

# Tourisme, Patrimoine et Culture

Rapport annuel  
**2019–2020**



**Tourisme, Patrimoine et Culture**  
**Rapport annuel 2019-2020**

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

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

ISBN 978-1-4605-2689-7 (édition imprimée bilingue)

ISBN 978-1-4605-2691-0 (PDF : version française)

ISBN 978-1-4605-2690-3 (PDF : version anglaise)

ISSN 2368-6405 (édition imprimée bilingue)

ISSN 2368-6421 (PDF : version française)

ISSN 2368-6413 (PDF : version anglaise)

13046 | 2021.01 | Imprimé au Nouveau-Brunswick

## Lettres d'accompagnement

### De la ministre à la lieutenant-gouverneure

Son Honneur l'honorable Brenda L. 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<sup>er</sup> avril 2019 au 31 mars 2020.

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

A handwritten signature in blue ink that reads "Scott-Wallace".

L'honorable Tammy Scott-Wallace  
Ministre

---

### De la sous-ministre à la ministre

L'honorable Tammy Scott-Wallace  
Ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

Madame la Ministre,

Je suis heureuse de vous soumettre le présent rapport annuel du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture pour l'exercice financier du 1<sup>er</sup> avril 2019 au 31 mars 2020.

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

A handwritten signature in blue ink that reads "Yennah Hurley".

Yennah Hurley  
Sous-ministre

# Table des matières

Message de la ministre . . . . .	1
Message de la sous-ministre . . . . .	3
Grandes priorités du gouvernement . . . . .	5
Faits saillants . . . . .	6
Mesures du rendement. . . . .	8
Survol des opérations du Ministère . . . . .	18
Vue d'ensemble des divisions et faits saillants . . . . .	19
Information financière . . . . .	32
Résumé des activités de recrutement. . . . .	34
Résumé des projets de loi et des activités législatives . . . . .	35
Résumé des activités liées aux langues officielles . . . . .	36
Résumé des recommandations du Bureau du vérificateur général . . . . .	38
Rapport en vertu de la <i>Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public</i> . . . . .	39

# Message de la ministre

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a pour mission de promouvoir, de soutenir et de protéger les magnifiques merveilles naturelles du Nouveau-Brunswick, ses attractions, sa richesse culturelle, l'accessibilité aux sports et aux loisirs et les trésors patrimoniaux.

Le Nouveau-Brunswick avait beaucoup à offrir et, en 2019-2020, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture s'est efforcé d'affermir la réputation de la province en tant que destination touristique de premier plan en créant des expériences positives et exceptionnelles pour nos visiteurs. L'objectif principal était de créer un environnement économique qui permettra aux entreprises touristiques du Nouveau-Brunswick de prospérer, car une économie saine a besoin d'un secteur privé solide, dynamique et en expansion. Nos efforts ont permis de renforcer la capacité de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick, grâce à un marketing novateur, à de nouveaux produits et à des partenariats.

De juin à août 2019, nous avons eu le plaisir de constater qu'un plus grand nombre de visiteurs que l'année précédente avaient fait du Nouveau-Brunswick leur destination de choix pour leurs vacances d'été. Des attractions comme Kings Landing, l'Aquarium et Centre marin du Nouveau-Brunswick, le Jardin botanique du Nouveau-Brunswick, le Musée du Nouveau-Brunswick, le parc international Roosevelt de Campobello, le Village historique acadien et le parc provincial Hopewell Rocks ont enregistré une hausse de 8 % du nombre de visiteurs.

Les parcs provinciaux du Nouveau-Brunswick offrent aux résidents et aux visiteurs la possibilité de participer à des activités de loisirs et de plein air qui favorisent un mode de vie sain. C'est pour cette raison que nous avons été heureux d'apporter des améliorations aux installations et de nouveaux équipements dans les parcs provinciaux, notamment pour accroître l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite et aux personnes ayant des incapacités physiques. Nous avons été ravis de constater que les parcs provinciaux du Nouveau-Brunswick éliminent les obstacles et offrent à un plus grand nombre de gens au Nouveau-Brunswick la possibilité de faire de l'exercice et de se rapprocher de la nature.

Le secteur culturel du Ministère a également été actif au cours de l'exercice 2019-2020, poursuivant la mise en œuvre de la Politique culturelle du Nouveau-Brunswick et l'élaboration d'une stratégie pour le développement des arts et des industries culturelles. La Politique d'art public a été adoptée, autorisant la commande d'œuvres d'art pour les nouveaux édifices provinciaux. Le Ministère a également accru la visibilité de la Banque d'œuvres d'art auprès des écoles du Nouveau-Brunswick.

La Direction de l'archéologie et du patrimoine a continué à jouer un rôle important dans la gestion des ressources culturelles du patrimoine archéologique de la province. Grâce à ses efforts de surveillance côtière, 89 nouveaux sites autochtones et 114 nouveaux sites historiques ont été enregistrés dans la base de données provinciale des sites archéologiques.

Au cours de l'année, la Direction du sport et des loisirs a contribué à accroître les possibilités de sport, de loisirs et de vie active pour toute la population du Nouveau-Brunswick. Nous nous réjouissons qu'elle se concentre sur l'avancement des femmes et des filles dans le sport et les loisirs et sur l'élaboration d'une stratégie pour le sport et les loisirs autochtones. La Direction a également aidé les organismes de sport à renforcer leur gouvernance, leurs politiques et leurs procédures.

Je souhaite profiter de cette occasion pour remercier le personnel du Ministère et nos partenaires communautaires d'avoir accompli le mandat et les objectifs importants du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture. Grâce à notre multitude d'initiatives, nous avons tous ensemble contribué à renforcer le Nouveau-Brunswick pour l'avenir.



L'honorable Tammy Scott-Wallace  
Ministre du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture

# Message de la sous-ministre

En 2019-2020, j'ai eu l'occasion d'observer directement la créativité, les compétences et le dévouement du personnel du Ministère. Son éthique de travail et son expertise étaient manifestes dans les initiatives et programmes de tous les secteurs du Ministère, et ce, tout au long de l'année. L'année a été très fructueuse pour le Ministère sur de nombreux fronts.

Les parcs et attractions provinciaux ont accueilli près de 1,230 million de visiteurs. D'importants projets d'infrastructure et de rénovation ont été réalisés dans l'île Ministers, la promenade du sentier Fundy et le réseau de sentiers provincial. Des travaux formidables ont été réalisés à la plage Parlee en vue d'obtenir en mai 2019 la prestigieuse écocertification internationale du Pavillon Bleu pour une gestion propre, sûre et durable. Le mont Carleton, qui offre 40 km de pistes de motoneige damées et un nouveau pavillon ouvert à longueur d'année, était mieux équipé pour accueillir les motoneigistes grâce à une nouvelle installation de vente de carburant exploitée et gérée par Maliseet Fuels de la Première Nation de Woodstock.

Le Ministère a fait un excellent travail pour aider les entreprises et les entrepreneurs touristiques du Nouveau-Brunswick à se préparer à recevoir des visiteurs à la recherche constante d'expériences nouvelles et exceptionnelles. Les premiers ateliers intensifs en démarrage d'entreprises touristiques, tenus à Bathurst et à Miramichi, ont attiré plus de 50 entreprises et entrepreneurs touristiques de partout dans la province souhaitant trouver des moyens innovateurs d'accroître les dépenses des visiteurs. En conséquence, plus de 40 nouveaux produits et expériences touchant la gastronomie, l'aventure, les parcs, la culture et les Autochtones ont été développés.

Divers efforts de marketing ont permis de promouvoir les nombreux bijoux touristiques de la province tout au long de l'année auprès des visiteurs et des gens du Nouveau-Brunswick. Le championnat mondial de hockey sur étang a fait l'objet d'un article dans le magazine *enRoute* d'Air Canada, les motoneigistes du Québec ont été ciblés dans une campagne de marketing menée en collaboration avec l'Odyssée du Nord, un groupe régional, et la population du Nouveau-Brunswick a été invitée à passer l'hiver dans la province avec la campagne *L'évasion est si près de chez vous*.

Les directions ministérielles chargées de la culture et du patrimoine ont connu des succès similaires. Toutes les mesures prévues dans le plan de la Politique culturelle du Nouveau-Brunswick ont été réalisées ou sont en cours, les programmes Artistes en résidence, VanGO! et Grande visite ont été étendus au système scolaire du Nouveau-Brunswick au profit des élèves, et une nouvelle stratégie pour les industries des arts et de la culture définira les piliers et les mesures à mettre en œuvre au cours des prochaines années.

Le personnel ministériel responsable du patrimoine a conçu une approche de conservation des ponts couverts dont le gouvernement provincial est propriétaire, de concert avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure. Il a de plus participé à 16 projets de restauration d'importants lieux patrimoniaux communautaires, et 22 employés saisonniers ont été engagés pour participer à la réalisation des études d'impact sur le patrimoine archéologique, dont 19 techniciens autochtones agréés.

La Direction du sport et des loisirs a concentré ses efforts sur l'avancement des femmes et des filles dans le sport et les loisirs. Des travaux ont été entrepris avec Aboriginal Sport and Recreation New Brunswick pour aider les collectivités, familles et particuliers autochtones à accorder la priorité au sport, aux loisirs et aux activités physiques. En outre, la stratégie pour les personnes handicapées a été mise à jour afin de l'axer sur les partenaires prestataires de programmes de sport et de loisirs.

Bien sûr, nous savons tous qu'à la fin de l'exercice 2019-2020, le gouvernement provincial a dû faire face à des défis sans précédent avec l'arrivée de la COVID-19 dans notre province. Les partenariats ont toujours été un aspect important de notre travail, mais ils n'ont jamais été aussi importants que lorsque nous avons été confrontés à ces défis. Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a étendu ses consultations auprès de l'industrie du tourisme en élargissant le Comité consultatif de l'industrie touristique de manière à inclure chaque secteur de l'industrie du tourisme au sens large. Le Ministère a pu ainsi prendre connaissance directement des impacts auxquels l'industrie est confrontée ainsi que du type de soutien requis. Ce comité a commencé à se réunir immédiatement après que la province est entrée dans la phase rouge. Je tiens à exprimer ma reconnaissance non seulement aux parties prenantes du secteur du tourisme, mais aussi à nos partenaires des secteurs des arts, de la culture, du patrimoine et du sport pour leur soutien et leur collaboration continus en ces temps difficiles.

À titre de sous-ministre, je suis fière de la résilience et de l'excellent travail des membres du personnel du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture. Je tiens sincèrement à les remercier tous et toutes du dévouement, de la créativité et de la passion dont ils font preuve pour présenter le Nouveau-Brunswick en tant que province à visiter, à découvrir et à aimer.

A handwritten signature in blue ink that reads "Yennah Hurley". The signature is written in a cursive, flowing style.

