



FLIGHT CENTRE
TRAVEL GROUP™

RAPPORT 2026 SUR LA DIVERSITÉ, L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION

FLIGHT CENTRE TRAVEL GROUP, AMÉRIQUES



RECONNAISSANCE TERRITORIALE

Flight Centre Travel Group, Amériques reconnaît exercer ses activités sur les territoires traditionnels de milliers de peuples autochtones, y compris les Premières Nations, les Inuits, les Métis, les peuples autochtones des États Unis, les Autochtones de l'Alaska, les Autochtones hawaïens et les peuples originels du Mexique. Plusieurs de nos lieux de travail se trouvent sur des terres visées par des traités ; à ce titre, nous reconnaissons à la fois l'oppression historique subie par les peuples autochtones de l'Île de la Tortue (également connue sous le nom de l'Amérique du Nord) et notre responsabilité de participer activement à la réconciliation et à l'équité. Nous reconnaissons également les personnes qui ont été contraintes de migrer vers l'Île de la Tortue en raison de la traite transatlantique des esclaves. Nous reconnaissons notre rôle dans la poursuite de l'équité pour toutes les personnes autochtones et racialisées avec lesquelles nous travaillons, vivons et voyageons. Le présent document résume notre stratégie visant à honorer cet engagement.

NOTRE VISION

« Travailler ensemble pour démanteler les obstacles à l'équité pour nos employés, nos clients et nos communautés. »



TABLE DES MATIÈRES

Reconnaissance territoriale.....	1
Notre vision.....	1
Message de notre Présidente.....	3
Message de notre Gestionnaire DEI.....	4
Prix et distinctions en matière de DEI.....	5
Première partie : Notre personnel	6
- Écoute des employés.....	8
- Groupes ressources d'employés (GRE).....	10
- Politiques et avantages inclusifs	11
- Recrutement inclusif.....	12
Deuxième partie : Notre clientèle	14
- Voyage d'apprentissage sur l'accessibilité – FAM Miami.....	15
- Marketing inclusif.....	16
- Compétence culturelle	17
Troisième partie : Nos communautés	18
- Diversité des fournisseurs.....	19
- Contribution communautaire	20
Regard vers l'avenir : Message de notre Vice-présidente, Expérience employé	21





UN MESSAGE DE LA PART DE NOTRE PRÉSIDENTE

Au cœur de tout ce que nous entreprenons se trouve la conviction que l'équité et l'inclusion ne sont pas des destinations, mais des engagements continus. Lorsque nous parlons de notre vision — travailler ensemble pour réduire les obstacles à l'équité pour nos employés, nos clients et nos communautés — chacun de ces mots possède un sens précis. Travailler ensemble signifie qu'aucune équipe ni aucune personne ne porte cet engagement seul. Réduire les obstacles signifie que nous devons d'abord reconnaître honnêtement où ces obstacles existent. Et « nos employés, nos clients et nos communautés » veut dire que cet engagement n'a pas de limites — il dépasse nos murs et s'étend à chacune de nos relations.

Ce qui fait de nous un meilleur partenaire, un esprit plus créatif face aux défis et un conseiller plus digne de confiance, c'est la diversité que nous apportons à la table. Des parcours différents, des perspectives variées et des expériences de vie uniques n'enrichissent pas seulement notre culture — ils affinent notre réflexion et renforcent notre impact. Ce n'est pas un élément accessoire de notre travail. C'est notre travail.

Ce rapport reflète honnêtement l'endroit où nous en sommes dans ce parcours : les progrès accomplis, les écarts que nous nous efforçons encore de combler, et la vision qui continue de nous guider. Car réduire les obstacles à l'équité n'est pas un effort ponctuel — c'est une pratique intégrée à notre façon de travailler, jour après jour.»



CHARLENE LEISS (ELE/LA)
PRÉSIDENTE, FLIGHT CENTRE TRAVEL GROUP AMERICAS

LES 7 CLÉS DU SUCCÈS : UN MESSAGE DE NOTRE LEADER DEI

Aux tout premiers stades de notre engagement envers la diversité, l'équité et l'inclusion au sein de FCTG Amériques, nous avons défini sept clés du succès pour orienter nos efforts et préciser les détails de notre vision globale. Ces sept clés seront utiles à garder en tête pendant la lecture de ce rapport, car elles illustrent le « comment » derrière notre « quoi ».

