de modification de cours d'eau [préservation des sites culturels et naturels menacés]);
- gestion de l'information et des collections – enregistrement des collections privées, inventaire et contrôle des sites, collections (de plus de 90 000 spécimens), et dossiers de projets archivistiques;

- autorisation de projets – évaluation, délivrance de permis et suivi;
- commémorations – désignation et déclarations sur la protection des lieux;
- aménagement de sites – comme attractions touristiques et pédagogiques avec les collectivités, les réserves, etc.;
- accès du public à l'histoire – conférences, causeries, interventions médiatiques, recherche libre, publications et consultation des collectivités touchées ou participantes.

La Direction des services archéologiques se compose de trois sections.

- **L'Unité de réglementation archéologique** gère le processus de délivrance de permis réglementaires aux termes de la Loi sur la conservation du patrimoine et veille à son application et à la surveillance des travaux d'archéologie sur le terrain entrepris par les détenteurs de permis, en plus d'enrichir, de mettre à jour et de conserver la collection archéologique provinciale, et d'effectuer des recherches.
- **L'Unité d'engagement archéologique** dirige les activités d'engagement avec les Premières Nations en ce qui a trait, de façon générale, à l'archéologie autochtone et, plus précisément, aux études d'impact sur l'environnement ainsi qu'à d'autres activités de planification et d'évaluation.
- **L'Unité des travaux d'archéologie sur le terrain** gère certaines études d'impact archéologique pour des projets et des travaux archéologiques sur le terrain dans le cadre de projets de la Couronne pour divers ministères et organismes.

Faits saillants

- ◆ Économies de plus de 600 000 \$ pour la province réalisées par le ministère des Transports et de l'Infrastructure, et le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture, pour des économies totales de près de 4,4 millions de dollars depuis 2011.
- ◆ Aux termes de la Loi sur la conservation du patrimoine, mise en place par la Direction d'une nouvelle structure de guichet unique pour les permis et les inspections;

- ◆ Délivrance par la Direction de 146 permis de travaux archéologiques sur le terrain pour le gouvernement, le secteur privé et les projets de recherche;
- ◆ Détention par la Direction de 50 permis de travaux archéologiques sur le terrain en 2018 et réalisation de 44 projets pour le ministère des Transports et de l'Infrastructure, le ministère du Développement de l'énergie et des ressources, et le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture;
- ◆ En 2018, embauche de 22 employés saisonniers, dont 19 techniciens autochtones agréés, pour contribuer à la réalisation des études d'impact sur le patrimoine archéologique;
- ◆ Maintien par la Direction du cours de formation de technicien en archéologie de niveau 1 élaboré par le gouvernement du Nouveau-Brunswick à l'intention des étudiants de la province. Ce programme vise à donner aux diplômés les compétences techniques et théoriques dont ils auront besoin pour travailler à toutes les étapes des projets archéologiques. Depuis l'obtention d'un diplôme par les premiers étudiants, en 2016, le taux d'emploi en archéologie est de 90 %;
- ◆ Achèvement par la Direction des travaux d'excavation sur un grand site archéologique préeuropéen dans le cadre du projet de routes de liaison du sentier Fundy.

Information financière

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

Exercice se terminant le 31 mars 2019 (en milliers de dollars)

Programme ordinaire	Budget final	Montant réel	Écart – (en moins) ou en plus
Administration	2 430,0	2 248,1	(181,9)
Sport et loisirs	6 922,9	6 883,9	(39,0)
Culture			
Arts et industries culturelles	9 336,0	9 246,6	(89,4)
Patrimoine	6 927,0	6 764,3	(162,7)
Services archéologiques	547,0	610,4	63,4
Tourisme et Parcs			
Marketing et information aux visiteurs	7 037,0	6 405,3	(631,7)
Ventes, médias et expérience du visiteur	3 040,0	2 751,0	(289,0)
Innovation des produits	10 709,0	8 786,7	(1 922,3)
Parcs et attractions	15 793,6	16 771,1	977,5
Total des dépenses au compte ordinaire	62 742,5	60 467,4	(2 275,1)

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

Exercice se terminant le 31 mars 2019 (en milliers de dollars)

	Entretien de la plage Parlee	Fonds en fiducie du vicomte Bennett	Fonds en fiducie pour l'avancement des arts	Fonds en fiducie pour l'avancement des sports	Allez-y NB!
Solde d'ouverture	284,3	48,0	5,6	4,9	190,8
Recettes					
Budget	79,0	10,0	700,0	500,0	290,0
Montant réel	43,4	5,8	700,0	500,0	382,7
Écart – (en moins) ou en plus	(35,6)	(4,2)			92,7
Dépenses					
Budget	60,0	10,0	700,0	500,0	290,0
Montant réel	9,1	0,2	700,0	500,0	322,4
Écart – (en moins) ou en plus	(50,9)	(9,8)			32,4
Solde de fermeture	318,6	53,6	5,6	4,9	251,1

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

Exercice se terminant le 31 mars 2019 (en milliers de dollars)

