



Compétitivité du parc hôtelier québécois

Annexes de l'État de situation



Volet 1



Annexe A

Les établissements hôteliers du Québec en chiffres

Sommaire

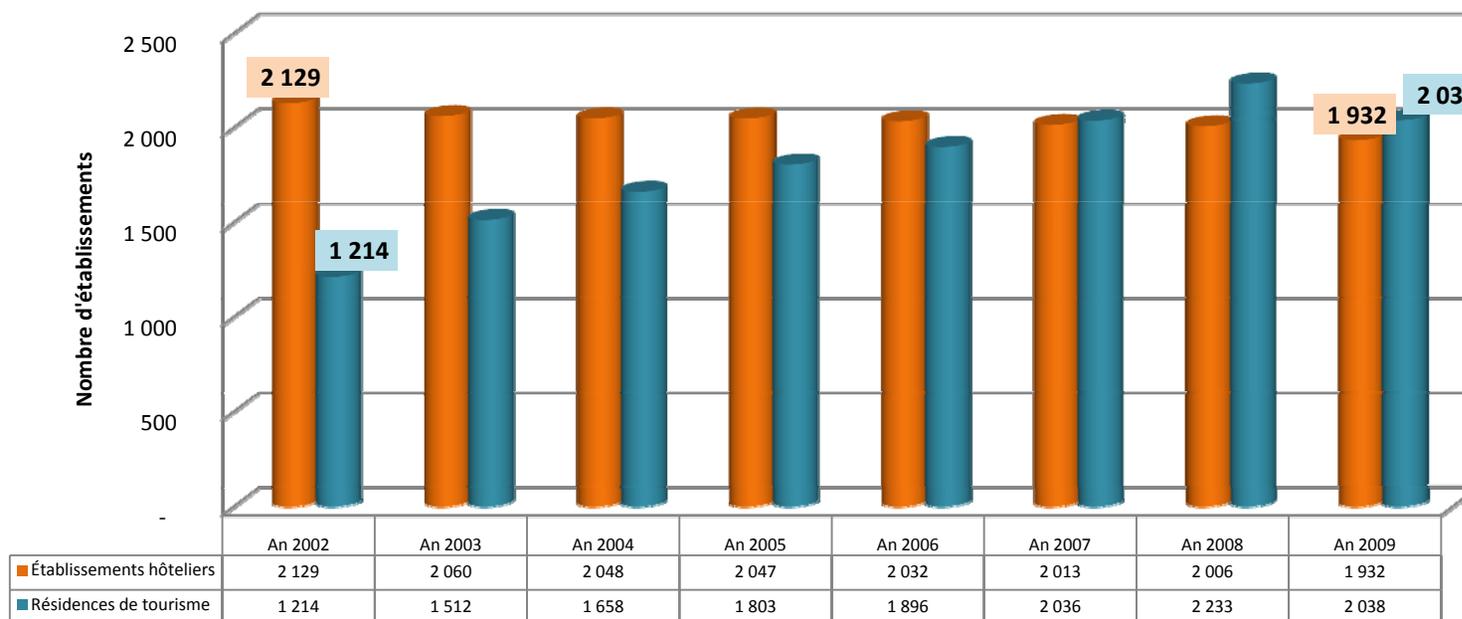
Évolution de l'offre	4
Évolution du nombre d'établissements hôteliers entre 2002 et 2009 par rapport aux résidences de tourisme et à l'ensemble du secteur de l'hébergement touristique	4
Distribution (%) des unités disponibles selon la taille 2008-2009	5
Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des unités disponibles en établissements hôteliers selon la taille	5
Répartition en 2009 par région touristique des unités disponibles en établissements hôteliers selon la taille	6
Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des unités disponibles des résidences de tourisme selon la taille	7
Répartition en 2009 par région touristique des unités disponibles des résidences de tourisme selon la taille	8
Évolution de la part (%) des établissements saisonniers entre 2002 et 2009	9
Distribution (%) des unités disponibles selon leur type	9
Répartition en 2008 par regroupement de régions des établissements hôteliers selon la forme juridique de l'exploitation	10
Répartition en 2008 par regroupement de régions des résidences de tourisme selon la forme juridique de l'exploitation	10
Répartition en 2008 par région des établissements hôteliers selon la forme juridique de l'exploitation	11
Répartition en 2008 par région des résidences de tourisme selon la forme juridique de l'exploitation	13
Proportion (%) des établissements selon l'échelle de prix minimal	15
Répartition en 2009 par regroupement de régions des établissements hôteliers selon l'échelle de prix minimal	15
Répartition en 2009 par regroupement de régions des résidences de tourisme selon l'échelle de prix minimal	15
Répartition en 2009 par région des établissements hôteliers selon l'échelle de prix minimal	16
Répartition (%) en 2009 par région des résidences de tourisme selon l'échelle de prix minimal	18
Répartition en 2009 par regroupement de régions des établissements hôteliers selon les services offerts.....	20
Répartition en 2009 par regroupement de régions des résidences de tourisme selon les services offerts.....	21
Nombre et proportion (%) par région des établissements hôteliers selon le service Internet offert (2008 – 2009)	22
Proportion d'établissements hôteliers par regroupement de régions disposant d'un site Web en 2009	23
Proportion de résidences de tourisme par regroupement de régions disposant d'un site Web en 2009	23
Proportion d'établissements hôteliers par région disposant d'un site Web en 2009.....	24
Proportion de résidences de tourisme par région disposant d'un site Web en 2009.....	25
Évolution de la classification des établissements hôteliers entre 2002 et 2009	26
Évolution de la classification des résidences de tourisme entre 2002 et 2009	27
Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des établissements hôteliers selon leur classification.....	28
Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des unités en établissements hôteliers selon leur classification	28
Répartition en 2009 par région touristique des établissements hôteliers selon leur classification.....	29
Répartition en 2009 par région touristique des unités en établissements hôteliers selon leur classification	30
Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des résidences de tourisme selon leur classification	31
Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des unités en résidences de tourisme selon leur classification	31
Répartition en 2009 par région touristique des résidences de tourisme selon leur classification	32
Répartition en 2009 par région touristique des unités en résidences de tourisme selon leur classification	33

Évolution de la demande	34
Distribution des visites-provinces des touristes au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008	34
Distribution des nuitées des touristes au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008	37
Dépenses des touristes au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008.....	40
Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus de l'ensemble des régions touristiques du Québec / toutes tailles confondues.....	43
Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus des régions touristiques urbaines (Montréal, Québec, Laval).....	46
Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus des régions touristiques périphériques*	49
Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus des régions touristiques ressources*	52
Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus des régions touristiques du Nord-du-Québec (Baie-James, Eeyou Istchee, Nunavik)	55

Évolution de l'offre

Évolution du nombre d'établissements hôteliers entre 2002 et 2009 par rapport aux résidences de tourisme et à l'ensemble du secteur de l'hébergement touristique

Années	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Δ 02-09
Établissements hôteliers	2 129	2 060	2 048	2 047	2 032	2 013	2 006	1 932	-9,3%
Δ annuelle		-3,2%	-0,6%	0,0%	-0,7%	-0,9%	-0,3%	-3,7%	
Résidences de tourisme	1 214	1 512	1 658	1 803	1 896	2 036	2 233	2 038	67,9%
Δ annuelle		24,5%	9,7%	8,7%	5,2%	7,4%	9,7%	-8,7%	
L'ensemble de l'hébergement touristique	5 547	6 047	6 668	6 763	6 775	6 880	7 069	6 718	21,1%
Δ annuelle		9,0%	10,3%	1,4%	0,2%	1,5%	2,7%	-5,0%	



Distribution (%) des unités disponibles selon la taille 2008-2009

Type d'établissement / année	Unités totales		0 à 10 unités (%)		11 à 29 unités (%)		30 à 99 unités (%)		100 unités et plus (%)	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Établissements hôteliers	76 318	75 622	6,1	5,9	16,6	16,1	29,6	29,6	47,8	48,4
Résidences de tourisme	9 725	9 200	39,4	38,3	16,9	16,4	18,4	18,8	25,3	26,5

Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des unités disponibles en établissements hôteliers selon la taille

Regroupements de régions touristiques	0 à 10 unités	11 à 29 unités	30 à 99 unités	100 unités et plus	Unités totales	% des unités du Québec	Taille moyenne (unités)
Régions urbaines	550 1,6%	2 328 6,9%	5 182 15,3%	25 785 76,2%	33 845 100,0%	44,8%	83,0
Régions centrales	2 260 8,2%	5 825 21,2%	10 440 38,0%	8 914 32,5%	27 439 100,0%	36,3%	30,2
Régions ressources	1 562 11,7%	3 691 27,6%	6 208 46,4%	1 925 14,4%	13 386 100,0%	17,7%	23,4
Nord du Québec	108 11,3%	298 31,3%	546 57,4%	952 100,0%	952 100,0%	1,3%	22,1
Totaux	4 480 5,9%	12 142 16,1%	22 376 29,6%	36 624 48,4%	75 622 100,0%	100%	39,1

Répartition en 2009 par région touristique des unités disponibles en établissements hôteliers selon la taille

Régions touristiques	0 à 10 unités	11 à 29 unités	30 à 99 unités	100 unités et plus	Unités totales	% des unités du Québec	Taille moyenne (unités)
01 - Îles-de-la-Madeleine	51 16,9%	35 11,6%	96 31,8%	120 39,7%	302 100,0%	0,4%	20,1
02 - Gaspésie	544 14,6%	1 193 32,1%	1 981 53,3%		3 718 100,0%	4,9%	20,0
03 - Bas-Saint-Laurent	307 11,4%	909 33,8%	850 31,6%	625 23,2%	2 691 100,0%	3,6%	23,6
04 - Québec	386 3,3%	1 326 11,4%	2 361 20,3%	7 549 65,0%	11 622 100,0%	15,4%	56,4
05 - Charlevoix	252 10,6%	573 24,2%	1 137 48,0%	405 17,1%	2 367 100,0%	3,1%	24,9
06 - Chaudière-Appalaches	374 14,2%	674 25,6%	1 331 50,6%	250 9,5%	2 629 100,0%	3,5%	22,9
07 - Mauricie	244 9,7%	439 17,4%	1 021 40,4%	821 32,5%	2 525 100,0%	3,3%	28,1
08 - Cantons-de-l'Est	372 10,5%	912 25,8%	1 394 39,5%	852 24,1%	3 530 100,0%	4,7%	25,2
09 - Montérégie	184 3,7%	838 17,0%	1 693 34,4%	2 205 44,8%	4 920 100,0%	6,5%	42,4
10 - Lanaudière	142 9,4%	466 30,9%	744 49,3%	158 10,5%	1 510 100,0%	2,0%	25,6
11 - Laurentides	373 6,5%	1 202 21,0%	2 111 36,8%	2 050 35,7%	5 736 100,0%	7,6%	33,5
12 - Montréal	164 0,8%	990 4,8%	2 421 11,7%	17 092 82,7%	20 667 100,0%	27,3%	111,1
13 - Outaouais	260 8,7%	465 15,6%	594 19,9%	1 668 55,8%	2 987 100,0%	3,9%	34,7
14 - Abitibi-Témiscamingue	138 9,1%	360 23,7%	1 023 67,3%		1 521 100,0%	2,0%	25,4
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	256 9,1%	539 19,2%	1 317 47,0%	693 24,7%	2 805 100,0%	3,7%	28,9
16 - Manicouagan	130 9,3%	378 27,1%	521 37,3%	367 26,3%	1 396 100,0%	1,8%	24,1
17 - Duplessis	136 14,3%	277 29,1%	420 44,1%	120 12,6%	953 100,0%	1,3%	22,2
18 - Baie-James	25 4,2%	121 20,5%	443 75,2%		589 100,0%	0,8%	32,7
19 - Laval		12 0,8%	400 25,7%	1 144 73,5%	1 556 100,0%	2,1%	97,3
20 - Centre-du-Québec	59 4,8%	256 20,7%	415 33,6%	505 40,9%	1 235 100,0%	1,6%	34,3
21 - Nunavik	64 28,3%	89 39,4%	73 32,3%		226 100,0%	0,3%	13,3
22 - Eeyou Istchee	19 13,9%	88 64,2%	30 21,9%		137 100,0%	0,2%	17,1

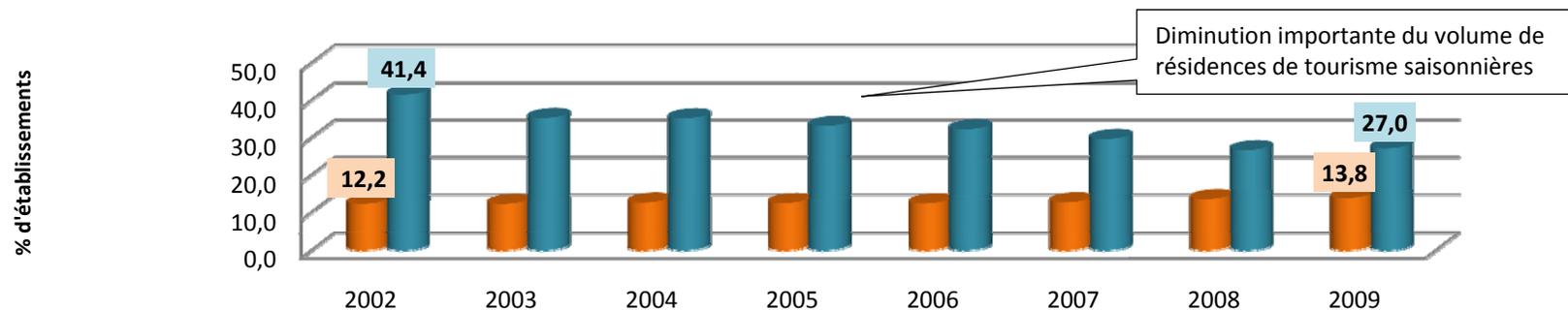
Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des unités disponibles des résidences de tourisme selon la taille

Regroupements de régions touristiques	0 à 10 unités	11 à 29 unités	30 à 99 unités	100 unités et plus	Unités totales	% des unités du Québec	Taille moyenne (unités)
Régions urbaines	327	232	557	1 957	3 073	33,4%	16,5
	10,6%	7,5%	18,1%	63,7%	100,0%		
Régions centrales	1 877	708	959	478	4 022	43,7%	3,5
	46,7%	17,6%	23,8%	11,9%	100,0%		
Régions ressources	1 309	560	217		2 086	22,7%	3,0
	62,8%	26,8%	10,4%		100,0%		
Nord du Québec	8	11			19	0,2%	4,8
	42,1%	57,9%			100,0%		
Totaux	3 521	1 511	1 733	2 435	9 200	100,0%	4,5
	38,3%	16,4%	18,8%	26,6%	100,0%		

Répartition en 2009 par région touristique des unités disponibles des résidences de tourisme selon la taille

Régions touristiques	0 à 10 unités	11 à 29 unités	30 à 99 unités	100 unités et plus	Unités totales	% des unités du Québec	Taille moyenne (unités)
01 - Îles-de-la-Madeleine	360 78,4%	99 21,6%			459 100,0%	5,0%	1,8
02 - Gaspésie	357 67,1%	140 26,3%	35 6,6%		532 100,0%	5,8%	3,2
03 - Bas-Saint-Laurent	168 49,6%	136 40,1%	35 10,3%		339 100,0%	3,7%	3,8
04 - Québec	203 20,1%	172 17,0%	399 39,5%	235 23,3%	1 009 100,0%	11,0%	8,5
05 - Charlevoix	390 53,6%	93 12,8%	134 18,4%	111 15,2%	728 100,0%	7,9%	2,6
06 - Chaudière-Appalaches	144 92,9%	11 7,1%			155 100,0%	1,7%	1,8
07 - Mauricie	104 51,5%	26 12,9%	72 35,6%		202 100,0%	2,2%	3,5
08 - Cantons-de-l'Est	345 51,1%	168 24,9%	162 24,0%		675 100,0%	7,3%	2,8
09 - Montérégie	18 100,0%				18 100,0%	0,2%	1,4
10 - Lanaudière	210 84,3%	39 15,7%			249 100,0%	2,7%	2,7
11 - Laurentides	533 30,5%	296 16,9%	551 31,5%	367 21,0%	1 747 100,0%	19,0%	5,4
12 - Montréal	119 6,3%	60 3,2%	158 8,4%	1 549 82,1%	1 886 100,0%	20,5%	29,9
13 - Outaouais	102 47,0%	75 34,6%	40 18,4%		217 100,0%	2,4%	4,7
14 - Abitibi-Témiscamingue	48 64,9%	26 35,1%			74 100,0%	0,8%	3,2
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	227 53,4%	133 31,3%	65 15,3%		425 100,0%	4,6%	4,0
16 - Manicouagan	101 69,7%	12 8,3%	32 22,1%		145 100,0%	1,6%	4,4
17 - Duplessis	48 42,9%	14 12,5%	50 44,6%		112 100,0%	1,2%	5,1
18 - Baie-James	8 42,1%	11 57,9%			19 100,0%	0,2%	4,8
19 - Laval	5 2,8%			173 97,2%	178 100,0%	1,9%	44,5
20 - Centre-du-Québec	31 100,0%				31 100,0%	0,3%	2,2

Évolution de la part (%) des établissements saisonniers entre 2002 et 2009



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
■ Établissements hôteliers	12,2	12,2	12,5	12,4	12,3	12,6	13,5	13,8
■ Résidences de tourisme	41,4	35,2	35,1	33,1	32,2	29,6	26,6	27,0

Distribution (%) des unités disponibles selon leur type

Années	Unités disponibles		Chambres et suites		Appartements, chalets ou maisons		Lits en dortoir	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Établissements hôteliers	76 318	75 622	98,1	98,4	1,8	1,6	0,14	0,1
Résidences de tourisme	9 725	9 200	s. o.	s. o.	100,0	100,0	s. o.	s. o.