1. **L'équité d'abord** : la diversité et l'inclusion sont des retombées naturelles d'un investissement dans l'équité et l'accès. Lorsque nous donnons priorité à l'équité, nous ouvrons la porte à un plus grand nombre de personnes.
2. **Rester axés sur les données** : la diversité, l'équité, l'inclusion, l'accès et le sentiment d'appartenance sont tous des objectifs mesurables. Nous utilisons des indicateurs de rendement clés et d'autres cadres d'évaluation pour garder les projets sur la bonne voie et analyser les résultats avec clarté.
3. **Apprendre en avançant, avancer en apprenant** : la formation continue est essentielle, mais une quête excessive de perfection peut freiner des progrès pourtant nécessaires. Nous agissons avec courage, guidés par les meilleures informations dont nous disposons.
4. **Responsabilité collective** : bien que l'investissement dans des rôles spécialisés en DEI soit un élément clé de réussite, la DEI est un effort collectif. Chacun a un rôle à jouer.
5. **Soutien explicite de la haute direction** : les employés s'attendent à une communication cohérente de la part de leurs dirigeants. La DEI n'est pas reléguée à l'arrière-plan.
6. **Communication transparente et constante** : nous nous engageons à communiquer régulièrement au sujet des initiatives et des résultats en matière de DEI, même lorsque ceux-ci ne sont pas positifs. Reconnaître nos axes de progression est la première étape vers l'amélioration.
7. **Investissement financier** : plusieurs initiatives DEI sont sans frais, mais pas toutes. Nous investissons de manière tangible dans la diversité, l'équité et l'inclusion afin d'obtenir des résultats solides.

Dans les chapitres qui suivent, vous découvrirez nos progrès en matière de représentation équitable des genres au sein de notre effectif, la croissance de la diversité de nos fournisseurs, le sentiment positif et encourageant exprimé par nos employés, ainsi que l'élargissement des ressources mises à leur disposition. Nous sommes extrêmement fiers de ces résultats ! Mais nous sommes tout aussi fiers de la manière dont nous les avons atteints : de façon collaborative, authentique et audacieuse.



EMESE GRAHAM (ELLE/LA)
GESTIONNAIRE DEI, AMÉRIQUES





PRIX ET DISTINCTIONS

Excellence en diversité et inclusion (Lauréat) | **Canadian HR Awards 2025**

Finaliste « Initiative la plus audacieuse en matière de voyages inclusifs » | **Out There Awards 2025**

Meilleures pratiques en diversité, équité et inclusion en milieu de travail au Canada
| **5-Étoiles Employeurs DE&I 2023-24**

Meilleurs milieux de travail pour la diversité aux Amériques **2024**

Seramount Indice mondial d'inclusion: FCTG Mexique 2023-25

2023 Prix Magellan Travel Weekly | Lauréat argent pour l'accessibilité et l'inclusion

GBTA WINiT Prix Pinnacle DEI Leadership 2023



PARTIE UN :
NOTRE
PERSONNEL

« La diversité au sein de l'entreprise est probablement l'un des aspects **les plus remarquablement positifs** de celle-ci. »

« C'est dans l'ensemble un environnement positif et **très diversifié.** »

« J'adore travailler avec un large éventail de personnes chez Flight Centre. »

« Il y a une **véritable acceptation des personnes**, peu importe leur race, leur âge ou leur orientation sexuelle. C'est le premier emploi où je me sens en sécurité de partager mes pronoms et le genre de mon partenaire. »

« C'est fantastique que notre entreprise soit toujours engagée envers la DEI. Il est important pour moi que chacun reçoive un traitement équitable. »

« Flight Centre Travel Group **prend la diversité très au sérieux.** Cela signifie énormément pour moi ! »

« C'est l'organisation qui se rapproche le plus **d'une véritable méritocratie** parmi toutes celles avec lesquelles j'ai travaillé. C'est aussi l'entreprise la plus inclusive et la plus diversifiée que j'ai rencontrée. »

« **J'apprends à être à l'écoute et à collaborer** avec des personnes qui abordent les choses différemment de moi. »

« J'ai pu **créer des liens avec plusieurs collègues** grâce à nos groupes-ressources d'employés. »

« Les **groupes-ressources d'employés** m'ont rapproché d'autres collègues. »

« C'est **formidable de faire partie d'une communauté** grâce à nos groupes-ressources d'employés. »

« Je me sens **incroyablement** connecté à mes collègues sur le plan personnel. Les liens créés au sein des GRE ont été merveilleux ! »

« Je me sens plus connecté à une communauté Flightie unique grâce à mon travail quotidien avec les membres de mon GRE. »

« Je porte une grande fierté envers Flight Centre dans son ensemble pour le maintien des programmes DEI et pour le soutien **affirmé à la communauté LGBTQ.** Cela en dit long sur l'intégrité de l'entreprise. »

« Faire partie d'un GRE m'a **ouvert les yeux.** Je suis beaucoup plus à l'affût des célébrations culturelles qui peuvent influencer les voyages. Je suis plus empathique face aux différences de communication et à la manière dont nos propos peuvent être perçus par mes pairs. J'ai eu de nombreuses occasions de me former. »

« C'est rassurant de savoir que mon entreprise se **soucie de toutes les personnes diversifiées** de notre organisation! »

« Les activités des groupes-ressources d'employés **témoignent d'amour, d'efforts et de changements.** Être Flightie et constater ces avancées est TELLEMENT POSITIF. »

