



Quoi de nouveau au PTCA – sept./oct. 2007

Les produits de Tourisme au Canada atlantique se font reconnaître!

Le Partenariat du tourisme au Canada atlantique (PTCA) travaille fort pour faire connaître les divers produits touristiques du Canada atlantique au États-Unis. Une approche intégrée faisant appel aux communiqués de presse, aux appointements de média, aux voyages de média et aux relations médiatiques continues, connaît beaucoup de succès.

Le PTCA a déjà mérité une couverture médiatique importante dans plusieurs publications telles que le Conde Nast Traveler, le New York Times, le Boston Globe et le Philadelphia Inquirer. De la publicité dans de telles publications peut être coûteuse. Des articles générés en raison des efforts médiatiques du PTCA seront bénéfiques pour les opérateurs touristiques de la région.

Des efforts continuent afin d'organiser des voyages médiatiques à la région pour expérimenter notre patrimoine unique, notre culture, notre environnement pittoresque et notre hospitalité légendaire. Des écrivains ainsi que des éditeurs représentant des publications telles que le Boston Globe, le Family Circle et le Out Traveler visitent la région cet été pour explorer l'inconnu, vivre l'abondance des activités récréatives de la région et profiter de notre cuisine exceptionnelle.

Le mot se répand que le Canada atlantique offer aux américains une vacance extraordinaire et ce type de couverture médiatique fait connaître le Canada atlantique à de millions de visiteurs potentiels.

Éducation du commerce de voyage allemand sur les produits du Canada atlantique

La Stratégie de voyage commercial du PTCA 2007-2008 continue de répondre aux marchés d'outremer en concentrant sur des partenariats de marketing stratégiques avec des opérateurs de tournés. Le PTCA participe régulièrement à des initiatives de marketing conjointes, des activités promotionnelles telles que des missions de ventes et de la participation au marché. Le PTCA participe aussi à des séminaires de formation et d'éducation visant l'augmentation du niveau de connaissance des gérants de produits ainsi que du personnel de vente et de réservation.

Afin de stimuler les visites et d'augmenter le revenue pour la région, le PTCA a récemment complété des séminaires éducatifs aux opérateurs de tournés situés à Hamburg, à Frankfurt et à Munich. L'horaire d'une semaine visait principalement à offrir aux opérateurs de tournés un survol des produits touristiques uniques et variés disponibles dans chacune des quatre provinces atlantique. Cette initiative fut un grand succès avec les agents qui ont partagé un excellent feedback sur la présentation et les sessions de formation. Des appels de ventes avec des opérateurs de tournés participants

offraient une opportunité en or pour discuter de nouveaux produits et de tous changements propre au champs de travail des opérateurs.

De plus, les représentants du PTCA ont participé aux initiatives de marché suivantes de la Commission canadienne du tourisme (CCT) pendant cette meme période de 10 jours en juillet. À Londres, le CCT a organisé les célébrations du Jour du Canada, attirant de milliers de gens au Trafalgar Square pour voir Drum! ainsi que d'autres musiciens et un kiosque de tourisme rempli d'information touristique de multiples destinations. Les "Canada Travel Media Awards" ont aussi eu lieu à Londres où on a célébré de l'écriture touristique de qualité. Enfin, le bureau du CCT en Allemagne ont tenu leur Rencontres du marché de voyage ("Travel Trade Meetings") où le PTCA s'est joint les autres provinces pour discuter de la programmation et des opportunités en 2008.

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

Le Partenariat touristique du Canada atlantique est un partenariat pan-atlantique compose 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.