

Tourisme et événements (niveaux de service offerts au public) : résultats de juillet 2022 à juin 2023

Loisirs, culture et événements

| Piliers | Objectifs du Bureau | Service | Division | Nom du service | Sous-service | Clients visés | Définition du service | Volet du service | Niveau de service actuel | Cible atteinte 2022-2023 | Cible atteinte 2021-2022 | Cible atteinte 2020-2021 | Résultats/commentaire |
|----------|--|--------------------------------|------------------------|---|---|------------------------|---|--|---|--------------------------|--|---|--|
| Culture | Accroître le nombre de touristes qui se rendent à Moncton et dans le Sud-Est | Loisirs, culture et événements | Tourisme et événements | Information à l'intention des visiteurs : adaptée aux visiteurs | Participation sur les réseaux sociaux/itération | Touristes | Service public offert aux touristes et aux visiteurs en leur proposant de l'information sur les attractions et les activités locales et régionales, de même que des services d'accueil dont l'objectif est de les encourager à revenir dans la région, d'améliorer la satisfaction des visiteurs, de prolonger leur séjour ou de les inviter à revenir dans le Grand Moncton. | Visiteur informé | <ul style="list-style-type: none"> Campagne sur les réseaux sociaux grâce à des billets des municipalités, des partenaires et de la région (Facebook, Instagram et Twitter) à raison d'au moins 3 fois par semaine | Oui | Oui | Oui | Publications publiées et consultations à intervalles réguliers sur Facebook et Instagram jusqu'en novembre 2022; on a alors confié à Destination Moncton-Dieppe la responsabilité de la consultation sur les réseaux sociaux du tourisme et du compte Facebook de tourisme de la Ville. |
| | | | | | | Touristes | | Visiteur informé | <ul style="list-style-type: none"> Réponse aux demandes de renseignements sur les réseaux sociaux dans les 48 heures | 90% | 90% | Oui | Cible atteinte dans 90 % des cas, jusqu'en novembre 2022 : on a alors confié à Destination Moncton-Dieppe la responsabilité de la consultation sur les réseaux sociaux du tourisme et du compte Facebook de tourisme de la Ville. Les cas dans lesquels il est impossible d'atteindre la cible s'expliquent par la capacité et le calendrier de travail (aucune surveillance pendant les fins de semaine). |
| | | | | | | Touristes | | Visiteur informé | <ul style="list-style-type: none"> Donner de l'information aux visiteurs en personne et par téléphone toute l'année | Oui | Oui | Oui | <ul style="list-style-type: none"> Le Centre d'information touristique de la Place Resurgo est ouvert pendant les 12 mois de l'année. Le Centre d'information des visiteurs de la Maison Treitz est ouvert pendant la saison touristique. |
| | | | | | | Touristes | | Visiteur informé qui choisit Moncton (ou le Grand Moncton et le sud-est du Nouveau-Brunswick) comme destination de prédilection | <ul style="list-style-type: none"> Campagnes de publicité en ligne destinées à quatre segments prioritaires Cible : Nouveau-Brunswick, région de l'Atlantique, Québec et Ontario et Nouvelle-Angleterre | Cf. commentaires | Oui | Oui | <p>La Ville de Moncton a confié à Destination Moncton-Dieppe la responsabilité de la promotion du tourisme auprès des visiteurs.</p> <p>Le Bureau des événements a quand même apporté son concours pour atteindre partiellement ce niveau de service en mettant en œuvre une campagne de marketing sur les réseaux sociaux payante et organique, consacrée aux événements (au lieu d'une campagne plus globale et à caractère touristique). La campagne de l'été 2022 s'adressait au marché du Nouveau Brunswick. La campagne de l'hiver 2022-2023 s'adressait au marché du Nouveau Brunswick.</p> <p>Même si les campagnes en ligne ont été consacrées au marché du Nouveau Brunswick, la campagne de publicité en plein air (via Pattison) a eu un rayonnement beaucoup plus vaste dans toute la région de l'Atlantique.</p> |
| Économie | Faire de Moncton la destination de prédilection pour les assemblées, le tourisme et les salons professionnels et expositions | Loisirs, culture et événements | Tourisme et événements | Promotion de la destination : ciblage de l'industrie | Accords de partenariat avec l'industrie | Industrie | Service public offert aux partenaires de l'industrie en mettant en évidence la proposition de valorisation de Moncton comme destination touristique de prédilection. Applicable aux consommateurs, aux assemblées et congrès, à la profession de voyageur et aux sports. | Le tourisme comme moteur économique en augmentant le nombre de visiteurs, les dépenses des visiteurs et la durée de leur séjour, chaque année. Réalisation par l'entremise de tous les secteurs, dont les assemblées et les congrès, la profession de voyageur, le tourisme sportif, les loisirs et les voyageurs entièrement autonomes. | <ul style="list-style-type: none"> Accords de partenariat avec Tourisme Moncton en vigueur avec au moins 20 partenaires de la profession touristique (attractions et hébergement) Cible : 100 % des cas | S. O. | Non | Non | En raison de la transition avec Destination Moncton-Dieppe, ce niveau de service n'est plus applicable. |
