



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

RAPPORT ANNUEL 2015-2016



CONSEIL D'ADMINISTRATION

FÉVRIER 2016 À FÉVRIER 2017

PETER HARRISON, président A

Analyste financier en chef

Bureau de la responsabilité financière de l'Ontario

GABRIELLE DE LA DURANTAYE, vice-présidente B

Assistante directrice de l'hébergement

Auberge HI-Montréal

WILLIAM PELLERIN, trésorier A

Avocat-Conseil

Direction générale du droit commercial international | Affaires mondiales Canada

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

STÉPHANIE LAURIN, administratrice A

Gestionnaire, tourisme culturel

Tourisme Montréal

ÉMILIE ROCHELEAU, administratrice A

Conseillère technique à la surveillance de l'exercice

Ordre des ingénieurs du Québec à Montréal

MARIE-CLAUDE RACINE, administratrice A

Conseillère principale, Marketing

Boia Boia, Spa-sur-l'eau

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.



MISSION

L'association Auberges de jeunesse du St-Laurent, également désignée sous le nom de **Hostelling International - Canada Région du Québec et de l'Ontario**, est une entreprise d'économie sociale qui a pour but d' « *aider les gens, en particulier les jeunes, à mieux connaître les peuples, les lieux et les cultures par l'entremise du voyage et de l'ajisme.* »

VISION

Hostelling International - Canada Région du Québec et de l'Ontario sera reconnue comme étant la communauté de voyageurs la plus dynamique sur son territoire et, à titre d'entreprise d'économie sociale, elle sera chef de file d'un réseau d'hébergement principalement accessible aux jeunes, elle s'enracinera dans son environnement social et elle reposera sur l'engagement de ses membres, de son personnel et de ses bénévoles.

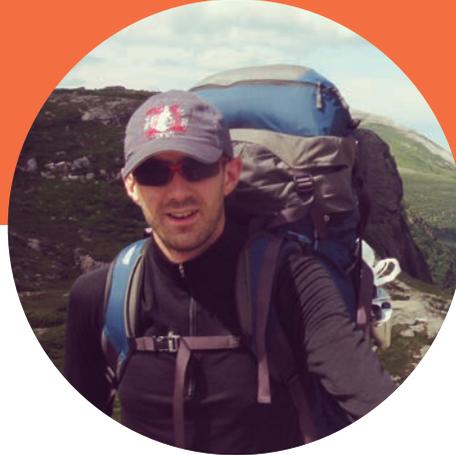
VALEURS

La finalité sociale, l'autonomie de gestion, la démocratie, la primauté de la personne, le respect, la fierté, la solidarité, l'accessibilité, le développement durable.

SOMMAIRE

Mot du président	4	Prix Barclay	14
Mot du directeur général	5	Nos membres	15
Le réseau en chiffres	6	Marketing	17
Nos auberges	8	Fondation Tourisme Jeunesse	18
Nos équipes	12	Notre implication	20
Auberges affiliées	13		

MOT DU PRÉSIDENT



Cette année, nous avons continué à faire de bons progrès en ce qui a trait à nos objectifs stratégiques, et notre région, **Hostelling International - Canada Région du Québec et de l'Ontario**, est maintenant dans une position plus forte qu'à aucun autre moment au courant des cinq dernières années.

Notre mission demeure la même soit aider les gens, en particulier les jeunes, à mieux connaître les peuples, les lieux et les cultures par l'entremise de l'ajisme.

Cette année, nous avons adopté un plan stratégique quadriennal qui définit les priorités de l'association dans la réalisation de sa mission. Ces priorités sont les suivantes:

1. Améliorer l'expérience client pour nos invités, nos membres et les auberges affiliées.
2. Créer un sentiment d'appartenance face à la marque HI dans nos communautés de membres et non-membres ainsi que parmi nos équipes et différents partenaires locaux.

3. Assurer la pérennité financière pour respecter nos obligations à court et à long terme tout en continuant d'améliorer la qualité des infrastructures physiques de nos auberges;

4. Saisir les opportunités de développement particulièrement dans le marché croissant de Toronto.

Au cours de l'année qui vient de s'écouler, nous avons continué de travailler main dans la main avec nos partenaires d'Hostelling International - Canada - Région de l'Atlantique et Hostelling International - Canada-Région du Pacifique et des montagnes. Cette collaboration a atteint de

nouveaux sommets, avec d'importants avantages pour tous les membres de HI-Canada en termes de meilleurs services à moindre coût.

Je profite de l'occasion pour exprimer ma reconnaissance à tous les membres du conseil d'administration pour les heures de bénévolat qu'ils consacrent à notre association et aussi pour remercier nos partenaires canadiens et internationaux ainsi que tous nos employés et nos affiliés sans lesquels notre mission ne pourrait pas s'accomplir.

Peter Harrison
Président

MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Il y a maintenant 11 ans, nous entreprenons le défi de nous occuper d'auberges en Ontario. Deux années plus tard, nous redevions une région d'Hostelling International – Canada (HI-Canada), puis quelques années encore nous intégrions la région de l'Est de l'Ontario et prenions le nom de HI-Canada Région du Québec et de l'Ontario. Entre-temps nous avons subi les effets de la crise financière mondiale. Malgré un important déficit survenu en 2013, nous avons continué à investir dans nos infrastructures tout en exerçant un meilleur contrôle financier et en revoyant notre modèle d'affaires.

L'année 2016 couronne tous nos efforts en présentant le plus grand surplus de notre histoire. Ce surplus double celui de 2015, cela nous permet maintenant de regarder vers un avenir rempli de projets de développement bénéfiques aux jeunes voyageurs. Plus de moyens financiers signifient entre autres une plus grande capacité à réaliser notre mission.

Un meilleur contrôle des dépenses d'opérations dans nos auberges nous a amené à mieux nous concentrer sur notre offre d'hébergement et à moins nous disperser dans des initiatives certes valables, mais non rentables; être à but non lucratif ne veut pas dire que nous devions encourager des initiatives déficitaires qui nous mettraient à risque dans le futur. C'est dans cette perspective que nous avons revu les contrats de nos fournisseurs à HI-Montréal, fermé le bar au public à HI-Ottawa et réaménagé certains services à HI-Toronto.

Une meilleure gestion des tarifs d'hébergement nous a permis, tout en continuant d'offrir un accès bon marché aux voyageurs moins fortunés, d'augmenter nos tarifs moyens journaliers à un niveau que justifie le bon équilibre financier nous offrant ainsi un avenir mieux adapté à un environnement en constants changements.

Hostelling International - Canada compte maintenant trois régions. En effet, la Région des Prairies a joint récemment la Région du Pacifique et des montagnes. Les deux autres régions du partenariat demeurent celle de l'Atlantique et celle du Québec et de l'Ontario.

