



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

RAPPORT ANNUEL 2012-2013



CONSEIL D'ADMINISTRATION

ANNÉE 2012-2013

BENOIT LEGAULT, président A

Journaliste et rédacteur indépendant

SOPHIE LABRECQUE, vice-présidente A

Directrice générale

Fondation Internationale Roncalli

PETER HARRISON, trésorier A

Vice-Président associé

CPCS Transcom Ltd

JACQUES PERREAULT, secrétaire B

Directeur général

Auberges de jeunesse du St-Laurent | HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario

STÉPHANIE BAUDOIN, administratrice A

Chargée de comptes

Omnimed

JACQUES LANGEVIN, administrateur A

Membre utilisateur

Auberges de jeunesse du St-Laurent | HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario

STÉPHANIE LAURIN, administratrice A

Gestionnaire, tourisme culturel

Tourisme Montréal

GABRIELLE DE LA DURANTAYE, administratrice B

Assistante Directrice de l'hébergement

Auberge HI-Montréal

VINCENT BÉRUBÉ, administrateur C

Directeur

Auberge HI-Rivière-du-Loup

Selon l'article numéro 5 des règlements généraux, 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 et qui résident sur le territoire du Québec ou celui de l'Ontario.
- 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 d'organisations affiliées non votantes conformément à l'article 5.1 des Règlements généraux de l'Association canadienne de l'Ajisme et autres cartes internationales reconnue par Hostelling International qu'elles soient d'une région du Canada ou du monde.



MISSION

L'association Auberges de jeunesse du St-Laurent, également désignée sous le nom de **HI-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

HI-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	Le réseau en chiffres	10
Mot du directeur général	5	Membres et partenaires	12
Nos auberges - Amélioration des installations	6	Présence Internet	12
Nos auberges - Activités	8	Nos équipes	13
Auberges affiliées	9	Notre implication	14

MOT DU PRÉSIDENT



La situation des auberges de jeunesse Hostelling International (HI) semble difficile au Québec et en Ontario, et ce, notamment sur le marché de Montréal où nous faisons face à la compétition de près d'une vingtaine d'auberges dont certaines sont excellentes. La région de l'Ouest canadien connaît une situation semblable et ce, malgré l'abondance de ses ressources humaines, matérielles et naturelles. En fait, tout le réseau mondial des auberges HI connaît une période de repositionnement sur le marché de l'hébergement, sauf en Asie où les réseaux d'auberges sont nouveaux et où la marque HI permet une différenciation positive dans des marchés où l'hébergement à bas prix est encombré.

Néanmoins, nous entrevoyons l'avenir avec beaucoup d'optimisme, sans aucune complaisance. Plusieurs changements, parfois superficiels, parfois fondamentaux, nous mènent sur la voie du renouveau et de la pérennité.

Je tiens à rappeler que notre association est à but non lucratif et a comme mission sociale de proposer aux jeunes un accès à la découverte des lieux, des peuples et des cultures ; de leur faire découvrir le monde par une offre d'infrastructures d'hébergement abordables et sécuritaires.

Nos auberges de Toronto et d'Ottawa génèrent des revenus intéressants et prometteurs dans des marchés d'une très grande valeur ajoutée. Ces auberges sont rapidement devenues des piliers de nos opérations au même titre que HI-Montréal. Elles financent toutes nos activités associatives. Si elles étaient « malades », c'est l'ensemble de notre association qui en souffrirait. Comme l'explique notre DG dans son rapport annuel, HI-Montréal est en pleine revitalisation. On le voit déjà très bien en visitant la réception *relookée* de cette grande auberge urbaine.

Nous travaillons aussi à parfaire le réseau de nos auberges en dehors des grandes villes. L'esprit de l'ajisme, c'est aussi de rendre accessible des hébergements conviviaux et de qualité sur tout le territoire dont nous avons la responsabilité.

Cette mission, notre association la réalise entre autre en proposant 15 destinations dans les provinces de l'Ontario et du Québec et en ouvrant à ses membres près de 4000 autres destinations de par le monde. Notre communauté de voyageurs compte plus de 13000 membres sur notre territoire; ceux-ci s'ajoutant aux autres 3.5 millions de membres sur la planète. Les usagers de nos auberges proviennent à plus de 60% de l'extérieur du Canada alors que les Canadiens ont réalisé une centaine de milliers de nuitées dans les auberges HI à l'étranger.

La vie associative, ce n'est pas que de la brique et du mortier. La mission de l'association, son âme en quelque sorte, est portée par le concept d'une communauté de voyageurs partageant des valeurs communes. Ce concept est la source de moult initiatives présentes et futures visant à ajouter de la valeur à l'adhésion au mouvement HI. Ces initiatives sont bien présentées dans notre plan stratégique qui commence à porter fruit.

