



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

RAPPORT ANNUEL 2013-2014



CONSEIL D'ADMINISTRATION

ANNÉE 2013-2014

PETER HARRISON , président **A**

Vice-président
CPCS Transcom Ltd

BENOÎT LEGAULT, vice-président **A**

Journaliste de voyage
Professeur en Gestion du tourisme
Collège Champlain

WILLIAM PELLERIN, trésorier **A**

Avocat
Collin Bédard LLP

JACQUES PERREAU, 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

MARC BRUNELLE*, administrateur **A**

Propriétaire-gestionnaire
Emme Chalets

STÉPHANIE LAURIN, administratrice **A**

Gestionnaire, tourisme culturel
Tourisme Montréal

GABRIELLE DE LA DURANTAYE, administratrice **B**

Assistante Directrice de l'hébergement
Auberge de jeunesse HI-Montréal

VINCENT BÉRUBÉ, administrateur **C**

Directeur
Auberge de jeunesse HI-Rivière-du-Loup

**Marc Brunelle a quitté le CA des Auberges de jeunesse du St-Laurent en cours de mandat pour rejoindre celui de HI-Canada.*

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 reconnues 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 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	Présence Internet et marketing	12
Nos auberges - Amélioration des installations	6	Nos ressources humaines	14
Nos auberges - Divertissement et activités	8	Notre implication	15
Auberges affiliées	9		

MOT DU PRÉSIDENT



Je suis heureux d'annoncer que la région du Québec et de l'Ontario a connu cette année une année de progrès. Notre mission est encore d'aider les gens, en particulier les jeunes, à mieux connaître les peuples, les lieux et les cultures par l'entremise des auberges de jeunesse. La hausse significative de l'offre d'hébergement touristique pour les jeunes au Québec et en Ontario, y compris la venue de nouvelles auberges de jeunesse et l'offre d'hébergement en ligne ont grandement contribué à notre mission si l'on prend la définition de *hostelling* au sens large et nous pouvons en être satisfaits.

Paradoxalement, l'expansion de ces mêmes offres d'hébergement alternatives à nos auberges HI signifie que nous continuons à faire face à de nombreux défis. Bien que nous ayons vu un fort rebond dans nos revenus par rapport à l'année dernière, nous devons poursuivre la restructuration de notre organisation pour assurer sa pérennité dans les années à venir. Cette pérennité signifie que nous avons les fonds suffisants pour investir dans nos produits et services afin de répondre aux nouvelles attentes des voyageurs. En tant qu'organisation à but non lucratif, nous avons un accès limité au financement externe, nous devons donc soit augmenter les recettes ou réduire les coûts.

Cette restructuration n'a pas été facile pour notre personnel. Cependant, nos valeurs d'entreprise en économie sociale qui guident nos décisions et le

bien-être de nos employés, de nos clients et de nos partenaires d'affaires sont toujours un facteur clé dans les décisions du conseil d'administration et au sein de l'équipe de gestion. Néanmoins, cette restructuration se poursuivra alors que nous nous adapterons aux réalités changeantes du marché mondial du voyage.

À bien des égards, nous sommes à un moment critique dans l'évolution du réseau Hostelling International (HI) au Canada. Les structures qui nous ont bien servi dans le passé évoluent. Cette année, notre organisation nationale, HI-Canada, a connu une réforme qui recentre ses efforts dans le soutien aux régions, comme celle du Québec et de l'Ontario, afin de réaliser notre mission commune. Cette réforme se poursuivra et nous sommes confiants que des avantages tangibles en ressortiront dans l'année à venir.

Je profite de cette occasion pour exprimer ma gratitude envers tous les membres du conseil d'administration pour les heures qu'ils consacrent bénévolement à notre association, et je tiens également à remercier nos partenaires canadiens et internationaux ainsi que tous nos employés, sans qui notre mission ne pourrait être réalisée.

Peter Harrison
Président

MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

L'année n'a pas été parfaite, mais suffisamment satisfaisante pour voir revenir les beaux jours. Je sais que les faits saillants vous seront présentés tout au long de ce rapport annuel, mais les grandes lignes se lisent ainsi: relance de l'auberge de Montréal, année très performante à Toronto, vente de HI-Niagara Falls, aide à la création d'emploi par la CDEC Côte-des-Neiges - Notre-Dame-de-Grâce, stabilité dans nos auberges d'Ottawa et de Mont-Tremblant, deux nouvelles auberges affiliées au Québec et exercice d'équité salariale.

RELANCE DE HI-MONTRÉAL. Les six premiers mois, octobre à mars, ont été difficiles pour HI-Montréal. Cela était lié à une vive compétition entre auberges de jeunesse, mais aussi à la force montante d'Airbnb et aux problèmes d'achalandage de certains hôtels montréalais. Des rénovations importantes et une meilleure gestion de l'offre sur le web par l'équipe ont aidé à changer la donne. HI-Montréal va maintenant beaucoup mieux et est en mesure d'offrir d'excellents services aux jeunes voyageurs.

GRAND BOND EN AVANT POUR HI-TORONTO. La fermeture de grandes auberges de jeunesse concurrentes dans la ville reine, jumelée à une excellente gestion des opérations de l'équipe en place et à l'ouverture d'un bar dynamique dans lequel les spectacles originaux se succèdent, ont permis à HI-Toronto de réaliser 10 000 nuitées de plus que l'année précédente. Tout indique que cette performance devrait se reproduire dans les prochaines années. Bravo HI-Toronto!

TRANSACTION À SUCCÈS À NIAGARA FALLS. Nous avons tant à faire afin de réaliser notre mission et de traverser des moments difficiles, que le choix fut fait de vendre HI-Niagara Falls à quelqu'un qui pouvait y opérer une auberge HI en tant qu'auberge affiliée. Cette vente assure ainsi que la culture de Hostelling International soit conservée à Niagara Falls et que les membres HI de passage dans la région conti-

nent à y obtenir un hébergement de qualité. Les résultats de la vente ont été investis dans l'amélioration des infrastructures d'accueil de nos autres auberges et continuent ainsi de servir notre mission.