Un alignement des actions opérationnelles à l'échelle canadienne a permis à HI-Canada de réduire les dépenses administratives du bureau national au cours de l'année afin de dégager des fonds qui financeront des initiatives opérationnelles communes à tout le partenariat telles qu'un site Internet actualisé, le rajeunissement de la marque, la simplification des procédures d'adhésion et l'augmentation des avantages qui y sont liés. En 2017, l'alignement devrait aussi inclure la gestion des ressources humaines. La direction générale nationale de HI-Canada, partagée par les directeurs des trois régions qui composent le partenariat, devra s'assurer d'une meilleure intégration de cet alignement opérationnel.

La Fondation Tourisme Jeunesse est relancée officiellement. HI-Canada Région du Québec et de l'Ontario a entrepris de relancer la FTJ et de l'aligner avec les autres actions nationales. Une levée de fonds a déjà été organisée et un modèle de financement permanent de la FTJ est présentement à l'étude.

La décision de vendre l'auberge HI-Mont-Tremblant est demeurée. L'auberge a failli être vendue l'automne dernier, mais la transaction n'a pu être complétée. Les résultats de la vente constitueront une réserve financière et ne serviront pas aux opérations.

L'auberge HI-Ottawa Jail a fait appel à une agence en communication pour revoir la signalisation en ses murs ainsi que les panneaux informatifs relatant l'histoire de la prison. Des capsules d'histoires de prisonniers qui ont été emprisonnés dans l'édifice donneront une information supplémentaire dans chacune des chambres et cellules de l'auberge. Ce projet devrait être déployé en février 2017.

L'année 2015 - 2016 fut une année transitoire attendue et pour laquelle tous les employés ont travaillé à en réaliser le succès. Cette année nous ouvre les portes d'un futur prometteur, merci à tous pour l'ensemble des efforts consentis au cours des dernières années.

Merci aussi aux membres du Conseil d'administration pour leur implication bénévole, leur patience et judicieux conseils.

Jacques Perreault
Directeur général

HOSTELLING INTERNATIONAL – CANADA RÉGION DU QUÉBEC ET DE L'ONTARIO EN CHIFFRES

STATISTIQUES | ENSEMBLE DES AUBERGES DE LA RÉGION

La région du Québec et de l'Ontario a de quoi plaire aux voyageurs avec ses auberges vibrant aux rythmes exaltés des grands centres urbains ou avec ses établissements plus champêtres où s'exhibent les plus beaux paysages régionaux.

Cette année, le réseau HI au Québec et en Ontario est passé de 15 à 13 auberges. Celles-ci ont totalisé 210 626 nuitées, soit 0,4 % de plus que l'an passé.

On constate que les auberges faisant 10 000 nuitées et plus annuellement ont connu une très légère hausse de 0,9 % pour l'ensemble de leurs nuitées alors que les auberges faisant moins de 10 000 nuitées ont éprouvé une baisse de 2 % (nuitées consommées entre le 1^{er} octobre 2015 et le 30 septembre 2016). Cette diminution est attribuable

en partie à la fermeture de 2 auberges, **HI-Ste-Émélie-De-L'Énergie** et **HI-La Tuque** au 1^{er} trimestre de l'année financière.

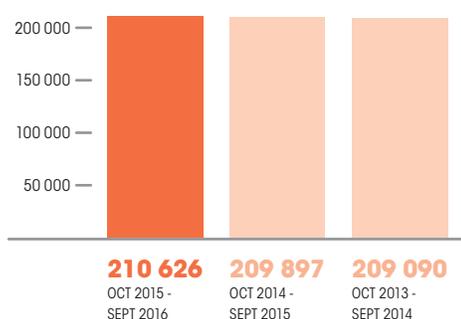
On note également une hausse des nuitées de groupes provenant surtout des marchés internationaux. En effet, cette catégorie de voyageurs a fait près de 3 200 nuitées de plus que l'an passé.

Le marché canadien dans son ensemble représente un peu moins du tiers des nuitées totales faites dans les auberges HI du Québec et de

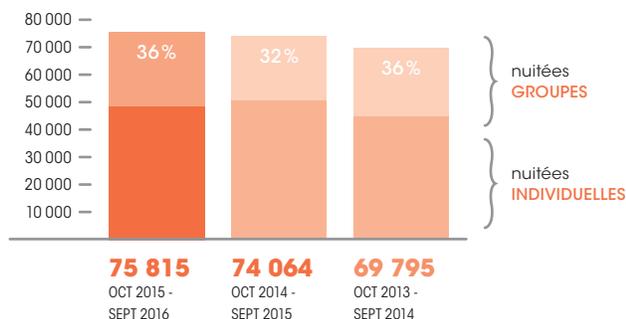
l'Ontario. La hausse des nuitées canadiennes a surtout été ressentie dans les grands centres; une tendance plutôt inchangée depuis maintenant plusieurs années.

Le marché international est, quant à lui, resté sensiblement le même avec une légère baisse de près de 400 nuitées. Les voyageurs américains ont toutefois beaucoup plus visité les auberges que l'an dernier en affichant une hausse de nuitées de 14 % en 2015-2016.

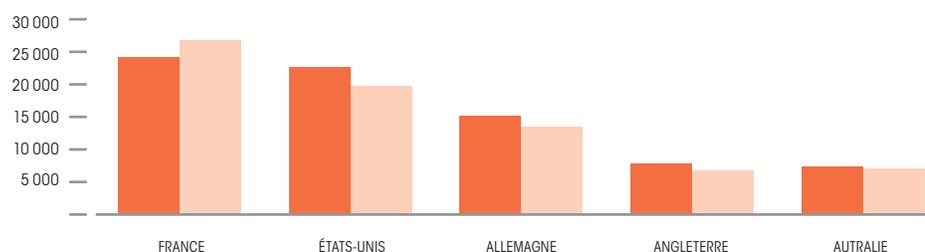
NOMBRE DE NUITÉES TOTALES



NUITÉES CANADIENNES GROUPES & INDIVIDUELLES



TOP 5 NUITÉES RÉGIONALES VOYAGEURS INTERNATIONAUX





AUBERGES PROPRIÉTÉS DE LA RÉGION

Hostelling International – Canada Région du Québec et de l’Ontario possède et opère 4 auberges de jeunesse : **HI-Montréal, HI-Mont-Tremblant, HI-Toronto** et, par l’entremise de HI-Canada - Ontario East, l’auberge **HI-Ottawa Jail**. La totalité des nuitées pour ces 4 auberges présente une légère hausse de 1% sur l’an passé. L’excellente performance financière de 2015-2016 n’est pas uniquement attribuable à la hausse de nuitées; elle est également liée à la bonne gestion des opérations et à une tarification adéquate de la portion hébergement de notre association.

