



## **Quoi de neuf au PTCA – juillet/août 2007**

### **Éduquer l'industrie de voyage des É.-U. au sujet des produits du Canada atlantique**

La Stratégie de l'industrie du voyage aux É.-U. 2007/08 du PTCA continue de répondre au marché changeant en plaçant l'accent sur la création et la concrétisation des relations de partenariats avec des opérateurs américains clés. Le PTCA se sert d'activités promotionnelles telles que les missions commerciales et la participation aux marchés ainsi que les séminaires formatifs visant l'augmentation du niveau de connaissances des gérants de produits, des agents de ventes et du personnel de réservation.

Dans le but de stimuler la visitation et d'augmenter les revenus pour la région, le PTCA a négocié des partenariats stratégiques avec Collette Vacations, Globus Family of Brands, Routes to Learning Canada en collaboration avec Elderhostel et Grand Circle Travel. Les activités privilégiées comprennent les programmes de poste directe aux consommateurs plus portés à voyager dans la région, les publicités dans diverses magazines de voyage, les programmes en ligne, les lancements de produits ainsi que la formation.

En ce qui concerne la formation, des représentants du Canada atlantique ont visités le 16 mai 2007 le bureau de Global Family of Brands, à Littleton au Colorado, pour une mission de formation qui fut un grand succès. Il y a eu six sessions de formation visant le partage d'information et les connaissances au sujet des produits uniques et variés offerts par chacune des quatre provinces atlantiques. La journée fut un grand succès, fournissant de la formation pour plus de 105 membres du personnel de réservations/ventes.

De la formation a aussi eu lieu aux bureaux AAA situés au sud ainsi qu'au nord de l'Angleterre. Des représentants du Canada atlantique étaient sur place du 5 au 8 juin 2007 pour mener des sessions de formation et d'éducation pour plus de 600 individus. Les événements fréquentés comprenaient la toute première « Travel to Canada with AAA » qui a eu lieu le 6 juin ainsi que le « AAA Drive Product Launch » le 8 juin à Providence, Rhode Island.

### **Les tournées de familiarisation en Europe et au Japon**

Le Plan de marketing outre-mer du PTCA concentre aussi sur la concrétisation de relations avec des partenaires commerciaux stratégiques qui peuvent aider à augmenter la visitation et les revenus pour la région du Canada atlantique.

Le PTCA a réussi à cibler l'industrie du voyage, organisant cette année des tournées de familiarisation qui offraient aux opérateurs l'opportunité de visiter et d'expérimenter sur place les produits touristiques de la région. Le PTCA et le bureau du CTC en France se sont joints aux provinces de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve et Labrador afin d'accueillir sept employés de produits touristiques et un journaliste commercial pour une tournée de huit jours en juin. La rétroaction concernant cette visite fut extrêmement

positive. Les opérateurs ont partagés leur grande satisfaction quant à la diversité des produits fournis par les deux expériences de tournées « fam » très différentes.

Le PTCA avait aussi l'opportunité d'agir comme hôte pour une « fam » post-Rendez-vous Canada toute spéciale en mai avec la participation d'opérateurs du Japon. Seize participants, y compris des officiels de CTC Japon, ont voyagés par autobus de la ville de Québec jusqu'au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Edouard. Le groupe, guidé par le Gérant des ventes régionales en Japon du PTCA, Yuka Takahashi, a profiter de l'opportunité pour expérimenter un nouvel itinéraire qui placera l'accent sur les couleurs d'automne du Canada atlantique avec départ du Québec.

Une « fam » d'opérateurs allemands mettra en vedette plus tard cette année, en septembre, les deux îles du Canada atlantique : L'Île-du-Prince-Edouard et Terre-Neuve.

### **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](http://www.actp-ptca.ca).