

Tourisme, Patrimoine et Culture

RAPPORT ANNUEL

2023-2024

Tourisme, Patrimoine et Culture
RAPPORT ANNUEL 2023-2024

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

ISBN 978-1-4605-4097-8 (copie papier bilingue)
ISBN 978-1-4605-4098-5 (PDF : version française)
ISSN 2564-3452 (copie papier bilingue)
ISSN 2564-3460 (PDF : version française)

24-01455 | 2024.11 | Imprimée au Nouveau-Brunswick

LETTRES D'ACCOMPAGNEMENT

De la ministre à la lieutenant-gouverneure

Son Honneur l'honorable Brenda Murphy

Lieutenant-gouverneure du Nouveau-Brunswick

Madame la Lieutenant-Gouverneure,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du Nouveau-Brunswick pour l'exercice financier du 1^{er} avril 2023 au 31 mars 2024.

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



L'honorable Isabelle Thériault

Ministre

Du sous-ministre (par intérim) à la ministre

L'honorable Isabelle Thériault

Ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

Madame,

Je suis heureux de vous soumettre le présent rapport annuel qui décrit les activités du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture pour l'exercice financier du 1^{er} avril 2022 au 31 mars 2024.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'expression de mes sentiments distingués.



Shannon Wilson

Sous-ministre (par intérim)

TABLE DES MATIÈRES

Lettres d'accompagnement	3
Message de la ministre	5
Message de la sous-ministre	6
Priorités du gouvernement	7
Faits saillants.....	8
Résultats en matière de rendement.....	10
Vue d'ensemble des divisions et faits saillants.....	14
Direction des parcs et des immobilisations	14
Développement du tourisme	15
Marketing stratégique.....	16
Ventes et partenariats commerciaux.....	17
Festivals et événements.....	19
Division du patrimoine et des musées	19
Division des services ministériels	22
Division des arts et de la culture	22
Division du sport et des loisirs.....	24
Information financière.....	26
Résumé des activités de recrutement.....	28
Résumé des projets de loi et des activités législatives.....	30
Résumé des activités liées aux langues officielles.....	31
Résumé des recommandations du Bureau du vérificateur général	33
Rapport conformément à la <i>Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public</i>	34

MESSAGE DE LA MINISTRE

En tant que nouvelle ministre, j'ai le privilège de présenter le rapport annuel 2023-2024 du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture. Je suis ravie de me joindre à cette équipe dynamique, dévouée et résiliente. Je m'engage à promouvoir et à soutenir les secteurs du tourisme, des arts, de la culture, du patrimoine, du sport et des loisirs de notre province.

Bien que je n'aie pas participé directement aux activités de la dernière année, le Ministère a fait preuve d'un dévouement et d'une résilience inébranlables dans l'accomplissement de sa mission. Ce rapport annuel témoigne des efforts collectifs du personnel ministériel, des partenaires et des parties prenantes qui ont œuvré afin d'atteindre les résultats escomptés.

Il nous est possible d'innover, à nous adapter et à trouver de nouveaux moyens de célébrer notre riche patrimoine, d'enrichir notre offre culturelle, de soutenir le sport et les loisirs et de promouvoir le tourisme et d'accueillir les visiteurs d'ici et d'ailleurs.

Je tiens à remercier sincèrement tous ceux et celles qui ont contribué au succès de cet exercice financier. Je suis fébrile de collaborer avec tous les intervenants afin d'explorer de nouveaux horizons et de contribuer de façon significative et durable à la vie de nos collectivités.



L'honorable Isabelle Thériault

Ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

MESSAGE DE LA SOUS-MINISTRE

Le travail assidu, le dévouement et le soutien indéfectible du personnel de Tourisme, Patrimoine et Culture en 2023-2024 ont été à la source de la résilience et de l'innovation démontrées par le Ministère. Le personnel a été à l'écoute des besoins du secteur du tourisme, des arts et de la culture, ainsi que de celui du sport et des loisirs. La collaboration étroite et le soutien efficace qu'il a offert aux intervenants de ces secteurs ne sont certes pas étrangers aux résultats exceptionnels qu'a connus le Ministère cette année.

Il a su donner du souffle à la campagne touristique du Ministère en invitant les gens de la province et ceux de l'extérieur à parcourir les festivals, les localités et les attractions, à profiter de la beauté naturelle et des aventures en plein air offertes par les parcs provinciaux et à découvrir l'histoire, l'art, les diverses cultures et l'accueil des gens d'ici. Au cours de la saison touristique 2023-2024, le Nouveau-Brunswick a attiré plus de 920 000 touristes dans ses fabuleux parcs provinciaux, chiffre qui devrait être encore plus impressionnant en 2024-2025.

Le programme Explore NB a eu des retombées importantes sur l'économie provinciale, y contribuant à hauteur de plus de 2 milliards de dollars, et les dépenses des touristes non-résidents ont augmenté de 21 % depuis 2022.

Des projets d'art public d'artistes de la province ont été commandés pour les nouveaux bâtiments gouvernementaux, notamment pour les écoles Claudette-Bradshaw et Le Mascaret ainsi que pour le Centre de traitement des dépendances de Campbellton. La politique d'art public pour le Nouveau-Brunswick vise entre autres à mettre en valeur des œuvres d'artistes locaux et à faire rayonner l'art dans les collectivités.

La Direction de l'archéologie et du patrimoine a joué un rôle crucial dans la gestion du patrimoine archéologique et architectural de la province. Elle a délivré 159 permis de travaux archéologiques sur le terrain, 10 permis de modification de site archéologique et 5 permis en matière de patrimoine provincial.

Par ailleurs, le Programme d'emploi d'été des musées communautaires a facilité l'embauche de 122 personnes au sein de 69 établissements. Celles-ci ont eu la possibilité d'approfondir leur connaissance de l'histoire du Nouveau-Brunswick et d'acquérir de précieuses compétences professionnelles.

Le Ministère travaille avec ses partenaires pour faire en sorte que chaque personne ait le sentiment que le Nouveau-Brunswick est le meilleur endroit où vivre. Le personnel travaille au service de la population, des parties prenantes et des collectivités de la province, et c'est grâce à lui si le Nouveau-Brunswick est un endroit aimé de tous et que les touristes ne se lassent jamais de nous visiter.



Shannon Wilson
Sous-ministre (par intérim)

PRIORITÉS DU GOUVERNEMENT

Gestion stratégique et opérationnelle

Le gouvernement du Nouveau-Brunswick (GNB) utilise des pratiques opérationnelles d'avant-garde pour élaborer, communiquer et examiner ses stratégies. Elles constituent pour les services publics un moyen éprouvé de mettre une stratégie en œuvre, d'accroître la responsabilisation et de favoriser l'amélioration continue.

Priorités du gouvernement

Notre vision pour 2023-2024 est un Nouveau-Brunswick dynamique et durable. Pour progresser vers la réalisation d'une telle vision, nous devons nous concentrer sur les priorités du gouvernement.

- Un secteur privé dynamisé
- Des collectivités dynamiques et viables
- Un gouvernement abordable, prêt à agir et hautement performant
- Des soins de santé publique fiables
- Une éducation de première classe
- Environnement

FAITS SAILLANTS

- Des améliorations importantes ont été apportées au Village historique acadien par le biais de nouvelles expériences, notamment un club de marche actif toute l'année avec plus de 100 membres et 10 000 kilomètres parcourus et des activités hivernales qui ont attiré des milliers de personnes sur plus de 20 kilomètres de sentiers de raquette et de vélo à pneus surdimensionnés.
- On a également accordé une augmentation du financement de 360 000 \$ au Conseil des arts du Nouveau-Brunswick, aussi appelé Arts NB, pour accroître la portée et l'impact de son programme d'artistes en résidence.
- CollectionArtNB a ajouté 23 œuvres d'art visuel à la collection provinciale, dont cinq signées par des artistes autochtones. Ces nouvelles acquisitions ont été exposées à l'ancienne Résidence du gouverneur et ont fait partie d'une exposition itinérante d'un bout à l'autre du Nouveau-Brunswick.
- La Direction des arts et de la culture a lancé le site Web du Registre des artistes du Nouveau-Brunswick, regroupant plus de 100 artistes professionnels de la province avec qui les écoles peuvent prendre contact pour réaliser des projets dans le cadre du programme Artistes dans les écoles.
- Partenariat avec le Musée du Nouveau-Brunswick et la Ville d'Edmundston pour entreprendre des rénovations au Musée des voitures d'autrefois d'Edmundston.
- Mise en place d'un nouveau processus d'attribution des noms de lieux dans la province, en vue notamment de remplacer des noms de lieu péjoratifs.
- Changement de nom d'une collectivité, d'une montagne et d'une zone naturelle protégée dans le comté de Restigouche, en remplacement de noms de lieu péjoratifs.
- Lancement d'un programme pilote d'art public communautaire proposant des trousseaux d'outils et des ateliers sur les pratiques exemplaires en matière d'art public à cinq entités de gouvernance locale et commissions de services régionaux.
- Parcs NB a entrepris le processus de prise en charge de la gestion du parc provincial du sentier Fundy en 2023 en vue de son exploitation en 2024.
- En 2023, Parcs NB a investi plus d'un million de dollars dans la lutte contre les changements climatiques, notamment dans la plantation de 120 000 nouveaux arbres, la mise en place de rigoles de drainage biologique, l'assainissement des dunes après les tempêtes et un système de purification des eaux pluviales de pointe.
- Les faits saillants des programmes de Parcs NB comprennent l'offre de transport « gratuit » et l'éducation de 5 831 élèves du Nouveau-Brunswick dans nos parcs sur les changements climatiques (comparativement à 3 100 en 2022). Dix programmes « Apprendre à camper » ont été offerts à 225 participants au cours de l'été 2023 dans les terrains de camping des parcs provinciaux.
- Le gouvernement du Nouveau-Brunswick a investi 9,5 millions de dollars dans l'amélioration des immobilisations de nos parcs provinciaux à la suite d'évaluations de l'état par des tiers, de vérifications de l'accessibilité et d'examen de la production de revenus. Parmi les principaux investissements, mentionnons l'amélioration du terrain de camping à la plage Murray, l'agrandissement du centre d'accueil et d'interprétation à l'extrémité est du sentier Fundy et la rénovation de la guérite du mont Carleton.
- La campagne publicitaire *Toujours invitant* a invité les voyageurs de partout au Canada et de l'est des États-Unis à venir explorer le Nouveau-Brunswick (« Explore NB ») en 2023. Les publics cibles