Yennah Hurley  
Sous-ministre par intérim



# Grandes priorités du gouvernement

## Gestion de la stratégie et opérationnelle

Le gouvernement du Nouveau-Brunswick (GNB) utilise un système de gestion officielle fondé sur des pratiques opérationnelles d'avant-garde pour élaborer, communiquer et examiner 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 gouvernement du Nouveau-Brunswick mettra de l'ordre dans ses finances, ce qui lui permettra 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 durable et de haute qualité qui lui donne accès 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 collectivités dynamiques sont des endroits où les gens souhaitent vivre. Le fait d'avoir plus de collectivités 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 2019-2020, le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture s'est concentré sur les priorités stratégiques suivantes :

## Tourisme

- Création et prestation de programmes de marketing intégrés sur les marchés extérieurs de l'Ontario, du Québec et des États-Unis.
- Participation à des programmes de marketing intégrés (y compris des initiatives visant l'industrie et les médias touristiques) en Nouvelle-Angleterre, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Chine.
- Réalisation d'une campagne sur le marché français
- Réalisation d'un programme de marketing ciblant les motoneigistes sur le marché québécois.
- Dans le cadre de la stratégie d'innovation des produits touristiques, a permis à plus de 50 entreprises et entrepreneurs touristiques d'améliorer les produits qu'ils offrent et de mieux se préparer au marché.
- Partenariat avec l'industrie pour offrir le premier symposium Goûter l'histoire au Nouveau-Brunswick. Le symposium a célébré les aliments locaux en inspirant et en réunissant les producteurs locaux, les exploitants touristiques et les organismes de marketing de destinations pour promouvoir le « goût » du Nouveau-Brunswick.
- Prestation du programme INSPIRE, un programme de perfectionnement professionnel avant-gardiste (le premier au Canada) destiné à l'industrie du tourisme. Axé sur le développement d'expériences et l'entrepreneuriat, ce programme permet aux entrepreneurs touristiques de faire passer leur entreprise au niveau supérieur.
- Présentation de circuits organisés personnalisés au Nouveau-Brunswick pour mieux faire connaître le Nouveau-Brunswick comme destination touristique. Ils ont accueilli 125 journalistes, membres d'équipes de tournage et influenceurs médiatiques des principaux marchés (Canada, États-Unis, France, Royaume-Uni, Allemagne), ce qui représente une valeur publicitaire totale de 8,7 millions de dollars et 433 millions d'impressions en circulation.
- Partenariat avec Porter Airlines, Découvrez Saint John, Tourisme Fredericton et Tourisme Moncton pour une campagne visant à augmenter le nombre de passagers dans ces régions. Les réservations pendant la campagne ont augmenté de 14,8 % par rapport à l'année précédente.

## Parcs et attractions

- Les parcs et attractions provinciaux ont accueilli 1,23 million de visiteurs et vendu 76 200 nuitées dans les terrains de camping.
- Pour une cinquième année de suite, le parc-vélo du parc provincial Sugarloaf a remporté le titre de meilleur parc-vélo de l'est du Canada, décerné par [mtbparks.com](http://mtbparks.com).
- La plage Parlee a reçu la désignation Pavillon Bleu pour la saison touristique de 2019. Le Pavillon Bleu reconnaît la haute qualité de l'eau, la gérance de l'environnement, la participation communautaire et le partage des connaissances.
- Un montant de 12,9 millions de dollars a été investi dans l'amélioration et l'entretien des parcs provinciaux. Parmi les principales améliorations, notons un nouveau pavillon et le remplacement d'un pont du sentier au mont Carleton, la rénovation du bâtiment Cookhouse et du pavillon Hearst dans la promenade du sentier Fundy, la stabilisation et le revêtement du sentier de la vallée Wolastoq et des projets de préservation historique dans l'île Ministers.
- Achèvement d'un processus complet de participation du public dans le cadre des efforts de planification visant à établir une zone protégée dans le bassin versant de la rivière Restigouche.
- Mise en œuvre du Plan d'action sur les sentiers du Nouveau-Brunswick pour concevoir des sentiers Prestige à haute valeur touristique et récréative. Les sentiers Prestige sont conçus pour un usage polyvalent et comprennent des sentiers motorisés pour les utilisateurs de VTT et de motoneige et des sentiers non motorisés pour les passionnés de la randonnée, du cyclisme et du plein air.

- Investissement de 100 000 \$ pour améliorer l'accessibilité des personnes aux prises avec une mobilité réduite et des déficiences physiques. Le bureau du parc provincial Mactaquac a obtenu des toilettes accessibles, et quatre fauteuils roulants Hippocampe, trois fauteuils roulants flottants WaterWheels et un vélo de montagne adapté Bowhead Reach ont été achetés et répartis de façon stratégique dans le réseau de parcs.
- Amélioration du réseau de sentiers de motoneige des monts Christmas grâce à la construction d'une station-service et d'un entrepôt, exploités par Maliseet Fuels de la Première Nation de Woodstock.

### **Culture**

- Étude de 637 km de côtes du Nouveau-Brunswick pour améliorer notre connaissance des ressources archéologiques, ce qui a permis d'enregistrer 89 nouveaux sites autochtones et 114 nouveaux sites historiques dans la base de données provinciale des sites archéologiques.
- Collaboration avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure pour concevoir une approche de conservation des ponts couverts dont le gouvernement provincial est propriétaire.
- En application de la Politique d'art public du Nouveau-Brunswick, deux œuvres d'art public ont été commandées pour les nouveaux bâtiments du parc provincial Mont Carleton et de la Maplehurst Middle School.

### **Sport et loisirs**

- Financement accordé à Allez-y NB! et partenariat entre Elle est active NB et Entraîneur NB pour aborder les obstacles auxquels les femmes et les filles font face dans le sport et les loisirs.
- Soutien financier de base accordé à Aboriginal Sport and Recreation New Brunswick (ASRNB) pour aider à créer un avenir plus sain pour les collectivités, familles et particuliers autochtones en accordant la priorité au sport, aux loisirs et à l'activité physique.

# Mesures du rendement

Secteur privé dynamisé	Mesures
Augmenter les dépenses consacrées au tourisme axé sur les ressources naturelles	Visites de parcs et d'attractions stratégiques Nombre de Néo-Brunswickois qui font du camping dans les parcs Évaluation de l'expérience des visiteurs dans les parcs
Construire une infrastructure touristique stratégique	Pourcentage de projets d'infrastructure touristique stratégique se déroulant comme prévu
Accroître la popularité du Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique	Nombre de clients proposés (c.-à-d. de clients potentiels) aux exploitants touristiques à partir du site Web de Tourisme Nouveau-Brunswick
Faire croître les entreprises grâce à l'innovation en matière de produits et d'expériences	Nombre de nouveaux produits et expériences conçus avec les entreprises
Communautés dynamiques et viables	Mesures
Mieux inventorier le patrimoine bâti et les sites archéologiques	Kilomètres de côte du Nouveau-Brunswick étudiés et ressources archéologiques inventoriées
Établir des partenariats avec les Premières Nations et les collectivités	Nombre de protocoles d'entente établis relativement au patrimoine et à la culture
Accroître la participation au sport et aux loisirs de qualité	Nombre de membres (participants) payants inscrits aux organismes provinciaux de sport

## Secteur privé dynamisé

### Objectif de la mesure

Augmenter les dépenses consacrées au tourisme axé sur les ressources naturelles

### Mesure

Visites de parcs et d'attractions stratégiques

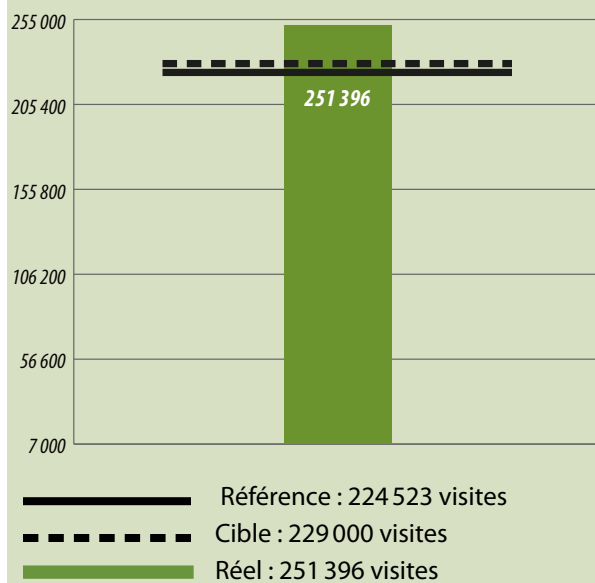
### Description de la mesure

Les niveaux de participation dans deux parcs, soit le parc de la plage Parlee et le parc Mont Carleton, de juin à septembre ont été établis à l'aide des permis de camping et d'utilisation diurne.

### Rendement général

Supérieur à la cible; les visites ont augmenté de 12 %.

#### Visites de parcs et d'attractions stratégiques



### Raison d'être de cette mesure

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a fait des investissements stratégiques dans les immobilisations, les programmes et l'expérience des visiteurs dans ces deux parcs, dans le but d'augmenter le nombre de visites. Il s'agit d'une mesure de l'efficacité avec laquelle les parcs provinciaux attirent les visiteurs et les résidents du Nouveau-Brunswick vers les ressources naturelles et patrimoniales de la province.

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

Le Ministère a lancé des initiatives de partenariat et de gestion des programmes en vue d'accroître la participation aux programmes des parcs et attractions provinciaux.

Le Ministère a mis en œuvre une stratégie de marketing englobant Internet et les médias sociaux pour inciter les Néo-Brunswickois à « déconnecter », à sortir et à profiter des bienfaits pour la santé qu'offrent les parcs et attractions du Nouveau-Brunswick. Pour une cinquième année, le programme N.-B. au grand air, dirigé par des jeunes, a régulièrement organisé des manifestations et activités de qualité dans les parcs.

## Secteur privé dynamisé

### Objectif de la mesure

Augmenter les dépenses consacrées au tourisme axé sur les ressources naturelles

### Mesure

Nombre de Néo-Brunswickois qui font du camping dans les parcs

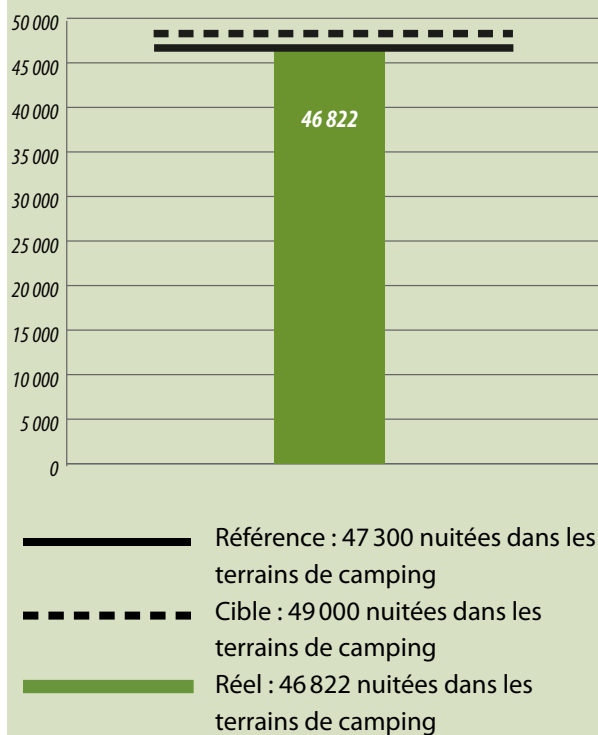
### Description de la mesure

Les niveaux de participation sont établis à l'aide des permis de camping.

