

US & MEXICO

MARKET UPDATE

ÉTATS-UNIS ET MEXIQUE

MISES À JOUR DES MARCHÉS

Canada

CANADA*

US
ÉTATS-UNIS



US Team Introduction

Présentation de l'équipe des États-Unis



Naomi Fisher

Regional Managing Director

Directrice générale régionale



Kyla Hochfilzer

US Market Lead

Responsable du marché des États-Unis



**Shawna
Calderwood**

Travel Trade Manager

*Gestionnaire, Relations avec
les professionnels des
voyages*



Nancy Steward

Consumer Marketing
Manager

*Gestionnaire, Marketing
auprès des consommateurs*



Liz Sperandeo

Media & Public Relations
Manager

*Gestionnaire, Relations avec
les médias et relations
publiques*

US Areas of Focus for 2024

Increasing Fall & Winter visitation to Canada from high value guests in our target US states (California, New York, New Jersey, and Texas)

Priorités du marché des États-Unis en 2024

Accroître le nombre de séjours en automne et en hiver des IVE des États cibles (Californie, New York, New Jersey, Texas).



Lake Louise
Alberta

US Areas of Focus for 2024

KEY ACTIVITIES

- Multi-channel programs:
 - “*Embrace the offseason*” promoting Fall travel
 - “*Life-changing lights*” promoting Northern Lights
 - “*Try Canada*” promoting Winter travel
- Content production with Nat Geo, CNN, the Wall Street Journal, Financial Times and Expedia.
- Ongoing relationship development with earned media key accounts and Virtuoso & Signature affiliated agencies, operators and advisors.

Priorités du marché des États-Unis en 2024

PRINCIPALES ACTIVITÉS

- Programmes multicanaux :
 - La campagne « *La basse saison s’offre à vous* » (promotion des voyages en automne).
 - La campagne « *Des étoiles dans les yeux* » (promotion des aurores boréales).
 - La campagne « *Osez le Canada* » (promotion des séjours en hiver).
- Production de contenu en collaboration avec Nat Geo, CNN, The Wall Street Journal, Financial Times et Expedia.
- Établissement continu de relations avec les comptes principaux de médiatisation méritée et les agences, voyagistes et conseillers associés à Virtuoso et à Signature.



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

A GROWING FOCUS ON SOFT ADVENTURE

**UNE PRÉFÉRENCE DE PLUS EN PLUS
MARQUÉE POUR LES AVENTURES DOUCES**

A scenic landscape featuring a Rocky Mountaineer train traveling through a valley. The train, with its blue and gold livery, is positioned in the lower third of the frame. Behind it is a dense forest of evergreen trees. In the background, a large, rugged mountain with a prominent peak rises against a clear blue sky. The overall scene conveys a sense of slow travel and natural beauty.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

SLOW TRAVEL, INCLUDING RAIL

**LE TOURISME LENT, Y COMPRIS LE
TRANSPORT PAR TRAIN**



**KEY TRENDS
TENDANCES CLÉS**

DESTINATION DUPES

LES DESTINATIONS DE RECHANGE

US Buyer Trends in 2024

WHAT ARE BUYERS LOOKING FOR?



Education for their workforce



Post rail and cruise itineraries – where can clients fly or drive on to?



Frictionless travel – how can you make the experience smooth and turnkey for their clients.

Tendances chez les acheteurs des États-Unis en 2024

CE QUE RECHERCHENT LES ACHETEURS



Formation pour leur main-d'œuvre



Itinéraires après un voyage en train ou une croisière - endroits où les clients peuvent se rendre par avion ou voiture



Voyages sans contact – (comment offrir une expérience sans accroc et clé en main à leurs clients).

MEXICO
MEXIQUE



Mexico Team Introduction

Présentation de l'équipe du Mexique



Naomi Fisher

Regional Managing Director

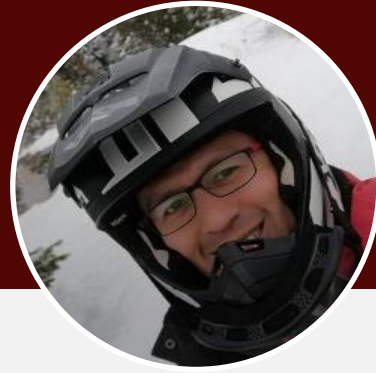
Directrice générale régionale



Alethia García

Managing Director

Directrice générale



Sergio Vargas

Travel Trade Manager

*Gestionnaire, Relations avec les
professionnels des voyages*



Jessica Ortíz

Marketing & PR Manager

*Gestionnaire, Relations avec les
médias et relations publiques*

Mexico Areas of Focus for 2024

STRATEGIC OBJECTIVES

Differentiate Canada's winter value proposition by matching HVG passion for curiosity with Canada's legendary experiences.

