



ACCOR



IGLTA[®]
ADVANCING
LGBTQ+ TRAVEL

KIT D'ADHÉSION ET DE MARKETING IGLTA



UN PAS SUPPLÉMENTAIRE POUR FAVORISER UN VOYAGE INCLUSIF POUR TOUS

En tant qu'acteur international et employeur majeur dans le secteur de l'hôtellerie, **Accor est conscient du rôle essentiel qu'il doit jouer dans la définition et la mise en œuvre de normes en matière de diversité, d'équité et d'inclusion.**

Les défis de ces dernières années n'ont fait que renforcer l'importance de la communauté et la pertinence des valeurs du groupe : **inclusion, équité et bienveillance.** Ces piliers fondamentaux constituent une grande force et un moteur de dynamisme au sein du groupe, cultivant l'innovation et performances, et créant un environnement inclusif pour que tous puissent s'épanouir.

Notre groupe élabore et développe des initiatives pour s'assurer que la communauté LGBTQI+ se sente soutenue, accueillie et en sécurité pour voyager et découvrir le monde. Que ce soit en déployant des politiques d'inclusion en interne, en valorisant la campagne « We are Open » de la marque Ibis, ou en sponsorisant des marches des fiertés, **Accor est un leader de l'Hospitalité sur les sujets LGBTQI+, et est fier de s'associer à IGLTA.**

Ensemble, Accor et IGLTA travaillent pour garantir que le secteur de l'hôtellerie soit un espace sûr et inclusif pour tous, qui favorise et assure l'égalité dans le secteur du voyage.

Ce kit d'adhésion et d'activation de la communication a été préparé pour **permettre aux établissements du groupe Accor d'activer leur propre adhésion à IGLTA et de profiter des nombreux canaux de marketing et de promotion proposés par IGLTA, touchant les voyageurs LGBTQI+ dans le monde entier.**

TABLE OF CONTENTS

I. Aperçu des voyageurs LGBTQI+..... 4

| | |
|---|---|
| Voyageurs LGBTQI+..... | 5 |
| Pouvoir d'achat de la communauté..... | 6 |
| PIB LGBTQI+ et tourisme international..... | 7 |
| Si la communauté LGBTQI+ était un pays..... | 8 |
| Rapport de l'industrie sur le tourisme LGBTQI+... | 9 |

II. À propos d'IGLTA.....10

| | |
|--------------------|----|
| Aperçu..... | 11 |
| Membres IGLTA..... | 12 |

III. Accor & IGLTA..... 13

| | |
|---|--------|
| Partenariat mondial IGLTA..... | 14 |
| Partenariat mondial Accor..... | 15 |
| Offre d'adhésion IGLTA pour Accor | 16- 17 |
| Avantages d'adhésion à IGLTA..... | 18 |
| Adhésion à IGLTA : Avantages B2C..... | 19 |

IV. Adhésion IGLTA pour les hôtels..... 20

| | |
|---|----|
| Activation de l'adhésion..... | 21 |
| Tirer le meilleur parti de votre Adhésion à IGLTA.. | 22 |
| Visioconférences pour les nouveaux adhérents..... | 23 |

Informations supplémentaires sur IGLTA.. 24

| | |
|--|----|
| Aperçu sur la Fondation IGLTA..... | 25 |
| Aperçu sur la conférence International IGLTA..... | 26 |
| Ressources pour les membres IGLTA | 27 |
| Opportunités de marketing..... | 28 |
| Marketing et sensibilisation des consommateurs LGBTQI+..... | 29 |
| Ressources pour les voyageurs..... | 30 |

| | |
|----------------------|----|
| Contacter IGLTA..... | 31 |
| Contacter Accor..... | 32 |



I. APERÇU DES VOYAGEURS LGBTQI+



IGLTA

IGLTA.ORG



Lesbienne

Gay

Bisexuel

Transgenre

Queer

Intersexuel

+ ceux qui font partie de la communauté mais pour qui l'acronyme "LGBTQI" n'est pas le reflet exact de leur identité.

Résilience et fidélité : des études montrent que les personnes LGBTQI+ constituent un segment résilient et fidèle, qui a tendance à voyager plus souvent que leurs homologues non LGBTQI+.