MERCI À LA CDEC CÔTE-DES-NEIGES - NOTRE-DAME-DE-GRÂCE. HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario a reçu une aide à la création d'emploi de la CDEC CDN-NDG afin de créer un poste d'agent de développement de marché, recrutement des membres. Depuis la création de ce poste, les adhésions ont augmenté de plus de 10%. Merci à la CDEC Côte-des-Neiges - Notre-Dame-de-Grâce.

OFFRE STABLE À MONT-TREMBLANT. HI-Mont-Tremblant et HI-Ottawa ont connu chacune un développement plus modeste que les deux auberges précitées. HI-Mont-Tremblant s'est cependant adjointe une nouvelle assistante à la direction d'auberge, ce qui a stabilisé l'équipe et apporté une énergie nouvelle à cette auberge. La saison d'été fut excellente.

DÉVELOPPEMENT EN MARCHÉ À HI-OTTAWA. HI-Ottawa a développé un bar qui a permis à plusieurs jeunes artistes de faire valoir leur talent devant public. En raison de la structure physique de l'édifice, le bruit était amplifié et causait une nuisance pour le sommeil de ceux qui séjournaient à l'auberge. Nous avons donc revu le type de programmation ainsi que les horaires de spectacles afin de concilier cette fonction culturelle à notre offre d'hébergement.

La vieille prison de Carleton, qui abrite notre auberge a grandement besoin d'amélioration physique : l'édifice a 152 ans, c'est un monument historique, donc très coûteux à réhabiliter. Des rencontres avec les représentants de la ville concernant l'obtention d'aide à l'amélioration laissent entrevoir un dénouement heureux pour cet édifice historique. L'histoire est à suivre...

UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE, UNE ORGANISATION... MIEUX... ORGANISÉE. HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario compte plus de 100 employés. Cette organisation est le fruit de l'intégra-



tion de trois associations, deux en Ontario et une au Québec. Cette intégration a débuté en 2005 et s'est continuée tout au long de la décennie qui a suivi. Nous avons traversé plusieurs défis afin d'arriver là où nous sommes rendus. Les choses ont souvent été traitées dans l'urgence plus que dans les priorités de valeurs qu'elles représentent pour nous. L'équité salariale entre hommes et femmes fait certainement partie de nos valeurs, tout comme l'ensemble des relations avec nos employés, nos clients, nos membres et partenaires. Le travail d'harmonisation de nos ressources humaines s'est amorcé en 2013-14, et se poursuivra dans l'année à venir.

UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS AU SOUTIEN DES OPÉRATIONS. En terminant, j'aimerais remercier l'ensemble des membres du personnel et du conseil d'administration pour tout le travail qu'ils accomplissent, mais je voudrais particulièrement remercier l'équipe du siège social, ces travailleurs de l'ombre, qui mettent énormément d'énergie et de temps afin de soutenir tous ceux qui réalisent notre mission sur le terrain.

Merci,

Jacques Perreault
Directeur général

NOS AUBERGES

AMÉLIORATION DES INSTALLATIONS

Nos équipes font preuve de créativité et travaillent d'arrache-pied pour améliorer les prestations et produits offerts en auberge afin que le rapport qualité/prix dépasse les attentes croissantes des voyageurs qui les visitent. Les auberges ont su cette année encore faire de belles améliorations avec, somme toute, relativement peu de moyens, soit en revisitant leur structure opérationnelle tout en conservant leur personnalité.

HI-MONTRÉAL



En 2013-2014, une transformation majeure de la zone d'accueil de l'auberge a été réalisée afin de maintenir l'auberge parmi les leaders de l'industrie – sinon de chercher à les dépasser – dans un marché aussi saturé en auberges de jeunesse qu'est celui de Montréal. C'est maintenant avec une apparence plus contemporaine, urbaine et surtout épurée que l'auberge reçoit les voyageurs en quête de l'expérience montréalaise. Cette revitalisation s'est étendue également aux aires de circulations ainsi qu'à la salle à manger qui, quoique nécessitant d'autres investissements, s'agence déjà très bien avec le nouveau visage de l'auberge. Déjà près de 275 000 \$ ont été investis dans les améliorations. La phase 2 de cette transformation s'attardera ultérieurement aux chambres. Certaines ont d'ailleurs commencé à être revampées à la grande satisfaction des voyageurs.

De plus, toujours pour donner plus de valeur à son offre d'hébergement, HI-Montréal a commencé à offrir gracieusement le petit déjeuner à ses clients. Une valeur ajoutée qui fait que tout le monde commence bien sa journée.

🏠 222 | ☎ 48 837 📍 3200
hihostels.ca/montreal

HI-MONT-TREMBLANT



Cette année, le bar de l'auberge, lieu de prédilection des voyageurs pour l'après-ski ou pour la détente suite à une journée de trekking sous le soleil, s'est refait une beauté. La pièce a été repeinte, du revêtement de bois chaleureux a été installé, du mobilier a été repositionné et des éléments décoratifs ont été ajoutés. L'auberge en a profité pour se doter d'un nouveau comptoir à bière. Toutes ces améliorations ont été en partie financées grâce aux *Brasseurs du Nord* et *Boréal*.

Croyant aux bien-fondés des bonnes pratiques opérationnelles et du contrôle de la qualité, HI-Mont-Tremblant a entrepris cette année les démarches afin d'être accréditée « auberge HI-Qualité » par Hostelling International. Ce programme permet aux auberges d'améliorer constamment leur rendement qualité pour ainsi s'assurer que les voyageurs aient la meilleure expérience possible en auberge. C'est un processus d'accréditation de longue haleine mais HI-Tremblant y arrivera ayant déjà une excellente base ; l'auberge a déjà été accréditée « Qualité-Tourisme – Service à la clientèle » du Bureau de normalisation du Québec (BNQ) avant que ce volet du programme ne soit fermé.

🏠 80 | ☎ 8 069 📍 700
hihostels.ca/tremblant

HI-OTTAWA



Durant la dernière année financière, HI-Ottawa s'est efforcée de conscientiser la Ville d'Ottawa sur la responsabilité de cette dernière à participer aux investissements en capital ainsi qu'aux frais d'entretien plus que nécessaires de ce magnifique bâtiment patrimonial dans lequel l'auberge se trouve. Bien qu'aucun accord n'ait été conclu dans l'année écoulée, ce début de conscientisation est un important premier pas en avant et nous espérons aboutir à un investissement en capital nécessaire pour aider à préserver l'auberge.