Cependant, peu importe le nombre de nuitées réalisées dans chaque auberge, les équipes en place ont toujours redoublé d’efforts pour se réinventer et offrir aux voyageurs une expérience mémorable.

Voici un sommaire opérationnel pour l’année 2015-2016 pour ces 4 auberges.



HI-MONT-TREMBLANT

AMÉLIORATIONS DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

HI-Mont-Tremblant, la plus champêtre des auberges HI opérées par la région n’a toujours pas été vendue. L’équipe, étant en quelque sorte à la merci du marché immobilier, a continué d’offrir un service hors pair à la clientèle en investissant temps et énergie dans les opérations quotidiennes et dans le confort. Afin que tous dorment d’un sommeil réparateur après une belle journée de plein air, l’auberge s’est procuré de nouveaux oreillers. Elle a également modifié son allocation de lits en ligne en ajoutant une chambre « occupation quadruple » sur les principaux sites de réservations en ligne afin d’accommoder plus de familles et de petits groupes d’amis.

ACTIVITÉS ET DIVERTISSEMENT

Cette année encore, l’activité la plus populaire de l’été a sans doute été les BBQ au charbon de bois; l’auberge a ainsi rempli la panse d’une centaine de personnes tout au long de la saison estivale.

Le lac Moore, peu importe la saison qui l’habille, a une fois de plus été un terrain de jeux exceptionnel pour les voyageurs en séjour à l’auberge. Le prêt de canot fut très apprécié, tout comme la baignade dans ce lac exempt de bateau à moteur. De plus, grâce à son partenariat avec la compagnie *D-Tour*, l’auberge a pu offrir aux passionnés de nature un nouveau service de transport porte à porte pour se rendre dans le Parc du Mont-Tremblant. Environ 80 personnes ont profité de ce service.

RESSOURCES HUMAINES

La saisonnalité du marché touristique à Mont-Tremblant a évidemment été un enjeu majeur pour l’équipe en place et a occasionné un important roulement de personnel. Suite au départ de l’assistante directrice de l’hébergement en avril, ce poste a été aboli et la structure de l’équipe de direction a été modifiée. Un poste de responsable de l’accueil fut créé afin d’apporter du soutien à la direction de l’auberge.



HI-MONTRÉAL

AMÉLIORATIONS DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

Pendant l'année fiscale 2015-2016, l'équipe d'HI-Montréal a porté une attention particulière à harmoniser le design des chambres avec les travaux d'amélioration entamés en 2013; les chambres ont été entièrement repeintes en blanc et noir, les plafonniers ont été remplacés par un modèle plus moderne à technologie DEL et des prises électriques ont été ajoutées à chacun des lits de même qu'une lampe de lecture, elle aussi munie d'une ampoule DEL

De plus, l'auberge a mis fin à son abonnement de télévision par câble. Dorénavant, chacun des téléviseurs en chambre privée est équipé d'un appareil *ChromeCast*, une technologie permettant de visionner sur l'écran du téléviseur des films, des vidéos ou de la musique à partir d'un téléphone cellulaire. Évidemment, une attention soutenue a été portée à garantir une bande passante WIFI rapide, efficace et toujours gratuite.

ACTIVITÉS ET DIVERTISSEMENT

La tournée des bars est encore et toujours l'activité la plus populaire offerte à l'auberge. Elle consiste à mener les voyageurs dans des quartiers festifs de Montréal afin qu'ils socialisent entre eux ainsi qu'avec les Montréalais et Montréalaises. Nonobstant le succès de cette dernière, l'auberge s'est fait un devoir d'organiser d'autres activités, moins alcoolisées, mais tout aussi ludiques. Les tours à vélo, les excursions sur le Mont-Royal, les balades dans le Vieux-Montréal et sorties en patin à glace sont autant d'exemples de la diversité de la programmation régulière offerte. L'objectif de la programmation demeure toujours d'offrir aux voyageurs l'opportunité de découvrir la ville sous un autre angle tout en socialisant avec d'autres voyageurs. HI-Montréal a effectué au total 420 activités en 2015-2016 et 4 555 voyageurs ont participé à ces dernières.

Les médias sociaux sont aussi un élément important de l'animation de l'auberge. Si l'ensemble de la programmation y est affiché, des photos prises à chaque activité y sont également publiées et les touristes sont invités à en

rajouter et à les commenter. Après le départ des voyageurs de l'auberge, *Facebook* et *Instagram* servent alors d'album souvenir de l'expérience passée au HI-Montréal.

IMPLICATION DANS LA COMMUNAUTÉ

L'auberge cherche à offrir l'expérience du milieu montréalais à ces voyageurs. Pour y arriver, il importe d'abord que l'auberge elle-même s'implique localement. Ainsi, les sorties accompagnées organisées par l'auberge pour ses voyageurs ont permis de tisser des liens de longue date avec différents partenaires comme des galeries d'art, des boutiques de location de vélos, des bars, cafés et restaurants. Les voyageurs bénéficient alors de traitements privilégiés alors que ces établissements y trouvent leur compte en profitant d'une clientèle récurrente.

Autrement, l'auberge s'implique dans la relève en tourisme en fournissant des places de stage pour différentes institutions d'enseignement universitaire, collégial et professionnel. Durant la dernière année financière, l'auberge a accueilli des étudiants du *collège Champlain*, du *Cégep de Granby*, de l'*ITHQ* et de l'organisation *Accès-Cible SMT* dont le mandat est d'aider à la réinsertion professionnelle. En offrant du temps et de l'énergie à ces écoles, l'auberge espère faire mieux connaître le réseau des auberges et la mission qui l'anime, tout en offrant une expérience professionnelle utile et accessible aux stagiaires.

INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES

HI-Montréal poursuit des pratiques de gestion de déchets responsables en favorisant le recyclage et le compostage. L'auberge procède encore cette année à deux cueillettes de compost par semaine.

HI-TORONTO

AMÉLIORATIONS DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

Une cuisine libre-service est sans aucun doute un avantage important pour les voyageurs. Cuisiner pour soi en voyage est un excellent moyen d'économiser et la cuisine est un bon endroit pour entamer une conversation avec d'autres voyageurs. Puisque la cuisine de l'auberge n'était accessible que par l'escalier menant au *Cavern Bar* et que cette dernière devait fermer à 21h pour permettre la tenue de spectacles au bar de l'auberge, HI-Toronto, n'ayant pas peur de se réinventer, a décidé de la déplacer au rez-de-chaussée. La nouvelle cuisine est entièrement en acier inoxydable et est plus compacte qu'avant, mais plus efficace aussi.