Répartition en 2008 par regroupement de régions des établissements hôteliers selon la forme juridique de l'exploitation

Regroupements de régions touristiques	Association personnalisée	Coopérative	Entreprise individuelle	Personne morale autre	Société par action	Société en nom collectif	Société en commandite	Société étrangère	Société de participation	Syndicat de copropriété
Régions urbaines	5		44	3	331	17	11	3		
	1,2%		10,6%	0,7%	80,0%	4,1%	2,7%	0,7%		
Régions périphériques	7		171	1	659	88	24	3		1
	0,7%		17,9%	0,1%	69,1%	9,2%	2,5%	0,3%		0,1%
Régions ressources	8	2	144	6	387	38	8			
	1,3%	0,3%	24,3%	1,0%	65,3%	6,4%	1,3%			
Nord-du-Québec	2	9	2		30	2				
	4,4%	20,0%	4,4%		66,7%	4,4%				
Ensemble du Québec	22	11	361	10	1 407	145	43	6	0	1
	1,1%	0,5%	18,0%	0,5%	70,1%	7,2%	2,1%	0,3%	0,0%	0,0%

Répartition en 2008 par regroupement de régions des résidences de tourisme selon la forme juridique de l'exploitation

Regroupements de régions touristiques	Association personnalisée	Coopérative	Entreprise individuelle	Personne morale autre	Société par action	Société en nom collectif	Société en commandite	Société étrangère	Société de participation	Syndicat de copropriété
Régions urbaines	1		104	5	73	53	2		1	
	0,4%		43,5%	2,1%	30,5%	22,2%	0,8%		0,4%	
Régions centrales	11		588	18	220	429	6		1	1
	0,9%		46,2%	1,4%	17,3%	33,7%	0,5%		0,1%	0,1%
Régions ressources	19	1	396	21	99	181				
	2,6%	0,1%	55,2%	2,9%	13,8%	25,2%				
Nord-du-Québec			1	1	1					
			33,3%	33,3%	33,3%					
Ensemble du Québec	31	1	1 089	45	393	663	8	0	2	1
	1,4%	0,0%	48,8%	2,0%	17,6%	29,7%	0,4%	0,0%	0,1%	0,0%

Répartition en 2008 par région des établissements hôteliers selon la forme juridique de l'exploitation (1 de 2)

Régions touristiques	Association personnifiée	Coopérative	Entreprise individuelle	Personne morale autre	Société par action	Société en nom collectif	Société en commandite	Société étrangère	Société de participation	Syndicat de copropriété
01 - Îles-de-la-Madeleine			5		9					
			35,7%		64,3%					
02 - Gaspésie	2		55	4	115	13				
	1,1%		29,1%	2,1%	60,8%	6,9%				
03 - Bas-Saint-Laurent	1	1	24	1	77	9	2			
	0,9%	0,9%	20,9%	0,9%	67,0%	7,8%	1,7%			
04 - Québec	1		24	2	167	12	4	2		
	0,5%		11,3%	0,9%	78,8%	5,7%	1,9%	0,9%		
05 - Charlevoix			23		65	12	1			
			22,8%		64,4%	11,9%	1,0%			
06 - Chaudière-Appalaches	1		27		81	8	2			
	0,8%		22,7%		68,1%	6,7%	1,7%			
07 - Mauricie			22		64	3	1	1		
			24,2%		70,3%	3,3%	1,1%	1,1%		
08 - Cantons-de-l'Est			22	1	106	19	1	1		
			14,7%	0,7%	70,7%	12,7%	0,7%	0,7%		
09 - Montérégie	1		26		83	9	2			
	0,8%		21,5%		68,6%	7,4%	1,7%			
10 - Lanaudière			10		50	3				
			15,9%		79,4%	4,8%				
11 - Laurentides	3		21		126	21	12			1
	1,6%		11,4%		68,5%	11,4%	6,5%			0,5%
12 - Montréal	4		17	1	152	5	6	1		
	2,2%		9,1%	0,5%	81,7%	2,7%	3,2%	0,5%		

Répartition en 2008 par région des établissements hôteliers selon la forme juridique de l'exploitation (2 de 2)

Régions touristiques	Association personnifiée	Coopérative	Entreprise individuelle	Personne morale autre	Société par action	Société en nom collectif	Société en commandite	Société étrangère	Société de participation	Syndicat de copropriété
13 - Outaouais	1 1,1%		17 18,9%		57 63,3%	10 11,1%	4 4,4%	1 1,1%		
14 - Abitibi-Témiscamingue	1 1,6%		7 11,3%		48 77,4%	4 6,5%	2 3,2%			
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	2 1,9%	1 0,9%	27 25,2%		69 64,5%	6 5,6%	2 1,9%			
16 - Manicouagan	2 3,2%		16 25,8%		38 61,3%	5 8,1%	1 1,6%			
17 - Duplessis			10 22,7%	1 2,3%	31 70,5%	1 2,3%	1 2,3%			
18 - Baie-James			1 5,3%		16 84,2%	2 10,5%				
19 - Laval			3 18,8%		12 75,0%		1 6,3%			
20 - Centre-du-Québec	1 2,9%		3 8,6%		27 77,1%	3 8,6%	1 2,9%			
21 - Nunavik	1 5,6%	9 50,0%	1 5,6%		7 38,9%					
22 - Eeyou Istchee	1 12,5%				7 87,5%					
Totaux:	22	11	361	10	1 407	145	43	6	-	1
	1,1%	0,5%	18,0%	0,5%	70,1%	7,2%	2,1%	0,3%	0,0%	0,0%

Répartition en 2008 par région des résidences de tourisme selon la forme juridique de l'exploitation (1 de 2)

Régions touristiques	Association personnifiée	Coopérative	Entreprise individuelle	Personne morale autre	Société par action	Société en nom collectif	Société en commandite	Société étrangère	Société de participation	Syndicat de copropriété
01 - Îles-de-la-Madeleine			178		14	84				
			64,5%	0,0%	5,1%	30,4%				
02 - Gaspésie	9		103	8	22	29				
	5,3%		60,2%	4,7%	12,9%	17,0%				
03 - Bas-Saint-Laurent	5		39	4	17	24				
	5,6%		43,8%	4,5%	19,1%	27,0%				
04 - Québec	1		47	5	47	30	1		1	
	0,8%		35,6%	3,8%	35,6%	22,7%	0,8%			
05 - Charlevoix	2		144	3	40	96	1			
	0,7%		50,3%	1,0%	14,0%	33,6%	0,3%			
06 - Chaudière-Appalaches			46		16	28				
	0,0%		51,1%		17,8%	31,1%				
07 - Mauricie	3		29	3	12	15				
	4,8%		46,8%	4,8%	19,4%	24,2%				
08 - Cantons-de-l'Est	1		114	2	30	110				1
	0,4%		44,2%	0,8%	11,6%	42,6%				0,4%
09 - Montérégie	1		10		4	8				
	4,3%		43,5%			34,8%				
10 - Lanaudière	1		46	2	22	31	1			
	1,0%		44,7%	1,9%	21,4%	30,1%	1,0%			
11 - Laurentides	2		177	3	81	121	4		1	
	0,5%		45,5%	0,8%	20,8%	31,1%	1,0%		0,3%	
12 - Montréal			55		26	23				
			52,9%		25,0%	22,1%				

Répartition en 2008 par région des résidences de tourisme selon la forme juridique de l'exploitation (2 de 2)

Régions touristiques	Association personnifiée	Coopérative	Entreprise individuelle	Personne morale autre	Société par action	Société en nom collectif	Société en commandite	Société étrangère	Société de participation	Syndicat de copropriété
13 - Outaouais	1		17	4	12	14				
	2,1%		35,4%	8,3%	25,0%	29,2%				
14 - Abitibi-Témiscamingue			9	1	5	7				
			40,9%	4,5%	22,7%	31,8%				
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	3	1	34	7	21	29				
	3,2%	1,1%	35,8%	7,4%	22,1%	30,5%				
16 - Manicouagan	2		19		11	4				
	5,6%		52,8%	0,0%	30,6%	11,1%				
17 - Duplessis			14	1	9	4				
			50,0%	3,6%	32,1%	14,3%				
18 - Baie-James			1	1	1					
			33,3%	33,3%	33,3%					
19 - Laval			2				1			
			66,7%				33,3%			
20 - Centre-du-Québec			5	1	3	6				
			33,3%	6,7%	20,0%	40,0%				
Totaux:	31	1	1 089	45	393	663	8		2	1
	1,4%	0,0%	48,8%	2,0%	17,6%	29,7%	0,4%		0,1%	0,0%

Proportion (%) des établissements selon l'échelle de prix minimal

Types d'établissement / échelles de prix	1 à 59 \$		60 à 99 \$		100 à 149 \$		150 à 199 \$		200 \$ et plus	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Établissements hôteliers	33,3	29,5	43,4	45,7	11,7	12,8	5,0	5,3	6,5	6,6
Résidences de tourisme	2,8	1,9	18,9	17,8	33,5	32,7	16,8	17,5	27,9	29,6

Répartition en 2009 par regroupement de régions des établissements hôteliers selon l'échelle de prix minimal

Échelle de prix	1 à 59 \$	60 à 99 \$	100 à 149 \$	150 à 199 \$	200 \$ et plus
Régions urbaines	61 15,0%	137 33,6%	73 17,9%	51 12,5%	86 21,1%
Régions périphériques	306 33,8%	404 44,6%	124 13,7%	34 3,8%	38 4,2%
Régions ressources	193 33,9%	328 57,5%	44 7,7%	3 0,5%	2 0,4%
Régions du Nord-du-Québec	9 20,9%	12 27,9%	6 14,0%	14 32,6%	2 4,7%
Ensemble du Québec	569 29,5%	881 45,7%	247 12,8%	102 5,3%	128 6,6%

Répartition en 2009 par regroupement de régions des résidences de tourisme selon l'échelle de prix minimal

Échelle de prix	1 à 59 \$	60 à 99 \$	100 à 149 \$	150 à 199 \$	200 \$ et plus
Régions urbaines	4 2,2%	36 19,7%	45 24,6%	29 15,8%	69 37,7%
Régions périphériques	20 1,7%	130 11,3%	278 24,2%	251 21,9%	469 40,9%
Régions ressources	15 2,2%	196 28,4%	341 49,3%	75 10,9%	64 9,3%
Régions du Nord-du-Québec			2 50,0%	1 25,0%	1 25,0%
Ensemble du Québec	39 1,9%	362 17,9%	666 32,9%	356 17,6%	603 29,8%

Répartition en 2009 par région des établissements hôteliers selon l'échelle de prix minimal (1 de 2)

Échelle de prix	1 à 59 \$	60 à 99 \$	100 à 149 \$	150 à 199 \$	200 \$ et plus
01 - Îles-de-la-Madeleine	2 13,3%	10 66,7%	2 13,3%	1 6,7%	
02 - Gaspésie	74 40,2%	103 56,0%	4 2,2%	2 1,1%	1 0,5%
03 - Bas-Saint-Laurent	37 32,7%	66 58,4%	10 8,8%		
04 - Québec	31 15,0%	83 40,3%	41 19,9%	32 15,5%	19 9,2%
05 - Charlevoix	24 25,3%	54 56,8%	14 14,7%	1 1,1%	2 2,1%
06 - Chaudière-Appalaches	46 40,0%	56 48,7%	12 10,4%		1 0,9%
07 - Mauricie	45 50,0%	27 30,0%	11 12,2%	4 4,4%	3 3,3%
08 - Cantons-de-l'Est	42 30,2%	62 44,6%	22 15,8%	11 7,9%	2 1,4%
09 - Montérégie	38 32,8%	46 39,7%	18 15,5%	7 6,0%	7 6,0%
10 - Lanaudière	23 39,0%	25 42,4%	9 15,3%	2 3,4%	
11 - Laurentides	47 27,5%	78 45,6%	21 12,3%	5 2,9%	20 11,7%
12 - Montréal	28 15,1%	49 26,3%	28 15,1%	16 8,6%	65 34,9%
13 - Outaouais	32 37,6%	38 44,7%	10 11,8%	2 2,4%	3 3,5%
14 - Abitibi-Témiscamingue	24 40,0%	30 50,0%	6 10,0%		

Répartition en 2009 par région des établissements hôteliers selon l'échelle de prix minimal (2 de 2)

Échelle de prix	1 à 59 \$	60 à 99 \$	100 à 149 \$	150 à 199 \$	200 \$ et plus
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	29 29,9%	56 57,7%	12 12,4%		
16 - Manicouagan	17 29,3%	37 63,8%	3 5,2%		1 1,7%
17 - Duplessis	10 23,3%	26 60,5%	7 16,3%		
18 - Baie-James	8 44,4%	8 44,4%	2 11,1%		
19 - Laval	2 12,5%	5 31,3%	4 25,0%	3 18,8%	2 12,5%
20 - Centre-du-Québec	9 25,0%	18 50,0%	7 19,4%	2 5,6%	
21 - Nunavik		1 5,9%	1 5,9%	13 76,5%	2 11,8%
22 - Eeyou Istchee	1 12,5%	3 37,5%	3 37,5%	1 12,5%	

Répartition (%) en 2009 par région des résidences de tourisme selon l'échelle de prix minimal (1 de 2)

Échelle de prix	1 à 59 \$	60 à 99 \$	100 à 149 \$	150 à 199 \$	200 \$ et plus
01 - Îles-de-la-Madeleine	6 2,4%	66 26,0%	155 61,0%	18 7,1%	9 3,5%
02 - Gaspésie	4 2,4%	54 32,3%	71 42,5%	29 17,4%	9 5,4%
03 - Bas-Saint-Laurent	1 1,1%	31 35,2%	38 43,2%	13 14,8%	5 5,7%
04 - Québec	1 0,9%	17 14,7%	25 21,6%	22 19,0%	51 44,0%
05 - Charlevoix	3 1,1%	27 9,6%	63 22,5%	69 24,6%	118 42,1%
06 - Chaudière-Appalaches	3 3,4%	14 16,1%	25 28,7%	13 14,9%	32 36,8%
07 - Mauricie	3 5,3%	11 19,3%	19 33,3%	8 14,0%	16 28,1%
08 - Cantons-de-l'Est	5 2,1%	25 10,4%	74 30,8%	54 22,5%	82 34,2%
09 - Montérégie		2 16,7%	3 25,0%	4 33,3%	3 25,0%
10 - Lanaudière		9 9,9%	24 26,4%	21 23,1%	37 40,7%
11 - Laurentides	5 1,6%	28 8,7%	58 18,1%	68 21,2%	162 50,5%
12 - Montréal	3 4,8%	17 27,0%	18 28,6%	7 11,1%	18 28,6%
13 - Outaouais	1 2,2%	9 19,6%	10 21,7%	11 23,9%	15 32,6%
14 - Abitibi-Témiscamingue	1 4,3%	6 26,1%	9 39,1%	2 8,7%	5 21,7%

Répartition en 2009 par région des résidences de tourisme selon l'échelle de prix minimal (2 de 2)					
Échelle de prix	1 à 59 \$	60 à 99 \$	100 à 149 \$	150 à 199 \$	200 \$ et plus
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	2 <i>1,9%</i>	22 <i>21,0%</i>	40 <i>38,1%</i>	11 <i>10,5%</i>	30 <i>28,6%</i>
16 - Manicouagan	1 <i>3,1%</i>	10 <i>31,3%</i>	16 <i>50,0%</i>	2 <i>6,3%</i>	3 <i>9,4%</i>
17 - Duplessis		7 <i>31,8%</i>	12 <i>54,5%</i>		3 <i>13,6%</i>
18 - Baie-James			2 <i>50,0%</i>	1 <i>25,0%</i>	1 <i>25,0%</i>
19 - Laval		2 <i>50,0%</i>	2 <i>50,0%</i>		
20 - Centre-du-Québec		5 <i>35,7%</i>	2 <i>14,3%</i>	3 <i>21,4%</i>	4 <i>28,6%</i>

Répartition en 2009 par regroupement de régions des établissements hôteliers selon les services offerts

Types de services	Centre d'affaires	Ascenseur	Aéroport	Navette station de ski
Régions urbaines	102 25,0%	152 37,3%	86 21,1%	38 9,3%
Régions périphériques	70 7,7%	110 12,1%	42 4,6%	65 7,2%
Régions ressources	23 4,0%	32 5,6%	47 8,2%	3 0,5%
Nord du Québec	1 2,3%		25 58,1%	
Totaux	196 10,2%	294 15,3%	200 10,4%	106 5,5%

Types de services	Discothèque	Restaurant			Salle(s) de réception - réunion - congrès	Bar
		Déjeuner	Dîner	Souper		
Régions urbaines	7 1,7%	317 77,7%	172 42,2%	173 42,4%	214 52,5%	171 41,9%
Régions périphériques	42 4,6%	620 68,4%	392 43,3%	467 51,5%	465 51,3%	444 49,0%
Régions ressources	12 2,1%	379 66,5%	239 41,9%	285 50,0%	225 39,5%	252 44,2%
Nord du Québec	4 12,1%	18 54,5%	16 48,5%	17 51,5%	16 48,5%	13 39,4%
Totaux	65 3,4%	1334 69,6%	819 42,7%	942 49,1%	920 48,0%	880 45,9%

Types de services	Animaux de compagnie	Garde d'enfants	Foyer intérieur	Spa extérieur	Spa intérieur
Régions urbaines	114 27,9%	101 24,8%	116 28,4%	29 7,1%	36 8,8%
Régions périphériques	250 27,6%	116 12,8%	370 40,8%	125 13,8%	75 8,3%
Régions ressources	191 33,5%	50 8,8%	122 21,4%	24 4,2%	14 2,5%
Nord du Québec	4 12,1%	1 3,0%	7 21,2%		
Totaux	559 29,2%	268 14,0%	615 32,1%	178 9,3%	125 6,5%

Types de services	Piscine extérieure	Piscine extérieure 4 saisons	Piscine intérieure	Plage	Conditionnement physique
Régions urbaines	56 13,7%	3 0,7%	67 16,4%	6 1,5%	104 25,5%
Régions périphériques	227 25,1%	5 0,6%	92 10,2%	147 16,2%	97 10,7%
Régions ressources	47 8,2%		14 2,5%	146 25,6%	23 4,0%
Nord du Québec			4 9,3%	5 11,6%	4 9,3%
Totaux	330 17,1%	8 0,4%	177 9,2%	304 15,8%	228 11,8%

Répartition en 2009 par regroupement de régions des résidences de tourisme selon les services offerts

Types de services	Centre d'affaires	Ascenseur	Aéroport	Navette station de ski
Régions urbaines	13 7,3%	30 16,8%	14 7,8%	20 11,2%
Régions périphériques	13 1,1%	8 0,7%	26 2,3%	48 4,2%
Régions ressources	2 0,4%	2 0,4%	21 3,9%	2 0,4%
Totaux	28 1,5%	40 2,2%	61 3,3%	70 3,8%

Types de services	Discothèque	Restaurant			Salle(s) de réception - réunion - congrès	Bar
		Déjeuner	Dîner	Souper		
Régions urbaines	2 1,1%	24 13,1%	17 9,3%	17 9,3%	28 15,3%	10 5,5%
Régions périphériques	4 0,3%	51 4,4%	41 3,6%	44 3,8%	84 7,3%	26 2,3%
Régions ressources	1 0,1%	43 6,2%	41 5,9%	40 5,8%	37 5,4%	23 3,3%
Nord du Québec					1 25,0%	
Totaux	7 0,3%	118 5,8%	99 4,9%	101 5,0%	150 7,4%	59 2,9%

Types de services	Animaux de compagnie	Garde d'enfants	Foyer intérieur	Spa extérieur	Spa intérieur
Régions urbaines	51 27,9%	26 14,2%		10 5,5%	7 3,8%
Régions périphériques	300 26,1%	44 3,8%		116 10,1%	27 2,4%
Régions ressources	189 27,4%	40 5,8%		14 2,0%	6 0,9%
Nord du Québec	1 25,0%				
Totaux	541 26,7%	110 5,4%		140 6,9%	40 2,0%

Types de services	Piscine extérieure	Piscine extérieure 4 saisons	Piscine intérieure	Plage	Conditionnement physique
Régions urbaines	32 17,5%		24 13,1%	20 10,9%	23 12,6%
Régions périphériques	170 14,8%		51 4,4%	468 40,8%	36 3,1%
Régions ressources	33 4,8%		1 0,1%	294 42,5%	3 0,4%
Nord du Québec				1 25,0%	
Totaux	235 11,6%		76 3,8%	783 38,6%	62 3,1%

Nombre et proportion (%) par région des établissements hôteliers selon le service Internet offert (2008 – 2009)

Régions touristiques	Internet Haute vitesse		Internet Standard		Internet WiFi	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
01 - Îles-de-la-Madeleine	4	6			9	10
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>50,0%</i>		<i>11,1%</i>
02 - Gaspésie	28	47	14	15	44	64
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>67,9%</i>		<i>7,1%</i>
						<i>45,5%</i>
03 - Bas-Saint-Laurent	14	34	5	6	37	56
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>142,9%</i>		<i>20,0%</i>
						<i>51,4%</i>
04 - Québec	76	101	10	18	110	140
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>32,9%</i>		<i>80,0%</i>
						<i>27,3%</i>
05 - Charlevoix	22	24	6	7	28	35
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>9,1%</i>		<i>16,7%</i>
						<i>25,0%</i>
06 - Chaudière-Appalaches	27	35	4	2	38	49
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>29,6%</i>		<i>-50,0%</i>
						<i>28,9%</i>
07 - Mauricie	21	38	5	8	20	35
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>81,0%</i>		<i>60,0%</i>
						<i>75,0%</i>
08 - Cantons-de-l'Est	26	46	7	8	61	74
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>76,9%</i>		<i>14,3%</i>
						<i>21,3%</i>
09 - Montérégie	21	38	8	8	44	56
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>81,0%</i>		<i>27,3%</i>
10 - Lanaudière	9	20	6	8	10	24
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>122,2%</i>		<i>33,3%</i>
						<i>140,0%</i>
11 - Laurentides	44	57	7	10	47	65
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>29,5%</i>		<i>42,9%</i>
						<i>38,3%</i>
12 - Montréal	78	103	14	15	108	131
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>32,1%</i>		<i>7,1%</i>
						<i>21,3%</i>
13 - Outaouais	16	15	1		22	21
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>-6,3%</i>		<i>-4,5%</i>
14 - Abitibi-Témiscamingue	14	20	2	3	13	21
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>42,9%</i>		<i>50,0%</i>
						<i>61,5%</i>
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	26	27	7	7	31	34
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>3,8%</i>		<i>9,7%</i>
16 - Manicouagan	12	14	2	3	22	29
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>16,7%</i>		<i>50,0%</i>
						<i>31,8%</i>
17 - Duplessis	9	13	11	13	7	11
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>44,4%</i>		<i>18,2%</i>
						<i>57,1%</i>
18 - Baie-James	8	7	2	2	7	8
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>-12,5%</i>		<i>14,3%</i>
19 - Laval	5	6	1	1	8	10
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>20,0%</i>		<i>25,0%</i>
20 - Centre-du-Québec	8	13	3	2	20	24
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>62,5%</i>		<i>-33,3%</i>
						<i>20,0%</i>
21 - Nunavik	2	3	1	1	3	3
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>50,0%</i>		
22 - Eeyou Istchee	1	1			3	3
		<i>Δ 2008-2009</i>				
Ensemble du Québec	471	668	116	137	692	903
		<i>Δ 2008-2009</i>		<i>41,8%</i>		<i>18,1%</i>
						<i>30,5%</i>

Proportion d'établissements hôteliers par regroupement de régions disposant d'un site Web en 2009

Regroupement de régions touristiques	Avec un site Web	Total des établissements	% avec un site Web
Régions urbaines	360	408	88,2%
Régions périphériques	667	906	73,6%
Régions ressources	366	570	64,2%
Régions du Nord-du-Québec	9	43	20,9%
Ensemble du Québec	1 402	1 927	72,8%

Proportion de résidences de tourisme par regroupement de régions disposant d'un site Web en 2009