Parmi l'offre d'hébergement de l'auberge, les « cellules individuelles authentiques », sont maintenant l'un des types d'hébergement les plus populaires. Bien que très exigües (0,91 m x 2,75 m) elles constituent de petites chambres privées. Elles donnent une véritable expérience de ce qu'était la vie des prisonniers, ce qui contribue grandement à leur popularité. Le taux d'occupation de ces 16 chambres a été de 76 % durant l'année. Aucun autre type de chambres n'a été autant en demande.

Les nombreuses plaintes contre le bruit ainsi qu'une rentabilité insatisfaisante ont fait en sorte que le fonctionnement du bar change quelque peu en cours d'année. Dorénavant, les performances musicales doivent se terminer à 23 h. Ce changement a été bénéfique pour la portion hébergement de l'établissement qui demeure le champ d'activité principal de l'auberge.

🛏️ 155 | 📞 27 239 📈 2600
hihostels.ca/ottawa

HI-TORONTO



HI-Toronto a encore atteint un nombre record de nuitées cette année. Ne pouvant augmenter son nombre de chambres, le défi principal a donc été d'ajouter de la valeur aux prestations. Ceci a été réalisé en suivant l'exemple de HI-Montréal et de HI-Ottawa qui offrent gratuitement le petit déjeuner à tous les invités : un petit déjeuner chaud et servi aux tables de surcroît. La qualité de celui-ci procure à l'auberge un grand avantage concurrentiel.

Détentrice d'un permis d'alcool depuis l'an dernier, l'auberge a décidé de modifier son bar *Le Cavern* afin d'offrir une meilleure fluidité de circulation dans la pièce vu l'accroissement de sa popularité. Toujours en le conservant au niveau inférieur de l'auberge, il a été déplacé et agrandi. Ces améliorations ont été financées avec l'apport de la brasserie *Steam Whistle*. *Le Cavern Bar* est devenu un des repaires musicaux favori des musiciens locaux amateurs de musique indépendante. Il est ouvert tous les soirs et offre aux voyageurs et au public en général une programmation divertissante : concerts, karaoké, soirées d'humour et plus encore. Les surplus engendrés par le *Cavern* serviront à améliorer les autres installations de l'auberge afin d'offrir encore plus de valeurs aux séjours des voyageurs.

🛏️ 175 | 📞 55 790 📈 10 000
hihostels.ca/toronto



DIVERTISSEMENT ET ACTIVITÉS

Nos auberges de jeunesse ont grandement misé cette année sur la socialisation à l'intérieur même de leur établissement grâce, entre autres, au réaménagement de leurs espaces communs et à leur bar.

HI-OTTAWA

L'auberge de jeunesse HI-Ottawa est maintenant un endroit recherché pour les arts de la scène à Ottawa. L'auberge a fait un travail incroyable en permettant au public en général ainsi qu'aux voyageurs séjournant à l'auberge de découvrir des talents locaux et des événements culturels à l'intérieur de ses murs. Le bar *Mugshots* a accueilli plus de 20 groupes musicaux pour des concerts *live* et il a permis à plus de 300 musiciens et interprètes de partager leurs talents lors de soirées amateurs de type « micro ouvert » présentées chaque semaine.

HI-Ottawa n'oublie pas son passé historique et cette année encore, elle l'a partagé avec un grand nombre de visiteurs. La visite guidée gratuite de l'auberge a continué d'être offerte et s'est

avérée fort populaire. Plus de 5000 personnes se sont prévaluées de ce privilège, soit 1000 de plus que l'an passé.

HI-TORONTO

HI-Toronto a offert de nombreuses activités de socialisation à ses invités cette année : balades urbaines et historiques, yoga dans le parc, balades en vélo et tournées de graffitis pour ne nommer que celles-là. Le *Cavern Bar* a également été mis à contribution dans la programmation d'activités et de divertissement. Entre février et septembre 2014, 225 groupes sont montés sur la scène du *Cavern* pour le plus grand plaisir des voyageurs et des Torontois. Le rire est universel et HI-Toronto l'a compris en mettant sur pied le « Toronto Comedy Cavern », une soirée d'humour présentant des humoristes de Toronto et d'ailleurs devant un auditoire torontois et international. Cette activité de divertissement a même valu au *Cavern* une mention sur Rogers TV – aidant ainsi subtilement les Torontois à mieux comprendre la culture des auberges de jeunesse.

HI-MONTRÉAL

Fidèle à son habitude, l'auberge s'est fait un devoir de maintenir une programmation dynamique visant à favoriser la socialisation entre voyageurs et l'expérience du milieu montréalais. En plus de ses maintenant célèbres « Tournées des bars »,

l'auberge a continué à offrir des balades à pied et à vélo dans les quartiers populaires et touristiques de Montréal, notamment au canal Lachine, dans le Vieux Montréal, sur le Mont Royal et au cœur du Plateau. Entre octobre 2013 et septembre 2014, l'auberge a organisé 251 activités auxquelles ont participé un total de 2957 voyageurs.

Autrement, l'équipe d'animateurs s'est également attardée à animer de manière plus énergique le bistro de l'auberge avec des soirées thématiques, comme les soirées BBQ ou les soirées Bingo (oui!), chaque activité suscitant un grand intérêt chez les voyageurs.

HI-MONT-TREMBLANT

Mont-Tremblant est un grand terrain de jeux et offre une foule d'activités et d'événements. Cette année encore, les voyageurs ont pu profiter des plaisirs de la baignade et du canotage sur le lac Moore. C'est sans contredit le légendaire BBQ à l'auberge qui a été l'activité la plus populaire et rassembleuse. Mère Nature a choyé cette année la région en lui donnant un hiver très froid et très enneigé, faisant le bonheur des amateurs de glisse séjournant à l'auberge.



JOYEUX 10^e ANNIVERSAIRE HI-SEA SHACK!

Bonne fête à **HI-Sea Shack, Auberge Festive** qui a célébré ses 10 ans cette année en grande pompe : concerts, soirées endiablées et belles rencontres étaient au rendez-vous. Bravo pour ces 10 années festives!

