

Planifiez votre escapade Destination Ontario cet été

La nouvelle campagne met en valeur certaines des meilleures destinations touristiques, culinaires et artistiques de l'Ontario

Toronto, ON – 26 mai 2025 – À l'approche de l'été, il n'y a jamais eu de meilleur moment pour explorer et célébrer toute la beauté et la culture que l'Ontario a à offrir. Face aux tarifs douaniers américains, à l'incertitude économique persistante et au regain d'intérêt pour les voyages à l'intérieur du Canada, le gouvernement de l'Ontario lance une nouvelle campagne de marketing visant à encourager les voyages intérieurs et à protéger les entreprises locales de l'Ontario. La campagne « [Debout ensemble](#) » présente des paysages ontariens à couper le souffle, de l'île Pelée au lac des Bois, ainsi que de nombreux artistes culinaires et visuels parmi les plus réputés de la province.

« À une époque où tant de familles sont à la recherche d'aventures au Canada, notre campagne invite les gens à explorer leur propre cour et à découvrir les destinations touristiques riches et diversifiées que notre province a à offrir », a déclaré Stan Cho, ministre du Tourisme, de la Culture et des Jeux. « Aujourd'hui plus que jamais, il est essentiel que nous soyons solidaires pour soutenir nos collectivités locales et célébrer les personnes et les expériences qui font de l'Ontario le meilleur endroit au monde où vivre, travailler et voyager. »

La campagne « Debout ensemble » met en lumière les collectivités, les entreprises locales, les personnes et les lieux de la province qui rendent l'Ontario inoubliable et met en vedette certains des meilleurs artistes, maîtres-brasseurs, agriculteurs, artistes culinaires et viticulteurs de la province.

L'industrie touristique de l'Ontario est une pierre angulaire de l'économie provinciale. Elle soutient plus de 325 000 emplois et 92 000 entreprises aux quatre coins de la province, et représente une contribution de 32 milliards de dollars au PIB de l'Ontario. Au total, cette année, le gouvernement provincial investit près de 200 millions de dollars pour protéger le secteur touristique de l'Ontario, notamment en soutenant plus de [350 festivals et événements à l'échelle de la province](#) et en accordant des subventions aux attractions et organismes touristiques régionaux.

Faits en bref

- La campagne peut être vue à la télévision, sur des panneaux d'affichage numériques, dans les cinémas et sur les plateformes de médias sociaux; elle peut également être entendue à la radio et sur des canaux audio numériques.
- [Destination Ontario](#) offre de l'inspiration, de la planification de voyage et des conseils touristiques, qu'il s'agisse d'idées de séjours prolongés pour les

voyages en solo ou en groupe, d'escapades actives, de vacances relaxantes et d'expériences dans divers endroits de la province.

- Près de 9 résidents de l'Ontario sur 10 envisagent de faire un voyage d'agrément d'une nuit ou plus dans la province cette année.

Citations

« Debout ensemble, c'est plus qu'une campagne – c'est un appel à explorer, à établir des liens et à être fier des lieux et des personnes qui façonnent l'identité de l'Ontario. Grâce à une narration puissante et à des images audacieuses, cette campagne invite les habitants de l'Ontario à redécouvrir la province et à soutenir les entreprises touristiques qui sont essentielles à nos collectivités. À Destination Ontario, nous sommes fiers de mener cette initiative avec notre agence de référence, Broken Heart Love Affair, et d'inspirer des voyages qui célèbrent la richesse et la diversité des expériences vécues ici même, chez nous. »

- **Vincenza Ronaldi**
PDG de Destination Ontario

Renseignements pour les médias

Kelsey Hrapstead

Bureau du ministre

kelsey.hrappstead@ontario.ca

Denelle Balfour

Direction des communications

Denelle.balfour@ontario.ca