

# Les organisations de marketing de destinations

**Au-delà de la promotion, les organisations de marketing de destinations sont des acteurs essentiels de la prospérité des communautés, de la fierté du pays et des relations de confiance. En intégrant le discours national dans leur stratégie de marque, elles renforcent l'identité de la destination, favorisent le soutien des résidents, célèbrent les récits autochtones et mettent en avant les avantages à long terme tels que l'emploi, les infrastructures et la durabilité.**

## Aperçu de l'audience

Les organismes de marketing de destination aux niveaux local, régional, provincial, et territorial.

## Pourquoi sont-ils importants?

Les organisations de marketing de destinations contrôlent les plateformes de marque, les campagnes touristiques et le contenu destiné aux visiteurs. La matrice discursive peut améliorer l'uniformité et la pertinence de leur action de sensibilisation. Elles travaillent souvent entre le secteur, le gouvernement et le public, ce qui fait d'elles des joueuses essentielles dans la transmission du discours à de multiples publics. De nombreuses organisations de marketing de destinations s'orientent vers des rôles d'intendance et ont besoin d'un discours qui met en valeur les avantages à long terme du tourisme (par exemple, la durabilité, l'emploi, les infrastructures). Ils sont bien placés pour tester des outils discursifs et aider à affiner la matrice de messages avant un déploiement plus large.

## Messages Principaux

- 1. Soyez le catalyseur indispensable à la prospérité et à la fierté locale.**  
Votre rôle va au-delà de la promotion. Créez des communautés, favorisez la croissance, célébrez les récits autochtones et faites de votre destination un modèle d'hospitalité et d'innovation canadiennes.

## Arguments

Le contrôle de la marque et des canaux par les organisations de marketing de destinations leurs permet d'harmoniser la communication locale et nationale.

### PRINCIPALES MOTIVATIONS

Force de la marque et croissance du nombre de visiteurs

Soutien et confiance de la communauté

Harmonisation opérationnelle avec les partenaires

Le tourisme comme contributeur précieux au niveau local

### APPEL À L'ACTION

Intégrer le discours dans l'image de marque de la destination

Partager des éléments de preuve locaux pour enrichir l'histoire nationale

### PRINCIPAUX CANAUX

Mises à jour de l'industrie et des parties prenantes

Tables rondes et conférences sectorielles

### INDICATEURS CLÉS

Amélioration des mesures de soutien aux résidents

Participation aux initiatives nationales de narration de récit