Communauté : Selon l'OMT (Organisation mondiale du tourisme), d'ici 2030, il y aura environ 180 millions de voyageurs LGBTQI+ dans le monde.

Dépenses de voyage : La communauté LGBTQI+ consacre aux voyages un pourcentage plus élevé de son revenu disponible, dépensant jusqu'à 33 % de plus en voyages que les voyageurs non LGBTQI+.

Expériences de luxe : 20 % des voyageurs LGBTQI+ déclarent que le fait de vivre une expérience de luxe est un facteur "important" ou "très important" dans le choix d'une destination de vacances.



POUVOIR D'ACHAT DE LA COMMUNAUTÉ LGBTQ+



4 500 milliards de dollars US

Pouvoir d'achat **mondial** LGBTQI+

*LGBT Capital**



99.6 milliards de dollars US

Dépenses LGBTQI+ pour les voyages
internationaux.

*LGBT Capital**

*Nominal US\$ - 2019. Inbound Travel & Tourism only. Source: LGBT Capital (2020) 

LE POUVOIR D'ACHAT DES PERSONNES LGBTQI+ : TOURISME ET VOYAGES INTERNATIONAUX

| Pays/Région | Pouvoir d'achat total des personnes LGBTQI+ | Estimation du pouvoir d'achat des LGBTQI+ dans le tourisme et les voyages internationaux |
|-----------------------|---|--|
| Asie - Pacifique | 1 256 000 | 25 100 |
| Europe et Royaume-Uni | 1 781 000 | 41 800 |
| Amérique du Nord | 1 256 000 | 30 200 |
| Amérique du Sud | 166 000 | 2 500 |
| TOTAL | 4 459 000 | 99 600 |








Source: LGBT Capital, 2019. En milliards de dollars US.

SI LA COMMUNAUTÉ LGBTQI+ ÉTAIT UN PAYS



IGLTA IGLTA.ORG

Si la communauté LGBTQI+ était un pays, elle serait classée au 4e rang en termes de PIB/pouvoir d'achat.

| Classement | Pays | PIB* (en milliards de dollars US) |
|------------|---|--------------------------------------|
| 1 | États-Unis  | 20 900 |
| 2 | Chine  | 14 700 |
| 3 | Japon  | 5 000 |
| 4 | La communauté LGBTQI+**  | 3 900 |
| 5 | Allemagne  | 3 800 |
| 6 | Royaume-Uni  | 2 700 |
| 7 | France  | 2 600 |
| 8 | Inde  | 2 600 |

Le PIB de la communauté LGBTQI+ mondiale dépasse également celui de l'ensemble de la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord), ce qui équivaut à 3 000 milliards de dollars US.

* Données de la World Bank et de l'OCDE

**Source: LGBT Capital, 2020.
En milliards de dollars US.

RAPPORT SUR LE TOURISME LGBTQI+

Depuis 2019, IGLTA & la Fondation IGLTA organisent un Think Tank avec des leaders d'opinion du secteur du tourisme du monde entier.

Les conclusions de ces groupes de réflexion sont publiées dans des rapports disponibles sur le site web de IGLTA :

<https://www.iglta.org/research>

<https://www.iglta.org/Blog/Business-Blog>





II. APERÇU SUR IGLTA



IGLTA

IGLTA.ORG

APERÇU SUR IGLTA



IGLTA [IGLTA.ORG](https://www.iglta.org)

LE PREMIER RÉSEAU MONDIAL D'ENTREPRISES TOURISTIQUES ACCUEILLANT LA COMMUNAUTÉ LGBTQI+

IGLTA fournit des ressources et des informations gratuites sur les voyages, tout en s'efforçant de promouvoir l'égalité et la sécurité pour le tourisme LGBTQI+ dans le monde entier.

Fondée en 1983 avec 25 membres, IGLTA est **présente à l'échelle mondiale** avec un réseau de plus de 12 000 professionnels de tourisme dans environ 80 pays.

