



EUROPE & AUSTRALIA

MARKET UPDATE

EUROPE ET AUSTRALIE

MISES À JOUR DES MARCHÉS

Canada



CANADA

UNITED KINGDOM
ROYAUME-UNI



Team Introduction

Présentation de l'équipe



Luciana Magliocco

Regional Managing Director

Directrice générale régionale



Rachel McQueen

Managing Director

Directrice générale



Adam Hanmer

Travel Trade Manager

*Gestionnaire des relations
avec les professionnels des
voyages*



Nim Singh

MRPR Manager

*Gestionnaire des relations
avec les médias et des
relations publiques*

Market Areas of Focus for 2024

Continue to build momentum from marketing activity in 2023 with a **multi-channel consumer campaign** launching in September 2024.

Maximise the opportunity of new direct flights into **Atlantic Canada**.

Inspire the media to **feature stories that support our brand** and our business objectives.

Priorités du marché en 2024

*Poursuivre sur la lancée des activités de marketing de 2023 en lançant **une campagne multicanal** auprès des consommateurs en septembre 2024.*

*Tirer avantage des nouveaux vols directs vers le **Canada atlantique**.*

*Inspirer les médias afin qu'ils présentent des **articles venant appuyer notre marque** et nos objectifs d'affaires.*



Grande Anse
New Brunswick / Nouveau-Brunswick

Market Areas of Focus for 2024

Capitalise on **global publisher partnerships**, including:

- National Geographic Open Photography Brief
- Fiennes: Return to the Wild
- FT Weekend Festival UK

Create **Team Canada** co-investment opportunities with key trade partners.

Priorités du marché en 2024

Tirer profit de nos partenariats avec des diffuseurs mondiaux, notamment :

- *le projet de missions photographiques Open Canada avec National Geographic;*
- *l'émission Fiennes: Return to the Wild;*
- *le FT Weekend Festival au Royaume-Uni.*

Chercher des occasions de co-investissement pour l'Équipe Canada et les principaux professionnels des voyages.



Saskatoon
Saskatchewan

A scenic landscape featuring a lake, rocky shore, and mountains under a bright sun. The sun is in the upper right corner, creating a starburst effect. The mountains are in the background, and the foreground shows rocks and white, fluffy plants.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

**INCREASED INTEREST IN ATLANTIC
CANADA, YUKON AND NUNAVUT**

**INTÉRÊT ACCRU POUR LE CANADA
ATLANTIQUE, LE YUKON ET LE NUNAVUT**

Tombstone Territorial Park / Parc territorial Tombstone

Yukon



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

SIGNIFICANT INTEREST IN RAIL TRAVEL, RV PACKAGES ALSO GROWING

INTÉRÊT MARQUÉ POUR LES VOYAGES EN TRAIN ET EN VÉHICULE RÉCRÉATIF

Rocky Mountaineer

Alberta



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

**DEMAND FOR BOUTIQUE/B&B ACCOMMODATION, WILDLIFE
LODGES AND ADVENTURES, AUTHENTIC EXPERIENCES**

**DEMANDE POUR LES GÎTES TOURISTIQUES/HÔTELS-BOUTIQUES,
LES CHALETS ET AVENTURES AU PLUS PRÈS DE LA FAUNE ET
LES EXPÉRIENCES AUTHENTIQUES**

Nahanni National Park Réserve / Réserve de parc national Nahanni

Northwest Territories / Territoires du Nord-Ouest

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

OPPORTUNITY AROUND MULTI-GENERATIONAL TRAVEL

OCCASIONS DE VOYAGE MULTIGÉNÉRATIONNEL

Burntcoat Head Park / Parc Burntcoat Head

Nova Scotia / Nouvelle-Écosse



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

**RECENT GROWTH HAS OPENED UP THE
'SECOND-VISIT' OPPORTUNITY**

**NOUVELLES OCCASIONS DE FAIRE REVENIR LES
VOYAGEURS POUR UN DEUXIÈME VOYAGE AU CANADA**

Cabot Trail / Piste Cabot

Nova Scotia / Nouvelle-Écosse

A person with long hair, wearing a dark jacket, is walking away from the camera on a dirt path through a forest. The trees are covered in vibrant autumn foliage, with shades of orange, yellow, and green. The path leads into the distance, flanked by tall, thin trees. The overall scene is peaceful and scenic.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

**BOOKING WINDOW SHIFTING WITH LONGER
CONVERSION TIMES**

**CHANGEMENTS PAR RAPPORT À LA PÉRIODE DE
RÉSERVATION ET TEMPS DE CONVERSION PLUS LONG**

Ontario



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

**THE EXPERIENCE STILL SELLS, NOT THE PRICE,
BUT VALUE COUNTS**

**LES EXPÉRIENCES SE VENDENT TOUJOURS BIEN, MAIS
PAS LE PRIX. OR, LA VALEUR COMPTE POUR BEAUCOUP**

Key Buyer Trends in 2024

WHAT ARE BUYERS LOOKING FOR?



