



HI CANADA

# Rapport annuel 2018-2019

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

# CONSEIL D'ADMINISTRATION FÉVRIER 2019 À FÉVRIER 2020

## **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 en recherche

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

Coodonnatrice cybermarketing  
Transat Distribution Canada

## **SOPHIE GODIN, administratrice** A

Avocate  
VBrouillette Avocates

## **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	Notre communauté d'employés .....	16
Mot du directeur général .....	5	Marketing .....	18
Le réseau en chiffres .....	6	Notre communauté de membres .....	20
Auberges propriétés de la région .....	8	Fondation Tourisme Jeunesse .....	21
Auberges affiliées .....	14	Notre implication .....	22
Prix Barclay .....	15		



## MISSION

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

## VISION

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 de connaissances, d'expériences et de 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 marque la fin de notre plan stratégique triennal vers la réalisation de notre mission : bâtir une communauté de voyageurs conscients qui partagent une meilleure compréhension des gens, des lieux et des cultures. Au cours des trois dernières années, nous nous sommes concentrés sur quatre priorités :

- Améliorer l'expérience client
- Créer un sentiment d'appartenance à la marque HI dans nos communautés
- Assurer la viabilité financière de notre association
- Saisir les occasions favorables de développement

Tout en continuant d'appuyer notre réseau d'auberges affiliées au Québec et en Ontario, l'association se concentre sur le développement de ses propriétés à Montréal, à Ottawa et à Toronto, dont le degré de satisfaction de la clientèle est en hausse constante. Comme le Canada continue d'être une destination recherchée, nous sommes déterminés à faire en sorte que notre offre réponde aux attentes changeantes de nos clients. Parallèlement, nous développons le réseau d'une manière financièrement durable.

Par l'entremise de notre Fondation Tourisme Jeunesse Hostelling International, nous aidons les jeunes canadiens à mieux se connaître et à mieux connaître le monde. Notre offre d'hébergement abordable aide à rendre les voyages accessibles aux jeunes, mais nous voulons aller plus loin avec notre programme de subventions directes. Suivant l'évolution de la Fondation, nous continuerons à rechercher activement de nouveaux partenaires qui partagent notre désir d'aider les jeunes à apprendre et à élargir leurs horizons grâce aux voyages.

Au cours de la dernière année, notre partenariat avec Hostelling International Canada, la région du Pacifique et des Montagnes ainsi que

la région de l'Atlantique a continué d'évoluer et il est fort probable que ces deux dernières fusionnent à l'avenir. Cette évolution nous obligera à répondre à la nécessité d'un changement fondamental dans la structure de la fédération, car il ne restera plus que deux membres. Nous deviendrons alors la plus petite région de la fédération. Il est difficile de prédire la direction que prendront ces développements, mais nous sommes conscients de l'importance de parvenir à un résultat qui nous permettra de continuer à nous acquitter de notre mission aussi efficacement que possible.

Je profite de l'occasion pour remercier tous les membres du conseil d'administration pour les heures de bénévolat qu'ils consacrent à notre association. J'aimerais également remercier nos partenaires canadiens et internationaux ainsi que l'ensemble de notre personnel et de nos affiliés, sans qui notre mission ne pourrait être poursuivie.

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

## MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Notre plan d'orientation stratégique 2017-2020 tire à sa fin et je suis fier d'annoncer que plusieurs des stratégies y apparaissant ont été opérationnalisées afin qu'elles perdurent dans l'avenir. Nous avons continué l'implantation de la marque dans nos communautés, amélioré la qualité de notre prestation et continué la modernisation de nos équipements en investissant près d'un demi-million de dollars dans nos trois auberges.

Toujours dans l'idée d'améliorer notre prestation de services et le confort des jeunes voyageurs, nous travaillons depuis bientôt trois ans à créer une auberge plus grande et plus moderne à Toronto. Le travail effectué cette année pour ce projet a été consacré à mieux définir les enjeux de cette expansion dans une ville où les coûts de l'immobilier sont exorbitants. Nous cernons maintenant mieux nos besoins en matière d'édifice et de scénario d'implantation. Au moment d'écrire ces lignes, nous préparons une campagne de financement dont l'un des aspects sera l'émission d'obligations communautaires. Les résultats de la vente de notre édifice et le financement bancaire traditionnel compléteront le tout et permettront l'acquisition de ce nouvel équipement à Toronto.

Les équipes marketing de la Région du Pacifique et des Montagnes ainsi que de la Région du Québec et de l'Ontario ont continué à travailler de concert afin d'harmoniser les relations avec les agences de voyages en ligne (OTA). Elles ont aussi travaillé à l'amélioration des logiciels de réservation pour les grandes et les petites auberges. D'autres équipes se sont rencontrées pour planifier l'arrivée d'un nouveau logiciel de gestion de propriété. Les discussions vont toujours bon train au sujet du développement d'un nouveau modèle d'adhésion correspondant mieux aux attentes des jeunes d'aujourd'hui, même si les conclusions tardent à venir dans ce dossier. Cette situation bloque l'implantation du logiciel de gestion de la relation client (CRM), outil jugé prioritaire dans notre engagement envers ces derniers.

L'alignement de la gestion chez HI Canada continue de guider le travail de nos équipes et de procurer aux jeunes voyageurs une réponse plus solide face à leurs attentes envers nous. Je ne peux pas en dire autant de l'alignement de la gouvernance qui ne vient toujours pas, alors que notre région en a fait la demande aux membres de la fédération canadienne en 2015. Ce non-alignement de la gouvernance commence à affecter l'alignement de la gestion entrepris depuis bientôt quatre ans. Il mine la confiance des employés pour une plus grande intégration des données comptables, des statistiques et des renseignements sur nos utilisateurs. L'absence d'un plan stratégique chez HI Canada, qui tiendrait compte de l'expertise de ses employés de partout au pays, empêche le

développement d'une vision claire des objectifs et nous impose des actions souvent réalisées de façon isolée. Les modèles de gouvernance existants au sein de la fédération ont tendance à accroître l'écart entre les membres des CA et la gestion des activités. La fusion entre deux des trois membres régionaux de la fédération impose un renouvellement de cette dernière, car cela crée un déséquilibre important entre les deux membres restants dans la fédération.