UN RÉSEAU EN CROISSANCE

Durant la dernière année, le réseau HI sur le territoire québécois et ontarien est passé de 9 auberges affiliées à 11 en l'espace de quelques mois.

C'est au printemps 2014 que le nombre d'auberges affiliées dans la région a connu une légère fluctuation :

- **Mars** : HI-Iles-de-la-Madeleine se désaffilie.
- **Avril** : HI-Sherbrooke, Auberge Ecobeat, signe un protocole d'entente.
- **Mai** : HI-Niagara Falls, depuis 7 ans propriété de la région, est vendue et devient une auberge affiliée. Bien que n'ayant pas changé le nombre total d'auberges sur le territoire, cette transaction fait passer le nombre d'auberges affiliées à 10.
- **Juin** : HI-Sainte-Émélie-de-L'Énergie, auberge La P'tite Verte, dans Lanaudière, se joint au réseau HI.

La bannière HI n'est pas statique dans la région, tel que démontrent ces fluctuations.

DEMANDES D'AFFILIATION

Bon an mal an, HI-Canada - Région du Québec et de l'Ontario reçoit une douzaine de demandes d'information sur le processus d'affiliation HI. 2013-2014 n'a pas fait exception. Il est à noter que le tiers des demandes cette année provenait d'auberges ou de projets d'auberges dans les Cantons-de-l'Est.

NOMBRE DE NUITÉES AUBERGES AFFILIÉES*



* HI-Niagara Falls est incluse à partir de mai 2014 : date à laquelle elle est devenue une auberge affiliée.

2 NOUVELLES AUBERGES SE JOIGNENT À HI-CANADA AU QUÉBEC



HI-STE-ÉMÉLIE-DE-L'ÉNERGIE

Au cœur de la région de Lanaudière, cette auberge classée auberge de jeunesse 3 étoiles (CITQ) représente une halte idéale pour les amateurs de plein air. Peu importe la saison, les voyageurs pourront y séjourner tout en faisant une foule d'activités dans la région comme du ski alpin, glissade sur tube, patin, vélo, baignade et randonnée pédestre. L'aspect culturel y est également très présent. Son bistro culturel jumelé à une salle de spectacle de 50 places permet aux voyageurs de déguster une invitante bière de microbrasserie tout en découvrant sur scène des artistes d'ici. La programmation culturelle y est variée tout comme le menu du bistro.

Située sur la rue principale à Sainte-Émélie-de-l'Énergie, dans un bâtiment patrimonial champêtre, l'auberge propose 6 chambres privées spacieuses avec salle de bain privée ainsi qu'une chambre partagée.

hihostels.ca/steemelie



HI-SHERBROOKE

HI-Sherbrooke, l'auberge Ecobeat, la seule auberge de jeunesse à Sherbrooke, est une option des plus avantageuses pour les voyageurs qui visitent les Cantons-de-l'Est, destination touristique fort populaire au Québec.

Grâce aux rivières Magog et St-François, HI-Sherbrooke, l'auberge Ecobeat, est le port d'attache idéal pour les adeptes d'activités nautiques. Les passionnés d'histoire et les amateurs de *night-life* et de festivals ne seront certainement pas en reste. Classée auberge de jeunesse 4 étoiles (CITQ), HI-Sherbrooke, avec près de 100 lits, offre divers types de chambres qui conviendront à tous les budgets, depuis l'hébergement partagé jusqu'aux chambres privées. En outre, l'auberge met à la disposition des clients une cuisine entièrement équipée, des aires communes pour faciliter les rencontres entre voyageurs, du WIFI gratuit ainsi qu'un café bistro sympathique et éclaté. Située à quelques mètres du terminus d'autobus voyageur, au 146, rue Wellington Sud, l'auberge est facilement accessible aux voyageurs qui parcourent le territoire québécois.

hihostels.ca/sherbrooke

LE RÉSEAU EN CHIFFRES

L'ensemble des 16 auberges de la région du Québec et de l'Ontario a connu une hausse de nuitées de 9 % sur l'an passé. Cette hausse est due en partie à l'augmentation du nombre d'auberges ainsi que la bonne performance de certaines d'entre elles. HI-Toronto a grandement participé à cette hausse grâce à ses 10 000 nuitées de plus que l'an passé : un record! C'est tout le réseau qui doit se réjouir d'une telle augmentation car plus il y a de voyageurs qui transigent dans les auberges HI, plus ils entendent parler de la bannière HI et plus ils sont susceptibles de séjourner dans une auberge du réseau.

LES MARCHÉS CANADIENS

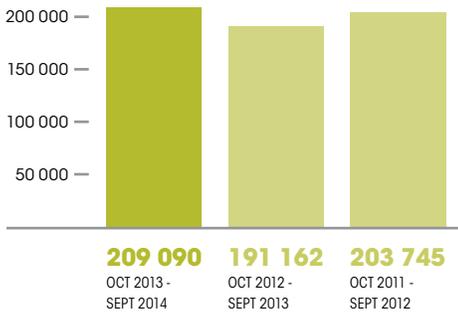
Les trois provinces formant le top 3 des marchés canadiens ont toutes vécu une hausse de nuitées cette année. Les nuitées de voyageurs canadiens représentent environ le tiers des nuitées faites au Québec et en Ontario; une tendance qui n'a pas changé depuis plusieurs années. Toutefois si on exclut les auberges de grands centres du total de nuitées de la région, la proportion double; les nuitées de voyageurs canadiens représentent alors environ 66 % des nuitées effectuées en région.

LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

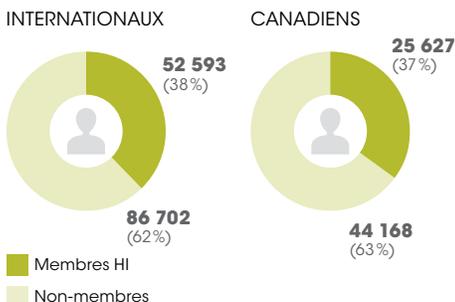
Le top 5 de l'an passé pour les marchés internationaux est toujours le même cette année. Les États-Unis est le seul marché parmi ces derniers à avoir connu une baisse de nuitées pour l'ensemble de la région. La Corée du Sud a fait une belle remontée de 2 places et a délogé le Japon qui occupait l'an passé la 6^e place. La Chine occupe présentement la 11^e position dans le classement de nos marchés internationaux, à seulement 329 nuitées de la Suisse. Depuis que le Canada est devenu une destination approuvée par le gouvernement chinois en 2010, les statistiques du marché chinois n'ont cessé d'augmenter d'année en année.