Après quelques défis concernant la surveillance des casiers à certains étages, HI-Toronto a décidé d'accroître la sécurité: six caméras supplémentaires ont été installées et un projet pilote a été lancé pour lequel de nouveaux coffrets de sûreté programmables ont été aménagés près de chaque lit dans deux chambres partagées. Tout comme la sécurité, la qualité et le confort sont également prioritaires pour HI-Toronto, c'est pourquoi de nouveaux matelas à ressort enroulé ont été achetés pour les chambres à occupation quadruple. Ces lits sont vendus à l'auberge pour plus de 50 \$ par nuit.

HI-Toronto a également peint 12 chambres avec une nouvelle combinaison de couleurs et a également rafraîchi la partie inférieure de la façade en la peignant noir et blanc.

La ville de Toronto a perdu une de ses plus grandes auberges en mai; *Canadiana* a fermé ses portes sans préavis ou presque. Un établissement de cette taille (220 lits) a eu un impact sur les jeunes voyageurs visitant Toronto. Les clients de différentes agences de voyages et les groupes ont dû être relocalisés et ils ont choisi HI-Toronto.

DIVERTISSEMENT ET ACTIVITÉS

Chaque année, HI-Toronto réunit les voyageurs à travers différentes activités organisées à l'extérieur de l'auberge, telles que du yoga dans le parc, des tours de l'île de Toronto, des tournées des bars, du canoë-kayak dans le port, des tours de ville et des sorties baseball *Toronto Blue Jays* et *Toronto FC*. Le *Cavern Bar*, quant à lui, offre également un endroit idéal pour socialiser pendant les concerts ou les soirées micro-amateur. Cette année, plus de 3 500 participants se sont inscrits à au moins unes des 620 activités organisées par l'auberge.

Le bar de l'auberge a également accueilli des musiciens de tous horizons et a proposé de la musique « live » 180 soirées durant l'année au grand plaisir des voyageurs et des Torontois. Le *Cavern Bar* a également obtenu une belle couverture médiatique pour sa participation au premier *Toronto Open Mic Festival* en août 2016.

IMPLICATION DANS LA COMMUNAUTÉ

Le 21 septembre, HI-Toronto et son bar ont été illuminés de bleu pour célébrer la Journée internationale de la paix de 2016. L'auberge s'est également inscrite au site Bunz.com, un site de troc et de vente entre autres dans la communauté torontoise et pouvant être pratique pour les voyageurs afin d'échanger des items tels que des guides, des cartes, des cartes SIM, des histoires, des conseils et astuces. Le *Cavern Bar* a organisé le 1^{er} événement de *swap* de voyage *Bunz* cette année.

RESSOURCES HUMAINES

En février 2016, l'équipe de direction a planifié l'année entière à partir d'une retraite de deux jours au cours de laquelle deux cliniques d'embauche ont été organisées, et des réunions mensuelles ont été mises au calendrier, donnant au personnel un avis clair du moment et du lieu.

Un exercice de consolidation de l'esprit d'équipe a aussi été organisé à *Ganaraska Tree Top Trekking* afin de permettre aux employés de se connaître davantage. De plus, lors de chaque réunion mensuelle, deux ou trois employés ont été invités à faire une présentation sur un sujet de leur choix. Cette pratique a créé un intérêt certain, en particulier avec le service d'entretien ménager. Des présentations sur les chakras, la fabrication et la dégustation de bonbons brésiliens et une présentation sur HI et sa relation dans la communauté ont constitué certains des points saillants de ces réunions mensuelles.

INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES

HI-Toronto continue d'encourager ses clients et ses employés à recycler. De plus, pour réduire la consommation électrique, des ampoules DEL remplacent les ampoules régulières aussitôt que ces dernières brûlent.

HI-OTTAWA JAIL

AMÉLIORATION DES INSTALLATIONS ET DES SERVICES

L'année dernière, plusieurs douches ont été agrandies ou rénovées. Dorénavant, chaque étage compte des douches pour hommes et pour femmes. Les cellules *Backpacker Quad* ont été transformées en cellules *Twins* et *Authentic Single Jail Cell* afin de mieux répondre aux besoins de la clientèle. L'auberge, cherchant constamment à améliorer son espace « café », y a effectué des modifications significatives dont le retrait d'un mur. Ce changement a créé un espace plus ouvert et inclusif pour les clients surtout durant les heures du petit-déjeuner.

Des artefacts montrant l'histoire et la singularité de la prison sont maintenant affichés dans le lobby. Malgré les efforts en temps et en énergie de la direction, des raisons hors de notre contrôle ont fait en sorte que nous n'avons pu avancer davantage le dossier de l'accessibilité à un réseau d'Internet sans fil plus efficace. L'auberge espère qu'un réseau de meilleure qualité sera disponible en 2017.

DIVERTISSEMENT ET ACTIVITÉS

37 % des invités de l'auberge ont participé à la visite guidée quotidienne sur l'histoire de la prison. Cela représente près de 4 000 personnes. Plusieurs activités plus traditionnelles ont également été testées et évaluées en fonction du niveau de participation ainsi que du taux de satisfaction. Les activités générant un faible taux de participation ont été supprimées de la programmation. Les activités les plus populaires, telles que les tournées des bars hebdomadaires ont été intensifiées. Plusieurs bars et pubs locaux offrent désormais des rabais pour les clients de l'auberge.

RESSOURCES HUMAINES

La direction de l'auberge a travaillé hardiment pour créer un environnement de travail positif ce qui a engendré la création d'une équipe remarquable dédiée à la mission de l'association, à l'auberge et à ses visiteurs. Cette année, l'auberge a été très heureuse d'accueillir deux stagiaires formidables de l'Allemagne. Mis à part l'avantage linguistique évident pour les gens séjournant à l'auberge, dont beaucoup sont allemands, Ces stagiaires ont apporté une perspective et une énergie nouvelles à l'auberge, en plus de proposer une nouvelle langue de communication aux voyageurs, dont beaucoup sont allemands.