comprenaient l'Ontario, le Québec, les Maritimes, l'Alberta, la Colombie-Britannique, New England et les États du centre du littoral de l'Atlantique.

- L'équipe Explore NB a continué de sillonner la province pour y découvrir les attractions, les parcs, les collectivités et les événements spéciaux. Elle a communiqué de l'information touristique et fait connaître la marque Explore NB à des milliers de visiteurs et de résidents. Plus de 80 collectivités ont été soutenues par l'équipe Explore NB, dont la promotion s'est également effectuée au moyen de publicités à la radio, d'efforts de marketing numérique et de concours qui se sont déroulés durant l'été, l'automne et l'hiver.
- Des possibilités de partenariat pour les villes, les organisations de marketing de destinations (OMD) et les associations touristiques régionales (ATR) en vue de participer aux campagnes publicitaires provinciales et de profiter d'un investissement de contrepartie par le Ministère ont été offertes dans le cadre du programme de partenariat coopératif 2023-2024. Le programme a également permis aux exploitants d'entreprise touristique et aux organisations du secteur d'améliorer leurs sites Web et le contenu numérique qu'ils proposent.
- Investissement de 290 000 \$ dans 68 projets et initiatives qui ont renforcé la littératie physique chez les enfants et les jeunes.
- Le budget du Ministère a atteint le chiffre record de 75,1 millions de dollars, ce qui représente une augmentation de 13 millions de dollars entre 2021-2022 et 2023-2024. Ce budget a permis de réaliser des investissements importants relatifs à l'ensemble de la stratégie touristique du gouvernement et dans les secteurs du patrimoine, des arts, du sport et de la culture.
- Le terrain de golf du parc provincial Mactaquac a été choisi pour organiser un tournoi de golf masculin du circuit des Amériques de la PGA en juillet 2024.
- L'équipe de Parcs NB a été finaliste nationale pour le Prix du tourisme durable 2023 de l'Association de l'industrie touristique du Canada.
- Ryan Coleman, gestionnaire aux parcs provinciaux de la plage New River et de l'anse Herring, a reçu le prix des Futurs leaders d'Air Canada lors de la cérémonie nationale de l'Association de l'industrie touristique du Canada.

RÉSULTATS EN MATIÈRE DE RENDEMENT

Résultat n° 1 – Nombre de nuitées vendues dans des établissements d'hébergement

Les nuitées dans des établissements d'hébergement correspondent au nombre de chambres d'hôtel et de motel vendues aux voyageurs du Nouveau-Brunswick.

Pourquoi est-ce important?

Le nombre de nuitées dans des établissements d'hébergement constitue un indicateur important du nombre de touristes et de résidents de la province qui voyagent au Nouveau-Brunswick ainsi que de l'état de santé général de l'industrie du tourisme.

Rendement général

Avec 1,87 million de nuitées vendues, l'objectif pour 2023 d'atteindre à nouveau les chiffres de 2019 a été atteint.

Les ventes ont augmenté de 7 % par rapport à 2022.

Le taux d'occupation en août était de 80 %.

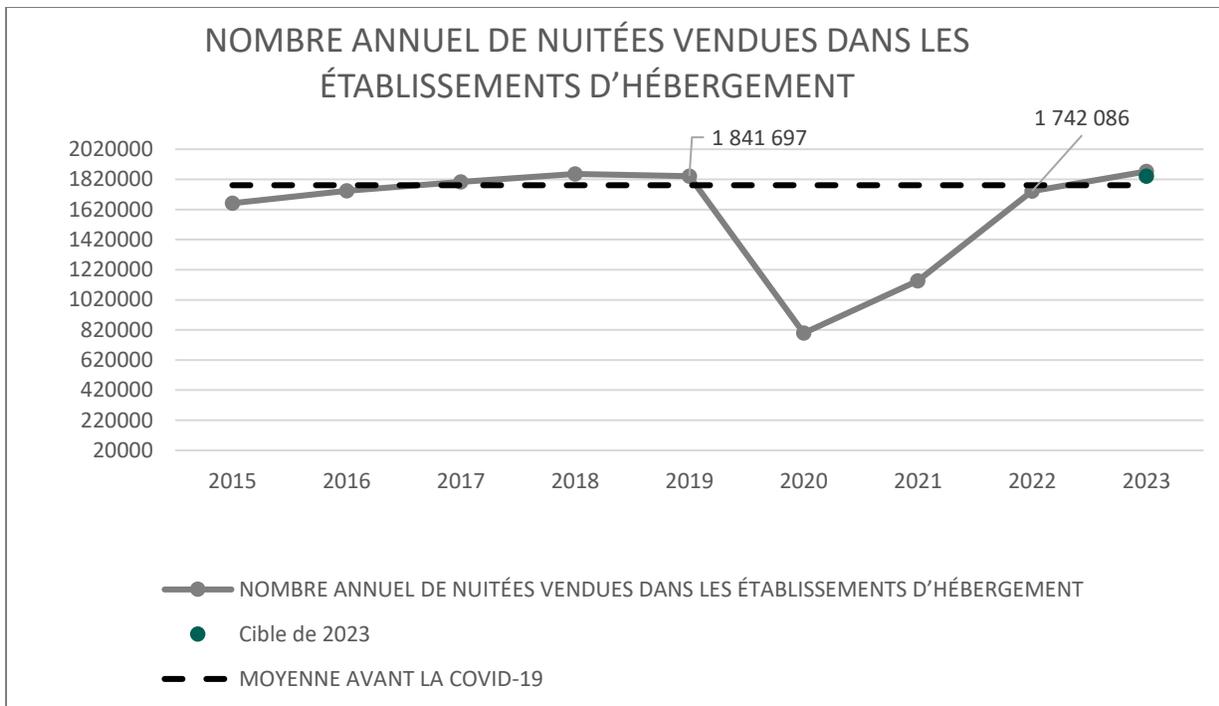
Initiatives ou projets entrepris pour atteindre le résultat

- Prolongation de la saison au parc provincial de la République et au parc provincial de la plage Parlee
- Introduction de frais pour la saison intermédiaire dans les parcs provinciaux
- Lancement d'une nouvelle campagne de marketing pour les parcs
- Lancement d'une campagne automnale en partenariat avec Destination Canada
- Tactiques supplémentaires pour notre campagne de chasse et pêche
- Nouvelle campagne hivernale au-delà de la motoneige
- Stratégie relative aux festivals et aux événements

Référence : 1 841 697 nuitées en 2019

Cible : L'industrie atteint à nouveau les chiffres de 2019.

Réel : 1,87 million de nuitées vendues en 2023 L'objectif de rétablissement aux niveaux de 2019 a été atteint et les ventes ont augmenté de 7 %.



Résultat n° 2 – Nuitées de camping dans des parcs provinciaux

Cette mesure compte le nombre de nuitées de camping dans les parcs provinciaux.

Pourquoi est-ce important?

Les parcs provinciaux constituent une destination privilégiée de loisirs et de tourisme. Les restrictions de voyage et les pressions exercées par la pandémie ont fait prendre conscience de l'importance et des avantages du camping et du plein air.

Les nuitées de camping vendues représentent également la source de revenus la plus importante et sont essentielles au rendement financier.

Rendement général

L'objectif d'atteindre les chiffres de 2019 n'a pas été réalisé, mais les chiffres de 2023 ont dépassé ceux de 2022.

L'ouverture du terrain de camping 1 du parc provincial Mactaquac a été retardée en 2023.

En raison de l'ouragan Lee en septembre 2023, 4 262 nuitées de camping ont été annulées cette fin de semaine.