« J'apprécie énormément l'occasion de me connecter et d'apprendre. Grâce à ma participation, j'ai remis en question certaines de mes perspectives et **j'ai évolué de manière positive.** Je soutien les personnes qui permettent aux alliés de progresser au sein des groupes-ressources d'employés. »



À L'ÉCOUTE DES EMPLOYÉS

CE QUE NOUS MESURONS ET POURQUOI

Lorsqu'il est question de notre milieu de travail, nous ne présumons pas que tout le monde vit la même expérience ; nous posons la question. Nous recueillons les opinions des employés ainsi que des données démographiques au moyen d'un sondage annuel anonyme. Notre analyse comprend :

- Ventilation des données de perception par groupe démographique afin de s'assurer qu'il n'existe aucune différence statistiquement significative entre : a) les hommes, les femmes et les personnes non binaires ou de genre non conforme b) les proches aidants et les non-proches aidants c) les personnes LGBTQ+ et les personnes cisgenres hétérosexuelles d) les personnes en situation de handicap et les personnes non handicapées e) les personnes autochtones, racialisées et blanches f) les groupes d'âge
- Nous comparons la représentation des groupes en quête d'équité au sein de notre organisation avec les données des recensements régionaux, ainsi que la représentation selon les niveaux d'ancienneté, afin de comprendre l'ensemble du parcours : attraction, rétention et avancement d'une main-d'œuvre diversifiée.

Nous complétons finalement ces données quantitatives sur nos employés avec :

- Des recherches menées en groupes de discussion, animées chaque année par nos cinq groupes-ressources d'employés (GRE) ;
- Des examens des notes d'entrevues de départ ;
- Des sondages fréquents recueillant des commentaires sur des programmes spécifiques (comme les ateliers DEI ou les événements des GRE).

NOTRE DIVERSITÉ EN CHIFFRES : 2025

	Canada	États-Unis	Mexique
Race et Origine ethnique	12,1 % Personnes de couleur 87,9 % Employés blancs	22,6% Personnes de couleur 77,4% Employés blancs	40,6% Minorité ethnolinguistique 59,4% Majorité ethnolinguistique
Invalidité	11,9% Handicapées 88,1% Non handicapées	10,8% Handicapées 89,2% Non handicapées	Données non disponibles
LGBTQ+	7,0 % LGBTQ+* 93 % Cisgenre, Hétérosexuel	10,8 % LGBTQ+ 89,2% Cisgenre, Hétérosexuel	<1%*
Responsabilités de proches aidants	57,9 % Proches aidants pour enfants, adultes ou les deux 42,1% Non-proches aidants	51,7 % Proches aidants pour enfants, adultes ou les deux* 49,3 % Non-proches aidants	70 % Proches aidants pour enfants, adultes ou les deux* 30 % Non proches aidants
Genre	62,6 % Femmes, 36,7 % Hommes, 0,7% Non-binaires/ Genre non conforme	73,0 % Femmes, 36,0 % Hommes, 1,0 % Non-binaires/ Genre non conforme	61,7 % Femmes, 38,3 % Hommes

*Données 2024

PRINCIPALES CONCLUSIONS

« Nous nous engageons à maintenir l'élan que nous avons créé en soutenant les proches aidants, les employés LGBTQ+ et les employés de tous genres. Les données du sondage de cette année montrent que les femmes et les personnes de genre non conforme représentent 65 % de tous les niveaux d'emploi — des membres d'équipe aux chefs d'équipe, jusqu'aux hauts dirigeants. Nous n'avons également constaté aucune différence significative dans les perceptions selon la race, le genre, l'identité LGBTQ+ ou le statut de proche aidant, ce dont nous sommes très fiers.

En ce qui concerne nos axes de croissance, nous continuerons de nous concentrer sur la compréhension des expériences de nos employés en situation de handicap et d'apporter des améliorations partout où cela est possible afin de réduire l'écart de perception entre les employés handicapés et non handicapés. Nous continuerons également d'utiliser des pratiques d'embauche inclusives (comme nos partenariats avec Circa et Equitek) pour soutenir les talents handicapés et racialisés dans leur progression vers des postes de haute direction. Je suis convaincue que la constance portera ses fruits à long terme, alors que nous travaillons ensemble à éliminer les obstacles à l'équité dès que nous les identifions. »



EMESE GRAHAM (ELLE/LA)
GESTIONNAIRE DEI, AMÉRIQUES

















GROUPES DE RESSOURCES POUR LES EMPLOYÉS (GRE)

Nos groupes de-ressources pour les employés (ou GRE) contribuent à donner vie à la diversité, à l'équité, à l'inclusion et à l'accessibilité au sein de la communauté Flightie.

Les GRE se réunissent virtuellement et en personne tout au long de l'année pour apprendre les uns des autres et de conférenciers invités, pour redonner à la communauté et pour bâtir un sentiment d'appartenance auquel les Flighties peuvent se raccrocher. Les coordonnateurs de GRE sont rémunérés pour leur rôle, bénéficient du soutien d'au moins un commanditaire exécutif et relèvent de la responsable DEI afin d'assurer que les programmes soient bien alignés sur la stratégie DEI et sur les données les plus récentes concernant notre personnel.