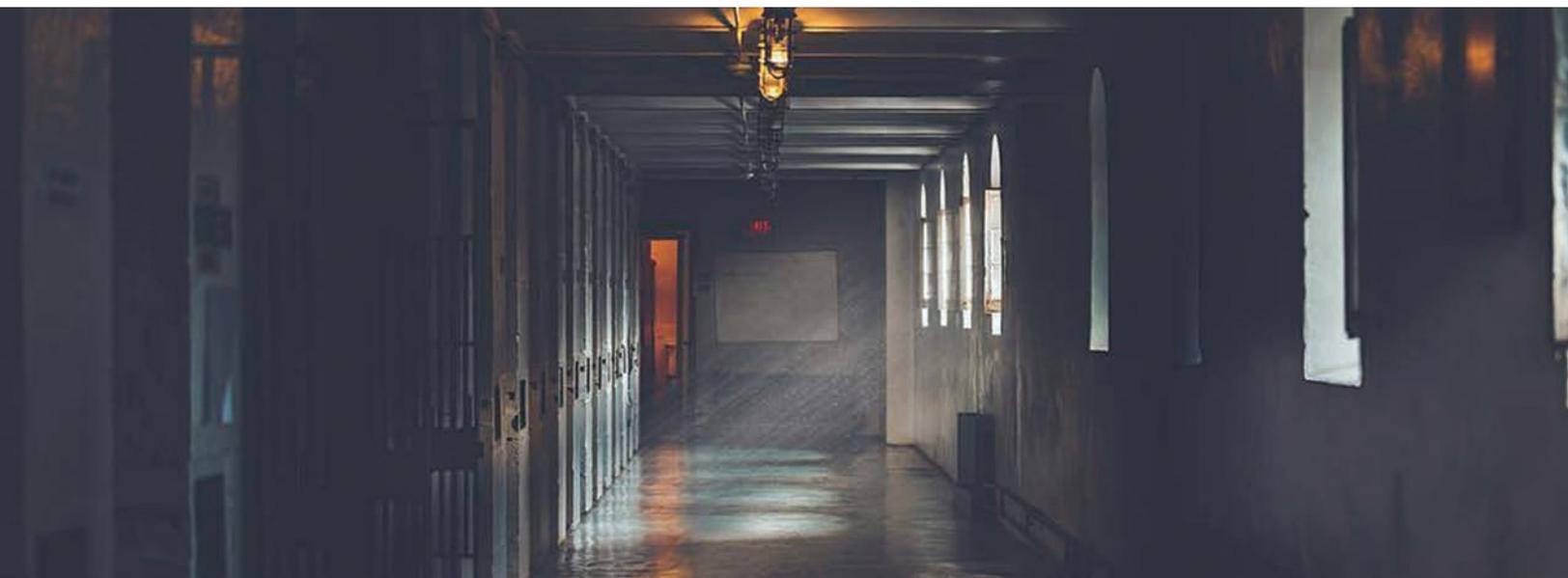
IMPLICATION DE LA COMMUNAUTÉ

En juin 2016, l'auberge a participé au week-end *Portes Ouvertes Ottawa*, un événement gratuit permettant au public d'explorer le patrimoine architectural de la ville. Plus de 1 500 personnes ont visité HI-Ottawa Jail à cette occasion.

Au cours de l'année, l'auberge a également été présentée dans plusieurs publications locales et sites Internet, y compris: *The Independent*, *Hostelworld.com*, *The Toronto Star*.

INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES

Des mesures ont été prises pour réduire les déchets inutiles, entre autres, l'auberge sensibilise sa clientèle au besoin d'utiliser une nouvelle serviette de douche chaque jour. Une station de compostage a été ajoutée dans la salle à manger et la cuisine. L'auberge a poursuivi ses efforts pour réduire les déchets de nombreuses petites façons comme l'utilisation de papier brouillon pour les rapports internes.



NOS ÉQUIPES

NOS ÉQUIPES EN CHIFFRES

Si les voyageurs et membres sont satisfaits de nos services c'est grâce à nos équipes formidables. Nos employés et bénévoles sont travaillants, imaginatifs, généreux, patients et surtout passionnés. Notre association ne serait rien sans ces personnes dévouées au mouvement aijiste. L'association remercie tous ceux et celles qui ont contribué cette année encore au succès de l'organisation et à la réalisation de sa mission.

170 salariés ont été inscrits au registre de paie durant l'année | ↑ 24

110 employés travaillaient pour HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario au 30 septembre 2016* | ↑ 16

28 bénévoles

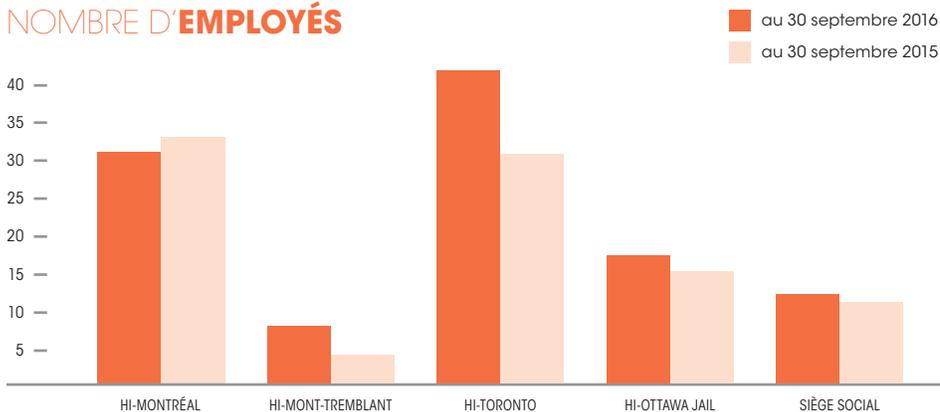
La moyenne d'années de service était de **2 ans et 1 mois** | ↓ 8 mois

**Employés actifs sur le registre des paies uniquement.*

DU NOUVEAU AU BUREAU RÉGIONAL

Le monde du travail n'allant pas en se simplifiant, le bureau régional a décidé d'engager une conseillère en ressources humaines. Basée à Montréal, elle libérera la direction générale de certaines fonctions, apportera du soutien aux directeurs d'auberges et donnera du service aux employés. Cette addition à l'équipe a été applaudie de tous.

NOMBRE D'EMPLOYÉS



CONTRIBUTION AU MOUVEMENT AJISTE

Des employés évoluent dans le mouvement aijiste canadien depuis plusieurs années déjà et HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario aimerait ici saluer leur implication de longue date et les remercier de contribuer à la réalisation de la mission de Hostelling International.

10 ans : **Gabrielle De La Durantaye**, assistante directrice HI-Montréal

35 ans : **Jacques Perreault**, directeur de l'association HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario

AUBERGES AFFILIÉES

En plus de gérer et opérer quatre auberges de jeunesse, la Région du Québec et de l'Ontario est responsable de l'affiliation au réseau HI d'auberges indépendantes sur son territoire. Ces établissements affiliés respectent ses standards de qualité, sa mission et ses valeurs et sont fiers de faire partie du plus grand réseau d'auberges de jeunesse au monde.

Les auberges **HI-La Tuque** et **HI-Sainte-Émérie-de-l'Énergie** ayant fermé leurs portes à l'automne 2015, la région est passée de 11 à 9 auberges de jeunesse affiliées sur son territoire.