Au fil des années passées au conseil d'administration, je constate que HI-Canada est une association complète et dynamique qui, à son propre rythme, cherche toujours à améliorer le service aux membres. Lors d'une assemblée générale spéciale tenue en octobre dernier, HI-Canada a fusionné deux territoires, la Saskatchewan et le Manitoba, pour en faire une nouvelle région nommée Prairies. Cette fusion devrait, nous espérons, permettre le développement du territoire des prairies.

La responsabilité du développement du territoire d'Hostelling International au Canada est donc partagée maintenant entre la région des Prairies et celle de l'Atlantique, entre lesquelles nous sommes confortablement installés, et entre la région des Montagnes et du Pacifique. S'ajoute à nous, un bureau de coordination national basé à Ottawa.

Chaque année, un énorme travail est accompli au sein de notre organisation en vue de développer le réseau HI et de faire en sorte que les membres sortent gagnants de toutes nos actions. Ces tâches ne peuvent se réaliser que si tous les différents acteurs jouent leur rôle respectif, depuis l'international jusqu'au niveau local.

Je tiens à remercier tous les administrateurs du temps bénévole qu'ils consacrent à notre association, nos partenaires canadiens et internationaux, ainsi que tous les salariés et bénévoles, sans qui notre mission ne pourrait s'accomplir.

Et enfin, je m'en voudrais de terminer sans un merci tout spécial pour Jacques Langevin, un administrateur qui a dû nous quitter pour des raisons de santé en cours d'année. Merci Jacques!

Bonne lecture!

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Benoît Legault". The signature is fluid and somewhat stylized, with a long horizontal stroke at the end.

Benoît Legault
Président

MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

Les événements qui ont rythmé l'année 2012-2013 ont été autant de défis qui nous ont poussés à nous démarquer et à travailler avec encore plus d'acharnement pour rester compétitifs.

Voici quelques-uns de ces événements qui ont ponctué notre année :

1. Refinancement de l'association lors du renouvellement de l'hypothèque de HI-Toronto. Étant donné un taux d'intérêt très bas, nous avons augmenté le montant de l'hypothèque de HI-Toronto afin de moderniser nos équipements et entreprendre certains travaux dans nos auberges.

Aussi, une partie du prêt sera utilisé en 2013 - 2014 afin de remettre HI-Montréal au goût du jour et d'être ainsi plus confortable et attrayante pour les jeunes voyageurs.

2. Deuxième année de gestion de HI-Ottawa et l'expansion de son bar, le Mugshots. Entre autres, le bar offre la possibilité à de jeunes artistes et DJ de pratiquer leur art devant public. Il fournit aussi l'opportunité aux voyageurs internationaux de s'initier à la culture canadienne. Le bar a connu un tel succès en 2013 que son harmonisation avec la fonction hébergement sera à retravailler en 2014. Nous offrons d'abord et avant tout de l'hébergement aux jeunes voyageurs, mais l'expérience culturelle et l'animation nous semblent tout aussi importantes.

3. Forte baisse de l'achalandage à Montréal et importante baisse de revenus pour HI-Montréal. Le fractionnement du marché des auberges de jeunesse à Montréal n'a d'égal que les difficultés de l'hôtellerie québécoise. Ce problème est de nature locale et heureusement ne se pose pas dans toutes les destinations où nos auberges sont installées. HI-Montréal a perdu beaucoup de nuitées au profit de ses concurrents. Cela nous a amenés à développer un plan d'action qui sera en place dès l'été 2014.

4. Baisse des revenus à HI-Niagara Falls. Une très mauvaise saison estivale à Niagara Falls a fait fondre la plus grande partie des revenus de l'auberge. Des corrections ont été apportées en septembre et montrent déjà un relèvement de la situation. Toutefois, Niagara Falls, étant devenue pour beaucoup, une destination éclair à visiter en un jour depuis Toronto, nous devons évaluer, au cours de l'année, la pertinence de continuer à y être directement présents.

5. Hausse de revenus HI-Toronto. Contrairement à HI-Montréal, HI-Toronto va très bien même si son achalandage n'augmente pas beaucoup. Son taux d'occupation, qui dépasse les 82% annuel, ne laisse peu de marge à l'augmentation de nuitées. Sans augmenter drastiquement les tarifs d'hébergement, l'auberge a su, au fil des ans, améliorer son offre afin de satisfaire sa clientèle. Ses revenus ont ainsi crû considérablement. HI-Toronto est devenue, pour la première fois depuis son acquisition par notre association en 2005, la plus rentable de nos cinq auberges.

6. Codirection à HI-Mont-Tremblant. Le retour du directeur de HI-Niagara Falls au Québec nous a donné l'idée d'expérimenter une nouvelle forme de direction. La codirection nous a permis de faire des choses qu'une seule personne n'aurait pu accomplir seule.