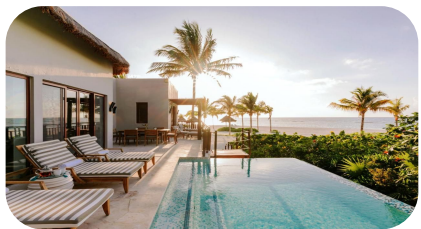
Les membres d'IGLTA couvrent un large éventail de services liés aux voyages, respectueux des LGBTQI+, notamment : l'hébergement, le transport, les offices de tourisme, les services financiers, les agents de voyage, les tour operators, les événements et les médias liés aux voyages.

Pour en savoir plus: <https://www.iglta.org/About-IGLTA>



ENTREPRISES MEMBRES IGLTA

RÉSEAU MONDIAL DE 12 000 PROFESSIONNELS DU TOURISME DANS 80 PAYS



Hébergements



Compagnies aériennes



Destinations



Médias



Services financiers



Offices de Tourisme,
Agents de voyage et
Voyagistes



Croisières



III. ACCOR & IGLTA

PARTENARIAT GLOBAL IGLTA



IGLTA IGLTA.ORG

Le programme de Partenariat Global IGLTA fournit aux grandes entreprises de tourisme des éléments de contexte, le vocabulaire et les recherches nécessaires pour créer un écosystème soutenant les voyages LGBTQI+.

IGLTA forge de solides alliances avec ces entreprises, permettant à ces dernières comme à IGLTA d'accroître leur visibilité.

En affichant les bonnes pratiques et en partageant leurs réalisations avec leurs pairs et les consommateurs, IGLTA et ses nombreux partenaires mondiaux **constituent le véritable leadership des marques de voyage mondiales qui soutiennent la clientèle LGBTQI+.**

PLATINUM



GOLD



SILVER





ACCOR, PARTENAIRE GLOBAL IGLTA DEPUIS 2021

Accor est devenu partenaire global d'IGLTA en juin 2021. Le partenariat mondial est une relation au niveau corporate entre IGLTA et Accor (siège social de l'entreprise). Le partenariat illustre l'engagement d'Accor à accueillir les voyageurs LGBTQI+, à valoriser le personnel et les communautés LGBTQI+, et à soutenir le développement du tourisme LGBTQI+ à l'échelle mondiale.

Le programme IGLTA Global Partner offre à Accor une reconnaissance et une visibilité accrues auprès des voyageurs LGBTQI+, ce qui lui permet d'optimiser tout au long de l'année ses opportunités pour le **marketing et la communication** à travers le réseau mondial de l'association. Accor bénéficie d'une page consacrée à son profil Global Partner sur le site web d'IGLTA.

Dans le cadre du partenariat mondial, les propriétés individuelles du groupe Accor qui deviennent membres IGLTA bénéficient de nombreux avantages réservés aux membres, notamment une page de profil spécifique sur le site Web d'IGLTA.

OFFRE D'ADHÉSION GLOBALE POUR ACCOR



IGLTA IGLTA.ORG

À l'échelle mondiale, les consommateurs utilisent IGLTA comme **ressource pour trouver des entreprises qui accueillent les voyageurs LGBTQI+**.

En adhérant à IGLTA, les établissements du groupe Accor **feront partie d'une communauté mondiale d'entreprises touristiques accueillant les LGBTQI+**.

Les hôtels du groupe Accor ont la possibilité d'adhérer à l'IGLTA à un **tarif réduit**. Veuillez [cliquer ici](#) pour plus d'informations.

L'adhésion à IGLTA est valable pendant un an à compter de la date de signature.

Les hôtels membres disposeront de **leur propre page d'accueil** sur le site Web d'IGLTA, avec une description personnalisée, jusqu'à 30 photos, une carte de localisation, des liens vers les réseaux sociaux et la possibilité pour les voyageurs de réserver directement auprès de l'établissement.