Initiatives ou projets entrepris pour atteindre le résultat

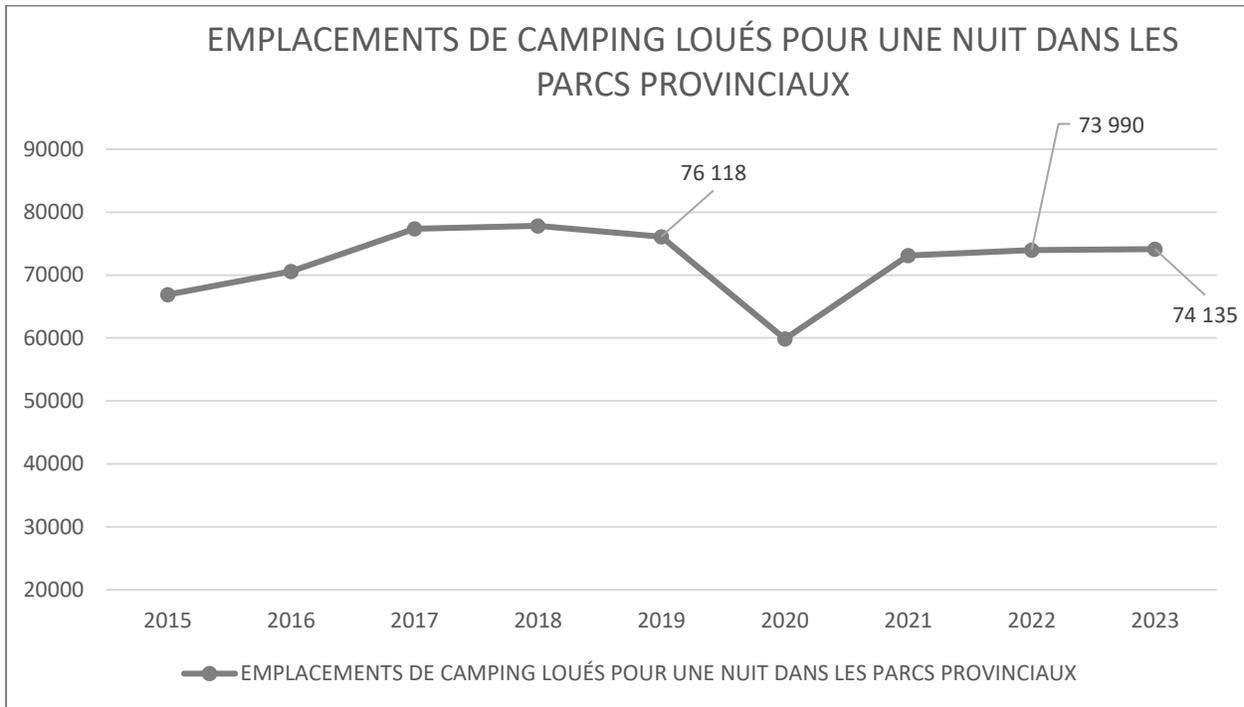
- Prolongation de la saison au parc provincial de la République, au mont Carleton et au parc provincial de la plage Parlee
- Introduction de frais pour la saison intermédiaire dans les parcs provinciaux

- Lancement d'une nouvelle campagne de marketing pour les parcs
- Investissements dans les infrastructures de nos parcs

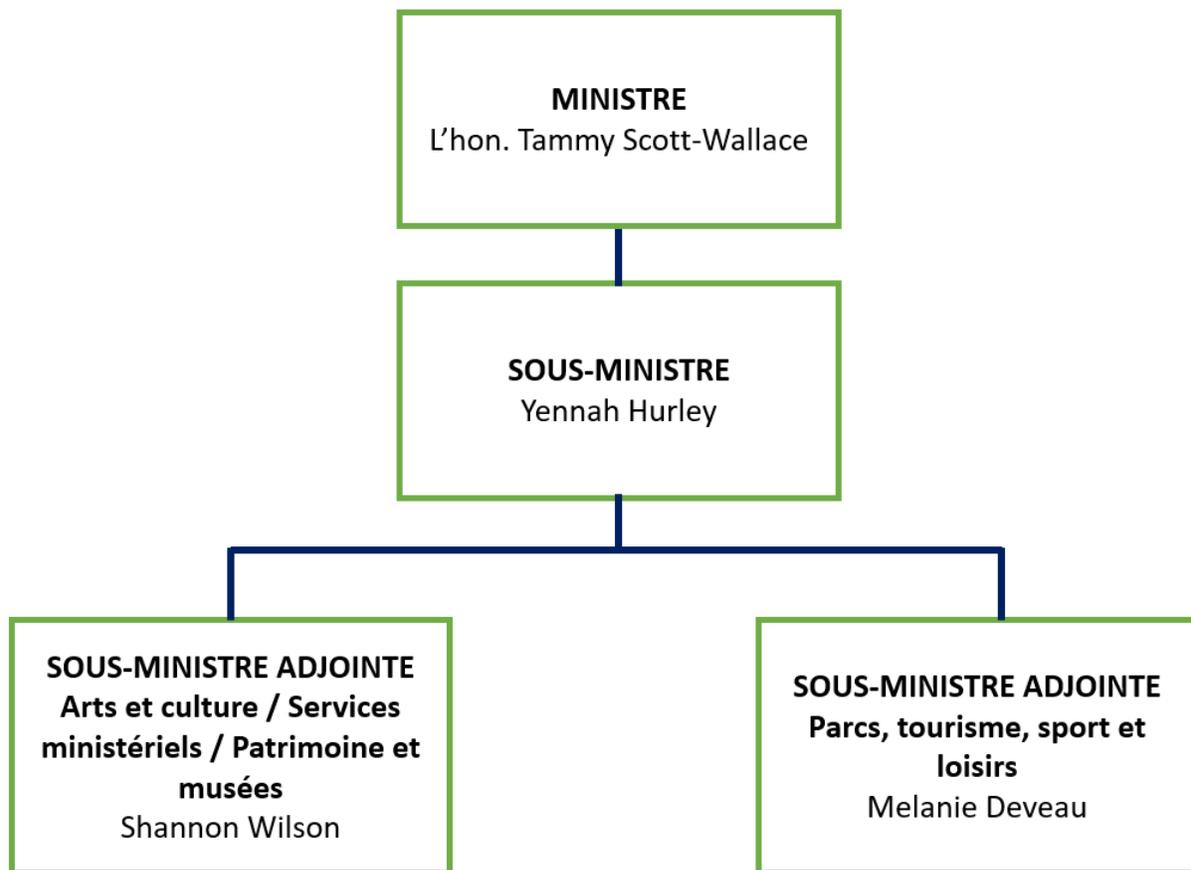
Référence : 73 990 nuitées de camping vendues en 2019

Cible : 76 118 nuitées (chiffres de 2019)

Réel : 74 135 nuitées



SURVOL DES OPÉRATIONS DU MINISTÈRE



*À partir du 31 mars 2024

VUE D'ENSEMBLE DES DIVISIONS ET FAITS SAILLANTS

Direction des parcs et des immobilisations

La Direction des parcs offre des destinations naturelles et culturelles inclusives et protégées qui sont une source de bien-être, de joie et de savoir pour tous. Guidée par une vision selon laquelle tous sont les gardiens des destinations naturelles et culturelles protégées de manière permanente au Nouveau-Brunswick, cette direction est responsable de la gérance de 25 parcs provinciaux. La Direction gère et exploite 12 parcs provinciaux, un pavillon de pêche et plusieurs parcs d'utilisation diurne. Ces parcs offrent du camping, des terrains de golf, des sites pour VTT, des sentiers, des plages, des marinas, une station de ski et plusieurs commerces de détail. La Direction joue aussi un rôle important pour soutenir les entrepreneurs et les organismes sans but lucratif dans le secteur du tourisme.

Il incombe à la Direction de préparer le budget d'immobilisations du Ministère et de coordonner la mise en œuvre de tous les projets. La Direction veille à ce que les projets répondent à toutes les exigences législatives et réglementaires.

Faits saillants

- Parcs NB a entrepris le processus de prise en charge de la gestion du parc provincial du sentier Fundy en 2023 en vue de son exploitation en 2024.
- Parcs NB a prolongé la saison de camping et d'utilisation diurne dans les parcs provinciaux de la République, du mont Carleton, des rochers Hopewell et de la plage Parlee en 2023 à une date ultérieure à l'automne en raison de la demande accrue.
- En 2023, Parcs NB a investi plus d'un million de dollars dans la lutte contre les changements climatiques, notamment dans la plantation de 120 000 nouveaux arbres, la mise en place de rigoles de drainage biologique, l'assainissement des dunes après les tempêtes et un système de purification des eaux pluviales de pointe.
- Les faits saillants des programmes des parcs comprennent l'offre de transport « gratuit » et l'éducation de 5 831 élèves du Nouveau-Brunswick dans nos parcs sur les changements climatiques (comparativement à 3 100 en 2022). Dix programmes « Apprendre à camper » ont été offerts à 225 participants au cours de l'été 2023 dans les terrains de camping des parcs provinciaux.
- Plus de 11 000 personnes ont participé à divers événements comme le festival du vélo Adrenaline, la compétition de sculptures de sable, Kids Adventure Games, l'activité Atteindre le plus haut sommet et l'Adrenaline SnoFest.
- Le mont Carleton a accueilli la première journée d'apprentissage professionnel combinée pour les secteurs scolaires anglophones et francophones en 50 ans.
- Le gouvernement du Nouveau-Brunswick a investi 9,5 millions de dollars dans l'amélioration des immobilisations de Parcs NB en fonction d'évaluations de l'état par des tiers, de vérifications de l'accessibilité et d'examen de la production de revenus. Parmi les principaux investissements, mentionnons l'amélioration du terrain de camping à la plage Murray, l'agrandissement du centre d'accueil et d'interprétation à l'extrémité est du sentier Fundy et la rénovation de la guérite du mont Carleton.
- Les revenus gagnés par Parcs NB ont augmenté de 11,95 % pour atteindre plus de 10 millions de dollars. Les revenus du terrain de golf du parc provincial Mactaquac ont augmenté de 15,8 %

pour atteindre 1,5 million de dollars. Les revenus du parc de ski Sugarloaf ont augmenté de 30,47 %.