7. Baisse de revenus du côté membership. Depuis quelques années déjà nous constatons une baisse des adhésions des jeunes voyageurs de notre région, tout comme dans l'ensemble du Canada d'ailleurs. Il est temps de moderniser les services que nous attachons au statut de membre. Un travail de planification de nos actions fut réalisé au cours de l'année et devrait, si tout va bien, voir le jour durant la prochaine année financière. Nous espérons que la carte de membre offrira de meilleurs rabais en ce qui concerne les dépenses de voyage, qu'elle sera davantage disponible dans



des endroits hautement stratégiques pour les voyageurs et enfin, qu'elle offrira un service de préparation au voyage assez unique.

Alors que les années calmes et prévisibles semblent être derrière nous, c'est dans un environnement trouble et incertain que nous devons maintenant évoluer. Et bien soit, ce n'est pas les premières difficultés que nous traversons! En 75 ans, nous en avons connues bien d'autres.

En terminant, je tiens à remercier tous les membres de notre équipe, salariés et bénévoles, qui ont pris à cœur la réussite de nos auberges encore cette année.

Jacques Perreault
Directeur général

NOS AUBERGES

AMÉLIORATION DES INSTALLATIONS

Bien que la situation économique soit parfois moins propice aux grandes rénovations, HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario cherche tout de même à continuellement améliorer les installations dans ses auberges.

HI-TORONTO



Le changement le plus marquant cette année pour HI-Toronto demeure l'obtention de son permis d'alcool : les voyageurs séjournant à HI-Toronto peuvent désormais lever leur verre à la santé de la ville reine au *Cavern Bar & Bistro* tout en échangeant avec d'autres sur leurs expériences de voyage. Le bar peut accueillir jusqu'à 45 personnes. L'ajout de ce volet « alcoolisé » au déjà existant café-bistro a rendu nécessaire l'installation d'une chambre froide. De plus, afin de rendre les soirées plus « musicales » une petite scène a été installée pour accueillir des groupes de partout à travers le monde. Qui dit bar dit « il faut se mettre sur son 36 ». Une salle de bain supplémentaire a donc été installée au 4^e étage et ce, bien que chaque chambre ait sa propre salle de bain adjacente. Ces rénovations ont été faites afin de donner encore plus de confort et de services aux voyageurs.

hihostels.ca/toronto

HI-OTTAWA



Malgré les 151 ans de son édifice, HI-Ottawa renferme l'un des bars les plus hip en ville, le *Mugshots*. Victime de ce succès, l'auberge a dû isoler certaines fenêtres et entrées afin de contrôler le bruit se propageant sur certains étages et ailes du bâtiment. Le bar a également ajusté sa programmation afin de permettre aux voyageurs désirant dormir de le faire dans une plus grande quiétude.

L'auberge a aussi modifié son 8^e étage afin d'obtenir 12 nouvelles « cellules-chambres ». Ce grand espace est parfait pour les voyageurs à sac à dos à la recherche d'un hébergement à bon prix dans la Capitale nationale.

hihostels.ca/ottawa

HI-NIAGARA FALLS



HI-Niagara Falls a commencé en 2013 la formation pour obtenir la certification HI-Qualité « light », un système de gestion de la qualité qui permettra à l'auberge d'améliorer en permanence le séjour des voyageurs et l'environnement de travail de son équipe.

Aussi, afin d'offrir plus de confort aux voyageurs, HI-Niagara Falls a rénové certaines salles de bains : deux nouvelles toilettes ont été ajoutées et une douche a été refaite à l'étage ; au rez-de-chaussée, une salle de bain a été également rafraîchie. Une cure de rajeunissement a aussi été commencée en 2013 au sous-sol et se poursuivra en 2014.

hihostels.ca/niagarafalls

HI-MONT-TREMBLANT



Plus de 4000 lacs sont répertoriés dans les Laurentides : il n'est donc pas surprenant qu'il y en ait un dans la cour arrière de HI-Mont-Tremblant. Cette année, l'auberge a renouvelé une partie de son équipement nautique afin de mieux servir les voyageurs ayant le pied marin et qui voudraient profiter du Lac Moore. L'auberge s'est donc procuré des canots et un pédalo. Le quai donnant sur le lac a également été rénové afin d'offrir un accès sécuritaire aux embarcations. Les tables à pique-nique se sont également refait une beauté au printemps pour être fin prêtes pour les nombreux BBQ estivaux organisés par l'équipe de HI-Mont-Tremblant.

L'intérieur de l'auberge a aussi subi quelques changements, entre autres les lits doubles des chambres privées ont tous été changés pour offrir un meilleur repos à leurs occupants.

hihostels.ca/tremblant

HI-MONTRÉAL



En 2013, HI-Montréal s'est dotée d'un plan précis pour améliorer ses installations en les rendant visuellement plus attrayantes et pratiques pour ainsi offrir à ses voyageurs un espace d'hébergement et de socialisation privilégié. Pour ce faire, HI-Montréal a retenu les services d'une designer pour revoir le design de l'auberge. Le projet a été divisé en différentes phases. La première devant commencer en novembre 2013, s'attaquera à l'aire d'accueil de l'auberge. Des plans ont également été établis pour rafraîchir les corridors et les chambres. Aussi, la décision de reprendre la gestion du café-bistro de l'auberge a été prise et annoncée. Des changements au menu comme l'inclusion du déjeuner dans la nuitée devrait apparaître en hiver 2013-2014.