The screenshot displays the IGLTA website interface. At the top, there is a navigation bar with the IGLTA logo and the text "IGLTA Annual Global Convention Learn More | Win a Free Registration | Member Resources". Below this, there are links for "Are you a business?", "Login", and "My Cart" with a language selection dropdown. A main navigation menu includes "Plan Your Trip", "Events", "Tours", "Specials", "Partners", "Travel Guides", and "Blog". The main content area features the ACCOR logo and a list of hotel brands: RAFFLES \ ORIENT EXPRESS \ FAENA \ BANYAN TREE \ DELANO SOFITEL LEGEND \ FAIRMONT \ SLS \ SO \ SOFITEL \ THE HOUSE OF ORIGINALS RIXOS \ ONEFINESTAY \ MANTIS \ MGALLERY \ ZIC \ ART SERIES MONDRIAN \ PULLMAN \ SWISSÔTEL \ ANGANA \ 25HOURS \ HYDE MOVENPICK \ GRAND MERCURE \ PEPPERS \ THE SEBEL \ HANTRA NOVOTEL \ MERCURE \ ADAGIO \ MAMA SHELTER \ TRIBE \ BREAKFREE IBIS \ IBIS STYLES \ GREET \ IBIS BUDGET \ JO&JOE \ HOTELFI. Below the list, the text reads "IGLTA MEMBERSHIP OFFER" and "accor has partnered with iglta to provide discounted iglta membership rates. to take advantage of this exclusive offer, follow the application instructions and link below. iglta membership is valid for one year from the date of joining." A small note mentions that IGLTA is a resource for finding LGBTQ+ friendly businesses. At the bottom, it states "membership is open to any accommodation brand in the accor portfolio." and "it's a big market and this is a big world. together we can help lgbtq+ travelers see more of it."

ACCOR SPECIAL MEMBERSHIP RATES

GENERAL RATES

| | | | |
|-----------------------|-------------------------|--------------------------|------------------------|
| 1-50 Employees | 51-100 Employees | 101-300 Employees | 301+ Employees |
| GENERAL RATE | GENERAL RATE | GENERAL RATE | GENERAL RATE |
| \$350 _{USD} | \$1,025 _{USD} | \$2,000 _{USD} | \$7,000 _{USD} |
| DISCOUNTED RATE (20%) | DISCOUNTED RATE (20%) | DISCOUNTED RATE (20%) | DISCOUNTED RATE (20%) |
| \$280 _{USD} | \$820 _{USD} | \$1,600 _{USD} | \$5,600 _{USD} |

CARIBBEAN, LATIN AMERICA, AFRICA & ASIA

| | | |
|------------------------|--------------------------|-----------------------|
| 1-100 Employees | 101-300 Employees | 301+ Employees |
| GENERAL RATE | GENERAL RATE | GENERAL RATE |
| \$255 _{USD} | \$475 _{USD} | \$785 _{USD} |
| DISCOUNTED RATE (20%) | DISCOUNTED RATE (20%) | DISCOUNTED RATE (20%) |
| \$204 _{USD} | \$380 _{USD} | \$628 _{USD} |

member rates include all admin fees. please note that iglta, inc. and its board of directors do not endorse or accept responsibility for any individual members, product or service.

Offres pour les hôtels Accor :

La réduction est offerte à tous les établissements du groupe Accor et elle est disponible grâce au partenariat signé au niveau corporate :

- 1. Nouveaux et anciens membres**
20 % de réduction sur les tarifs réguliers d'adhésion annuelle à l'IGLTA : **ACCORPART%**.
- 2. Nouveaux membres**
Frais d'administration supprimés : (de 50 à 100 \$, selon la région) : **ACCORPART\$**

Pour adhérer, veuillez vous rendre sur le site :

<https://www.iglta.org/join-iglta/membership-offers/membership-offer-for-accor/>



Adhérer à IGLTA, c'est rejoindre une communauté qui :

Est connectée

avec toutes les initiatives B2B telles que la conférence mondiale IGLTA, les workshops en distanciel et présentiel, les salons du tourisme, etc..

Partage et apprend

avec de nombreux avantages enrichissants comme par exemple les communications entre membres, les webinaires, les rapports, les enquêtes, etc..

Valorise

avec tous les avantages B2C, voir la page suivante pour plus d'informations.

LES AVANTAGES DE L'ADHÉSION IGLTA B2C COMPRENNENT :



IGLTA [IGLTA.ORG](https://www.iglta.org)



PROFIL EN LIGNE

Créez votre propre profil complet sur le site web de l'IGLTA, comprenant une description de votre entreprise, et en y ajoutant jusqu'à 30 photos, des liens vers vos réseaux sociaux et vers votre site web ou page de réservation.