### Rendement général

Inférieur à la cible; une diminution de 1 % a été enregistrée.

Nombre de Néo-Brunswickois qui font du camping dans les parcs



### Raison d'être de cette mesure

Il s'agit d'une mesure de l'efficacité avec laquelle les parcs provinciaux attirent les résidents du Nouveau-Brunswick vers les ressources naturelles et patrimoniales de la province.

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

Le Ministère a collaboré avec le gouvernement fédéral pour élaborer et mettre en œuvre le programme de création d'« emplois verts » dans les parcs pour les étudiants. Cette initiative visait à embaucher 13 nouveaux étudiants l'été, en dehors des programmes ordinaires d'emploi pour étudiants, en tant que coordonnateurs de l'expérience des visiteurs afin de mettre en œuvre de nouveaux programmes et expériences pour augmenter la fréquentation des parcs et attractions provinciaux. L'initiative a été lancée au cours de l'exercice 2018-2019 et prolongée jusqu'à l'exercice 2019-2020.

Le Ministère a mis en œuvre une stratégie de marketing englobant Internet et les médias sociaux pour inciter les Néo-Brunswickois à « déconnecter », à sortir et à profiter des bienfaits pour la santé qu'offrent les parcs et attractions du Nouveau-Brunswick. Pour une cinquième année, le programme N.-B. au grand air, dirigé par des jeunes, a régulièrement organisé des manifestations et activités de qualité dans les parcs.

## Secteur privé dynamisé

### Objectif de la mesure

Augmenter les dépenses consacrées au tourisme axé sur les ressources naturelles

### Mesure

Évaluation de l'expérience des visiteurs dans les parcs (pour les parcs et attractions stratégiques où nous prédisons une augmentation)

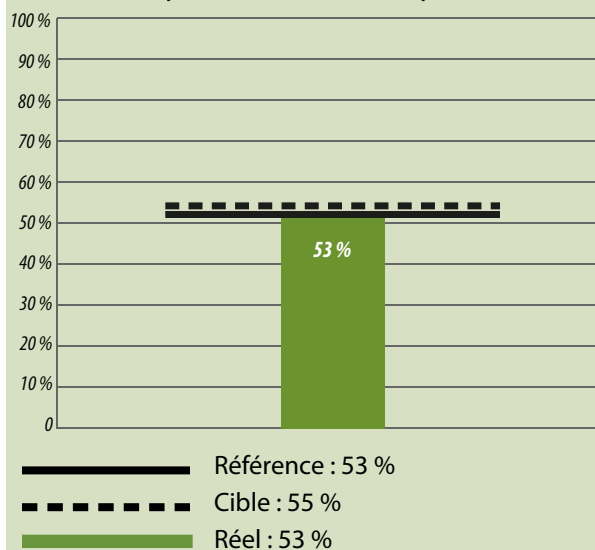
### Description de la mesure

La mesure indique le pourcentage de visiteurs qui ont jugé leur expérience excellente sur TripAdvisor.

### Rendement général

Aucun changement par rapport à l'année précédente.

#### Évaluation de l'expérience des visiteurs dans les parcs



### Raison d'être de cette mesure

Pour le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture, il est prioritaire sur le plan stratégique de comprendre et d'améliorer l'expérience des visiteurs des parcs. Les évaluations de l'expérience des visiteurs proviennent des évaluations et notes des clients qui utilisent un tiers service, TripAdvisor. L'utilisation d'un tiers service qui est largement accessible permet aux gestionnaires des parcs provinciaux de recueillir rapidement les commentaires des utilisateurs et d'y répondre.

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

Les gestionnaires des parcs et le personnel du bureau central se sont « appropriés » les pages de TripAdvisor pour permettre au personnel de répondre directement et rapidement aux évaluations des utilisateurs. Les parcs et des dépliants pour augmenter le nombre d'évaluations.

## Secteur privé dynamisé

### Objectif de la mesure

Construire une infrastructure touristique stratégique

### Mesure

Pourcentage de projets d'infrastructure touristique stratégique se déroulant comme prévu

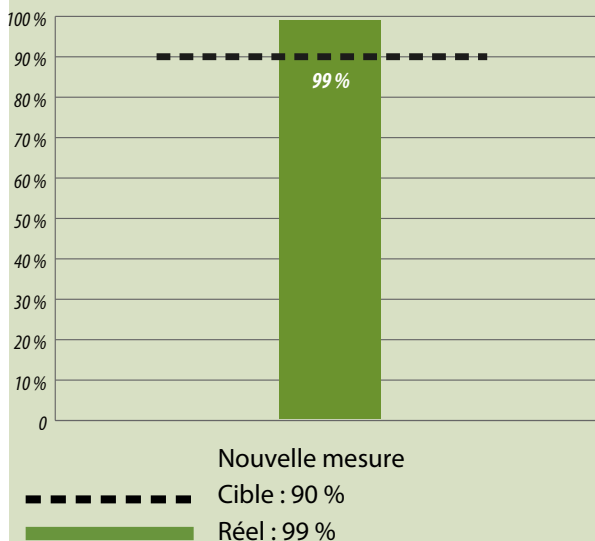
### Description de la mesure

Pourcentage de projets qui sont réalisés « comme prévu »

### Rendement général

Supérieur à la cible

*Pourcentage de projets d'infrastructure touristique stratégique se déroulant comme prévu*



### Raison d'être de cette mesure

Les investissements dans l'infrastructure stratégique nouvelle et existante sont essentiels au succès du Ministère, et la réalisation des projets d'amélioration dans les délais prévus est un paramètre clé pour les rendre exploitables.

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

La Direction de la gestion des immobilisations et des actifs a été créée pour mieux gérer les investissements importants dans l'infrastructure touristique stratégique des parcs, des attractions et des lieux patrimoniaux qui relèvent de la responsabilité du Ministère.

Le Ministère a affecté environ 9,5 millions de dollars à des projets d'infrastructure stratégique, notamment un nouveau pavillon au mont Carleton, le remplacement d'un pont du sentier au mont Carleton, la rénovation du bâtiment Cookhouse et du pavillon Hearst dans la promenade du sentier Fundy, la stabilisation et le revêtement du sentier de la vallée Wolastoq et des projets de préservation historique dans l'île Ministers.



## Secteur privé dynamisé

### Objectif de la mesure

Accroître la popularité du Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique

### Mesure

Nombre de clients proposés (c.-à-d. de clients potentiels) aux exploitants touristiques à partir du site Web de Tourisme Nouveau-Brunswick

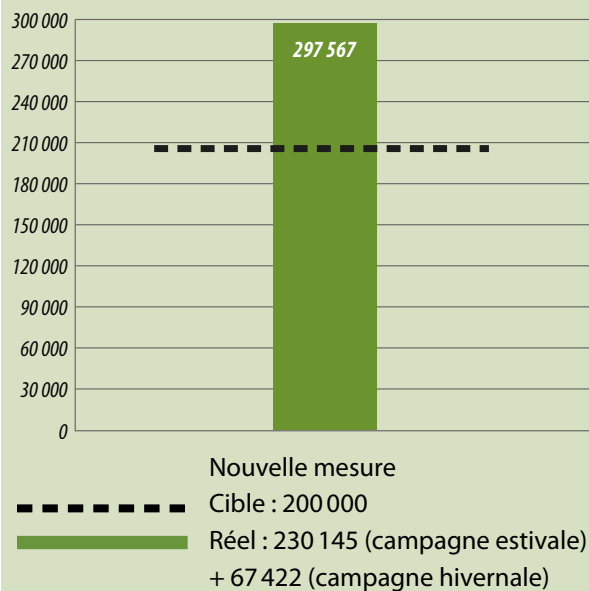
### Description de la mesure

La mesure indique le nombre de visiteurs « proposés » par les campagnes touristiques du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture et qui ont ensuite un lien direct avec l'industrie du tourisme.

### Rendement général

Supérieur à la cible

*Nombre de clients proposés (c.-à-d. de clients potentiels) aux exploitants touristiques à partir du site Web de Tourisme Nouveau-Brunswick*



### Raison d'être de cette mesure

Les efforts de marketing visant à accroître la clientèle de l'industrie du tourisme constituent l'une des principales fonctions du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture. Le nombre de clients proposés figure parmi les utilisateurs que le Ministère utilise pour mesurer l'efficacité du marketing.

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

Le Ministère a mené une campagne de marketing en Ontario, au Québec, aux États-Unis et au Nouveau-Brunswick, qui comprenait des annonces numériques, du contenu et des annonces dans les médias sociaux, du contenu de tiers, des partenariats et un site Web.

## Secteur privé dynamisé

### Objectif de la mesure

Faire croître les entreprises grâce à l'innovation en matière de produits et d'expériences

### Mesure

Nombre de nouveaux produits et expériences conçus avec les entreprises touristiques

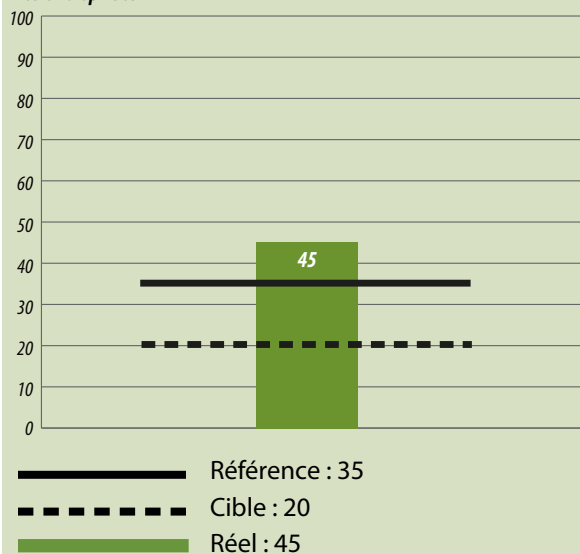
### Description de la mesure

La mesure indique le nombre de nouveaux produits ou expériences touristiques conçus par des exploitants touristiques nouveaux ou existants qui sont soutenus par les programmes du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture.

### Rendement général

Supérieur à la cible

*Nombre de nouveaux produits et expériences conçus avec les entreprises*



### Raison d'être de cette mesure

L'augmentation du nombre et de la qualité des produits et expériences touristiques est un pilier de la croissance globale de l'économie du tourisme, car elle permet d'accroître l'expérience du visiteur et les revenus des exploitants et, en fin de compte, l'économie du tourisme.

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

- Le Ministère a élaboré le programme INSPIRE, un programme de perfectionnement professionnel avant-gardiste (le premier au Canada) conçu par le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture pour l'industrie du tourisme. Ce programme avant-gardiste, axé sur le développement d'expériences et l'entrepreneuriat, permet aux entrepreneurs touristiques de faire passer leur entreprise au niveau supérieur.
- Un programme de mentorat d'entreprise visant la préparation accélérée au marché fournit des recommandations pour faire progresser le produit et la préparation au marché d'une entreprise touristique.
- Un plan de développement touristique communautaire a été établi.
- Des ateliers intensifs en démarrage d'entreprises touristiques ont été offerts pour encourager les nouveaux entrepreneurs touristiques.