Regroupement de régions touristiques	Avec un site Web	Total des établissements	% avec un site Web
Régions urbaines	168	201	83,6%
Régions périphériques	823	1 148	71,7%
Régions ressources	329	691	47,6%
Régions du Nord-du-Québec	3	4	75,0%
Ensemble du Québec	1 323	2 044	64,7%

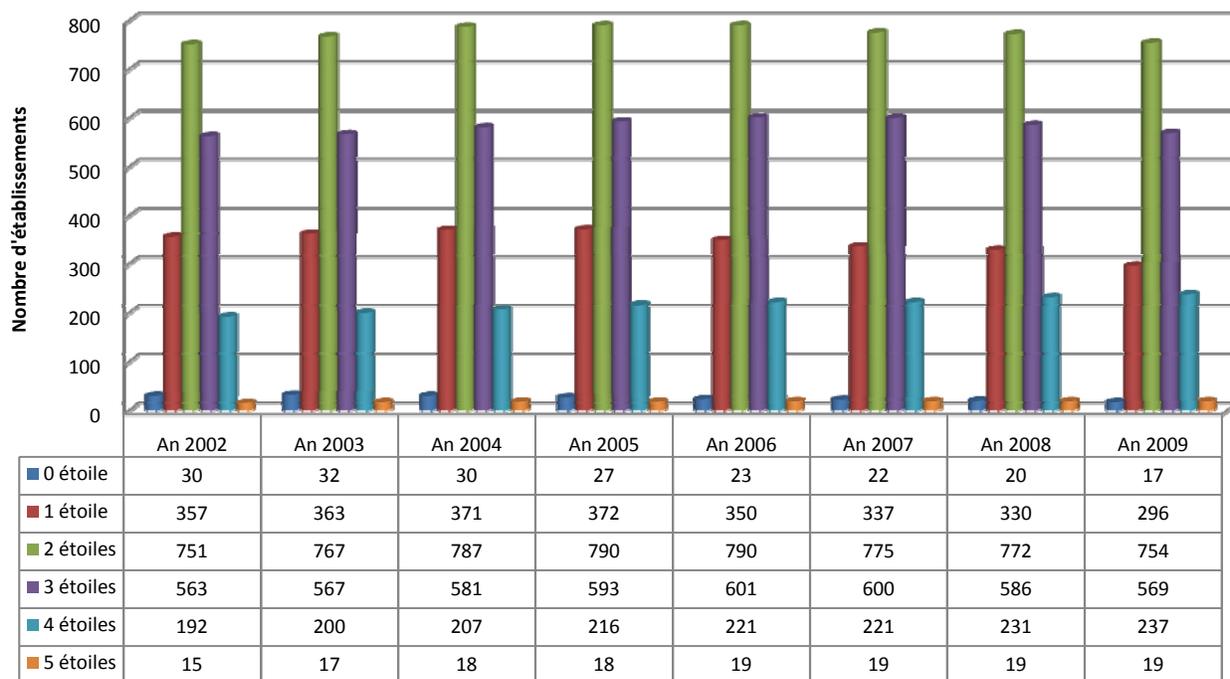
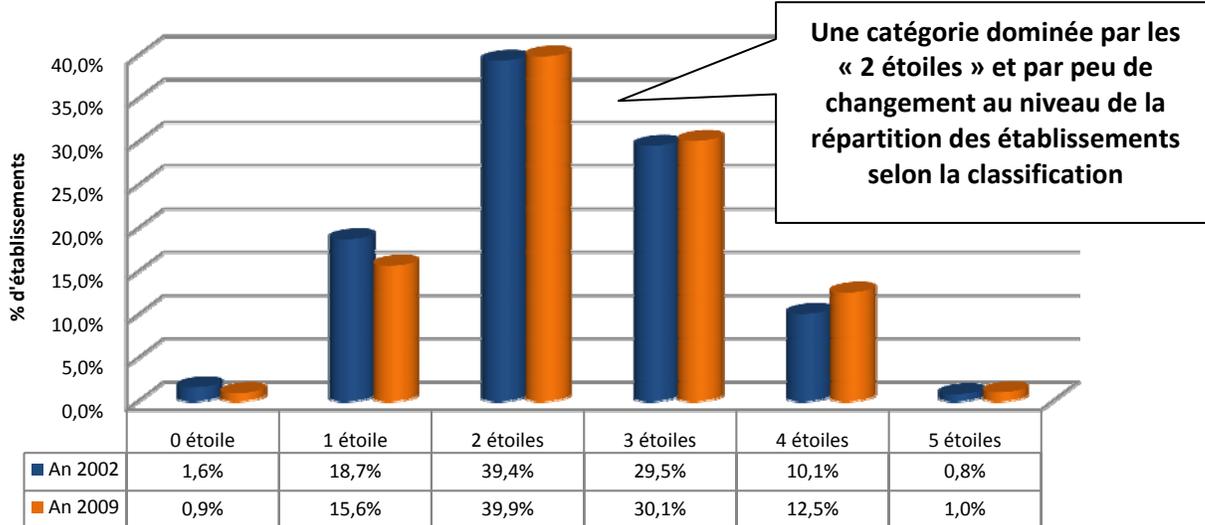
Proportion d'établissements hôteliers par région disposant d'un site Web en 2009

Regroupement de régions touristiques	Avec un site Web	Total des établissements	% avec un site Web
01 - Îles-de-la-Madeleine	11	15	73,3%
02 - Gaspésie	112	184	60,9%
03 - Bas-Saint-Laurent	80	113	70,8%
04 - Québec	180	206	87,4%
05 - Charlevoix	86	95	90,5%
06 - Chaudière-Appalaches	74	115	64,3%
07 - Mauricie	61	90	67,8%
08 - Cantons-de-l'Est	99	139	71,2%
09 - Montérégie	78	116	67,2%
10 - Lanaudière	45	59	76,3%
11 - Laurentides	146	171	85,4%
12 - Montréal	167	186	89,8%
13 - Outaouais	51	85	60,0%
14 - Abitibi-Témiscamingue	32	60	53,3%
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	73	97	75,3%
16 - Manicouagan	37	58	63,8%
17 - Duplessis	21	43	48,8%
18 - Baie-James	6	18	33,3%
19 - Laval	13	16	81,3%
20 - Centre-du-Québec	27	36	75,0%
21 - Nunavik	1	17	5,9%
22 - Eeyou Istchee	2	8	25,0%
Ensemble du Québec	1 402	1 927	72,8%

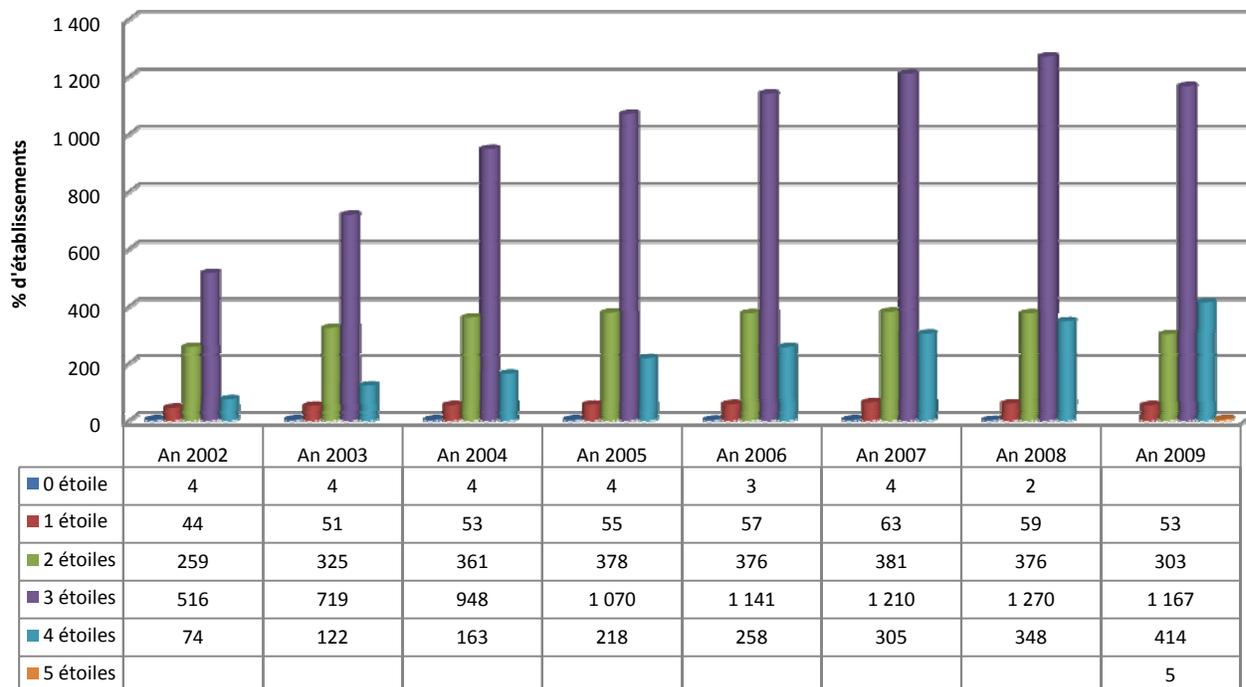
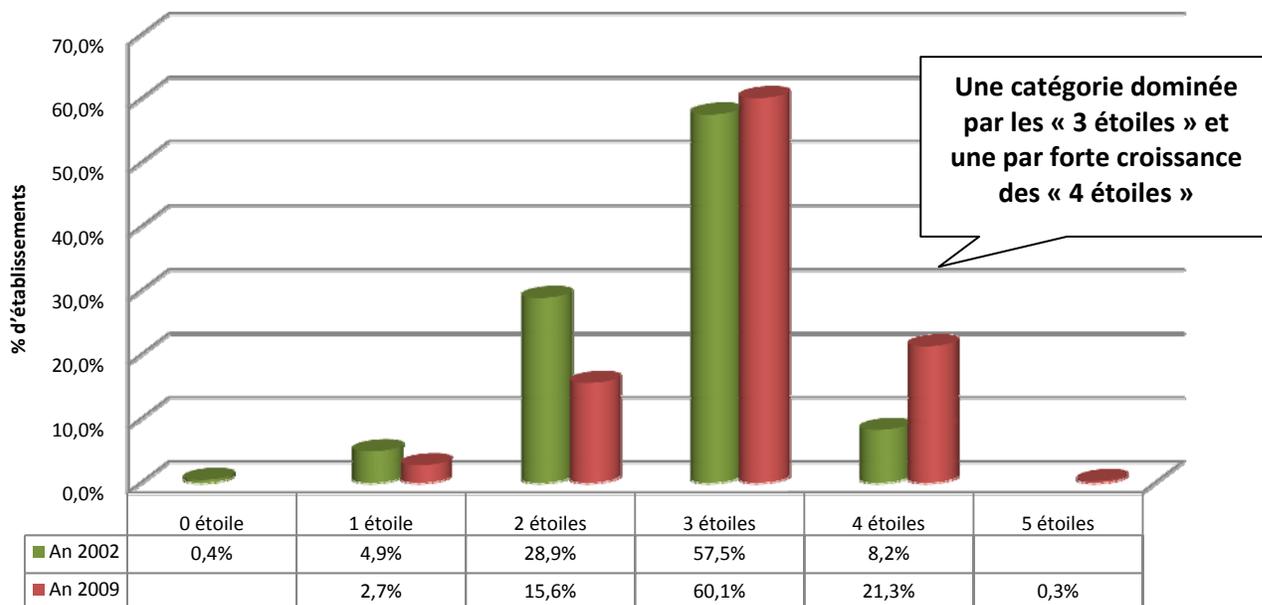
Proportion de résidences de tourisme par région disposant d'un site Web en 2009

Regroupement de régions touristiques	Avec un site Web	Total des établissements	% avec un site Web
01 - Îles-de-la-Madeleine	76	254	29,9%
02 - Gaspésie	89	167	53,3%
03 - Bas-Saint-Laurent	47	88	53,4%
04 - Québec	103	116	88,8%
05 - Charlevoix	198	280	70,7%
06 - Chaudière-Appalaches	62	87	71,3%
07 - Mauricie	38	57	66,7%
08 - Cantons-de-l'Est	154	240	64,2%
09 - Montérégie	11	12	91,7%
10 - Lanaudière	61	91	67,0%
11 - Laurentides	260	321	81,0%
12 - Montréal	63	81	77,8%
13 - Outaouais	32	46	69,6%
14 - Abitibi-Témiscamingue	16	23	69,6%
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	56	105	53,3%
16 - Manicouagan	29	32	90,6%
17 - Duplessis	16	22	72,7%
18 - Baie-James	3	4	75,0%
19 - Laval	2	4	50,0%
20 - Centre-du-Québec	7	14	50,0%
Ensemble du Québec	1 323	2 044	64,7%

Évolution de la classification des établissements hôteliers entre 2002 et 2009



Évolution de la classification des résidences de tourisme entre 2002 et 2009



Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des établissements hôteliers selon leur classification

Regroupements de régions touristiques	Nombre d'établissements hôteliers / étoiles							Total
	EC	0	1	2	3	4	5	
	6	3	36	126	121	107	9	408
Régions urbaines	⇒ 1,5%	0,7%	8,8%	30,9%	29,7%	26,2%	2,2%	100,0%
	⇩ 15,0%	17,6%	12,2%	16,7%	21,3%	45,1%	47,4%	21,1%
	15	10	137	357	282	97	10	908
Régions périphériques	⇒ 1,7%	1,1%	15,1%	39,3%	31,1%	10,7%	1,1%	100,0%
	⇩ 37,5%	58,8%	46,3%	47,3%	49,6%	40,9%	52,6%	47,0%
	17	2	110	255	157	32		573
Régions ressources	⇒ 3,0%	0,3%	19,2%	44,5%	27,4%	5,6%		100,0%
	⇩ 42,5%	11,8%	37,2%	33,8%	27,6%	13,5%		29,7%
	2	2	13	16	9	1		43
Régions du Nord-du-Québec	⇒ 4,7%	4,7%	30,2%	37,2%	20,9%	2,3%		100,0%
	⇩ 5,0%	11,8%	4,4%	2,1%	1,6%	0,4%		2,2%
	40	17	296	754	569	237	19	1 932
Ensembles du Québec	⇒ 2,1%	0,9%	15,3%	39,0%	29,5%	12,3%	1,0%	100,0%
	⇩ 100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des unités en établissements hôteliers selon leur classification

Regroupements de régions touristiques	Nombre d'unités en établissements hôteliers / étoiles							Total
	EC	0	1	2	3	4	5	
	672	65	812	3 086	7 052	19 384	2 774	33 845
Régions urbaines	⇒ 2,0%	0,2%	2,4%	9,1%	20,8%	57,3%	8,2%	100,0%
	⇩ 65,3%	37,4%	22,7%	22,2%	32,2%	63,3%	62,8%	44,8%
	142	85	1 452	6 387	9 269	8 462	1 642	27 439
Régions périphériques	⇒ 0,5%	0,3%	5,3%	23,3%	33,8%	30,8%	6,0%	100,0%
	⇩ 13,8%	48,9%	40,5%	45,9%	42,3%	27,7%	37,2%	36,3%
	167	8	1 131	4 034	5 310	2 736		13 386
Régions ressources	⇒ 1,2%	0,1%	8,4%	30,1%	39,7%	20,4%		100,0%
	⇩ 16,2%	4,6%	31,6%	29,0%	24,2%	8,9%		17,7%
	48	16	188	411	269	20		952
Régions du Nord-du-Québec	⇒ 5,0%	1,7%	19,7%	43,2%	28,3%	2,1%		100,0%
	⇩ 4,7%	9,2%	5,2%	3,0%	1,2%	0,1%		1,3%
	1 029	174	3 583	13 918	21 900	30 602	4 416	75 622
Ensemble du Québec	⇒ 1,4%	0,2%	4,7%	18,4%	29,0%	40,5%	5,8%	100,0%
	⇩ 100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Répartition en 2009 par région touristique des établissements hôteliers selon leur classification

Régions touristiques	Nombre d'établissements / étoiles							Total
	EC	0	1	2	3	4	5	
01 - Îles-de-la-Madeleine	1		1	5	7	1		15
	6,7%		6,7%	33,3%	46,7%	6,7%		100,0%
02 - Gaspésie	3	1	37	89	49	7		186
	1,6%	0,5%	19,9%	47,8%	26,3%	3,8%		100,0%
03 - Bas-Saint-Laurent	6	1	22	53	26	6		114
	5,3%	0,9%	19,3%	46,5%	22,8%	5,3%		100,0%
04 - Québec			17	73	72	42	2	206
			8,3%	35,4%	35,0%	20,4%	1,0%	100,0%
05 - Charlevoix			11	40	36	6	2	95
			11,6%	42,1%	37,9%	6,3%	2,1%	100,0%
06 - Chaudière-Appalaches	1	1	28	46	30	9		115
	0,9%	0,9%	24,3%	40,0%	26,1%	7,8%		100,0%
07 - Mauricie	4	1	20	36	19	10		90
	4,4%	1,1%	22,2%	40,0%	21,1%	11,1%		100,0%
08 - Cantons-de-l'Est	1	2	16	50	53	16	2	140
	0,7%	1,4%	11,4%	35,7%	37,9%	11,4%	1,4%	100,0%
09 - Montérégie	1	2	16	52	33	11	1	116
	0,9%	1,7%	13,8%	44,8%	28,4%	9,5%	0,9%	100,0%
10 - Lanaudière	1		5	26	24	3		59
	1,7%		8,5%	44,1%	40,7%	5,1%		100,0%
11 - Laurentides	3	3	21	49	66	26	3	171
	1,8%	1,8%	12,3%	28,7%	38,6%	15,2%	1,8%	100,0%
12 - Montréal	6	3	18	50	44	58	7	186
	3,2%	1,6%	9,7%	26,9%	23,7%	31,2%	3,8%	100,0%
13 - Outaouais		1	17	45	11	10	2	86
		1,2%	19,8%	52,3%	12,8%	11,6%	2,3%	100,0%
14 - Abitibi-Témiscamingue	2		11	23	19	5		60
	3,3%		18,3%	38,3%	31,7%	8,3%		100,0%
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	1		16	38	32	10		97
	1,0%		16,5%	39,2%	33,0%	10,3%		100,0%
16 - Manicouagan	2		11	27	16	2		58
	3,4%		19,0%	46,6%	27,6%	3,4%		100,0%
17 - Duplessis	2		12	20	8	1		43
	4,7%		27,9%	46,5%	18,6%	2,3%		100,0%
18 - Baie-James	2	1	5	6	4			18
	11,1%	5,6%	27,8%	33,3%	22,2%			100,0%
19 - Laval			1	3	5	7		16
			6,3%	18,8%	31,3%	43,8%		100,0%
20 - Centre-du-Québec	4		3	13	10	6		36
	11,1%		8,3%	36,1%	27,8%	16,7%		100,0%
21 - Nunavik		1	7	7	2			17
		5,9%	41,2%	41,2%	11,8%			100,0%
22 - Eeyou Istchee			1	3	3	1		8
			12,5%	37,5%	37,5%	12,5%		100,0%
Le Québec	40	17	296	754	569	237	19	1 932
	2,1%	0,9%	15,3%	39,0%	29,5%	12,3%	1,0%	100,0%

EC : en cours d'évaluation

Répartition en 2009 par région touristique des unités en établissements hôteliers selon leur classification