ÉVALUATIONS ET COMMENTAIRES DES VOYAGEURS DE TRIPADVISOR

tripadvisor

IGLTA présente désormais les avis des voyageurs de TripAdvisor. Inscrivez-vous pour afficher les avis sur le profil des membres et créer un lien vers le profil TripAdvisor.



SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS LGBTQI+

Grâce à son site web, à son marketing numérique et à ses canaux de médias sociaux, IGLTA touche chaque année plus de **4 millions de voyageurs LGBTQI+ dans le monde.**



IGLTA UTILISATION DU LOGO IGLTA

Utilisation du logo IGLTA dans vos contenus de marketing LGBTQI+, reconnu mondialement par les voyageurs LGBTQI+.

Pour connaître tous les avantages de l'adhésion à IGLTA, veuillez [cliquer ici](#).



IV. ADHÉSION À IGLTA POUR LES HÔTELS

ACTIVATION

ACTIVATION DE L'ADHÉSION



IGLTA IGLTA.ORG



Update Listing How-To- Guide

Pour activer votre adhésion, veuillez suivre les instructions suivantes :

[MERCI DE CLIQUER ICI](#)

Pour plus d'informations sur le portail des membres d'IGLTA, veuillez visionner cette [vidéo](#).

Si vous avez des problèmes pour créer votre compte IGLTA ou votre profil sur notre site internet, veuillez nous contacter à l'adresse suivante : membership@iglta.org

1. Go to: <https://www.iglta.org/members/>

Click "Member Portal Login"

MEMBERS



Member Portal Login

2. Sign into your IGLTA Account.

Sign In
SIGN IN BELOW IF YOU ALREADY HAVE AN IGLTA MEMBERSHIP ACCOUNT.

username

PLEASE ENTER YOUR USERNAME.

password

PLEASE ENTER YOUR PASSWORD.

Sign In

[CAN'T ACCESS YOUR ACCOUNT?](#)

If you do not know your login credentials you will need to reset your account by clicking the "CAN'T ACCESS YOUR ACCOUNT?" hyperlink featured above.

PROFITER AU MAXIMUM DE VOTRE ADHÉSION IGLTA



IGLTA IGLTA.ORG

CONSEIL n° 1

COMMUNIQUEZ SUR VOS
ÉVÉNEMENTS ET VOS
OFFRES SPÉCIALES

- Publiez des informations sur vos événements, visites et offres spéciales, visibles sur notre site web et dans nos guides de voyage.
- Tirez profit de la lettre d'information B2C, accessible à plus de 35 000 consommateurs abonnés.
- Partagez vos liens de réseaux sociaux

Pour ajouter de nouveaux événements, visites et offres spéciales, [veuillez cliquer ici](#)

CONSEIL n° 2

CRÉEZ UN PROFIL
ENGAGEANT ET DE
HAUTE QUALITÉ

- Soignez votre profil avec une belle présentation de l'hôtel, axée sur les voyageurs LGBTQI+.
- Utilisez des images représentant des voyageurs LGBTQI+.
- Vendez votre entreprise aux consommateurs LGBTQI+.
- Soyez visible sur notre site web et dans nos guides de voyage.

CONSEIL n° 3

SUIVEZ NOUS ET
ABONNEZ-VOUS

- Inscrivez-vous pour recevoir la lettre d'information électronique B2B de l'IGLTA [ici](#).
- Suivez nos canaux B2B sur [Facebook](#) et [LinkedIn](#)
- Suivez nos réseaux sociaux B2C
 - [Facebook](#)
 - [Instagram](#)
 - [Twitter](#)
- Inscrivez-vous pour recevoir la lettre d'information électronique B2C d'IGLTA. [Veuillez cliquer ici](#)

VISIOCONFÉRENCES POUR LES NOUVEAUX MEMBRES IGLTA

IGLTA et l'équipe **Accor Global Diversity & Inclusion** organiseront des **réunions virtuelles** pour expliquer les avantages de l'adhésion à IGLTA et pour aider les établissements à tirer le meilleur parti de cette adhésion.

Les **appels d'activation des nouveaux membres** d'IGLTA seront destinés aux employés d'Accor, mais toute personne de l'établissement est invitée à y participer.

