



## myGayTrip.com exposant au Salon Mondial du Tourisme stand B41

### Enquête sur le tourisme gay : la puissance économique d'une cible qui explose

A quelques jours de l'ouverture du Salon Mondial du Tourisme à Paris, **myGayTrip.com**, 1<sup>er</sup> site de voyage francophone dédié aux voyageurs gays, associé au mensuel TÊTU, dévoile les résultats d'une enquête sur les tendances du voyage gay, réalisée en collaboration avec l'IGLTA (International Gay & Lesbian Travel Association). En pleine crise, et alors que le marché européen du tourisme s'apprête à vivre une année 2012 difficile, le secteur du tourisme gay s'affirme comme un réel segment de marché, dont la cible est de plus en plus convoitée par les acteurs du voyage.

En effet, dans la plupart des cas sans enfant, les gays reportent le budget traditionnellement réservé à l'éducation sur le budget loisirs. Ils sont ainsi 73% à partir au minimum 3 fois par an en vacances, dont la moitié au minimum 5 fois par an. 80% de ces déplacements ont lieu en dehors des frontières de la France, en Europe. Un tiers des personnes interrogées affirment dépenser plus de 1 500 euros pour un séjour.

Les gays profitent par ailleurs de leur situation familiale pour échapper aux périodes de fortes affluences dans les destinations touristiques : 44% ne voyagent qu'en dehors des périodes de vacances scolaires, notamment lorsque les taux de remplissage des hôteliers ou des compagnies aériennes sont bas.

Si leurs goûts en vacances sont très semblables à ceux de n'importe quel voyageur (culture, farniente, sport etc.), les voyageurs gays sont cependant sensibles à des critères très particuliers :

- pour 94% d'entre eux, le fait qu'une destination soit gay-friendly est un critère important dans leur choix.
- 72% souhaitent s'assurer que leur hôtel est gay-friendly avant de réserver leur séjour, histoire d'éviter un mauvais accueil.
- 75% cherchent, en préparant leur voyage, la présence d'établissements gay à proximité de leur lieu de séjour.
- 59% se déplacent au gré d'événements liés à la culture gay (gay pride, clubbing, festival).
- Enfin, 94% apprécient qu'une destination touristique fasse un effort particulier pour s'adresser à eux, comme ont pu le faire récemment les villes de Cannes, Nice, Deauville (toutes membres de l'IGLTA et référencées sur myGayTrip.com) ou l'île de la Réunion, en France, mais aussi la Suisse, le Brésil ou l'Espagne.



Campagne de l'office du tourisme du Brésil sur myGayTrip.com



Leur top 3 des destinations favorites en France sont : Paris (53%), Nice (14%), Montpellier (10%). Les grandes villes européennes n'ont plus de secrets pour eux : 80% des sondés ont déjà séjourné à Bruxelles, Barcelone, Amsterdam, Londres, Madrid ou Sitges, principales destinations gay en Europe. A la question "quelles destinations prévoyez vous de visiter dans les 3 ans qui viennent", ils répondent : Buenos Aires (28%), Tel Aviv (25%) et Stockholm (22%). Ces réponses récompensent les efforts de communication de ces différentes municipalités auprès de cette cible.

Les résultats de cette enquête confortent ainsi les acteurs du tourisme (offices de tourisme, hôteliers, tour-opérateurs, etc.) qui ont fait le choix de ne plus s'adresser de façon générique à tous les segments de marché, mais de cibler les gays, comme d'autres catégories (les jeunes, les familles, les retraités, ...) avec des messages spécifiques.

Ces réponses récompensent les efforts de communication de ces différents acteurs auprès de cette cible grâce notamment à leurs campagnes média sur myGayTrip.com ainsi qu'à leur adhésion à l'IGLTA.

*(Enquête réalisée du 31 août au 09 septembre 2011 auprès des passagers de la croisière gay francophone Attitude Travels – 188 répondants)*

## **A propos de myGayTrip.com** (<http://www.myGayTrip.com>)

myGayTrip.com, est la marque partenaire online de TÊTU sur la thématique voyage. Ce site de voyage gay européen permet aux internautes de préparer leurs voyages grâce à des actualités touristiques, à un guide de 15.000 adresses gay et gay-friendly (hôtels, bars, restaurants, boutiques...) et de se mettre en relation avec des compagnons de voyage.

myGayTrip.com s'impose aujourd'hui sur le marché francophone comme l'acteur incontournable pour tous ceux qui souhaitent s'adresser à une cible à fort pouvoir d'achat et leader d'opinion.

Contact : Marc DEDONDER / [contact@mygaytrip.com](mailto:contact@mygaytrip.com) / 09 51 98 46 78

## **A propos de l'IGLTA** (<http://www.iglta.org/>)

Créée en 1983 en Floride par des propriétaires de chambres d'hôtes gays, l'International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA) a pour but de promouvoir le tourisme gay à travers le monde. Si le but initial de l'association était de mettre en relation les professionnels du tourisme, l'IGLTA se tourne maintenant de plus en plus vers les consommateurs. Elle compte aujourd'hui 2.000 adhérents dans 85 pays, principalement des agences de voyages, des hôtels, des offices du tourisme ou des compagnies aériennes.

Contact : Clark MASSAD / [clark@iglta.org](mailto:clark@iglta.org)