En terme de nuitées les auberges affiliées représentent, que l'année soit bonne ou non, un peu plus du tiers des nuitées effectuées dans la région. En 2015-2016, elles ont connu dans leur ensemble une diminution de près de 1 000 nuitées ce qui inverse légèrement la tendance de croissance des deux dernières années.

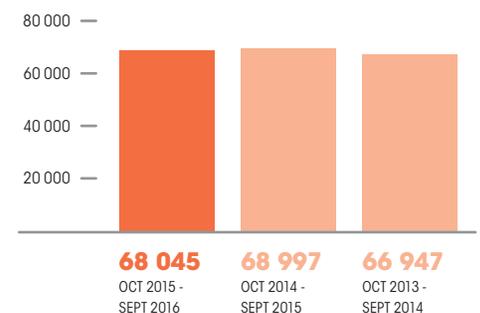
Durant la dernière année fiscale, le bureau régional a reçu douze demandes d'information pour fin d'affiliation soit une de plus que l'an passé. Cinq demandes d'information pour le Québec concernaient des villes dans lesquelles une auberge HI était déjà implantée ou concernaient une localité se trouvant à moins de 50 km d'une auberge HI. Ces demandes ont donc été refusées d'emblée. Une visite de courtoisie a été faite pour évaluer le potentiel d'affiliation d'un établissement en Ontario aux abords de la rivière Outaouais. La région a remis ses recommandations au gestionnaire qui doit effectuer plusieurs modifications s'il désire poursuivre le processus d'affiliation.

AUBERGES AFFILIÉES AU QUÉBEC ET EN ONTARIO

en date du 30 septembre 2016

- ▶ HI-Esprit
- ▶ HI-Griffon Aventure
- ▶ HI-La Malbaie
- ▶ HI-Québec
- ▶ HI-Rivière-du-Loup
- ▶ HI-Sea Shack
- ▶ HI-Trois-Rivières
- ▶ HI-Niagara Falls
- ▶ HI-South Algonquin

NOMBRE DE NUITÉES AUBERGES AFFILIÉES



PRIX BARCLAY

Depuis maintenant quelques années, **HI-Canada**, **HI-USA** et **HI-Mexique** organisent conjointement le **NAMM** (North American Managers Meeting). Durant cette rencontre annuelle, les trois associations, leurs directeurs d'auberges et autre personnel clé se réunissent pour échanger sur différentes problématiques liées à la gestion d'auberges de jeunesse. Durant ce congrès, HI-Canada se réserve une journée de réunion pendant laquelle, entre autres, les prix **BARCLAYS** sont remis aux auberges canadiennes s'étant démarquées dans différentes catégories. Voici les gagnantes* de la Région du Québec et de l'Ontario :

CATÉGORIE PETITE AUBERGE (9 999 nuitées -)

■ Prix pour l'**AMÉLIORATION DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE**

HI-Mont-Tremblant | Pour la plus grande amélioration dans les notes laissées sur **hihostels.com** et **hostelworld.com**

■ Prix pour le **MEMBERSHIP**

HI-NIAGARA FALLS | Pour l'augmentation de ventes de carte de membre

■ Prix pour le **MEILLEUR RÉSULTAT D'INSPECTION**

HI-RIVIÈRE-DU-LOUP | Meilleure note globale lors de l'inspection annuelle de HI-Canada

■ Prix **NOTE ENVIRONNEMENTALE**

HI-RIVIÈRE-DU-LOUP | Meilleur résultat pour les critères environnementaux lors de l'inspection annuelle de HI-Canada

CATÉGORIE GRANDE AUBERGE (10 000 nuitées +)

■ Prix **MEILLEURE INNOVATION / INITIATIVE**

HI-QUÉBEC | Pour la meilleure note pour ses services et installations divers (critère 8.62) lors de l'inspection annuelle de HI-Canada

*Félicitations à toutes
les auberges gagnantes!*



NOS MEMBRES

Au 31 mars 2016, le programme d'adhésion de **Hostelling International - Canada** a enregistré un total de **32 697 membres**, une augmentation de **6.3 %** sur l'année précédente. Ce qui en fait la première augmentation significative depuis près de 6 ans.

Afin de gérer ce programme plus efficacement, Hostelling International-Canada y a apporté plusieurs changements opérationnels. En mai 2016, une centralisation des opérations en deux pôles a été mise en place amenant un partage de responsabilités de la gestion de l'adhésion entre la Région du Pacifique et des Montagnes et la Région du Québec et de l'Ontario. Le bureau régional de l'Ouest canadien est maintenant en charge de la comptabilité et des envois postaux tandis que la Région du Québec et de l'Ontario

se voit responsable de la compilation des statistiques, du développement des affaires ainsi que du marketing pour le programme d'adhésion, et ce pour l'ensemble du partenariat canadien.

Une mise à jour du modèle de collecte et de conversion de données a été effectuée pour réaliser un portrait plus précis de l'adhésion au pays. Entre le 1^{er} octobre 2015 et le 30 septembre 2016, 10 890 cartes ont été vendues (tous types confondus) dans la Région du Québec et de l'Ontario, soit une diminution de 4,36 %.

PARTENARIATS ET CHANGEMENTS INTERNES

Dû au temps investi dans l'application des nombreux changements dans le programme d'adhésion, seuls deux nouveaux partenariats nationaux ont été signés cette année, soit un contrat de rabais avec les compagnies d'assurances voyages *Travel Insurance Office Inc* et *World Nomad*.

Bien que le bureau régional gère la mise à jour, le renouvellement et la négociation des contrats de donneurs de rabais, des documents formatifs ont été créés afin que les auberges choisissent des partenaires de rabais en adéquation avec les besoins des membres et l'image de marque de l'association.