## Collectivités dynamiques et viables

### Objectif de la mesure

Mieux inventorier le patrimoine bâti et les sites archéologiques

### Mesure

Kilomètres de côte du Nouveau-Brunswick étudiés et ressources archéologiques inventoriées

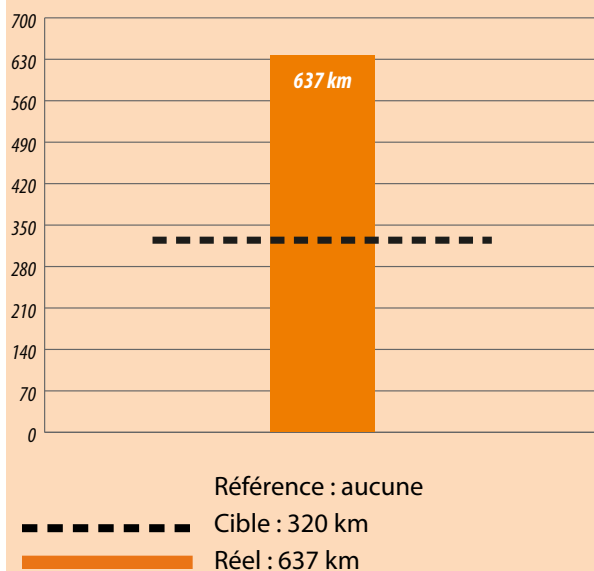
### Description de la mesure

Kilomètres de côte du Nouveau-Brunswick étudiés

### Rendement général

Supérieur à la cible

*Kilomètres de côte du Nouveau-Brunswick étudiés et ressources archéologiques inventoriées*



### Raison d'être de cette mesure

Les changements climatiques ont un impact sur les zones côtières en raison de la fréquence et de l'intensité accrues des tempêtes et des élévations du niveau de la mer. Ces événements menacent à la fois les ressources archéologiques connues et non encore découvertes du Nouveau-Brunswick. L'étude des zones côtières est une mesure importante pour la conservation de notre patrimoine.

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

Le Ministère a amorcé une étude pluriannuelle pour évaluer les ressources archéologiques côtières. Cette étude a amélioré notre connaissance des ressources archéologiques côtières et a permis au Ministère de surveiller les impacts et de les atténuer dans la mesure du possible. En tout, 89 nouveaux sites autochtones et 114 nouveaux sites historiques ont été enregistrés dans la base de données provinciale des sites archéologiques. Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture remercie l'archéologue invitée, Jessie Birkett-Rees, Ph. D., de l'Université Monash, en Australie, de sa contribution aux résultats de cette étude.

## Collectivités dynamiques et viables

### Objectif de la mesure

Établir des partenariats avec les Premières Nations et les collectivités

### Mesure

Nombre de protocoles d'entente établis avec les Premières Nations relativement au patrimoine et à la culture

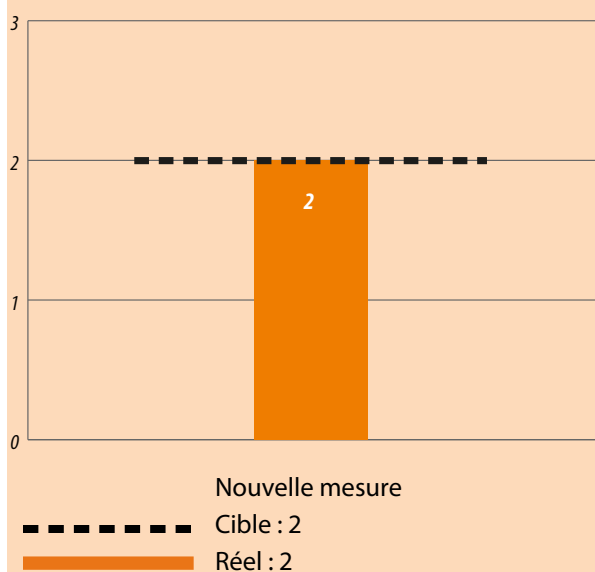
### Description de la mesure

Nombre de protocoles d'entente

### Rendement général

Cible atteinte

*Nombre de protocoles d'entente établis relativement au patrimoine et à la culture*



### Raison d'être de cette mesure

Les protocoles d'entente sont des outils puissants qui permettent au ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture de gérer les ressources patrimoniales et archéologiques en collaboration avec les Premières Nations en établissant des politiques et des procédures concertées.

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

Le Ministère a signé un protocole d'entente avec la Première Nation de Metepenagiag concernant la gestion des ressources patrimoniales et archéologiques du centre du patrimoine de Metepenagiag. Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a également établi une table bilatérale avec la Nation Wolastoqey au Nouveau-Brunswick pour établir des protocoles de communication et d'autres outils de gestion des ressources archéologiques.

## Collectivités dynamiques et viables

### Objectif de la mesure

Accroître la participation au sport et aux loisirs de qualité

### Mesure

Nombre de membres (participants) payants inscrits aux organismes provinciaux de sport

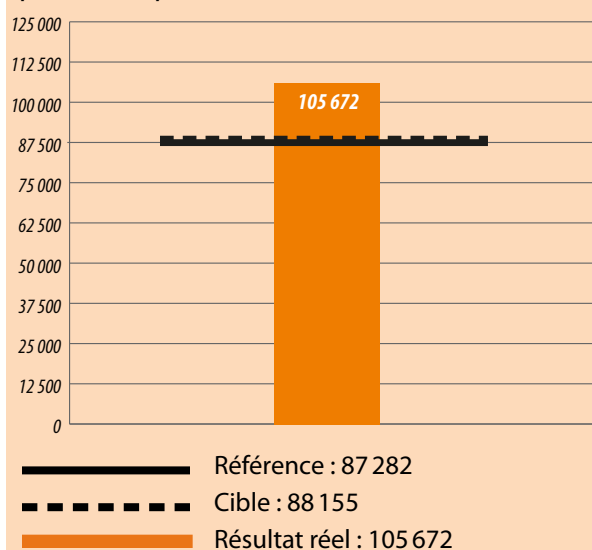
### Description de la mesure

Nombre de membres payants inscrits au cours de l'année civile

### Rendement général

Supérieur à la cible

*Nombre de membres (participants) payants inscrits aux organismes provinciaux de sport*



### Raison d'être de cette mesure

Accroître la participation des Néo-Brunswickois à des activités sportives et de loisir de qualité est un objectif stratégique du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture et de ses organismes partenaires, car ces activités améliorent la vie active et le bien-être des Néo-Brunswickois. Le nombre de membres des organismes provinciaux de sport est un indicateur clé des niveaux de participation.

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

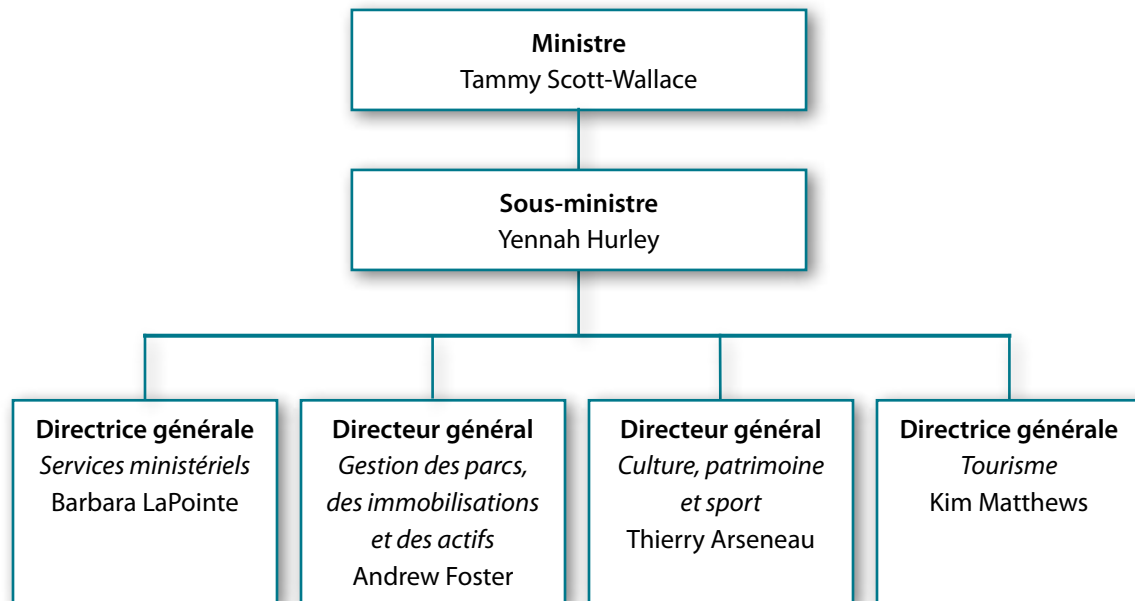
L'entente bilatérale *Allez-y NB! - L'action par le sport* consacre 577 000 \$ par année à l'augmentation de la participation au sport et à l'amélioration de la culture de l'activité physique.

L'initiative visant l'avancement des femmes et des filles dans le sport et les loisirs a été lancée pour accroître la participation sportive des femmes et des filles dans tous les rôles (participantes, entraîneuses, officielles et leaders).

# 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 est d'assurer la direction de la création et de la mise en œuvre de produits expérientiels novateurs et de campagnes multimodales de marketing et de ventes, de gérer la communauté des médias sociaux, d'offrir des conseils aux visiteurs et de concevoir des stratégies pour les médias touristiques afin d'atteindre les objectifs de la Stratégie de croissance du tourisme. La Division compte trois directions : Innovation des produits, Marketing de destinations et ventes, Partenariats.

La Division a lancé neuf initiatives destinées à renforcer la capacité de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick à accueillir de futurs visiteurs. Ces initiatives sont les suivantes :

1. Initiative des ambassadeurs du Nouveau-Brunswick
2. Campagne destinée à encourager les Néo-Brunswickois à passer leurs vacances dans la province
3. Marketing à l'exportation
4. Renforcement des capacités de l'industrie et formation
5. Développement d'expériences et de produits
6. Développement du tourisme communautaire
7. Comité consultatif de l'industrie
8. Infrastructure stratégique
9. Chasse et pêche

### Direction de l'innovation des produits

La Direction de l'innovation des produits apporte une vision et une orientation en matière de développement de produits et d'expériences touristiques aux entrepreneurs et aux petites entreprises touristiques du Nouveau-Brunswick. La Direction a axé ses efforts sur la recherche, l'analyse et la mise à l'essai de concepts de produits novateurs et a joué un rôle clé pour rehausser le niveau d'entrepreneuriat et d'innovation dans l'industrie. En tout, 174 appels ont été interjetés en vertu de la *Loi sur l'évaluation*. De ce nombre, 138 avaient trait à des biens résidentiels et 36, à des biens commerciaux.

## Renforcement de la capacité de l'industrie et la formation

### Faits saillants

- ♦ La stratégie d'innovation des produits touristiques a permis à plus de 50 entreprises et entrepreneurs touristiques d'améliorer leur offre de produits et leur préparation au marché.
- ♦ Deux ateliers d'une fin de semaine en démarrage d'entreprises touristiques ont été offerts en 2019, un à Bathurst, en français et un à Miramichi, pour les Autochtones. Quatre nouvelles entreprises touristiques ont vu le jour grâce à cette initiative.

