



Quoi de neuf au PTCA – juillet/août 2008

Le marketing outre-mer du PTCA continue d'attirer des visiteurs

Le Programme de marketing outre-mer du Partenariat du tourisme au Canada atlantique a été très efficace par rapport à la promotion du Canada atlantique dans les marchés outre-mer. À titre de partenaire de la Commission canadienne du tourisme (CCT), le Canada atlantique était bien placé pour rencontrer des consommateurs célébrant le jour du Canada au Trafalgar Square de Londres. L'évènement cette année promet d'être plus gros que jamais, avec plus de 40 000 participants en plus d'une couverture médiatique significative du Canada et du Royaume-Uni. En Allemagne, le Canada atlantique s'est joint au CCT afin de promouvoir le Canada à un groupe de journalistes en leur adressant la parole le jour du Canada. Cette année, la campagne postale a aussi révélé une tendance en développement durable avec une stratégie de conservation d'eau et une Clé-USB avec la marque canadienne contenant des idées d'histoire (une page par partenaire). Les efforts de relations médiatiques outre-mer ont continué en France. Le CCT, le PTCA en partenariat avec les provinces du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse ont accueilli quatre journalistes pendant d'une tournée médiatique appuyant les nouveaux vols hebdomadaires à Halifax de Fly Corsair. Les visites médiatiques continuent de jouer un rôle stratégique de sensibilisation au sein de la stratégie de marketing outre-mer du PTCA.

L'autre bord de l'océan atlantique, au Japon, le Canada atlantique fait présentement partie de l'Exhibition centenaire d'*Anne aux pignons verts* présentée dans deux des centres commerciaux les plus gros au Japon, Mitsukoshi et Takashimaya. L'exhibition est en honneur du centième anniversaire de la publication *Anne aux pignons verts* et contient de l'information de voyage en rapport avec le Canada atlantique ainsi que plusieurs items « Anne » qui ont été spécialement transportés au Japon. L'exhibition a commencé à Tokyo le 10 juin, attirant plus de 50 000 visiteurs sur douze jours. Pendant les douze prochains mois, l'exhibition voyagera à onze différentes villes japonaises et le nombre projeté de visiteurs est d'au moins 420 000 personnes.

Le Canada atlantique profite du plan de relation médiatique des É.-U.

Il n'est pas surprenant que le Canada atlantique profite d'une couverture éditoriale impressionnante à l'intérieur des publications américaines les plus reconnues (National Geographic Traveler, Conde Nast Traveler, Modern Bride, New York Times et Travel and Leisure Golf, pour en nommer quelques-unes). Meredith Pillon Marketing and Communications travaille avec le Canada atlantique en distribuant des communiqués de presse et des idées d'histoire, tout en organisant des voyages médiatiques à la région atlantique.

Dans le but d'accentuer la visibilité du Canada atlantique, un nouvel élément de promotion a été introduit en 2008 assurant une communication avec les médias qui était plus fréquente et plus courte. Une campagne de courriers électroniques plus courts et stratégiques, en lien avec d'autres tactiques stratégiques de promotion plutôt

traditionnelles, ont connu beaucoup de succès en ce qui concerne la couverture de la région dans des publications américaines telles que Today, Arthur Frommer's Budget Travel, Travel Girl Magazine, Scholastic Parent et Child.

Tout est en place afin de garder le Canada atlantique au premier plan pour l'automne 2008 et l'hiver 2009.

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.