STATISTIQUES | LES 16 AUBERGES DE LA RÉGION

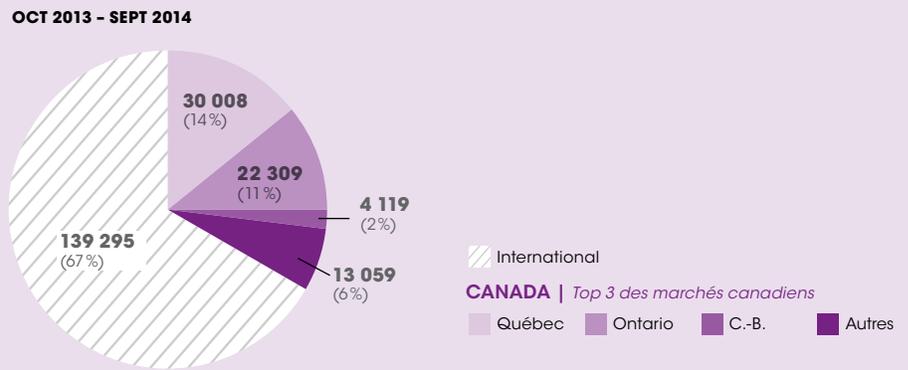
NOMBRE DE NUITÉES TOTALES



VOYAGEURS 2013-2014 MEMBRES ET NON-MEMBRES



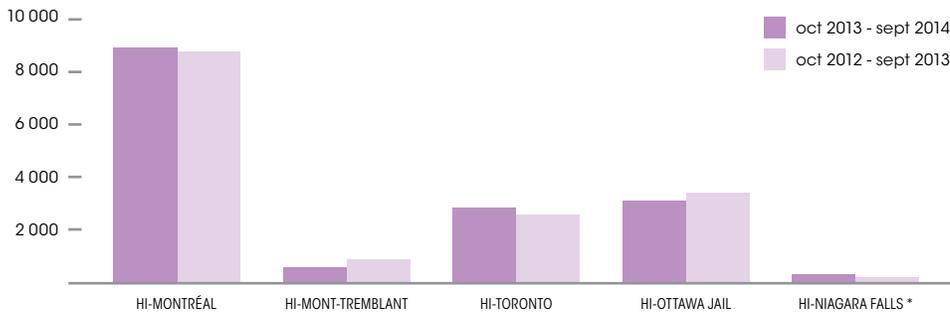
PROVENANCE DES VOYAGEURS AYANT SÉJOURNÉ DANS NOS AUBERGES



TOP 10 - MARCHÉS INTERNATIONAUX 2013-2014



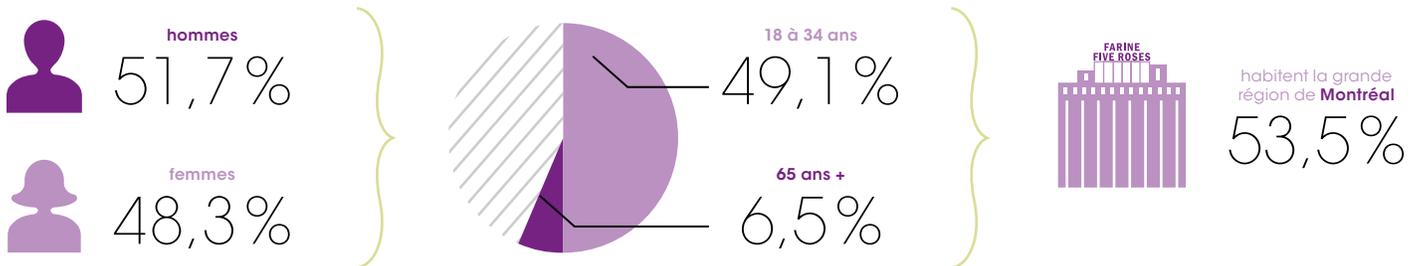
NOS AUBERGES – RÉSERVATIONS GROUPES



En 2014, nous avons demandé à nos membres HI :
 « Quelle est ta PROCHAINE DESTINATION? »

EUROPE 51,0%
CANADA 35,9%

PROFIL DE NOS MEMBRES



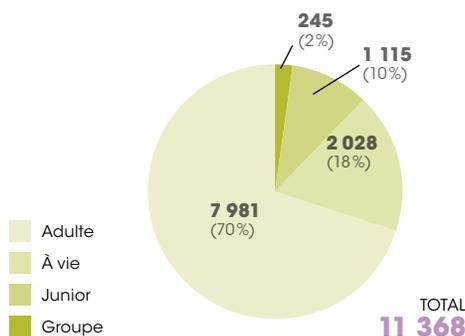
LE MEMBERSHIP

Au 31 mars 2014, Hostelling International-Canada – Région du Québec et de l’Ontario comptait 11 368 membres actifs dans les 2 provinces couvertes par son territoire ce qui représente une diminution de près de 14% comparé à l’année précédente.

Du 1er octobre 2013 au 30 septembre 2014, nous avons enregistré un total de 8887 cartes de membre vendues; dont 3274 cartes adultes, 152 cartes à vie et 5461 cartes internationales. Pour la première fois depuis les dernières années, cela représente une augmentation dans les ventes pour tous les types de cartes. On parle d’une hausse de 1% comparé à l’année fiscale précédente pour les cartes adultes, de 57% pour les cartes à vie et de 22% pour les cartes internationales. La hausse totale des ventes pour tous les types de carte représente 14%.