## Développement d'expériences et de produits

### Faits saillants

- ♦ Plus de 40 nouveaux produits et expériences touristiques ont été mis au point sur les thèmes de la gastronomie, de l'aventure, des parcs et de la culture, notamment la culture autochtone;
- ♦ Un partenariat avec l'industrie a permis d'organiser le tout premier symposium de tourisme gourmand au Nouveau-Brunswick, Goûter l'histoire. Le symposium célébrait les aliments locaux, réunissant les producteurs locaux, les exploitants touristiques et les organismes de marketing de destinations et les inspirant à promouvoir le « goût » du Nouveau-Brunswick.
- ♦ Le programme INSPIRE a été offert. Ce programme de perfectionnement professionnel avant-gardiste (le premier au Canada) est destiné à l'industrie du tourisme. Le programme INSPIRE, un programme de perfectionnement professionnel avant-gardiste (le premier au Canada) destiné à l'industrie du tourisme. Mettant l'accent sur la mise au point d'expériences et l'entrepreneuriat, ce programme a permis aux entrepreneurs touristiques de faire passer leur entreprise à un niveau supérieur.

- ◆ Des efforts ont été entrepris avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure par rapport à l'ajout de panneaux de signalisation le long des routes panoramiques du Nouveau-Brunswick pour orienter les visiteurs. La route panoramique Fundy a été étendue pour inclure les îles de Fundy (Grand Manan, île Deer et Campobello).

## Développement du tourisme communautaire

### Faits saillants

- ◆ Le village d'Alma a obtenu de l'aide pour prolonger l'Alma Lobster Fleet Launch et en faire un festival de trois jours qui a permis au village de mettre en valeur son patrimoine, sa culture et ses boissons et aliments locaux. Cela a permis au village de prolonger sa saison touristique et de renforcer son sentiment de fierté communautaire.
- ◆ La Direction a collaboré au développement de destinations avec les collectivités côtières et celles des Premières Nations.
- ◆ Un soutien a été accordé au ministère de l'Environnement et des Gouvernements locaux pour modifier la *Loi sur la gouvernance locale* pour créer un règlement permettant de percevoir la taxe sur l'hébergement touristique.

## Direction du marketing de destinations et des ventes

Le mandat de la Direction du marketing de destinations et des ventes est de communiquer avec le visiteur cible en utilisant des solutions innovantes, intégrées et technologiques. Pour ce faire, elle s'adresse au visiteur potentiel là où il se trouve, en lui fournissant les renseignements dont il a besoin, quel que soit le dispositif utilisé. Cela comprend des campagnes de marketing ainsi que des efforts liés aux médias touristiques. La Direction se charge également de positionner et de promouvoir le Nouveau-Brunswick en tant que destination touristique par l'intermédiaire des filières touristiques et commerciales (c.-à-d. les entreprises de tourisme et de transport, les transporteurs aériens, les agents de voyages et les organisateurs de voyages 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 pro-

duits touristiques du Nouveau-Brunswick soient mis en évidence dans les campagnes de marketing de divers voyageurs. Elle gère également les centres provinciaux d'information aux visiteurs.

## Campagne sur les vacances chez soi

### Faits saillants

- ◆ Mise en branle de la campagne hivernale *L'évasion est si près de chez vous*, qui ciblait la population du Nouveau-Brunswick;
- ◆ En collaboration avec les acériculteurs et les brasseries artisanales, facilitation et soutien de la campagne L'éérable : la saveur de la saison pour établir des partenariats et mieux faire connaître les expériences et les produits de l'éérable du Nouveau-Brunswick;
- ◆ Élaboration et lancement d'un concours estival sur les médias sociaux, destiné à la population du Nouveau-Brunswick.

## Marketing à l'exportation

### Faits saillants

- ◆ Conception et mise en œuvre de programmes de marketing intégrés sur les marchés extérieurs de l'Ontario, du Québec et des États-Unis.
- ◆ Participation à un programme de marketing intégré (y compris des initiatives visant l'industrie et les médias touristiques) en Nouvelle-Angleterre, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Chine, en partenariat avec les partenaires provinciaux panatlantiques, Tourisme Atlantique (APECA) et Destination Canada.
- ◆ Lancement d'une campagne sur le marché français, en partenariat avec Destination Canada.
- ◆ Mise en place d'un programme de marketing ciblant les motoneigistes sur le marché du Québec, en partenariat avec le groupe régional L'Odyssée du Nord (Edmundston, Campbellton, région Chaleur et Péninsule acadienne).



- ◆ Organisation de circuits personnalisés à l'intention des médias, qui ont accueilli 125 journalistes, membres d'équipes de tournage et influenceurs des médias provenant principalement des marchés clés (Canada, États-Unis, France, Royaume-Uni, Allemagne), ce qui a permis de générer une valeur publicitaire totale de 8,7 millions de dollars et 433 millions d'impressions en circulation.
- ◆ Neuf pages en couleur sur le championnat mondial de hockey sur étang dans le magazine *enRoute* d'Air Canada, sur papier et en ligne, grâce aux efforts de l'équipe responsable des médias.
- ◆ Épisode sur le Nouveau-Brunswick à l'émission *Destination Polaris* sur Fox Sports Networks, fournissant une large exposition et renforçant l'attrait du marché à créneaux.
- ◆ Le camping hivernal de luxe au Nouveau-Brunswick a été couvert par le *Globe and Mail*, le magazine *Forbes* et MSN, lui donnant une notoriété considérable.
- ◆ Partenariat avec l'Atlantic Ballet Theatre, à Moncton, pour créer une série vidéo en huit parties présentant le tourisme culturel au Nouveau-Brunswick dans une optique nouvelle et créative.
- ◆ Pour une cinquième année de suite, titre de meilleur parc-vélo de l'est du Canada décerné au parc-vélo du parc provincial Sugarloaf par <https://mtbparks.com>.

Renforcement des capacités de l'industrie – faits saillants concernant le marketing et le Web

- Formation suivante offerte dans le cadre du programme INSPIRE : atelier intensif de marketing, segmentation des données et des visiteurs, utilisation de Google My Business, formation haut de gamme relative aux médias sociaux.

## Direction des partenariats

La Direction des partenariats est chargée de mobiliser les investissements gouvernementaux et privés pour soutenir le développement du marché et des programmes

touristiques et de gérer le Comité consultatif de l'industrie touristique ainsi que les relations et les initiatives fédérales-provinciales.

## Faits saillants

- ◆ Investissement d'environ 1,4 million de dollars dans une base diversifiée d'initiatives regroupant le gouvernement fédéral, Destination Canada, les provinces limitrophes, les voyagistes stratégiques, les compagnies aériennes, les croisiéristes, etc. Cet investissement a permis de mobiliser 4,7 millions de dollars pour mieux faire connaître le Nouveau-Brunswick, sa présence et ses programmes, ce qui a eu un impact sur le nombre de visiteurs au Nouveau-Brunswick et favorisé l'essor de l'industrie touristique.
- ◆ Investissement de 718 000 \$ dans l'Entente sur le tourisme dans la région de l'Atlantique, une entente fédérale-provinciale, comprenant Tourisme Atlantique (APECA) et les quatre provinces et axée sur les marchés américain et britannique. Le gouvernement provincial a mobilisé 1,1 million de dollars supplémentaires pour le marketing, ce qui a permis d'élargir les programmes visant les consommateurs, l'industrie et les médias touristiques sur ces marchés internationaux très concurrentiels. En outre, le Nouveau-Brunswick a eu l'occasion de travailler avec des éditeurs clés, qui trouvent un écho sur chaque marché et créent de nouveaux atouts pour chaque marché.

Partenariat avec Destination Canada, Tourisme Atlantique (APECA) et les quatre ministères provinciaux du Tourisme dans le cadre de l'Initiative de commercialisation pour l'accroissement du tourisme international (ICATI) dans le but d'accroître la sensibilisation et d'augmenter le nombre de visiteurs issus des marchés allemand et chinois. Le Nouveau-Brunswick a investi 75 000 \$ et obtenu un rendement de 1,5 million de dollars. Les agents de tourisme réceptif canadiens sur le marché chinois ont réservé à eux seuls plus de 4 000 nuitées au Nouveau-Brunswick, et les réservations sur le marché allemand ont donné lieu à plus de 5 500 nuitées.

- ◆ Partenariat avec l'Atlantic Canada Cruise Association (ACCA), représentant un investissement de 9 300 \$ qui a mobilisé environ 330 000 \$. TPC s'est également associé au port de Saint John et à Découvrez Saint John dans le cadre du partenariat de la baie de Fundy, investissant 35 000 \$ pour en mobiliser 135 000 \$. Ces programmes se sont concentrés sur des initiatives stratégiques de vente et de marketing afin de maintenir et de développer davantage le marché des croisières dans la région. En 2019, le port de Saint John a accueilli 79 navires, 196 000 passagers et 79 212 membres d'équipage.
- ◆ Deuxième année d'un partenariat de trois ans avec l'Indigenous Tourism Association of Canada (ITAC), Tourisme Atlantique (APECA) et les quatre provinces. L'investissement de TPC, qui s'élevait à 8 333 \$, a permis de mobiliser environ 315 000 \$. Ce partenariat avait pour but d'améliorer le développement du marché et la préparation au marché dans les communautés autochtones. Outre les initiatives de développement menées avec plusieurs propriétaires d'entreprises autochtones partout dans la province, les partenaires de l'industrie ont participé à des missions sur les pratiques exemplaires et assisté au Congrès international du tourisme autochtone, en Colombie-Britannique, en novembre ET au premier Sommet du tourisme autochtone atlantique, qui s'est déroulé à Moncton, les 7 et 8 mai 2019.
- ◆ Partenariat avec Porter Airlines, Découvrez Saint John, Tourisme Fredericton et Tourisme Moncton pour une campagne visant à augmenter le nombre de passagers dans les régions de Saint John, de Fredericton et de Moncton. Les réservations pour la période de la campagne ont augmenté de 14,8 % par rapport à l'année précédente, chacune des trois villes ayant connu une forte hausse.

- ◆ Établissement du Comité consultatif de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick au début de 2019 pour assurer des échanges stratégiques, une collaboration plus étroite et une meilleure compréhension des enjeux, des défis et des possibilités de l'industrie touristique. Il a été considérablement élargi à la fin de mars 2020 en réponse à la COVID-19 pour assurer un haut niveau et une portée provinciale et représenter tous les secteurs et organismes associés à l'industrie touristique.

## Division de la culture, du patrimoine et du sport

La Division de la culture, du patrimoine et du sport soutient la croissance économique et favorise la fierté et le bien-être des gens du Nouveau-Brunswick grâce à la conservation, au développement, à la promotion et au soutien des secteurs du patrimoine, des arts, de la culture, du sport et des loisirs.

La Division est composée de trois directions : Arts, culture et commémorations, Archéologie et patrimoine, Sport et loisirs.