Régions touristiques	Nombre d'unités en établissements hôteliers / étoiles							Total
	EC	0	1	2	3	4	5	
01 - Îles-de-la-Madeleine	2		4	38	248	10		302
	0,7%		1,3%	12,6%	82,1%	3,3%		100,0%
02 - Gaspésie	26	5	400	1 229	1 657	401		3 718
	0,7%	0,1%	10,8%	33,1%	44,6%	10,8%		100,0%
03 - Bas-Saint-Laurent	68	3	238	857	771	754		2 691
	2,5%	0,1%	8,8%	31,8%	28,7%	28,0%		100,0%
04 - Québec			238	1 304	3 266	6 033	781	11 622
			2,0%	11,2%	28,1%	51,9%	6,7%	100,0%
05 - Charlevoix			91	582	1 091	180	423	2 367
			3,8%	24,6%	46,1%	7,6%	17,9%	100,0%
06 - Chaudière-Appalaches	5	3	259	618	1 034	710		2 629
	0,2%	0,1%	9,9%	23,5%	39,3%	27,0%		100,0%
07 - Mauricie	25	9	193	649	791	858		2 525
	1,0%	0,4%	7,6%	25,7%	31,3%	34,0%		100,0%
08 - Cantons-de-l'Est	9	17	156	737	1 354	1 182	75	3 530
	0,3%	0,5%	4,4%	20,9%	38,4%	33,5%	2,1%	100,0%
09 - Montérégie	31	27	233	1 418	1 982	1 113	116	4 920
	0,6%	0,5%	4,7%	28,8%	40,3%	22,6%	2,4%	100,0%
10 - Lanaudière	23		76	410	707	294		1 510
	1,5%		5,0%	27,2%	46,8%	19,5%		100,0%
11 - Laurentides	20	26	260	989	1 576	2 397	468	5 736
	0,3%	0,5%	4,5%	17,2%	27,5%	41,8%	8,2%	100,0%
12 - Montréal	672	65	531	1 610	3 380	12 416	1 993	20 667
	3,3%	0,3%	2,6%	7,8%	16,4%	60,1%	9,6%	100,0%
13 - Outaouais		3	159	727	356	1 182	560	2 987
		0,1%	5,3%	24,3%	11,9%	39,6%	18,7%	100,0%
14 - Abitibi-Témiscamingue	48		91	342	801	239		1 521
	3,2%		6,0%	22,5%	52,7%	15,7%		100,0%
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	1		176	663	962	1 003		2 805
	0,0%		6,3%	23,6%	34,3%	35,8%		100,0%
16 - Manicouagan	6		106	501	574	209		1 396
	0,4%		7,6%	35,9%	41,1%	15,0%		100,0%
17 - Duplessis	16		116	404	297	120		953
	1,7%		12,2%	42,4%	31,2%	12,6%		100,0%
18 - Baie-James	48	10	117	215	199			589
	8,1%	1,7%	19,9%	36,5%	33,8%			100,0%
19 - Laval			43	172	406	935		1 556
			2,8%	11,1%	26,1%	60,1%		100,0%
20 - Centre-du-Québec	29		25	257	378	546		1 235
	2,3%		2,0%	20,8%	30,6%	44,2%		100,0%
21 - Nunavik		6	51	145	24			226
		2,7%	22,6%	64,2%	10,6%			100,0%
22 - Eeyou Istchee			20	51	46	20		137
			14,6%	37,2%	33,6%	14,6%		100,0%
Le Québec	1 029	174	3 583	13 918	21 900	30 602	4 416	75 622
	1,4%	0,2%	4,7%	18,4%	29,0%	40,5%	5,8%	100,0%

EC : en cours d'évaluation

Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des résidences de tourisme selon leur classification

Regroupements de régions touristiques	Nombre de résidences de tourisme / étoiles							Total
	EC	0	1	2	3	4	5	
	3		7	23	120	33		186
Régions urbaines	⇒	1,6%	3,8%	12,4%	64,5%	17,7%		100,0%
	⇩	3,1%	13,2%	7,6%	10,3%	8,0%		9,1%
	58		27	131	619	311	5	1151
Régions périphériques	⇒	5,0%	2,3%	11,4%	53,8%	27,0%	0,4%	100,0%
	⇩	60,4%	50,9%	43,2%	53,0%	75,1%	100,0%	56,5%
	33		18	149	427	70		697
Régions ressources	⇒	4,7%	2,6%	21,4%	61,3%	10,0%		100,0%
	⇩	34,4%	34,0%	49,2%	36,6%	16,9%		34,2%
	2		1		1			4
Régions du Nord-du-Québec	⇒	50,0%	25,0%		25,0%			100,0%
	⇩	2,1%	1,9%		0,1%			0,2%
	96		53	303	1167	414	5	2 038
Ensembles du Québec	⇒	4,7%	2,6%	14,9%	57,3%	20,3%	0,2%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Répartition en 2009 par regroupement de régions touristiques des unités en résidences de tourisme selon leur classification

Regroupements de régions touristiques	Nombre d'unités en résidences de tourisme / étoiles							Total
	EC	0	1	2	3	4	5	
	4		343	354	1 165	1 207		3 073
Régions urbaines	⇒	0,1%	11,2%	11,5%	37,9%	39,3%		100,0%
	⇩	3,1%	13,2%	7,6%	10,3%	8,0%		9,1%
	96		104	604	1 702	1 485	31	4 022
Régions périphériques	⇒	2,4%	2,6%	15,0%	42,3%	36,9%	0,8%	100,0%
	⇩	60,4%	50,9%	43,2%	53,0%	75,1%	100,0%	56,5%
	92		99	689	1 089	117		2 086
Régions ressources	⇒	4,4%	4,7%	33,0%	52,2%	5,6%		100,0%
	⇩	34,4%	34,0%	49,2%	36,6%	16,9%		34,2%
	5		11		3			19
Régions du Nord-du-Québec	⇒	26,3%	57,9%		15,8%			100,0%
	⇩	2,1%	1,9%		0,1%			0,2%
	197		557	1 647	3 959	2 809	31	9 200
Ensembles du Québec	⇒	2,1%	6,1%	17,9%	43,0%	30,5%	0,3%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Répartition en 2009 par région touristique des résidences de tourisme selon leur classification

Régions touristiques	Nombre de résidences de tourisme / étoiles							Total
	EC	0	1	2	3	4	5	
01 - Îles-de-la-Madeleine	5		1	35	186	29		256
	2,0%		0,4%	13,7%	72,7%	11,3%		100,0%
02 - Gaspésie	4		4	40	106	14		168
	2,4%		2,4%	23,8%	63,1%	8,3%		100,0%
03 - Bas-Saint-Laurent	5		4	27	45	8		89
	5,6%		4,5%	30,3%	50,6%	9,0%		100,0%
04 - Québec	2		4	12	87	14		119
	1,7%		3,4%	10,1%	73,1%	11,8%		100,0%
05 - Charlevoix	15		2	20	139	104	1	281
	5,3%		0,7%	7,1%	49,5%	37,0%	0,4%	100,0%
06 - Chaudière-Appalaches	5		5	19	49	9		87
	5,7%		5,7%	21,8%	56,3%	10,3%		100,0%
07 - Mauricie	1		5	12	23	15	1	57
	1,8%		8,8%	21,1%	40,4%	26,3%	1,8%	100,0%
08 - Cantons-de-l'Est	8		1	25	150	56		240
	3,3%		0,4%	10,4%	62,5%	23,3%		100,0%
09 - Montérégie					10	3		13
					76,9%	23,1%		100,0%
10 - Lanaudière	2		3	7	60	20		92
	2,2%		3,3%	7,6%	65,2%	21,7%		100,0%
11 - Laurentides	22		9	31	157	99	3	321
	6,9%		2,8%	9,7%	48,9%	30,8%	0,9%	100,0%
12 - Montréal			2	11	32	18		63
			3,2%	17,5%	50,8%	28,6%		100,0%
13 - Outaouais	4		1	13	23	5		46
	8,7%		2,2%	28,3%	50,0%	10,9%		100,0%
14 - Abitibi-Témiscamingue	3			6	10	4		23
	13,0%			26,1%	43,5%	17,4%		100,0%
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	14		5	25	54	8		106
	13,2%		4,7%	23,6%	50,9%	7,5%		100,0%
16 - Manicouagan			2	10	16	5		33
			6,1%	30,3%	48,5%	15,2%		100,0%
17 - Duplessis	2		2	6	10	2		22
	9,1%		9,1%	27,3%	45,5%	9,1%		100,0%
18 - Baie-James	2		1		1			4
	50,0%		25,0%		25,0%			100,0%
19 - Laval	1		1		1	1		4
	25,0%		25,0%		25,0%	25,0%		100,0%
20 - Centre-du-Québec	1		1	4	8			14
	7,1%		7,1%	28,6%	57,1%			100,0%

EC : en cours d'évaluation

Répartition en 2009 par région touristique des unités en résidences de tourisme selon leur classification

Régions touristiques	Nombre d'unités en résidences de tourisme / étoiles							Total
	EC	0	1	2	3	4	5	
01 - Îles-de-la-Madeleine	6		1	76	338	38		459
	1,3%		0,2%	16,6%	73,6%	8,3%		100,0%
02 - Gaspésie	13		19	211	271	18		532
	2,4%		3,6%	39,7%	50,9%	3,4%		100,0%
03 - Bas-Saint-Laurent	34		17	150	110	28		339
	10,0%		5,0%	44,2%	32,4%	8,3%		100,0%
04 - Québec	3		19	207	546	234		1009
	0,3%		1,9%	20,5%	54,1%	23,2%		100,0%
05 - Charlevoix	17		4	94	425	187	1	728
	2,3%		0,5%	12,9%	58,4%	25,7%	0,1%	100,0%
06 - Chaudière-Appalaches	5		23	36	75	16		155
	3,2%		14,8%	23,2%	48,4%	10,3%		100,0%
07 - Mauricie	1		20	98	65	17	1	202
	0,5%		9,9%	48,5%	32,2%	8,4%	0,5%	100,0%
08 - Cantons-de-l'Est	9		1	65	491	109		675
	1,3%		0,1%	9,6%	72,7%	16,1%		100,0%
09 - Montérégie					14	4		18
					77,8%	22,2%		100,0%
10 - Lanaudière	2		12	19	159	57		249
	0,8%		4,8%	7,6%	63,9%	22,9%		100,0%
11 - Laurentides	57		36	127	410	1088	29	1747
	3,3%		2,1%	7,3%	23,5%	62,3%	1,7%	100,0%
12 - Montréal			151	147	618	970		1886
			8,0%	7,8%	32,8%	51,4%		100,0%
13 - Outaouais	4		6	146	54	7		217
	1,8%		2,8%	67,3%	24,9%	3,2%		100,0%
14 - Abitibi-Témiscamingue	16			27	25	6		74
	21,6%			36,5%	33,8%	8,1%		100,0%
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	18		41	148	200	18		425
	4,2%		9,6%	34,8%	47,1%	4,2%		100,0%
16 - Manicouagan			19	52	69	5		145
			13,1%	35,9%	47,6%	3,4%		100,0%
17 - Duplessis	5		2	25	76	4		112
	4,5%		1,8%	22,3%	67,9%	3,6%		100,0%
18 - Baie-James	5		11		3			19
	26,3%		57,9%		15,8%			100,0%
19 - Laval	1		173		1	3		178
	0,6%		97,2%		0,6%	1,7%		100,0%
20 - Centre-du-Québec	1		2	19	9			31
	3,2%		6,5%	61,3%	29,0%			100,0%

EC : en cours d'évaluation

Évolution de la demande

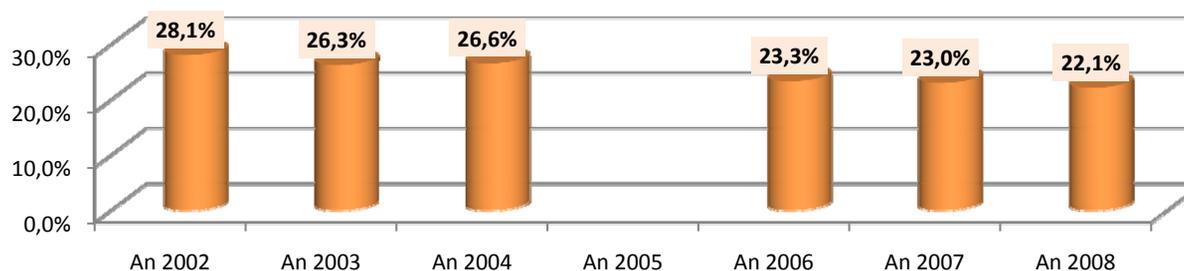
Distribution des visites-provinces des touristes au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / visites (000) / année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	(000)	part (%)	part HC*															
Hôtel	6 288	22,9%	58,5%	5 842	21,2%	55,3%	6 246	22,0%	57,5%	5 226	19,9%	51,4%	5 086	19,7%	49,8%	5 052	19,4%	54,5%
Motel	1 429	5,2%	13,3%	1 377	5,0%	13,0%	1 284	4,5%	11,8%	909	3,5%	8,9%	857	3,3%	8,4%	704	2,7%	7,6%
Terrains de camping	1 617	5,9%	15,0%	1 695	6,2%	16,0%	1 722	6,1%	15,8%	1 426	5,4%	14,0%	1 459	5,7%	14,3%	1 550	6,0%	16,7%
Autre hébergement commercial	1 414	5,1%	13,2%	1 651	6,0%	15,6%	1 616	5,7%	14,9%	2 599	9,9%	25,6%	2 818	10,9%	27,6%	1 967	7,6%	21,2%
Total hébergement commercial	10 748	39,1%	100,0%	10 565	38,4%	100,0%	10 868	38,3%	100,0%	10 160	38,7%	100,0%	10 220	39,6%	100,0%	9 272	35,7%	100,0%
Résidences de parents et amis	12 321	44,8%	-	12 734	46,3%	-	12 666	44,7%	-	12 911	49,1%	-	12 579	48,8%	-	12 927	49,7%	-
Autre et non spécifié	4 407	16,0%	-	4 199	15,3%	-	4 811	17,0%	-	3 209	12,2%	-	3 000	11,6%	-	3 809	14,6%	-
Total tous modes d'hébergement	27 476	100,0%	-	27 498	100,0%	-	28 344	100,0%	-	26 279	100,0%	-	25 800	100,0%	-	26 008	100,0%	-

* Part HC = part de l'hébergement commercial
* Année 2005 non disponibles

Source : Compilation spéciale à partir des données du ministère du Tourisme portant sur l'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC-2002-2004), l'Enquête sur les voyages des résidents canadiens (EVRC 2004-2008) et l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI 2002-2008).

Évolution de la part des visites des touristes ayant opté pour des hôtels et motels comme type d'hébergement pendant leur séjour au Québec (2002-2008)



Données non-disponibles pour 2005. Les données de la période 2002-2004 et celles de 2006-2008 doivent être considérées comme deux séries historiques distinctes en raison de changements méthodologiques en 2005 (EVRC vs EVC).

Distribution des visites-provinces des Québécois au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / visites (000) / année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	(000)	part (%)	part HC*															
Hôtel	2 860	14,4%	47,5%	3 035	14,5%	46,3%	3 053	14,3%	47,2%	2 488	12,4%	39,3%	2 446	12,5%	37,6%	2 547	12,6%	44,0%
Motel	938	4,7%	15,6%	924	4,4%	14,1%	952	4,5%	14,7%	641	3,2%	10,1%	635	3,2%	9,8%	488	2,4%	8,4%
Terrains de camping	1 473	7,4%	24,4%	1 540	7,4%	23,5%	1 544	7,2%	23,8%	1 331	6,6%	21,0%	1 362	6,9%	20,9%	1 454	7,2%	25,1%
Autre hébergement commercial	755	30,4%	12,5%	1 054	31,4%	16,1%	926	30,3%	14,3%	1 871	31,6%	29,5%	2 060	33,1%	31,7%	1 297	28,6%	22,4%
Total hébergement commercial	6 025	30,4%	100,0%	6 553	31,4%	100,0%	6 474	30,3%	100,0%	6 332	31,6%	100,0%	6 503	33,1%	100,0%	5 786	28,6%	100,0%
Résidences de parents et amis	10 118	51,1%	-	10 730	51,4%	-	10 861	50,8%	-	11 016	55,0%	-	10 676	54,4%	-	11 232	55,6%	-
Autre et non spécifié	3 671	18,5%	-	3 600	17,2%	-	4 024	18,8%	-	2 680	13,4%	-	2 442	12,4%	-	3 180	15,7%	-
Total tous modes d'hébergement	19 815	100,0%	-	20 884	100,0%	-	21 359	100,0%	-	20 028	100,0%	-	19 621	100,0%	-	20 198	100,0%	-

Distribution des visites-provinces des Canadiens des autres provinces au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Hôtel	1 499	36,5%	74,2%	1 178	32,8%	66,6%	1 378	37,8%	73,7%	1 058	34,7%	69,4%	995	31,7%	68,7%	951	33,9%	72,6%
Motel	265	6,4%	13,1%	295	8,2%	16,7%	165	4,5%	8,8%	134	4,4%	8,8%	96	3,1%	6,6%	95	3,4%	7,3%
Terrains de camping	96	2,3%	4,8%	114	3,2%	6,4%	130	3,6%	7,0%	64	2,1%	4,2%	66	2,1%	4,6%	70	2,5%	5,3%
Autre hébergement commercial	158	49,1%	7,8%	181	49,3%	10,2%	197	51,3%	10,5%	268	50,0%	17,6%	291	46,1%	20,1%	193	46,7%	14,7%
Total hébergement commercial	2 019	49,1%	100,0%	1 768	49,3%	100,0%	1 870	51,3%	100,0%	1 525	50,0%	99,9%	1 448	46,1%	100,0%	1 310	46,7%	99,9%
Résidences de parents et amis	1 648	40,1%	-	1 493	41,6%	-	1 299	35,6%	-	1 293	42,4%	-	1 396	44,5%	-	1 137	40,6%	-
Autre et non spécifié	442	10,8%	-	328	9,1%	-	475	13,0%	-	235	7,7%	-	294	9,4%	-	356	12,7%	-
Total tous modes d'hébergement	4 109	100,0%	-	3 589	100,0%	-	3 644	100,0%	-	3 053	100,0%	-	3 138	100,0%	-	2 803	100,0%	-

Plus de 40% des touristes Canadiens des autres provinces ayant visité le Québec entre 2002 et 2004 ont eu recours à des hôtels et motels. Cette proportion pour la période de 2006 à 2008 varie de 35% à 39%. Les données de ces deux séries historiques ne peuvent être comparées entre elles.

Distribution des visites-provinces des Américains au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / visites (000) / année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	(000)	part (%)	part HC*															
Hôtel	1 474	57,7%	73,9%	1 272	57,2%	75,0%	1 383	58,5%	75,3%	1 193	56,6%	75,6%	1 186	59,8%	77,5%	1 065	57,8%	76,5%
Motel	188	7,4%	9,4%	142	6,4%	8,4%	149	6,3%	8,1%	118	5,6%	7,5%	111	5,6%	7,3%	98	5,3%	7,0%
Terrains de camping	37	1,4%	1,9%	34	1,5%	2,0%	34	1,4%	1,9%	26	1,2%	1,6%	22	1,1%	1,4%	19	1,0%	1,4%
Autre hébergement commercial	297	11,6%	14,9%	247	11,1%	14,6%	271	11,5%	14,8%	241	11,4%	15,3%	212	10,7%	13,9%	211	11,5%	15,2%
Total hébergement commercial	1 995	78,1%	100,1%	1 695	76,2%	100,0%	1 837	77,7%	100,0%	1 577	74,8%	100,1%	1 530	77,2%	100,1%	1 392	75,6%	100,1%
Résidences de parents et amis	359	14,1%	-	330	14,8%	-	301	12,7%	-	344	16,3%	-	281	14,2%	-	291	15,8%	-
Autre et non spécifié	200	7,8%	-	199	8,9%	-	226	9,6%	-	187	8,9%	-	171	8,6%	-	160	8,7%	-
Total tous modes d'hébergement	2 555	100,0%	-	2 224	100,0%	-	2 363	100,0%	-	2 108	100,0%	-	1 982	100,0%	-	1 842	100,1%	-

Distribution des visites-provinces des touristes d'autres pays au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

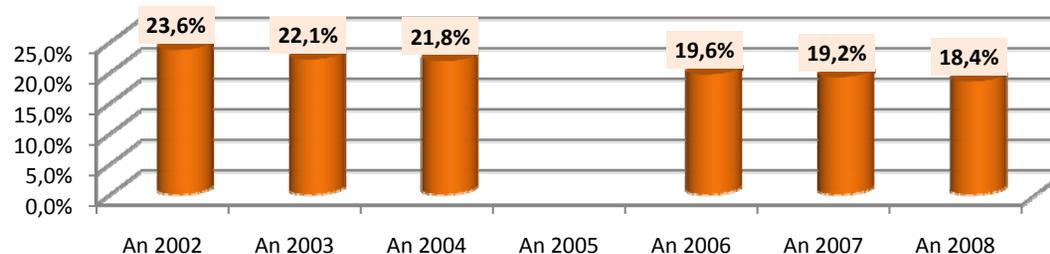
Hôtel	455	45,6%	64,2%	357	44,6%	65,0%	432	44,2%	62,8%	487	44,7%	67,1%	458	43,2%	62,0%	488	41,9%	62,2%
Motel	38	3,8%	5,4%	16	2,0%	2,9%	19	1,9%	2,8%	15	1,4%	2,1%	15	1,4%	2,0%	23	2,0%	2,9%
Terrains de camping	11	1,1%	1,6%	7	0,9%	1,3%	15	1,5%	2,2%	5	0,5%	0,7%	10	0,9%	1,4%	8	0,7%	1,0%
Autre hébergement commercial	205	20,6%	28,9%	169	21,1%	30,8%	222	22,7%	32,3%	219	20,1%	30,2%	255	24,1%	34,5%	266	22,8%	33,9%
Total hébergement commercial	709	71,1%	100,0%	549	68,6%	100,0%	688	70,3%	100,0%	726	66,6%	100,0%	739	69,8%	99,9%	785	67,3%	100,0%
Résidences de parents et amis	195	19,6%	-	180	22,5%	-	204	20,9%	-	258	23,7%	-	226	21,3%	-	267	22,9%	-
Autre et non spécifié	93	9,3%	-	71	8,9%	-	86	8,8%	-	106	9,7%	-	94	8,9%	-	113	9,7%	-
Total tous modes d'hébergement	997	100,0%	-	800	100,0%	-	978	100,0%	-	1 090	100,0%	-	1 059	100,0%	-	1 166	100,0%	-

Au cours de la période de 2002 à 2008, la proportion des visites des touristes Américains ayant privilégié les hôtels et motels s'est maintenue entre 62% et 65%. Toutefois la part des motels a baissé constamment au cours de cette période auprès de cette clientèle. La proportion de visites des touristes internationaux (pays autres que les États-Unis) est passée de 49% à 44% entre 2002 et 2008.