La non-représentativité des membres de la fédération au CA national mine aussi la capacité du réseau canadien d'harmoniser les différents principes de gouvernance qui existent dans les régions membres.

Si, en tant que fédération, nous voulons remplir correctement la mission de HI Canada, il faudra agir en toute ouverture d'esprit et se concentrer sur cette mission commune lorsque, je l'espère, nous entreprendrons l'alignement des gouvernances. Cet enjeu est crucial pour que notre avenir soit une réussite.

Finalement, j'aimerais remercier les membres de notre CA qui soutiennent et guident les efforts du personnel sur le terrain afin que nous soyons en mesure d'offrir, année après année, des services et des programmes de grande qualité aux jeunes canadiens et visiteurs qui nous font confiance. Merci aussi à tous mes collègues de travail : tant ceux de la Région du Québec et de l'Ontario que tous ceux au Canada et du réseau HI.

Merci!

**Jacques Perreault**  
Directeur général

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

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

Alors que 2017-2018 a connu une baisse de nuitées à peine perceptible de 0,2%, l'année 2018-2019 dresse, quant à elle, un portrait décroissant avec un peu plus de 15 300 nuitées en moins. Il est à noter que la région a perdu deux auberges ces 12 derniers mois; **HI Mont-Tremblant**, bien que vendue en septembre 2018, a cessé ses activités le 1<sup>er</sup> novembre 2018 et **HI Esprit Rafting**, une auberge affiliée, a quitté le réseau en juillet 2019. Si ces deux établissements étaient demeurés dans le réseau, ils auraient potentiellement réduit l'écart à environ 5700 nuitées.

Cette diminution de l'achalandage dans les auberges s'étend plutôt sur l'ensemble de l'année à l'exception d'avril 2019, qui présente le seul bilan positif pour la région, alors que, globalement, les auberges ont enregistré pour ce mois une hausse de 3,5% comparativement à l'an passé.

Les grands centres comme **HI Toronto**, **HI Montréal** et **HI Ottawa Jail** ont connu des baisses d'achalandage venant de la clientèle « groupe ». Ces trois auberges ont accueilli 284 groupes cette année pour une diminution de près de 2000 nuitées cumulatives.

Les cinq plus grands marchés internationaux demeurent inchangés comparativement à l'an dernier. Le marché américain, malgré la baisse généralisée des nuitées, affiche une légère croissance par rapport à l'an dernier (2%), mais il n'a toujours pas rattrapé les nuitées de 2016-17 (-6%).

Cette croissance va de pair avec une certaine reprise économique aux États-Unis. Les nuitées du marché mexicain présentent une croissance appréciable avec 13%, une progression qui était un peu plus marquée en 2017-2018 avec une hausse de 35%. Il n'en demeure pas moins que le marché mexicain a gagné deux rangs au sein des dix plus grands marchés. Bien que le gouvernement canadien ait levé certaines contraintes liées aux visas pour les Brésiliens, la région a tout de même connu une baisse de nuitées de voyageurs provenant de ce pays.

Alors que l'an dernier, les Anglais étaient peu présents dans nos auberges, ils ont fait un retour cette année avec une hausse de 6%. *Destination Canada\** prévoyait une légère hausse (0,5%) pour ce marché en 2019; notre région l'a largement dépassée. Nous pouvons supposer que l'incertitude liée au Brexit se soit atténuée, ce qui aurait influencé le taux de voyages chez cette clientèle. La Belgique gagne un rang et fait son apparition dans les dix premiers marchés internationaux principalement grâce à un groupe d'une soixantaine de participants belges qui ont visité Montréal en janvier. Le marché australien, quant à lui, a aussi subi un revers. Le pouvoir d'achat moins important des Australiens en territoire canadien pourrait être à l'origine de la baisse de nuitées comparativement à l'an passé. *Destination Canada\** attribue également la baisse des marchés sud-coréen et japonais aux taux de change peu favorables et à une diminution de l'offre des transporteurs aériens.

Somme toute, les nuitées canadiennes sont restées stables pour l'ensemble de la région (hausse de 0,3%). Une hausse des nuitées provenant entre autres de la Saskatchewan (34%) et de l'Ontario (13%) a permis au marché canadien d'être stationnaire cette année alors que les nuitées provenant du Québec et de la Colombie-Britannique étaient en baisse (respectivement -5% et -8%).

### TOP 5 MARCHÉS INTERNATIONAUX

- ▶ États-Unis
- ▶ France
- ▶ Allemagne
- ▶ Angleterre
- ▶ Australie

### TOP 3 MARCHÉS CANADIENS

- ▶ Québec
- ▶ Ontario
- ▶ Colombie-Britannique

### NUITÉES TOTALES POUR LA RÉGION



### Proportion des nuitées de voyageurs CANADIENS



### Proportion des nuitées de voyageurs INTERNATIONAUX



\* [www.destinationcanada.com/fr/archive?key=Faits saillants du marche](http://www.destinationcanada.com/fr/archive?key=Faits saillants du marche)

# AUBERGES PROPRIÉTÉS DE LA RÉGION



## HI Montréal

### AMÉLIORATIONS DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

Les travaux de rénovation majeurs entrepris en 2017 se sont poursuivis. En nous appuyant sur les rénovations précédentes et en corrigeant les inévitables détails à peaufiner, nous continuons à nous rapprocher de la « chambre idéale »! En tout, ce sont une douzaine de chambres qui ont été rénovées sur la soixantaine que compte l'auberge et presque autant de salles de bain.

