



# Rapport annuel 2017-2018

AUBERGES DE JEUNESSE DU SAINT-LAURENT  
HOSTELLING INTERNATIONAL CANADA – RÉGION DU QUÉBEC ET DE L'ONTARIO



# CONSEIL D'ADMINISTRATION FÉVRIER 2018 À FÉVRIER 2019

## **PETER HARRISON, président** A

Vice-président, Canada  
CPCS

## **GABRIELLE DE LA DURANTAYE, vice-présidente** B

Directrice adjointe de l'hébergement  
Auberge HI Montréal

## **CHARLÈNE BARON, trésorière** A

Directrice  
Centre de voyages CAA-Québec de Montréal

## **JACQUES PERREAULT, secrétaire** B

Directeur général  
Auberges de jeunesse du St-Laurent  
HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario

## **BRUNO BUSSIÈRES, administrateur** A

Conseiller à la recherche  
École de technologie supérieure

## **MARIE-CLAUDE RACINE, administratrice** A

Coodonnatrice cybermarketing  
Transat Distribution Canada

## **ÉMILIE ROCHELEAU, administratrice** A

Planificatrice  
Ordre des ingénieurs du Québec à Montréal

## **GABRIELA SAUTER, administratrice** A

Consultante principale  
WSP Canada

## **VINCENT BÉRUBÉ, administrateur** C

Directeur  
Auberge HI Rivière-du-Loup

## **L'association reconnaît deux (2) catégories de membres :**

LA PREMIÈRE CATÉGORIE, regroupant les membres de droit, se divise en trois (3) classes : « A », « B », « C ».

- Les membres de la classe « A » : classe formée des détenteurs de la carte individuelle des auberges de jeunesse Hostelling International Canada.
- Les membres de la classe « B » : classe formée de personnes travaillant à titre d'employés permanents au sein de l'association.
- Les membres de la classe « C » : classe formée d'un délégué par auberge de jeunesse affiliée par protocole d'entente.

LA DEUXIÈME CATÉGORIE regroupe les membres de service sans droit de vote, c'est-à-dire les détenteurs des cartes de groupe ou de la carte junior.

## SOMMAIRE

Mot du président .....	4	Auberges affiliées .....	16
Mot du directeur général .....	5	Prix Barclay .....	17
Le réseau en chiffres .....	6	Marketing .....	18
Auberges propriétés de la région .....	8	Fondation Tourisme Jeunesse .....	19
Notre communauté d'employés .....	12	Notre implication .....	20
Notre communauté de membres .....	15		



## MISSION

« **Bâtir une communauté de voyageurs conscients partageant une plus grande compréhension à l'égard des peuples, des lieux et des cultures.** »

## VISION SOCIALE

Léguer un monde plus tolérant et plus pacifique; dans un meilleur état que celui dans lequel nous l'avons trouvé.

## VALEURS

**Ouverture d'esprit.** Nous accueillons les personnes et les idées de toutes origines. Nous croyons que chacun devrait pouvoir s'exprimer librement et nous encourageons le partage des connaissances, des expériences et des convictions.

**Bienveillance.** Nous pensons que les expériences prennent tout leur sens lorsqu'elles sont vécues entre amis, avec une compréhension mutuelle. Nous croyons à la collaboration et au pouvoir de la collectivité : un pour tous et tous pour un.

**Solidarité.** Nous contribuons à sensibiliser les gens à une meilleure façon de voyager et à l'importance de manifester sa reconnaissance ainsi que son respect envers les gens et les lieux qui rendent chaque moment unique et mémorable.

# MOT DU PRÉSIDENT



Cette année a été une autre réussite quant à la réalisation de notre mission : bâtir une communauté de voyageurs conscients partageant une plus grande compréhension à l'égard des peuples, des lieux et des cultures. Propulsés par une année record en 2017 – avec le 375<sup>e</sup> anniversaire de Montréal et le 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada – nous avons entamé 2018 en nous concentrant sur l'avenir.

Tout en continuant de soutenir un réseau élargi d'auberges affiliées au Québec et en Ontario, l'association a mis l'accent sur le développement de ses auberges à Montréal, à Ottawa et à Toronto, lesquelles accueillent un nombre grandissant de voyageurs. Le Canada étant une destination parmi les plus prisées, nous veillons à ce que notre offre continue de dépasser les attentes de nos invités. Parallèlement, nous travaillons au développement du réseau tout en assurant sa viabilité financière.

Grâce à la Fondation Tourisme Jeunesse, nous aidons les jeunes Canadiens à en apprendre sur eux-mêmes ainsi que sur le monde. Nos services d'hébergement abordables donnent la chance aux jeunes de voyager, mais ce n'est pas tout : nous les soutenons également au moyen d'un programme de bourses directes. Au fur et à mesure que la fondation grandit, nous cherchons de nouveaux partenaires qui, comme nous, désirent encourager les jeunes à apprendre et à élargir leurs horizons grâce au voyage.

Je vous invite à lire le rapport annuel 2017-2018 afin d'apprécier l'ampleur du travail de cette année dans les domaines de la gestion et de la promotion du réseau Hostelling International sur le territoire du Québec et de l'Ontario.

Je profite également de cette occasion pour exprimer ma reconnaissance envers tous les membres du conseil d'administration pour les heures de bénévolat dédiées à notre association. J'aimerais également remercier nos partenaires canadiens et internationaux ainsi que notre personnel et nos affiliés, sans qui notre mission ne pourrait se réaliser.

A handwritten signature in black ink, which appears to read "Peter Harrison". The signature is stylized and written in a cursive-like font.

**Peter Harrison**  
Président du conseil d'administration

# MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



L'an dernier le conseil d'administration de HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario a adopté un plan stratégique à quatre thèmes – améliorer l'expérience client, créer un sentiment d'appartenance à la marque HI Canada, assurer la pérennité de l'association et saisir les opportunités – qui ont guidé le travail des équipes permanentes durant toute l'année.