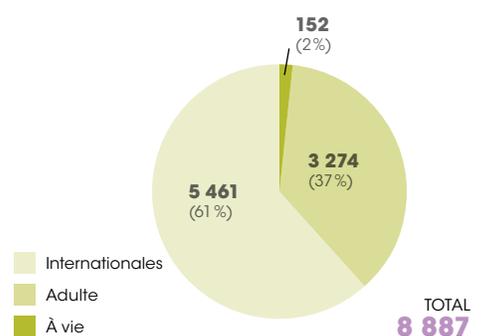
MEMBRES ACTIFS

région du Québec et de l’Ontario, au 31 mars 2014



CARTES DE MEMBRE VENDUES

entre le 1^{er} octobre 2013 et le 30 septembre 2014



* Les statistiques RÉSERVATIONS GROUPES incluent HI-Niagara Falls jusqu’au 1^{er} mai 2014, date à laquelle nous avons cessé de nous occuper du service groupe de cette auberge suite à la vente de cette dernière.

PRÉSENCE INTERNET & MARKETING

VERS UNE MEILLEURE INTÉGRATION DE NOS PLATEFORMES

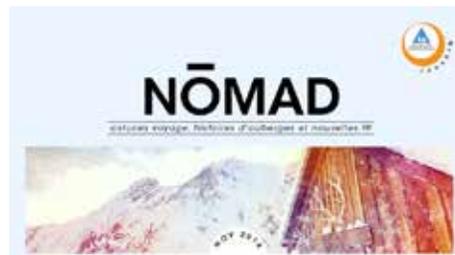
La dernière année fut marquée par un ensemble d'actions visant à consolider la présence en ligne de *Hostelling International - Canada* à l'aide d'une meilleure intégration de nos plateformes ainsi qu'une stratégie de marketing de contenu renforcée. En collaborant étroitement avec la région du Pacifique et des Montagnes, nous avons finalisé la transition vers un blogue, un bulletin électronique et des médias sociaux nationaux et bilingues, qui sont maintenant intégrés au site hihostels.ca.

BLOGUE NOMAD

Lancé en mars 2013, le blogue *NOMAD* a fait l'objet d'efforts soutenus tout au long de l'année afin d'assurer la publication d'un contenu régulier et riche en qualité, visant à positionner l'organisation comme une référence voyage auprès des voyageurs d'ici et d'ailleurs. Depuis l'hiver 2014, le *NOMAD* et sa version anglophone, le *Backpacker Buzz*, publient exactement le même contenu et ce à raison de deux articles par semaine.

nomad.hihostels.ca

BULLETIN ÉLECTRONIQUE



L'entrée en vigueur de la Loi canadienne anti-pourriel au 1^{er} juillet 2014 a instigué une restructuration de notre gestion des bulletins électroniques et de nos listes de diffusion. En collaboration avec la Région du Pacifique et des Montagnes, des mesures ont été entreprises afin de confirmer le consentement de nos abonnés et une migration vers un logiciel commun a été effectuée. Nos abonnés, francophones et anglophones, reçoivent à chaque deux mois un bulletin au contenu identique. À ce jour, notre liste de diffusion compte près de 12 000 abonnés et nos bulletins enregistrent un taux d'ouverture moyen de 30 %.

MÉDIAS SOCIAUX

Dans un effort d'accroître la notoriété de *Hostelling International - Canada*, d'assurer une meilleure intégration de nos communications et de consolider notre présence en ligne, nous avons adopté cette année des plateformes nationales officielles et fermé les comptes régionaux ou redondants. Une coordonnatrice aux médias sociaux nationaux a également été embauchée par notre région et celle du Pacifique et des Montagnes, afin d'assurer une gestion soutenue et optimale de nos plateformes.

2^e ÉDITIONS BOB CANADA & BIG BLOG EXCHANGE

Suite au succès de la première campagne BOB CANADA, une édition hivernale du concours a été lancée, nous permettant de recueillir plus de 500 photos générées par des voyageurs séjournant dans nos auberges et ainsi, de publier notre propre contenu sur nos médias sociaux. En juillet, le bureau international de HI lança sa 2^e édition de son concours Big Blog Exchange et lors de l'annonce des 16 gagnants au 30 septembre, nous décomptions quelques milliers de candidatures et près de 130 000 votes.

bobcanada.ca
bigblogexchange.org

RÉSERVATIONS EN LIGNE LA HAUSSE SE POURSUIT

Le pourcentage des réservations effectuées en ligne dans nos 4 auberges a continué à croître cette année et l'auberge HI-Ottawa Jail a notamment connu un bond de 10%. Cette hausse peut être attribuée à la consolidation du milieu des agences de voyage en ligne et particulièrement aux efforts marqués de booking.com pour accroître ses parts au sein du marché des auberges de jeunesse. Les sites individuels des auberges ainsi que le site national hihostels.ca demeurent toutefois les sources principales de réservations en ligne et nous notons une augmentation de 18% en terme de revenus générés via ces sites. Des efforts continueront à être déployés au cours de la prochaine année afin d'encourager les voyageurs à réserver davantage sur nos sites.

RÉSEAUX SOCIAUX EN CHIFFRES

au 30 septembre 2014

4 885 fans sur

3 000 mentions *J'aime* et *Partage*

1 700 abonnés

SITE HIHOSTELS.CA

738 419 utilisateurs uniques | ↑ 16%

2 865 106 pages vues | ↑ 6%

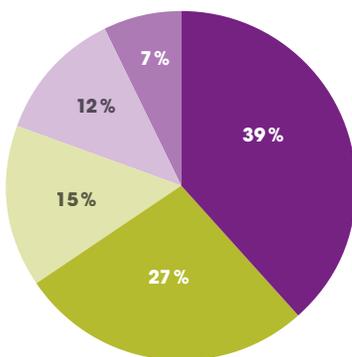


PRÉSENCE SUR LES CAMPUS

La clientèle étudiante constituant un segment important de notre public cible, nous avons poursuivi notre participation aux salons touristiques dans les établissements scolaires, notamment à la Foire du Globetrotter de l'Université du Québec en Outaouais, à Passeport pour le monde au Cégep Ahuntsic, à la Semaine du tourisme à l'UQAM et au Salon du voyage de l'École des métiers de la restauration et du tourisme.

PRÉSENCE DANS LES SALONS

Afin d'accroître l'achalandage dans nos auberges, promouvoir la visibilité du réseau et augmenter les adhésions, nous avons participé au Salon du vélo, à Rendez-Vous Canada ainsi qu'à la World Youth and Student Travel Conference (WYSCT), dans le cadre de laquelle nous avons collaboré avec la Commission canadienne du tourisme à l'organisation d'une présence accrue pour le Canada et d'événements de réseautage pour les partenaires potentiels.



