

Le Canada atlantique lance leur programme de consommateur pro-actif et de relations médiatiques aux États-Unis

Le PTCA est heureux d'annoncer que la firme de relations publiques Hawkins International PR, de New York, a été retenue pour faire connaître le Canada atlantique auprès des gens des régions moyennes atlantiques et pacifiques des États-Unis.

Hawkins International PR est une firme reconnue pour son développement de plans de relations publiques créatifs et bien pensés pour une liste impressionnante de clients. L'équipe chez Hawkins International est très connaissante du Canada atlantique grâce à son expérience dans la région. L'équipe a visité toutes les quatre provinces atlantiques afin de se familiariser avec les divers et uniques produits touristiques disponibles aux visiteurs.

Après s'être dotée des connaissances et de l'expérience nécessaire, l'équipe est prête à implanter un plan d'action stratégique qui comprendra des médias traditionnelles et non-traditionnelles. Parmi les activités planifiées, on y trouve des communiqués de presse, des tournées médiatiques, des appointements au sein du marché, des activités de relations médiatiques et des événements médiatiques.

Les relations médiatiques font partie d'une approche stratégiques à trois volets aux États-Unis. Le comité de marketing du PTCA a lancé un programme ciblant le consommateur à New York, au New Jersey et en Pennsylvanie au printemps 2009. Le plan comprend les journaux, les revues et les placements à Internet dans le but de rejoindre les individus âgés de 45 à 65 ans qui gagnent un salaire élevé, ont un haut niveau d'éducation et ont tendance à voyager au Canada atlantique.

Faire connaître le message au Royaume-Uni: à la recherche d'une firme de relations publics au Royaume-Uni!

Les relations publiques font partie intégrale du plan de marketing stratégique du PTCA au Royaume-Uni. Le comité de marketing du PTCA cherche aussi à retenir les services d'une firme de relations publiques au Royaume-Uni afin de faire connaître les produits touristiques du Canada atlantique auprès des gens de ce pays et ainsi stimuler les visites de ces gens dans notre région. Par la mi-août, la firme sera choisie et poursuivra déjà le développement d'un plan stratégique de relations médiatiques/publiques en consultation avec le comité de marketing du PTCA. Le plan de relations médiatiques sera monté en intégrant les programmes visant le consommateur du Royaume-Uni et l'industrie du voyage. Dans un marché global, une destination doit se distinguer des autres. Des entêtes médiatiques positives mènent à ce genre de distinction. Le programme du PTCA au Royaume-Uni cible des couples âgés de 35 à 54 ans et des adultes de plus de 45 ans,

qui voyagent sans enfants, qui possèdent un haut niveau d'éducation et qui gagnent un revenu familial élevé. Cette clientèle ciblée doit aussi avoir une tendance à voyager à distance et doit être intéressée à visiter le Canada pour une 2^e ou même une 3^e fois.

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.