

La campagne de média Canada atlantique en marche au Royaume-Uni

Le Partenariat en tourisme du Canada atlantique (PTCA) a retenu l'agence KBC PR & Marketing pour opérer ses services de relations médiatiques au Royaume-Uni. Ce sera la deuxième année consécutive que le PTCA profitera des services de cette agence de relation publique du Royaume-Uni pour augmenter le profil du Canada atlantique chez les voyageurs de cette région. KBC atteint notre marché cible par l'entremise de médias traditionnels et plus contemporains qui servent à présenter le Canada atlantique comme une bonne destination de vacance.

Les activités de relations publiques prévues dans l'année à venir comprennent: des visites au Canada atlantique de journalistes de voyage, un événement médiatique significatif du Canada atlantique au Royaume-Uni, des bulletins HTML, des communiqués de presse et la génération d'histoires. Notre marque, "Le Canada atlantique: S'éveiller au rythme de la mer", est présente dans toutes les activités médiatiques au Royaume-Uni.

Le Royaume-Uni semble être le marché outremer avec le plus grand retour sur l'investissement. Les relations publiques représentent une composante de la stratégie de marketing globale au Royaume-Uni, une stratégie qui comporte aussi des promotions de voyages et du marketing directe au consommateur.

Les produits de tourisme du Canada atlantique gagnent de la popularité!

Le PTCA travaille fort à promouvoir les divers produits touristiques du Canada atlantique à New York, au New Jersey et en Pennsylvanie. Hawkins International PR (HIPR), l'agence de marketing du PTCA, continue de se tenir à jour par rapport aux produits touristiques de la région. Deux représentants de la compagnie ont récemment visité le Canada atlantique afin de se familiariser davantage avec la région.

Ensemble, le PTCA et HIPR mettent en place une approche intégrée de relations publiques qui comprend des communiqués de presse, des voyages de presse ainsi que des relations médiatiques continues. Cette approche fonctionne très bien. Nous avons déjà reçus une couverture médiatique au sein de publications renommées telles que le New York Times, Travel and Leisure, le Wall Street Journal et Everyday with Rachael Ray. Or, faire partie de telles publications s'avère dispendieux. Des articles qui y figurent en raison des efforts de relations médiatiques du PTCA permettront aux opérations touristiques dans la région de s'épanouir.

Ces efforts continuent avec la visite de représentants des médias les plus importants à notre région afin d'expérimenter notre culture, notre histoire, notre environnement naturelle et notre hospitalité légendaire. Des journalistes et des éditeurs de publications renommées telles que Sherman's Travel, Newsweek Magazine, The New York Times et Cooking Light se rendront

au Canada atlantique cet été afin d'explorer l'inconnu, d'expérimenter l'abondance de nos activités récréatives et d'apprécier notre cuisine locale.

Le mot se passe que le Canada atlantique offre aux visiteurs américains une expérience de vacance extraordinaire. Enfin, ce genre de couverture médiatique favorable permet de présenter le Canada atlantique à plusieurs millions de visiteurs potentiels.

Le Partenariat de tourisme du Canada atlantique – qui sommes-nous?

Le Partenariat du tourisme du Canada atlantique est un partenariat pan-atlantique de neuf membres: l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, les quatre Associations de l'industrie de tourisme du Canada atlantique ainsi que les quatre Départements provinciaux responsables pour le tourisme au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse, à l'Île-du-Prince-Edward et à Terre Neuve et Labrador. Le PTCA est en place depuis 1991 et se consacre à la promotion du Canada atlantique comme une destination touristique privilégiée auprès de marchés cibles aux États-Unis ainsi qu'au niveau international. Pour de plus amples informations, visitez www.actp-ptca.ca