**Afin d'améliorer l'expérience client dans nos auberges**, plusieurs travaux ont été réalisés dans nos édifices à Ottawa, à Toronto et à Montréal. Plus de 600 000 \$ ont été investis cette année dans ces trois auberges afin d'accroître le confort des voyageurs tout en leur offrant un environnement modernisé et agréable.

Toujours dans le but d'améliorer l'expérience client, et dans l'optique de créer un sentiment d'appartenance à la marque HI Canada, nous avons participé à un groupe de travail avec nos collègues de l'Ouest canadien sur la révision du modèle d'adhésion individuel. Plusieurs associations nationales ont aussi entrepris une profonde réflexion quant à leurs différents modèles respectifs visant le développement « membership » qui semble irriter la jeune génération. Les modèles transformés de l'Australie, du Royaume-Uni, de la Nouvelle-Zélande et des États-Unis furent scrutés à la loupe. À ce jour, le groupe de travail est à rédiger un nouveau modèle qui sera présenté sous peu aux membres de la fédération canadienne.

**La sensibilisation à la nouvelle image de marque**, mettant le voyageur conscient en son centre, a continué de guider la diffusion de nos valeurs à travers blogs, magazines et sites Web tout au long de cette année.

Le troisième thème du plan stratégique, **la pérennité de notre association**, est primordial afin d'assurer le bon transfert intergénérationnel et la durabilité de notre mission. La pérennité comprend plusieurs volets dont des intendants dévoués (personnel et bénévoles), des édifices bien entretenus, des décisions bien éclairées et surtout une situation financière saine qui offre la capacité d'agir dans le temps. Tous ces volets ont fait partie de nos actions et continueront d'orienter le développement de nos nouvelles manières d'opérer.

La vente de HI Mont-Tremblant reflète d'ailleurs directement de ce troisième thème stratégique. Nous départir de cette auberge nous permet de consolider nos actions relatives aux trois grandes auberges afin d'offrir un hébergement

et une expérience de meilleure qualité aux jeunes voyageurs. La transformation d'un actif immobilier en actif financier permet la création d'une réserve financière qui nous faisait grandement défaut en cas de mauvais jours. La vente s'est conclue à 850 000 \$, dont 700 000 \$ furent versés dans une réserve qui ne peut être utilisée qu'en cas de difficultés financières graves.

Finalement, le dernier chapitre du plan stratégique, **saisir les opportunités**, ne touche pas uniquement HI Toronto même si cette dernière y occupe une place centrale. HI Toronto, avec ses 189 lits, a cumulé près de 61 000 nuitées cette année. Elle présente un taux d'occupation annuel de près de 90 %. Elle n'est jamais tombée sous la barre des 80 % depuis que nous l'avons acquise il y a 13 ans. Alors nous avons entrepris une étude de faisabilité dans l'idée d'agrandir cette auberge. Nous sommes entourés de consultants compétents en immobilier et en financement qui, respectivement, nous ont fait connaître le marché particulier de cette ville et nous ont guidés dans l'élaboration d'une structure financière appropriée à la réalisation de ce projet. Les piliers financiers seront basés sur quatre grands éléments, soit la valeur de notre édifice actuel, l'émission d'obligations communautaires, le financement traditionnel ainsi que l'expertise du personnel, des bénévoles et de l'équipe d'accompagnement responsables du développement d'une nouvelle auberge HI à Toronto.

Je m'en voudrais de terminer ma présentation sans remercier toutes les personnes qui contribuent au succès de notre association – les bénévoles, les membres du personnel ainsi que tous nos partenaires – sans qui rien de tout cela ne serait possible. Merci!

A handwritten signature in black ink, reading "Jacques Perreault". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke extending to the right.

**Jacques Perreault**  
Directeur général

# HI CANADA – RÉGION DU QUÉBEC ET DE L'ONTARIO EN CHIFFRES

## Statistiques de nuitées pour l'ensemble de la région

Malgré la fin des célébrations entourant le 375<sup>e</sup> anniversaire de la ville de Montréal et le 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada, l'association HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario a tout de même su maintenir presque en entier l'écart positif qu'elle avait creusé avec l'année 2015-16. Toutefois, la région a enregistré une légère baisse de nuitées d'à peine 0,2 % comparativement à l'année 2016-2017. Sept auberges sur treize ont connu une hausse allant de 0,3 % à 13 %.

La région a cumulé 226 839 nuitées\* ce qui représente 359 nuitées de moins que l'an passé, mais tout de même presque 12 000 de plus qu'en 2015-2016. Cette année, HI Toronto a presque franchi le cap des 61 000 nuitées. Une auberge plus grande nous aurait permis d'accueillir les 6 000 nuitées de groupes que nous avons dû refuser faute de place. Les nuitées passées à l'auberge de la ville reine représentent 27 % des nuitées enregistrées par la région.

La quantité de nuitées réservées par des voyageurs canadiens dans nos auberges du Québec et de l'Ontario a connu une décroissance généralisée. Dans l'ensemble, les nuitées de voyageurs canadiens ont baissé de 12 %.

Les nuitées réservées par des voyageurs américains, qui auraient dû être à la hausse en 2018

selon les prévisions de Destinations Canada\*\*, ont plutôt été à la baisse pour la région, surtout en janvier et en août 2018. On pourrait penser que notre marché cible, les voyageurs de 18-35 ans, a pris une légère pause après avoir festoyé lors de cette grande année de célébrations que fut 2017.

La baisse du pouvoir d'achat des Anglais, créée par les incertitudes liées au Brexit, pourrait être à blâmer pour la baisse des nuitées des voyageurs britanniques, un autre marché phare dans notre région.

Globalement, si les nuitées ont pu rester relativement stables, c'est grâce aux voyageurs des marchés internationaux secondaires qui nous ont visités plus qu'à l'habitude. C'est le cas des Brésiliens (+37 %), des Mexicains (+35 %), des Néerlandais (+19 %), des Argentins (+128 %) et des Indiens (+97 %).

Pour cette année encore, des procédures d'entrée au Canada plus souples pour les voyageurs mexicains ainsi que l'atmosphère créée par Washington ont contribué à l'accroissement du nombre de nuitées des Mexicains au Canada et dans notre région. Il est à noter que le marché chinois, en hausse depuis quelques années, a également subi une baisse de 4 % cette année.