VOICI NOS GRE

Accessibilité	Justice environnementale	Équité des genres	LGBTQ2IA+	Équité raciale
<p>Objectif : Favoriser les liens entre les personnes en situation de handicap, vivant avec une maladie chronique, des enjeux de santé mentale, ainsi que leurs alliés.</p>	<p>Objectif : Rassembler les personnes engagées en faveur de la protection de l'eau, des terres, de l'air et de la faune.</p>	<p>Objectif : Rassembler les femmes, les hommes, les personnes non binaires et toutes les personnes engagées en faveur de l'égalité des genres.</p>	<p>Objectif : Rassembler les membres de la communauté LGBTQ+ et leurs alliés.</p>	<p>Objectif : Créer des liens entre les peuples autochtones, les personnes de couleur, les personnes racisées et leurs alliés.</p>
 <p>Coordonnatrice de GRE Chelsea Eaton (Elle/La)</p> <p>Responsable du marketing de contenu, FCM Amériques</p>	 <p>Coordonnatrice de GRE Chris Garrard (Il/Lui)</p> <p>Chef d'équipe adjoint et gestionnaire principal de la réussite client, Corporate Traveller Canada</p>	 <p>Coordonnatrice de GRE Kate Neufeld (Elle/La)</p> <p>Directrice des sites et soutien au réseau, Flight Centre Canada</p>	 <p>Coordonnatrice de GRE Daniel Baker (Il/Lui)</p> <p>Gestionnaire de la réussite client, Corporate Traveler USA</p>	 <p>Coordonnatrice de GRE Teresa Rolack (Elle/La)</p> <p>Gestionnaire de comptes principal, FCM USA</p>
<p>Cadres déléguée</p>  <p>Lisa Baker, VP Employés et culture</p>  <p>Anita Emilio, VP and DG Indépendant et Marques de luxe Canada</p>	<p>Cadres déléguée</p>  <p>Roy Goldschmitt, Chef de file mondial de la technologie et de la transformation</p>  <p>John Morhous, Chef de l'expérience client, Amériques</p>	<p>Cadres déléguée</p>  <p>Chris Lynes, Directeur général Canada et Chef Corporate Traveller</p>	<p>Cadres déléguée</p>  <p>Christina Pedroni, VPE et directrice générale, Envoyage USA</p>  <p>Billy McDonough, Président FCM Amériques</p>	<p>Cadres déléguée</p>  <p>Charlene Leiss, Présidente FCTG Americas</p>  <p>David Richardson, VPE et DG Approvisionnement</p>
<p>Faits saillants de l'année : Soutien en santé mentale pour les nouveaux arrivants Technologies accessibles en milieu de travail</p>	<p>Faits saillants de l'année : LGBTQ+ Quiz sur l'histoire de la Fierté LGBTQ+, animé par une drag queen Journée de bénévolat 519</p>	<p>Faits saillants de l'année : Célébration Kwanzaa virtuelle Deuxième édition annuelle de Flourish : symposium des Flighties noirs</p>	<p>Faits saillants de l'année : Décoder les descriptions de poste Sachez vous mettre en valeur : ateliers de planification de carrière</p>	<p>Faits saillants de l'année : Nettoyage de la plage de Kitsilano Discussion informelle (« fireside chat ») avec la Chef mondiale du développement durable, Michelle Degenhardt</p>



POLITIQUES INCLUSIVES, AVANTAGES ET GUIDES DESTINÉS AUX EMPLOYÉS

POLITIQUES INCLUSIVES

- Politique sur la diversité de fctg américaines : communique notre engagement envers l'égalité des chances et fournit des directives sur le soutien offert aux employés, y compris aux employés racialisés et autochtones.
- Politique anti-harcèlement : interdit la discrimination et le harcèlement et décrit clairement notre procédure de signalement des plaintes.
- Politique sur le code vestimentaire : fournis des lignes directrices sur l'apparence professionnelle, encourageant les employés à s'habiller d'une manière reflétant leur identité et leur culture, tout en accordant une attention particulière aux employés en situation de handicap pouvant nécessiter des mesures d'adaptation liées à leur tenue.
- Politique sur la journée de la diversité : les employés de fctg américaines bénéficient d'une journée de congé rémunérée supplémentaire, qu'ils peuvent utiliser pour souligner toute fête ou célébration culturelle significative de leur choix.
- Code de conduite : présente notre vision, notre raison d'être, nos valeurs fondamentales, nos philosophies ainsi que les principes clés qui motivent et guident nos équipes.
- Politique sur la musique : fournis des directives afin de s'assurer que la musique diffusée en milieu de travail est conforme à notre politique sur la diversité et favorise un fort sentiment d'appartenance pour l'ensemble des membres de l'équipe.