Pour plus d'informations sur les appels, veuillez consulter <https://www.iglta.org/join-iglta/membership-offers/membership-offer-for-accor/>





V. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

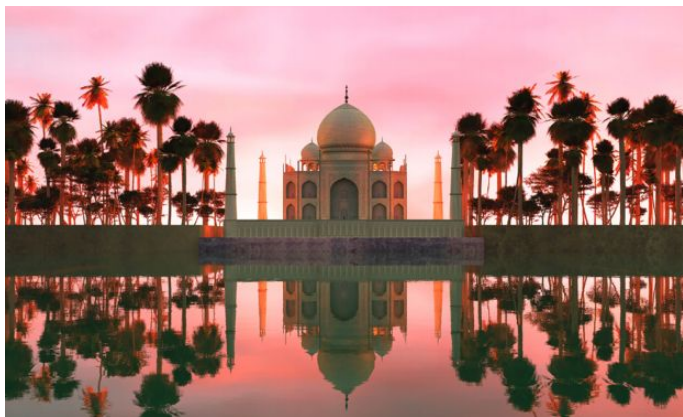


APERÇU SUR LA FONDATION IGLTA



IGLTA [IGLTA.ORG](https://www.iglta.org)

La Fondation IGLTA, filiale caritative publique d'IGLTA, renforce les entreprises accueillant les personnes LGBTQI+ dans le monde entier par le biais de trois piliers : le **leadership**, la **recherche** et **l'éducation**.



INITIATIVE EN FAVEUR DE L'INDE

La Fondation IGLTA, leader du tourisme LGBTQI+, étend son soutien aux destinations stratégiques émergentes telles que l'Inde.

SOUTIEN AUX VOYAGEURS TRANS

La Fondation IGLTA travaille avec les entreprises touristiques et les leaders de la communauté transgenre pour élaborer un plan visant à rendre le tourisme plus accueillant pour les voyageurs transgenres.

Pour en savoir plus : [iglta.org/foundation](https://www.iglta.org/foundation) & <https://www.iglta.org/research>

APERÇU DE LA CONFÉRENCE INTERNATIONALE IGLTA

La conférence internationale IGLTA est le premier événement éducatif et de réseautage au monde pour les professionnels du tourisme LGBTQI+.

La conférence met en relation les entreprises LGBTQI+ du secteur du voyage et du tourisme par le biais de son programme Buyer & Supplier Marketplace, d'ateliers éducatifs et d'événements de réseautage.

Découvrez des conseils, des tendances et des stratégies de marketing pour atteindre les voyageurs LGBTQI+ grâce à de nombreuses sessions éducatives avec des leaders du secteur.

Pour en savoir plus sur la prochaine conférence internationale IGLTA, rendez-vous à l'adresse suivante :

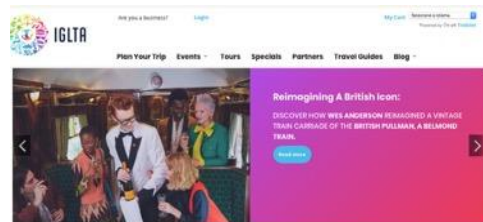
<https://www.igltaconvention.org/>



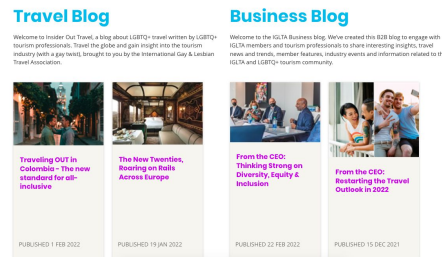
IGLTA offre un large éventail de ressources **B2B** à ses membres sans frais supplémentaires, notamment des news, des recherches et des événements liés à au secteur du voyage LGBTQI+.
Cliquez ci-dessous pour plus d'informations.



Recherche



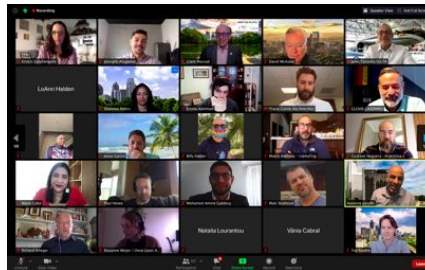
Outils de marketing



Business Blog



Calendrier des événements du secteur



IGLTA NEWS

IGLTA Buyer/Supplier Marketplace Soars

As the industry evolves toward more events with direct connections, the IGLTA Buyer/Supplier Marketplace has become an integral piece of the association's Global Convention and a must-do for travel suppliers that want to place their businesses and destinations in front of leading LGBTQ+ buyers. The first in-person marketplace since the pandemic, held in September in Atlanta, generated 474 appointments with buyers that sell US\$25.5 million in LGBTQ+ travel annually, an impressive result at a time when many events were still virtual.