Finalement, afin d'accroître le confort des voyageurs, HI-Montréal a complété le remplacement de ses lits et a renouvelé la literie et les oreillers.

hihostels.ca/montreal

ACTIVITÉS

Les programmes d'activités permettent aux voyageurs de socialiser entre eux. Ils font partie de l'ADN des auberges HI.

HI-TORONTO

HI-Toronto a offert en cours d'année une programmation d'activités variée au *Cavern Bar & Bistro* : des quiz musicaux, des comedy nights et des soirées thématiques. Des activités permettant de découvrir la ville ont également été organisées : des « expériences Yoga dans le parc », des marches guidées pour voir les graffitis, des balades « voyage dans le temps », ou encore des marches guidées plus traditionnelles. Plus de 4 000 voyageurs ont pu découvrir la ville grâce à HI-Toronto.

HI-MONT-TREMBLANT

L'activité rassembleuse de cet été aura sans doute été, comme à HI-Niagara Falls, les BBQ. Les randonnées personnalisées dans le parc et ses environs ont aussi permis aux voyageurs de découvrir des lieux magnifiques et moins touristiques de Mont-Tremblant.

Il ne faut pas oublier qu'une célébration a eu lieu en juin pour souligner le 15^e anniversaire de l'auberge.

HI-MONTRÉAL



Avec la traditionnelle tournée des bars qui attire toujours un grand nombre de personnes, c'est le *Quiz Night* qui est devenu l'activité la plus populaire à HI-Montréal. Plus de 3 000 voyageurs ont participé à la programmation d'activités régulières de l'auberge. HI-Montréal, en partenariat avec plusieurs festivals dans la métropole, a aussi organisé plusieurs sorties spéciales avec les voyageurs.

HI-NIAGARA FALLS

Les BBQ ont, comme les années précédentes, été très populaires auprès des voyageurs séjournant à HI-Niagara Falls. Ils ont engendré de nombreux échanges autour du feu. Les randonnées pédestres au Niagara Glen Park furent aussi très appréciées de tous puisqu'elles permettent aux voyageurs de découvrir la beauté naturelle et sauvage de la région.

HI-OTTAWA



Afin que les voyageurs retirent le maximum de leur séjour dans ce bâtiment illustre, HI-Ottawa a ajouté à son programme d'activités une visite guidée des lieux pour ceux désirant en savoir plus sur son histoire. Depuis mai 2013, plus de 4 000 voyageurs se sont prévalus de ce privilège. Cette activité s'ajoute aux nombreuses autres qu'offre l'auberge via le *Mugshots*, son bar, ou à travers la capitale nationale.



JOYEUX 15^e ANNIVERSAIRE HI-MONT-TREMBLANT!

HI-Mont-Tremblant a célébré ses 15 ans en 2013. L'auberge accueille des voyageurs de partout à travers le monde adeptes de plein air ou en quête de découvertes depuis 1998.

NOS 10 AUBERGES AFFILIÉES

Au Québec et en Ontario, 5 auberges sont la propriété de l'association Auberges de jeunesse du St-Laurent : HI-Montréal, HI-Mont-Tremblant, HI-Ottawa, HI-Toronto et HI-Niagara Falls ; et 10 auberges sont des auberges affiliées.

Parmi ces 10 auberges affiliées, 9 se trouvent au Québec et 1 en Ontario. Elles sont autant de bases idéales pour explorer notre vaste territoire.

Les passionnés d'histoire, d'art, de bouffe, de festivals et de concerts trouveront leur bonheur en séjournant en plein cœur du Vieux-Québec à **HI-Québec**, ou encore à **HI-Trois-Rivières**, où l'auberge accueille les voyageurs et vacanciers dans une ambiance intime de petit gîte québécois.

Ceux qui veulent explorer la forêt québécoise et ses grands espaces apprécieront passer par **HI-La Tuque**. Les mordus de rafting et de sensations fortes seront servis à **HI-Esprit** en Outaouais.

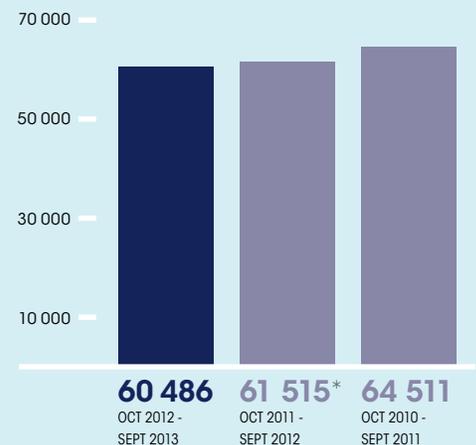
Les artistes de renom de la programmation du *P'tit Café* de **HI-Petite-Nation** à St-André-Avellin enchanteront tout le monde; des voyageurs de passage aux mélomanes avertis.

