



=

## **Quoi de neuf au PTCA – février/mars 2009**

### **Mars en folie - Évènements de commerce et de média au Royaume-Uni et en Allemagne :**

Les partenaires du PTCA ont rencontré d'autres partenaires stratégiques du commerce, de lignes aériennes, des médias et de la Commission canadienne du tourisme, au sites de deux marchés importants tenus en mars, soit le **ITB à Berlin (11-15 mars)** et le **Spotlight on Canada in London, en Angleterre (17-18 mars)**. Le ITB est l'exposition principale de l'industrie de voyage avec plus de 10000 compagnies de tourisme de 184 pays différents et plus de 108000 visiteurs. Spotlight Canada, organisé annuellement par la Commission canadienne du tourisme (CCT), offre aux partenaires du PTCA l'opportunité de rencontrer un à un des partenaires clés au Royaume-Uni intéressés à offrir des produits touristiques du Canada atlantique. Une des tendances principales communiquées au deux évènements est la réservation tardive du consommateur et son exigence de valeur ajoutée. Le Canada atlantique est bien placé dans ces deux marchés et offre des produits de valeur au Royaume-Uni et à l'Allemagne. Les représentants du Canada atlantique sont encouragés devant le nombre déjà grand de réservations à date.

En plus des marches clés, le PTCA a rencontré les membres intéressés des médias lors de divers évènements en Allemagne. Le Canada atlantique était la destination vedette au déjeuner annuel des médias du ITB, un évènement tenu par divers partenaires le 14 mars durant le ITB. Plus de 100 journalistes allemands étaient à l'évènement et ont rencontré des représentants du Canada atlantique. Cet évènement fourni au PTCA l'occasion de promouvoir les produits touristiques de la région dans le but de générer une couverture médiatique précieuse. Le PTCA, avec d'autres provinces et territoires, était aussi un partenaire organisateur avec la Commission canadienne du tourisme en Allemagne à l'évènement de l'ambassade ITB, agissant aussi comme hôte pour les officiels des médias, de l'industrie de voyage, du CCT ainsi que pour des vedettes allemandes.

### **Nouveau partenariat avec la Commission canadienne du tourisme (CCT) en Europe apporte plus d'exposition du Canada atlantique dans des marchés clés!**

Le CCT et ses partenaires de l'industrie lancent en janvier leur nouvelle campagne de promotion globale au Royaume-Uni, en Allemagne, et en France. Le PTCA est heureux d'être un partenaire dans cette opportunité unique et cherche aussi à profiter de son exposition afin de sensibiliser davantage le consommateur de ces marchés clés aux produits touristiques de la région. Cette stratégie est fondée sur l'expérience et expose des expériences uniques de la région. Elle cherche aussi à améliorer les perceptions des gens du Canada, et plus spécifiquement pour le PTCA, elle cherche à promouvoir ce que le Canada atlantique offre au consommateur. La campagne au Royaume-Uni a commencée en janvier et comprend des relations publiques, des communications imprimées, une composante en ligne et des posters au niveau des métros. La campagne allemande a aussi commencée en janvier et comprend des tactiques similaires, y compris des posters au niveau des rues, les relations publiques et l'activité en ligne. La campagne en France représente la composante finale de la campagne globale qui sera lancée en mars (selon la date de lancement de sa saison de vente). La marque du Canada atlantique du PTCA sera très visible sur le matériel de promotion, avec de belles photos récentes de chacune des quatre provinces atlantiques. Voir [www.canada.travel](http://www.canada.travel) (sites en Europe) pour la campagne principale et [www.AtlanticCanadaHoliday.ca](http://www.AtlanticCanadaHoliday.ca) pour du matériel de partenaires.

### **Le Canada atlantique rencontre des contacts clés aux États-Unis:**

Dans notre stratégie de marketing 2008/09, le Partenariat du tourisme au Canada atlantique (PTCA) est heureux d'avoir négocié des partenariats stratégiques avec des opérateurs de tournées clés aux États-Unis. L'entraînement est une composante importante de cette approche collaborative, fournissant aux employés des centres d'appels l'information et les connaissances nécessaires à la promotion de notre région comme destination de vente. Récemment, des représentants du Canada atlantique ont rencontré les employés de Grand Circle Travel, Elderhostel Inc. et Collette Vacations. Un total de 135 individus motivés ont participé à cette initiative importante.

Une autre stratégie qui s'est avérée bénéfique pour le Canada atlantique était de rencontrer journalistes et les éditeurs de publications importantes afin de leur parler de la région. Tôt dans le mois de mars, Meredith Pillon Marketing Communications a organisé des rencontres à Chicago avec les représentants du Canada atlantique afin qu'ils puissent parler avec les éditeurs et journalistes indépendants de publications telles : le Chicago Sun Times, le Ebony Magazine, le North Shore Magazine, le New York Times, iexplore.com et National Geographic Travelee. Le feedback fut très positif.

### **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).