

Quoi de neuf au PTCA – février/mars 2011

Le PTCA créer un partenariat avec les opérateurs du R.-U.

Le programme de l'industrie du voyage constitue une composante importante du Programme de marketing au Royaume-Uni (R.-U.) du PTCA. La recherche courante signale que le voyageur du R.-U. continue de consulter les opérateurs de tournées prolongées et achète encore ses produits par l'entremise de l'industrie de voyage. En fait, la Recherche sur le consommateur du R.-U. faite par le PTCA en 2009 souligne que les *meilleurs* véhicules de communication au R.-U. sont les programmes co-op avec des opérateurs prêts à promouvoir la région à leur clientèle.

Les initiatives de marketing au R.-U, par le PTCA visent à augmenter la demande et accroître la visibilité du Canada atlantique et de ses forfaits de voyage auprès des voyageurs du R.-U. Le programme cherche à accomplir ces objectifs en encourageant les consommateurs du R.-U. de réserver leur expériences touristique du Canada atlantique auprès des partenaires du PTCA dans l'industrie du voyage. Ceci est surtout possible grâce aux partenariats avec des opérateurs de tournées.



Des représentants du Canada atlantique rencontrent des opérateurs du R.-U.
World Travel Market à Londres, novembre 2010.

Des partenariats en marketing avec des marchands et des opérateurs au R.-U. permettent d'augmenter la visibilité et la demande pour des produits touristiques au Canada atlantique, pour une expérience de vacances dans notre région. Ces activités génèrent depuis quatre ans un retour sur l'investissement sur une base de 16:1. En 2011, le PTCA concrétisera son partenariat avec huit opérateurs du R.-U. et mettra à l'épreuve diverses tactiques de marketing telles la poste directe au consommateur, le courriel, les salons professionnels ainsi que des productions papier et des publicités en ligne.

Le Canada atlantique lance des idées d'histoire et ramasse de l'information sur les marchés

Janvier est le temps idéal de parler aux éditeurs et journalistes d'influence à New York. C'est le temps où les calendriers éditoriaux se remplissent pour l'année à venir. Des appointements au sein du marché représentent qu'une stratégie utilisée par le PTCA afin de générer la couverture médiatique si

importante dans nos marchés cibles. En janvier 2011, quatre représentants du Canada atlantique se sont rendus à New York pour rencontrer des éditeurs de publications renommées telles Travel and Leisure, Food and Wine, Saveur, Men's Journal et Budget Travel. L'équipe avait emporté avec elle une diversité d'idées d'histoires visant à piquer la curiosité et générer une couverture médiatique.

Les journalistes free-lance représentent aussi un élément important du plan de relations médiatiques. Il y a donc eu des rencontres avec des journalistes free-lance qui écrivent pour des publications importantes comme le New York Times, le National Geographic Traveler, le Town and Country et O, The Oprah Magazine. Ces rencontres permettent de partager des informations importantes sur la région aux écrivains afin de générer de l'intérêt pour une histoire particulière ou une visite dans la région.

Vers la fin de sa visite à New York, l'équipe du PTCA a participé à la toute première Table ronde du PTCA sur les médias sociaux. Quatre bloggeurs étaient invités de partager leurs opinions sur la portée des médias sociaux et les meilleures pratiques à adoptées ainsi que sur la façon de communiquer avec les médias en ligne. Ce forum a aussi permis au PTCA de développer des liens importants avec les médias en ligne. Parmi les invités, on comptait les bloggeurs pour le Conde Nast Traveler, le Lonely Planet, les Jet Set Girls et le Brooklyn Nomad.

Le Partenariat en tourisme au 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