Le Québec s'est construit le long du fleuve Saint-Laurent, et quatre auberges maritimes y font prendre le large aux visiteurs. **HI-Rivière-du-Loup** offre des couchers de soleil majestueux et les baleines n'y sont pas si timides. À l'auberge festive **HI-Sea Shack**, à Ste-Anne-des-Monts, c'est la fête chaque soir sur la plage. Les petits chalets de **HI-Griffon Aventure** près de Gaspé, qui surplombent les falaises de Forillon, à l'extrémité de la péninsule gaspésienne, présentent des paysages dramatiques à couper le souffle. L'auberge **HI-Îles-de-la-Madeleine** est, quant à elle, le point de départ parfait pour l'exploration de cet archipel de collines battues par le vent et de plages infinies.

HI-Maynooth, à proximité du magnifique Parc Algonquin en Ontario, charmera les voyageurs-explorateurs en manque d'espaces quasi-vierges.

Ces auberges affiliées sont une vitrine sur les plus beaux coins du Québec et de l'Ontario. Elles sont toutes opérées en accord avec la philosophie du mouvement ajiste soit la rencontre et la compréhension de la différence par l'entremise du voyage.

NOMBRE DE NUITÉES AUBERGES AFFILIÉES



* Erratum : Une erreur s'est glissée dans notre rapport annuel de l'an passé : le nombre de nuitées relevées dans nos auberges affiliées était de 61 515, non pas de 68 743.

JOYEUX ANNIVERSAIRE HI-TROIS-RIVIÈRES ET HI-QUÉBEC!

Elles ne font pas leur âge! En 2013, **HI-Trois-Rivières** a célébré ses 30 ans et sa voisine de quelques 100 kilomètres, **HI-Québec**, a fêté ses 40 ans. Bonne fête toutes les deux!



LE RÉSEAU EN CHIFFRES

La région a subi une baisse de nuitées de 6% cette année. Cette chute s'explique entre autres par le non renouvellement du bail de l'auberge d'été HI-St-Antoine à Montréal et par la forte offre d'hébergement dans la métropole qui dilue la part de marché de HI-Montréal, de loin l'auberge qui affiche la plus forte baisse de nuitées de la région.

LES MARCHÉS CANADIENS

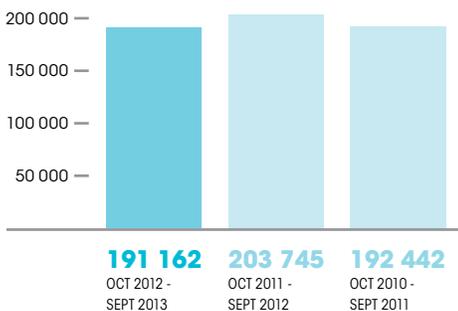
Les Canadiens continuent d'être le plus grand marché pour les auberges HI de la Région du Québec et de l'Ontario. Ils représentent 34% du total des nuitées. 45% de ces nuitées sont attribuables aux Québécois; ce qui les place, encore cette année, au numéro 1 du palmarès des marchés canadiens. Ces mêmes nuitées représentent 15% de toutes les nuitées de la région en incluant les nuitées internationales.

LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

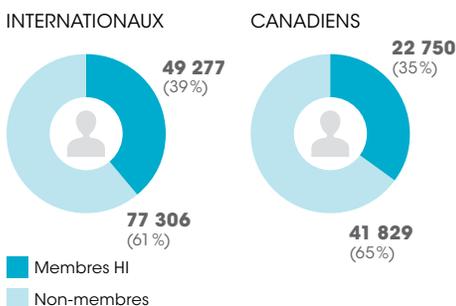
Le top 10 des provenances des voyageurs internationaux n'a pas beaucoup changé depuis les 3 dernières années. Les États-Unis, le marché international principal de l'association après la France, a subi une baisse de 7% alors que la France a éprouvé une perte de 8% sur l'an passé. On doit noter que cette année, le Brésil s'est hissé au 7^e rang avec une hausse de nuitées de 28%, la plus forte hausse du top 10. Un autre fait intéressant, la Chine occupe le 11^e rang en termes de nombre de nuitées dans les auberges HI du Québec et de l'Ontario.