More attractions/excursions
(not just transport/accommodation)



Initiatives suppliers are taking regarding
sustainability



Year-round wholesale rates

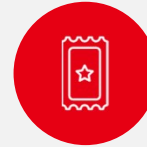


More sightseeing companies and private
guides



Principales tendances chez les acheteurs en 2024

QUE RECHERCHENT LES ACHETEURS?



Plus d'attractions et d'excursions (pas
seulement des options de transport et
d'hébergement)



Des fournisseurs aux pratiques durables



Des tarifs de gros offerts toute l'année



Plus d'entreprises proposant des visites
touristiques et de guides privés

CANADA

FRANCE



Team Introduction

Présentation de l'équipe



Luciana Magliocco

Regional Managing Director
Directrice générale régionale



Cyrielle Bon

Managing Director
Directrice générale



**Maryse
Normandeau**

Trade Manager
Responsable trade



Florence Puech

Media Manager
Responsable media



Natacha Boulter

Assistant
Assistante

Market Areas of Focus for 2024

France is growing HVG revenue across Canada from November to March.

- running familiarization and press trips in season
- promoting Canada from June to December

Priorités du marché en 2024

La France cherche à accroître les recettes provenant des IVE partout au Canada de novembre à mars :

- *organisation de visites de familiarisation et de voyages de presse durant cette période*
- *promotion du Canada de juin à décembre*



Market Areas of Focus for 2024

- **Differentiate** Canada's seasonal value proposition from key competitors by aligning legendary experiences and values to HVG passions in line with regenerative and indigenous tourism
- Work with key account tour operators and media to **develop and promote new winter itineraries**
- Run a **multi-channel, coordinated seasonal campaign** leveraging airline partnerships to drive demand for connected access regions : radio, TV, trade and media KAs

Priorités du marché en 2024

- **Distinguer** la proposition de valeur saisonnière du Canada de celle de ses concurrents en misant sur les expériences inoubliables et les valeurs correspondant aux centres d'intérêt des IVE tout en respectant les pratiques du tourisme régénérateur et autochtone.
- Travailler avec les comptes principaux parmi les voyageurs et les médias pour **concevoir et promouvoir de nouveaux itinéraires d'hiver**.
- Mener une **campagne saisonnière multicanal coordonnée** exploitant les partenariats avec les compagnies aériennes afin d'augmenter la demande pour les régions accessibles par des voies aériennes directes : radio, télévision, professionnels des voyages et comptes principaux parmi les médias.

Market Areas of Focus for 2024

- **Showcase Europe in Paris** (Nov 12-14) for Canadian sellers to meet European buyers
- **IMM Paris** (March) to pitch the French media

Priorités du marché en 2024

- **Showcase Europe in Paris** (12-14 nov) pour mettre en relation les vendeurs canadiens avec les acheteurs européens
- **IMM Paris** (mars) pour rencontrer les médias français



Victoria
British Columbia / Colombie-Britannique



KEY TRENDS / TENDANCES-CLÉS

FRENCH HOUSEHOLDS PRIORITIZE TRAVELING

**LES MÉNAGES FRANÇAIS ACCORDENT
LA PRIORITÉ AUX VOYAGES**

Vancouver

British Columbia / Colombie-Britannique

A photograph of a herd of bison in a snowy field. The bison are brown with thick, shaggy fur. One bison is in the foreground, looking towards the camera. Other bison are visible in the background, some standing and some partially obscured. The ground is covered in snow, and the background shows a line of trees under a pale sky.