2021 BUYER / SUPPLIER MARKETPLACE

474 appointments
with buyers that sell

US\$25.5 MM
in LGBTQ+ travel annually

LGBTQ+ Travel Pavilion at ITB Berlin 2022

ITB Berlin will be back as a live and virtual show (9-13 March 2022), and once again, IGLTA members have the opportunity to join the traditional LGBTQ+ Travel Pavilion. Book your own pre-fixed 9-square-meter booth in the pavilion, participate in the exclusive LGBTQ+ media brunch or take part in the LGBTQ+ educational sessions during the ITB Convention and the special LGBTQ+ stage program. And don't forget to join IGLTA for the Global LGBTQ+ Leadership Summit followed by the ITB Diversity Gala supporting the IGLTA Foundation at the Ritz Carlton on Saturday, 12 March.

Inscrivez-vous à notre lettre d'information hebdomadaire pour recevoir des informations sur l'actualité du secteur du voyage et les événements liés à l'IGLTA et à la communauté touristique LGBTQI+.

OPPORTUNITÉS DE MARKETING IGLTA



IGLTA IGLTA.ORG

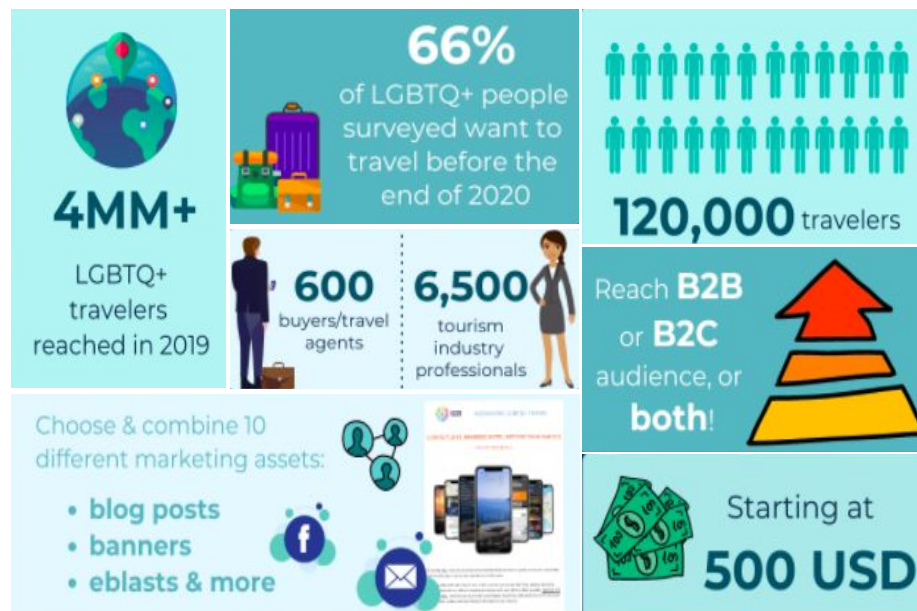
Les membres d'IGLTA ont la possibilité d'entrer en contact avec des entreprises touristiques LGBTQI+, des membres et des voyageurs du monde entier grâce à nos réseaux B2B et B2C. **Nous avons actuellement plus de 11 000 contacts d'entreprises dans plus de 80 pays et plus de 120 000 connexions de consommateurs.**

L'objectif est non seulement d'accroître cette portée, mais aussi de développer nouveaux programmes, initiatives et avantages qui aideront les entreprises membres à toucher davantage de voyageurs LGBTQI+ grâce au réseau d'IGLTA.

Toutes les opportunités de marketing grand public sont incluses dans le coût de l'adhésion annuelle, sauf si elles sont décrites comme "améliorées".

IGLTA propose une sélection de ses forfaits marketing les plus demandés, avec une spéciale.