Parmi les éléments de nouveauté, on peut souligner l'installation de stores qui ont été fixés aux lits pour offrir une plus grande intimité aux usagers. Des prises électriques avec ports USB intégrés ont également été installées dans les chambres. Enfin, nous avons recommencé à proposer des chambres privées à occupation triple, munies d'un lit individuel superposé à un lit double. Il s'agit d'une option intéressante pour les petites familles ou encore pour les groupes de trois voyageurs qui ne désirent pas partager un dortoir.

Comme autre projet important de l'année, nous avons procédé à la réfection des sorties de secours derrière l'auberge, incluant les balcons et les escaliers en fer forgé qui ont été entièrement sablés, réparés, et repeints.

### DIVERTISSEMENT ET ACTIVITÉS

Cette année encore, l'équipe a maintenu ses activités populaires comme les tournées des bars, les sorties à vélo, les balades sur le Mont-Royal ou encore celles dans le Vieux-Montréal. À cette programmation plus traditionnelle se sont ajoutées cette année de nouvelles activités comme les repas communautaires et le *plogging*. Dans ce

premier cas, l'auberge invite une fois par semaine tous les voyageurs à cuisiner ensemble pour ensuite se regrouper autour d'une même table et partager le repas, le tout chapeauté par un bénévole attiré. Pour ce qui a trait au *plogging* – une contraction de *jogging* et de *picking* – il s'agit d'une initiative suédoise qui jumelle les concepts de course à pied et de ramassage de déchets. Les participants sont ainsi invités à jogger dans le quartier autour de l'auberge tout en ramassant des déchets qui trop souvent jonchent la voie publique. L'auberge fournit sacs à ordures et gants de protection.

Bien que l'auberge cherche toujours à augmenter l'intérêt des voyageurs à sa programmation, elle peut déjà compter sur un taux de participation appréciable de 18 %; chacune des activités attire en moyenne neuf participants.

Enfin, puisque l'auberge cherche à encourager les modes de transports actifs, la flotte de vélo en location compte maintenant quatre nouvelles montures, pour un total de huit vélos mis à la disposition des voyageurs. Au moment d'écrire ses lignes, les vélos ont été loués à presque 70 reprises et la saison n'est pas encore terminée. Ce sont donc 70 personnes qui ont pu visiter la ville sur deux roues, profitant ainsi d'une perspective incomparable des charmes de Montréal.

### RESSOURCES HUMAINES

Aussi, une réalisation phare dont peut s'enorgueillir l'auberge est l'offre de cours de francisation pour ses employés. Compte tenu de notre clientèle internationale et de notre équipe qui est tout autant, le recrutement de francophones est parfois difficile et plusieurs allophones ont des difficultés à communiquer en français. En

partenariat avec le ministère de l'Éducation du Québec, l'auberge reçoit depuis l'an dernier, un enseignant à raison de deux fois par semaine pour assurer l'enseignement du français aux employés intéressés. Témoignant du succès de l'initiative, les premiers diplômes de francisation ont été remis en mai dernier à cinq membres de l'équipe qui peuvent maintenant participer fièrement au fonctionnement de l'auberge en français!

### INITIATIVES COMMUNAUTAIRES

Pour une troisième année consécutive, l'auberge a poursuivi son association au programme Classes affaires de l'organisme Montréal Relève. Ce programme vise à faire vivre aux jeunes une expérience d'immersion d'une semaine au sein d'une organisation partenaire dans un domaine qui les intéresse. Ce sont ainsi deux jeunes élèves qui ont appris à connaître le travail qu'effectue l'équipe de l'auberge HI Montréal. Qui sait? Ces jeunes se joindront peut-être aux membres de l'équipe officielle de l'auberge dans quelques années!

La direction de l'auberge a également poursuivi son implication dans le Comité d'économie sociale de l'île de Montréal (CÉSIM), un organisme dont la mission est de favoriser la concertation entre les intervenants locaux et régionaux, de promouvoir l'économie sociale et de faciliter la mise en place des conditions nécessaires à la création, la croissance et la consolidation des entreprises d'économie sociale sur l'ensemble de l'île de Montréal. L'auberge est fière d'encourager les acteurs d'une économie plus équitable.

### INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES

L'un des projets ayant probablement suscité le plus d'intérêt auprès de l'équipe cette année fut l'adoption d'une colonie d'abeilles. En association avec l'entreprise Alvéole, l'auberge s'est engagée pour une période de trois ans à fournir un endroit où installer une ruche sur son terrain. Cette initiative a donc permis à la colonie de polliniser la flore environnante et surtout, de fournir aux utilisateurs de l'auberge un miel 100 % local au déjeuner!

De manière plus globale, l'auberge s'est associée au programme de Montréal durable, un plan d'action de la Ville de Montréal qui vise à en faire une métropole durable et à mettre de l'avant les défis et les priorités sur lesquels nous devons ensemble concentrer nos efforts pour emprunter la voie de la viabilité.

Cette association avec Montréal durable engage clairement la direction d'auberge envers son équipe d'employés et ses utilisateurs à mener ses activités ouvertement et sans ménagement de la manière la plus durable et responsable possible.

## HI Toronto

Depuis plusieurs années, une pénurie d'hébergement touristique abordable est observée au centre-ville de Toronto. L'association se trouve donc devant une grande occasion de développement et la nécessité de répondre à l'énorme demande des jeunes voyageurs souhaitant explorer cette ville de classe mondiale. Ce ne sera pas une mince affaire. Les promoteurs immobiliers sont frénétiques et ont soif de nouveaux projets, ce qui présente des défis – rien qui ne soit insurmontable – dans la recherche d'un emplacement approprié à un prix raisonnable pour notre prochaine propriété.