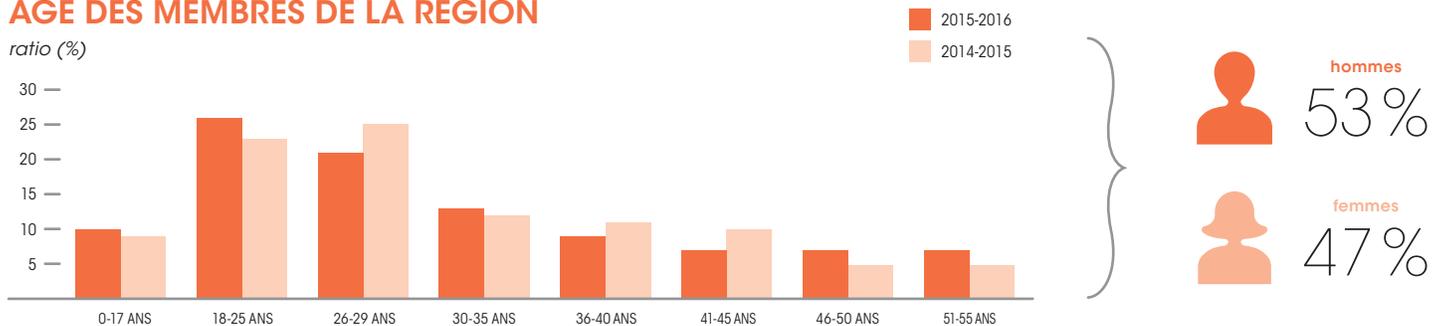
ÉVOLUTION CONTINUE

HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario collabore présentement avec l'Ouest canadien pour améliorer et consolider la structure interne afin de mieux soutenir le réseau d'auberges en ce qui a trait au programme d'adhésion. Les nombreux changements apportés doivent être mieux ancrés dans la culture des auberges qui ne sont pas encore familiarisées avec le modèle que l'association a mis en place.

PROFIL DE NOS MEMBRES

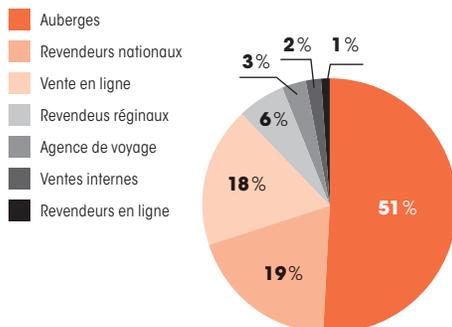
ÂGE DES MEMBRES DE LA RÉGION

ratio (%)

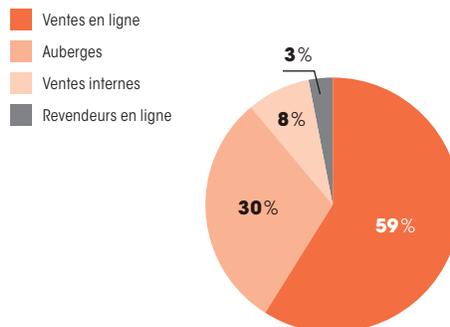


CANAUX DE VENTES 2016

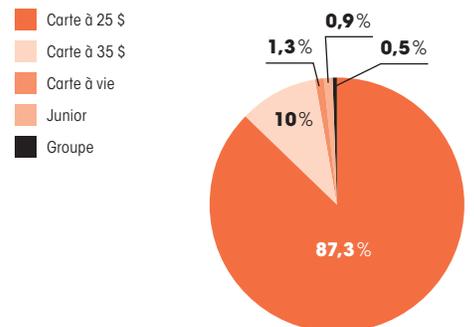
CARTES ADULTE



CARTES À VIE



TYPES DE CARTES VENDUES



CONFÉRENCES VOYAGES

MONÉTISER SON BLOGUE

26 novembre 2015 | HI-Toronto

Lors de cette conférence voyage commanditée par HI-Canada et organisée par *Travel Massive*, la conférencière Ayngelina Brogan de [BaconisMagic.ca](#) a révélé ses astuces pour accroître la monétisation d'un blogue, un objectif que cherche à atteindre un nombre croissant de blogueurs voyage.

VOYAGER À PETIT BUDGET

7 septembre 2016 | HI-Toronto

Trois conférenciers invités (Ali Derksen et Lisa Cimini de [KnowRoamin.com](#) et Barry Choi de [MoneyWeHave.com](#)) ont partagé leur expertise sur la meilleure façon de voyager au Canada sans trop casser sa tirelire.

6 À 8 VOYAGE

27 septembre 2016 | HI-Montréal

Lors de la *Journée mondiale du tourisme*, et dernière journée des activités entourant la campagne *Sleep for Peace*, l'auberge HI-Montréal a accueilli l'édition de septembre des 6 à 8 voyage. Cette soirée mensuelle itinérante, organisée par Jennifer Doré-Dallas du blogue *Moi, mes souliers*, a réuni des mordus de voyage au bar de l'auberge tout en leur permettant d'échanger sur leur passion commune.



REFONTE DES SITES INDIVIDUELS

En décembre dernier, une refonte des sites individuels des auberges **HI-Montréal**, **HI-Toronto** et **HI-Mont-Tremblant** a été entamée et c'est en juin 2016 que les 3 nouvelles plateformes ont été lancées. Ce projet répondait à l'impératif d'offrir aux utilisateurs une plateforme facilement navigable sur l'appareil de son choix et qui répondait aux dernières tendances en matière de design web. Depuis le lancement, ces sites ont vu leur trafic en provenance des moteurs de recherche augmenter considérablement.

De juin à septembre 2016

hostellingmontreal.com 13,177 SESSIONS | **↑ 103%**
hostellingtoronto.com 18,956 SESSIONS | **↑ 808%**
hostellingtremblant.com 2,444 SESSIONS | **↑ 41%**

BLOGUE ET MAGAZINE TERN

Janvier 2016 marqua le lancement du premier numéro bilingue de **TERN**, le magazine numérique de Hostelling International-Canada. Ce magazine trimestriel contient des articles rédigés par des voyageurs de tous horizons et propose des articles de qualité abordant des thématiques en lien avec le voyage.

En juillet 2016, les blogues *Backpacker Buzz* et *NOMAD* ont migré vers la plateforme **tern.travel**. Cette transition visait à consolider les efforts en stratégies de contenu et rediriger le trafic au sein d'une seule et unique plateforme. Cette année, le blogue a enregistré près de 100 000 pages vues et reçu plus de 70 000 visiteurs uniques.

SALONS

La région du Québec et de l'Ontario a participé encore cette année à deux salons visant les professionnels de l'industrie du tourisme : *Rendez-Vous Canada à Montréal* et le *World Youth and Student Travel Conference* à Belgrade. La participation de l'association à ces deux événements vise à développer de nouvelles opportunités d'affaires avec des joueurs de l'industrie tout en consolidant des relations avec différentes parties prenantes et demeurer à jour dans les dernières tendances mondiales dans le milieu du tourisme des jeunes.

SITE NATIONAL

Le site **hihostels.ca** a reçu près de 700 000 visiteurs uniques et enregistré 2.6 millions de pages vues, ce qui constitue toutefois une baisse de trafic. Le processus de refonte du site a été entamé et celle-ci est planifiée pour avril 2017.

Alors que le site national demeure une source importante de réservations pour les auberges propriété de la région, **booking.com** est devenu la source première de réservations en ligne pour **HI-Montréal** et **HI-Ottawa Jail** à l'été 2016. L'an prochain, des efforts accrus seront effectués par le département marketing, en partenariat avec la direction des auberges, afin de renverser cette tendance.