Distribution des nuitées des touristes au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / nuitées (000) / année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	(000)	part (%)	part HC*															
Hôtel	16 793	19,5%	47,7%	14 888	17,7%	44,9%	16 165	18,7%	46,6%	13 779	17,2%	41,7%	13 094	16,7%	38,2%	13 113	16,4%	42,7%
Motel	3 583	4,2%	10,2%	3 628	4,3%	10,9%	2 665	3,1%	7,7%	1 895	2,4%	5,7%	1 920	2,5%	5,6%	1 640	2,0%	5,3%
Terrains de camping	6 732	7,8%	19,1%	6 540	7,8%	19,7%	6 739	7,8%	19,4%	5 141	6,4%	15,6%	5 919	7,6%	17,3%	5 220	6,5%	17,0%
Autre hébergement commercial	8 063	40,8%	22,9%	8 137	39,6%	24,5%	9 142	40,2%	26,3%	12 216	41,3%	37,0%	13 315	43,7%	38,9%	10 704	38,3%	34,9%
Total hébergement commercial	35 171	40,8%	100,0%	33 193	39,6%	100,0%	34 711	40,2%	100,0%	33 031	41,3%	100,0%	34 248	43,7%	100,0%	30 676	38,3%	100,0%
Résidences de parents et amis	35 750	41,4%	-	35 926	42,8%	-	35 332	40,9%	-	36 108	45,2%	-	34 325	43,8%	-	35 453	44,3%	-
Autre et non spécifié	15 353	17,8%	-	14 779	17,6%	-	16 401	19,0%	-	10 787	13,5%	-	9 789	12,5%	-	13 909	17,4%	-
Total tous modes d'hébergement	86 274	100,0%	-	83 898	100,0%	-	86 443	100,0%	-	79 928	100,0%	-	78 364	100,0%	-	80 039	100,0%	-
* Part HC part de l'hébergement commercial																		
* Année 2005 non disponibles																		

Évolution de la part des visites des touristes ayant opté pour des hôtels et motels comme type d'hébergement pendant leur séjour au Québec (2002-2008)



Données non-disponibles pour 2005. Les données de la période 2002-2004 et celles de 2006-2008 doivent être considérées comme deux séries historiques distinctes en raison de changements méthodologiques en 2005 (EVRC vs EVC).

Distribution des nuitées des Québécois au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / nuitées (000) / année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	(000)	part (%)	part HC*															
Hôtel	5 636	10,6%	35,1%	6 437	11,7%	36,4%	6 238	11,2%	36,7%	4 921	9,7%	29,2%	4 571	9,3%	25,6%	4 560	9,1%	31,8%
Motel	2 030	3,8%	12,6%	2 239	4,1%	12,7%	1 640	2,9%	9,6%	1 117	2,2%	6,6%	1 280	2,6%	7,2%	967	1,9%	6,7%
Terrains de camping	5 812	10,9%	36,2%	5 682	10,3%	32,2%	5 955	10,7%	35,0%	4 732	9,4%	28,1%	5 445	11,1%	30,5%	4 814	9,6%	33,5%
Autre hébergement commercial	2 587	4,9%	16,1%	3 304	6,0%	18,7%	3 187	5,7%	18,7%	6 065	12,0%	36,0%	6 567	13,4%	36,8%	4 011	8,0%	27,9%
Total hébergement commercial	16 065	30,2%	100,0%	17 662	32,0%	100,0%	17 020	30,6%	100,0%	16 835	33,3%	100,0%	17 863	36,5%	100,0%	14 352	28,7%	100,0%
Résidences de parents et amis	25 396	47,8%	-	26 439	47,9%	-	26 341	47,3%	-	26 202	51,8%	-	24 523	50,1%	-	25 866	51,7%	-
Autre et non spécifié	11 666	22,0%	-	11 112	20,1%	-	12 329	22,1%	-	7 506	14,9%	-	6 605	13,5%	-	9 811	19,6%	-
Total tous modes d'hébergement	53 127	100,0%	-	55 213	100,0%	-	55 690	100,0%	-	50 544	100,0%	-	48 992	100,0%	-	50 031	100,0%	-

Distribution des nuitées des Canadiens des autres provinces au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / nuitées (000) / année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	(000)	part (%)	part HC*	(000)	part (%)	part HC*	(000)	part (%)	part HC*	(000)	part (%)	part HC*	(000)	part (%)	part HC*	(000)	part (%)	part HC*
Hôtel	4 277	30,8%	67,2%	2 905	24,7%	56,0%	3 486	29,6%	67,3%	2 810	30,2%	63,3%	2 579	25,1%	59,5%	2 688	29,3%	67,9%
Motel	831	6,0%	13,1%	938	8,0%	18,1%	508	4,3%	9,8%	361	3,9%	8,1%	285	2,8%	6,6%	226	2,5%	5,7%
Terrains de camping	643	4,6%	10,1%	644	5,5%	12,4%	522	4,4%	10,1%	250	2,7%	5,6%	245	2,4%	5,6%	248	2,7%	6,3%
Autre hébergement commercial	613	4,4%	9,6%	696	5,9%	13,4%	661	5,6%	12,8%	1 020	11,0%	23,0%	1 228	11,9%	28,3%	795	43,1%	20,1%
Total hébergement commercial	6 365	45,8%	100,0%	5 183	44,1%	100,0%	5 177	44,0%	100,0%	4 441	47,8%	100,0%	4 337	42,2%	100,0%	3 957	43,1%	100,0%
Résidences de parents et amis	5 819	41,9%	-	4 985	42,5%	-	4 633	39,4%	-	4 134	44,5%	-	4 858	47,2%	-	3 895	42,4%	-
Autre et non spécifié	1 703	12,3%	-	1 572	13,4%	-	1 960	16,7%	-	717	7,7%	-	1 092	10,6%	-	1 336	14,5%	-
Total tous modes d'hébergement	13 887	100,0%	-	11 740	100,0%	-	11 770	100,0%	-	9 293	100,0%	-	10 288	100,0%	-	9 187	100,0%	-

Environ 33% des nuitées des Canadiens des autres provinces ayant visité le Québec entre 2002 et 2004 et entre 2006 et 2008 ont été effectuées dans des hôtels et motels. Les données de ces deux séries historiques ne peuvent être comparées entre elles. La part des motels tend à diminuer. Entre 2006 et 2008, elle est passée de 3,9% à 2,5%.

Distribution des nuitées des Américains au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / nuitées (000) / année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	(000)	part (%)	part HC*															
Hôtel	4 534	49,3%	63,5%	3 697	47,4%	64,3%	4 288	50,4%	66,8%	3 678	47,3%	65,1%	3 654	51,0%	68,2%	3 326	47,6%	66,0%
Motel	501	5,4%	7,0%	398	5,1%	6,9%	411	4,8%	6,4%	346	4,4%	6,1%	304	4,2%	5,7%	283	4,0%	5,6%
Terrains de camping	190	2,1%	2,7%	167	2,1%	2,9%	142	1,7%	2,2%	111	1,4%	2,0%	116	1,6%	2,2%	124	1,8%	2,5%
Autre hébergement commercial	1 912	20,8%	26,8%	1 492	19,1%	25,9%	1 576	18,5%	24,6%	1 512	19,4%	26,8%	1 284	17,9%	24,0%	1 306	18,7%	25,9%
Total hébergement commercial	7 137	77,5%	100,0%	5 753	73,8%	100,0%	6 418	75,4%	100,0%	5 646	72,6%	100,0%	5 358	74,8%	100,0%	5 038	72,1%	100,0%
Résidences de parents et amis	1 312	14,3%	-	1 309	16,8%	-	1 216	14,3%	-	1 404	18,0%	-	1 100	15,4%	-	1 237	17,7%	-
Autre et non spécifié	757	8,2%	-	730	9,4%	-	882	10,4%	-	729	9,4%	-	700	9,8%	-	713	10,2%	-
Total tous modes d'hébergement	9 206	100,0%	-	7 792	100,0%	-	8 515	100,0%	-	7 779	100,0%	-	7 159	100,0%	-	6 988	100,0%	-

Distribution des nuitées des touristes d'autres pays au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Hôtel	2 346	23,3%	41,9%	1 849	20,2%	40,2%	2 153	20,6%	35,3%	2 370	19,2%	38,8%	2 290	19,2%	34,2%	2 539	18,4%	34,6%
Motel	221	2,2%	3,9%	53	0,6%	1,2%	105	1,0%	1,7%	71	0,6%	1,2%	51	0,4%	0,8%	164	1,2%	2,2%
Terrains de camping	87	0,9%	1,6%	47	0,5%	1,0%	150	1,4%	2,5%	48	0,4%	0,8%	113	0,9%	1,7%	34	0,2%	0,5%
Autre hébergement commercial	2 950	29,3%	52,6%	2 646	28,9%	57,6%	3 718	35,5%	61,0%	3 620	29,4%	59,3%	4 236	35,5%	63,3%	4 592	33,2%	62,7%
Total hébergement commercial	5 604	55,7%	100,0%	4 595	50,2%	100,0%	6 096	58,2%	100,5%	6 109	49,6%	100,0%	6 690	56,1%	100,0%	7 329	53,0%	100,0%
Résidences de parents et amis	3 223	32,1%	-	3 193	34,9%	-	3 142	30,0%	-	4 368	35,5%	-	3 844	32,2%	-	4 456	32,2%	-
Autre et non spécifié	1 226	12,2%	-	1 364	14,9%	-	1 231	11,8%	-	1 835	14,9%	-	1 392	11,7%	-	2 050	14,8%	-
Total tous modes d'hébergement	10 054	100,0%	-	9 152	100,0%	-	10 468	100,0%	-	12 312	100,0%	-	11 925	100,0%	-	13 834	100,0%	-

Au cours de la période de 2002 à 2008, la proportion des nuitées réalisées dans des hôtels et motels par les touristes Américains était en moyenne d'un peu plus de 53%. La proportion de visites des touristes internationaux (pays autres que les États-Unis) est passée de 25% à 19% entre 2002 et 2008. Les résidences de parents et d'amis sont très populaires auprès de ces derniers touristes.

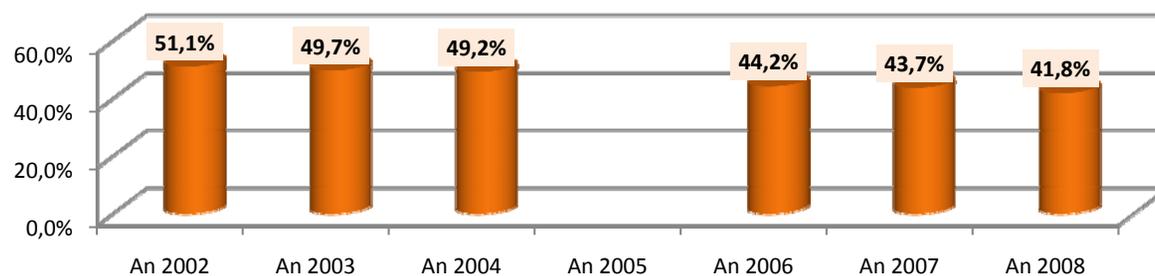
Dépenses des touristes au Québec selon les modes d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / dépenses (M\$) année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*
Hôtel	3 251	44,6%	68,5%	2 867	42,7%	65,8%	3 218	44,5%	68,8%	2 639	39,6%	60,3%	2 656	39,3%	58,2%	2 634	38,3%	59,8%
Motel	469	6,4%	9,9%	467	7,0%	10,7%	341	4,7%	7,3%	306	4,6%	7,0%	295	4,4%	6,5%	244	3,5%	5,5%
Terrains de camping	258	3,5%	5,4%	262	3,9%	6,0%	250	3,5%	5,3%	284	4,3%	6,5%	343	5,1%	7,5%	350	5,1%	7,9%
Autre hébergement commercial	771	65,2%	16,2%	761	64,9%	17,5%	865	12,0%	18,5%	1 144	17,2%	26,2%	1 271	18,8%	27,8%	1 174	17,0%	26,7%
Total hébergement commercial	4 749	65,2%	100,0%	4 357	64,9%	100,0%	4 674	64,6%	100,0%	4 374	65,7%	100,0%	4 565	67,6%	100,0%	4 403	63,9%	100,0%
Résidences de parents et amis	1 655	22,7%	-	1 538	22,9%	-	1 665	23,0%	-	1 737	26,1%	-	1 678	24,8%	-	1 813	26,3%	-
Autre et non spécifié	881	12,1%	-	816	12,2%	-	891	12,3%	-	550	8,3%	-	513	7,6%	-	670	9,7%	-
Total tous modes d'hébergement	7 286	100,0%	-	6 711	100,0%	-	7 230	100,0%	-	6 662	100,0%	-	6 756	100,0%	-	6 886	100,0%	-
<i>* Part HC = part de l'hébergement commercial</i>																		
<i>* Année 2005 non disponibles</i>																		

Note 1: Il ne s'agit pas des sommes déboursées pour se loger, mais des dépenses totales des touristes ayant opté pour un type d'hébergement particulier pendant leur séjour au Québec.

Note 2: Les données pour les motels et les terrains de camping sont fournies à titre indicatif et doivent être utilisées avec réserve.

Évolution de la part des dépenses totales des touristes ayant opté pour des hôtels et motels comme type d'hébergement pendant leur séjour au Québec (2002-2008)



Données non-disponibles pour 2005. Les données de la période 2002-2004 et celles de 2006-2008 doivent être considérées comme deux séries historiques distinctes en raison de changements méthodologiques en 2005 (EVRC vs EVC).

Dépenses des Québécois au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / dépenses (M\$) année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*
Hôtel	1 042	30,2%	58,6%	1 112	31,3%	56,7%	1 153	31,5%	61,0%	842	25,0%	44,7%	879	25,3%	43,0%	926	25,7%	47,2%
Motel	284	8,2%	16,0%	325	9,1%	16,6%	227	6,2%	12,0%	205	6,1%	10,9%	215	6,2%	10,5%	158	4,4%	8,0%
Terrains de camping	220	6,4%	12,4%	227	6,4%	11,6%	219	6,0%	11,6%	248	7,4%	13,2%	301	8,7%	14,7%	322	8,9%	16,4%
Autre hébergement commercial	232	6,7%	13,1%	297	8,3%	15,1%	290	7,9%	15,4%	587	17,4%	31,2%	650	18,7%	31,8%	558	15,5%	28,4%
Total hébergement commercial	1 777	51,5%	100,1%	1 962	55,2%	99,9%	1 889	51,5%	100,0%	1 882	55,9%	100,0%	2 045	58,8%	100,0%	1 963	54,4%	100,1%
Résidences de parents et amis	1 091	31,6%	-	1 065	29,9%	-	1 191	32,5%	-	1 186	35,2%	-	1 178	33,9%	-	1 273	35,3%	-
Autre et non spécifié	582	16,9%	-	531	14,9%	-	586	16,0%	-	297	8,8%	-	252	7,3%	-	373	10,3%	-
Total tous modes d'hébergement	3 450	100,0%	-	3 557	100,0%	-	3 666	100,0%	-	3 366	100,0%	-	3 475	100,0%	-	3 609	100,0%	-

Dépenses des Canadiens des autres provinces au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Hôtel	809	57,0%	81,5%	600	55,0%	78,8%	707	58,0%	81,0%	549	51,5%	73,7%	529	49,3%	71,7%	513	52,8%	76,5%
Motel	104	7,3%	10,5%	82	7,5%	10,8%	49	4,0%	5,6%	48	4,5%	6,4%	35	3,3%	4,7%	33	3,4%	4,9%
Terrains de camping	20	1,4%	2,0%	20	1,8%	2,6%	15	1,2%	1,7%	26	2,4%	3,5%	31	2,9%	4,2%	16	1,6%	2,4%
Autre hébergement commercial	60	4,2%	6,0%	59	5,4%	7,8%	103	8,4%	11,8%	122	11,4%	16,4%	143	13,3%	19,4%	108	11,1%	16,1%
Total hébergement commercial	993	70,0%	100,0%	761	69,8%	100,0%	873	71,6%	100,1%	745	69,8%	100,0%	738	68,7%	100,0%	671	69,1%	99,9%
Résidences de parents et amis	342	24,1%	-	238	21,8%	-	260	21,3%	-	288	27,0%	-	279	26,0%	-	242	24,9%	-
Autre et non spécifié	85	6,0%	-	92	8,4%	-	85	7,0%	-	34	3,2%	-	58	5,4%	-	58	6,0%	-
Total tous modes d'hébergement	1 419	100,1%	-	1 091	100,0%	-	1 219	99,9%	-	1 067	100,0%	-	1 074	100,1%	-	971	100,0%	-

Note 1: Il ne s'agit pas des sommes déboursées pour se loger, mais des dépenses totales des touristes ayant opté pour un type d'hébergement particulier pendant leur séjour au Québec.

Note 2: Les données pour les motels et les terrains de camping sont fournies à titre indicatif et doivent être utilisées avec réserve.

Plus de 62% des dépenses des Canadiens des autres provinces ayant visité le Québec entre 2002 et 2004 sont liées à des touristes ayant utilisé des hôtels et motels. Entre 2006 et 2008, cette proportion était en moyenne de 55%. Les données de ces deux séries historiques ne peuvent être comparées entre elles.

Dépenses des Américains au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Moyen d'hébergement / dépenses (M\$) année	An 2002			An 2003			An 2004			An 2006			An 2007			An 2008		
	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*	M \$	part (%)	part HC*
Hôtel	972	66,9%	77,2%	797	65,5%	77,9%	948	68,4%	80,1%	819	68,1%	80,4%	814	70,2%	81,8%	721	67,4%	80,3%
Motel	61	4,2%	4,8%	54	4,4%	5,3%	52	3,8%	4,4%	46	3,8%	4,5%	38	3,3%	3,8%	34	3,2%	3,8%
Terrains de camping	9	0,6%	0,7%	11	0,9%	1,1%	9	0,6%	0,8%	7	0,6%	0,7%	6	0,5%	0,6%	9	0,8%	1,0%
Autre hébergement commercial	217	14,9%	17,2%	161	13,2%	15,7%	173	12,5%	14,6%	147	12,2%	14,4%	137	11,8%	13,8%	134	12,5%	14,9%
Total hébergement commercial	1 259	86,6%	100,0%	1 023	84,1%	100,0%	1 183	85,4%	99,9%	1 019	84,8%	100,0%	995	85,8%	100,0%	898	83,9%	100,0%
Résidences de parents et amis	72	5,0%	-	80	6,6%	-	73	5,3%	-	80	6,7%	-	62	5,3%	-	73	6,8%	-
Autre et non spécifié	124	8,5%	-	114	9,4%	-	131	9,5%	-	103	8,6%	-	102	8,8%	-	99	9,3%	-
Total tous modes d'hébergement	1 454	100,1%	-	1 217	100,0%	-	1 386	100,1%	-	1 202	100,0%	-	1 159	100,0%	-	1 070	100,0%	-

Dépenses des touristes d'autres pays au Québec selon les moyens d'hébergement 2002-2008

Hôtel	427	44,4%	59,2%	359	42,5%	58,8%	409	42,6%	56,2%	430	41,9%	59,1%	435	41,5%	55,2%	474	38,4%	54,5%
Motel	21	2,2%	2,9%	6	0,7%	1,0%	13	1,4%	1,8%	8	0,8%	1,1%	7	0,7%	0,9%	20	1,6%	2,3%
Terrains de camping	10	1,0%	1,4%	3	0,4%	0,5%	7	0,7%	1,0%	3	0,3%	0,4%	6	0,6%	0,8%	3	0,2%	0,3%
Autre hébergement commercial	263	27,3%	36,5%	243	28,8%	39,8%	300	31,3%	41,2%	288	28,0%	39,6%	340	32,4%	43,1%	374	30,3%	43,0%
Total hébergement commercial	721	74,9%	100,0%	611	72,3%	100,0%	728	75,9%	100,1%	728	70,9%	100,1%	788	75,2%	100,0%	870	70,4%	100,1%
Résidences de parents et amis	150	15,6%	-	155	18,3%	-	141	14,7%	-	184	17,9%	-	159	15,2%	-	225	18,2%	-
Autre et non spécifié	91	9,5%	-	79	9,3%	-	89	9,3%	-	116	11,3%	-	101	9,6%	-	140	11,3%	-
Total tous modes d'hébergement	962	100,0%	-	845	100,0%	-	959	99,9%	-	1 027	100,1%	-	1 048	100,0%	-	1 235	100,0%	-

Note 1: Il ne s'agit pas des sommes déboursées pour se loger, mais des dépenses totales des touristes ayant opté pour un type d'hébergement particulier pendant leur séjour au Québec.