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

NOUVEAU RABAIS VIA RAIL



Les membres HI peuvent dorénavant bénéficier d'un rabais de 10% chez Via Rail et ainsi épargner lors de leur prochain déplacement en train. L'officialisation de ce partenariat en janvier 2014 vient ajouter le transport ferroviaire aux nombreux avantages procurés par la carte de membre HI et Via Rail se joint au rang de Greyhound, Amigo Express and Autobus Galland à titre de partenaires de transport.

PARTENAIRE DE RABAIS VEDETTE STEAM WHISTLE BREWERY



Le rabais offert par la *Steam Whistle Brewery* près de l'auberge de Toronto est celui qui a été consulté le plus souvent sur notre site Internet cette année, recueillant plus de 30 000 visites. La brasserie a aussi été finaliste dans le cadre du Prix du partenaire de l'année de HI-Canada en raison de l'étroite collaboration qu'ils entretiennent avec l'auberge depuis maintenant 8 ans. En plus d'offrir un rabais de 50% aux membres HI, ils ont contribué financièrement à la murale enjolivant les murs du Cavern, créé et installé une unité de tirage de bière pour l'auberge et commanditent régulièrement les événements au bar.

HI-OTTAWA JAIL BRILLE DANS LES MÉDIAS

Il faut croire que HI-Ottawa Jail aime l'attention. Cette année, l'auberge s'est particulièrement illustrée dans les médias. Notre chère prison a fait l'objet d'un court reportage à CTV Morning Live et a été l'un des lieux d'un court métrage chinois filmé en collaboration avec Ottawa Tourism. L'auberge s'est vue décrite dans le *Huffington Post* comme l'une des 12 auberges les plus géniales à travers le monde, l'une des expériences les plus étranges au Canada par *Mental floss* ou d'une prison avec style par le site de tendances *Thrillist*. L'incomparable bar *Mugshots* reçoit lui aussi son lot de visibilité dans les médias et l'annonce de la fin des soirées tardives a généré une vague de sympathie qui atteste de la popularité incontestable du bar et salle de spectacles auprès de la communauté locale.



NOS RESSOURCES HUMAINES

NOS EMPLOYÉS

EN CHIFFRES

201 salariés ont été inscrits au registre de paie durant l'année.

104 employés travaillaient pour HI-Canada – Région du Québec et de l'Ontario en date du 30 septembre 2014.

La moyenne d'années de service était de **2 ans** – une baisse par rapport à l'an passé avec ses 3,25 ans.

Notre association est vivante. Ses équipes se défont et se refont. Certaines années présentent plus de mouvances que d'autres selon les contextes économiques, les décisions stratégiques ou selon diverses circonstances parfois hors de notre contrôle. Les restructurations effectuées dans nos auberges cette année ont permis de recruter à l'interne pour des postes avec plus de responsabilités, une pratique qui valorise le potentiel humain de notre association et permet de conserver notre culture d'entreprise.

Tous les membres du personnel qu'ils soient dans les auberges ou au bureau régional sont d'une importance fondamentale. Ils sont la richesse de notre association. Leur implication et leur collaboration de tous les instants permettent de faire vivre des expériences voyage inoubliables aux gens qui visitent nos auberges.

Voici quelques éléments marquants de l'année 2013-2014...

HI-MONTREAL

Les opérations de restauration et d'entretien ménager ont pendant longtemps été confiées en sous-traitance. Or, dans une quête d'efficacité, de rentabilité et d'indépendance, l'auberge a repris les opérations de ces deux secteurs. Après une année presque complète, il semble que l'auberge ait assuré une transition réussie, empreinte de respect et de collaboration avec les employés qui, pour une majorité, ont maintenu leur emploi respectif. L'auberge a ainsi réussi à promouvoir des employés à des postes offrant plus de responsabilités dans l'entretien ménager et dans le secteur de la restauration.

HI-MONT-TREMBLANT

Cette année encore, HI-Mont-Tremblant a connu un fort roulement de personnel. Plusieurs heures ont été allouées à la formation de nouveaux membres de l'équipe afin que tous soient au même diapason quant à la qualité du service à offrir. Les nouvelles recrues ont été bénéfiques pour l'auberge ainsi que l'arrivée d'une nouvelle assistante directrice qui a également aidé à dynamiser l'ambiance.

HI-TORONTO

L'auberge a su conserver le noyau principal de son équipe de direction ce qui a permis une certaine stabilité pour continuer les projets entrepris en cours d'année. Avec l'agrandissement du *Cavern Bar*, l'auberge a dû engager une personne responsable du divertissement et du bar. De plus, suite à la fin du contrat de sous-traitance pour l'entretien

ménager, HI-Toronto a également dû combler le poste de responsable de l'entretien ménager en engageant à l'interne. Le directeur de l'auberge ainsi que l'assistante directrice ont tous deux entrepris un certificat en gestion d'entreprise à l'université de Ryerson. Tous deux mettent déjà leur apprentissage au service de l'association.

HI-OTTAWA

HI-Ottawa a subi de grands changements dans son personnel clé cette année. La personne responsable de la restauration, celle en charge des activités et des médias sociaux et la personne au poste d'assistant directeur de l'hébergement ont toutes quitté leur poste. Certains de ces changements sont directement liés aux modifications apportées aux heures d'ouverture du bar Mugs-hots ainsi qu'au nouveau type de programmation offert au bar. Tous ces postes ont été comblés par de nouvelles personnes motivées et ayant à cœur le succès de l'organisation.

BUREAU RÉGIONAL

Désirant mieux comprendre pourquoi l'adhésion au réseau HI est en baisse sur son territoire et pour trouver des pistes de solutions pour remédier à la situation, HI-Canada – Région du Québec et de l'Ontario, avec une subvention de la Corporation de développement économique communautaire Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce (CDEC), a créé un nouveau poste : agent de développement du membership. Depuis la création de ce poste, les adhésions ont augmenté de plus de 10%.



