

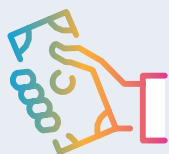
# VOYAGES LGBTQ2 AU CANADA | PORTRAIT DE L'ÉCONOMIE DU TOURISME

Avec les célébrations de la fierté gaie organisées partout au Canada cet été, l'AITC a le plaisir de consacrer la plus récente édition de ses « Portraits de l'économie du tourisme » au segment très diversifié du tourisme LGBTQ2 et à son importance dans l'industrie du tourisme au Canada. L'association internationale dédiée au tourisme des gais et des lesbiennes (IGLTA) définit le tourisme LGBTQ2 comme « le développement et la commercialisation de produits et services touristiques destinés aux personnes lesbiennes, gaies, bisexuelles ou transgenres ». <sup>1</sup> Voici quelques faits intéressants à propos du tourisme LGBTQ2.



## N° 1

Le Canada partage la première place en tant que destination touristique la plus ouverte aux gais dans le monde<sup>2</sup>



## 917 MILLIARDS \$

Ce montant correspond au pouvoir d'achat des voyageurs LGBTQ2 à l'échelle mondiale en 2016<sup>3</sup>



## 270 MILLIONS \$

Montant estimé des recettes fiscales générées par les célébrations de la fierté gaie à Toronto en 2018<sup>4</sup>

## LE SAVIEZ-VOUS?

Le tourisme LGBTQ2 a connu une progression rapide ces dernières dizaines d'années. Ce marché a débuté avec des circuits et itinéraires spécialement créés pour les voyageurs/voyageuses gais et lesbiennes dans les années 1970, avant de connaître un important essor avec la légalisation du mariage homosexuel dans de nombreux pays (dont le Canada!) au début des années 2000.<sup>5</sup> Grâce aux avancées majeures réalisées dans la reconnaissance des droits des personnes LGBTQ2 à l'échelle mondiale, ce segment de voyageurs s'apparente désormais aux autres catégories de touristes internationaux.

## FORMATIONS À LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION LGBTQ+ EN MILIEU PROFESSIONNEL

La CGLCC propose une formation en ligne sur la diversité et l'inclusion LGBTQ+ au travail. Mise au point par Trust Communications Inc. et entièrement approuvée par la CGLCC, cette formation en quatre modules est proposée aux entreprises de toutes tailles. Pour de plus amples renseignements, consultez le site [cglcc-diversity.online-compliance.com](http://cglcc-diversity.online-compliance.com).

## COMMENT LES ENTREPRISES PEUVENT-ELLES S'OUVRIRE DAVANTAGE AUX VOYAGEURS LGBTQ2?

Alors que certains produits et services de voyage sont spécialement destinés aux personnes LGBTQ2, certaines destinations et d'autres fournisseurs de services de voyage font appel au marketing pour faire savoir aux clientes LGBTQ2 qu'ils y sont respectées. Toute marque d'hostilité envers les personnes LGBTQ2 peut avoir des répercussions importantes sur l'image d'une destination. Il est donc essentiel d'encourager ouverture d'esprit et soutien, non seulement au sein des entreprises touristiques mais aussi dans nos communautés.<sup>6</sup> Pour cela, les entreprises et les destinations peuvent prévoir une formation des employés à la diversité et à l'inclusion et veiller à ce que les politiques et pratiques commerciales soient inclusives à l'égard des personnes LGBTQ2. En s'engageant auprès de la communauté à travers un soutien actif et une participation aux initiatives LGBTQ2, elles apporteront un soutien allant bien au-delà du simple marketing et signaleront leur investissement et engagement sincères.<sup>7</sup>

<sup>1</sup> « Second Global Report on LGBT Tourism – Affiliate Members Report: Volume 15 ». OMT 2017 [http://cf.cdn.unwto.org/sites/bll/files/pdf/igtb\\_report\\_compressed\\_0.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/bll/files/pdf/igtb_report_compressed_0.pdf)

<sup>3</sup> OMT 2017

<sup>4</sup> Pride Toronto 2018 Economic Impact Report. Pride Toronto, 2018 [https://issuu.com/pridetoronto/docs/pride\\_toronto\\_2018\\_economic\\_impact](https://issuu.com/pridetoronto/docs/pride_toronto_2018_economic_impact)

<sup>2</sup> Spartacus Gay Travel Index 2019 <https://spartacus.gayguide.travel/blog/gay-travel-index-2019/>

<sup>5</sup> OMT 2017

<sup>6</sup> « Handbook on the Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Queer (LGBTQ2) Travel Segment ». Commission européenne du tourisme 2018. <https://etc-corporate.org/uploads/reports/ETC-Handbook-on-LGBTQ2-Travel-Segment.pdf>

<sup>7</sup> Darrell Schuurman (co-fondateur et PDG de la Chambre de commerce CGLCC), échange de courriels avec Meagan Zettler, 27 juin 2019.