



## CANADA : Conférence de presse ou démarchage presse

CANADA   ACTIVITÉS OUTDOOR   BIEN ÊTRE   CULTURE & PATRIMOINE   GASTRONOMIE  
GRANDS ÉVÈNEMENTS   MONTAGNE   OUTRE-MER   SLOW TOURISME   TOURISME DE MÉMOIRE  
TOURISME DURABLE   TRAVEL TECH   VÉLOTOURISME

**Type de rendez-vous :** Rencontres médias

**Marchés d'intervention :** Canada

**Cibles :** Médias internationaux

**À partir de 3 000 CAD HT**

Présentation par une destination (région, ville, etc.) ou par un partenaire privé (hôteliers, compagnies de transports, etc.) de ses actualités et nouveautés auprès de médias d'une ou plusieurs villes canadiennes choisies.

### Pourquoi participer

- Mettre en avant les nouveautés touristiques ou produits
- Maintenir les relations avec la presse et les blogueurs du marché
- Gagner en notoriété et visibilité

### Format

Début

01/03/2025

Fin

28/02/2026

Lieu

CANADA (Montréal, Toronto ou Vancouver)

Format de l'opération

Conférence de Presse

Présentation du partenaire, de ses nouveautés, de ses produits et services

Networking avec les journalistes et créateurs de contenus (remise du Dossier de Presse au travers d'un code QR)

OU encore rendez-vous individuels avec les médias dans un lieu fixe (ex?: bureau Atout France, hôtel, restaurant?): 6 à 7 rendez-vous par jour

Indicateurs de performance

Demandes de soutien ou retombées Presse à la suite de l'événement

CVP (contre-valeur publicitaire) lorsque disponible et audience

Visibilité de la destination/produit dans le marché (non quantitatif)

Nombre de journalistes et créateurs présents aux événements

Média / support

Tous types, selon l'intérêt du client et la thématique sous-jacente

## Conditions

**Date limite d'inscription** :?Deux mois avant l'événement.

**Coûts approximatifs** :?À partir de 3000CAD HT (ce tarif n'inclut pas la traduction et l'impression du dossier de presse, un interprète ou autres coûts liés à des prestations spécifiques).

## Cibles du rendez-vous

Nombre de participants attendus

Minimum 6 médias, maximum 35

Profil des participants ciblés

Quotidiens, magazines, radio, Télé, guides touristiques et médias sociaux / d'influence.

## Partenaires

Profil des partenaires ciblés

Institutionnels ou privés

Nombre de partenaires souhaités

Action individuelle ; voir Tournée médiatique pour opération fédérée

Visibilité des partenaires

réation et envoi de l'invitation au fichier de journalistes

Mise en avant du dossier de presse fourni par les partenaires (par un QR code)

Possibilité de Newsletter dédiée après la rencontre (environ 300?contacts médias)

Communiqué

Publication sur les réseaux sociaux (Linkedin)

Suivi des voyages de presse initiés lors de la rencontre

Analyse et suivi des retombées

## Contact(s)

Carole LAROCQUE - Spécialiste communication et médias / pr specialist - Canada

- [00 1 514 622 1100](tel:0015146221100)
- [carole.larocque@atout-france.fr](mailto:carole.larocque@atout-france.fr)

Mélanie PAUL HUS - Directrice de bureau - Canada

- [melanie.paul-hus@atout-france.fr](mailto:melanie.paul-hus@atout-france.fr)