



Quoi de neuf au PTCA! avril/mai 2010

Le plan de marketing É.-U. 2010 du PTCA en pleine action!

Le programme de publicité directe au consommateur est en place, mettant en vedette des publicités dans les revues, les journaux et les sites web de réseautage social les plus qualifiés. Récemment, notre composante virtuelle de marketing a augmentée considérablement. En fait, aujourd'hui, elle représente plus de 40% du budget total de marketing. Pour l'année 2010, nous allons concentrer sur le marché lucratif de l'Atlantique moyen – New York, New Jersey and Pennsylvania – où le Canada atlantique risque de voir ses plus grands retours. Afin d'augmenter notre budget et alors notre influence en marketing, le PTCA s'est trouvé un partenaire, la Commission canadienne du tourisme, pour lui aider à s'intégrer à plusieurs des publications ciblées dans le plan.

Afin de stimuler le voyage de groupe et FIT, le PTCA s'est joint à quelques opérateurs partenaires tels que Travel Impressions, Vantage Deluxe Travel, Globus Family of Brands, Exploritas and Collette Vacations. Parmi les activités visées, on retrouve les campagnes de poste directe et en ligne, la promotion au site web, la formation du personnel de réservation et de ventes.

La troisième partie de notre approche consititue les relations médiatiques. Le plan des relations médiatiques joue un rôle intégral dans notre approche. Hawkins International, une firme de relation publique importante à New York, s'est chargée de planifier des voyages médiatiques, de développer des communiqués et de proposer des idées de promotion adaptées aux médias ciblées. En mars, ils ont organisé un évènement médiatique excitant dans la ville de New York. Cet évènement a attiré 67 éditeurs renommés de revues populaires telles que O Magazine, Travel and Leisure, Travel Weekly, Time et New York Daily News.

La saison de tournée FAM entame au Canada atlantique

L'équipe Canada atlantique se prepare pour une saison occupée de tournées de familiarisation (FAM) pour les écrivains du Royaume-Uni. KBC PR & Marketing, la firme de marketing au R.-U. pour le Canada atlantique, propose aujourd'hui des idées d'histoires et invite les médias à expérimenter la région. Le but est d'arriver une couverture médiatique de qualité dans les publications les plus populaires au R.-U., telles que The Times, The Daily Telegraph et Wanderlust Magazine, où l'on présente le Canada atlantique comme l'endroit à visiter au Canada.

Des voyages médiatiques permettent de présenter le Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve et Labrador, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Edward, pendant toute l'année, offrant des occasions importantes de retour sur l'investissement. Accueillir les médias cet été apportera une couverture médiatique tôt en 2011, la saison de réservation pour les marchés au R.-U. Les FAMs ne seraient possibles sans les partenariats avec les compagnies d'aviation et la Commission canadienne du tourisme.

Les représentants du tourisme sont disponibles pour aider personnellement aux journalistes hôtes, qui pourront expérimenter les lieux, les saveurs et les festivals, en plus de profiter de tournées exclusives à chaque destination. Voici quelques idées d'histoires pour le Canada atlantique:

- La Baie de Fundy est déclarée finaliste aux Nouvelles 7 merveilles naturelles du monde
- Une célébration à Terre-Neuve et Labrador – la première colonie anglaise du Canada célèbre ses 400 ans en 2010
- Le sentier culinaire, une première en Nouvelle-Écosse, offre des “aventures de saveur”
- Tranquility Cove Adventures de l'Île-du-Prince-Edward combine la faune, l'aventure et l'aventure culinaire en une seule expérience touristique.

Le Partenariat en tourisme au Canada atlantique – qui sommes-nous?

Le Partenariat en tourisme au Canada atlantique est un partenariat pan-atlantique composé de neuf membres: L'Agence de promotion économique du Canada atlantique, les quatre associations de l'industrie touristique au Canada atlantique et les quatre départements provinciaux responsables du tourisme au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse, à Terre-Neuve et Labrador et à l'Île-du-Prince-Edward. Le PTCA existe depuis 1991 et se consacre à la promotion du Canada atlantique comme la destination touristique de choix auprès de marchés américains et internationaux les plus importants. Pour de plus amples informations, visitez notre site à l'adresse web: www.actp-ptca.ca.