STATISTIQUES | RÉGION DU QUÉBEC ET DE L'ONTARIO

NOMBRE DE NUITÉES TOTALES



VOYAGEURS 2012-2013 MEMBRES ET NON-MEMBRES



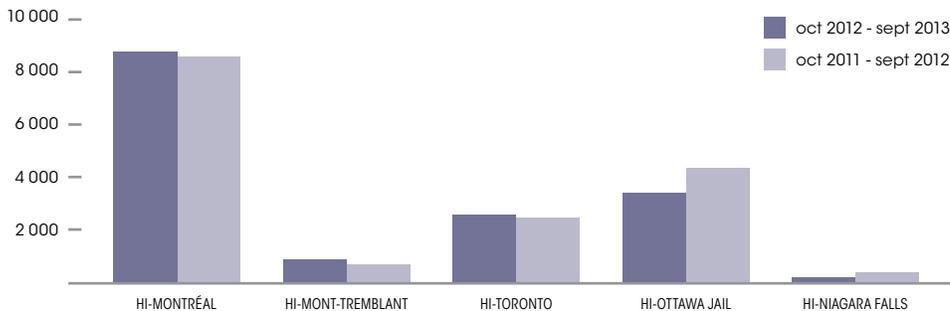
PROVENANCE DES VOYAGEURS AYANT SÉJOURNÉ DANS NOS AUBERGES



TOP 10 - MARCHÉS INTERNATIONAUX 2012-2013



NOS AUBERGES - RÉSERVATIONS GROUPES



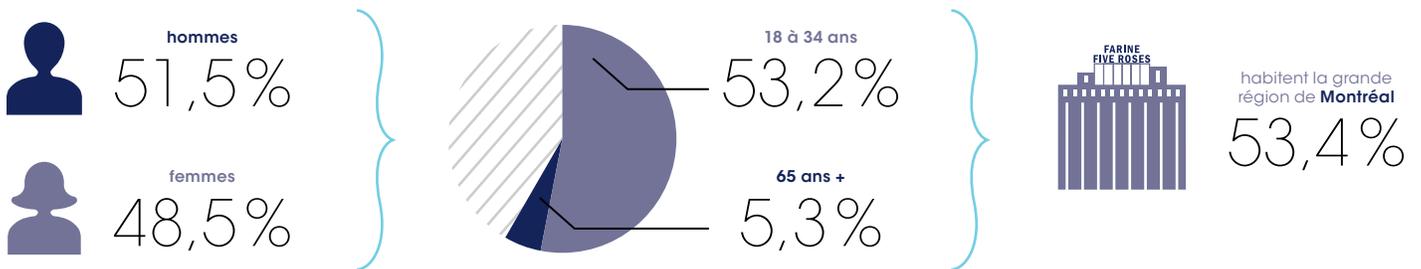
En 2013, nous avons demandé à nos membres HI :

« Quelle est ta PROCHAINE DESTINATION? »

EUROPE 52,9%

CANADA 33,5%

PROFIL DE NOS MEMBRES



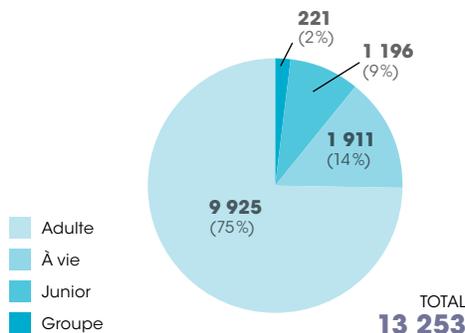
LE MEMBERSHIP

Au 31 mars 2013, Hostelling International-Canada Région du Québec et de l'Ontario comptait 13 253 membres actifs dans les 2 provinces couvertes par son territoire ce qui représente une diminution de près de 12% comparé à l'année précédente.

Du 1^{er} octobre 2012 au 30 septembre 2013, nous avons enregistré un total de 7 789 cartes de membre vendues, dont : 3 232 cartes adultes, 97 cartes à vie et 4 460 cartes internationales. Cela équivalait à une baisse de 19% comparé à l'année fiscale précédente pour les cartes adultes et une diminution de 2% pour les cartes internationales.

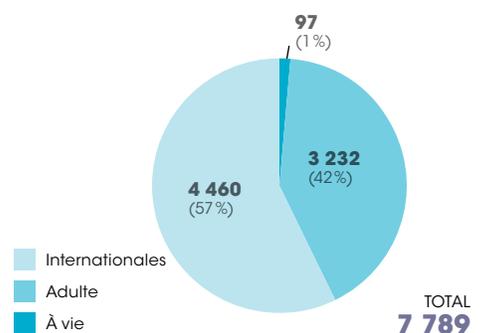
MEMBRES ACTIFS

région du Québec et de l'Ontario, au 31 mars 2013



CARTES DE MEMBRE VENDUES

entre le 1^{er} octobre 2012 et le 30 septembre 2013



PRÉSENCE INTERNET & MARKETING

MEMBRES ET PARTENARIATS

BULLETIN ÉLECTRONIQUE NOMAD



L'envoi du bulletin électronique est devenu cette année une tâche partagée entre la Région du Québec et de l'Ontario, qui s'occupe de l'envoi francophone, et la Région du Pacifique et des Montagnes, qui s'occupe de l'envoi anglophone. Les bulletins sont maintenant envoyés à raison de 6 fois par année à plus de 7000 membres francophones et 26500 membres anglophones et connaissent un taux d'ouverture moyen de 24%.