- Les nuitées réservées/occupées dans les terrains de camping ont légèrement augmenté de 0,35 % malgré des précipitations anormalement élevées à l'été 2023.

Développement du tourisme

La Direction du développement du tourisme est chargée d'offrir une vision et un leadership en matière de développement de la clientèle et d'élaboration d'expériences touristiques aux entrepreneurs du secteur du tourisme du Nouveau-Brunswick, aux petites entreprises, aux régions, aux organismes sans but lucratif et aux collectivités afin de créer des expériences sûres axées sur la recherche et prêtes pour le marché qui distinguent notre province de la concurrence.

De plus, la Direction oriente et facilite les discussions avec les parties prenantes du gouvernement, les ministères et les membres de l'industrie en vue de développer un réseau de sentiers géré de manière durable dans toute la province. Elle soutient également financièrement l'industrie dans la construction et l'entretien des réseaux de sentiers motorisés et non motorisés.

Faits saillants

- On s'attend à ce que les entreprises touristiques responsables aient des plans de gestion des risques et des plans d'intervention en cas d'urgence. Pour aider les entreprises à planifier les risques, la Direction a organisé des ateliers de formation destinés aux secteurs suivants : aventure en plein air, chasse et pêche, organismes de sentiers et festivals et événements. Plus de 100 entreprises ont participé aux ateliers en ligne et près de 50 se sont jointes aux séances en personne pendant trois jours.
- L'un des objectifs de la Vision stratégique pour la chasse et la pêche est de promouvoir la fierté des lieux en suscitant un plus grand intérêt pour le plein air tout en dotant les jeunes de compétences essentielles à la vie de tous les jours. Le programme Les Mercredis de la faune est offert aux enfants d'âge scolaire en collaboration avec le ministère de l'Éducation et du Développement de la petite enfance (EDPE). Huit séances ont été organisées en ligne et en personne sur divers sujets liés au plein air.
- La Direction a soutenu financièrement Loisirs NB dans l'organisation d'un sommet provincial sur les sentiers. Plus de 80 participants qui ont aménagé et entretenu des sentiers ont assisté à cette activité qui avait lieu pour la première fois.
- Un financement provenant du Fonds d'infrastructure des sentiers a également été offert, soit 180 000 \$ à Snowmobile Motoneige NB pour faciliter l'achat de surfaceuses par quatre clubs gérant 8 000 km de sentiers et 270 000 \$ à Quad NB pour soutenir 14 projets d'infrastructure dans des sentiers qui s'étendent sur 10 000 km.
- Le Fonds d'infrastructure des sentiers Prestige soutient l'aménagement des sentiers ayant une grande valeur touristique et récréative.
 - Réseau de pistes de motoneige des monts Christmas – 26 212 \$
 - Réseau de sentiers de VTT de Fundy – 62 840 \$
 - Véloroute de la Péninsule acadienne – 63 146 \$
 - Sentier Coastal Link – 237 161 \$
 - Circuits de motoneige des Hautes terres de la baie de Fundy – 119 473 \$
 - Circuits de motoneige des Hautes terres historiques – 29 131 \$

- Sentiers Mountain Bike Minto – 35 682 \$
- Le développement touristique dirigé par les collectivités est essentiel à la création d'une croissance durable et équitable. Le Ministère appuie Neguac, Fundy-St. Martins et Sussex dans la mise en œuvre de leurs plans de développement de destinations.
- Le tourisme est un pont vers la vérité et la réconciliation. Il s'agit d'un moyen de favoriser la compréhension, la confiance et le respect par le biais d'expériences communes. La Direction a appuyé l'élaboration de la stratégie touristique de la Première Nation d'Elsipogtog, le plan stratégique établi par les Autochtones du Nouveau-Brunswick et axé sur les collectivités.

Marketing stratégique

Le mandat de la Direction du marketing de destinations est de communiquer avec les visiteurs cibles au moyen de solutions innovantes, intégrées et technologiques. Elle s'adresse au visiteur potentiel là où il se trouve, en lui fournissant les renseignements dont il a besoin, quels que soient les moyens ou les canaux utilisés. Il s'agit notamment de campagnes publicitaires, de canaux d'exposition médiatique détenue et de la gestion de la marque de destination.

Faits saillants

- La campagne publicitaire *Toujours invitant* a invité les voyageurs de partout au Canada et de l'est des États-Unis à venir explorer le Nouveau-Brunswick (Explore NB) en 2023. Les publics cibles comprenaient l'Ontario, le Québec, les Maritimes, l'Alberta, la Colombie-Britannique, New England et les États du centre du littoral de l'Atlantique.
- Dans la foulée du succès de la stratégie publicitaire de 2022-2023, l'exposition médiatique achetée a continué d'utiliser une approche publicitaire permanente pour faire connaître la marque et accroître la conversion des *familles suburbaines adeptes du plein air* et des *jeunes urbains passionnés de culture* dans les marchés cibles tout au long de l'année.
- Les tactiques comprenaient les médias traditionnels et numériques, une solide stratégie audio et vidéo, du contenu personnalisé dans des médias comme LCBO, Ricardo, Porter Airlines et Dax Podcast Network, et une activation sur le marché externe à Toronto pendant une période de prédilection pour la planification de vacances.
- Les efforts de marketing de l'automne et de l'hiver ont été élargis afin de mettre davantage l'accent sur les voyages en saison intermédiaire. Il s'agissait notamment d'un partenariat de marketing automnal avec Destination Canada ciblant les clients américains de grande valeur provenant des États du centre du littoral de l'Atlantique. Pour l'hiver, les efforts accrus comprenaient l'expansion des marchés cibles en Ontario, au Québec et en New England, ainsi que des marchés régionaux et maritimes pour les offres d'hiver de motoneiges et les activités non motorisées. Des efforts de marketing spécialisés pour la chasse et la pêche et Parcs NB ont soutenu les réservations saisonnières au moyen de campagnes d'intérêt ciblées.
- Les campagnes d'été, d'hiver et d'automne 2023 ont généré plus de 450 millions d'impressions, plus de 35 millions de visionnements de vidéos et plus de 622 000 clics sur le site Web.
- L'équipe Explore NB a sillonné la province pour y découvrir les attractions, les parcs, les collectivités et les événements spéciaux. Elle a communiqué de l'information touristique et fait connaître la marque Explore NB à des milliers de visiteurs et de résidents. Plus de 80 collectivités ont été soutenues par l'équipe Explore NB, dont la promotion s'est également effectuée au moyen de publicités à la radio, d'efforts de marketing numérique et de concours qui se sont déroulés durant l'été, l'automne et l'hiver.

- Des possibilités de partenariat pour les villes, les organisations de marketing de destinations (OMD) et les associations touristiques régionales (ATR) en vue de participer aux campagnes publicitaires provinciales et de profiter d'un investissement de contrepartie par le Ministère ont été offertes dans le cadre du programme de partenariat coopératif 2023-2024. Le programme a également permis aux exploitants d'entreprise touristique et aux organisations du secteur d'améliorer leurs sites Web et le contenu numérique qu'ils proposent.

Ventes et partenariats commerciaux

La Direction des ventes et des partenariats commerciaux est chargée de faire fructifier les investissements du gouvernement et du secteur privé en vue du développement des marchés et de l'élaboration de programmes dans les marchés d'Amérique du Nord et d'Europe. Elle appuie les nouvelles possibilités d'influencer et d'améliorer les programmes existants et de développer des initiatives novatrices qui stimulent la promotion sur les marchés d'outre-mer et la fréquentation du Nouveau-Brunswick dans l'intérêt de l'industrie pour les marchés hautement concurrentiels.

De plus, la Direction a travaillé en étroite collaboration avec le Comité consultatif de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick et des comités fédéraux-provinciaux-territoriaux, en plus de tisser des liens et de lancer des initiatives à l'échelle de la province, du Canada atlantique et du pays.