AVANTAGES INCLUSIFS

- Nous sommes heureux d'offrir aux employés admissibles de Flight Centre Travel Group Canada des avantages de soins de santé comprenant la couverture des soins d'affirmation de genre et des médicaments liés à la fertilité. De même, les régimes médicaux admissibles de Flight Centre Travel Group USA comprennent la congélation d'ovules à titre électif, et la définition de l'infertilité a été retirée afin d'offrir un accès plus inclusif aux avantages liés à la fertilité.

GUIDES DESTINÉS AUX EMPLOYÉS

- Buzz pour tous : Célébrations en milieu de travail inclusives pour les personnes sobres
- GUIDE DES EMPLOYÉS - COSTUMES, CULTURES ET ÉVÉNEMENTS EN MILIEU DE TRAVAIL Fournit de l'information sur l'échange culturel, l'appropriation culturelle et les pratiques culturelles réservées. Offre des conseils pour organiser des activités en milieu de travail
- Travailler de manière inclusive pendant le Ramadan et l'Aïd
- Transition de genre au travail
- Équipes neurodivergentes

RECRUTEMENT INCLUSIF

Nos employés sont au cœur de notre philosophie chez Flight Centre Travel Group, et au cours de cet exercice, nous avons réfléchi à la manière de créer un fort sentiment d'appartenance pour toutes les personnes qui se joignent à notre équipe, dès le moment où elles envisagent de poser leur candidature.

Nos initiatives de recrutement équitable reposent sur les trois piliers suivants : des offres d'emploi inclusives, une diffusion élargie des affichages, et une évaluation standardisée des candidats.

« À titre d'équipe de recrutement, nous considérons la diversité et l'inclusion non pas comme une initiative, mais comme une responsabilité. Chaque décision d'embauche façonne l'avenir de FCTG. En collaborant étroitement avec notre Gestionnaire DEI et en nous engageant auprès de nos communautés GRE, nous avons renforcé notre stratégie de recrutement, remis en question les biais, affiné nos pratiques d'évaluation et élargi l'accès aux occasions d'emploi. L'inclusion commence dès l'embauche, et nous nous engageons à bien faire les choses. »

NEALY KERNOGHAN (ELLE/LA)
CHEF D'AFFAIRES, ACQUISITION DE TALENTS,
AMÉRIQUES



AFFICHAGES DE POSTES INCLUSIFS

- Nous effectuons des audits de nos affichages de postes dans nos marques au Canada, au Mexique et aux États-Unis afin d'identifier les principaux axes d'amélioration liés à un langage potentiellement biaisé.
- Nous avons créé un guide à l'intention des gestionnaires d'embauche, offrant des conseils pratiques pour reconnaître et interrompre les biais dans leurs affichages.
- Nous avons offert cette formation en ateliers en direct et en version autodirigée afin de renforcer les pratiques d'interruption des biais et de donner aux gestionnaires d'embauche l'occasion de poser des questions et de mettre leurs connaissances en pratique.
- En utilisant les commentaires de nos groupes-ressources d'employés, nous avons :
 - Ajouté nos prix et reconnaissances en matière de DEI à tous les affichages de postes pour attirer un bassin de candidats diversifié.
 - Veillé à ce que les attentes en matière de déplacements indiquées dans les affichages soient aussi précises que possible afin de permettre aux candidats proches aidants de prendre des décisions éclairées.

DIFFUSION ÉLARGIE DES OFFRES D'EMPLOI

Flight Centre Travel Group aux États Unis a reçu un Employer Member Badge de Diversity Jobs. Ce badge témoigne de nos efforts continus pour créer un milieu de travail où chacun se sent valorisé et habilité, et renforce notre engagement envers la diversité, l'équité et l'inclusion au sein de notre organisation.

Flight Centre Travel Group au Canada est fier d'avoir établi un partenariat avec Equitek à titre de Partenaire en Inclusion.

Grâce à cette collaboration avec Equitek, nous bénéficierons d'une visibilité accrue au sein des communautés diversifiées, renforcerons nos efforts de recrutement et approfondirons notre engagement auprès de personnes talentueuses issues de groupes sous représentés. Ce partenariat nous fournira également des ressources et des outils précieux pour faire progresser nos initiatives en matière de diversité et d'inclusion.