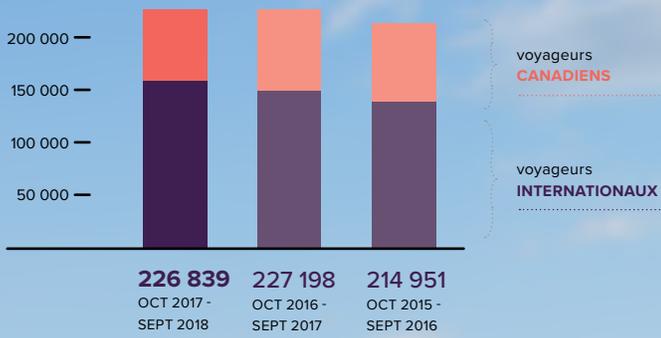
**Les cinq meilleurs marchés internationaux pour la région sont les États-Unis, la France, l'Allemagne, l'Angleterre et l'Australie.**

*\* Toutes les statistiques incluent les nuitées offertes gratuitement*

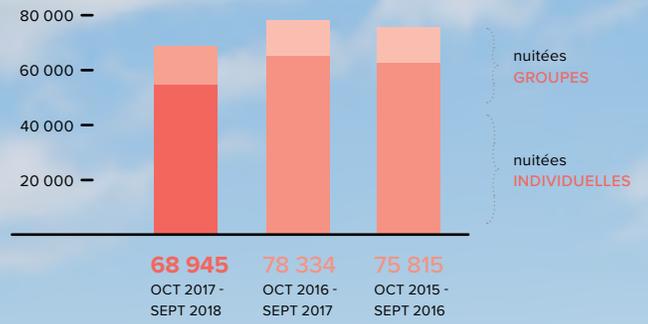
*\*\* [destinationcanada.com](http://destinationcanada.com)*

*\*\*\* ERRATUM : dans le rapport de l'an dernier, le graphique sur les nuitées de voyageurs canadiens aurait dû être titré « Proportion des nuitées de voyageurs canadiens » et la légende à droite aurait dû inclure les catégories « Nuitées de voyageurs canadiens » et « Nuitées de voyageurs internationaux » pour différencier les pourcentages mentionnés.*

## NUITÉES TOTALES POUR LA RÉGION \*



## Proportion des nuitées de voyageurs CANADIENS \*\*\*



## Proportion des nuitées de voyageurs INTERNATIONAUX



# AUBERGES PROPRIÉTÉS DE LA RÉGION



## Vente de HI Mont-Tremblant

Un moment charnière pour l'association HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario a eu lieu en septembre 2018 : les papiers de vente de HI Mont-Tremblant ont été signés mettant ainsi fin aux opérations de l'auberge après 20 ans d'activité dans cette belle région.

**Un immense merci à Élisabeth Voutaz** – directrice de l'auberge pendant plus de 16 ans – pour s'être autant investie pendant toutes ces années et pour avoir formé des dizaines d'employés et de stagiaires qui ont, avec elle, accueilli des milliers de voyageurs qui y ont vécu des expériences extraordinaires.

La vente de HI Mont-Tremblant était inscrite dans le plan stratégique de l'association et permet entre autres de transformer un actif immobilier en actif financier afin de créer une réserve financière pour cette dernière.

La vente de cet établissement ne signifie pas la fin de la présence de HI dans la région. L'association est ouverte à étudier des demandes d'affiliation d'auberges privées qui voudraient se joindre au réseau et ainsi participer à faire rayonner sa mission dans les Laurentides.

## HI Ottawa Jail

160 | 31 615 ↓ 4 %

### AMÉLIORATIONS DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

Cette année, l'auberge a célébré son 45<sup>e</sup> anniversaire en prison. Au cours de ces années, HI Canada s'est tranquillement enracinée entre les murs de cet édifice patrimonial. D'ailleurs, il est maintenant possible de retracer son histoire grâce à la ligne du temps installée sur le mur de l'entrée principale.

Beaucoup d'améliorations ont été apportées à l'auberge, dont certains projets d'ampleurs et plusieurs initiatives d'embellissement. La rénovation du toit a finalement commencé, le 4<sup>e</sup> et le 6<sup>e</sup> étage ont été complètement revampés et nous avons recyclé ou jeté les plus vieux lits, matelas et meubles pour laisser place à de nouveaux lits et matelas fabriqués sur mesure pour chaque cellule. De plus, la première phase du réaménagement de la cour avant est maintenant terminée. La majorité du mobilier d'extérieur a été déplacé dans l'aire paysagée pour que les voyageurs puissent mieux en profiter. Le menu du déjeuner a été revu et est maintenant plus diversifié.

Nous avons également mis de l'avant l'histoire de l'auberge dans le but de pousser les voyageurs à la découvrir pendant leur séjour. En fouillant dans les archives, l'équipe a trouvé des artefacts, des photos et d'autres objets intéressants provenant de la prison du comté de Carleton ou de notre association. Ceux-ci ont été encadrés et sont désormais exposés sur les différents étages pour illustrer la transformation de la prison en auberge. À l'intérieur, la signalisation a été remplacée par de nouveaux écriteaux voyants et plus professionnels qui reflètent notre marque et nos valeurs.



## PROGRAMMATION D'ACTIVITÉS

Cette année, la programmation a été enrichie avec un accent sur la communauté de l'auberge. Nous avons atteint l'objectif d'offrir une visite guidée ainsi qu'une à deux activités uniques par jour pendant la saison haute (printemps, été). En collaborant avec les partenaires de la communauté, nous avons été en mesure d'offrir la majorité des activités gratuitement. Ce fut entre autres le cas des excursions d'escalade de rocher, des excursions hebdomadaires de canot et de kayak, des soirées de jeu-questionnaire, des soupers en communauté et des séances de yoga sur la Colline du Parlement. Les activités saisonnières, comme les navettes bihebdomadaires au parc de la Gatineau pour aller admirer les couleurs automnales, nous ont permis de rafraîchir notre programmation et d'offrir du nouveau aux voyageurs.