	Budget	Montant réel	Écart – (en moins) ou en plus
Solde d'ouverture	2 055,1	2 055,1	
Recettes			
Terrain de golf Mactaquac			
Hopewell Rocks	4 032,0	3 975,7	(56,3)
Pavillon Sugarloaf	148,0	206,1	58,1
Terrain de camping de la plage Parlee	396,0	381,2	(14,8)
Dépenses			
Terrain de golf Mactaquac	524,0	508,6	(15,4)
Hopewell Rocks	4 038,0	4 429,8	391,8
Pavillon Sugarloaf	164,0	175,4	11,4
Terrain de camping de la plage Parlee	325,0	170,6	(154,4)
Solde de fermeture	1 580,1	1 333,7	(246,4)

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

Exercice se terminant le 31 mars 2019 (en milliers de dollars)

	Budget	Montant réel	Écart – (en moins) ou en plus
Dépenses en capital	12 590,0	9 659,4	(2 930,6)

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

Exercice se terminant le 31 mars 2019 (en milliers de dollars)

	Budget	Montant réel	Écart – (en moins) ou en plus
Rendement de l'investissement	1,0	0,8	(0,2)
Vente de biens et de services	3 065,0	3 476,6	411,6
Divers	4,0	102,5	98,5
Total des recettes au compte ordinaire	3 070,0	3 579,9	509,9

Résumé des activités de recrutement

Conformément à l'article 4 de la Loi sur la Fonction publique, le sous ministre des Ressources humaines délègue à chacun des administrateurs généraux les activités de dotation de leurs ministères respectifs. Voici un résumé des activités de dotation pour l'exercice financier 2018-2019 du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture :

Nombre d'employés permanents et temporaires au 31 décembre de chaque année		
Type d'employé	2018	2017
Permanent	155	157
Temporaire	103	76
TOTAL	258	233

Le Ministère a annoncé 20 concours, soit 13 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	Disposition de la Loi sur la Fonction publique	Nombre
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	Programme à l'intention des 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 latérale du gouvernement du Nouveau-Brunswick facilite la mutation des employés des parties 1, 2 (conseils scolaires) et 3 (corporations hospitalières) de la fonction publique.	16(1) ou 16(1)(c)	3
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, l'administrateur général du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a reçu aucune plainte alléguant du favoritisme, et aucune plainte n'a été déposée auprès de l'ombud.

Résumé des projets de loi et des activités législatives

Le ministère du Tourisme, patrimoine et culture n'a pas mené d'activités législatives au cours de l'exercice financier 2018-2019.

Les lois dont l'administration relevait du Ministère en 2018-2019 se trouvent à l'adresse suivante :

<http://laws.gnb.ca/fr/deplinks?subjectnumber=16>

Résumé des activités liées aux langues officielles

Introduction

En 2018-2019, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a poursuivi la mise en œuvre de son plan d'action révisé en matière de langues officielles qui appuie le Plan sur les langues officielles du gouvernement du Nouveau-Brunswick, et qui surveille et évalue toutes les activités du Ministère qui appuient les quatre axes ci-dessous.

Le Ministère continue d'appliquer les processus améliorés dans la prestation de services de qualité dans les deux langues officielles.

Axe 1 – Langue de service

Le Ministère remet les aide-mémoire sur la langue de service à tous les nouveaux employés. Dans l'avenir, ces guides seront incorporés dans la trousse d'intégration des employés du Ministère.

Le Ministère procède à des vérifications aléatoires pour s'assurer du caractère bilingue de l'offre active de services, tant au téléphone qu'en personne, dans la signalisation, la correspondance et l'ensemble des services électroniques.

La Direction des parcs et des attractions a fini de remplacer les principaux panneaux fonctionnels par des panneaux actualisés qui sont conformes au nouveau guide de signalisation et aux exigences de la Loi sur les langues officielles. L'installation des panneaux secondaires est en cours et elle sera terminée d'ici l'été 2020.

Axe 2 – Langue de travail

Le ministère remet les aide-mémoire sur la langue de travail à tous les nouveaux employés. Dans l'avenir, ces guides seront incorporés dans la trousse d'intégration des employés du Ministère.

Le Ministère remet à tous les nouveaux employés un formulaire sollicitant des renseignements sur la langue de travail de leur choix.

Le Ministère s'assure que les évaluations du rendement sont faites dans la langue de travail officielle de l'employé et que les gestionnaires revoient avec leurs employés les politiques sur la langue de travail et la langue de service pour s'assurer qu'ils comprennent leur droit de travailler dans la langue de leur choix et leur obligation de fournir une offre de services active dans les deux langues officielles.

Une formation en langue seconde a été offerte aux employés qui répondent aux exigences de la Politique de formation en langue seconde. Six employés ont suivi la formation en langue seconde en 2018-2019.

Axe 3 – Développement des deux communautés linguistiques officielles

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 – Connaissance de la Loi et des autres obligations

Le Ministère continue de rappeler à tous les employés leur obligation de faire en tout temps une offre active de service dans les deux 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 financier 2018-2019, 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 en vertu de la Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public

Comme le prévoit le paragraphe 18(1) de la Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public, le chef administratif doit établir un rapport sur 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 aucun rapport sur les divulgations d'actes répréhensibles au cours de l'exercice financier 2018-2019.