ÉVALUATION STANDARDISÉE

- Permettre aux candidats de planifier eux mêmes leur entrevue
- Utiliser des entrevues structurées avec des critères d'évaluation uniformes
- Utiliser un comité d'évaluateurs pour noter les candidatures et les réponses en entrevue
- Retirer la vérification des références afin de réduire l'influence de possibles biais provenant d'employeurs précédents
- Retirer les critères d'évaluation en entrevue pouvant constituer un obstacle pour les personnes apprenant l'anglais, les candidats neurodivergents et les candidats issus de cultures plaçant une grande importance sur l'humilité
- Critères d'évaluation des entrevues sous forme de présentation

Cette année, notre Équipe des talents a :

- Mis en valeur les ressources de développement de carrière offertes au personnel lors de plusieurs événements des GRE
- Établi et atteint des objectifs trimestriels d'apprentissage afin d'élargir notre compétence culturelle et de réduire les biais
- Désigné un membre de l'équipe pour agir à titre de champion ou championne de l'accessibilité et de point de contact principal pour les talents nécessitant des mesures d'adaptation
- Renouvelé nos partenariats avec Equitek et les babillards d'emplois de diversité Mitratech Circa
- Continué à surveiller nos affichages de postes afin d'y assurer un langage inclusif grâce à des audits internes



A photograph of a Parisian street scene. In the background, the Eiffel Tower rises against a clear blue sky. The street is lined with ornate buildings, some with red brick and others with light-colored facades and wrought-iron balconies. In the foreground, a man and a woman are walking away from the camera, holding hands. The woman is wearing a white and black striped dress and a white hat. The man is wearing a blue patterned shirt and white shorts. Several cars are parked along the street. A white semi-transparent box is overlaid in the center of the image, containing the text 'PARTIE DEUX : NOTRE CLIENTÈLE'.

PARTIE DEUX : NOTRE CLIENTÈLE

INVESTIR DANS L'EXPERTISE DE VOYAGES ACCESSIBLES

« Ouvrir le monde à ceux et celles qui veulent le voir » a toujours été au cœur de Flight Centre Travel Group. Ainsi, lorsque notre récente étude YouGov a révélé que 42 % des Canadiens considèrent l'accessibilité comme facteur clé dans la planification de leurs voyages, nous avons su que nous voulions investir davantage afin d'offrir des expériences exceptionnelles aux voyageurs ayant des besoins en matière d'accessibilité. Quelle est la meilleure façon de renforcer notre expertise en voyages accessibles? Bien que nous disposions d'un programme interne de formation en croissance sur ce sujet, rien ne remplace l'apprentissage pratique! Nous avons donc envoyé une équipe de nos employés à Miami pour découvrir de première main le monde des voyages accessibles. »

« Je recommanderais ce voyage à tout le monde! Apprendre sur les voyages accessibles à Miami a été extrêmement révélateur. Il y a tellement de soutien disponible, dont je n'aurais jamais eu connaissance autrement. »

« Les voyages de familiarisation spécialisés comme celui-ci peuvent vraiment être bénéfiques. Dans notre cas, je crois que la sensibilisation aux différentes façons de rendre les voyages plus accessibles est la principale leçon à retenir. Voir les choses sous un angle différent est toujours important. »

« Je serais ravi de vivre une expérience comme celle-ci à nouveau! Cela me permettrait d'approfondir mes connaissances afin de mieux servir ce marché et d'offrir à mes clients une planification de voyage accessible, harmonieuse et sans souci, tant ici qu'à l'international. J'adorerais aider les gens à découvrir des possibilités de voyage qu'ils n'auraient peut-être jamais imaginées. »

BUREAU D'ACCESSIBILITÉ MONDIAL

Lancé à l'échelle mondiale, le service d'accessibilité de FCM et FCM Travel a été créé en partenariat avec Shell afin d'éliminer les obstacles et défis auxquels certaines entreprises et agences de gestion des voyages (TMC) sont souvent confrontées lorsqu'elles soutiennent des voyageurs ayant des besoins variés — qu'ils soient neurologiques, mentaux, physiques ou liés à des conditions chroniques.

« Ce service repose sur une relation de confiance : chaque voyageur peut communiquer avec notre équipe en tout temps, selon ses besoins. Nous offrons un soutien personnalisé aux personnes ayant un handicap physique, des besoins liés à la neurodiversité, une condition en santé mentale, ainsi qu'à celles vivant avec des limitations temporaires ou chroniques. »

Les conseillers et conseillères de FCM ont été formés par Maiden Voyage afin d'accroître leur compréhension des réalités liées au handicap et de renforcer leurs compétences dans la gestion des demandes de voyage nécessitant des mesures d'accessibilité. Plusieurs outils, ressources et rencontres ont été mis en place pour assurer un haut niveau de qualité et favoriser le partage continu d'information.

En savoir plus





MARKETING INCLUSIF

Nous avons mis sur pied un conseil dédié au marketing inclusif, composé de représentants des équipes marketing de chacune de nos marques nord américaines. Ce conseil a élaboré un Guide interne de marketing inclusif, destiné à l'ensemble de nos départements marketing, et se réunit régulièrement pour identifier des occasions de réduire les obstacles à l'équité dans nos points de contact de marque.