KEY TRENDS / TENDANCES-CLÉS

OFF-THE-BEATEN-PATHS AND OFF-SEASON

VOYAGES HORS DES SENTIERS BATTUS ET HORS SAISON

Métis Crossing Alberta

KEY TRENDS / TENDANCES-CLÉS

REAL IMMERSION

UNE IMMERSION AUTHENTIQUE

Essipit Québec

The background of the slide is a photograph of a jellyfish tank. The water is a vibrant blue, and numerous jellyfish with pinkish-purple bells and long, thin tentacles are scattered throughout. In the foreground, the dark silhouettes of two people are visible, looking at the tank. The person on the left is wearing a backpack, and the person on the right is carrying a bag. The overall scene is dimly lit, with the primary light source being the blue glow of the tank.

KEY TRENDS / TENDANCES-CLÉS

TECH SAVVY AND ADOPTING AI

SONT FRIANDS DE TECHNOLOGIES ET ADOPTENT L'IA

France Buyer Trends in 2024

WHAT ARE BUYERS LOOKING FOR?



Quaint accommodations, small boutique hotels, chalet with conciergerie service



Discovering unusual and immersive experiences across Canada



Family trips ideas to discover Canadian wilderness



Green/sustainable experiences



Cultural activities such as museums, festivals, restaurants to experience the Canadian cuisine

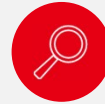


Tendances chez les acheteurs français en 2024

QUE RECHERCHENT LES ACHETEURS ?



Hébergements charmants, petits hôtels-boutiques, chalets avec service de concierge



Expériences immersives et authentiquement canadiennes



Voyages en famille pour explorer la nature canadienne



Expériences durables et écologiques



Activités culturelles (musées, festivals et gastronomie canadienne)

GERMANY
ALLEMAGNE



Team Introduction

Présentation de l'équipe



Luciana Magliocco

Regional Managing Director
Directrice générale régionale



Barbara Ackermann

Managing Director
Directrice générale



Nora König

Senior Manager, Travel
Trade
*Gestionnaire principale,
Professionnels des voyages*



Kirsten Bungart

Director PR & Media
Directrice, Médias et
relations publiques



Luisa Schwark

Marketing Manager
Gestionnaire, Marketing

Market Areas of Focus for 2024

Grow HVG revenue across Canada in the fall

- Differentiate Canada by leveraging HVG passion points and aligned values through German HVG key account tour operators and non-traditional partnerships
- Increase consideration and drive bookings for fall travel in lesser visited regions and gateways that have direct air access

Priorités du marché en 2024

Accroître les recettes provenant des IVE partout au Canada pendant l'automne

- *Différencier le Canada en tirant profit des centres d'intérêt et des valeurs connexes des IVE et à l'aide des comptes principaux parmi les voyageurs et de partenariats non traditionnels ciblant les IVE allemands.*
- *Stimuler la considération pour les voyages à l'automne dans les régions moins visitées et dans les villes carrefours accessibles par vol direct et encourager les réservations.*



CANADA



Vancouver

British Columbia / Colombie-Britannique

Market Areas of Focus for 2024

MAIN ACTIVATIONS

- Legendary/Luxury Tour Operator Activation
- Fall consumer campaign: Komoot
- Porsche Magazine/360 degrees Canada
- Showcase / Team Canada Inhouse Training
- Roadtrip America goes Canada

Priorités du marché en 2024

ACTIVATIONS PRINCIPALES

- Voyageurs offrant des expériences inoubliables et de luxe
- Campagne d'automne auprès des consommateurs : Komoot
- Magazines Porsche/360° Kanada
- Showcase/formation interne offerte par l'Équipe Canada
- Émission Roadtrip America goes Canada



CANADA



Fogo Island / Île Fogo
Newfoundland and Labrador / Terre-Neuve-et-Labrador



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

EARLY BOOKINGS

RÉSERVATIONS ANTICIPÉES

A photograph of two men in wetsuits on a boat, adjusting their diving masks. The man on the right is smiling and holding his yellow mask up to his forehead. The man on the left is also adjusting his blue mask. They are on a boat moving across a body of water, with a white wake visible behind them. The background shows a calm sea and a distant shoreline under a clear sky.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

INCREASED DEMAND FROM BEST AGERS

DEMANDE ACCRUE DES VOYAGEURS DANS LA CINQUANTAINE

Georgetown

Prince Edward Island / Île-du-Prince-Édouard

A large Ferris wheel is the central focus, set against a clear blue sky with scattered white clouds. The wheel's structure is a complex lattice of white metal. In the background, a city skyline is visible, featuring several modern skyscrapers and a prominent white domed building. The foreground is filled with lush green trees, some of which are partially obscuring the view of the Ferris wheel. The overall scene is bright and sunny, suggesting a pleasant day in a park.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

