



## Quoi de neuf au PTCA – janvier/février 2008

### **La stratégie de marketing 2008 est en cours**

En janvier 2008, le PTCA lance la Stratégie de marketing 2008 du Comité de marketing du PTCA. Cette stratégie vise à attirer plus de visiteurs du nord-est des États-Unis, de l'Europe, du Japon, de la France et de l'ouest du Canada.

Aux États-Unis, la stratégie continue de profiter de la marque déjà établie par chacune des quatre provinces avec une campagne dirigée directement aux consommateurs, tout en continuant de supporter l'industrie du voyage et les programmes de relations médiatiques. Le programme de marketing dirigé aux consommateurs est présentement en cours et constitue diverses formes médiatiques y compris l'écrit, la télévision et les activités en ligne.

Des partenariats stratégiques avec des opérateurs touristiques importants tels que Collette Vacations, Globus/Cosmo et Routes to Learning Canada, en relation avec Elderhostels, sont présentement actifs et produiront une augmentation des visiteurs à la région en 2008. Des partenariats supplémentaires sont maintenant en cours de négociation.

Meredith Pillon Marketing Communications, le spécialiste en relations médiatiques du PTCA, génère présentement une couverture médiatique importante pour la région par l'entremise de points de presse, de voyages médiatiques FAM, d'appointments de marketing avec les médias et d'activités de développement relationnel.

### **Un nouveau partenariat avec la Commission canadienne du tourisme (CCT) en Europe apporte une exposition du Canada atlantique auprès de plusieurs marchés importants!**

Le CCT et ses partenaires d'industrie ont récemment lancé leur nouvelle campagne publicitaire globale au Royaume-Uni, en Allemagne et en France. Le PTCA est fier de participer comme partenaire à cette opportunité unique et de profiter d'une plus grande exposition afin de sensibiliser davantage le consommateur aux possibilités touristiques de la région dans ces marchés importants.

La stratégie est encore préliminaire et démontre la nature unique des expériences de la région, améliorant aussi les perceptions de ce que le Canada, et plus spécifiquement pour le PTCA, ce que le Canada atlantique peut offrir. À Londres, la campagne axée sur l'expérience fut lancée le 21 janvier avec l'ouverture d'un Dôme Canadien construit à l'échelle à Canary Wharf et contenant diverses activités de relation publique, des posters, des pamphlets à l'intérieur de publications importantes, des activités en ligne ainsi qu'un microsite pour la campagne.

La campagne en Allemagne vient d'être lancée en s'inspirant de tactiques semblables avec encore plus de posters, y compris des posters géants couvrant des édifices au complet, ainsi que des activités de relation publique, des pamphlets dans des journaux nationaux ainsi que des activités en ligne. La campagne en France constitue l'élément final de la campagne globale qui sera lancée en mars d'après sa saison de vente qui débute plus tard. La nouvelle marque du Canada atlantique du PTCA aura une place importante dans le matériel de campagne, comprenant des photos spectaculaires de chacune des quatre provinces atlantiques. La campagne principale démarre avec le site [www.canada.travel](http://www.canada.travel) (en Europe) et [www.AtlanticCanadaHoliday.ca](http://www.AtlanticCanadaHoliday.ca) pour le matériel des partenaires.

### **Le PTCA visite la conférence de l'industrie**

Des représentants du PTCA seront sur place à la Convention annuelle Hospitality de Terre-Neuve et Labrador à Gander, TN du 14 au 17 février, 2008. Les conférences annuelles représentent une opportunité en or pour les membres de l'industrie touristique d'en apprendre plus au sujet des efforts de marketing du PTCA pendant une présentation le 14 février. Si vous ne pouvez pas être parmi nous pour cette présentation, arrêtez nous voir à notre kiosque afin d'en apprendre plus sur les efforts de marketing du PTCA visant une augmentation de visiteurs et de revenu au 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-Édouard. 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).