Incentivize the work with key account travel-trade partners to increase premium product offerings that promote and sell (December-April).

Priorités du marché en 2024

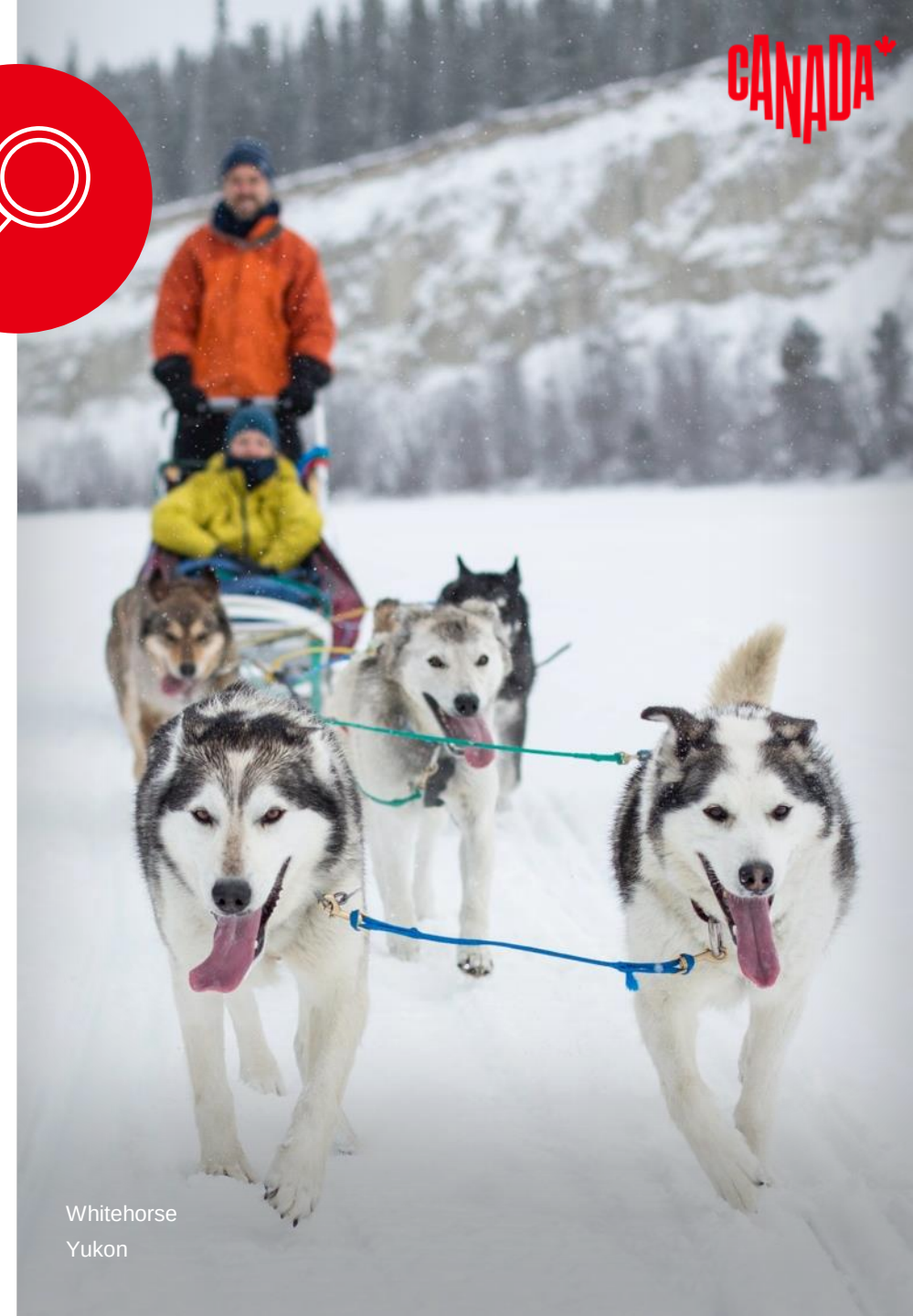
OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Différencier la proposition de valeur d'un voyage hivernal au Canada en arrimant la passion et la curiosité des IVE avec les expériences hivernales inoubliables du Canada.