Veillez [cliquer ici](#) pour plus de détails

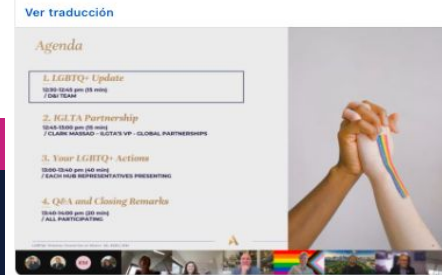
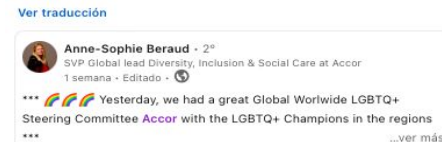
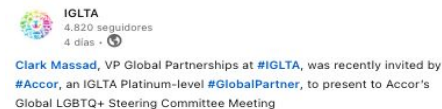


MARKETING ET SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS LGBTQI+

IGLTA touche actuellement de nombreux voyageurs LGBTQI+ via les plateformes numériques. Grâce à son site Web, à sa liste d'adresses électroniques de consommateurs et à ses canaux de médias sociaux, IGLTA touche plus de 120 000 consommateurs par mois.

IGLTA publie des messages quotidiens sur plusieurs réseaux sociaux axés sur les consommateurs, parmi lesquels [Facebook](#), [Twitter](#) and [Instagram](#). Nous utilisons ces plateformes pour partager des informations utiles sur les voyages ainsi que pour promouvoir les produits et services de nos membres.

Pour plus d'informations, veuillez [cliquer ici](#).



RESSOURCES POUR LES VOYAGEURS



IGLTA offre un large éventail de ressources **B2C** à ses membres sans frais supplémentaires, notamment des news, des recherches et des événements liés au secteur du voyage LGBTQI+.

Cliquez ci-dessous pour plus d'informations.

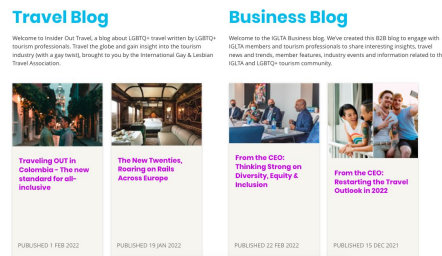
Guides de voyage



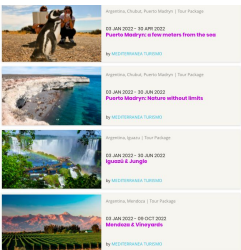
Calendriers des Prides et Festivals



Blog de voyage



Événements, visites, promotions



Newsletter et eblasts
Inscrivez-vous à notre bulletin d'information électronique bimensuel pour recevoir les dernières nouvelles des membres et partenaires de l'IGLTA concernant les voyages LGBTQI+.



JOIN THE #YOUAREINCLUDED CAMPAIGN AND TELL THE WORLD WHAT IT'S LIKE WHERE YOU LIVE

#YouAreIncluded is a powerful, all-encompassing statement that whatever your sexuality, gender identity, race, religion, appearance, economic status, nationality, refugee status, health, HIV status – or any other factor – You Are Included at Copenhagen 2021. Copenhagen 2021 is the joint celebration of WorldPride and EuroGames, taking place in Copenhagen and Malmö from 12-22 August 2021. As an LGBTQ+ person, they want to know how 'included' you feel in your town, city or country. Do you feel included at home, at school or college, at work, or just walking down the street? Your answers will be published on an interactive map on a website in August, and will be shared on social media.

JOIN THE CAMPAIGN →





IGLTA CONTACT

ÉQUIPE D'ADHÉSION

Pour toute question relative à l'adhésion, veuillez contacter l'équipe responsable à l'adresse suivante :

membership@iglta.org

ÉQUIPE DE COMMUNICATION ET DE MARKETING

Pour toute information complémentaire concernant les opportunités marketing, veuillez contacter l'équipe responsable à :

marketing@iglta.org



IGLTA[®]
ADVANCING
LGBTQ+ TRAVEL



ACCOR CONTACT

ÉQUIPE DIVERSITÉ ET INCLUSION

diversity.inclusion.communications@accor.com



IGLTA[®]

ADVANCING
LGBTQ+ TRAVEL