MÉDIAS SOCIAUX

En février 2016, l'association a lancé une nouvelle vidéo visant à faire la promotion du réseau HI-Canada. Depuis sa mise en ligne, cette vidéo a recueilli plus de 30 000 vues sur *Facebook* et *YouTube*.

Un premier webinaire national a aussi été effectué visant à offrir aux directeurs des outils et des conseils sur la gestion de leur page *Facebook*. Plus de 20 employés ont participé à cette première édition.

DES PARTENARIATS NUMÉRIQUES



La région continue à établir des partenariats stratégiques afin d'accroître sa visibilité numérique. Cette année, elle a lancé une offre spéciale sur *Far & Wide*, la plateforme lancée par *Destination Canada* en partenariat avec *Bell Media* en plus de collaborer avec différents influenceurs, tel *Le Backpacker*, *A Globe Well Travelled* et *Nomade Magazine*, afin de positionner le réseau ainsi que les auberges qui en font partie.

STATS MARKETING

RÉSEAUX SOCIAUX EN CHIFFRES

au 30 septembre 2015

12 313 fans sur 

2 660 abonnés 

1 359 abonnés 

SITE HIHOSTELS.CA

1 035 722 sessions | ↓ 11 %

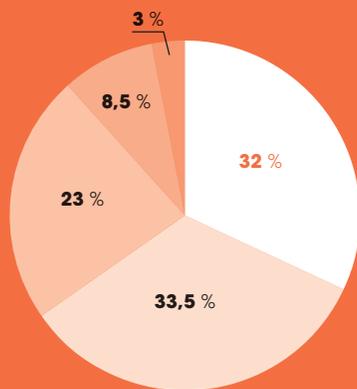
2 595 495 pages vues | ↓ 13 %

BLOGUE & MAGAZINE

82 916 visiteurs | ↑ 5 %

99 932 pages vues | ↓ 0,4 %

RÉSERVATIONS EN LIGNE POUR LES AUBERGES PROPRIÉTÉS DE LA RÉGION



-  hihostels.ca + sites individuels
-  booking.com
-  hostelworld.com
-  expedia.ca
-  hihostels.com

FONDATION TOURISME JEUNESSE



La **Fondation Tourisme Jeunesse** (FTJ), administrée par Hostelling International Canada - Région du Québec et de l'Ontario depuis un peu plus de deux ans, promeut toujours l'éducation et la formation des jeunes par l'entremise du voyage. À l'aide de bourses, la Fondation accomplit sa mission en soutenant des jeunes qui ont des projets de voyages, de stages ou de développement international.

Jusqu'à mars 2016, ce soutien financier était rendu possible grâce à *Visa Desjardins* qui remettait à la Fondation 0.25 % de tous les montants d'achats effectués par les détenteurs de carte *Visa Desjardins - Fondation Tourisme Jeunesse*. La multiplication des avantages offerts par les différentes cartes de crédit a mené plusieurs détenteurs à ne pas renouveler leur carte Visa affinité Fondation Tourisme Jeunesse. N'ayant plus la masse critique suffisante au maintien de cette dernière, *Visa Desjardins* a décidé de mettre fin à l'entente qui les liait depuis plus de vingt ans à la Fondation. Ce principal bailleur de fonds s'étant maintenant retiré, la Fondation a dû évoluer vers d'autres méthodes de financement et procéder à différents changements opérationnels afin de s'assurer de pouvoir poursuivre sa mission.

Afin d'élargir son bassin de partenaires et ses possibilités d'action auprès des demandeurs de bourses, la Fondation Tourisme Jeunesse opère maintenant au niveau national plutôt que provinciale ce qui lui permet d'agir dans l'ensemble du Canada.



De plus, la Fondation s'est dotée d'une nouvelle identité visuelle ainsi que d'un nouveau site Internet bilingue – ftj-ytf.ca. Ce dernier a été rendu possible grâce à la commandite continue de l'entreprise en solution web Mentel – mentel.com – et de leur expertise. Aussi, afin de joindre sa clientèle cible plus facilement, la Fondation est également présente sur différents médias sociaux afin de trouver de nouveaux partenaires.

Dans le cadre de ses activités, la Fondation a accordé quatre bourses en 2015-2016, dont trois à des jeunes avec des projets autonomes et une à un groupe de dix jeunes étudiants du *Collège de Rosemont*.

La Fondation a déjà commencé à préparer un encan-silencieux pour novembre 2016. En plus de contribuer à la réussite de projets menés par des jeunes voyageurs, cette soirée permettra également de souligner le travail effectué par la FTJ depuis ses débuts et d'échanger avec ceux et celles qui croient au dicton « les voyages forment la jeunesse ».

CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA FONDATION TOURISME JEUNESSE

Président : Bruno Bussières

Vice-présidente : Stéphanie Laurin

Secrétaire-trésorier : Jacques Perreault

SLEEP FOR PEACE DORS POUR LA PAIX 2016

Le 21 septembre 2016 avait lieu la *Journée internationale pour la paix de l'ONU*. Des auberges Hostelling International à travers le monde ont célébré cette journée en préparant des activités rassembleuses et inspirantes dans le cadre de la campagne **Sleep for Peace – Dors pour la paix 2016**. En plus d'inviter les auberges HI sur son territoire à participer au mouvement de sensibilisation, Hostelling International – Canada s'est engagé à faire un don de 1 \$ à la *Fondation Tourisme Jeunesse* pour chaque nuitée effectuée cette journée dans les auberges participantes. Une somme de 1 500 \$ a ainsi été remise à la *Fondation*. Ce don ira dans une bourse pour le développement d'un projet lié à la paix dans le monde.



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.

CÉSÎM - Comité d'économie sociale de l'île de Montréal : Jacques Perreault, représentant du secteur loisir et tourisme.

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

Fondation Tourisme jeunesse : Bruno Bussières, président du conseil d'administration; Stéphanie Laurin et Jacques Perreault, Dragos Cacio, coordonnateur.

OITS-Amériques - Organisation Internationale du tourisme social : Jacques Perreault, vice-président exécutif de l'OITS-Amérique, remplacé en octobre 2016 par Vincent Bérubé à titre de représentant des Auberges de jeunesse du St-Laurent.

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

Conseil des directeurs exécutifs : Jacques Perreault

Comité sur l'image de marque d'HI-Canada : Gaël Chartrand et Jacques Perreault

Comité Standards de Qualité : Vincent Bérubé (HI-Rivière-Du-Loup) et Isabelle Boyer

Comité Membership : Dragos Cacio

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 | Culture Montréal | Regroupement Loisir et Sport du Québec | Conseil Québécois du loisir | Patrimoine Ottawa