### Direction des arts, de la culture et des commémorations

La Direction des arts, de la culture et des commémorations assure la direction de l'élaboration, de la mise en œuvre et du suivi des programmes, politiques et stratégies du gouvernement qui soutiennent les arts et les industries culturelles (cinéma, télévision et nouveaux médias, musique et enregistrement sonore, édition de livres et de périodiques, arts visuels et métiers d'art). La Direction facilite le développement culturel communautaire et le développement économique des industries culturelles du Nouveau-Brunswick en offrant des services consultatifs, une aide financière et des services techniques aux organismes artistiques, aux associations et à la collectivité. La direction gère la collection ArtNB et travaille en collaboration avec le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick pour s'assurer que les programmes des deux organismes sont propices à l'avancement des arts au Nouveau-Brunswick.

La Direction des arts, de la culture et des commémorations comprend neuf employés, dont deux gestionnaires, quatre conseillères en programmes, une adjointe administrative, une agente administrative et un technicien de la banque d'œuvres d'art.

### Faits saillants

- ◆ Cinquième année d'exécution de la politique culturelle du Nouveau-Brunswick, *Un avenir empreint de créativité*. Toutes les mesures ont été accomplies ou sont en cours.
- ◆ Conformément à la politique d'art public du Nouveau-Brunswick, commande de deux œuvres d'art public pour les nouveaux bâtiments du parc provincial Mont Carleton et la Maplehurst Middle School.
- ◆ Collaboration à neuf projets pour renforcer la capacité et le potentiel en matière d'exportation, grâce au programme Prepare for Take Off.
- ◆ Subventions totalisant 6 846 millions de dollars aux industries des arts et de la culture. Les bénéficiaires des subventions sont indiqués sur le site [www.gnb.ca/culture](http://www.gnb.ca/culture);
- ◆ Expansion des programmes Artistes en résidence, VanGO! et Grande visite pour les étendre au système scolaire du Nouveau-Brunswick, grâce à un partenariat avec le ministère de l'Éducation et du Développement de la petite enfance, qui permet de mettre la Banque d'œuvres d'art en valeur dans le système scolaire du Nouveau-Brunswick. Les efforts relatifs à cette initiative ont été renouvelés afin de permettre aux élèves de tirer profit des échanges avec les artistes professionnels du Nouveau-Brunswick par la présentation d'expositions dans toutes les écoles.
- ◆ Un protocole d'entente a été signé entre le gouvernement du Nouveau-Brunswick et l'État de la Louisiane. Tourisme, Patrimoine et Culture dirige plusieurs des activités culturelles, artistiques et patrimoniales du plan d'action.
- ◆ Le Programme de soutien de base a été renouvelé pour trois ans, fournissant 2,2 millions de dollars à 47 clients de base.
- ◆ La préparation de Francfort 2020 a été soutenue moyennant un financement accordé à trois éditeurs.
- ◆ Une nouvelle stratégie 2020-2025 pour les industries des arts et de la culturelle a été élaborée avec l'aide des industries culturelles et des parties prenantes des arts afin de définir les piliers et les mesures à mettre en œuvre.

### Direction de l'archéologie et du patrimoine

La Direction de l'archéologie et du patrimoine se charge des activités de promotion, de conscientisation, de connaissance, de conservation et de préservation touchant les ressources patrimoniales humaines et naturelles du Nouveau-Brunswick, et ce, pour les générations actuelles et à venir.

La Direction de l'archéologie et du patrimoine compte trois sections : Section de la réglementation, Section des services patrimoniaux, Section des recherches archéologiques. Sous la gouverne d'un archéologue provincial et d'un directeur, la Direction se charge de la préservation, de la gestion et du développement du patrimoine archéologique et bâti du Nouveau-Brunswick. Les principaux secteurs d'activités comprennent ce qui suit :

La **Section de la réglementation** administre la délivrance de permis réglementaires en vertu de la *Loi sur la conservation du patrimoine* et assure la mise en application et la surveillance des travaux entrepris par les détenteurs de permis en matière d'archéologie, de patrimoine bâti et de paléontologie. Cette section effectue des recherches et s'occupe de l'entretien et de la conservation de la collection d'archéologie de la province. En 2019, la Section a délivré 167 permis pour des recherches archéologiques, 14 permis pour des travaux liés au patrimoine, 20 permis pour la modification de sites archéologiques et un permis pour des recherches paléontologiques.

La **Section des services patrimoniaux** offre des services d'aide financière et de planification et d'orientation patrimoniales aux communautés muséales et patrimoniales de la province.

La **Section des recherches archéologiques** entreprend des évaluations archéologiques et des travaux sur le terrain pour des projets relevant de divers ministères et organismes.

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, et ce, au profit des générations actuelles et futures.

### Faits saillants

- ◆ Collaboration avec le ministère des Transports et de l'Infrastructure pour élaborer une approche de conservation des ponts couverts dont le gouvernement provincial est propriétaire.
- ◆ Par l'entremise du Programme du patrimoine bâti, participation à 16 projets de remise en état du patrimoine bâti dans des lieux patrimoniaux importants pour la collectivité.
- ◆ Le Programme d'emploi d'été dans les musées communautaires a permis l'affectation de 103 employés, et le ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail a créé 900 semaines de travail dans les musées communautaires. Les employés embauchés ont eu l'occasion d'approfondir leur connaissance de l'histoire du Nouveau-Brunswick et d'acquérir des compétences professionnelles.
- ◆ Dans le cadre du projet quinquennal d'étude des régions côtières, la Direction a étudié une zone côtière de 637 km, ce qui a permis d'enregistrer 89 nouveaux sites autochtones et 114 nouveaux lieux historiques dans la base de données provinciale des sites archéologiques.
- ◆ Cours de formation de technicien en archéologie de niveau 1, élaboré par le GNB. 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. Comme les premiers étudiants ont obtenu leur diplôme en 2016, l'emploi de ces techniciens dans le secteur de l'archéologie s'élève en moyenne à environ 70 %.
- ◆ Coordination de la Semaine du patrimoine de 2019, sous le thème *Notre histoire vivante : Explorons notre patrimoine culturel*, qui a donné lieu à 119 fêtes scolaires et 11 fêtes régionales du patrimoine, dont le point culminant a été la Fête provinciale du patrimoine.
- ◆ Coordination de la célébration officielle de la Fête du Nouveau-Brunswick, tenue à Pokemouche.

### Direction du sport et des loisirs

La Direction du sport et des loisirs fournit une orientation et un soutien stratégiques pour renforcer les organismes de sport et de loisirs dans le but de créer un système de prestation solide et robuste qui offre des possibilités enrichissantes, accessibles et hautement valorisées pour favoriser le bien-être de la population du Nouveau-Brunswick. 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.

### Faits saillants

- ◆ Poursuite des efforts pour éliminer les obstacles auxquels les femmes et les filles sont confrontées dans le sport et les loisirs. Les principaux résultats sont une affectation de fonds à Allez-y NB! se rapportant précisément à cette initiative et un partenariat entre Elle est active NB et Entraîneur NB.

- ◆ Soutien financier de base accordé à Aboriginal Sport and Recreation New Brunswick (ASRNB) pour aider à créer un avenir plus sain pour les collectivités, familles et particuliers autochtones en accordant la priorité au sport, aux loisirs et à l'activité physique. La Direction a élaboré une stratégie pour le sport et les loisirs autochtones afin de préciser et d'orienter les possibilités dans ces domaines pour les peuples autochtones du Nouveau-Brunswick.
- ◆ Maintien de l'objectif clé visant à accroître les possibilités pour les personnes handicapées de participer aux sports et aux loisirs. La Direction a procédé à une mise à jour de sa stratégie en mettant l'accent sur les personnes en situation de handicap. Un soutien a été accordé à Parasport Nouveau-Brunswick pour appuyer le développement systématique des sports paralympiques officiels partout dans la province.
- ◆ Coprésidence du 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 touchant la sécurité dans le sport et les loisirs. La Direction a également travaillé à l'établissement d'un ensemble de politiques relatives à la sécurité dans le sport.
- ◆ Cette ressource aidera les organismes de sport à renforcer leur gouvernance, leurs politiques et leurs procédures.
- ◆ Collaboration avec le Centre canadien multisport Atlantique pour faciliter la mise en place d'une « initiative pour le sport de qualité » permettant à chaque organisme provincial de sport (OPS) de diriger un programme de développement des athlètes au Nouveau-Brunswick. Huit OPS ont terminé le premier volet, et six ont été désignés pour le deuxième volet.

#### ◆ **Subventions régionales**

Le **programme de subventions régionales** a apporté un soutien aux organismes locaux et régionaux qui servent de premier point d'accès aux programmes communautaires de sport et de loisir et a pour objectif de promouvoir l'engagement communautaire par l'intermédiaire d'initiatives communautaires de sport et de loisirs. Cent cinquante-trois subventions totalisant 454 155 \$ (une moyenne de 2 968 \$ par subvention) ont été accordées à des groupes de sport et de loisirs.

Le **programme de subventions – Communautés actives** a appuyé les activités et les projets qui sensibilisent la population à l'importance et au plaisir de l'activité physique. Cent vingt et une subventions totalisant 270 360 \$ (une moyenne de 2 253 \$ par subvention) ont été accordées pour soutenir les possibilités de participation active des gens du Nouveau-Brunswick.

#### ◆ **Subventions provinciales**

Le **soutien de base prévu par le modèle de financement I** est accordé aux organismes provinciaux de sport afin de les appuyer dans leurs principales activités, c'est-à-dire la gouvernance, le développement du leadership, le développement des athlètes, la participation aux Jeux du Canada et le développement des athlètes en situation de handicap. Un total de 1 342 000 \$ a été réparti entre les 43 organismes provinciaux de sport.

Le **soutien de base prévu par le modèle de financement II** est accordé aux organismes provinciaux multisports et de loisirs ainsi qu'à ceux qui contribuent au développement du leadership. Un total de 1 192 384 \$ a été accordé à 15 organismes provinciaux multisports et de loisirs.

Le **financement du programme de permanence en sport** est fourni aux organismes provinciaux de sport et de loisirs pour l'embauche de personnel professionnel qui soutiendra les bénévoles dans l'exercice de leurs fonctions. Un total de 1 015 100 \$ a été investi dans la création de 32 postes de personnel professionnel et de quatre postes d'entraîneurs professionnels.

Le **Programme d'aide aux athlètes du Nouveau-Brunswick** offre une aide financière aux athlètes de haut niveau du Nouveau-Brunswick qui ont obtenu des résultats notables à l'échelle nationale ou internationale ou qui ont le potentiel de se tailler une place au sein d'une équipe nationale canadienne senior ou junior. Les subventions vont de 500 à 6 000 \$, et 45 athlètes de haut niveau se sont partagé 118 500 \$.

### Indicateurs de rendement clés

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

Le financement provincial et régional octroyé par Allez-y NB a permis de soutenir des programmes axés sur le développement du leadership. En plus de promouvoir la culture de l'activité physique et d'éliminer les obstacles à la participation au sport, le programme met un accent particulier sur la participation des groupes sous-représentés : les jeunes autochtones, les personnes en situation de handicap, les personnes désavantagées sur le plan économique et les femmes et les filles.