GUIDE INTERNE DE MARKETING INCLUSIF

Adopter une stratégie de marketing inclusif est essentiel pour Flight Centre Travel Group Amériques, car cela nous permet de mieux rejoindre et engager notre public diversifié. Nous croyons fermement que la représentation positive fait toute la différence : lorsque les gens se reconnaissent dans les images et le langage que nous utilisons, cela renforce la confiance et leur assure qu'ils vivront une expérience équitable avec nos équipes. Les études démontrent que les consommateurs issus de groupes en quête d'équité accordent une importance particulière aux approches de marketing inclusif lorsqu'ils prennent une décision d'achat. Nous savons combien il est essentiel que nos clients se sentent pleinement représentés. Lorsque nos communications reflètent la diversité des parcours, des cultures et des identités, chacun se sent reconnu, valorisé et respecté. Un marketing inclusif de qualité contribue à déconstruire les stéréotypes et donne à nos marques une présence plus authentique, plus humaine et véritablement accueillante.

Notre Guide de marketing inclusif présente les meilleures pratiques pour :

- L'accessibilité numérique, notamment l'utilisation de descriptions alternatives, la clarté des abréviations, des titres bien identifiés et des contrastes élevés

- Une représentation visuelle inclusive de la diversité humaine, incluant une grande variété de silhouettes, de tailles, de carnations, de types de cheveux, d'âges, de genres et de capacités.
- Un langage respectueux, incluant l'usage d'un langage neutre, l'évitement des termes capacitistes ou stéréotypés à caractère racial, et l'utilisation des graphies autochtones des noms de lieux lorsque cela est possible.

AUDITS DE MARKETING INCLUSIF

Nous effectuons deux examens annuels des choix de photos et de vidéos utilisés par nos marques, à partir d'un échantillon de nos contenus marketing. Bien que nous n'imposons aucun quota de représentation, nous suivons attentivement la présence des groupes suivants et signalons toute lacune importante :

- Diversité corporelle
- Diversité ethnoculturelle et de carnations
- Genre
- Âge
- Handicap visible

A photograph showing three women of diverse backgrounds sitting at a table in a meeting. The woman on the right is wearing a black hijab and is smiling broadly. The woman in the middle has glasses and is also smiling. The woman on the left has long brown hair and is smiling. They are in a professional setting with a laptop, notebooks, and a pen on the table.

COMPÉTENCE CULTURELLE

Nous enrichissons continuellement notre bibliothèque de ressources éducatives afin d'offrir à nos équipes les outils nécessaires pour fournir des expériences exceptionnelles à notre clientèle diversifiée. Nous couvrons une vaste gamme de sujets dans le but de renforcer la compétence culturelle de nos équipes. Parmi nos ressources de formation les plus populaires, on retrouve :

- Relations clientèle accessibles
- Réunions accessibles
- Ressources sur les voyages accessibles
- Image corporelle positive
- Créer des équipes inclusives pour les personnes transgenres
- Démystifier les soins d'affirmation de genre
- Voyager avec de graves allergies
- Voyager avec du matériel médical tranchant
- Diversité générationnelle
- L'hindouisme et un milieu de travail accueillant
- Comment donner une rétroaction équitable
- Comment reconnaître et éviter le langage capacitiste
- Comment reconnaître et surmonter les biais
- Répondre aux microagressions en milieu de travail
- Voyages LGBTQ+
- Vivre et travailler avec la paralysie cérébrale
- Vivre et travailler avec l'endométriose
- Vivre et travailler avec le TSPT
- Équipes neurodivergentes
- Pronoms 101
- Ramadan et Aïd
- Voyageurs de grande taille
- Voyager avec des besoins en mobilité
- Travailler dans le spectre autistique
- Travailler avec des organisations autochtones



PARTIE TROIS :
NOS
COMMUNAUTÉS

DIVERSITÉ DES FOURNISSEURS

Chez Flight Centre Travel Group (FCTG), l'égalitarisme fait partie de nos philosophies fondatrices. Nous nous engageons à contribuer à un avenir dans lequel l'industrie du voyage profite équitablement à toutes les personnes qu'elle touche. Une industrie du voyage diversifiée est mieux outillée pour servir nos voyageurs et soutenir les objectifs de diversité des fournisseurs de nos clients.

Le programme officiel de diversité des fournisseurs de FCTG Amériques nous permet d'identifier plus clairement les obstacles potentiels à l'équité. En mesurant régulièrement la représentation des groupes en quête d'équité au sein de notre chaîne d'approvisionnement, nous pouvons élaborer des stratégies fondées sur les données afin de bâtir une chaîne d'approvisionnement qui reflète plus fidèlement la diversité du monde dans lequel nous évoluons.

RÉSULTATS 2025 — DIVERSITÉ DES FOURNISSEURS CORPORATIFS

Nous offrons à tous nos partenaires hôteliers privilégiés l'occasion de déclarer volontairement leurs initiatives en matière de diversité, d'équité et d'inclusion, leurs initiatives en matière d'accessibilité, ainsi que leur statut d'entreprise détenue par un groupe diversifié.