### AMÉLIORATIONS DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

Cette année, l'auberge s'est départie de sa buanderie en libre-service. Les bris occasionnels des machines, alors situées au 4e étage, entraînaient des inondations sur les étages inférieurs. N'ayant pas d'autre espace disponible où relocaliser ce service, l'auberge a dû le retirer en attendant de trouver une solution satisfaisante. HI Toronto a négocié un tarif préférentiel auprès d'une buanderie voisine afin d'offrir un service de lavage et de pliage bon marché aux clients de l'auberge.

Les couloirs, les portes et les cages d'escalier ont tous été revampés pour leur donner une allure plus moderne. Près de 80 % de l'éclairage des aires communes utilise maintenant des ampoules DEL.

Le service de déjeuner a été amélioré. Il compte maintenant un repas matinal et, en prime, un buffet de céréales et de fruits. De plus, l'auberge offre désormais de succulents mimosas grâce à son nouveau permis lui permettant de servir de l'alcool à partir de 9 h. Le patio et le bar ont

également fait l'objet d'une cure de rajeunissement avec un nouveau mobilier incluant un nouveau comptoir. Ce dernier agrémentera les soirées estivales des voyageurs sous le ciel étoilé de Toronto et mettra à profit le nouveau permis d'alcool de l'auberge. La sécurité a également été améliorée grâce à l'installation de nouvelles caméras sur le patio du 5<sup>e</sup> étage.

### DIVERTISSEMENT ET ACTIVITÉS

Ouvert au public, le bar *The Cavern* divertit les Torontois et les voyageurs en accueillant presque tous les soirs des musiciens d'ici et d'ailleurs. Les soirées karaoké ont remplacé les soirées *open mic*. Ce changement a été bien accueilli et a donné lieu à des soirées fort réussies.

De nombreux tournages, incluant des vidéoclips, ont eu lieu au bar de l'auberge, ce qui a permis de garder le HI Toronto Social Collective actif au sein des différentes communautés entourant l'auberge.

Le succès des activités de l'auberge revient en partie aux bénévoles internationaux ; ils provenaient de France, d'Allemagne, d'Australie, du Chili, d'Écosse, d'Angleterre, des États-Unis, de Nouvelle-Zélande, des Pays-Bas et de Lituanie. Leur présence a permis à HI Toronto de donner un coup de fraîcheur aux activités existantes et d'ajouter trois nouvelles activités permanentes à sa programmation : une tournée des bars, une chasse au trésor dans le quartier des distilleries et une balade au marché St-Laurent.

Cette année, l'activité la plus populaire de la période estivale a été la tournée des bars. Elle commençait sur la terrasse de l'auberge et se

terminait en chanson quelques heures plus tard au même endroit avec vue sur la ville de nuit.

### RESSOURCES HUMAINES

Un superviseur de la qualité a été embauché pour aider à améliorer l'expérience client, particulièrement en ce qui a trait au confort et à la propreté. L'auberge a également engagé une nouvelle superviseur pour le *Cavern bar* ainsi qu'un nouvel assistant directeur de l'hébergement au début de l'été 2019. Il s'est avéré difficile de trouver des candidats qualifiés pour pourvoir les postes d'entretien technique et d'entretien ménager mais l'auberge y est arrivé. En outre, une gestionnaire d'événements à temps plein a été embauchée en cours d'année pour gérer les événements et les musiciens à *The Cavern*.

### INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES

Voulant réduire son empreinte écologique, l'auberge a retiré ses distributeurs automatiques de collations et de boissons. HI Toronto a aussi bonifié son offre de bières en fût, passant de quatre à huit, pour ainsi retirer de ses frigos et de la circulation près de 7000 cannettes et bouteilles de bières. D'autre part, les fenêtres énergétiquement inefficaces ont été remplacées dans 30 % de la propriété et l'équipe de l'auberge s'est découvert un pouce vert en cultivant sur le patio des fines herbes pour les boissons et les repas. De la menthe, du basilic, du thym et du persil ont été récoltés avec succès. L'installation d'un urinoir au rez-de-chaussée permet maintenant à l'auberge d'économiser 24 000 gallons d'eau par an.



## Propriété plus grande toujours recherchée

Beaucoup d'efforts ont été déployés depuis 2017 pour trouver un endroit où établir la nouvelle auberge HI Toronto ainsi que pour s'assurer que l'association ait le financement nécessaire. Ce projet de longue haleine suit toujours son cours.

## Réputation en ligne

Selon Review Pro™, **HI Montréal**, **HI Ottawa Jail** et **HI Toronto** ont cumulé ensemble plus de 5 500 commentaires\* sur les différents sites de réservation et d'avis de voyageurs comme [hostelworld.com](#), [booking.com](#), [tripadvisor.com](#), etc. L'ensemble des résultats présente une hausse de deux points par rapport à l'an

passé quant à l'appréciation du rapport qualité-prix (83,5 %) et la satisfaction générale (86 %).

Des 5 590 évaluations faites par les voyageurs, 92 % étaient d'entre eux étaient des commentaires positifs ou neutres\*.

\* Données recueillies sur Review Pro d'octobre 2018 à sept. 2019



## HI Ottawa Jail

### AMÉLIORATION DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

Au cours de l'année 2018-2019, l'auberge a fait l'objet de nombreuses améliorations et rénovations qui ont enrichi l'expérience client. Durant la saison estivale, le porche avant a complètement été refait; il est maintenant plus sécuritaire et esthétique. Un hangar supplémentaire a également été installé à l'avant de l'édifice, ajoutant ainsi de l'espace de rangement pour l'équipement extérieur. L'aménagement de la cour avant a aussi été revu pour créer plus d'espace détente et de rencontres.

Les dortoirs et les chambres privées ont été enjolivés, notamment grâce à l'ajout d'étagères et au remplacement de l'éclairage par des lampes de lecture à DEL pourvues de ports USB. Les dortoirs ont quant à eux été complètement repeints. La salle à manger rénovée crée maintenant un espace plus convivial et rend la circulation plus fluide autour du buffet.