Nombre d'initiatives Allez-y NB! qui ciblent les groupes sous-représentés

- Femmes et filles : 6 initiatives provinciales et 5 initiatives régionales
- Jeunes désavantagés sur le plan économique : 4 initiatives régionales
- Personnes en situation de handicap : 5 initiatives provinciales et 9 initiatives régionales
- Jeunes autochtones : 1 initiative provinciale et 2 initiatives régionales

#### Accroître la participation au sport et aux loisirs de qualité

Un suivi des tendances relatives aux organismes provinciaux de sport et aux clubs et organismes régionaux est assuré. Le soutien des initiatives visant à renforcer la culture de l'activité physique et à offrir aux enfants et aux jeunes la possibilité de participer à des activités compatibles avec les trois premières étapes du modèle de développement à long terme du sport et de l'activité physique figure parmi les résultats importants de la Direction. Des groupes cibles particuliers sont surveillés dans le cadre d'une approche stratégique, notamment

les jeunes autochtones, les personnes en situation de handicap, les femmes et les filles, et les jeunes désavantagés sur le plan économique.

Nombre de membres (participants) payants inscrits aux organismes provinciaux de sport

- 105 672 : participants
- 1 422 : clubs
- Référence : rapport de 2017 = 107 967 participants / rapport de 2018 = 87 282 participants

#### Renforcer le système de sport et de loisirs

Nombre d'organismes provinciaux de sport qui ont terminé la mise en place d'une initiative pour le sport de qualité pour créer un programme de développement des athlètes au Nouveau-Brunswick

- Cible : 8
- Objectif ambitieux : 14
- Résultat réel : 14

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 en situation de handicap.

Nombre de subventions régionales visant les personnes en situation de handicap

- Cible : 8
- Objectif ambitieux : 10
- Résultat réel : 16

Le fait que nous ayons dépassé notre objectif et notre objectif ambitieux mérite d'être célébré, mais n'a rien d'étonnant. Un accent accru a été mis sur le renforcement de nos relations avec Parasport Nouveau-Brunswick. Cette coordination accrue ainsi que l'amélioration des communications avec les groupes de clients ont très certainement eu un impact positif sur nos chiffres.



## Division de la gestion des parcs, des immobilisations et des actifs

La Division de la gestion des parcs, des immobilisations et des actifs est composée de deux directions : la Direction des parcs et des attractions et la toute nouvelle Direction de la gestion des immobilisations et des actifs.

### Direction des parcs et des attractions

La Direction des parcs et des attractions est responsable de 24 parcs et attractions provinciaux et apporte un soutien considérable aux autres installations touristiques qui ont une valeur économique stratégique pour le gouvernement du Nouveau-Brunswick.

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

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

### Faits saillants

- ◆ Les parcs et attractions provinciaux ont accueilli 1 230 million de visiteurs en 2019-2020, dont 273 500 personnes qui ont visité Hopewell Rocks, et 56 270, le Village historique acadien.
- ◆ Plus de 76 200 nuitées ont été passées dans les terrains de camping exploités par le personnel du Ministère. Trois parcs provinciaux offrent des services de camping exploités par des tiers, et ils se sont partagés 31 000 nuitées.
- ◆ Un total de 100 000 \$ a été consacré aux installations des parcs pour améliorer l'accessibilité des personnes à mobilité réduite et des personnes en situation de handicap. Des améliorations ont été apportées au bureau administratif du parc provincial Mactaquac, notamment des toilettes accessibles. De plus, quatre fauteuils roulants Hippocampe, trois fauteuils roulants flottants WaterWheels et un vélo de montagne adapté Bowhead Reach ont été achetés et répartis de façon stratégique dans le réseau de parcs.
- ◆ Un processus complet de participation du public a été entrepris dans le cadre des efforts visant à établir une zone protégée dans le bassin versant de la rivière Restigouche. Plus de 250 personnes ont répondu à un sondage en ligne et près de 150 ont participé aux quatre journées portes ouvertes. Un processus de consultation distinct a été mené pour amorcer le dialogue avec les Premières Nations.
- ◆ La plage Parlee a reçu la désignation Pavillon Bleu pour la saison touristique de 2019. Le Pavillon bleu, administré au Canada par Environmental Defence, constitue une reconnaissance des efforts de PTC en matière de gestion de l'environnement, de participation communautaire et de partage des connaissances.
- ◆ Une station-service et un entrepôt pour motoneiges, exploités par Maliseet Fuels, de la Première Nation de Woodstock, ont été construits, permettant d'étendre le réseau de sentiers de motoneige des monts Christmas dans la région du mont Carleton.
- ◆ Un nouveau centre d'accueil a été construit dans le parc provincial Mont Carleton, au pied du lac Nictau. Il sert également de centre de réchauffement hivernal, car le parc a été ouvert pour les activités hivernales en 2017.

- ♦ La Direction a participé à l'initiative de création d'« emplois verts » dans les parcs, de concert avec le Conseil canadien des parcs et Project Learning Tree, pour engager 13 étudiants qui ont aidé à mettre en place un programme d'amélioration de l'expérience des visiteurs dans les parcs. Le programme a amélioré l'expérience générale des visiteurs en élargissant les produits pour inclure le sport, la culture, l'histoire, la gastronomie et l'art.
- ♦ La Direction dirige l'élaboration du Plan d'action sur les sentiers du Nouveau-Brunswick, une initiative provinciale destinée à améliorer nos sentiers afin qu'ils deviennent compétitifs sur le plan international et d'optimiser le potentiel de croissance. Le Plan d'action sur les sentiers du Nouveau-Brunswick appuie l'aménagement de sentiers Prestige. Ces sentiers ont la plus grande valeur touristique et récréative et sont des attractions touristiques régionales majeures ainsi que des moteurs économiques. Les sentiers Prestige sont destinés à un usage polyvalent et comprennent des sentiers motorisés pour les utilisateurs de VTT et de motoneiges et des sentiers non motorisés pour les amateurs de randonnée, de cyclisme et de plein air.
- ♦ De nouveaux panneaux d'orientation et d'interprétation pour les parcs provinciaux ont été mis en place en 2019, notamment de nouveaux panneaux à l'entrée de tous les parcs provinciaux.

### Indicateurs de rendement clés

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

Référence : 47 300 nuitées dans les terrains de camping  
 Cible : 49 000 nuitées dans les terrains de camping  
 Résultat réel : 46 822 nuitées dans les terrains de camping, soit une baisse de 1 %

#### Visites de parcs et d'attractions stratégiques (plage Parlee, mont Carleton) durant l'été (de juin à septembre)

Référence : 224 523 visites  
 Cible : 229 000 visites  
 Résultat réel : 251 396 visites, ce qui représente une augmentation de 12 %

#### Évaluation de l'expérience des visiteurs sur TripAdvisor

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

#### Direction de la gestion des immobilisations et des actifs

La Direction de la gestion des immobilisations et des actifs élabore le budget d'immobilisations annuel pour tous les parcs, attractions et lieux patrimoniaux relevant du Ministère et coordonne la mise en œuvre de tous les projets d'immobilisation. La Direction veille à ce que tous les projets respectent les exigences législatives et réglementaires associées à l'entretien des immobilisations. Elle répond également aux exigences en matière de consultation des Premières Nations lorsque cela est nécessaire pour évaluer les impacts potentiels sur les droits ancestraux et issus de traités.

### Faits saillants

- ♦ Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a investi un montant record de 9,45 millions de dollars dans les immobilisations.
- ♦ Les projets d'immobilisations réalisés au cours de l'année comprennent un nouveau pavillon au mont Carleton, le remplacement d'un pont du sentier au mont Carleton, la rénovation du bâtiment Cookhouse et du pavillon Hearst dans la promenade du sentier Fundy, la stabilisation et le revêtement du sentier de la vallée Wolastoq et des projets de préservation historique dans l'île Ministers.



## Indicateurs de rendement clés

La Direction de la gestion des immobilisations et des actifs a terminé sa première année avec succès en ce qui a trait à la gestion du budget d'immobilisations du Ministère; 99,4 % du budget final a été dépensé.

## Pourcentage de projets d'infrastructures touristiques stratégiques en bonne voie

Référence : nouvelle mesure  
Cible : 90 %  
Objectif ambitieux : 100 %  
Résultat réel : 99 %

Immobilisations					
Exercice financier	Budget approuvé (\$)	Moins les fonds affectés aux projets retirés ou annulés par le gouvernement (\$)	Budget final (\$)	Dépenses réelles (\$) (31 mars 2020)	Pourcentage dépensé
2019-2020	12 945 000	3 440 000	9 505 000	9 451,8	99,4

## Division des services ministériels

La Division des services ministériels fournit des services à l'échelle du Ministère, notamment en matière de gestion financière, de gestion des ressources humaines, de politique, de planification, d'excellence du rendement, d'approvisionnement stratégique, de gestion de l'information et de technologies. La Division comprend trois directions : Direction des politiques, de la planification et de l'excellence du rendement, Direction des ressources humaines, Direction des services de gestion financière, de gestion de l'information et des technologies.

### 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 offre une variété de services généraux qui permettent d'offrir les programmes ministériels. Les mandats sont les suivants :

**Politique :** offrir une expertise, des analyses et des conseils aux décideurs du Ministère dans les domaines de l'élaboration des politiques, 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.

**Planification :** améliorer l'utilisation que le Ministère fait de la gestion du rendement fondée sur des données probantes, effectuer des recherches, des analyses et des interprétations relatives à la prestation des programmes ministériels (p. ex. : marketing du tourisme) et gérer l'information et les mesures se rapportant au rendement du Ministère et du secteur.

**Excellence du rendement :** améliorer le rendement et la capacité du Ministère en mettant en œuvre le système de gestion officiel 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).

### Faits saillants

- ♦ Soutenu la mise en œuvre d'une initiative d'optimisation des ressources qui a établi et harmonisé les mesures de rendement applicables à l'objectif du Ministère, aux besoins des clients et aux résultats des programmes. Cette initiative a été lancée pour mieux saisir la manière dont le Ministère optimise les ressources pour les contribuables du Nouveau-Brunswick et les clients de nos programmes.
- ♦ Recherche effectuée pour mieux comprendre les voyages des visiteurs touristiques et mise en place d'un suivi avec nos partenaires du secteur.
- ♦ Coordination et révision de documents, et préparation de 34 réponses à des demandes présentées en vertu de la *Loi sur le droit à l'information et la protection de la vie privée*, soit une diminution par rapport à 44 l'année précédente;

- ◆ Analyse et publication du rapport mensuel des indicateurs du secteur du tourisme du Nouveau-Brunswick, affichés sur le site <https://www2.gnb.ca/content/gnb/fr/ministeres/tpc/publications.html>;
- ◆ Facilitation de projets d'amélioration des processus avec les équipes de projet pour améliorer la prestation des services et favoriser une culture d'amélioration continue, notamment les suivants :
  - Élaborer un protocole pour le nouvel espace d'innovation;
  - Améliorer le traitement des demandes concernant la gestion de contenus numériques (GCN) pour le tourisme;
  - Augmenter les examens sectoriels pour l'innovation des produits;
  - Réduire la durée du cycle pour les installations de la Banque d'œuvres d'art;
  - Réduire les erreurs de codage financier.

