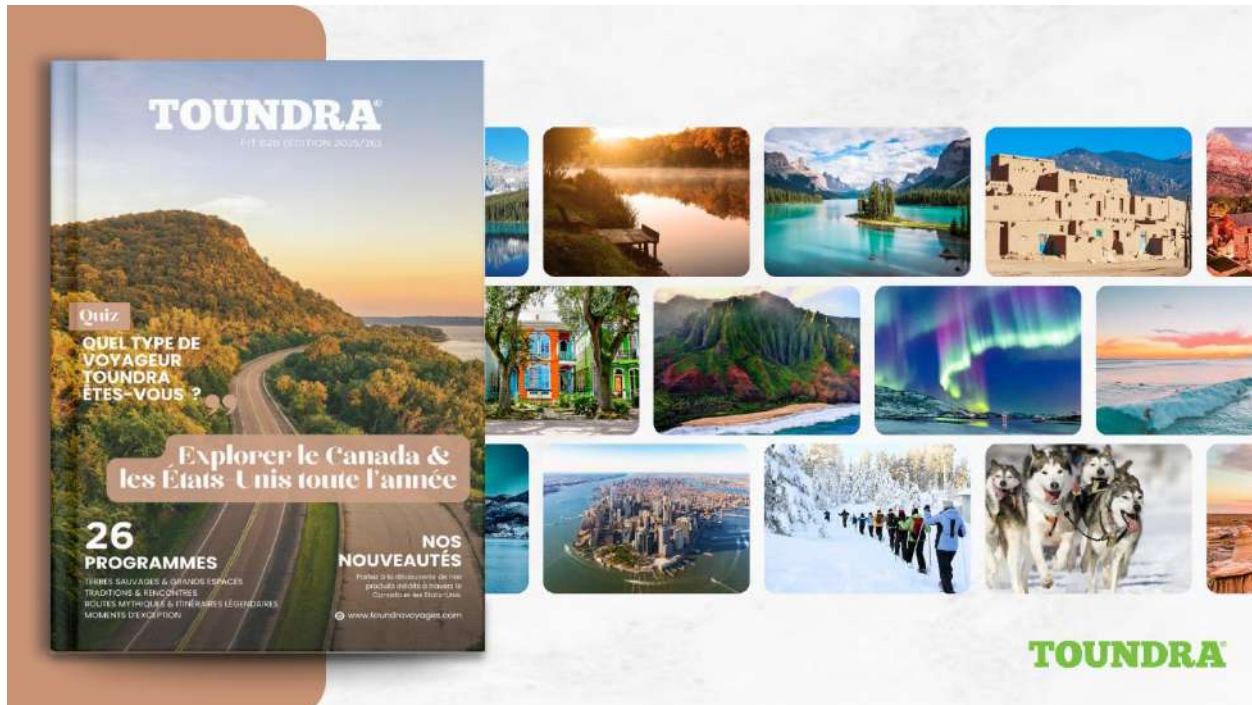


Toundra Voyages dévoile sa brochure 2026 : Un manifeste pour explorer l'Amérique du Nord toute l'année



Montréal, 13 novembre 2025 - Découvrir le Canada et les États-Unis autrement, ce n'est pas qu'un slogan chez [Toundra Voyages](#). C'est une philosophie, incarnée dans chaque itinéraire, chaque expérience, chaque destination. Avec le lancement de sa brochure 2026, le réceptif nord-américain offre aux professionnels du tourisme un outil complet pour inspirer leurs clients, proposer des voyages sur-mesure différenciants et simplifier la vente de séjours toute l'année.

Dépasser la saisonnalité pour partir à la rencontre d'une Amérique du Nord aux visages multiples

Pour la première fois, Toundra Voyages réinvente la segmentation classique été/hiver. La brochure 2026 mixe les programmes et destinations afin de refléter la richesse et la diversité du continent nord-américain, quelle que soit la saison. Des paysages enneigés du Yukon aux routes mythiques du Sud-Ouest des USA, du charme authentique des villages québécois aux expériences exclusives de l'Alaska, l'offre Toundra permet de vivre l'Amérique du Nord autrement, tout au long de l'année.