## RESSOURCES HUMAINES

Au cours de l'année, l'auberge a compté 35 employés et bénévoles. Nous avons reçu deux stagiaires dans le cadre de notre partenariat avec les associations HI d'Allemagne et de Belgique, ce qui s'est avéré être une expérience culturelle enrichissante pour tous. De plus, nous avons agrandi l'équipe chargée du déjeuner et des activités afin de soutenir notre programmation étoffée.

## INITIATIVES DANS LA COMMUNAUTÉ

En juin dernier, l'auberge a pris part aux Portes ouvertes Ottawa, un événement annuel gratuit portant sur l'architecture et ayant pour but de célébrer le patrimoine de la ville. Lors de cette occasion, les voyageurs et les locaux ont pu découvrir les améliorations apportées à nos installations. Pendant les deux jours qu'a duré l'événement,

nous avons offert une visite spéciale aux Ottavians afin qu'ils découvrent nos cellules et voient à quoi ressemble la prison aujourd'hui. L'équipe chargée des activités a guidé près de 1000 visiteurs entre les murs de la prison, expliquant l'importance de notre travail pour la communauté. Avec la collaboration d'étudiants de l'Université d'Ottawa, nous avons fait les recherches nécessaires, validant et ajoutant diverses anecdotes et informations oubliées il y a belle lurette, pour créer une visite retraçant l'histoire de la prison. De plus, bon nombre de partenaires se sont joints au réseau HI. Ils ont tous été choisis pour leur apport considérable à la communauté locale et leur pertinence auprès de notre groupe démographique cible. Nous offrons donc plus de rabais, de valeur et d'avantages que jamais à nos membres!

Des rabais sont maintenant offerts à *The Art House Café*, un café-galerie qui présente des artistes ainsi que des musiciens ottavians; au *Chateau Lafayette*, le plus vieux bar de la ville; à l'emblématique marché *Byward*, au *Coyote Rock Gym*, le centre d'escalade intérieure d'Ottawa, au *Dow's Lake Pavilion*, une attraction touristique populaire, à la marina et sur différents services de location.

## DÉVELOPPEMENT DURABLE

HI Ottawa Jail fait maintenant la promotion de la conservation de l'eau et de l'énergie. À cette fin, des affiches colorées ont été installées à chaque étage et dans toutes les salles de bain. Le menu du buffet-déjeuner est plus varié et inclut une sélection de fruits de saison frais et locaux. De plus, le nouveau toit de l'auberge réduit grandement la dépense énergétique de l'édifice. C'est entre autres grâce au nouveau système de ventilation, lequel permet de mieux contrôler la température ambiante et de prolonger la durée de vie du toit.

## PRÉSENCE DANS LES MÉDIAS

Comme à l'habitude, l'auberge a reçu beaucoup d'attention de la part des médias. Nous avons fait l'objet de nombreux articles, en ligne ou dans la presse écrite. Plusieurs influenceurs Web nous ont visités ou ont parlé de nous. À l'automne, nous avons également eu la chance d'accueillir les participants d'un voyage de presse. Ce fut une excellente occasion de présenter notre auberge. Plusieurs blogues reconnus, dont *Narcity* et *VIA Rail*, nous ont réservé quelques lignes, ce qui a considérablement augmenté notre visibilité auprès de notre groupe démographique cible.

## Joyeux 45<sup>e</sup>, HI Ottawa Jail! ❤️

Le 2 août 2018 marquait le 45<sup>e</sup> anniversaire de l'inauguration de la prison à titre d'auberge de jeunesse. En 1973, cette journée fut marquée par la visite du prince Philip, duc d'Édimbourg. Afin de souligner cet événement important, une vidéo a été créée à partir d'extraits d'archives rappelant l'historique de l'auberge.



[hihostels.ca/joyeux45ottawa](http://hihostels.ca/joyeux45ottawa)



## HI Toronto

🛏️ 189 | 🌙 60 783 ↑ 6 %

### AMÉLIORATION DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

Étant donnée la demande croissante, nous avons dû réaménager quelques chambres, ce qui nous a permis de faire grimper le nombre de lits à 189 (une augmentation de 8 %). L'auberge compte maintenant des chambres partagées allant de 4 à 14 lits, sans oublier les populaires chambres privées. Le taux d'occupation élevé implique une utilisation massive de certaines installations comme les salles de bains. Nous en avons donc modernisé cinq et fermé deux.

Pour chaque nuit passée à l'auberge, les invités reçoivent maintenant un coupon à échanger contre un déjeuner, un dîner ou un souper au resto-bar *The Cavern*. Cette initiative rehausse la valeur et le service offerts aux voyageurs. De plus, les membres du personnel arborent maintenant des t-shirts à l'effigie de l'auberge, ce qui permet aux invités de mieux les identifier.

*The Cavern*, dont la capacité était de 47 personnes, peut dorénavant accueillir 71 invités. L'auberge s'est également dotée d'un permis afin de permettre la consommation d'alcool sur la terrasse et au rez-de-chaussée, deux espaces communs.

### DIVERTISSEMENT ET ACTIVITÉS

*The Cavern* a reçu des musiciens des quatre coins du monde lors de 250 soirées où la musique jazz, folk et indépendante était à l'honneur, au plus grand bonheur des voyageurs et des Torontois.

En 2018, la programmation offerte à l'auberge a été une vraie réussite. HI Toronto a organisé plus de 475 activités, soit une moyenne de neuf par semaine. Celles-ci ont permis aux voyageurs de socialiser entre eux et de découvrir la magnifique ville de Toronto.

### RESSOURCES HUMAINES

Au cours de la dernière année, l'équipe de gestion a accueilli de nouveaux membres, dont une nouvelle gestionnaire de la restauration, un responsable de l'entretien et une responsable des services ménagers. Une gestionnaire d'événements a également été embauchée pour organiser les soirées au bar de l'auberge. Dans la foulée, nous avons tenu deux journées d'intégration pour présenter nos différents services et notre équipe dynamique qui fait fonctionner l'auberge.