### DIVERTISSEMENT ET ACTIVITÉS

Tout au long de l'année, nous avons continué d'élargir et d'améliorer nos activités en formant des partenariats locaux et en renforçant nos liens avec la communauté. De nouvelles aubaines et de nouveaux tarifs ont été négociés auprès de nos partenaires pour les excursions de kayak ainsi que pour nos soirées jeux de société et *flipper*. En plus des activités permanentes offertes à l'année, des activités saisonnières sont proposées comme le kayak sur le canal, la randonnée pédestre dans le parc de la Gatineau et le patin à glace le long du canal. HI Ottawa Jail amène

également ses voyageurs aux événements locaux estivaux comme Glowfair, Ottawa Pride, les marchés nocturnes locaux, etc. Les tournées des bars se sont améliorées au cours de la dernière année. Nous disposons d'une longue liste de bars parmi lesquels choisir, ce qui nous permet d'adapter chaque sortie à nos clients.

### RESSOURCES HUMAINES

Cette année, beaucoup d'employés de première ligne se sont succédé, puisque nombre d'entre eux avaient soit un visa de travail ou étaient des étudiants engagés pour l'été. Bien qu'il soit toujours difficile de dire au revoir à des collègues, employer des voyageurs avec visa de travail et des étudiants s'est avéré bénéfique pour l'ambiance de travail. Les voyageurs ont évidemment profité de ce regain contagieux d'énergie et d'enthousiasme.

L'auberge a également participé au programme national d'échanges d'employés de HI Canada. Celui-ci permet de faire connaissance et de travailler avec des collègues venant d'autres auberges HI, tout en échangeant sur les activités et la vie quotidienne dans d'autres établissements du réseau canadien.

### INITIATIVES COMMUNAUTAIRES

Notre présence dans la communauté s'est accrue grâce à différents partenariats et initiatives. Plus tôt cette année, l'auberge a été mise en vedette dans un segment sur [downtownrideau.com](#), ce qui lui a permis de s'impliquer davantage dans la zone d'amélioration commerciale du secteur

Rideau d'Ottawa, là où elle est située. Grâce à ce groupe, un certain nombre d'initiatives ont été lancées pour assainir la région et diriger davantage de clientèle vers les entreprises locales. Un partenariat avec le département de criminologie de l'Université d'Ottawa a aussi été conclu afin d'approfondir nos connaissances sur l'histoire de la prison. Une communication ouverte et un accès à l'auberge ainsi qu'à ses archives facilitent leurs recherches. Au cours de l'été, HI Ottawa Jail a travaillé en étroite collaboration avec ses voisins de la galerie SAW pour réaménager leur patio et créer un nouvel espace événementiel. Cette année, pendant la Fin de semaine des courses d'Ottawa, l'équipe de l'auberge a servi un petit-déjeuner hâtif à ceux qui participaient aux courses. Il est prévu de continuer d'offrir des services comme celui-ci lors des grands événements locaux. Les partenariats de longue date comme *Haunted Walks*, le *Coyote Rock Gym* et le projet *Portes ouvertes* de la ville d'Ottawa se poursuivent toujours.

### DÉVELOPPEMENT DURABLE

Au cours de la dernière année, la cour avant de l'auberge a subi une transformation complète. Le projet d'aménagement paysager comprenait la plantation d'arbres, l'aménagement du sol et la croissance substantielle de notre jardin. HI Ottawa Jail s'est également associée au Collège Algonquin dans le cadre d'un projet d'énergie verte afin de mieux comprendre comment devenir une auberge plus écologique et plus écoénergétique. Notre nouvel éclairage a également contribué à réduire notre consommation d'énergie, puisque nous utilisons maintenant des lampes de lecture à DEL écoénergétiques.

# AUBERGES AFFILIÉES

Les auberges affiliées à HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario rendent accessible l'exploration du territoire avec des produits de qualité et ont à cœur la mission du mouvement aïjste.

Durant l'année financière qui s'est écoulée, la région est passée de neuf à huit auberges affiliées. Malheureusement, les inondations printanières de 2019 et leurs conséquences sur les activités de l'auberge Esprit Rafting ont forcé cette dernière à mettre fin à son affiliation avec HI Canada.

Les auberges affiliées au Québec et en Ontario représentent près de 35 % des nuitées totales de la région en 2018-2019. Ce rapport présente une hausse de 1 % sur l'an dernier, et ce, malgré le départ d'une auberge durant la saison estivale et malgré une baisse de nuitées du côté des affiliées également.

HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario a reçu quatre demandes de renseignement sur le processus d'affiliation en 2018-2019, soit cinq demandes de moins que l'an dernier; trois demandes étaient pour le Québec et une, pour l'Ontario. La Région du Québec et de l'Ontario a d'ailleurs créé un document informatif sur les services offerts par HI Canada et sur les obligations exigées d'une auberge affiliée à la bannière HI Canada afin de répondre plus efficacement aux futures demandes d'information.

## AUBERGES AFFILIÉES AU QUÉBEC ET EN ONTARIO 2018-2019

### Québec

- ▶ HI Anse-au-Griffon, Griffon Aventure
- ▶ HI La Malbaie, Auberge de jeunesse La Malbaie
- ▶ HI Québec, Auberge international de Québec
- ▶ HI Rivière-du-Loup, Auberge internationale de Rivière-du-Loup
- ▶ HI Sainte-Anne-des-Monts, Sea Shack
- ▶ HI Trois-Rivières, Auberge international de Trois-Rivières

### Ontario

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

## Inspection HI Canada

Depuis le printemps 2019, HI Canada a pris la décision d'inspecter les auberges au moins une fois tous les deux ans. Pour la Région du Québec et de l'Ontario, les trois auberges inspectées ont obtenu une note moyenne de **76,6 %**, bien que cela soit en deçà de la moyenne nationale (78,5 %, 24 auberges inspectées), il s'agit d'une amélioration de 1 % sur l'an passé pour ces mêmes trois auberges.