### Indicateurs de rendement clés

#### Pourcentage des engagements réalisés selon le calendrier établi

Les engagements prévus au calendrier comprennent 20 pratiques exemplaires en leadership qui orientent la mise en œuvre stratégique. Avec un taux de 69 %, nous étions légèrement en dessous du taux de 74 % enregistré l'an dernier, en raison de changements touchant les hauts dirigeants et les priorités.

Référence : 74 %  
 Cible : 90 %  
 Résultat réel : 69 %

#### Nombre d'employés menant activement des projets d'amélioration continue.

Détermination de l'engagement envers la formation et le perfectionnement du personnel pour développer une culture de l'amélioration continue. TPC a porté à six le nombre de facilitateurs actifs de l'approche Lean Six Sigma. Ce chiffre est inférieur à notre objectif de huit, en raison de changements sur le plan des projets et du personnel.

Référence : 5  
 Cible : 8  
 Résultat réel : 6

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

Cet indice mesure le changement dans la capacité organisationnelle du Ministère à atteindre « l'excellence du rendement ». Nous nous sommes améliorés de 5 % pour atteindre 58 %, mais seulement le tiers de l'objectif a été atteint.

Référence : 53 %  
 Cible : 68 %  
 Résultat réel : 58 %

#### Direction des ressources humaines

La Direction des ressources humaines assure la planification, l'orientation, la direction, les conseils spécialisés et le soutien en matière de gestion des ressources humaines sur la base de la législation (*Loi sur la Fonction publique, Loi relative aux relations de travail dans les services publics, Loi sur l'administration financière, Loi sur les normes d'emploi, Loi sur les droits la personne et Loi sur la santé et la sécurité au travail*) et des conventions collectives.

La Direction est chargée 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; relations de travail et relations avec les employés.

Remarque : les services opérationnels et transactionnels des ressources humaines ont été fournis par Finances et Conseil du Trésor d'avril à décembre 2019, et ont par la suite été retransférés au ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture.

#### Direction des services de gestion financière, de gestion de l'information et des technologies

La Direction des services de gestion financière, de gestion de l'information et des technologies est responsable de la gestion financière, de la gestion de l'approvisionnement stratégique, de la gestion des technologies de l'information, de la gestion des documents, de la gestion des locaux à bureaux et du soutien administratif général.

La **Direction des services financiers** assume la direction des finances et fournit des conseils d'expert à la haute direction, aux gestionnaires ministériels, aux organismes centraux et au personnel. Elle offre des services généraux de budgétisation, de planification et de rapport financiers, de surveillance, de consultation et de comptabilité au Ministère pour le compte ordinaire, le compte à but spécial, le compte de services spéciaux et le compte de capital (dépenses de 68,7 millions de dollars et recettes de 9,9 millions de dollars).

La **Section de la gestion de l'information et des technologies** fournit des services de gestion de l'information et des services technologiques au Ministère. Offrant un service axé sur la qualité et le client, elle s'efforce d'être un centre d'excellence au chapitre de la gestion de l'information (documents), des technologies et du développement d'applications. Elle collabore avec les services des technologies de l'information de Service Nouveau-Brunswick pour fournir une orientation et un soutien continu en ce qui concerne le développement, l'achat et l'utilisation des technologies et la gestion de l'information pour répondre aux besoins du Ministère.

Les **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. Cette section est également responsable de la gestion des locaux à bureaux et doit répondre aux besoins de télécommunications du Ministère.

# Information financière

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

Exercice se terminant le 31 mars 2020 (en milliers de dollars)

Programme ordinaire	Budget final	Réel	Écart – (en moins) ou en plus
<b>Administration</b>	2 787,2	2 754,3	(32,9)
<b>Sport et loisirs</b>	6 675,7	6 522,4	(153,3)
<b>Culture</b>			
Arts et industries culturelles	9 058,0	8 851,0	(207,0)
Patrimoine	6 646,0	5 961,4	(684,6)
Services archéologiques	611,0	709,4	98,4
<b>Tourisme et Parcs</b>			
Marketing de destinations et ventes	9 380,0	9 231,0	(149,0)
Innovation des produits	3 373,0	2 358,3	(1 014,7)
<b>Parcs et attractions</b>	15 714,6	16 734,3	1 019,7
<b>Total des dépenses au compte ordinaire</b>	<b>54 245,5</b>	<b>53 122,1</b>	<b>(1 123,4)</b>

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

Exercice se terminant le 31 mars 2020 (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!
<b>Solde d'ouverture</b>	<b>318,6</b>	<b>53,4</b>	<b>5,7</b>	<b>5,1</b>	<b>251,1</b>
<b>Recettes</b>					
Budget	79,0	10,0	700,0	500,0	370,0
Réel	51,3	5,6	700,2	500,2	374,9
Écart – (en moins) ou en plus	(27,7)	(4,4)	0,2	0,2	4,9
<b>Dépenses</b>					
Budget	100,0	10,0	700,0	500,0	370,0
Réel	50,2	-	700,0	500,0	380,1
Écart – (en moins) ou en plus	(49,8)	(10,0)	-	-	10,1
<b>Solde de fermeture</b>	<b>319,7</b>	<b>59,0</b>	<b>5,9</b>	<b>5,3</b>	<b>245,9</b>

**Tableau 3 : Rapport d'état des dépenses au compte d'organisme de service spécial par programme**  
Exercice se terminant le 31 mars 2020 (en milliers de dollars)

	Budget	Réel	Écart – (en moins) ou en plus
<b>Solde d'ouverture</b>	1 333,7	1 333,7	-
<b>Recettes</b>			
Terrain de golf Mactaquac	-	-	-
Hopewell Rocks	3 933,0	4 023,4	90,4
Pavillon Sugarloaf	177,0	192,7	15,7
Terrain de camping de la plage Parlee	415,0	385,8	(29,2)
<b>Dépenses</b>			
Terrain de golf Mactaquac	24,0	118,3	94,3
Hopewell Rocks	3 818,0	3 929,6	111,6
Pavillon Sugarloaf	177,0	176,5	(0,5)
Terrain de camping de la plage Parlee	283,0	293,0	10,0
<b>Solde de fermeture</b>	<b>1 556,7</b>	<b>1 418,2</b>	<b>(138,5)</b>

**Tableau 4 : Rapport d'état des dépenses au compte de capital**  
Exercice se terminant le 31 mars 2020 (en milliers de dollars)

	Budget	Réel	Écart – (en moins) ou en plus
<b>Dépenses en capital</b>	12 945,0	9 451,8	(3 493,2)

**Tableau 5 : Rapport d'état des recettes au compte ordinaire par source**  
Exercice se terminant le 31 mars 2020 (en milliers de dollars)

	Budget	Réel	Écart – (en moins) ou en plus
Rendement de l'investissement	1,0	-	(1,0)
Vente de biens et de services	3 335,0	3 639,1	304,1
Divers	4,0	40,1	36,1
<b>Total des recettes au compte ordinaire</b>	<b>3 340,0</b>	<b>3 679,2</b>	<b>339,2</b>

# 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 2019-2020 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	2019	2018
Permanent	164	155
Temporaire	78	103
<b>TOTAL</b>	<b>242</b>	<b>258</b>

Le Ministère a annoncé 28 concours, soit 13 concours publics (externes) et 15 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 <i>Loi sur la Fonction publique</i>	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)	1
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
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)	3
Mutation latérale	Le processus de mutation du GNB facilite la mutation des employés des parties I, II (districts scolaires) et III (régions régionales de la santé) de la fonction publique	16(1) ou 16(1)c)	4
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 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)	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

Titre du règlement	Date d'entrée en vigueur	Résumé des modifications
Amendements to Regulation 85-104 under the Parks Act – Fees / Modifications du <i>Règlement 85-104</i> pris en vertu de la <i>Loi sur les parcs</i> – droits	10 mars 2020	Des modifications ont été apportées aux droits afin d'améliorer le recouvrement des coûts liés à l'exploitation des parcs et attractions provinciaux.

Les lois mises en application par le Ministère en 2019-2020 se trouvent à l'adresse <http://laws.gnb.ca/fr/deplinks?subjectnumber=16>.

# Résumé des activités liées aux langues officielles

## Introduction

Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a continué à travailler à son plan d'action sur les langues officielles, qui appuie le plan du GNB, *Plan sur les langues officielles – Le bilinguisme officiel : une valeur fondamentale*. Les mesures prises au cours de 2019-2020 dans chacun des quatre axes prioritaires sont décrites ci-dessous.

Le Ministère continue d'appliquer les processus améliorés pour offrir des services de qualité dans les deux langues officielles.

## Axe 1 – Langue de service

Les consultations et les discussions se sont poursuivies entre les ressources humaines et les gestionnaires sur les meilleures façons de respecter les exigences des profils linguistiques, et des mises à jour ont été faites au cours de l'année.

Le Ministère effectue des vérifications ponctuelles pour s'assurer que l'offre active de service est faite dans les deux langues officielles au téléphone, en personne, dans la signalisation, 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. Quatorze d'entre eux ont été approuvés pour la formation en langue seconde en 2019-2020.

La Direction des parcs et des attractions est en train d'installer des panneaux opérationnels secondaires. Les travaux seront terminés avant l'été de 2020.

## Axe 2 – Langue de travail

Le Ministère continue de fournir un formulaire à tous les nouveaux employés pour leur demander des renseignements au sujet de leur langue de travail préférée. Celle-ci est indiquée dans le système d'information sur les ressources humaines (SIRH) et les dossiers du personnel.

Les évaluations du rendement sont offertes et faites dans la langue de travail officielle de l'employé, et 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 ainsi que leur obligation de faire une offre active de service dans les deux langues officielles.

Le Ministère encourage l'utilisation des deux langues officielles dans les petites et grandes réunions, et les grandes réunions se déroulent de manière à favoriser l'utilisation des deux langues officielles.

## 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.



La Direction des parcs et des attractions a mené des consultations publiques à l'automne de 2019 sur le projet du bassin versant de la Restigouche. Les consultations comprenaient ce qui suit :

- Le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture a organisé deux tables rondes avec les parties prenantes dans les parcs provinciaux Mactaquac et Sugarloaf. Un service d'interprétation a été offert.
- Quatre journées portes ouvertes ont été organisées pour présenter le projet au public à Saint-Quentin, à Kedgwick, à Robinsonville et à Campbellton. Les documents ont été présentés dans les deux langues officielles.

#### **Axe 4 – Connaissance de la *Loi* et des autres obligations**

Le Ministère envoie un courriel 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.

Le Ministère surveille la conformité des employés à la *Loi sur les langues officielles* et à la politique sur la langue de service.

#### **Conclusion**

Le Ministère comprend ses obligations en vertu de la *Loi sur les langues officielles* et des politiques connexes et s'efforce de fournir des services de qualité aux clients dans les deux langues officielles.

Aucune plainte concernant les langues officielles n'a été déposée auprès du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture pendant l'exercice 2019-2020.

# Résumé des recommandations du Bureau du vérificateur général

Le Bureau du vérificateur général n'a fait aucune recommandation au ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture au cours de l'exercice financier 2019-2020.

# 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 été l'objet d'aucune divulgation d'actes répréhensibles pendant l'exercice financier 2019-2020.