### INITIATIVES DANS LA COMMUNAUTÉ

Le *HI Toronto Social Collective* permet à la communauté locale de partager cet espace dont nous sommes si fiers. L'auberge offre ses espaces gratuitement aux entreprises locales et aux organisations communautaires, que ce soit pour des rencontres de réseautage, des réunions, etc. Le collectif social a accueilli différents événements dont l'*Impact Travel Alliance* de Toronto, des tournages de vidéos, des tournages cinématographiques d'étudiants universitaires et des journées d'embauche. HI Toronto vise à encourager les échanges entre les entreprises locales et les voyageurs afin de promouvoir la création de nouvelles idées.

De plus, nous nous impliquons fréquemment auprès d'un centre communautaire local en faisant don d'objets laissés par les voyageurs et de meubles aux plus démunis.

### INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES

Pour refléter notre mode de pensée écologique, *The Cavern* a banni l'usage de pailles. L'usage d'ustensiles et de contenants jetables a été réduit pour laisser plus de place aux articles réutilisables. L'équipe des services ménagers a fait sa part en remplaçant les sacs de plastique par des sacs réutilisables pour collecter les draps et les serviettes. Finalement, l'auberge s'est activement engagée à limiter le gaspillage de papier. Les listes de vérification, les feuilles d'inscription et les écriteaux « Hors d'usage », utilisés au quotidien, ont été plastifiés pour éviter de les réimprimer à chaque utilisation. Grâce à cette initiative, nous avons réussi à réduire la consommation de papier et d'encre de 40 % et de 20 % respectivement.

## Recherchée : plus grande propriété

Nous avons concentré beaucoup d'efforts dans la recherche d'une plus grande propriété. Nous travaillons avec **CRESA**, **Tapestry Capital** et **Eco-Ethnomics** afin de nous aider dans cette recherche. Au fil des ans, nous avons consacré beaucoup d'énergie à la recherche de sites potentiels. Le résultat a été parfois excitant et décevant. La quête se poursuit!



## HI Montréal

🏠 206 | 🌙 48 325 ↓ 7.5 %

### AMÉLIORATIONS DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

Depuis toujours, l'auberge HI Montréal se démarque par la qualité de ses services. Or, le temps fait son œuvre et certains éléments doivent être rénovés, notamment les installations sanitaires. À l'automne 2017, l'auberge s'est lancée dans un blitz de travaux de rénovation en profondeur. Entre octobre 2017 et mai 2018, c'est une douzaine de salles de bains qui ont été complètement refaites et mises au goût du jour. Par ailleurs, une salle de bain complète a été ajoutée au sous-sol, apportant un élément de confort depuis longtemps demandé par les utilisateurs.

Parallèlement, une quinzaine de chambres ont vu leur revêtement de plancher être remplacé. Nous en avons profité pour revoir également la disposition des prises électriques et de l'éclairage ainsi que la décoration de chacun de ces espaces.

### DIVERTISSEMENT ET ACTIVITÉS

La tournée des bars demeure l'activité la plus populaire de la programmation. À noter toutefois, les itinéraires de ces tournées changent au fil du temps et des modes. Tantôt les voyageurs visitent le Quartier latin, tantôt le Plateau ou encore se rendent dans les alentours immédiats de l'auberge.

Autrement, les ballades hebdomadaires aux marchés publics, que ce soient celui d'Atwater ou de Jean-Talon, ont aussi un franc succès. Les participants à ces excursions-découvertes peuvent profiter de leurs visites des différents quartiers pour se procurer des produits alimentaires locaux tout en rencontrant les producteurs qui peuvent les informer sur leurs spécificités.

Le bistro de l'auberge n'est pas en reste et une partie de la programmation se concentre sur des événements se déroulant sur place. De toutes les activités qui ont eu lieu, c'est la soirée d'Halloween qui a suscité le plus d'intérêt et attiré la plus grande foule! De fait, si l'Halloween est soulignée depuis longtemps à l'auberge, la fête a pris beaucoup d'ampleur depuis trois ans. Avec un décor à effrayer les monstres eux-mêmes, la présence d'un DJ et la participation d'un public de voyageurs déguisés avec créativité, le bistro de l'auberge se transforme en maison hantée hautement... festive!

### RESSOURCES HUMAINES

Rodée et soudée. Ces deux éléments qualifient probablement le mieux l'équipe d'expérience qui travaille tous les jours à assurer les opérations de l'auberge HI Montréal.

Un plaisir évident à travailler à l'auberge est invariablement perçu par quiconque franchit les portes de l'auberge. À cet égard, l'auberge HI Montréal peut s'enorgueillir d'avoir l'un des taux de roulement les plus faibles parmi les auberges urbaines du pays. Quand ils nous quittent, de nombreux employés le font pour entamer des projets d'études et de voyage et bien souvent, de retour au pays, ils reviennent à l'auberge pour reprendre du service.

### INITIATIVES DANS LA COMMUNAUTÉ

Depuis le printemps 2018, le directeur de l'auberge s'occupe de la coordination au sein du *Conseil de l'économie sociale de l'île de Montréal* (CÉSIM), un organisme dynamique qui fait la promotion de l'entrepreneuriat en économie sociale.

Cette année, l'auberge a poursuivi son heureuse collaboration avec l'organisation *Classes Affaires*. Offert aux élèves de la 3<sup>e</sup> et de la 4<sup>e</sup> secondaire, *Classes Affaires* est un programme choisi par les écoles qui vise à faire vivre aux jeunes une expérience d'immersion d'une semaine au sein d'une organisation partenaire et dans l'un de leurs champs d'intérêt. Cette année, deux cohortes de deux étudiantes se sont jointes à l'équipe pour en apprendre davantage sur le métier en plus de donner un bon coup de pouce à l'auberge dans le cadre de ses opérations!

### INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES

Durant la dernière année, nous avons terminé le remplacement de tous les thermostats mécaniques des chambres par des thermostats électroniques. Ces derniers étant beaucoup plus précis, ils ont permis de diminuer de manière notable le nombre de commentaires concernant la température des chambres.