PRÉSENCE INTERNET

NOUVEAU BLOGUE NOMAD



Au mois de mars, le blogue NOMAD a été lancé à titre de référence voyage francophone pour les backpackers. Celui-ci a reçu plus de 3000 visites et près de 60 billets, abordant voyage, nouvelles HI et destinations, y ont été publiés jusqu'à présent.

nomad.hihostels.ca

NOUVEAUX RABAIS

AMIGO EXPRESS

Une entente régionale a été officialisée avec le service de covoiturage *Amigo Express* au printemps 2013. Dix des auberges de la région du Québec et de l'Ontario sont maintenant des points de vente de produits *Amigo Express* et nos membres obtiennent 10% de rabais à l'achat de ceux-ci ainsi que 6 mois d'abonnement gratuit à titre de passager.

DISCOUNT QUÉBEC

La compagnie de location de voitures *Discount Québec* s'est aussi ajoutée à la liste de partenaires offrant un rabais sur un service de transport. Accessible directement en ligne, le rabais permet aux membres HI d'obtenir 10% de rabais sur la location de voitures et 15% sur la location de camions.

CONFÉRENCES-VOYAGE

Grâce à l'implication de **Myriam O. Courtemanche**, alors stagiaire à l'ITHQ, le programme de conférences-voyage a pu être reconduit cette année. Trois conférences ont donc été organisées et présentées dans nos auberges de Montréal, Toronto et Ottawa. Celles-ci ont pour objectifs d'offrir un service additionnel aux membres, de positionner Hostelling International à titre de référence pour les backpackers et accroître la visibilité de nos auberges.

PARTENARIATS LOCAUX

Nous continuons à établir des partenariats avec des organisations locales qui reflètent nos valeurs et cette année nous avons travaillé, entre autres, avec *Géotourisme*, *Piknic Electronik/Igloofest*, *MUTEK*, *Fantasia*, *Pop Montréal*, *PVTistes.net*, *Toronto Travel Massive* et le *Festival du nouveau cinéma*.

BIG BLOG EXCHANGE

Dans le cadre de la campagne internationale *Big Blog Exchange*, mise sur pied par le bureau de Londres, Hostelling International Canada a reçu la blogueuse malaisienne Chee Ching qui voyagea d'ouest en est pendant 10 jours. Dans le cadre de cet échange, Chee Ching a séjourné dans nos auberges de Toronto et Montréal et a pu visiter ces deux villes, en plus de Niagara Falls, en compagnie des membres de nos équipes. HI a aujourd'hui gagné plusieurs prix pour cette campagne novatrice.

bigblogexchange.org

RÉSERVATIONS EN LIGNE : TENDANCE À LA HAUSSE

Les réservations effectuées en ligne sont à la hausse, tandis que les sites tiers, tels hostelworld.com et booking.com continuent leur montée en flèche. Toutefois, les réservations en provenance de nos sites de réservations demeurent stables et constituent encore cette année 34% des revenus générés en ligne. Les revenus générés via hihostels.com ont cependant diminué au courant des douze derniers mois et la performance de ce site sera à surveiller cette année alors que le bureau de Londres lancera sa nouvelle plateforme au début 2014.

Voir graphique --->

PRÉSENCE SUR LES CAMPUS

La clientèle étudiante constituant un segment important de notre public cible, nous avons poursuivi notre participation aux salons touristiques dans les établissements scolaires, notamment au Cégep Ahuntsic et Cégep de l'Outaouais.

SALONS

Afin d'accroître l'achalandage dans nos auberges, promouvoir la visibilité du réseau et augmenter les adhésions, nous avons participé aux salons *Travel Expo de Flight Centre et Toronto Ski, Snowboard and Travel Show* ainsi qu'à la conférence *TBEX*, dans le cadre de laquelle nous avons collaboré avec *HI-USA* et *Matador Network* à l'organisation d'un événement de réseautage pour les blogueurs participants.

Il n'y a pas que les installations et les services offerts dans une auberge qui font qu'elle se démarque du lot, il y a aussi le personnel en place, qui fait toute une différence. Le succès de nos auberges est un exemple flagrant de cet apport humain essentiel à la réussite d'une entreprise. Qu'ils soient employés, stagiaires ou bénévoles, 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.

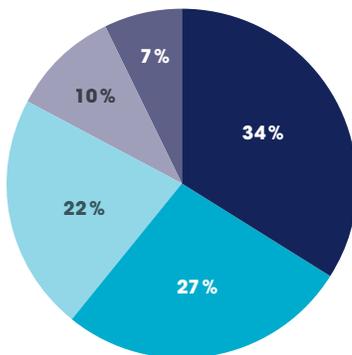
Chaque rapport annuel fait également mention des employés ayant atteint en courant d'année fiscale 5, 10, 15, 20 ans ou plus de service. Cette

année, Auberges de jeunesse du St-Laurent tient à souligner les 35 ans de service de **Renée Charbonneau**, directrice du service groupe pour l'association. Merci Renée!