| | | | | | Salons professionnels, événements pour l'industrie et missions de vente | Industrie | | <ul style="list-style-type: none"> Participation à un certain nombre de marchés et de salons professionnels du tourisme (de 10 à 12) afin de promouvoir commercialement la région | S. O. | 4 | 2 | En raison de la transition avec Destination Moncton-Dieppe, ce niveau de service n'est plus applicable. Le Bureau des événements continue d'apporter son concours en participant à des salons du tourisme sportif; l'objectif consiste à attirer des événements à Moncton. | |
| | | | | | Coordination de l'industrie et participation aux activités des associations pertinentes | Industrie | | <ul style="list-style-type: none"> Minimum de 3 visites de familiarisation dans le secteur du tourisme récepteur pour les grands organismes de planification des sports, des conférences et des assemblées | S. O. | 5 | 0 | En raison de la transition avec Destination Moncton-Dieppe, ce niveau de service n'est plus applicable. | |
| | Assurer la transition des services touristiques municipaux avec l'organisme de marketing de destination indépendant dirigé par l'industrie | | | | Organisme de marketing de destination - tiers | Touristes et industrie | <ul style="list-style-type: none"> Élaboration d'accords sur les niveaux de service à conclure entre la Ville de Moncton et l'organisme de marketing de destination projeté Cible : accords en vigueur d'ici juin 2020 | Oui | Oui | Oui | Le Conseil municipal a approuvé l'accord sur les niveaux de service. On a finalisé les nominations au Comité. La transition des services touristiques est planifiée pour le quatrième trimestre de 2021. | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---------|---|--------------------------------|------------------------|-------------------------|--|---|---|---|--|------|------|--|---|
| Culture | Produire et présenter des événements et des fêtes communautaires gratuits, ouverts et accessibles au public | Loisirs, culture et événements | Tourisme et événements | Événements et festivals | Événements lancés par la municipalité | Touristes et citoyens | Service public permettant d'offrir des événements, des festivals et des activités emblématiques planifiés et financés par la municipalité | Événements gratuits, ouverts et accessibles offerts au grand public | <ul style="list-style-type: none"> Réalisation des festivités de la fête du Canada dans les deux langues officielles Cible : pouvoir accueillir, dans un espace ouvert, au moins 5 000 personnes | Oui | Non | 0 | En 2022, les festivités de la fête du Canada, qui se sont déroulées dans le terrain de stationnement du parc Riverain, ont attiré plus de 15 000 personnes. Au programme : <ul style="list-style-type: none"> - de 11 h à 20 h : Aire de jeux pour les enfants, dont des jeux gonflables, des tatouages décalcomanies, des activités à la Place Resurgo et d'autres divertissements (dans le parc Riverain); - 12 h : Promenade à vélo « Pédalez pour votre pays »; - de 12 h à 17 h : Enseignements traditionnels du Centre culturel Mi'kmaq Elsiptogot; - de 12 h à 17 h : Équipe de la Récré MOBILE du YMCA; - de 12 h à 22 h : Marché de produits alimentaires et autres (parc Riverain); - 12 h 24 : Présentation du mascaret par la Place Resurgo (parc du Mascaret); - de 17 h à 22 h : Scène principale Beau Canada! (terrain de stationnement du parc Riverain); - 22 h : Feux d'artifice des trois collectivités (parc Riverain). Dans le cadre du programme, nous avons offert un ensemble équilibré d'événements dans les deux langues officielles. |
| | | | | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Réalisation de 3 concerts Acoustica hebdomadaires Cible : 3 zones d'événement différentes en juillet et en août | Oui | Non | 0 | En 2022, les concerts de la série estivale Acoustica se sont déroulés chaque mois dans le parc Riverain (les jeudis) et chaque semaine dans le parc Victoria (les mardis). En 2023, le PatioFest de DMCI et le Bureau des loisirs ont noué des partenariats pour offrir des spectacles dans le cadre de la série Acoustica à raison de quatre soirs par semaine en juin, juillet et août : les mardis dans le parc Victoria, les mercredis dans le parc du Centenaire (pour toute la famille), les jeudis soirs sur les terrasses du centre-ville (PatioFest) et les samedis au Marché Moncton. |
| | Offrir des programmes qui permettent de développer les activités événementielles sur le territoire de la Ville de Moncton | Loisirs, culture et événements | Tourisme et événements | Événements et festivals | Appuyer les organisateurs d'événements et de festivals communautaires | Organisateurs | Service public permettant de financer les organisateurs d'événements et de festivals pour le déroulement efficace des événements. Réalisations selon les lignes directrices sur les événements. | <ul style="list-style-type: none"> Aide et soutien offerts pour des centaines d'événements et de festivals communautaires 12 mois par an Soutien établi dans le cadre des Lignes directrices sur les événements pour le financement : accès aux installations, soutien organisationnel, fourniture de l'équipement et aide financière | <ul style="list-style-type: none"> Confirmation de la réception des demandes d'organisation d'événements Cible : dans le délai de 48 heures | Oui | Oui | Oui | <ul style="list-style-type: none"> Objectif atteint grâce à la réponse automatisée Objectif atteint grâce à la proactivité auprès des groupes annuels dans les réservations de l'année suivante. |
| | | | | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Réponse du coordonnateur pour l'examen des besoins relatifs aux événements : 72 heures Cible : 95 % des cas | 95% | 95% | 95% | La plupart des demandes de renseignements sur les événements ont été traitées dans le délai de 72 heures. |
| | | | | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Examen des demandes de fermeture de rues et des exemptions à l'Arrêté concernant les bruits excessifs et réponse à ces demandes par l'entremise du Comité de la gestion des événements Cible : délai de 48 heures | 100% | 95% | 100% | Les demandes de fermeture de rues et d'exemption à l'Arrêté concernant les bruits excessifs ont été envoyées au Comité de la gestion des événements au moins deux semaines avant l'approbation à la séance du Conseil municipal. |
| | | | | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Lettre d'offre signée confirmant les secteurs financés (financement en fonds, en nature ou en infrastructures) Cible : au plus tard deux semaines avant l'événement | 90% | 90% | 90% | Cible atteinte dans 90 % des cas. Les cas dans lesquels on n'a pas pu atteindre la cible s'expliquent par l'absence d'information de la part des organisateurs et le contenu de la lettre d'offre. |
| | | | | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Livraison des documents nécessaires fournis par la Ville Cible : au plus tard 2 heures avant le début de l'événement | 95% | 95% | 95% | Cible atteinte dans 95 % des cas. Les cas dans lesquels on n'a pas pu atteindre la cible s'expliquent par la capacité. En outre, certains groupes demandent qu'on leur livre de l'équipement peu de temps avant la date de l'événement lorsqu'ils arrivent sur les lieux, tandis que d'autres préparent l'événement la journée précédente. Il faut superviser une partie de l'équipement, par exemple les raccords électriques et les conduites d'aqueduc. |
| | | | | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> Visite sur les lieux pendant l'événement, le cas échéant Cible : au moins une visite par événement | 100% | Oui | 100% | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Publication du compte rendu de l'événement et des recommandations pour l'événement de l'année suivante Cible : avant la fin de l'année | Oui | Oui | Non | Des courriels de suivi ont été envoyés aux organisateurs après chaque événement pour obtenir leur rétroaction. | | | | | | | | |
| | Attirer et organiser des événements de grande envergure qui produisent des retombées | Loisirs, culture et événements | Tourisme et événements | Événements et festivals | Appuyer les organisateurs d'événements et de festivals communautaires | Organisateurs | Service public offert aux partenaires des événements, aux organismes provinciaux et aux groupes communautaires, entre autres, afin de | Attraction et organisation des grands événements régionaux, nationaux et internationaux à | <ul style="list-style-type: none"> Participation aux événements de l'industrie et occasions de vente individuelles pour l'élaboration des événements Cible : au moins 1 par an | Non | Non | 2 | La plupart des événements touristiques récurrents ont eu lieu malgré les conflits de dates des événements durant cette période. Le programme reprendra en 2023-2024. |
| | | | | | Organisateurs | <ul style="list-style-type: none"> Évaluation des demandes de subventions pour l'organisation des événements; réponse et confirmation ou refus du financement Cible : dans les 30 jours de la demande | | | 85% | 95% | 100% | Cible atteinte dans 85 % des cas. Les cas dans lesquels on n'a pas pu atteindre la cible s'expliquent par le manque de ressources pour le nombre d'événements, de programmes et d'initiatives. | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|------------------------------|---------------------------|---------------|--|------------------------------|---|---|---|---|--|
| | économiques sur Moncton et la région du Sud-Est | | | Attraction des événements | Élaboration des offres | Organisateurs | les aider à élaborer des offres pour l'organisation des événements régionaux, nationaux et internationaux. | Moncton et dans les environs | Attraction des événements : • Dépôt de candidatures • Cible : 2 par an | 5 | 4 | 0 | En tenant compte des offres déposées par la Ville de Moncton et par les organisations sportives locales, auxquelles la Ville a apporté une aide considérable. |
| | | | | | | Organisateurs | | | Attraction des événements : • Candidature fructueuse • Cible : 1 (événement national ou international de grande envergure) | 5 | 3 | 2 | |