Note 2: Les données pour les motels et les terrains de camping sont fournies à titre indicatif et doivent être utilisées avec réserve.

Au cours de la période de 2002 à 2008, environ 70% des dépenses réalisées par les touristes Américains au Québec peuvent être associées à ceux ayant opté pour des hôtels et motels. Cette proportion pour la même période dans le cas des touristes internationaux (pays autres que les États-Unis) est d'environ 44%.

Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus de l'ensemble des régions touristiques du Québec / toutes tailles confondues

Nombre moyen d'unités de location disponibles quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	70 782	71 408	70 626	71 032	73 499	75 990	77 561	77 535	75 885	73 506	71 211	70 141	73 265	
2003	70 441	70 470	70 822	70 253	71 608	75 698	77 397	77 185	76 305	74 265	71 845	72 101	73 199	-0,1%
2004	71 548	72 046	71 858	72 168	74 029	77 437	78 800	78 469	77 659	75 054	72 345	72 198	74 468	1,7%
2005	71 671	72 001	71 557	71 818	74 173	77 944	79 125	79 067	78 627	75 076	72 283	72 468	74 651	0,2%
2006	72 250	72 947	72 739	71 886	75 472	78 171	79 988	80 273	79 758	76 717	72 779	73 364	75 529	1,2%
2007	73 511	73 756	73 350	72 970	76 164	79 266	80 521	80 339	80 061	77 002	73 100	73 579	76 135	0,8%
2008	73 875	74 260	74 069	74 153	77 676	80 882	80 932	81 913	80 826	78 006	74 196	74 268	77 088	1,3%
2009	74 576	74 800	74 669	73 398	77 595	80 475	81 364	82 174	80 385	77 395	73 537	74 061	77 036	-0,1%
Δ % 2002-2009	5,4%	4,8%	5,7%	3,3%	5,6%	5,9%	4,9%	6,0%	5,9%	5,3%	3,3%	5,6%	5,1%	

Nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	27 057	35 075	33 520	31 299	37 462	44 909	52 787	57 480	45 214	39 828	30 231	27 531	38 533	
2003	28 460	35 635	32 315	29 965	35 375	42 444	47 761	53 038	41 406	38 925	30 209	26 923	36 871	-4,3%
2004	27 475	33 820	32 447	31 061	37 156	41 939	51 982	53 453	46 590	41 125	31 769	28 647	38 122	3,4%
2005	27 398	36 515	32 510	33 093	35 809	42 657	51 988	52 579	45 524	40 095	32 313	28 516	38 250	0,3%
2006	28 242	36 036	33 158	32 022	38 571	42 540	50 454	53 446	46 154	40 618	32 681	29 094	38 585	0,9%
2007	27 747	36 036	33 574	31 418	39 259	44 002	50 619	54 119	47 300	41 353	33 094	28 935	38 955	1,0%
2008	28 985	37 020	33 194	34 073	39 739	44 231	49 654	56 267	47 089	42 360	33 542	28 428	39 549	1,5%
2009	28 330	35 699	31 322	30 123	36 548	39 212	48 708	53 971	45 165	39 683	31 004	27 979	37 312	-5,7%
Δ % 2002-2009	4,7%	1,8%	-6,6%	-3,8%	-2,4%	-12,7%	-7,7%	-6,1%	-0,1%	-0,4%	2,6%	1,6%	-3,2%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ENSEMBLE DES RÉGIONS TOUTES TAILLES CONFONDUES

Taux d'occupation moyen (%)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Écart an
2002	38,2	49,1	47,5	44,1	51,0	59,1	68,1	74,1	59,6	54,2	42,5	39,3	52,6	
2003	40,4	50,6	45,6	42,7	49,4	56,1	61,7	68,7	54,3	52,4	42,0	37,3	50,4	-2,2
2004	38,4	46,9	45,2	43,0	50,2	54,2	66,0	68,1	60,0	54,8	43,9	39,7	51,2	0,8
2005	38,2	50,7	45,4	46,1	48,3	54,7	65,7	66,5	57,9	53,4	44,7	39,3	51,2	0,0
2006	39,1	49,4	45,6	44,5	51,1	54,4	63,1	66,6	57,9	52,9	44,9	39,7	51,1	-0,1
2007	37,7	48,9	45,8	43,1	51,5	55,5	62,9	67,4	59,1	53,7	45,3	39,3	51,2	0,1
2008	39,2	49,9	44,8	45,9	51,2	54,7	61,4	68,7	58,3	54,3	45,2	38,3	51,3	0,1
2009	38,0	47,7	41,9	41,0	47,1	48,7	59,9	65,7	56,2	51,3	42,2	37,8	48,1	-3,2
Écart 2002-2009	-0,2	-1,4	-5,6	-3,1	-3,9	-10,4	-8,2	-8,4	-3,4	-2,9	-0,3	-1,5	-4,5	

Prix quotidien moyen de location des unités (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	93,40	96,80	96,50	93,70	101,60	113,60	105,60	109,90	103,90	102,80	93,80	101,20	101,10	
2003	99,00	104,90	99,80	93,50	100,20	115,70	108,00	106,70	107,90	105,80	94,90	101,10	103,10	2,0%
2004	98,20	102,00	103,20	96,20	102,40	113,10	109,90	112,00	111,10	108,80	98,70	104,00	105,00	1,8%
2005	96,90	103,50	98,00	101,70	106,20	122,40	117,50	116,00	118,20	116,30	106,70	111,10	109,50	4,3%
2006	105,20	112,70	109,20	105,50	117,10	130,70	119,10	118,80	118,00	115,10	108,60	112,80	114,40	4,5%
2007	109,90	115,30	112,50	104,80	119,80	134,40	122,30	124,30	124,70	119,50	110,60	115,90	117,80	3,0%
2008	115,10	118,50	113,60	113,30	119,70	133,20	125,90	129,30	128,20	125,70	115,80	118,20	121,40	3,1%
2009	114,00	117,10	112,60	110,20	113,90	117,90	118,80	121,10	120,00	119,80	108,90	114,90	115,77	-4,6%
Δ % 2002-2009	22,1%	21,0%	16,7%	17,6%	12,1%	3,8%	12,5%	10,2%	15,5%	16,5%	16,1%	13,5%	14,5%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ENSEMBLE DES ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES
Revenu moyen par unité de location disponible (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	35,70	47,55	45,80	41,29	51,78	67,14	71,87	81,47	61,91	55,70	39,82	39,72	53,17	
2003	40,00	53,05	45,54	39,88	49,50	64,87	66,65	73,32	58,55	55,45	39,90	37,75	51,93	-2,3%
2004	37,70	47,90	46,60	41,40	51,40	61,20	72,50	76,30	66,70	59,60	43,40	41,30	54,30	4,6%
2005	37,00	52,50	44,50	46,90	51,30	67,00	77,20	77,10	68,40	62,10	47,70	43,70	56,80	4,6%
2006	41,10	55,70	49,80	47,00	59,80	71,10	75,10	79,10	68,30	60,90	48,80	44,70	59,00	3,9%
2007	41,50	56,30	51,50	45,10	61,80	74,60	76,90	83,80	73,70	64,20	50,10	45,60	61,00	3,4%
2008	45,20	59,10	50,90	52,10	61,20	72,90	77,20	88,80	74,70	68,20	52,30	45,20	62,90	3,1%
2009	43,31	55,89	47,23	45,23	53,65	57,45	71,12	79,54	67,42	61,43	45,91	43,41	55,96	-11,0%
Δ % 2002-2009	21,3%	17,5%	3,1%	9,5%	3,6%	-14,4%	-1,0%	-2,4%	8,9%	10,3%	15,3%	9,3%	5,3%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

Année	Prix quotidien moyen de location des unités (\$)		Revenu moyen par unité de location disponible (\$)	
	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)
2002	101,10	101,10	53,17	53,17
2003	103,10	100,29	51,93	50,52
2004	105,00	100,29	54,30	51,86
2005	109,50	102,34	56,80	53,08
2006	114,40	104,86	59,00	54,08
2007	117,80	105,65	61,00	54,71
2008	121,40	106,40	62,90	55,13
2009	115,77	101,19	55,96	48,92
Δ % 2002-2009	14,5%	0,1%	5,3%	-8,0%

¹ Dollars constants (2002 = 100) établis selon l'indice des prix à la consommation au niveau canadien. Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 326-0021 et produits nos 62-001-X, 62-010-X et 62-557-X au catalogue, dernières modifications apportées : 2010-03-29.

Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus des régions touristiques urbaines (Montréal, Québec, Laval)

Nombre moyen d'unités de location disponibles quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	31 566	31 939	31 565	31 476	31 961	32 289	32 467	32 289	32 536	32 595	32 601	32 518	32 150	
2003	32 459	32 082	32 446	31 993	31 968	32 475	32 968	32 928	32 988	32 889	32 616	32 686	32 542	1,2%
2004	32 559	32 761	32 638	32 640	32 531	33 191	33 199	33 212	33 066	33 260	33 041	32 910	32 918	1,2%
2005	32 757	32 988	32 657	32 715	32 989	33 471	33 537	33 522	33 647	33 643	33 547	33 484	33 246	1,0%
2006	33 386	33 681	33 624	33 610	33 915	33 695	34 315	34 520	34 516	34 403	34 075	34 404	34 012	2,3%
2007	34 449	34 547	34 528	34 412	34 655	34 760	35 040	34 925	35 061	34 838	34 393	34 609	34 684	2,0%
2008	34 629	34 798	35 004	34 900	35 144	35 964	35 499	35 956	35 797	35 766	35 297	35 325	35 341	1,9%
2009	35 403	35 595	35 655	35 258	35 949	36 252	36 432	36 830	36 577	36 451	35 343	36 024	35 981	1,8%
Δ % 2002-2009	12,2%	11,4%	13,0%	12,0%	12,5%	12,3%	12,2%	14,1%	12,4%	11,8%	8,4%	10,8%	11,9%	

Nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	13 687	17 980	17 967	18 155	21 651	24 043	24 954	27 502	24 134	22 507	16 785	14 490	20 322	
2003	14 583	18 449	17 498	16 847	19 938	22 902	21 829	25 051	22 533	21 935	17 084	14 194	19 404	-4,5%
2004	14 330	17 307	18 393	17 825	21 680	23 121	25 553	26 529	24 799	23 188	17 985	15 242	20 497	5,6%
2005	14 180	18 883	17 525	19 546	20 592	23 654	25 637	25 702	24 985	23 025	18 849	15 639	20 684	0,9%
2006	14 544	18 996	17 847	18 641	23 234	23 896	24 646	26 123	25 658	23 182	19 282	16 313	21 030	1,7%
2007	15 088	19 459	18 817	18 900	23 561	24 564	25 326	26 981	26 177	23 862	19 795	16 003	21 544	2,4%
2008	15 625	20 453	18 771	20 880	24 024	25 563	25 598	28 968	26 335	24 548	19 729	15 477	22 164	2,9%
2009	15 345	19 768	17 448	18 180	21 246	21 363	24 546	27 067	24 408	22 985	17 854	15 549	20 480	-7,6%
Δ % 2002-2009	12,1%	9,9%	-2,9%	0,1%	-1,9%	-11,1%	-1,6%	-1,6%	1,1%	2,1%	6,4%	7,3%	0,8%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES DES RÉGIONS TOURISTIQUES URBAINES (MONTRÉAL, QUÉBEC, LAVAL)
Taux d'occupation moyen (%)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Écart an
2002	43,4	56,3	56,9	57,7	67,7	74,5	76,9	85,2	74,2	69,1	51,5	44,6	63,2	
2003	44,9	57,5	53,9	52,7	62,4	70,5	66,2	76,1	68,3	66,7	52,4	43,4	59,6	-3,6
2004	44,0	52,8	56,4	54,6	66,6	69,7	77,0	79,9	75,0	69,7	54,4	46,3	62,3	2,6
2005	43,3	57,2	53,7	59,7	62,4	70,7	76,4	76,7	74,3	68,4	56,2	46,7	62,2	-0,1
2006	43,6	56,4	53,1	55,5	68,5	70,9	71,8	75,7	74,3	67,4	56,6	47,4	61,8	-0,4
2007	43,8	56,3	54,5	54,9	68,0	70,7	72,3	77,3	74,7	68,5	57,6	46,2	62,1	0,3
2008	45,1	58,8	53,6	59,8	68,4	71,1	72,1	80,6	73,6	68,6	55,9	43,8	62,7	0,6
2009	43,3	55,5	48,9	51,6	59,1	58,9	67,4	73,5	66,7	63,1	50,5	43,2	56,9	-5,8
Écart 2002-2009	0,0	-0,8	-8,0	-6,1	-8,6	-15,5	-9,5	-11,7	-7,4	-6,0	-1,0	-1,4	-6,3	

Prix quotidien moyen de location des unités (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	93,77	100,67	96,77	98,30	106,93	124,00	113,03	120,57	112,20	111,63	98,27	97,67	106,17	
2003	95,80	101,13	96,87	94,87	102,23	122,43	112,87	115,60	113,57	111,53	99,70	95,23	105,17	-0,9%
2004	96,63	101,37	101,07	100,23	108,00	127,40	118,87	127,03	122,43	116,87	106,63	103,83	110,87	5,4%
2005	100,27	106,90	99,87	107,97	114,30	132,50	124,50	122,53	123,43	116,37	110,57	108,37	114,00	2,8%
2006	103,93	110,67	106,13	107,77	121,23	138,63	123,47	123,13	122,27	116,93	114,00	109,90	116,50	2,2%
2007	108,50	115,60	109,50	109,73	122,67	139,33	127,90	128,60	128,90	125,87	115,67	111,27	120,33	3,3%
2008	112,80	114,90	111,73	115,80	126,67	141,77	131,03	135,97	134,83	132,70	118,23	111,97	124,03	3,1%
2009	111,67	115,10	111,33	112,60	116,43	122,60	122,57	124,50	124,13	121,33	113,13	111,03	117,20	-5,5%
Δ % 2002-2009	19,1%	14,3%	15,1%	14,5%	8,9%	-1,1%	8,4%	3,3%	10,6%	8,7%	15,1%	13,7%	10,4%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES DES RÉGIONS TOURISTIQUES URBAINES (MONTRÉAL, QUÉBEC, LAVAL)
Revenu moyen par unité de location disponible (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	40,66	56,67	55,08	56,70	72,44	92,33	86,88	102,69	83,23	77,08	50,59	43,52	67,11	
2003	43,04	58,16	52,24	49,96	63,76	86,34	74,73	87,95	77,57	74,39	52,22	41,36	62,71	-6,6%
2004	42,53	53,55	56,96	54,74	71,98	88,75	91,49	101,47	91,82	81,48	58,04	48,09	69,03	10,1%
2005	43,40	61,19	53,59	64,51	71,35	93,64	95,17	93,95	91,66	79,64	62,12	50,61	70,93	2,7%
2006	45,28	62,42	56,33	59,77	83,05	98,32	88,68	93,18	90,89	78,79	64,51	52,11	72,03	1,6%
2007	47,52	65,11	59,68	60,27	83,40	98,46	92,44	99,35	96,24	86,21	66,57	51,45	74,75	3,8%
2008	50,90	67,53	59,92	69,28	86,59	100,77	94,49	109,54	99,19	91,08	66,09	49,06	77,79	4,1%
2009	48,40	63,92	54,48	58,06	68,81	72,25	82,58	91,50	82,83	76,51	57,15	47,93	66,71	-14,2%
Δ % 2002-2009	19,0%	12,8%	-1,1%	2,4%	-5,0%	-21,8%	-4,9%	-10,9%	-0,5%	-0,7%	13,0%	10,1%	-0,6%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

Année	Prix quotidien moyen de location des unités (\$)		Revenu moyen par unité de location disponible (\$)	
	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)
2002	106,17	106,17	67,11	67,11
2003	105,17	102,30	62,71	61,00
2004	110,87	105,89	69,03	65,93
2005	114,00	106,54	70,93	66,29
2006	116,50	106,78	72,03	66,02
2007	120,33	107,92	74,75	67,04
2008	124,03	108,71	77,79	68,17
2009	117,20	102,45	66,71	58,31
Δ % 2002-2009	10,4%	-3,5%	-0,6%	-13,1%

¹ Dollars constants (2002 = 100) établis selon l'indice des prix à la consommation au niveau canadien. Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 326-0021 et produits nos 62-001-X, 62-010-X et 62-557-X au catalogue, dernières modifications apportées : 2010-03-29.

Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus des régions touristiques périphériques*
Nombre moyen d'unités de location disponibles quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	28 047	28 329	27 770	27 846	28 802	29 147	29 482	29 730	28 876	28 283	27 459	26 563	28 362	
2003	26 903	27 359	27 107	26 733	27 174	28 515	29 055	28 746	28 728	28 707	27 905	28 404	27 945	-1,5%
2004	28 080	28 262	28 011	28 242	28 864	29 563	29 942	29 779	29 922	29 249	27 913	27 899	28 811	3,1%
2005	27 834	27 850	27 597	27 779	28 645	29 802	30 151	30 149	30 135	28 682	27 333	27 942	28 659	-0,5%
2006	27 915	28 286	28 096	27 220	29 198	29 736	30 217	30 259	30 089	29 236	27 612	28 044	28 826	0,6%
2007	28 205	28 153	27 724	27 447	28 552	29 633	29 951	29 952	30 075	29 248	27 487	28 194	28 718	-0,4%
2008	28 006	28 312	27 996	28 155	29 472	29 835	30 084	30 468	30 101	29 392	27 719	28 221	28 979	0,9%
2009	28 233	28 280	27 913	27 219	28 670	29 500	29 698	29 988	29 508	28 335	27 186	27 360	28 491	-1,7%
Δ % 2002-2009	0,7%	-0,2%	0,5%	-2,3%	-0,5%	1,2%	0,7%	0,9%	2,2%	0,2%	-1,0%	3,0%	0,5%	

Nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	10 165	12 991	11 722	9 232	11 231	14 321	17 580	19 692	14 283	12 429	9 332	9 741	12 728	
2003	10 460	12 822	10 875	8 809	10 797	13 344	16 634	17 942	12 636	12 135	9 137	9 718	12 111	-4,8%
2004	9 955	12 518	10 266	9 443	10 770	12 603	16 867	16 992	14 763	13 043	9 562	10 026	12 236	1,0%
2005	9 920	13 233	10 917	9 601	10 503	12 830	16 851	17 022	13 650	11 707	9 018	9 481	12 061	-1,4%
2006	10 147	12 574	10 909	9 432	10 730	12 456	16 569	17 674	13 546	11 812	9 104	9 518	12 040	-0,2%
2007	9 353	12 131	10 711	8 672	10 814	13 047	16 022	17 131	14 074	12 194	9 043	9 671	11 906	-1,1%
2008	9 710	12 060	10 507	9 072	11 182	12 515	15 429	17 455	13 516	12 270	9 590	9 698	11 918	0,1%
2009	9 741	11 818	9 795	8 362	10 556	11 623	15 170	16 965	13 773	11 508	8 786	9 109	11 434	-4,1%
Δ % 2002-2009	-4,2%	-9,0%	-16,4%	-9,4%	-6,0%	-18,8%	-13,7%	-13,8%	-3,6%	-7,4%	-5,9%	-6,5%	-10,2%	

* Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Mauricie, Montérégie et Outaouais.

