



Quoi de neuf au PTCA – mars 2007

Le comité de marketing du PTCA continue de mettre en œuvre sa Stratégie de marketing 2007 dans le but d'attirer des visiteurs au Canada atlantique du nord-est des États-Unis, du Royaume-Uni, des régions de l'Europe où l'Allemand est parlé, de la France, du Japon et de l'ouest du Canada.

Aux États-Unis, la stratégie continue de construire sur la marque déjà établie par chacune des quatre provinces par une campagne directe aux consommateurs en combinaison d'un appui pour l'industrie du voyage et les relations médiatiques. Le programme direct aux consommateurs, la plus importante composante de la stratégie, est présentement en action et comprend des activités écrites, télévisées et en ligne.

Les médias américaines profitent de tournées de familiarisation en plein air à Terre-Neuve et Labrador

La stratégie de relation médiatique aux États-Unis cherche à générer une couverture médiatique pour la région par l'entremise de tournées de presse, des communiqués de presse ainsi que par appointements médiatiques internes et des activités formatives au niveau des relations interpersonnelles. La tournée la plus récente du PTCA s'est déroulée à Terre Neuve et Labrador. Le 26 février 2007, lors d'un événement de six jours intitulé « Winter Sports and Survival Training », cette province a accueillie quatre pigistes qui écrivent pour des publications telles que Outside Magazine, Ski Magazine, Men's Journal, Bergen Record, Miami Herald et Portland Press Herald. Leur aventure a eu lieu au Parc national Gros Morne, un site du patrimoine mondial UNESCO, où ils ont fait du ski et de la raquette. Ils ont aussi expérimenté du ski « Cat » au mont Blomidon et du ski alpin au mont Marble. Parmi de nombreuses activités sportives d'hiver, le groupe a aussi participé à une formation de survie en hiver, comprenant une composante d'habiletés en orientation et navigation.

Au niveau des marchés cibles outre-mer, la stratégie du PTCA continue de sensibiliser autres régions au Canada atlantique par des initiatives d'industrie de voyage intégrée de partenariat en marketing, y compris des activités de relation médiatique et une orientation de l'industrie de voyage axée vers le consommateur et la communication.

La folie du mois de mars – Le commerce outre-mer et les événements médiatiques au Royaume-Uni et en Allemagne

Le PTCA organisera des rencontres stratégiques avec les partenaires de l'industrie, les compagnies aériennes et des représentants de la Commission canadienne du tourisme (CCT) à deux marchés européens importants : **ITB à Berlin, du 7 au 11 mars**, et au **Spotlight Canada à Londres en Angleterre le 13 et 14 mars**. ITB est la foire commerciale la plus importante au niveau mondial, accueillant un total de 10 923 compagnies de 184 différents pays. Spotlight Canada, organisé annuellement par le CCT, donne au PTCA l'opportunité de rencontrer des partenaires clés de l'industrie intéressés à offrir des produits touristiques du Canada atlantique. Spotlight fut complètement ré-conceptualisé pour 2007, offrant encore plus d'opportunités de réseautage et de rencontres stratégiques.

En plus de ces marchés clés, le PTCA sera occupé à rencontrer les médias et les journalistes de l'Allemagne et la Grande-Bretagne. Le Canada atlantique sera une destination de choix dans le Petit Déjeuner annuel des médias du ITB, organisé par les partenaires le 10 mars pendant le ITB. Plus de 150 journalistes allemands sont invités à en apprendre davantage au sujet du Canada atlantique pendant cet événement populaire et

intime. Le 15 mars, le PTCA accueillera les médias britanniques et plusieurs personnes contactes de l'industrie lors d'une réception au restaurant Scott's à Londres. Les opérateurs de restaurants et des représentants provinciaux du Canada atlantique seront sur place pour promouvoir la région et offrir des fruits de mer atlantiques et une hospitalité chaleureuse. Ces deux événements fournissent au PTCA l'opportunité de promouvoir les produits touristiques de la région dans le but de générer une couverture médiatique importante.

Le Partenariat touristique du Canada atlantique – Qui sommes-nous?

Le Partenariat touristique du Canada atlantique est un partenariat pan-atlantique composé de neuf membres provenant de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, les quatre associations touristiques du Canada atlantique, les quatre départements provinciaux responsables du tourisme au Nouveau-Brunswick, à Terre neuve et Labrador, en Nouvelle-Écosse et à l'Île-du-Prince-Edward. Le PTCA existe depuis 1991 et est dédié à la promotion du Canada atlantique comme une destination touristique de préférence au sein des marchés américains et internationaux clés. Pour plus d'information, visitez www.actp-ptca.ca.