Faits saillants

- Soixante-deux partenariats de marketing adaptés au Nouveau-Brunswick et à la région de l'Atlantique ont été noués avec des exploitants d'entreprise touristique d'Amérique du Nord et d'Europe, ainsi qu'avec des voyagistes réceptifs au Canada.
 - Ces partenariats de marketing étaient essentiels afin de promouvoir et de vendre les expériences de voyage au Nouveau-Brunswick pour créer une demande sur les marchés internationaux, à l'appui de la stratégie *L'Invitation*. Le Ministère s'est employé à inviter activement les visiteurs des marchés internationaux à revenir dans la province.
- Plus de 1 000 agents de voyage, conseillers en voyage et agents spécialisés du Canada dans les marchés cibles ont reçu une formation portant sur le Nouveau-Brunswick.
- Quarante-huit représentants d'agences de voyages d'Amérique du Nord et d'Europe ont été accueillis lors de voyages d'information personnalisés au Nouveau-Brunswick.
- Le port de Saint John a accueilli 75 navires de croisière en 2023, soit 174 229 passagers et 73 441 membres d'équipage. Le 30 mai 2023, le Port de Saint John a accueilli le navire de croisière le plus imposant de son histoire, *Oasis of the Seas*, comptant à son bord 5 931 passagers et 2 113 membres d'équipage. En 2023 à Saint John, il y a eu neuf escales inaugurales, sept jours où trois navires ont fait escale et neuf jours où deux navires ont fait escale, ainsi que la toute première escale d'un navire de croisière en décembre. La Direction joue un rôle de soutien actif auprès du Port de Saint John et des exploitants d'excursions à terre du Nouveau-Brunswick.
- La Direction a travaillé activement avec les organisations de marketing de destinations de la ville, les aéroports associés au Nouveau-Brunswick et d'autres ministères pour continuer à favoriser les relations avec les lignes aériennes et appuyer les programmes et les initiatives.
- La Direction a assuré l'harmonisation des partenariats fédéraux-provinciaux par l'intermédiaire de Destination Canada : le ministère fédéral de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique, l'Entente sur le tourisme dans la région de l'Atlantique (ETRA) et l'Atlantic Canada

Cruise Association (ACCA). Le travail de la Direction consistait à accéder aux recherches pertinentes et à influencer l'élaboration et le rôle des initiatives et programmes novateurs qui profitent à l'industrie. La nouvelle ETRA est officiellement en vigueur du 1^{er} octobre 2023 au 31 mars 2028, avec une enveloppe fédérale-provinciale de 30 millions de dollars pour soutenir les initiatives de recherche, de marketing et de vente sur les marchés nord-américains et européens. La contribution du gouvernement fédéral au financement est de 60 % du financement et celle de la province, de 40 %.

Médias du voyage

La Direction des médias du voyage est chargée de collaborer avec divers journalistes afin de proposer et de diffuser des histoires particulières sur le Nouveau-Brunswick et ainsi le faire connaître sur des marchés d'outre-mer hautement concurrentiels en Amérique du Nord et en Europe. À l'échelle provinciale et à l'échelle de l'Atlantique, l'équipe cible stratégiquement les journalistes de la presse écrite, les rédacteurs de magazines, les influenceurs des médias sociaux et les producteurs d'émissions de télévision et de radio dont les priorités sont « adaptées » au Nouveau-Brunswick en tant que destination de voyage. Elle appuie également les objectifs de marketing et l'orientation générale.

- Le Nouveau-Brunswick a accueilli 80 médias traditionnels du voyage nord-américains et européens. Parmi les principaux médias imprimés figurent le *Globe & Mail*, le *Lonely Planet*, le *Toronto Star*, le *Toronto Sun*, *Forbes*, *Saltscapes*, PostMedia (la plus grande chaîne de journaux au Canada), le *New York Times* et GoNomad.com (cinquième plus grand site de blogues de voyage au monde). Les principaux organes de diffusion sur le terrain étaient les suivants : RDS (chaîne de télévision sportive francophone au Québec), Sportsman Channel, CBC, CTV, Échappées belles et TV5 Monde, tous les deux en France, World Fishing Network, Outdoor Life Network, Global Television Network (14 marchés canadiens) et City TV dans six grands marchés (Montréal, Toronto, Winnipeg, Edmonton, Calgary et Vancouver).
- En ce qui concerne la couverture des médias du voyage en Amérique du Nord, le Nouveau-Brunswick comptait 8 638 mentions, 8,5 milliards d'impressions et 492 millions de dollars en valeur publicitaire. En ce qui a trait à la couverture des médias du voyage en Europe, le Nouveau-Brunswick comptait 222 articles, 11 604 202 \$ en valeur publicitaire et 366 576 984 impressions.
- Le Nouveau-Brunswick a collaboré avec Redpoint dans le cadre du programme de l'ETRA sur deux initiatives très réussies. La province a participé à un listicle qui a rejoint 164 millions de lecteurs. Il a aussi été question de la province dans un communiqué de presse à la radio dont l'audience était de 17 millions de personnes.
- La valeur de l'exposition médiatique gagnée des États-Unis dans le cadre du programme de l'ETRA pour les quatre provinces de l'Atlantique était de plus de 9 millions de dollars. Le Nouveau-Brunswick comptait pour 30 % de ce total, avec 2,7 millions de dollars en valeur publicitaire dans les médias.
- La Direction a travaillé en étroite collaboration avec les CSR et les OMD. Les médias du voyage ont parcouru la province et ont produit des histoires dont certains thèmes clés étaient la baie de Fundy, les plages, l'aventure en plein air, les parcs, les aliments et les boissons, la culture, la chasse et la pêche, la motoneige et les voyages en famille.

Festivals et événements

La nouvelle Direction des festivals et des événements stimule la fréquentation en favorisant la croissance des festivals et des événements du Nouveau-Brunswick dans quatre grandes catégories : les festivals, les grands événements, les événements d'affaires et le tourisme sportif.

Faits saillants

- Le Fonds pour les festivals « L'Invitation » a été créé pour soutenir les festivals du Nouveau-Brunswick qui attirent des visiteurs et donnent lieu à des séjours d'une nuit dans la province. En 2023-2024, 55 festivals ont reçu une aide financière dans le cadre de ce programme pour un investissement de 804 000 \$.
- L'équipe a également collaboré avec sept festivals phares pour contribuer à leur croissance et améliorer leur offre. L'objectif était de les rendre plus attrayants pour les visiteurs de nos principaux marchés de l'Ontario, du Québec et de la New England.
- La Direction a collaboré avec la Ville de Moncton pour faire venir l'événement de basketball Atlantic Slam de la NCAA au Centre Avenir et a vu le stade Croix Bleu-Medavie accueillir 23 000 amateurs de Guns n'Roses et Carrie Underwood pour le premier grand concert à cet endroit.
- Sur le plan des événements d'affaires, on a adopté l'image de marque du partenariat entre le Ministère et les villes de Fredericton, Moncton et Saint John. La stratégie de marque *Rencontrer. Connecter. Explorer NB* a été lancée lors du congrès de la Professional Convention Management Association (PCMA) à Saint John en novembre, et sera mise en évidence lors d'événements où les planificateurs d'affaires se réuniront. Ce partenariat permettra aux trois villes d'avoir une présence accrue aux salons commerciaux existants et d'accéder à de nouveaux marchés qu'elles ne pourraient pénétrer seules, le but étant d'augmenter de 22 % les réservations d'événements d'affaires dans la province d'ici 2028.
- Un plan d'accueil de manifestations sportives est en cours d'élaboration en collaboration avec la Direction du sport et des loisirs et sera lancé en 2024-2025.

Division du patrimoine et des musées

La Division du patrimoine et des musées 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. Elle informe tous les ordres de gouvernement, les Premières Nations, l'industrie et les particuliers sur les pratiques exemplaires pour conserver et gérer les ressources patrimoniales et archéologiques afin d'en faire profiter les générations actuelles et futures et de soutenir un développement et une croissance responsables au Nouveau-Brunswick.

Archéologie et patrimoine

La Direction de l'archéologie et du patrimoine, avec ses deux sections, les services de réglementation et du patrimoine, joue un rôle central dans la conservation, la gestion et le développement promotionnel de l'archéologie et du patrimoine du Nouveau-Brunswick.

La Section de la réglementation, un élément clé de la Direction, est chargée de l'application de

la *Loi sur la conservation du patrimoine*. Son rôle dans l'application de la loi et la surveillance des travaux dans les domaines de l'archéologie, du patrimoine bâti et de la paléontologie entrepris dans la province est gage de sécurité et de confiance pour tous ceux qui participent aux efforts de conservation.

La Section des services patrimoniaux fournit une aide financière, des services de planification pour la conservation du patrimoine et un encadrement aux communautés muséales et patrimoniales de la province.

