

2008 se prépare!

L'année 2007 tire vers sa fin et le Comité de marketing du PTCA se prépare déjà pour 2008. Recevant toujours des résultats de l'année courante en programmation, le PTCA est pleinement engagé dans la planification afin de produire un plan de marketing proactif pour 2008/2009 dans tous ses marchés. Des partenaires des gouvernements fédéraux et provinciaux ainsi que d'autres de l'industrie, tous des experts dans le marché du voyage, se sont rencontrés à Halifax, en Nouvelle-Écosse, le 3 octobre pour discuter des futures activités dans l'industrie du voyage. Le Comité de marketing du PTCA s'est aussi rencontré à St. John's, à Terre Neuve, le 24 octobre pour discuter de l'orientation stratégique en général pour l'année 2008. Toutes ces rencontres mèneront ultimement à la production d'un plan stratégique à être présenté au Comité de gestion du PTCA en décembre. Le Partenariat est dédié à la production d'un plan qui s'appuie sur les marchés et reprend les priorités provinciales, un plan englobant dessiné à partir de recherche qui est mesurable et qui assure l'intégrité de la marque provinciale.

L'automne est un temps occupé outre-mer pour le PTCA!

Le Canada atlantique participera à l'automne avec la Commission du tourisme au Canada (CTC) à un plusieurs marchés signifiants en France, au Royaume Uni et au Japon.

La principale exposition annuelle de l'industrie du voyage en France, TOP RESA, a eu lieu du 26 au 28 septembre. Situé a Deauville en France, TOP RESA réuni les grands acteurs de l'industrie du voyage en France, y compris les opérateurs de tournées, les chaînes aériennes, les compagnies de location de voitures, et les chaînes d'hôtels. Cette année, l'exposition a attiré plus de 16 455 visiteurs. Le Canada atlantique est bien placé pour exposer son paysage spectaculaire, ses attractions naturelles uniques, sa culture et son histoire riche à cette audience ciblée.

Les représentants d'outre-mer se réuniront pour promouvoir le Canada atlantique à l'exposition global du Royaume Uni, le WTM – « World Travel Market », à Londres du 12 au 25 novembre. Le WTM représente une belle occasion de rencontre pour les représentants de l'industrie de voyage de partout au monde, leur offrant une occasion de réseautage et de partage d'affaires. L'an dernier, WTM a attiré 47 264 professionnels de l'industrie du voyage originaires de 202 pays et régions différents. Il y avait plus de 22 481 visiteurs et plus de 3000 membres des médias étaient sur place. Cette année s'avère encore plus excitante en raison du profil plus important que le CTC veut attribuer au Canada, augmentant la visibilité du pays en introduisant un nouveau Pavillon du Canada dans les marchés du Royaume Uni. Ceci représentera aussi la plateforme de lancement pour la nouvelle marque du PTCA : ***Le Canada atlantique.***

Le Canada atlantique avait aussi une présence régionale unifiée au **KANATA**, monté par le CTC. L'évènement annuel de cinq jours donne aux professionnels canadiens de l'industrie du

voyage l'opportunité d'introduire des produits de voyage aux planificateurs et aux décideurs principaux des agences de voyage extérieurs du Japon. KANATA a commencé à Tokyo le 15 et 16 octobre et a ensuite déménagé à Nagoya le 17 octobre pour enfin terminer à Osaka le 18 et 19 octobre. Nouveau cette année, l'évènement comprenait trois soirées promotionnelles ciblant les médias à Tokyo et les gens de l'industrie du voyage à Tokyo et à Osaka. L'évènement plaçait aussi en avant plan la chance pour les visiteurs de vivre des expériences uniques présentées par les provinces et régions participantes.

Le PTCA lance une nouvelle marque en Europe

Le PTCA avait besoin d'une nouvelle stratégie de positionnement de marque afin de renforcer sa place dans les marchés de l'Europe. Avec plus de 40 000 Km de littoral et une tradition d'accueil envers les gens de l'extérieur qui date de plus de 200 ans, tout ce que nous faisons, ce que nous voyons et ce que nous apprécions est influencé par la mer. La nouvelle marque *Le Canada atlantique* prendra force de ce fait, c'est-à-dire que nous sommes formés par la mer. Notre nouveau logo dit tout : « Le Canada atlantique. Écoutez les rythmes de la mer. »

Le PTCA visite les conférences de l'industrie

Des représentants du PTCA seront présents aux rassemblements suivants : la Conférence annuelle de l'Association de l'industrie du tourisme du Nouveau-Brunswick à Moncton, N.-B., le 26 et 27 octobre; le « Tourism Summit » de l'Association de l'industrie du tourisme à Halifax en N.-É., le 26 et 27 novembre; la Conférence annuelle de l'Association de l'industrie du tourisme à l'Île du Prince Edward à Charlottetown, le 30 novembre; et au « Hospitality Newfoundland and Labrador Annual Convention and Tradeshow » à Gander à Terre Neuve, du 14 au 17 février 2008.

Ces conférences annuelles représentent une bonne occasion pour les membres de l'industrie touristique de visiter le kiosque du PTCA afin d'en apprendre davantage sur les efforts de marketing du PTCA en matière d'augmentation de visitation et de revenu pour le Canada atlantique.

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.