CONTRIBUTION AU MOUVEMENT AJISTE

Certains de nos employés évoluent dans le mouvement ajiste canadien depuis plusieurs années déjà et HI-Canada – Région du Québec et de l'Ontario tient à souligner ici leur implication de longue date :

- **PIERRE BRUNEAU | 5 ans**
Responsable de la restauration, HI-Montréal
- **JULIA RODRIGUES | 5 ans**
Assistante directrice, HI-Toronto
- **KYLE WOODS | 5 ans**
Responsable restauration et activités, HI-Ottawa
- **DANIEL MÉNARD | 10 ans**
Technicien comptable, bureau régional

Un exercice d'équité salariale pour les auberges au Québec et le siège social a également été complété cette année avec l'aide d'une spécialiste en équité salariale pour les organismes en économie sociale.

LES BÉNÉVOLES

Étant un organisme à but non-lucratif, l'aide de bénévoles est indispensable pour notre survie. Pour que le bénévolat soit probant, il doit présenter une situation gagnante pour les deux parties. Dans nos auberges, les bénévoles obtiennent une expérience de travail et d'entraide dans un milieu enrichissant. De leur côté, les auberges peuvent évoluer en réduisant leurs coûts d'opération tout en augmentant le milieu de vie à l'auberge grâce à l'apport culturel qu'amènent ces bénévoles venus d'un peu partout dans le monde : Nouvelle-Zélande, Australie, France, Brésil, Allemagne, Venezuela, Angleterre et Canada.

L'association tient à dire un grand merci à tous ces bénévoles qui croient eux aussi en la mission et qui ont à cœur sa réalisation.

Nombre de bénévoles ayant donné du temps dans nos 4 auberges en 2013-14 :

- **HI-Ottawa** : 1 bénévole
- **HI-Toronto** : 25 bénévoles
- **HI-Mont-Tremblant** : 5 bénévoles
- **HI-Montréal** : 16 bénévoles

Nous oublions parfois que les membres du conseil d'administration sont également des bénévoles. Ils participent à l'établissement des grandes orientations stratégiques de l'organisation et aident à prioriser les grands projets tout en assurant sa bonne gouvernance. Un grand merci donc aux administrateurs qui eux aussi participent aux succès de l'association.

DANS LA COMMUNAUTÉ

Chaque année, les auberges de jeunesse propriétaires de la région tissent des liens avec leurs communautés respectives afin de se faire mieux connaître dans leur milieu et afin de favoriser la réalisation de leur mission qui est d'aider les gens, en particulier les jeunes, à mieux connaître les peuples, les lieux et les cultures par l'entremise de l'ajisme.

HI-MONTRÉAL

À l'hiver 2014, l'auberge a continué à être un point de chute dans son quartier pour la **Ferme Cadet-Rousselle**, qui fournit en légumes biologiques les résidents des alentours deux fois par semaine. Le bistro de l'auberge reçoit également de ces paniers de légumes frais qu'il inclut à ses menus.

L'auberge a également servi de laboratoire pour une classe en technique de design d'intérieur du **Cégep du Vieux-Montréal**. Un groupe d'étudiants a ainsi soumis un projet de design des pièces communes de l'auberge. L'expérience fut enrichissante de part et d'autre et HI-Montréal en ressort avec plusieurs idées intéressantes.

Désirant également offrir ses murs aux talents locaux, l'auberge a demandé à l'artiste peintre **Benjamin Tran**, ayant déjà réalisé une fresque murale à la réception de l'auberge, de récidiver en peignant une autre fresque mais cette fois dans la partie bistro de l'auberge, toujours sous le thème de l'urbanité, l'internationalisme, la socialisation et les montréalités.

HI-MONT-TREMBLANT

Cette année, se sont tenus à Mont-Tremblant les **Championnats du monde du Ironman**. Deux autres épreuves de la même discipline se sont également déroulées au cours de l'été 2014 et à chaque fois, l'ambiance à l'auberge et dans la région était à son meilleur. HI-Mont-Tremblant est fière d'avoir accueilli

des athlètes venant des quatre coins du globe et d'avoir pu leur fournir du transport bénévolement entre l'auberge et le lieu de départ de la compétition.

HI-TORONTO

Un des aspects importants de la mission est la découverte de la culture d'accueil et de celle du visiteur. Quoi de plus culturel qu'un événement musical. Tous les groupes musicaux qui ont transigé par le *Cavern Bar* ont participé directement à la réalisation de cette mission.

Il n'y a pas que la musique qui relie l'auberge à sa communauté. Comme l'an passé, l'auberge a effectué une « **Clinique de l'emploi** » où plus de 200 jeunes aspirants aubergistes se sont présentés. Ce fut l'occasion idéal pour éduquer les gens présents sur le réseau HI et sa mission.

HI-Toronto a également un partenariat avec **ILSC Education Group** et ce pour une 6^e année. Cette collaboration a permis à 2 stagiaires de faire un stage à l'auberge.

HI-OTTAWA

L'auberge a accueilli de nombreux festivals et événements qui ont renforcé ses liens avec la communauté : **Nuit Blanche Ottawa + Gatineau**, **Festival de musique Arboretum**, **Festival Ottawa Explosion** pour n'en nommer que quelques uns. L'auberge a également accueilli le club de lecture **Dusty Owl Society** pour des séances de lectures publiques quelques dimanches en été.

Tout comme HI-Toronto, HI-Ottawa et son bar Mugs-hots ont ouvert leurs portes à de nombreux groupes musicaux et DJ de la région favorisant ainsi la promotion de talents émergents.

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 - Comité d'économie sociale de l'île de Montréal : Jacques Perreault - Représentant du secteur loisir et tourisme de ce comité consultatif de la Conférence régionale des élus (CRÉ)

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 : Jacques Perreault, Président du conseil d'administration

OITS-Amériques - Organisation Internationale du tourisme social : Jacques Perreault - Vice-président exécutif 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 : Peter Harrison

Conseil des directeurs exécutifs : Jacques Perreault

Comité Site Internet et marketing : Gaël Chartrand

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

Comité Standards de Qualité : Vincent Bérubé et Isabelle Boyer

Comité sur la différence durable : Isabelle Boyer

Comité organisateur de la rencontre des directeurs d'auberge HI d'Amérique du Nord, NAMM 2015 : Nicolas Lemaire et Jacques Perreault

NOTRE ASSOCIATION EST ÉGALEMENT MEMBRE DE...

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