L'association tient aussi à souligner quelques départs marquants. **Juana Davis**, responsable de l'équipe d'entretien ménager de HI-Montréal depuis 23 ans a pris sa retraite cette année. À HI-Toronto, **Anna Baptista et son efficace équipe** d'entretien ménager au service de l'auberge depuis près de 10 ans ont mis fin à leur contrat. **Philippe Beauvais**, propriétaire du *Café Globe Trotteur*, a aussi remis les clés du café après 15 ans à nourrir les voyageurs.

SAVIEZ-VOUS QUE...

En date du 30 sept 2013, le nombre d'employés au bureau régional de HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario et dans les 5 auberges appartenant à la région, c'est-à-dire HI-Montréal, HI-Mont-Tremblant, HI-Toronto, HI-Ottawa et HI-Niagara Falls, totalisait **93 employés**. De plus, **la moyenne des années de services était de 3,25 ans!**



- hihostels.ca
- hostelworld.com
- hihostels.com
- hostelbookers.com
- booking.com

CAMPAGNE BOB CANADA

L'été 2013 a été marqué par la tenue d'une campagne *Instagram*, **Bob Canada**. Elle visait à recueillir des photos représentant les coups de coeur des voyageurs au Canada et à créer ainsi un guide de voyage visuel généré par les utilisateurs-mêmes. À ce jour, plus de 1 000 photos ont été partagées et le matériel recueilli nous a permis d'alimenter nos médias sociaux, générant une visibilité et un taux d'interaction considérables.

bobcanada.ca



#bobcanada

NOTRE IMPLICATION

DANS LA COMMUNAUTÉ

De par sa mission, les auberges HI sont constamment en lien avec la communauté de voyageurs qui les visitent, mais aussi avec la communauté locale. Par leurs actions, elles contribuent à renforcer le tissu socioculturel de la communauté.

HI-OTTAWA

HI-Ottawa, bien implantée dans son milieu, a accueilli plusieurs événements de charité en cours d'année, comme *Hidden Harvest Ottawa* et *4 Pivots Sake*.

HI-MONTRÉAL



Dans une optique de développement durable et de déploiement de ses liens avec la communauté, HI-Montréal a été désignée comme point de chute pour *la ferme Cadet Roussel* qui livre des produits biologiques de la ferme, sans intermédiaire, aux citoyens de la ville. Cette initiative a été faite en collaboration avec *Équiterre*, une entreprise d'économie sociale favorisant une consommation responsable.

HI-TORONTO

HI-Toronto a organisé une clinique de l'emploi en ses murs. Ce fut une belle occasion pour des dizaines de jeunes de se rencontrer, d'échanger sur le voyage et surtout de se trouver un emploi à HI-Toronto. Le programme éducatif *Let The World Come To Your Class* destiné aux jeunes des écoles de la ville a également permis à des élèves d'être initiés aux bases de l'ajisme.

PETIT À PETIT, UN PEU PLUS VERT

HI-Ottawa a développé cette année une stratégie plus dynamique pour inciter les gens à composter et recycler davantage. Une meilleure signalisation pour éduquer les voyageurs a été mise en place aux endroits appropriés : l'équipe en place a été formée pour mieux trier les aliments et déchets et l'auberge s'est dotée de bacs de compostage et de recyclage plus grands pour mieux répondre à la demande. Le tout a eu pour effet de réduire de moitié la quantité de déchets menés au dépotoir. **HI-Montréal** aussi, en insistant toujours davantage sur le compostage des produits alimentaires compostables, a réussi à réduire sa quantité de déchets jetés aux ordures.

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

Des membres du CA ou de la direction générale sont impliqués à titre bénévole dans différents conseils d'administration, comités et tables de rencontres :

CÉSÎM : Jacques Perreault, Représentant du secteur tourisme de ce comité consultatif de la Conférence régionale des élus (CRÉ).

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

Fondation Tourisme jeunesse : Jacques Perreault, Président du conseil d'administration

OITS-Amériques : Jacques Perreault, Président de l'OITS-Amérique

RESO Investissements : Jacques Perreault, Représentant en économie sociale au sein du comité d'analyse et de recommandation des dossiers d'investissements

À HOSTELLING INTERNATIONAL CANADA

HI-Canada-Région du Québec et de l'Ontario est impliqué dans divers comités au niveau national :

Forum des présidents : Benoit Legault

Conseil des directeurs exécutifs : Jacques Perreault

Comité sur le membership : Marie-Eve Lavoie et Gaël Chartrand

Comité sur le développement du site : Gaël Chartrand

Comité Quality Assurance Standards : Vincent Bérubé et Isabelle Boyer

NOTRE ASSOCIATION EST ÉGALEMENT MEMBRE DE...

Tourism Toronto | Tourism Ottawa | Tourisme Montréal | Tourisme Laurentides | Tourisme Mont-Tremblant (Chambre de commerce de Mont-Tremblant) | L'Association hôtelière du Grand Toronto / La Chambre de commerce de Niagara Falls | Regroupement économique et social du Sud-Ouest (RESO) | Culture Montréal | Regroupement Loisir et Sport du Québec | Conseil Québécois du loisir