## Prix Barclay

Les prix Barclay de HI Canada sont remis annuellement aux auberges canadiennes s'étant démarquées dans différentes catégories. Les scores évalués proviennent de plateformes de réservation et de commentaires en ligne ainsi que des résultats d'inspection annuelle.

Les auberges primées de la Région du Québec et de l'Ontario pour 2018-2019 sont les suivantes :

Prix pour l'amélioration de la satisfaction de la clientèle

Catégorie auberge de 10 000 nuitées et +

HI QUÉBEC

Prix pour le membership – meilleur rendement

Catégorie auberge de 10 000 nuitées et +

HI TORONTO

Bravo aux équipes des auberges gagnantes!

Prix environnemental

Catégorie auberge de - de 10 000 nuitées

HI RIVIÈRE-DU-LOUP

Prix pour l'auberge de l'année

Catégorie auberge de 10 000 nuitées et +

HI MONTRÉAL

Prix pour les meilleurs résultats d'inspection

Catégorie auberge de - de 10 000 nuitées

HI NIAGARA FALLS

# NOTRE COMMUNAUTÉ D'EMPLOYÉS

## La région s'ouvre à l'international – HI Connect

Mis en branle en 2014, le programme HI Connect offre au personnel d'associations HI participantes une occasion unique de travailler dans un environnement HI à l'étranger. Le programme est maintenant mis de l'avant dans 13 pays européens, aux États-Unis, en Corée du Sud et au Canada.

En 2019, pour sa première participation au programme, la Région du Québec et de l'Ontario a envoyé une employée à Amsterdam pour une semaine alors qu'une bénévole de la Slovénie est venue travailler une semaine à l'auberge HI Toronto.

Ce programme permet :

- D'améliorer les compétences de vie et la confiance en soi de nos employés
- De s'engager dans notre mission de développement durable
- Au personnel d'apprendre sur la culture et l'environnement du pays d'accueil
- De donner la chance aux participants d'apprendre une autre langue
- De créer de nouvelles relations et de promouvoir la mobilité des personnes au-delà des frontières internationales

### NOUS CONTRIBUONS DAVANTAGE – ASSURANCES COLLECTIVES

La direction et le service des ressources humaines ont travaillé d'arrache-pied pour améliorer les conditions de travail malgré un budget moins optimiste que prévu. En effet, lors du renouvellement d'assurances, l'association a opté pour une augmentation de sa participation quant à la prime payée par celle-ci. Anciennement payée de part égale par l'employeur et l'employé, la prime sera désormais payée à 70 % par l'employeur

### CRÉATEUR D'EXPÉRIENCES

Cette année, une modification notable fut la révision du poste de *responsable de la programmation et des médias sociaux* dans les trois auberges-proprétés de la région. Ce dernier est devenu officiellement le poste de *Créateur d'expérience*. Ce changement vise à consolider notre promesse de marque en attribuant la responsabilité à une seule personne par auberge afin de s'assurer que les activités, les médias sociaux, l'affichage et l'atmosphère dans nos établissements correspondent à l'expérience que nous souhaitons faire vivre à nos voyageurs.

## 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 ici 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 en 2019

**DANIEL MÉNARD** // 20 ans  
Commis comptable – Bureau régional

**PAOLA VIERA** // 20 ans  
Responsable, Entretien ménager – HI Montréal

**GENILZANGELA XAVIER** // 5 ans  
Superviseur, Entretien ménager – HI Toronto

**IRIS VASQUEZ JUAREZ** // 5 ans  
Préposée, Entretien ménager – HI Montréal

## Nos équipes en chiffres

**244** employés ont été inscrits au registre de paie durant l'année 2018-2019 : **↑ 35** sur l'an passé

**122** employés travaillaient pour HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario au 30 septembre 2019 : **↑ 16** sur l'an passé

**49** bénévoles + **4** stagiaires à HI Montréal

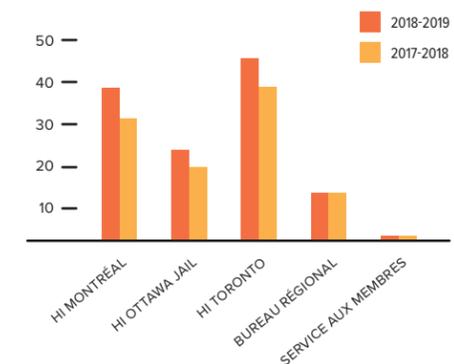
**11** bénévoles à HI Toronto

**1** stagiaire aux ressources humaines au siège social

### MOYENNE D'ANNÉES DE SERVICES EN 2018

**2** ans + **7** mois : **↓ 7** mois sur l'an passé

### NOMBRE D'EMPLOYÉS PAR ÉTABLISSEMENT



## Mise à jour de l'affichage

L'équipe de marketing a travaillé de pair avec les auberges de HI Toronto et HI Montréal afin de mettre à jour et d'uniformiser l'affichage dans les auberges, comme cela avait été fait à HI Ottawa Jail l'an dernier. Le nouvel affichage reflète les couleurs de la nouvelle image de marque et offre une expérience plus cohérente dans tout l'établissement.

## Concours « Gagne ta prochaine aventure au Canada »

À l'automne, HI Canada en partenariat avec *VIA Rail*, *Osprey* et *Parcs Canada* a organisé un concours. Le prix? Une aventure au Canada d'une valeur de 5 000 \$. L'objectif de cette campagne était d'augmenter la notoriété des quatre marques partenaires et de recruter de nouveaux abonnés. Douze mille personnes ont participé au concours et 5 000 se sont abonnées à nos communications électroniques.