GROWTH FOR SHOULDER SEASONS

CROISSANCE DURANT L'INTERSAISON

Montreal Québec



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

IMPORTANCE OF NON-STOP FLIGHTS

IMPORTANCE DES VOLS DIRECTS

Halifax

Nova Scotia / Nouvelle-Écosse



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

REGENERATIVE TRAVEL OPTIONS

OPTIONS DE VOYAGES RÉGÉNÉRATEURS

Yukon

Market Buyer Trends in 2024



WHAT ARE BUYERS LOOKING FOR?

Tour operators are looking forward to (re-)connecting, learning about product news incl. legendary experiences, updates and strategy

Tendances chez les acheteurs en 2024



QUE RECHERCHENT LES ACHETEURS?

Les voyageurs ont hâte de revoir les autres membres de l'industrie, d'en apprendre davantage sur les produits, notamment les expériences inoubliables, les mises à jour, les stratégies ainsi que les occasions de diversification des fournisseurs.

CANADA

AUSTRALIE
AUSTRALIA



Australia Team Introduction

Présentation de l'équipe de l'Australie



Luciana Magliocco

Regional Managing Director
Directrice générale régionale



Julie King

Managing Director
Directrice générale



Nathan McLoughlin

Director – Travel Trade
*Directeur, Relations avec
les professionnels des
voyages*