Encourager la collaboration avec les professionnels des voyages partenaires parmi les comptes principaux pour étoffer l'offre de produits haut de gamme en vue de promouvoir et de vendre la destination (de décembre à avril).



CANADA



Whitehorse
Yukon

Mexico Areas of Focus for 2024

MRPR and CONSUMER:

- Creation of seasonal content (Marck Gutt and MMK Group).
- Facebook Takeovers.

Priorités du marché en 2024

RELATIONS AVEC LES MÉDIAS ET RELATIONS PUBLIQUES et MARKETING AUPRÈS DES CONSOMMATEURS :

- Élaboration de contenu saisonnier (Marck Gutt et MMK Group).
- Prise de contrôle sur Facebook.



CANADA

Toronto
Ontario

Mexico Areas of Focus for 2024

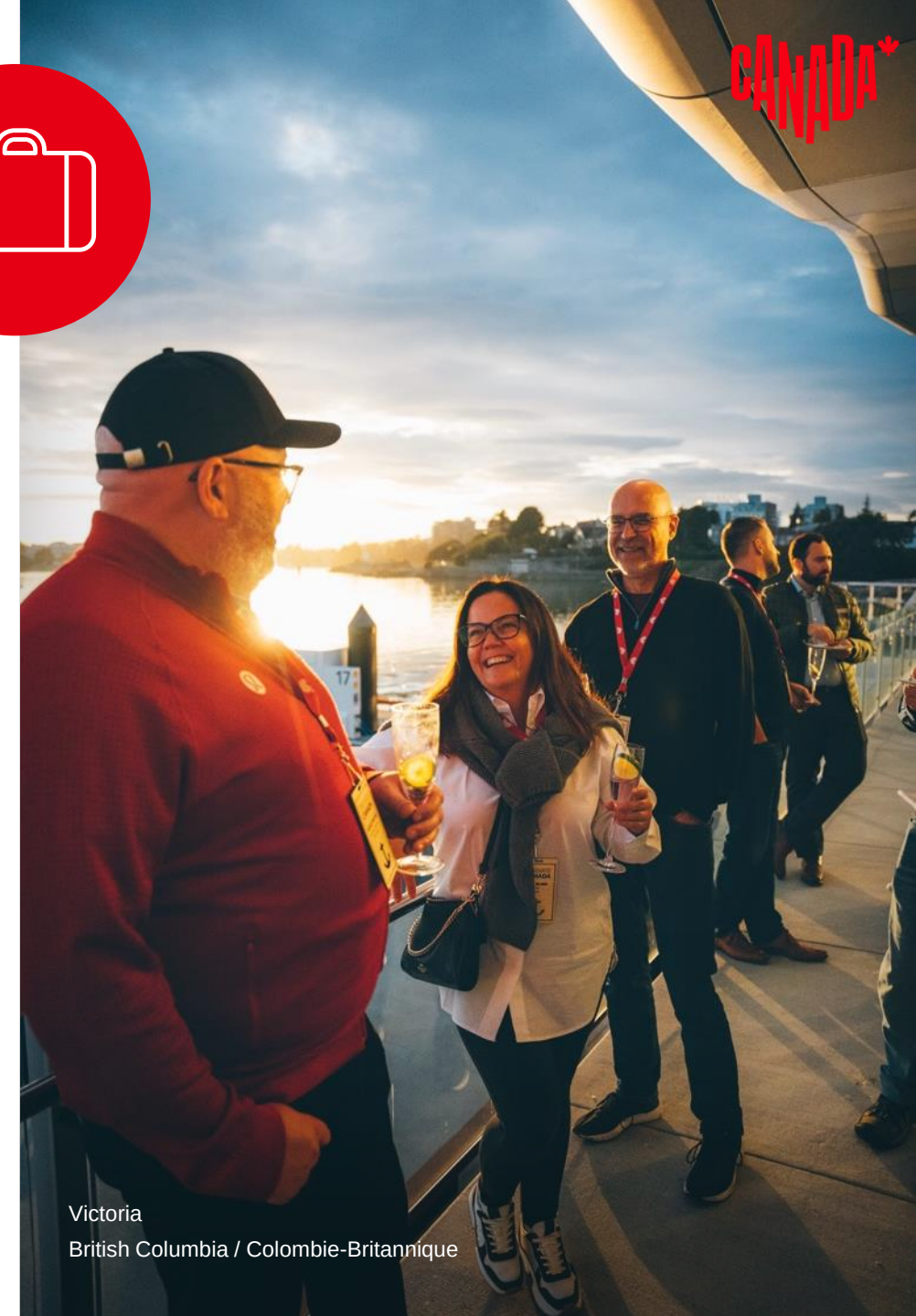
TRADE

- Focus Canada Mexico (September 10 to 12, 2024).
- Cooperative Program with Key Accounts.
- Promotion of the CSP.
- Educational program of the eTA and partial visa.

Priorités du marché en 2024

PROFESSIONNELS DES VOYAGES

- Focus Canada – Mexique (du 10 au 12 septembre 2024).
- Programme à frais partagés avec les comptes principaux.
- Promotion du Programme des spécialistes du Canada.
- Programme de formation sur l'autorisation de voyage électronique et le rétablissement partiel de l'exigence de visa.



Victoria
British Columbia / Colombie-Britannique

Mexico Buyer Trends in 2024

WHAT ARE BUYERS LOOKING FOR?



Committed to the destination,
despite new visa requirements



Opportunity with high-income travellers who
have visas already



Maintain close relationships with Canadian
suppliers



Connect with new suppliers
and destinations



Improve existing itineraries and products



Positioning themselves as key players
in Canadian experiences

Tendances chez les acheteurs du Mexique en 2024

CE QUE RECHERCHENT LES ACHETEURS



Dévoués à la destination malgré les nouvelles
exigences de visa



Une occasion importante de promouvoir le Canada
auprès des voyageurs à revenu élevé qui ont déjà
un visa



maintenir leurs liens étroits avec les fournisseurs
de produits touristiques et les OMPT et OMD