“Il existe des centaines de façons de voyager au Canada et aux États-Unis. Cette brochure en est la preuve concrète : elle incarne la diversité des territoires, mais aussi la créativité de nos équipes sur le terrain”, explique Fanny, directrice de production.

Chaque itinéraire a été conçu pour révéler une facette unique du territoire, avec une attention particulière portée à l’expérience voyageur et à la valeur ajoutée pour les agences. Les pépites 2026 misent sur des séjours expérientiels, courts ou modulables, facilement intégrables aux projets des clients. De quoi nourrir l’inspiration et simplifier la vente. Qu’il s’agisse de grands classiques revisités ou de programmes hors des sentiers battus, chaque voyage porte la signature Toundra : un savant équilibre entre immersion, authenticité et expérience insolite. Une approche qui séduit aussi bien les voyageurs novices que les passionnés en quête de nouvelles perspectives.

« Notre objectif est de proposer aux professionnels du tourisme un outil inspirant, qui dépasse la simple présentation de programmes. Cette brochure devient un véritable manifeste de notre expertise, avec une approche qui valorise la diversité des territoires nord-américains et la richesse de notre catalogue Toundra », explique Mathilde, Responsable Commercial et Marketing chez Toundra Voyages.

Quatre univers pour guider les voyageurs

La brochure 2026 est structurée autour de quatre grandes thématiques, chacune représentant un univers distinct :

- **Terres Sauvages & Grands Espaces** : Pour les voyageurs en quête de nature, de panoramas grandioses et d’aventures en plein air, cette section rassemble les itinéraires emblématiques à travers les Rocheuses, l’Alaska, la Gaspésie ou le Nunavik.
- **Traditions & Rencontres** : Pour ceux qui privilégient l’authenticité et l’immersion culturelle, Toundra met en avant les rencontres avec les communautés locales, les traditions autochtones et la richesse des cultures nord-américaines, du Québec à la Louisiane.
- **Routes Mythiques & Liberté Totale** : Pour les passionnés de road-trips et d’exploration, cette section propose des itinéraires iconiques, entre routes légendaires et curiosités hors des sentiers battus, pour une liberté totale de découverte.
- **Moments d’exceptions** : Pour ceux qui recherchent le confort, l’exception et le sur-mesure, cette thématique rassemble les expériences premium, des lodges d’exception aux séjours personnalisés, pour vivre le meilleur du continent en toute exclusivité.

À découvrir ici : https://heyzine.com/flip-book/fb5361fccd.html?utm_source=presse&utm_medium=referral&utm_campaign=brochure2026

Un outil pensé pour les agences sous le signe de la proximité

Disponible en version digitale, la brochure 2026 est plus qu’un catalogue : c’est un compagnon de vente et d’inspiration. Les agents peuvent sélectionner rapidement les programmes adaptés aux profils de leurs clients, imaginer des voyages modulables, tout en proposant des expériences immersives et différenciantes.

« Notre rôle, c'est d'être un partenaire des agences, bien au-delà d'un simple fournisseur », conclut Fanny. « Chaque programme est pensé pour simplifier le travail des professionnels et stimuler la créativité dans leurs propositions. »

À propos de Toundra Voyages

Basés en Amérique du Nord depuis 1998, nous créons pour nos clients des voyages uniques et inoubliables au Canada et aux États-Unis, au plus près de leurs rêves d'évasion. Spécialistes du séjour sur-mesure pour les voyageurs individuels, nous sommes avant tout une équipe de passionnés enthousiastes à l'idée de partager notre amour de cette magnifique région du monde. Toundra Voyages est membre du groupe [Toundrigo](#), réceptif Nord-Américain qui rassemble les marques Toundra Voyages (FIT), Windigo (Voyage d'aventure), Receptour (groupes) et Think Incentive (MICE).

Marie RAVIER

Directrice générale

sales@toundravoyages.com

Mathilde OMS

Responsable marketing et commercial

marketing@toundrigo.com