## Campagnes d'influence

Au printemps 2019, plusieurs campagnes d'influence ont été organisées par HI Canada en collaboration avec des influenceurs d'origines variées. L'équipe de **Nomad Junkies** a traversé le pays d'un bout à l'autre en organisant des soirées dans chaque province. **Mochileando Por El Mundo** a fait la promotion des auberges HI de Whistler à Niagara Falls, auprès d'une audience hispanique. **Hello Laroux** a pris de nouvelles photos professionnelles de nos auberges d'Ottawa, de Jasper et de Lake Louise, en plus de promouvoir notre réseau sur ses plateformes lors de son passage en Alberta. À l'automne 2019, **Wanderluster Tran** et son copain **Explore With Lee** ont séjourné dans l'Ouest canadien et partagé de superbes photos de cette région.

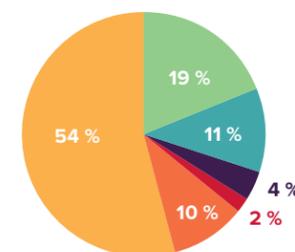
Finalement, nous avons recruté **Martha Sascher** de New York, **Sammie Chen** de Toronto et **Mimmi McFadden** de Californie afin de leur faire vivre une expérience montréalaise comme seule HI Montréal pouvait leur offrir et qu'elles la partagent ensuite auprès de leur audience. L'équipe de **Shut up and Go**, dont la chaîne YouTube dépasse le million d'abonnés, a aussi organisé une soirée *meet-up* et karaoké pour leurs fans à l'auberge HI Montréal.

## L'humour a la cote sur les réseaux sociaux

Nos efforts pour faire rayonner la marque HI Canada et pour promouvoir nos auberges sur nos réseaux sociaux se sont poursuivis en 2018-2019. De courtes vidéos humoristiques publiées sur Facebook ont enregistré plus de huit millions de vues, permettant à l'association d'acquérir 3 500 nouveaux abonnés en l'espace de deux mois. Le succès de ce contenu s'est aussi traduit par une hausse de 78 % du trafic généré sur [hihostels.ca](http://hihostels.ca) via Facebook pour un total de plus de 52 000 sessions enregistrées. Afin de continuer à accroître le trafic en provenance des plateformes sociales, un compte Pinterest a été lancé à l'automne 2019.

## Sources de réservation

Cette année, les sites [hostellingmontreal.com](http://hostellingmontreal.com) et [hostellingtoronto.com](http://hostellingtoronto.com) ont été fermés et redirigés vers [hihostels.ca](http://hihostels.ca) afin de consolider le trafic en une seule plateforme. Toutefois, les réservations en provenance de la plateforme de HI Canada continuent de chuter au profit des agences de voyages en ligne (OTA). Cette année encore, les OTA ont généré plus de 50 % des revenus de nos quatre auberges. L'autre moitié des revenus est venue de canaux directs et en moindre proportion, de partenariats commerciaux avec des voyagistes comme *Topdeck*, *G Adventures* et *Out Here Travel*.



■ OTA
 ■ Téléphone
 ■ Sites HI
 ■ Agences de voyage
 ■ Groupes
 ■ Autres

## Performance de nos mediums en ligne

Du 1<sup>er</sup> octobre 2018 au 30 septembre 2019

### MAGAZINE HI CANADA

+ de **9 000** utilisateurs/mois

+ de **14 000** pages vues/mois

**55 %** du trafic généré par les moteurs de recherche

**26 %** du trafic généré par les plateformes sociales

### SITE HIHOSTELS.CA

+ de **985 000** utilisateurs

+ de **1 400 000** sessions

+ de **2 800 000** pages vues

**54 %** du trafic provenant d'appareils mobiles

**54 %** du trafic provenant des 18-34 ans

## Une pièce de monnaie à l'effigie de HI Ottawa Jail

La Monnaie royale canadienne a lancé à l'automne une pièce de monnaie inspirée de l'histoire de l'auberge **HI Ottawa Jail**. Nommée *Le Canada Insolite*, cette pièce à deux images montre l'apparition terrifiante du spectre d'un ancien prisonnier, possiblement Patrick Whelan, dans l'auberge. La pièce peut être achetée en ligne sur le site de la *Monnaie royale canadienne*.



# NOTRE COMMUNAUTÉ DE MEMBRES

## Profil de nos membres

Le processus de révision du modèle d'adhésion s'est poursuivi en 2018-2019. La démarche s'est avérée plus complexe qu'elle n'y paraît. La gouvernance de chaque région membre de la fédération doit s'assurer que les changements à apporter ne sont pas contraires à ses règlements généraux ni à ses principes de gouvernance et que toutes les considérations financières ont été étudiées avant d'aller de l'avant avec un nouveau modèle.

Par ailleurs, le programme de rabais aux membres au Canada se poursuit en marge de ce processus de révision. HI Canada continue à offrir des rabais auprès de partenaires nationaux qui sont stratégiquement alignés avec la marque HI, qui offrent des services ou des expériences à notre clientèle cible (18-34 ans) et qui aident les membres à profiter du meilleur du Canada.

Pour voir la liste de partenaires de rabais : ► [hihostels.ca/fr/adhesion](http://hihostels.ca/fr/adhesion)

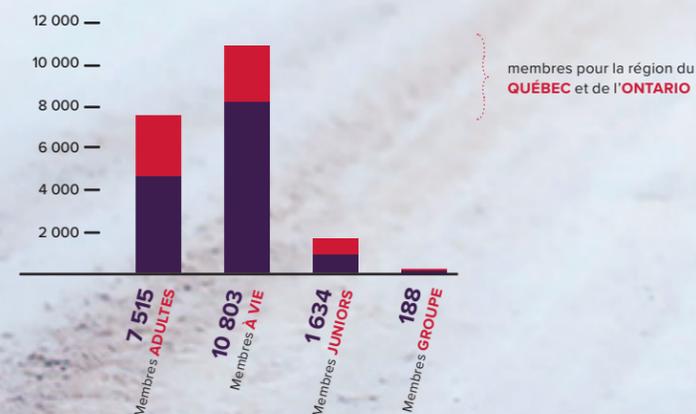
### ÂGE DE NOS MEMBRES

au 30 septembre 2019



### MEMBRES POUR L'ENSEMBLE DU PAYS

au 30 septembre 2019



# FONDATION TOURISME JEUNESSE HOSTELLING INTERNATIONAL



FONDATION TOURISME JEUNESSE  
SEMI TRAVEL EXPERIMENT

Fière partenaire de HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario, la **Fondation Tourisme Jeunesse (FTJ)** s'affaire à poursuivre sa mission, celle d'offrir des ressources éducatives et originales sur le voyage, de rassembler une communauté de voyageurs conscients et de leur fournir le soutien financier nécessaire à la réalisation de leurs projets touristiques.