Faits saillants

- La Direction de l'archéologie et du patrimoine a livré 159 permis pour des recherches archéologiques sur le terrain, 10 permis pour la modification de sites archéologiques et 5 permis pour le patrimoine provincial en 2023. Les permis et l'examen réglementaire connexe effectué par la Direction soutiennent la conservation du patrimoine et le développement responsable au Nouveau-Brunswick.
- Le Programme d'emploi d'été des musées communautaires a facilité l'embauche de 122 employés au sein de 69 établissements. Les employés embauchés ont eu la possibilité d'approfondir leur connaissance de l'histoire du Nouveau-Brunswick et d'acquérir des compétences professionnelles.
- Quatre-vingt-trois écoles réparties dans sept districts ont participé au programme des Fêtes du patrimoine du Nouveau-Brunswick. Les élèves de la 4^e à la 9^e année ont eu l'occasion de faire des recherches et de présenter un sujet de leur choix lié à l'histoire du Nouveau-Brunswick.
- Les programmes du patrimoine architectural et des lieux culturels communautaires ont versé un financement visant à réhabiliter 11 sites patrimoniaux du Nouveau-Brunswick.
- Le programme des commémorations et des célébrations a financé 13 événements historiques commémoratifs et festifs dans les collectivités du Nouveau-Brunswick.
- Les plateformes de médias sociaux de la Direction de l'archéologie et du patrimoine ont fourni au public de l'information sur le patrimoine du Nouveau-Brunswick. Ils ont connu une augmentation de 12 % (Facebook), de 2,4 % (X) et de 11,4 % (Instagram) par rapport à l'exercice précédent.
- TPC a participé à un projet interministérielle visant à créer la procédure de toponymie et de dénomination du GNB et à renommer trois noms de lieu péjoratifs dans le comté de Restigouche.
- TPC et la Nation Peskotomuhkati de Skutik ont signé l'accord relatif à la conduite des travaux archéologiques et au respect et à la protection des sépultures autochtones à Peskotomuhkatikuk.
- TPC et Mi'gmawe'l Tplu'taqnn inc. ont signé un protocole d'entente concernant l'archéologie et les questions patrimoniales d'intérêt mutuel et la mise en œuvre de la *Loi sur la conservation du patrimoine*.

Village historique acadien

Le Village historique acadien a le double mandat de préserver le patrimoine matériel et immatériel des Acadiens du Nouveau-Brunswick de 1770 à 1950 et de le promouvoir auprès de la population du Nouveau-Brunswick et de ses visiteurs.

En activité pendant la saison estivale, de juin à la mi-septembre, le Village a également élaboré un mandat d'activités communautaires durant la saison intermédiaire, avec l'objectif de consolider les liens avec les différents publics. Bien que le Village ait toujours joué un rôle moteur depuis son ouverture en 1977, son engagement communautaire s'est grandement diversifié au cours des dix dernières années.

Faits saillants

- Augmentation de 20 % du nombre de visiteurs à l'année par rapport à 2022-2023
- Augmentation des revenus de 12 % par rapport à l'exercice précédent
- Élaboration de nouveaux produits
- Des visites guidées thématiques permettent de découvrir le lieu historique sous un angle particulier, qui met en évidence une partie souvent négligée de l'histoire de l'Acadie au Nouveau-Brunswick. Les thèmes abordés sont les suivants :
 - Le textile : l'histoire d'une femme
 - Des histoires de déportation
 - Une visite de la collection d'artefacts du village
 - La nourriture en Acadie
- Les Jams du Village sont une série de séances musicales coordonnées et animées par nos musiciens. La collectivité est invitée à participer avec un instrument de musique ou sans instrument de musique. L'objectif est de transmettre le patrimoine musical acadien et de créer d'authentiques partys de cuisine dans les maisons historiques du Village.
- En 2023, pour souligner le 60^e anniversaire du Festival acadien de Caraquet, le Village a créé l'activité « Goûter l'histoire », une visite guidée de dégustation dirigée par l'historien du Village. Véritable succès, ce nouveau produit vedette affiche complet à chaque édition.
- Malgré les nombreux défis engendrés par la COVID-19, l'équipe de gestion du projet de transformation de l'écloserie de homard, un bâtiment historique installé dans le Village en 2010, a finalement pu amorcer les dernières étapes de développement. L'ouverture de l'écloserie était prévue pour juin 2024.
- Depuis 2012, le lieu historique est mis gratuitement à la disposition des marcheurs durant la basse saison. En 2023, le Village a aménagé une aire de repos et de restauration pour le groupe de marcheurs et les visiteurs hors saison.
- En 2021, afin d'aider le groupe à se fixer des objectifs personnels positifs, le Village a lancé le club de marche Les Sabots Dorés. En 2023, près d'une dizaine de membres ont franchi le cap des 1 352 kilomètres parcourus dans le Village. Pour les inciter à poursuivre leur parcours, le Village a lancé le deuxième chapitre du club, qui les invite à parcourir 2 750 kilomètres supplémentaires! Le club de marche Les Sabots Dorés compte environ 60 membres actifs.
- À l'automne 2023, l'équipe du Village historique acadien a pris en charge la gestion de L'Espace Cotravail, où la collectivité, les visiteurs et les travailleurs peuvent avoir accès à une connexion Internet, à un espace de travail à faible coût et à un lieu de rencontre. L'espace de cotravail est ouvert du lundi au vendredi de la mi-septembre à la fin d'avril.
- Depuis l'hiver 2022, le Village offre l'accès gratuit à 8,6 km de pistes de vélo à pneus surdimensionnés aménagées sur le lieu historique et les vastes terrains qui l'entourent. En 2023, le Village a créé un nouveau tracé de 2,3 km, améliorant ainsi la route d'origine.
- Depuis l'hiver 2022, le Village offre aussi la location de vélos à pneus surdimensionnés à ses clients hivernaux. En 2023, le nombre de vélos à pneus surdimensionnés proposés en location a

augmenté. Il est maintenant possible de louer des vélos électriques pour satisfaire les goûts et les besoins d'une clientèle plus large.

- On a enregistré une augmentation de 5 % des revenus de location de vélos à pneus surdimensionnés par rapport à 2022. Depuis l'hiver 2022, le Village offre l'accès gratuit à 2,8 km de sentiers de raquette aménagés sur le lieu historique.

Division des services ministériels

La Division des services ministériels offre des services axés sur la clientèle pour favoriser et améliorer les programmes, les priorités et le rendement du Ministère. La division comprend trois directions : la Direction des ressources humaines, la Direction des services financiers et de la gestion de l'information et de la technologie et la Direction des politiques et des initiatives stratégiques.

La Direction des ressources humaines fournit des conseils d'expert et supervise des programmes et des processus dans tous les secteurs des ressources humaines, comme la planification de la main-d'œuvre, la santé en milieu de travail, la sécurité et le bien-être, le perfectionnement des employés et le développement organisationnel, la dotation et le recrutement, la classification, les langues officielles, les relations avec les employés et les relations de travail.

La Direction des services financiers et de la gestion de l'information et de la technologie fournit des conseils d'expert et supervise des programmes et des processus dans les secteurs de la gestion financière, de l'approvisionnement stratégique, de la gestion et des technologies de l'information, de la gestion des documents et de la gestion des bureaux.

La Direction des politiques et des initiatives stratégiques fournit des conseils d'expert et supervise des programmes et des processus dans les secteurs de l'élaboration de stratégies et de la gestion des priorités, de l'amélioration organisationnelle et de la gestion du rendement, de l'élaboration de politiques et de lois, de la coordination législative, des demandes d'accès à l'information, de l'administration des organismes, conseils et commissions (OCC) ministériels et de l'administration du site Web du Ministère.

Faits saillants

- Nous avons continué de sensibiliser les gestionnaires de personnel aux exigences en matière de santé et de sécurité, en nous assurant qu'elles demeurent une priorité absolue pour assurer la sécurité des employés et contribuer à réduire les taux d'accidents.
- Création de possibilités dans le cadre du programme des leaders en évolution.
- Nous avons pourvu 21 postes vacants afin de réduire le taux de vacance de 7 %.
- Les Ressources humaines ont créé 10 nouveaux partenariats de travail avec des organisations afin d'aider le Ministère à recruter d'excellents candidats pour pourvoir nos postes. Au nombre des programmes en question, citons le Programme d'apprentissage pour les jeunes du Nouveau-Brunswick, l'Agence Emploi Retraite et le Salon de l'emploi et de l'éducation de la BFC Gagetown.

Division des arts et de la culture

La Division des arts et de la culture joue un rôle moteur dans l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi des programmes, des politiques, des stratégies du gouvernement à l'appui des arts et des industries culturelles :

- Film, télévision et nouveaux médias
- Enregistrement musical et sonore
- Édition de livres et de périodiques
- Arts visuels et métiers d'art

Reconnaissant que les arts font partie intégrante du tissu économique et culturel du Nouveau-Brunswick, la Direction favorise le développement culturel communautaire et l'épanouissement de notre secteur culturel. La Direction gère collectionArtNB et collabore étroitement avec le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick pour créer et coordonner des programmes qui font progresser les arts et les carrières artistiques au Nouveau-Brunswick. En se faisant le défenseur des organismes et les initiatives au cœur du secteur culturel au moyen de services consultatifs et techniques, d'efforts de collaboration, d'élaboration réfléchie de politiques et d'un soutien stratégique, la Direction vise à faire en sorte que notre province demeure un endroit dynamique et culturellement riche où vivre et travailler.