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES DES RÉGIONS TOURISTIQUES PÉRIPHÉRIQUES

Taux d'occupation moyen (%)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Écart an
2002	36,2	45,9	42,2	33,2	39,0	49,1	59,6	66,2	49,5	43,9	34,0	36,7	44,9	
2003	38,9	46,9	40,1	33,0	39,7	46,8	57,3	62,4	44,0	42,3	32,7	34,2	43,3	-1,5
2004	35,5	44,3	36,6	33,4	37,3	42,6	56,3	57,1	49,3	44,6	34,3	35,9	42,5	-0,9
2005	35,6	47,5	39,6	34,6	36,7	43,1	55,9	56,5	45,3	40,8	33,0	33,9	42,1	-0,4
2006	36,3	44,5	38,8	34,7	36,7	41,9	54,8	58,4	45,0	40,4	33,0	33,9	41,8	-0,3
2007	33,2	43,1	38,6	31,6	37,9	44,0	53,5	57,2	46,8	41,7	32,9	34,3	41,5	-0,3
2008	34,7	42,6	37,5	32,2	37,9	41,9	51,3	57,3	44,9	41,7	34,6	34,4	41,1	-0,3
2009	34,5	41,8	35,1	30,7	36,8	39,4	51,1	56,6	46,7	40,6	32,3	33,3	40,1	-1,0
Écart 2002-2009	-1,7	-4,1	-7,1	-2,4	-2,2	-9,7	-8,5	-9,7	-2,8	-3,3	-1,7	-3,4	-4,7	

Prix quotidien moyen de location des unités (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	80,06	81,17	82,63	73,84	81,97	85,46	90,69	91,82	84,67	83,03	80,33	92,02	83,98	
2003	89,66	92,57	89,81	79,96	86,99	90,87	96,87	95,71	92,24	89,93	83,21	96,12	90,33	7,6%
2004	90,28	94,77	96,58	82,02	83,10	83,08	93,80	93,26	90,61	88,36	79,37	92,70	89,01	-1,5%
2005	87,06	90,42	88,79	82,68	86,20	89,29	102,06	100,68	95,69	94,08	87,76	100,07	92,07	3,4%
2006	95,16	102,86	101,26	89,20	92,37	101,84	108,42	108,77	106,40	99,91	92,34	107,11	100,47	9,1%
2007	104,84	106,89	105,61	88,90	96,70	105,26	106,71	111,57	105,88	101,19	94,24	111,64	103,28	2,8%
2008	106,98	111,69	106,63	94,24	99,29	104,62	112,41	113,29	108,24	103,03	97,16	113,74	105,96	2,6%
2009	105,62	108,74	106,01	96,27	99,51	106,72	110,17	112,84	107,84	102,71	96,69	115,26	105,70	-0,2%
Δ % 2002-2009	31,9%	34,0%	28,3%	30,4%	21,4%	24,9%	21,5%	22,9%	27,4%	23,7%	20,4%	25,2%	25,9%	

* Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Mauricie, Montérégie et Outaouais.

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES DES RÉGIONS TOURISTIQUES PÉRIPHÉRIQUES
Revenu moyen par unité de location disponible (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	29,01	37,22	34,88	24,48	31,96	41,99	54,08	60,82	41,88	36,49	27,30	33,75	37,69	
2003	34,86	43,38	36,03	26,35	34,56	42,52	55,46	59,74	40,57	38,02	27,25	32,89	39,15	3,9%
2004	32,01	41,97	35,40	27,42	31,01	35,42	52,84	53,21	44,71	39,40	27,19	33,31	37,80	-3,4%
2005	31,03	42,96	35,12	28,58	31,61	38,44	57,04	56,84	43,34	38,40	28,95	33,95	38,75	2,5%
2006	34,59	45,72	39,32	30,91	33,94	42,66	59,45	63,53	47,90	40,37	30,45	36,35	41,96	8,3%
2007	34,77	46,06	40,80	28,09	36,62	46,34	57,08	63,81	49,55	42,19	31,01	38,30	42,82	2,0%
2008	37,09	47,58	40,02	30,37	37,67	43,89	57,65	64,90	48,60	43,01	33,61	39,09	43,58	1,8%
2009	36,44	45,44	37,20	29,57	36,64	42,05	56,27	63,84	50,34	41,72	31,25	38,37	42,42	-2,7%
Δ % 2002-2009	25,6%	22,1%	6,7%	20,8%	14,6%	0,1%	4,1%	5,0%	20,2%	14,3%	14,5%	13,7%	12,6%	

* Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Mauricie, Montérégie et Outaouais.

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

Année	Prix quotidien moyen de location des unités (\$)		Revenu moyen par unité de location disponible (\$)	
	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)
2002	83,98	83,98	37,69	37,69
2003	90,33	87,87	39,15	38,08
2004	89,01	85,02	37,80	36,11
2005	92,07	86,04	38,75	36,21
2006	100,47	92,09	41,96	38,46
2007	103,28	92,63	42,82	38,40
2008	105,96	92,86	43,58	38,19
2009	105,70	92,39	42,42	37,08
Δ % 2002-2009	25,9%	10,0%	12,6%	-1,6%

¹ Dollars constants (2002 = 100) établis selon l'indice des prix à la consommation au niveau canadien. Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 326-0021 et produits nos 62-001-X, 62-010-X et 62-557-X au catalogue, dernières modifications apportées : 2010-03-29.

Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus des régions touristiques ressources*
Nombre moyen d'unités de location disponibles quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	10 229	10 205	10 243	10 631	11 617	13 286	14 260	14 158	13 291	11 565	10 119	10 047	11 637	
2003	10 023	9 966	10 134	10 392	11 275	13 376	13 973	14 082	13 169	11 526	10 166	9 865	11 495	-1,2%
2004	9 776	9 862	9 925	9 975	11 416	13 321	14 164	13 986	13 238	11 361	10 221	10 191	11 454	-0,4%
2005	9 899	10 020	10 050	10 050	11 202	13 275	13 965	13 947	13 470	11 572	10 267	9 979	11 475	0,2%
2006	9 820	9 837	9 770	9 815	11 213	13 363	14 008	14 061	13 788	11 906	9 994	9 825	11 450	-0,2%
2007	9 769	9 925	9 830	9 979	11 761	13 587	14 096	14 019	13 587	11 786	10 116	9 725	11 516	0,6%
2008	10 140	10 032	9 945	10 057	11 899	13 703	13 954	14 041	13 585	11 786	10 121	9 810	11 589	0,6%
2009	10 008	9 952	10 065	9 887	11 814	13 338	13 816	13 969	12 979	11 499	9 856	9 751	11 411	-1,5%
Δ % 2002-2009	-2,2%	-2,5%	-1,7%	-7,0%	1,7%	0,4%	-3,1%	-1,3%	-2,3%	-0,6%	-2,6%	-2,9%	-1,9%	

Nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	3 098	3 717	3 589	3 718	4 511	6 695	9 400	8 675	5 993	4 193	3 400	3 467	3 822	
2003	3 304	3 856	3 655	3 957	4 408	6 159	8 534	8 465	5 511	4 270	3 388	3 157	3 850	0,7%
2004	2 916	3 560	3 525	3 645	4 478	6 445	8 739	8 417	6 177	4 421	3 714	3 406	3 914	1,7%
2005	3 176	3 943	3 672	3 960	4 307	6 196	8 696	8 489	6 050	4 620	3 854	3 419	3 879	-0,9%
2006	3 296	4 035	3 800	3 809	4 375	6 377	8 523	8 353	6 273	4 520	3 667	3 349	3 825	-1,4%
2007	3 187	3 806	3 519	3 588	4 671	6 217	8 730	8 571	6 220	4 658	3 808	3 337	3 850	0,7%
2008	3 366	3 960	3 731	3 603	4 340	6 121	8 136	8 540	6 492	4 916	3 714	3 426	3 914	1,7%
2009	3 127	3 848	3 539	3 386	4 642	6 105	8 453	8 606	6 182	4 450	3 811	3 350	3 963	1,2%
Δ % 2002-2009	0,9%	3,5%	-1,4%	-8,9%	2,9%	-8,8%	-10,1%	-0,8%	3,2%	6,1%	12,1%	-3,4%	3,7%	

* Abitibi-Témiscamingue, Bas-Saint-Laurent, Duplessis, Gaspésie, Manicouagan et Saguenay – Lac-Saint-Jean. Les données souvent incomplètes pour les Îles-de-la-Madeleine n'ont pas été intégrées à ce regroupement.
 Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES DES RÉGIONS TOURISTIQUES RESSOURCES*
Taux d'occupation moyen (%)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Écart an
2002	30,3	36,4	35,0	35,0	38,8	50,4	65,9	61,3	45,1	36,3	33,6	34,5	32,8	
2003	33,0	38,7	36,1	38,1	39,1	46,0	61,1	60,1	41,8	37,0	33,3	32,0	33,5	0,6
2004	29,8	36,1	35,5	36,5	39,2	48,4	61,7	60,2	46,7	38,9	36,3	33,4	34,2	0,7
2005	32,1	39,4	36,5	39,4	38,4	46,7	62,3	60,9	44,9	39,9	37,5	34,3	33,8	-0,4
2006	33,6	41,0	38,9	38,8	39,0	47,7	60,8	59,4	45,5	38,0	36,7	34,1	33,4	-0,4
2007	32,6	38,3	35,8	36,0	39,7	45,8	61,9	61,1	45,8	39,5	37,6	34,3	33,4	0,0
2008	33,2	39,5	37,5	35,8	36,5	44,7	58,3	60,8	47,8	41,7	36,7	34,9	33,8	0,3
2009	31,2	38,7	35,2	34,2	39,3	45,8	61,2	61,6	47,6	38,7	38,7	34,4	34,7	1,0
Écart 2002-2009	1,0	2,2	0,1	-0,7	0,5	-4,6	-4,7	0,3	2,5	2,4	5,1	-0,2	1,9	

Prix quotidien moyen de location des unités (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	56,07	58,13	59,07	59,03	57,80	63,15	74,25	68,33	63,05	61,87	61,87	62,47	62,08	
2003	66,27	66,38	63,67	63,03	63,07	67,23	72,20	73,80	64,55	63,48	64,60	60,93	65,77	5,9%
2004	65,30	66,57	64,52	63,45	66,98	71,38	79,38	77,52	76,98	71,73	65,15	65,17	69,52	5,7%
2005	67,18	69,25	70,48	71,33	69,63	70,95	80,77	81,43	83,70	88,85	71,47	68,40	74,45	7,1%
2006	71,93	73,68	71,60	72,72	73,53	76,30	84,20	85,27	79,35	88,07	73,23	73,88	76,98	3,4%
2007	75,43	76,20	77,47	74,98	77,42	81,13	91,63	93,78	84,97	78,88	75,95	76,17	80,32	4,3%
2008	77,97	81,03	81,17	79,68	77,85	83,60	86,87	90,62	82,28	79,42	80,27	79,83	81,72	1,7%
2009	81,00	83,38	84,78	81,60	79,48	85,92	91,12	93,33	88,87	78,70	77,23	79,25	83,72	2,5%
Δ % 2002-2009	44,5%	43,4%	43,5%	38,2%	37,5%	36,1%	22,7%	36,6%	40,9%	27,2%	24,8%	26,9%	34,9%	

* Abitibi-Témiscamingue, Bas-Saint-Laurent, Duplessis, Gaspésie, Manicouagan et Saguenay – Lac-Saint-Jean. Les données souvent incomplètes pour les Îles-de-la-Madeleine n'ont pas été intégrées à ce regroupement.

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES DES RÉGIONS TOURISTIQUES RESSOURCES*
Revenu moyen par unité de location disponible (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	16,98	21,17	20,70	20,65	22,44	31,82	48,94	41,87	28,43	22,43	20,79	21,56	20,39	
2003	21,84	25,68	22,96	24,00	24,66	30,96	44,10	44,36	27,01	23,52	21,53	19,50	22,03	8,0%
2004	19,48	24,03	22,91	23,19	26,27	34,54	48,98	46,65	35,92	27,91	23,67	21,78	23,75	7,8%
2005	21,56	27,25	25,75	28,11	26,77	33,12	50,29	49,57	37,59	35,47	26,83	23,44	25,17	5,9%
2006	24,14	30,22	27,85	28,22	28,69	36,41	51,23	50,65	36,10	33,43	26,87	25,18	25,72	2,2%
2007	24,61	29,22	27,73	26,96	30,75	37,12	56,75	57,34	38,90	31,18	28,59	26,14	26,85	4,4%
2008	25,88	31,99	30,45	28,55	28,39	37,34	50,65	55,11	39,32	33,13	29,45	27,88	27,60	2,8%
2009	25,31	32,24	29,81	27,95	31,23	39,33	55,75	57,50	42,33	30,46	29,86	27,22	29,08	5,4%
Δ % 2002-2009	49,0%	52,3%	44,0%	35,4%	39,1%	23,6%	13,9%	37,3%	48,9%	35,8%	43,7%	26,3%	42,6%	

* Abitibi-Témiscamingue, Bas-Saint-Laurent, Duplessis, Gaspésie, Manicouagan et Saguenay – Lac-Saint-Jean. Les données souvent incomplètes pour les îles-de-la-Madeleine n'ont pas été intégrées à ce regroupement.

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

Année	Prix quotidien moyen de location des unités (\$)		Revenu moyen par unité de location disponible (\$)	
	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)
2002	62,08	62,08	20,39	20,39
2003	65,77	63,98	22,03	21,43
2004	69,52	66,40	23,75	22,69
2005	74,45	69,58	25,17	23,52
2006	76,98	70,56	25,72	23,57
2007	80,32	72,03	26,85	24,08
2008	81,72	71,62	27,60	24,19
2009	83,72	73,18	29,08	25,42
Δ % 2002-2009	34,9%	17,9%	42,6%	24,6%

¹ Dollars constants (2002 = 100) établis selon l'indice des prix à la consommation au niveau canadien. Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 326-0021 et produits nos 62-001-X, 62-010-X et 62-557-X au catalogue, dernières modifications apportées : 2010-03-29.

Profil de la fréquentation et de la performance des établissements hôteliers et des résidences de tourisme de 4 unités et plus des régions touristiques du Nord-du-Québec (Baie-James, Eeyou Istchee, Nunavik)
Nombre moyen d'unités de location disponibles quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	836	842	856	815	870	843	872	891	948	920	924	924	878	
2003	912	921	920	903	917	953	935	926	939	871	910	928	920	4,8%
2004	923	952	952	952	816	856	963	963	952	952	952	960	933	1,4%
2005	937	913	903	903	912	905	923	922	915	917	918	865	911	-2,4%
2006	917	944	935	947	929	943	945	938	935	943	932	918	936	2,7%
2007	891	944	950	955	957	898	969	977	959	957	969	903	944	0,9%
2008	927	969	889	889	899	921	914	957	946	929	908	827	914	-3,2%
2009	841	904	865	899	892	945	952	917	944	895	868	846	897	-1,8%
Δ % 2002-2009	0,6%	7,4%	1,1%	10,3%	2,5%	12,1%	9,2%	2,9%	-0,4%	-2,7%	-6,1%	-8,4%	2,2%	

Nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ % an
2002	248	283	241	183	255	386	412	456	388	386	539	333	343	
2003	284	296	317	246	301	476	477	499	449	315	465	295	368	7,3%
2004	326	355	307	205	221	269	448	493	463	297	377	249	334	-9,2%
2005	283	336	240	176	317	489	512	487	420	434	455	309	372	11,4%
2006	351	365	345	300	406	527	503	491	473	483	466	357	422	13,4%
2007	396	363	342	325	396	488	482	473	489	427	468	277	411	-2,6%
2008	327	389	302	342	371	453	470	489	512	403	420	258	395	-3,9%
2009	278	285	315	237	321	460	512	484	521	420	470	265	381	-3,6%
Δ % 2002-2009	12,1%	0,7%	30,7%	29,5%	25,9%	19,2%	24,3%	6,1%	34,3%	8,8%	-12,8%	-20,4%	11,0%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES DES RÉGIONS TOURISTIQUES DU NORD-DU-QUÉBEC (BAIE-JAMES, EYYOU ISTCHEE, NUNAVIK)
Taux d'occupation moyen (%)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Écart an
2002	29,7	33,6	28,2	22,4	29,3	45,8	47,2	51,2	40,9	42	58,3	36,1	39	
2003	31,2	32,1	34,4	27,2	32,9	50	51	53,9	47,8	36,1	51,1	31,8	40,1	1,1
2004	35,3	37,3	32,2	21,5	27	31,4	46,5	51,2	48,6	31,2	39,6	25,9	35,8	-4,3
2005	30,2	36,8	26,5	19,5	34,8	54	55,5	52,8	45,9	47,3	49,6	35,7	40,8	5,0
2006	38,3	38,7	36,9	31,7	43,8	55,8	53,2	52,3	50,6	51,2	50	38,9	45,1	4,3
2007	44,4	38,5	36	34	41,4	54,4	49,8	48,5	51	44,6	48,3	30,7	43,5	-1,6
2008	35,3	40,1	34,0	38,5	41,3	49,2	51,4	51,1	54,1	43,4	46,3	31,2	43,2	-0,3
2009	33,1	31,5	36,4	26,4	36,0	48,7	53,8	52,8	55,2	46,9	54,1	31,3	42,4	-0,8
Écart 2002-2009	3,4	-2,1	8,2	4,0	6,7	2,9	6,6	1,6	14,3	4,9	-4,2	-4,8	3,4	

Prix quotidien moyen de location des unités (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	74,60	73,00	70,20	59,10	85,20	73,60	70,00	83,90	63,70	82,30	80,60	85,20	75,10	
2003	65,30	67,20	78,00	69,60	78,90	110,90	98,20	59,50	94,70	55,40	95,20	86,70	80,00	6,5%
2004	108,00	108,00	116,40	118,60	87,80	78,10	81,40	115,10	123,40	91,90	84,20	101,80	101,20	26,5%
2005	115,60	97,80	122,80	129,60	108,60	92,40	89,60	103,20	101,20	104,10	96,50	91,80	104,40	3,2%
2006	103,50	110,70	103,10	104,70	98,90	95,60	101,10	102,10	110,30	111,70	98,60	92,50	102,70	-1,6%
2007	107,50	107,10	114,20	103,90	110,90	103,90	108,30	105,60	110,90	109,30	118,00	102,50	108,50	5,6%
2008	137,23	128,90	127,23	113,90	117,90	124,87	122,10	115,67	124,73	113,97	128,77	150,77	125,50	15,7%
2009	151,93	131,13	128,70	130,20	125,93	134,90	124,90	124,47	144,47	133,03	133,87	137,90	133,45	6,3%
Δ % 2002-2009	103,7%	79,6%	83,3%	120,3%	47,8%	83,3%	78,4%	48,4%	126,8%	61,6%	66,1%	61,9%	77,7%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

ÉTABLISSEMENTS TOUTES TAILLES CONFONDUES DES RÉGIONS TOURISTIQUES DU NORD-DU-QUÉBEC (BAIE-JAMES, EYYOU ISTCHEE, NUNAVIK)
Revenu moyen par unité de location disponible (\$)

Année / mois	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année	Δ %
2002	22,13	24,54	19,76	13,27	24,97	33,70	33,07	42,94	26,07	34,53	47,02	30,71	29,39	
2003	20,33	21,60	26,88	18,96	25,90	55,39	50,10	32,06	45,28	20,04	48,65	27,56	32,73	11,4%
2004	38,15	40,27	37,54	25,54	23,78	24,54	37,87	58,92	60,01	28,67	33,34	26,40	36,25	10,8%
2005	34,91	35,99	32,64	25,26	37,75	49,93	49,70	54,51	46,45	49,27	47,83	32,79	41,42	14,2%
2006	39,62	42,80	38,04	33,17	43,22	53,43	53,81	53,44	55,80	57,21	49,30	35,97	46,32	11,8%
2007	47,78	41,18	41,11	35,36	45,89	56,46	53,87	51,12	56,55	48,77	56,99	31,44	47,21	1,9%
2008	50,60	58,77	50,17	49,97	51,97	62,80	67,13	64,50	79,73	56,87	66,70	44,87	58,73	24,4%
2009	56,70	51,06	58,64	42,89	58,03	68,60	68,45	69,94	84,05	70,24	76,12	36,50	61,77	5,2%
Δ % 2002-2009	156,2%	108,1%	196,7%	223,2%	132,4%	103,5%	107,0%	62,9%	222,4%	103,4%	61,9%	18,9%	110,2%	

Source : Enquêtes mensuelles de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) auprès des établissements de 4 unités et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme), réalisées pour le compte du ministère du Tourisme.

Année	Prix quotidien moyen de location des unités (\$)		Revenu moyen par unité de location disponible (\$)	
	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)	\$ courants	\$ constants ¹ (2002)
2002	75,10	75,10	29,39	29,39
2003	80,00	77,82	32,73	31,84
2004	101,20	96,66	36,25	34,63
2005	104,40	97,57	41,42	38,71
2006	102,70	94,13	46,32	42,45
2007	108,50	97,31	47,21	42,34
2008	125,50	109,99	58,73	51,48
2009	133,45	116,65	61,77	53,99
Δ % 2002-2009	77,7%	55,3%	110,2%	83,7%

¹ Dollars constants (2002 = 100) établis selon l'indice des prix à la consommation au niveau canadien. Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 326-0021 et produits nos 62-001-X, 62-010-X et 62-557-X au catalogue, dernières modifications apportées : 2010-03-29.

