

Dans le monde entier, les voyageurs expriment leur désir d'exploration et d'une vie qui sort de l'ordinaire. Nous avons promis à ces voyageurs que le Canada était le pays où ils pourraient réaliser ce rêve. C'est grâce aux entreprises touristiques canadiennes que nous pouvons tenir notre promesse.

Le programme

Destination Canada est l'organisme national de marketing touristique du Canada. Nous faisons la promotion du Canada dans onze pays pour accroître le potentiel de chaque entreprise touristique canadienne, petite ou grande, sur le marché.

Il est plus important que jamais de se démarquer sur le marché. C'est pourquoi Destination Canada et les 13 organismes de marketing provinciaux et territoriaux (OMP) ont mis sur pied une collection d'expériences canadiennes distinctives (ECD) qui permet de présenter au reste du monde le vrai visage du Canada. Ces expériences offrent à notre clientèle prioritaire ce qu'elle recherche dans une destination de vacances.

Les ECD sont des expériences touristiques prêtes à l'achat, qui répondent au désir des voyageurs de s'aventurer en dehors des sentiers battus touristiques. Elles plongent les voyageurs dans l'environnement naturel du Canada ou l'authenticité de la culture locale et les mettent en contact avec des lieux et des habitants qui enrichissent leur vie. Elles permettent aux voyageurs de s'adonner à une série d'activités touristiques mémorables et essentiellement personnelles qui, graduellement, éveillent les sens et créent des liens sur le plan émotif, physique, spirituel, intellectuel ou social.

On invite les entreprises touristiques qui offrent ces expériences passionnantes à soumettre une demande pour faire partie du programme. Les équipes de marketing et de ventes de Destination Canada et des OMP se serviront de ces expériences canadiennes distinctives pour attirer l'attention et stimuler l'imagination des consommateurs du monde entier, et pour les inciter à visiter le pays *sans plus tarder*.

Objectifs du programme

Le programme des ECD est un programme d'alignement sur la marque et de développement des marchés ayant les objectifs suivants :

- Contribuer à modifier la perception à l'étranger des voyages au Canada et à étoffer l'image du Canada en tant que destination.
- Aligner les exploitants d'entreprises touristiques du Canada sur la stratégie d'entreprise et la marque touristique de Destination Canada et sur les expériences que les voyageurs recherchent.

- Créer une demande pour le Canada en mettant en valeur des expériences touristiques prêtes à l'exportation qui répondent aux intérêts des voyageurs cibles, définis par les études sur le Quotient explorateur^{MD} (QE^{MD}) de Destination Canada.
- Faire progresser les voyageurs étrangers le long du cheminement vers l'achat en mettant en valeur des expériences canadiennes captivantes dans le cadre des activités de Destination Canada et des OMP en matière de marketing auprès des consommateurs, de relations avec les médias et de médias sociaux et d'activités auprès des professionnels des voyages.
- Inspirer le développement de nouveaux produits et forfaits par les entreprises touristiques afin de créer des expériences touristiques qui correspondent aux motivations des voyageurs cibles du Canada.
- Accroître la présence des petites et moyennes entreprises (PME) dans les marchés étrangers.

Avantages pour les membres

Bien que les avantages du programme des ECD diffèrent pour chaque membre, voici les avantages principaux auxquels les membres peuvent s'attendre :

- Augmentation des ventes et reconnaissance mondiale découlant de l'association à la collection;
- Accroissement de la visibilité à l'étranger et du marketing par Destination Canada grâce à des initiatives d'intégration des ECD élaborées et diffusées dans le monde par Destination Canada et ses OMP partenaires;
- Possibilités accrues de forfaits et de promotions croisées entre membres du programme des ECD;
- Renforcement des relations d'affaires avec les professionnels des voyages et invitations à des activités de réseautage;
- Visibilité médiatique accrue, particulièrement dans le cadre de visites de familiarisation à l'intention des médias;
- Accès à de nouvelles ressources numériques grâce à la participation à des séances photo et à des tournages vidéo;
- Prestige et crédibilité sur le marché, et reconnaissance des pairs.

Comment faire une demande d'adhésion

Les entreprises qui souhaitent intégrer la collection d'ECD doivent en faire la demande auprès de leur organisme de marketing provincial (OMP). Vous trouverez sur notre [site Web](#) une liste à jour des coordonnées des OMP.

Pour obtenir des réponses à vos questions ou pour lire la documentation du programme des ECD, consultez notre [site Web](#).