La diversité de la chaîne d'approvisionnement de FCTG USA dans le secteur des voyages d'affaires est mesurée à partir de la déclaration volontaire d'un statut de propriété à 51 % par des groupes en quête d'équité, incluant :

- Entreprises détenues par des femmes
- Entreprises détenues par des minorités
- (communautés noires/afro-américaines, latines/hispaniques, asiatiques indiennes, asiatiques pacifiques, peuples autochtones/ Native American, multiraciales, autres)
- Entreprises détenues par des personnes LGBTQ+
- Entreprises sociales, B Corp, Public Benefit Corporation
- Entreprises détenues par des personnes en situation de handicap
- Entreprises détenues par des vétérans
- Petites entreprises
- Entreprises en zone HUB (GBT)

4 793 hôtels privilégiés se sont auto identifiés comme des entreprises détenues à 51 % par des groupes diversifiés (une augmentation de +4,8 % par rapport à l'année précédente). Les fournisseurs diversifiés représentaient 8,7 % des hôtels privilégiés participant au Programme hôtelier mondial 2026.

Ventes totales : 78,5 M \$ (une augmentation de +89,61 % par rapport à l'année précédente). Les dépenses auprès de fournisseurs diversifiés représentaient 4,1 % des dépenses totales du Programme hôtelier mondial.

RÉSULTATS 2025 — DIVERSITÉ DES FOURNISSEURS LOISIRS

La diversité de la chaîne d'approvisionnement loisirs de FCTG Amériques en Amérique du Nord est mesurée en fonction de l'adhésion à des associations et répertoires regroupant des entreprises appartenant à des groupes en quête d'équité, dont :

- NABHOOD: National Association of Black Hotel Owners, Operators and Developers
- ITAC: Indigenous Tourism Association of Canada
- AIANTA: American Indian Alaska Native Tourism Association

302 partenaires se sont identifiés comme des entreprises appartenant à des propriétaires noirs ou autochtones, une augmentation de +18 % par rapport à l'année précédente.

Les ventes totales se sont élevées à 267 167 \$ USD, soit une augmentation de +6,0 % par rapport à l'année précédente. Les dépenses auprès de partenaires BIPOC représentaient 0,2 % de l'ensemble des dépenses loisirs au Canada, aux États Unis, au Mexique, dans les Caraïbes et en Amérique latine.

REDONNER À LA COMMUNAUTÉ

CONGÉ POUR BÉNÉVOLAT

Flight Centre Travel Group soutient ses employés et leur offre diverses occasions de contribuer activement à leurs communautés locales. Afin d'encourager l'engagement communautaire et caritatif, nous offrons un congé rémunéré pour bénévolat, permettant à nos employés de mettre à profit leur temps, leurs compétences et leur expertise auprès d'organismes à but non lucratif ou de bienfaisance admissibles.

FAITS SAILLANTS DE L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE : 2025

- Préparation de repas pour la communauté au The 519, à Toronto, Canada
- Participation à l'activité Pride365 – Assemblage de trousse « Kiki » de Howard Brown Health, à Chicago, États-Unis
- Nettoyage de déchets avec OceanWise à Kitsilano Beach, au Canada



REGARD VERS L'AVENIR

« Nous pouvons tous être extrêmement fiers des progrès que nous avons réalisés en matière de diversité, d'équité et d'inclusion — qu'il s'agisse de la reconnaissance nationale à titre d'employeur 5 étoiles en DEI ou des moments du quotidien où nos employés nous disent se sentir libres d'être eux mêmes au travail. Ce rapport va bien au delà des indicateurs et des données : il reflète des expériences vécues et notre engagement collectif à démanteler les obstacles à l'équité.

Nos programmes DEI, ainsi que les leaders qui les portent, illustrent l'élan positif que nous continuons de bâtir — de notre premier voyage de familiarisation accessible à une augmentation de 90 % des dépenses auprès de fournisseurs diversifiés, en passant par 4 793 partenaires hôteliers appartenant à des groupes diversifiés dans notre réseau et des avancées significatives en matière de représentation au sein de nos équipes. Nous démontrons concrètement ce que signifie ouvrir le monde à celles et ceux qui souhaitent le voir et le vivre.

Un changement durable exige une intention constante et une transparence continue. Au cours de l'année à venir, nous continuerons d'écouter et d'apprendre de nos employés, d'approfondir notre impact auprès de nos clients et de nos communautés, d'investir dans nos groupes ressources d'employés comme espaces de connexion et d'appartenance, et de nous tenir responsables grâce à une prise de décision fondée sur les données.

Notre vision — travailler ensemble pour démanteler les obstacles à l'équité pour nos employés, nos clients et nos communautés — n'est pas un programme avec une date de fin. C'est une manière d'être, chaque jour, chaque semaine et chaque année. Je suis reconnaissante envers chaque Flightie qui a contribué à ces progrès et enthousiaste à l'idée de poursuivre, ensemble, ce travail essentiel. »



LISA BAKER (ELLE/LA)
VICE PRÉSIDENTE, EXPÉRIENCE EMPLOYÉ,
AMÉRIQUES