Nous avons également terminé le remplacement des vieux robinets de douche qui consommaient une importante quantité d'eau. Pour la dernière année financière, l'auberge peut s'enorgueillir d'avoir réduit de 11 % en moyenne la consommation d'eau par nuitée passée à l'auberge.

# NOTRE COMMUNAUTÉ D'EMPLOYÉS

## Les RH et la nouvelle image de marque

En automne dernier, le service des ressources humaines, en collaboration avec l'équipe de marketing, a travaillé sur la refonte de plusieurs documents dans le but de les arrimer avec l'image de marque HI Canada. En effet, une affiche sur le harcèlement au travail a été conçue aux belles couleurs de notre nouvelle image de marque. Les guides d'employés ainsi que les différents formulaires administratifs des RH ont également été mis à jour.

## La communication avec les employés

Une infolettre des RH qui avait été mise sur pied à la création du poste de conseil en ressources humaines a pris de l'ampleur. En effet, le taux de lecture de l'infolettre grandit à vue d'œil et s'élève à 72 %. Ce moyen de communication permet d'annoncer les projets en cours, de partager des informations importantes et de présenter les nouveaux employés ou les professionnels de la région.

## Programme de reconnaissance *You Kick Ass*

Le programme de reconnaissance, qui avait été adopté en collaboration avec la région du Pacifique, est très bien accueilli auprès des employés. Dans la dernière année, 44 nominations ont été reçues, soit une dizaine de nominations par trimestre.

## Mouvement de l'ajisme

HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario salue et remercie tous les employés qui évoluent dans le mouvement ajiste canadien. Nous en profitons pour souligner l'implication de longue date et la contribution à la réalisation de la mission de Hostelling International des personnes ci-dessous.

Contribution au mouvement de l'ajisme au 30 septembre 2018 :

**RENÉE CHARBONNEAU** / / / / / 40 ans  
Directrice, Service groupe – Bureau régional

**RAMELITO OCAMPO** / / / / / 5 ans  
Préposé, Entretien ménager – HI Ottawa Jail

**MARIA ABRAHANTE CONTRERAS** / 5 ans  
Responsable, Entretien ménager – HI Ottawa Jail



## Réputation en ligne

Grâce à leurs efforts soutenus, les équipes de **HI Montréal**, **HI Ottawa Jail** et **HI Toronto** maintiennent de hauts standards de qualité. Les commentaires et les évaluations laissés en ligne par les voyageurs le confirment.

Selon le *Global Review Index™* (GRI) de *Review Pro*, soit l'indice de qualité global qui permet de suivre l'historique de la performance de nos auberges en ligne et de la comparer à celle de nos concurrents,

nos auberges ont obtenu pour le dernier exercice financier un indice groupé de 83,6 %, une hausse de la satisfaction de 1,6 % sur l'an passé. Cet indice cumule les évaluations faites par la clientèle de nos trois auberges sur plusieurs sites de réservation comme [hihostels.com](http://hihostels.com), [Hostelworld.com](http://Hostelworld.com), [Booking.com](http://Booking.com), [Tripadvisor](http://Tripadvisor), etc. Des 6284 commentaires laissés sur les différentes plateformes de réservation pour ces trois auberges\*, 90 % étaient des commentaires positifs ou neutres.

\* Données recueillies sur Review Pro d'octobre 2017 à sept. 2018

	GRI™	Qualité du service	Propreté	Qualité/prix
HI MONTRÉAL	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
HI OTTAWA JAIL	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
HI TORONTO	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★

## Nos équipes en chiffres

**209** employés ont été inscrits au registre de paie durant l'année – **↑ 4** sur l'an passé

**106** employés travaillaient pour les quatre auberges propriétés de la région et le bureau régional au 30 septembre 2017 – **↓ 2** sur l'an passé

**39** bénévoles

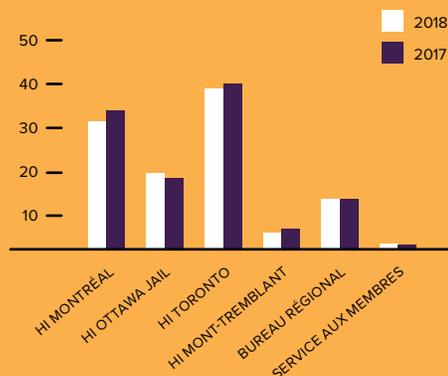
**9** stagiaires – 6 stagiaires de HI Montréal, 2 stagiaires de HI Ottawa Jail, 1 stagiaire aux ressources humaines

### MOYENNE D'ANNÉES DE SERVICES EN 2017

**3** ans + **2** mois – **↑ 4** mois sur l'an passé

### NOMBRE D'EMPLOYÉS PAR ÉTABLISSEMENT

On September 30, 2018



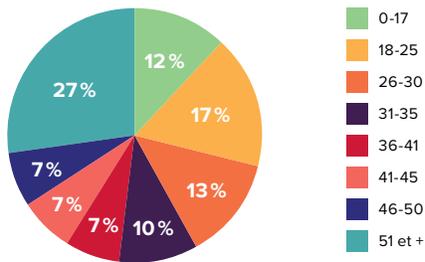
# NOTRE COMMUNAUTÉ DE MEMBRES

## Profil de nos membres

Le processus de révision du modèle d'adhésion suit son cours. L'association y collabore toujours avec les autres régions composant la fédération canadienne ainsi qu'avec les consultants. Hostelling International Canada n'est certes pas la première association nationale affiliée à Hostelling International à se pencher sur ce défi de taille. HI Canada étudie de près ce qui est fait ailleurs et espère tirer le meilleur de chaque modèle d'adhésion afin d'établir pour le territoire canadien le meilleur scénario possible pour le futur de l'association. Il est certain que l'engagement des membres envers notre association, le respect des modèles de gouvernance en place, le changement des mentalités chez les nouvelles générations face aux adhésions ainsi que l'importance de l'apport technologique seront au centre de nos décisions.