Faits saillants

- Plus de 13,2 millions de dollars ont été investis dans des organismes, des initiatives et des événements artistiques et culturels qui ont permis aux artistes de gagner leur vie, aux Néo-Brunswickois d'avoir accès aux arts et à la culture dans leur collectivité et aux arts et à la culture du Nouveau-Brunswick d'accroître leur visibilité à l'extérieur de la province. (Les lauréats sont indiqués à la page www.gnb.ca/culture.)
- Poursuite de la collaboration avec les intervenants du secteur et sept ministères pour mettre en œuvre et faire progresser les recommandations du rapport du Groupe de travail du premier ministre sur le statut de l'artiste. Les principales réalisations comprennent des améliorations et des investissements dans les programmes, comme une augmentation du financement de 360 000 \$ pour l'élargissement du programme d'Artiste en résidence et un financement de 150 000 \$ pour des projets communautaires d'art public et des améliorations axées sur les artistes au programme d'art public.
- Le programme pilote d'art public communautaire a proposé des trousseaux d'outils et des ateliers sur les pratiques exemplaires à cinq entités de gouvernance locale et commissions de services régionaux. Il a également offert à chaque client une subvention de 30 000 \$ pour la mise en service d'un projet d'art public qui profiterait aux artistes professionnels de la province et initierait cinq collectivités et régions à une nouvelle œuvre d'art public.
- Des projets d'art public d'artistes néo-brunswickois ont été commandés pour les nouveaux bâtiments gouvernementaux, les écoles Claudette Bradshaw et Le Mascaret ainsi que pour le Centre de traitement des dépendances de Campbellton. La politique d'art public pour le Nouveau-Brunswick vise entre autres à mettre en valeur des œuvres d'artistes néo-brunswickois et à faire rayonner l'art dans les collectivités et auprès de la population.
- Un nouveau registre en ligne a été lancé pour le programme « Artistes à l'école » récemment amélioré qui augmentera l'accès au programme et encouragera la participation des enseignants, des écoles et des artistes. Le registre comprend déjà plus de 100 artistes prêts à réaliser des projets dans les deux langues officielles.
- Par l'entremise de son site Web, de la campagne Inspiré par le NB et des comptes de réseaux sociaux, ArtsCultureNB a continué de sensibiliser les Néo-Brunswickois au travail essentiel des artistes. En soutenant le secteur des arts et de la culture, nous bâtissons une fierté locale et créons une perception positive de nos communautés artistiques.

CollectionArtNB a ajouté 23 œuvres d'art visuel à la collection provinciale, dont cinq signées par des artistes autochtones. Ces nouvelles acquisitions ont été présentées lors d'une exposition à l'ancienne Résidence du gouverneur en septembre 2023 avant de faire le tour du Nouveau-Brunswick.

Division du sport et des loisirs

La Direction du sport et des loisirs joue un rôle de premier plan au sein du gouvernement pour ce qui est du développement général du réseau. Il lui incombe surtout de jouer un rôle de direction, de travailler avec le réseau pour élaborer une vision, des politiques et des programmes de soutien, d'allouer un soutien financier stratégique et de consulter les partenaires et les parties prenantes.

La Direction fournit une orientation et un soutien stratégiques pour soutenir et développer des possibilités de qualité de pratiquer des sports et des loisirs, de prendre part à des activités physiques et de mener une vie active pour tous les Néo-Brunswickois. La Direction est la voix du gouvernement pour le sport, l'activité physique et les loisirs à l'échelle fédérale-provinciale-territoriale. Elle contribue aux priorités nationales, y compris la Politique canadienne du sport, le Cadre stratégique pour les loisirs au Canada et la Vision commune pour favoriser l'activité physique et réduire la sédentarité au Canada : Soyons actifs! Elle cherche également à conclure des alliances clés dans la province avec des domaines stratégiques connexes comme la santé, l'inclusion sociale, la justice, l'éducation et le tourisme.

Par ailleurs, la Direction collabore avec des organismes partenaires pour offrir des systèmes de prestation de programmes sportifs et récréatifs solides et valorisés. Elle favorise les pratiques organisationnelles de bonne gouvernance, le développement du leadership, la sécurité dans les sports et les loisirs et la qualité des programmes à tous les échelons. Enfin, elle soutient des possibilités inclusives, accessibles et de qualité qui contribuent au bien-être de tous les Néo-Brunswickois.

Faits saillants

- Partenariat avec le ministère de l'Environnement et des Gouvernements locaux ainsi que le ministère de la Justice et de la Sécurité publique dans le réseau d'harmonisation interministériel pour accroître le développement communautaire collaboratif et son incidence.
- Lancement d'un projet pilote avec Loisirs NB pour évaluer l'accès aux installations équitable entre les sexes et soutien à Sport NB, le principal partenaire du réseau de la campagne « Elle est active », pour continuer d'éliminer les obstacles auxquels les femmes et les filles font face en matière de sport et de loisirs.
- Élaboration d'une stratégie et d'un cadre d'action en matière d'activité physique comportant une approche multisectorielle et la mobilisation de nombreux partenaires représentant des mandats provinciaux, régionaux et locaux. L'objectif de la stratégie est de faire en sorte que les Néo-Brunswickois deviennent plus actifs et profitent des bienfaits de l'exercice pour la santé physique et mentale.
- Soutien à l'élaboration d'une stratégie d'accueil de manifestations sportives.
- Nous avons aidé plus de 107 000 participants à demeurer actifs grâce à 215 subventions accordées à des organisations locales et régionales pour soutenir des programmes de sport, d'activité physique et de loisirs de qualité.

- Obtention d'un financement pour 16 améliorations d'infrastructures de loisirs communautaires inclusives afin d'aider les populations en quête d'équité.
- Investissement de 290 000 \$ dans 61 projets et initiatives qui ont renforcé la littératie physique chez les enfants et les jeunes, et qui vise l'amélioration de l'accessibilité, l'atténuation des obstacles à la participation au sport et le soutien de la capacité et du leadership des Autochtones. Le financement a été égalé par l'entremise de l'Entente bilatérale de participation au sport avec Sport Canada.
- Développement d'un plan de mise en œuvre de trois ans pour le projet « Envisager le sport », qui vise à mettre en place un réseau plus robuste, valorisé, mieux coordonné et simplifié qui encourage la participation et soutient les athlètes et les personnes responsables de l'élaboration et de la mise en œuvre de programmes.
- Réalisation d'un projet pilote avec sept organismes provinciaux pour évaluer la gouvernance, la force organisationnelle et l'efficacité opérationnelle.
- Mise en œuvre de la modernisation de l'Outil de planification des infrastructures de loisirs avec les principaux ministères et partenaires.
- Poursuite du soutien du Mécanisme de traitement des plaintes en matière de sport sécuritaire du Nouveau-Brunswick, qui offre aux participants un mécanisme indépendant, de tierce partie, pour la gestion et la résolution des plaintes.
- En partenariat avec l'Institut canadien du sport de l'Atlantique et les organismes provinciaux de sport et multisports, le Programme de développement du sport des Jeux du Canada de 2029 a été conçu pour soutenir la performance d'Équipe Nouveau-Brunswick.
- Lancement du processus officiel de mise en candidature pour les Jeux d'été du Canada 2029 en collaboration avec le Conseil des Jeux du Canada.

INFORMATION FINANCIÈRE

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

Exercice se terminant le 31 mars 2024 (en milliers de dollars)

Programme ordinaire	Budget	Chiffres réels	Écart – (en moins) ou en plus
Administration	3 280,0	3 096,4	(183,6)
Parcs provinciaux			
Programmes et planification des parcs	1 239,4	1 233,4	(6,0)
Exploitation des parcs	13 606,3	14 357,1	750,8
Sentiers, pêche et faune			
Culture, archéologie, patrimoine et sport			
Arts et culture	14 266,7	14 503,0	236,3
Archéologie et patrimoine	16 414,0	16 348,5	(65,5)
Sport et loisirs	6 933,0	6 946,1	13,1
Tourisme			
Marketing de destinations	13 229,0	13 195,5	(33,5)
Développement du tourisme	4 309,0	3 669,6	(639,4)
Ventes et partenariats commerciaux	2 605,0	2 726,8	121,8
Total des dépenses au compte ordinaire	75 882,4	76 076,4	194,0

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

Exercice se terminant le 31 mars 2024 (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	399,4	75,1	6,7	6,3	276,3
Recettes					
Budget	79,0	10,0	1 200,0	1 000,0	300,0
Chiffres réels	112,2	0,0	1 200,0	1 043,6	400,5
Écart – (en moins) ou en plus	33,2	10,0	0,0	43,6	100,5
Dépenses					
Budget	60,0	10,0	1 200,0	1 000,0	300,0
Chiffres réels	132,8	-	1 200,0	1 043,6	559,3
Écart – (en moins) ou en plus	72,8	(10,0)	-	43,6	259,3
Solde de fermeture	378,8	75,1	6,7	6,3	117,5

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

Exercice se terminant le 31 mars 2024 (en milliers de dollars)

	Budget	Chiffres réels	Écart – (en moins) ou en plus
Solde d'ouverture	4 997,6	4 997,6	-
Recettes			
Terrain de golf Mactaquac	1 438,0	1 514,3	76,3
Rochers Hopewell	5 039,0	4 826,5	(212,5)
Pavillon Sugarloaf	454,0	640,6	186,6
Terrain de camping de la plage Parlee	661,0	671,6	10,6
Dépenses			
Terrain de golf Mactaquac	2 247,0	2 015,9	(231,1)
Rochers Hopewell	5 455,0	5 475,7	20,7
Pavillon Sugarloaf	460,0	472,4	12,4
Terrain de camping de la plage Parlee	436,0	356,8	(79,2)
Solde de fermeture	3 991,6	4 329,8	338,2

Tableau 4 : Rapport d'état des dépenses en capital

Exercice se terminant le 31 mars 2024 (en milliers de dollars)

	Budget	Chiffres réels	Écart – (en moins) ou en plus
Dépenses en capital	9 514,0	9 444,9	(69,1)

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

Exercice se terminant le 31 mars 2024 (en milliers de dollars)

	Budget	Chiffres réels	Écart – (en moins) ou en plus
Rendement du capital investi	1,0	0,0	(1,0)
Vente de biens et de services	4 565,0	5 202,1	637,1
Subventions conditionnelles	875,0	437,5	(437,5)
Divers	4,0	7,9	3,9
Total des recettes au compte ordinaire	5 445,0	5 647,5	202,5

RÉSUMÉ DES ACTIVITÉS DE RECRUTEMENT

Conformément à l'article 4 de la *Loi sur la Fonction publique*, le secrétaire du Conseil du trésor délègue à chacun des administrateurs généraux les activités de dotation de leur ministère respectif. Un résumé des activités de dotation pour l'exercice financier 2023-2024 du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture est présenté ci-dessous.