Janaya Birse

Director – MRPR
*Directrice, Relations avec
les médias et relations
publiques*

Market Areas of Focus for 2024

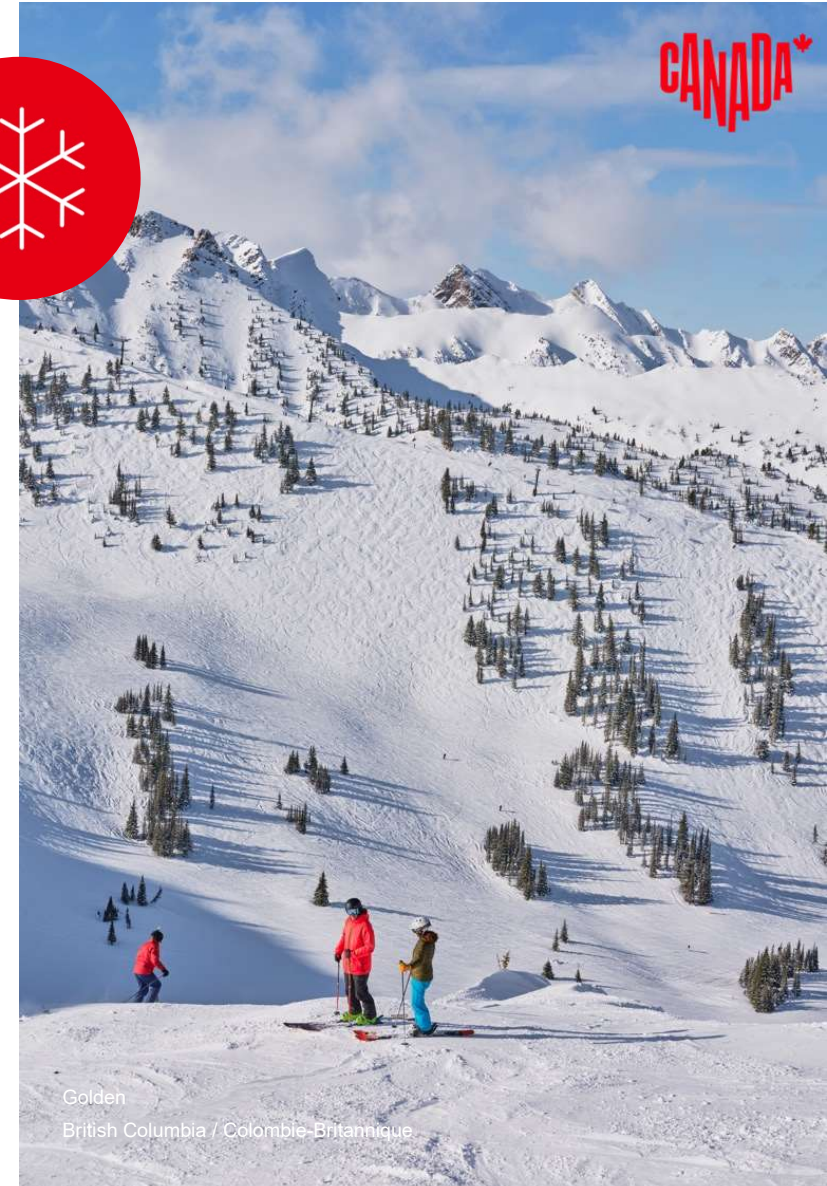
Fall & Winter

- Differentiate Canada's legendary fall and regenerative experiences
- Differentiate Canada's holistic winter value proposition from key competitors.

Priorités du marché en 2024

Automne et hiver

- Différencier les expériences inoubliables en automne au Canada et les expériences de tourisme régénérateur
- Distinguer la proposition de valeur complète d'un voyage hivernal au Canada de celle des principaux concurrents



Market Areas of Focus for 2024

MAIN ACTIVATIONS

- David Jones Partnership
- Helloworld OMC Vancouver 2025
- Carols in the Domain
- Qantas Partnership
- KarryOn Partnership

Priorités du marché en 2024

PRINCIPALES ACTIVATIONS :

- Partenariat avec David Jones
- Helloworld OMC Vancouver 2025
- Carols in the Domain
- Partenariat avec Qantas
- Partenariat avec KarryOn



Québec City / Québec
Québec



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

TARGET TRAVELLERS PRIORITISING TRAVEL

LE CIBLAGE DES VOYAGEURS QUI ACCORDENT LA PRIORITÉ AUX VOYAGES

Three Isle Lake / Lac Three Isle

Alberta

A winter scene in a snowy forest. In the foreground, two brown horses are pulling a red sled through deep snow. Two people are on the sled. In the background, a rustic log cabin with a snow-covered roof is nestled among tall, bare trees. The sky is overcast.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

VALUE PROPOSITION

LA PROPOSITION DE VALEUR

Rigaud

Québec

A person wearing an orange jacket and dark pants stands on a large rock in the foreground, looking out over a vibrant turquoise lake. The lake's surface is calm, reflecting the surrounding landscape. In the background, there are majestic, rugged mountains with some snow patches under a cloudy sky. To the right, a large evergreen tree and some yellow wildflowers are visible. The overall scene is serene and scenic, typical of a high-altitude mountain landscape.

KEY TRENDS
TENDANCES CLÉS

LEGACY TRAVEL / TRAVEL FOR PURPOSE

LES VOYAGES PORTEURS DE SENS

Lake Louise Alberta



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

RISE IN "CONSCIOUS CONSUMERS"

UNE HAUSSE DU NOMBRE DE CONSOMMATEURS RESPONSABLES

Cabot Trail / Piste Cabot

Nova Scotia / Nouvelle-Écosse



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

RISE IN MULTI-GENERATIONAL TRAVEL

UNE HAUSSE DES VOYAGES MULTIGÉNÉRATIONNELS

Grasslands National Park / Parc national des Prairies Saskatchewan

A photograph of a forest path. On the left, a group of people is sitting on a wooden bench. On the right, three women in traditional red and white clothing are standing near a traditional structure made of birch bark and poles. The background is a dense forest of tall trees.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

DEMAND FOR WELLNESS TRAVEL

LA DEMANDE POUR LES VOYAGES DE BIEN-ÊTRE

Elsipogtog Mi'kmaq Cultural Center
Centre culturel mi'kmaq de la Première Nation d'Elsipogtog

New Brunswick / Nouveau-Brunswick

Australia Buyer Trends in 2024

WHAT ARE BUYERS LOOKING FOR?



Regenerative immersive experiences



Unique sustainability product



Unique product and itinerary options



New operator partnerships



New attractions and hotels



More inventory



Private touring options



Earlier release of Rates



Tendances chez les acheteurs de l'Australie en 2024

QUE RECHERCHENT LES ACHETEURS?



Le ciblage des voyageurs qui accordent la priorité aux voyages



La proposition de valeur



Les voyages porteurs de sens



Une hausse du nombre de consommateurs responsables



Une hausse des voyages intergénérationnels



La demande pour les voyages de bien-être



Un besoin de produits de tourisme régénérateur



L'engagement envers le marché dans l'ensemble du Canada