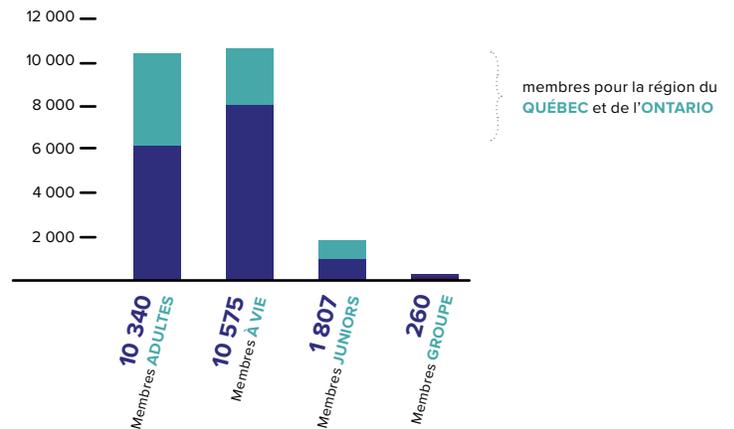
### ÂGE DE NOS MEMBRES

au 30 septembre 2018



### MEMBRES POUR L'ENSEMBLE DU PAYS

au 30 septembre 2018



## Nouveau rabais national : Lonely Planet

Depuis l'été 2018, HI Canada est fière de pouvoir offrir **20 % de rabais** aux membres HI sur les populaires guides de voyage *Lonely Planet*.

# AUBERGES AFFILIÉES

En plus des trois auberges appartenant à l'association, la région du Québec et de l'Ontario compte neuf auberges de jeunesse affiliées; c'est-à-dire qu'elles sont administrées de façon indépendante tout en se conformant aux standards de qualité, aux valeurs et à la mission de HI Canada.

Il n'y a eu aucune nouvelle affiliation en 2017-2018, toutefois, neuf demandes de renseignements ont été traitées. Quatre demandes concernaient des destinations en Ontario et cinq au Québec.

## AUBERGES AFFILIÉES AU QUÉBEC ET EN ONTARIO 2017-2018

### Québec

- ▶ HI Anse-au-Griffon, Griffon Aventure
- ▶ HI Davidson, Esprit Rafting
- ▶ HI La Malbaie
- ▶ HI Québec
- ▶ HI Rivière-du-Loup
- ▶ HI Sainte-Anne-des-Monts, Sea Shack
- ▶ HI Trois-Rivières

### Ontario

- ▶ HI Maynooth, The Arlington
- ▶ HI Niagara Falls

**Toutes les auberges du réseau canadien sont inspectées annuellement par des inspecteurs de HI Canada.**

L'association travaille en partenariat avec les auberges pour les aider à se conformer pleinement aux normes nationales et internationales ainsi qu'à offrir un meilleur service à la clientèle.

**80 %**

Moyenne  
régionale

**79.2 %**

Moyenne  
nationale



## Prix Barclay

À l'occasion de la portion canadienne du NAMM (North American Managers Meeting), tenu à Porto Rico en avril 2018, HI Canada a primé plusieurs auberges de notre région.

Aussi, lors de la soirée de clôture du congrès, l'auberge **HI Montréal** a eu l'honneur de recevoir le prix de la meilleure auberge HI au Canada dans la catégorie « Grande auberge ».

L'humour était également au rendez-vous : un prix spécial a été décerné à **HI Ottawa Jail** – « Auberge où l'on peut s'entraîner pour un marathon » puisque l'auberge est constituée de neuf étages et n'a pas d'ascenseur.

Un prix Barclay a été remis à :

*Bravo aux équipes  
des auberges gagnantes!*

### Prix pour la **meilleure innovation/initiative**

*Catégorie auberge de  
10 000 nuitées et +*

*Initiative selon les résultats  
des inspections annuelles*

**HI Québec**

### Prix pour l'**adhésion — meilleure performance**

*Vente de cartes d'adhésion*

**HI Toronto**

### Prix **environnemental**

*Catégorie auberge de  
- de 10 000 nuitées*

*Selon l'inspection annuelle  
pancanadienne de HI Canada*

**HI Rivière-du-Loup**

### Prix pour la **meilleure évaluation en ligne**

*Catégorie auberge de  
10 000 nuitées et +*

**HI Montréal**



# MARKETING

Durant l'année 2018, l'équipe de marketing a continué de mettre en place la nouvelle image de marque lancée en avril 2017. De nouveaux objets promotionnels ont été créés : cartes postales, tuques, casquettes, dragonnes, boutons à épingle, etc. Notre stratégie numérique a été repensée afin de refléter les valeurs de notre marque. Ainsi, notre magazine s'est doté d'une nouvelle ligne éditoriale et en novembre 2017, nous avons relancé notre infolettre mensuelle à la suite d'une refonte de son identité visuelle. À l'automne, nous avons recruté l'agence Domain7 afin qu'elle nous soutienne dans l'amélioration continue de notre site Internet, l'acquisition de données permettant une meilleure intelligence d'affaires et le maintien d'une relation à long terme avec nos voyageurs.

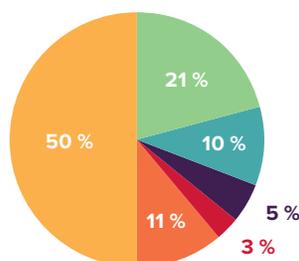
## Voyage de presse

À l'automne 2018, nous avons invité quatre créateurs de contenu à se joindre à nous pour un voyage dans nos auberges d'Ottawa, de Montréal, de La Malbaie, de Sainte-Anne-des-Monts et de Québec. Durant ces six jours, les créateurs provenant des États-Unis et de l'Ontario ont partagé des vidéos, des photos et des articles de blogue faisant la promotion de nos auberges, du réseau HI Canada et du Québec en général.



## Sources de réservation

Durant la dernière année, les agences de voyages en ligne (OTA) ont généré 50 % des revenus des quatre auberges de l'association (incluant Mont-Tremblant). L'autre moitié des revenus est provenue de canaux directs et, en moindre proportion, de partenariats commerciaux avec des voyageurs tels que *Topdeck*, *G Adventures* et *Out Here Travel*. **Booking.com** demeure la plus grande source de réservations en ligne.