NOMBRE D'EMPLOYÉS PERMANENTS ET TEMPORAIRES EN DATE DU 31 DÉCEMBRE DE CHAQUE ANNÉE		
TYPE D'EMPLOYÉ	2023	2022
Permanent	168	178
Temporaire	78	44
TOTAL	239	222

Le Ministère a annoncé 74 concours, soit 64 concours publics (externes) et 10 concours restreints (internes).

Conformément aux articles 15 et 16 de la *Loi sur la Fonction publique*, le Ministère a effectué les nominations suivantes en recourant à d'autres processus que les concours pour établir le mérite :

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 : <ul style="list-style-type: none"> • un degré élevé d'expertise et de formation, • un degré élevé de compétences techniques, • une reconnaissance à titre d'expert du domaine. 	15(1)	0
Programme d'égalité d'accès à l'emploi	Programme offrant aux Autochtones, aux personnes en situation de handicap et aux membres des minorités visibles l'égalité d'accès aux possibilités d'emploi, de formation et d'avancement.	16(1)a)	0

TYPE DE NOMINATION	DESCRIPTION DE LA NOMINATION	DISPOSITION DE LA LOI SUR LA FONCTION PUBLIQUE	NOMBRE
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)	7
Mutation latérale	Le processus de mutation du GNB facilite la mutation des employés des parties 1, 2 (districts scolaires) et 3 (régions régionales de la santé) de la fonction publique.	16(1) ou 16(1)c)	8
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)	12
Nomination d'étudiants et d'apprentis à un poste permanent	Les stagiaires d'été, les étudiants universitaires ou collégiaux de programmes coopératifs ou les apprentis peuvent être nommés à un poste de la fonction publique sans concours.	16(1)d)(ii)	1

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

N° DU PROJET DE LOI	TITRE DU PROJET DE LOI	DATE DE LA SANCTION ROYALE	RÉSUMÉ DES MODIFICATIONS
Aucun			

TITRE DU RÈGLEMENT	DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR	RÉSUMÉ DES MODIFICATIONS
<i>Règlement du Nouveau-Brunswick 85-104</i> <i>en vertu de la Loi sur les parcs (D.C. 85-420)</i>	1 ^{er} avril 2024	Changement de nom du parc provincial de la promenade du sentier Fundy qui s'appelle dorénavant le parc provincial du sentier Fundy. Établissement des droits d'entrée pour le parc provincial du sentier Fundy. Établissement des frais de camping pour le parc provincial du sentier Fundy.

Les lois dont l'administration relevait du Ministère en 2023-2024 se trouvent à l'adresse suivante :

<https://lois.gnb.ca/fr/parcategorie/cs?categoryId=departmentId&itemId=tourism>

RÉSUMÉ DES ACTIVITÉS LIÉES AUX LANGUES OFFICIELLES

Introduction

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a continué de respecter ses obligations en matière de langues officielles. Les mesures prises au cours de 2023-2024 dans chacun des quatre axes prioritaires sont décrites ci-dessous.

Axe 1

S'assurer que la population a accès à un service de même qualité en français et en anglais partout dans la province :

Le Ministère rappelle annuellement à tous ses employés leur responsabilité de toujours faire une offre active de service (par téléphone, en personne et au moyen de l'affichage, de la correspondance et de services électroniques) au public dans les deux langues officielles en tout temps.

Le Ministère effectue des vérifications au hasard pour s'assurer que l'offre active de service est faite dans les deux langues officielles au téléphone, en personne, dans l'affichage, dans la correspondance et dans tous les services électroniques.

Le Ministère continue à soutenir la formation des employés en langue seconde afin d'assurer la capacité d'offrir des services de qualité dans les deux langues officielles dans toute la province. En 2023-2024, onze employés ont reçu l'approbation de participer et ont participé à une formation en langue seconde.

Parcs NB a créé un comité de signalisation pour s'assurer que toute la signalisation externe et interne dans les parcs est uniforme et de qualité égale dans les deux langues officielles. Le comité a établi un nouveau processus d'approbation des nouveaux panneaux et affiches et a lancé un inventaire de la signalisation dans tous les parcs.

Axe 2

Un environnement et un climat qui encouragent tous les employés à utiliser la langue officielle de leur choix dans le milieu de travail :

Le Ministère a remis à tous les nouveaux employés un formulaire sollicitant des renseignements sur la langue de travail de leur choix. Les employés ont ainsi l'assurance de recevoir tous les documents dans la langue de leur choix.

Les évaluations du rendement sont offertes et effectuées dans la langue de travail officielle des employés. Les gestionnaires examinent avec leurs employés les politiques sur la langue de travail et la langue de service pour s'assurer que ceux-ci sont conscients de leur droit de travailler dans la langue de leur choix ainsi que de leur obligation de faire une offre active et de fournir des services dans les deux langues officielles.

De petites et de grandes réunions ont eu lieu de manière à encourager l'utilisation des deux langues officielles.

Axe 3

Les nouveaux programmes et les nouvelles politiques du gouvernement, de même que les programmes et les politiques qui sont révisés, tiennent compte de la réalité des communautés de langues officielles de la province :

Lorsque des mémoires au Conseil exécutif et 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.

Le Ministère encourage les employés à participer aux programmes dans la langue de leur choix.

Le Ministère veille à ce que toute l'information visuelle sur la santé et la sécurité soit affichée dans les deux langues officielles.

Axe 4

S'assurer que les employés de la fonction publique connaissent et comprennent bien la *Loi sur les langues officielles*, les politiques et les règlements pertinents de même que les obligations de la province en matière de langues officielles :

Les politiques sur les langues officielles sont des éléments clés de l'orientation des employés. Les nouveaux employés doivent suivre les modules d'apprentissage en ligne obligatoires sur la langue de service et la langue de travail offerts dans le Centre du savoir du GNB.

Le Ministère envoie des rappels chaque année à tous les employés pour leur rappeler leur responsabilité de faire en tout temps une offre active de service dans les deux langues officielles et met tous les renseignements et toutes les ressources à la disposition des employés et des gestionnaires.

Le Ministère s'assure du respect par les employés de la *Loi sur les langues officielles* et de la politique sur la langue de service.

Conclusion

Le Ministère continue de sensibiliser les employés aux responsabilités que leur impose *Loi sur les langues officielles* dans leur travail au quotidien et s'efforce de fournir des services de qualité à ses clients dans les deux langues officielles. Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a réglé deux plaintes officielles concernant les langues officielles pendant l'exercice 2023-2024.

RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS DU BUREAU DU VÉRIFICATEUR GÉNÉRAL

Section 1 – Comprend l'exercice sur lequel porte le présent rapport et l'exercice précédent)

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a reçu aucune recommandation issue des rapports de 2023 ou de 2022 du vérificateur général.

NOM ET ANNÉE DU DOMAINE DE VÉRIFICATION ET LIEN VERS LE DOCUMENT EN LIGNE	RECOMMANDATIONS	
	TOTAL	
Sans objet		

RECOMMANDATIONS MISES EN ŒUVRE	MESURES PRISES
Sans objet	

RECOMMANDATIONS NON MISES EN ŒUVRE	CONSIDÉRATIONS
Sans objet	

Section 2 – Comprend les périodes de référence des troisième, quatrième et cinquième exercices)

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a reçu aucune recommandation issue des rapports de 2021, de 2020 ou de 2019 du vérificateur général.

NOM ET ANNÉE DU DOMAINE DE VÉRIFICATION ET LIEN VERS LE DOCUMENT EN LIGNE	RECOMMANDATIONS	
	TOTAL	MISES EN ŒUVRE
Sans objet		

RAPPORT CONFORMÉMENT À 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*, l'administrateur principal doit préparer un rapport sur toute divulgation d'acte répréhensible faite à un superviseur ou à un fonctionnaire désigné de la partie de la fonction publique dont l'administrateur principal est responsable. Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture n'a reçu aucune divulgation d'acte répréhensible au cours de l'exercice 2023-2024.