Nouer des liens avec de nouveaux
fournisseurs et de nouvelles destinations



Elaborer de nouveaux itinéraires et améliorer les
produits actuels



Consolider leur rôle clé dans la commercialisation
des expériences canadiennes

A person wearing a dark cap and a brown t-shirt stands on a rocky, grassy hillside, looking out over a vast, open landscape under a cloudy sky. The person is seen from the back, with their arms slightly away from their body. The landscape features rolling hills and some vegetation in the foreground.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

WIDE, OPEN SPACES TO DE-STRESS AND RECONNECT

**DE GRANDS ESPACES POUR DÉSTRESSER
ET SE RECONNECTER**



KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

**GASTRONOMIC EXPERIENCES IN
COSMOPOLITAN CITIES**

**EXPÉRIENCES GASTRONOMIQUES
DANS DES VILLES COSMOPOLITES**

A scenic winter landscape in Canmore, Alberta. The foreground is a snowy slope dotted with evergreen trees. In the middle ground, several people are riding bicycles on the snow. To the right, a large, multi-story wooden cabin with a snow-covered roof is nestled among the trees. The background shows more snow-covered mountains under a clear sky.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

**OUTSTANDING AND AUTHENTIC EXPERIENCES
THAT CONFER STATUS**

**DES EXPÉRIENCES EXCEPTIONNELLES ET
AUTHENTIQUES QUI CONFÈRENT UN STATUT**

Canmore

Alberta

A festive winter scene in a forest. In the foreground, three people (two women and a child) are standing on a wooden bridge, looking towards the right. They are wearing winter clothing like jackets and hats. The background is a dense forest of evergreen trees. Numerous large, spherical, white, illuminated decorations hang from the trees and the bridge. The scene is lit with warm, golden light, suggesting sunset or sunrise. The overall atmosphere is cozy and celebratory.

KEY TRENDS / TENDANCES CLÉS

**SEEK TO GET THE BEST VALUE FOR
THEIR INVESTMENT**

**ILS CHERCHENT À OBTENIR LA MEILLEURE
VALEUR POUR LEUR INVESTISSEMENT**