## Une nouvelle vidéo hivernale

Une étude conduite par l'agence Social Chain auprès de jeunes Européens avait révélé que le froid était la raison no 1 pour laquelle ceux-ci hésiteraient à visiter le Canada. Forts de cette information, nous avons envoyé une équipe à la rencontre des voyageurs dans nos auberges afin de produire une vidéo faisant la promotion de la magie de l'hiver.

► [hihostels.ca/alaconquetedufroid](https://hihostels.ca/alaconquetedufroid)



## Performance de nos mediums en ligne

Du 1<sup>er</sup> octobre 2017 au 30 septembre 2018

### MAGAZINE HI CANADA

8 000 utilisateurs/mois //

12 000 pages vues/mois //

Le plus lu : *Les podcasts à écouter*

*lors de ton prochain roadtrip //*

### SITE HIHOSTELS.CA

54 % du trafic provenant d'appareils mobiles //

+ de 850 000 utilisateurs //

+ de 1 400 000 sessions //

+ de 2 000 000 pages vues //

# FONDATION TOURISME JEUNESSE HOSTELLING INTERNATIONAL

## Fondation Tourisme Jeunesse – Hostelling International



FOUNDATION TOURISME JEUNESSE  
YOUTH TRAVEL FOUNDATION

Forte de son partenariat avec HI Canada – Région du Québec et l'Ontario, la **Fondation Tourisme Jeunesse (FTJ)** poursuit ses objectifs de développements philanthropiques. Grâce aux fonds fournis par ce partenaire majeur, la FTJ a pu accroître sa présence dans les médias sociaux, tout en regagnant de la notoriété auprès des diverses institutions scolaires et des regroupements jeunesse de la région. Au cours de l'année, la FTJ a également veillé à se repositionner comme acteur d'influence dans le domaine du voyage éthique en créant de nombreux documents éducatifs destinés à outiller les voyageurs dans la réalisation de voyages qui auront un impact bénéfique sur les participants et les communautés d'accueil, tout en limitant au maximum l'inévitable empreinte écologique engendrée par le voyage.

Il va sans dire que l'aspect le plus célébré de la mission de la FTJ est le soutien financier offert à de jeunes aventuriers, et cette année a marqué le retour très attendu de la bourse *Voyage en groupe*. Le groupe ayant remporté cette bourse

est formé d'**étudiants de l'École de technologies supérieures**, membres du **PRÉCI** (Programme de regroupement étudiant pour la coopération internationale). Ils sont partis assurer bénévolement la construction d'un centre de santé dans une région rurale du Rwanda, en collaboration avec des partenaires locaux.

La bourse *Voyage Solo* a été remise à **Myrika, diplômée en neurosciences** qui a célébré la fin de ses études par une traversée du Canada à vélo de Vancouver à Montréal. Au cours de ses 51 jours de randonnée, elle a parcouru plus de 5000 km et collecté 13 sacs de déchets trouvés en bordure de la route. Avec la participation de HI Canada, une bourse *Mary Barclay*, honorant la mémoire de la cofondatrice du réseau des auberges de jeunesse au Canada, a également été offerte. **Musicienne de formation, Amélie, la récipiendaire**, s'est rendue en Irlande pour s'imprégner des traditions folkloriques musicales, en Angleterre pour prendre part à une traversée de la mer du Nord en voiliers, au Danemark pour effectuer du bénévolat dans une ferme biologique et en France pour un court séjour avec des membres de sa famille éloignée.

## Sleep For Peace 2018

Lancée en 2013, la campagne *Sleep for Peace*, organisée par Hostelling International, se veut un effort commun de sensibilisation au rôle du voyage dans la réalisation d'un monde plus pacifique.

La campagne 2018 était articulée autour du thème « A message of peace » et les voyageurs étaient invités à remplir des cartes postales à l'attention du siège social des Nations Unies afin de mettre en lumière la corrélation entre les expériences interculturelles et la paix. De nombreuses activités ont également été organisées dans la région pour compléter cette initiative (vins et fromages, jeu-questionnaire, visite d'une influenceuse, etc.). Pour une troisième année consécutive, HI Canada s'est aussi engagée à remettre 1 \$ par nuitée enregistrée dans ses auberges le 21 septembre, Journée internationale de paix, à la Fondation Tourisme Jeunesse. Dans le cadre de cette initiative, la Fondation s'est vu remettre un don de 2 118 \$.



# NOTRE IMPLICATION

## SUR DES CONSEILS D'ADMINISTRATION, DES COMITÉS ET DES TABLES DE RENCONTRE

Des membres du CA ou de la direction générale d'HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario sont aussi impliqués à titre bénévole dans différents conseils d'administrations, comités et tables de rencontres.

**Conseil d'économie sociale de l'île de Montréal – CÉSİM** : Nicolas Lemaire, représentant du secteur loisir et tourisme.

**Corporation de l'Industrie touristique du Québec – CITQ** : Vincent Bérubé, représentant Auberges de jeunesse auprès de la CITQ.

**Fondation Tourisme jeunesse** : Bruno Bussières – président du conseil d'administration, Marie-Claude Racine et Émilie Rocheleau.

**Organisation Internationale du tourisme social – OITS–Amériques** : Vincent Bérubé, administrateur.

## AU SEIN DE HI CANADA

HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario est impliquée dans divers comités au niveau national.

**Forum des présidents** : Peter Harrison, Gabrielle De La Durantaye

**Conseil des directeurs administratifs** : Jacques Perreault supervisant 3 secteurs pour le conseil exécutif : marketing, adhésion et image de marque.

**Comité Standards de Qualité** : Vincent Bérubé et Isabelle Boyer

## NOTRE ASSOCIATION EST ÉGALEMENT MEMBRE DE...

Tourisme Toronto | Tourisme Montréal | Tourisme Laurentides | Tourisme Mont-Tremblant (Chambre de commerce de Mont-Tremblant) | L'Association hôtelière du Grand Toronto | Regroupement Loisir et Sport du Québec | Conseil Québécois du loisir | Patrimoine Ottawa