Grâce aux fonds obtenus par le biais de ce partenariat, la FTJ a été en mesure, dans la dernière année, de créer plusieurs outils visant à mieux renseigner sa communauté de voyageurs. Des **webinaires**, auxquels des experts en voyage ont été appelés à participer en offrant leurs judicieux conseils, ont été mis en ligne. Différents thèmes comme la santé à l'étranger, le tourisme durable et le voyage solo au féminin ont été abordés. Des **guides** ont également été rendus disponibles sur le site internet de la fondation afin d'offrir de l'information sur, notamment, les assurances voyage ou bien sur les programmes de voyage internationaux. Finalement, un article par mois a été publié sur le **blogue** de la FTJ – [ftj-ytf.org/blogue](http://ftj-ytf.org/blogue), proposant un contenu original rédigé spécialement pour les jeunes voyageurs.

La FTJ était par ailleurs très enthousiaste d'avoir pu soutenir, en 2019, trois voyageuses et deux groupes à l'aide de bourses pour ainsi leur permettre de partir à l'aventure.

Pour le concours à l'hiver 2019, c'est Rosemarie Blouin qui a gagné la bourse Voyage solo, d'un montant de 1 000 \$. Ainsi, elle a pu s'établir six mois en Inde, dans un village nommé Kalkeri, où elle a réalisé un stage en soins infirmiers axé sur les médecines ayurvédiques, alternatives et naturelles.

En ce qui concerne la bourse Voyage en groupe, d'une valeur de 1 500 \$, la FTJ l'a décernée à des étudiants de l'école secondaire Le Sommet, afin

d'encourager le parcours d'un groupe d'adolescents participant à un projet de persévérance scolaire appelé *Pura Vida*, qui vise à stimuler les jeunes à risque quant au décrochage scolaire. Le point culminant de ce projet était de faire un voyage au Costa Rica, en vue duquel les jeunes se sont prêtés à toutes sortes d'activités préparatoires, de développement personnel et de financement.

À l'été 2019, un autre concours a été lancé, alors que trois bourses ont été remises : la bourse Mary Barclay ainsi que les bourses Voyage solo et Voyage en groupe. La lauréate de la bourse Mary Barclay, Fifi Fémi, a pour projet de visiter les endroits où elle a habité dans le but d'écrire un livre sur l'histoire de sa famille, traitant de la question de l'identité et rassemblant des anecdotes sur les thèmes de l'errance et de l'appartenance aux lieux. Sa première escale fut New York, elle compte ensuite se rendre à Cuba et au Nigeria.

La bourse Voyage solo a pour sa part été remise à Chloé Guilbert-Savary, qui a fait un voyage en Mongolie et dont le projet avait deux volets : participer à une étude de terrain sur les migrations internes contemporaines, les moyens d'existence des Mongols et l'impact du tourisme dans les zones rurales ainsi que les zones urbaines, le tout en collaboration avec l'American Center for Mongolian Studies; puis voyager à vélo à travers le pays dans le but de s'immerger dans la culture et d'échanger avec la population locale avec la volonté d'apprendre de façon proactive et engagée sur les différentes communautés de la Mongolie.

Finalement, c'est la chorale féminine de Cardston (*Cardston Girls Choir*) qui a obtenu la bourse Voyage en groupe d'une valeur de 1500 \$. Les jeunes filles ont ainsi traversé l'Atlantique vers l'Europe pour participer à différents concours de chant tout en en apprenant sur l'histoire des villes visitées.

## Sleep For Peace

Chaque année, le 21 septembre, on célèbre la *Journée internationale de la paix*; un moment privilégié pour *Hostelling International* de mettre de l'avant sa campagne de sensibilisation *Sleep for Peace* au sein de son réseau mondial. Cette année, pour cette campagne, chaque bureau régional ou national à travers le monde était invité à envoyer par la poste une « boîte culturelle » dans laquelle les employés avaient inséré des objets représentant leur pays, que ce soit de la nourriture non périssable ou des objets significatifs. HI Canada a eu la chance de recevoir une boîte venue tout droit de la Nouvelle-Zélande, mais aussi d'expédier de la sauce à poutine et quelques autres babioles représentant le Canada à ses confrères d'Irlande du Nord.

De tradition, l'événement *Sleep for Peace* est également une occasion pour les auberges participantes de HI Canada de contribuer à la Fondation Tourisme Jeunesse en offrant 1 \$ par nuitée rapportée. Pour l'édition 2019, ce sont **1 712 \$** qui ont été récoltés pour la Fondation afin de permettre aux jeunes voyageurs canadiens de découvrir le monde.

# NOTRE IMPLICATION

## IMPLICATION AU SEIN DE CONSEILS D'ADMINISTRATION, DE COMITÉS ET DE TABLES DE RENCONTRE

Des membres du CA ou de la direction générale de HI Canada – Région du Québec et de l'Ontario sont aussi impliqués à titre bénévole dans différents conseils d'administration, 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 Gabriela Sauter

### **Organisation internationale du tourisme**

**social – OITS–Amériques** : Vincent Bérubé, administrateur

## IMPLICATION 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  
L'Association hôtelière du Grand Toronto  
Regroupement Loisir et Sport du Québec  
Conseil québécois du loisir  
Patrimoine Ottawa