Annexe B

Analyse comparative de systèmes de classification

K

CLASSEMENT COMPARATIF D'ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DU QUÉBEC

RÉCEPTIF VS QUÉBEC

SUR UN TOTAL DE 220 HÔTELS

CLASSIFICATION RÉCEPTIF <u>AU-DESSOUS</u> DU QUÉBEC	57.73%
<u>MÊME</u> CLASSIFICATION	35.00%
CLASSIFICATION RECEPTIF <u>AU-DESSUS</u> DU QUÉBEC	7.27%
	<u>100.00%</u>

CAA VS QUÉBEC

SUR UN TOTAL DE 249 HOTELS

CLASSIFICATION CAA <u>AU-DESSOUS</u> DU QUÉBEC	76.71%
<u>MÊME</u> CLASSIFICATION	23.29%
	<u>100.00%</u>

EXPEDIA VS QUÉBEC

SUR UN TOTAL DE 165 HOTELS

CLASSIFICATION EXPEDIA <u>AU-DESSOUS</u> DU QUÉBEC	83.64%
<u>MÊME</u> CLASSIFICATION	14.55%
CLASSIFICATION EXPEDIA <u>AU-DESSUS</u> DU QUÉBEC	1.81%
	<u>100.00%</u>

RÉCEPTIF VS CAA

SUR UN TOTAL DE 146 HOTELS

CLASSIFICATION RÉCEPTIF <u>AU-DESSOUS</u> DE CAA	4.11%
<u>MÊME</u> CLASSIFICATION	34.24%
CLASSIFICATION RÉCEPTIF <u>AU-DESSUS</u> DE CAA	61.65%
	<u>100.00%</u>

NORMES DE CLASSIFICATION

NOMBRE D'ÉTOILE	QUÉBEC	NOMBRE DE DIAMANT	CAA
★	Établissement au confort élémentaire, dont l'aménagement et les services sont conformes aux normes de qualité.	◆	Ces établissements plaisent normalement au voyageur soucieux de son budget. Ils offrent un lieu d'hébergement de base, sans superflu et répondent aux critères de base concernant le confort, la propreté et l'accueil.
★★	Établissement de bon confort, doté d'un aménagement de bonne qualité, qui fournit quelques services et commodités.	◆◆	Ces établissements plaisent aux voyageurs qui recherchent plus qu'un lieu d'hébergement de base. Les atouts physiques, les éléments de conception et les commodités sont légèrement meilleurs et le prix est généralement raisonnable.
★★★	Établissement très confortable doté d'un aménagement d'une qualité appréciable et qui offre plusieurs services et commodités.	◆◆◆	Ces établissements plaisent aux voyageurs aux besoins étendus et montrent multiples facettes et un style distingué, y compris une amélioration marquée de la qualité des atouts physiques, des commodités et du niveau de confort.
★★★★	Établissement de confort supérieur doté d'un aménagement d'une qualité remarquable et qui offre un éventail de services et de commodités.	◆◆◆◆	Ces établissements sont huppés en tous points de vues et sont progressivement plus raffinés et chics. Les atouts physiques reflètent partout une qualité supérieure évidente. Les marques fondamentales à ce niveau comprennent un large éventail de commodités, un niveau élevé d'accueil et de service et le souci du détail.
★★★★★	Établissement de confort exceptionnel doté d'un aménagement haut de gamme et qui offre une multitude de services et de commodités.	◆◆◆◆◆	Ces établissements affichent les caractéristiques d'un luxe et d'un raffinement absolus. L'hébergement est de première classe. Les atouts physiques sont extraordinaires en tous points de vue. Les marques fondamentales à ce niveau consistent à offrir un service méticuleux et à dépasser toutes les attentes des clients tout en maintenant un niveau impeccable d'excellence. Bon nombre des services personnalisés et des commodités rehaussent un niveau de confort inégalé.

NOMBRE D'ÉTOILE	EXPEDIA
★	Établissements offrant un hébergement propre, sans luxe, avec des commodités minimales sur place pour le voyageur économe dont la préoccupation principale est le coût. Les chambres sont généralement petites, décorées de façon fonctionnelle et pourraient être dépourvues de salles de bains privées, de téléphone ou de commodités. Il n'y a généralement pas de restauration sur place. L'accès public et la réception pourraient ne pas être offerts à toute heure.
★★	Établissements à services limités offrant un hébergement propre et de base. Ils peuvent offrir certains services d'affaires, mais sont généralement dépourvus de salles de réunions et d'installations de conditionnement physique et de détente ; ils n'offrent habituellement pas d'assistance avec les bagages. La restauration sur place est généralement limitée au café ou au petit-déjeuner continental. Les chambres sont généralement équipées d'une salle de bains privée, d'un téléphone, d'un téléviseur et de commodités limitées.
★★★	Établissements accordant plus d'importance au style, au confort et au service personnalisé. Ils sont généralement pourvus d'une salle à dîner, d'une piscine et/ou d'une salle de conditionnement physique, d'une boutique de cadeaux et offrent parfois l'assistance avec les bagages. Des salles de réunions et des services additionnels sont généralement offerts aux voyageurs d'affaires. Les chambres offrent davantage de confort et de commodités, et une attention plus particulière est portée à la décoration.
★★★★	Établissements abritant habituellement un restaurant gastronomique ainsi qu'un bar-salon et offrant le service à l'étage à des heures prolongées. Les services offerts comprennent généralement l'assistance avec les bagages, le service de conciergerie et le service de voiturier. Ils abritent habituellement un centre de conférence à la fine pointe de la technologie et offrent des services d'affaires complets. Les aires publiques et les chambres sont conçues avec soin et construites avec des matériaux de qualité. Les chambres sont généralement dotées de meubles élégants, de literie de grande qualité et de produits de bain ; elles comprennent aussi une vaste gamme de commodités.
★★★★★	Il s'agit des hôtels les plus raffinées au monde. Ces établissements sont caractérisés par des décors luxueux, un service supérieur et les normes de confort les plus élevées. Ces hôtels jouissent d'une architecture et d'un aménagement intérieur originaux et sont construits et décorés avec des matériaux de qualité. L'environnement intérieur est agrémenté de touches spéciales telles que des bouquets de fleurs et une profusion de plantes. De plus, ils maintiennent un rapport nombre d'employés-nombre de clients élevé, offrent une cuisine gastronomique et assurent le service à l'étage jour et nuit. Les chambres spacieuses et décorées avec soin sont meublées avec élégance et comprennent une literie et des produits de bain de la meilleure qualité. Les commodités de la chambre incluent généralement l'accès internet à haute vitesse ainsi que des lecteurs de CD et/ou de DVD. Ils offrent parfois des installations récréatives additionnelles, telles que des courts de tennis et l'accès à un terrain de golf. Des services thermaux fournis sur place, une salle de conditionnement physique haut de gamme et une piscine font aussi généralement partie des commodités offertes par l'hôtel.

NOMBRE D'ÉTOILES	CANADA SELECT
★	At this level, guests should expect clean and well-maintained accommodations providing the necessary facilities for an enjoyable stay. Criteria includes standards such as room size, window screens and coverings, clothes storage, linens, door lock, smoke detector, and parking facilities.
★★	This level equates to what is popularly considered "mid-range" accommodation. It exceeds the 1 star level in quality of mattress, bed linen, floors/window/wall coverings, and in provision of bedside and seating area lighting, additional room furniture, and parking space.
★★★	These properties will offer larger units with additional room furniture, coordinated furnishings, better quality mattresses and linens, and will be equipped with clock/alarm, extra amenities in washrooms, etc. Private baths for all BB rooms is a requirement for a 3 star and higher rating. Three star properties offer above average facilities and services.
★★★★	This rating indicates exceptional quality in all areas of facilities and services offering superior quality throughout the property in areas of guestrooms, bath and common areas. The property typically provides laundry/valet service as well as many additional amenities.
★★★★★	A 5 star property is luxurious at a world standard, offering outstanding facilities, guest service and amenities.

Annexe C

**Résultats de l'enquête auprès des DG des ATR
sur la compétitivité des établissements hôteliers
et des résidences de tourisme du Québec**

Novembre 2010

Contexte

- ▶ L'ensemble des directeurs généraux (DG) des ATR du Québec ont été invités à collaborer au projet d'études sur la compétitivité du produit hôtelier québécois de l'AHQ en répondant à un questionnaire sur ce sujet. La presque totalité des ATR ont répondu à cette invitation en fournissant des renseignements portant sur différents aspects et enjeux du parc hôtelier de leur région respective : changements observés au cours des dernières années, enjeux et défis particuliers concernant les RH, les clientèles, le recours à Internet, la promotion touristique, le financement, etc. Le questionnaire utilisé est présenté à la fin de la présente annexe.
- ▶ Afin de tenir compte des réalités très différentes des régions, les résultats ont été colligés selon quatre regroupements tels que décrits dans le tableau ci-dessous. Dans le cas des régions urbaines, nous avons complété les constats en tenant compte des enjeux et développements hôteliers en périphérie immédiate des régions touristiques urbaines retenues, mais aussi de ceux de la région de l'Outaouais compte tenu du poids important de la ville de Gatineau en matière d'hôtellerie. Les principaux constats et faits saillants de cette enquête ont été intégrés au rapport principal.

Variables	Régions touristiques			
	Urbaines	Périphériques	Ressources	Nord-du-Québec ¹
▶ Régions	1. Montréal 2. Québec 3. Laval	1. Cantons-de-l'Est 2. Centre-du-Québec 3. Charlevoix 4. Chaudière-Appalaches 5. Lanaudière 6. Laurentides 7. Mauricie 8. Montérégie 9. Outaouais	1. Abitibi-Témiscamingue 2. Bas-Saint-Laurent 3. Duplessis 4. Gaspésie 5. Îles-de-la-Madeleine 6. Manicouagan 7. Saguenay – Lac-Saint-Jean	1. Baie-James 2. Eeyou Istchee 3. Nunavik
▶ Nombre de répondants	3 sur 3	9 sur 9	6 sur 7	2 sur 3

¹ Dans le cas du Nord-du-Québec, le questionnaire a été complété par la conseillère en développement touristique du ministère du Tourisme pour cette région, Mme Louise Séguin, laquelle a validé les réponses auprès de représentants des ATR d'Eeyou Istchee et du Nunavik.

Résultats des ATR des régions urbaines

Variables	Montréal / Québec / Laval
<p>► Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau de la croissance de certaines catégories ou de certains types d'établissement</p>	<p>- Montréal : caractérisé par l'ajout d'un peu plus de 3 000 unités² au cours de la période 2005-2009, soit un boom hôtelier³ surtout composé d'hôtels 4 étoiles de type corporatif⁴; multiplication de petits gîtes en milieu urbain; arrivée de nouveaux joueurs ayant suscité des investissements massifs en rénovation auprès d'hôtels existants, dont plusieurs établissements majeurs</p> <p>- Québec : ajouts au parc hôtelier qui se sont surtout faits dans les catégories 3 et 4 étoiles (ex. Hôtel-Musée des premières nations à Wendake, Auberge Le Vincent); plusieurs rénovations majeures pour mettre à niveau les établissements avec les tendances actuelles, agrandissement du Château Laurier et du Château Bonne-Entente incluant la création du concept Urbania; nombre de gîtes qui semble diminuer, certains propriétaires abandonnant les affaires, possiblement en raison de leur âge et du temps requis pour administrer un tel commerce</p> <p>- Laval : implantation de l'hôtel boutique Le St-Martin et plusieurs millions investis en rénovation dans divers établissements</p>
<p>► Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau de l'implantation de chaînes hôtelières</p>	<p>- Montréal : boom hôtelier de 2005-2009 constitué surtout d'hôtels associés à des chaînes hôtelières internationales (12 nouveaux)</p> <p>- Québec : 1 Sheraton Four Points, 1 Super 8, 1 Holiday Inn Express et transformation du Germain-des-prés pour en faire le premier établissement de la chaîne ALT</p> <p>- Laval : implantation de l'hôtel Hampton Inn</p>
<p>► Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau des gestionnaires / propriétaires d'établissements</p>	<p>- Québec : changement de gestionnaires dans certains hôtels, principalement en banlieue (pas une tendance lourde). Au centre-ville, le Fairmont Château Frontenac a changé de propriétaire mais l'établissement est toujours géré par Fairmont. Rachat du Holiday Inn centre-ville par des investisseurs newyorkais qui l'ont transformé en hôtel boutique, le Pur</p>
<p>► Fermetures temporaires ou définitives d'établissements hôteliers ou de résidences de tourisme au cours de 2009</p>	<p>- Montréal et Laval : aucune fermeture</p> <p>- Québec : fermeture définitive du motel de 150 unités L'Abitation de Champlain (démolition, vente du terrain et construction d'une tour à bureaux et de commerces)</p>

² Trois zones ont connus des ajouts majeurs : la zone de l'Aéroport/Dorval, la zone du Palais des Congrès et Sherbrooke Ouest.

³ Ce boom hôtelier de 2006-2010 dans le cas de Montréal, qui a suivi la vague des hôtels « boutique » (2000-2005) avec l'ajout d'environ 1000 chambres, a été le plus important de son histoire, exclusion faite de la période de l'Expo 67.

⁴ L'arrivée de nouveaux joueurs à Montréal a suscité des investissements massifs en rénovation auprès d'hôtels existants dont plusieurs établissements majeurs.

Variables	Montréal / Québec / Laval
▶ Enjeux et défis au niveau de la main-d'œuvre et des ressources humaines	<ul style="list-style-type: none"> - Gestion de nombreuses ressources du personnel provenant de différentes vagues de l'immigration montréalaise (1 mention) - Difficulté de maintenir en emploi certaines catégories de main d'œuvre compte tenu de la saisonnalité (1 mention) - La main-d'œuvre qualifiée est un enjeu et un défi de taille (1 mention) - L'intégration des notions de développement durable dans les programmes de formation est urgente (1 mention)
▶ Enjeux et défis sur le plan des compétences des gestionnaires / propriétaires d'établissements	<ul style="list-style-type: none"> - Le contexte de forte croissance de l'offre associée à une baisse de la demande amplifie le défi d'attirer des gestionnaires d'hôtel qualifiés (1 mention) - La gestion des ressources humaines dans le contexte des Boomers et des Générations X et Y demande qu'on s'y attarde également (1 mention)
▶ Enjeux et défis liés à la capacité de répondre aux besoins des clientèles touristiques	<ul style="list-style-type: none"> - Québec : manque d'hôtels de catégorie 5 étoiles - Montréal : manque d'hôtels de 3 étoiles pour répondre aux besoins des voyageurs d'agrément – notamment des familles (un phénomène existant dans la plupart des grandes villes occidentales); - Plusieurs établissements ont réalisé des rénovations majeures pour être davantage au goût des tendances en matière d'hébergement (2 mentions) - Le développement durable prend et prendra de plus en plus de place (1 mention)
▶ Enjeux et défis liés à la capacité de répondre aux besoins des grossistes et voyageurs	<ul style="list-style-type: none"> - Les prix demandés par le TO sont difficiles à rencontrer - guerre de prix (1 mention)
▶ Enjeux et défis concernant le recours à Internet de la part des établissements hôteliers	<ul style="list-style-type: none"> - Montréal : deux gros défis : 1) connaissance à améliorer et 2) arrimage avec ce que font les grandes chaînes hôtelières, dont les actions ne sont pas toujours en lien avec les orientations locales - Québec : Internet et le E-marketing au cœur de la mise en marché de la plupart des établissements importants (ex. croissance des ventes d'opportunités publicitaires à des établissements d'hébergement sur le site Internet de l'Office). Réservation en ligne de plus en plus une priorité des établissements. Évaluation en cours à l'OTQ de l'implantation d'une solution de réservation en ligne - Laval : la gestion de l'information en direct représente un enjeu de taille
▶ Enjeux et défis concernant le niveau de participation des établissements aux efforts de promotion touristique des ATR	<ul style="list-style-type: none"> - Montréal et Laval: stable (mentionnons qu'aucun crédit marketing pour les hôteliers n'est en vigueur dans ces deux villes) - Québec : hôteliers représentant environ 75 % des investissements des membres dans les campagnes de l'OTQ, lesquelles sont facilitées par l'existence d'un crédit marketing pour les hôteliers (20 % des revenus de la taxe sur l'hébergement). Constat : les crédits marketing viennent de plus en plus remplacer les budgets qui étaient investis directement par les hôteliers dans la promotion, surtout avec le ralentissement de 2009
▶ Projets prévus d'implantation de nouveaux établissements, d'agrandissement ou de rénovation d'établissements hôteliers ou de résidence de tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Montréal : quelques projets en attente, mais cette dernière pourrait être assez longue (temps requis pour absorber le boom hôtelier de 2006-2010) - Québec : un projet connu dans la Côte d'Abraham - Laval : un projet d'hôtel, rénovation dans deux centres de conférences et rénovation dans un hôtel

Variables	Montréal / Québec / Laval
<p>► Enjeux et défis particuliers liés au financement de projets d'implantation de nouveaux établissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Montréal : 17 projets construits entre 2006 et 2010 l'ont été de fonds uniquement privés (souvent internationaux) - Québec : Le nombre de chambres louées, les taux d'occupation et les revenus par chambre devront augmenter pour permettre le développement du parc hôtelier - Laval : implantation du Centre de Foires métropolitain à Laval
<p>► Enjeux et défis particuliers liés au financement de projets d'agrandissement ou de rénovation des établissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le nombre de chambres louées, les taux d'occupation et les revenus par chambre (bref la performance des établissements) devront augmenter pour continuer la rénovation et la mise à niveau continue du parc hôtelier (1 mention)
<p>► Orientations des ATR concernant le développement futur du parc hôtelier de leur région</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Montréal : problématique des « 3 étoiles » dont le défi est le coût du terrain et la suroffre actuelle - Québec : plan de développement en cours d'élaboration sur l'importance d'avoir une offre plus abondante dans la catégorie 5 étoiles. - Laval : un plan de développement récréotouristique et un service de commissariat de développement touristique ont été développés pour orienter les investisseurs
<p>► Parcs hôteliers similaires ailleurs dans le monde méritant d'être analysés</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aucune suggestion

Résultats des ATR des régions périphériques

Variables	Cantons-de-l'Est / Centre-du-Québec / Charlevoix / Chaudière-Appalaches Lanaudière / Laurentides / Mauricie / Montérégie / Outaouais
<p>► Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau de la croissance de certaines catégories ou de certains types d'établissement</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantons-de-l'Est : implantation de 2 nouveaux hôtels (un à Granby, le Saint-Christophe, et un autre à Bromont, le Saint-Martin); rénovation de la presque totalité des grands centres de villégiature et hôtels de ville (entre 50 et 75 M\$); diminution du nombre de gîtes et de condos, augmentation du nombre de résidences de tourisme de type chalets - Centre-du-Québec : rénovation des chambres et ajout de l'Espace Aqua-Détente 4 Saisons à l'Auberge Godefroy - Charlevoix : augmentation fulgurante des résidences de tourisme (le nombre de chambres des RT est désormais aussi important que celui offert dans l'hébergement en hôtel et auberge). Trop peu de réinvestissement dans les auberges et hôtels. État de fait confirmé par une étude (été 2009) sur la perception de la clientèle québécoise qui visite et qui ne visite pas Charlevoix. - Chaudière-Appalaches : 5 nouveaux hôtels entre 60 et 150 chambres (tous à Lévis). 1 nouvel établissement en plein air 42 chambres dans 7 chalets. - Lanaudière : légère tendance à la croissance des résidences de tourisme de petite envergure. Rien de significatif dans les autres secteurs - Laurentides : ajout de résidences de tourisme de luxe (ex. Fiddler Lodge et Blueberry Lake Resort) et de nombreux chalets en location; rationalisation du nombre de gîtes touristiques suite à des ventes de propriétés, des retraites des propriétaires ou simplement suite à l'abandon de cette activité - Mauricie : un établissement de villégiature a augmenté de 10 suites 1,5 M\$ - Montérégie : croissance du parc hôtelier de plus de 600 chambres en 5 ans (12.5% sur au cours de cette période) - Outaouais : très stable, peu d'investissements, pas d'ajout, pas de rénovation majeure. Ajout de quelques résidences de tourisme, mais pas vraiment dans des lieux touristiques ou commerciaux
<p>► Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau de l'implantation de chaînes hôtelières</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantons-de-l'Est : Manoir Hovey fait maintenant partie du réseau des Relais & Château. TIMES de Québec se construit actuellement à Sherbrooke - Centre-du-Québec : implantation en 2007 de la bannière Hôtels Villégia (Le Victorin Hôtel et Congrès) - Chaudière-Appalaches : Comfort Inn, Quality Inn, Four Points by Sheraton, un Travelodge, un ancien privé qui a adhéré à Howard Johnson - Lanaudière et Charlevoix : aucune chaîne implantée au cours des dernières années - Laurentides : Super 8 de Saint-Jérôme et Sainte-Agathe-des-Monts, Best Western Hôtel Dynastie et Quality Inn de Mont Laurier - Montérégie : Super 8 Motel de Vaudreuil; Hôtel ALT Quartier DIX30 Brossard; Holiday Inn Express & Suite Saint-Hyacinthe - Mauricie : Super 8 de Trois-Rivières - Outaouais : aucun ajout dans les dernières années

Variables	Cantons-de-l'Est / Centre-du-Québec / Charlevoix / Chaudière-Appalaches Lanaudière / Laurentides / Mauricie / Montérégie / Outaouais
<p>► Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau des gestionnaires / propriétaires d'établissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantons-de-l'Est : presque tous les motels qui ont changé de propriétaires ont été achetés par des investisseurs d'origine asiatique, autrement il y a peu de transaction ou de changement de garde - Charlevoix : nombre important d'établissements à vendre dont les propriétaires n'ont pas de relève familiale. Difficulté à vendre en raison de prix élevé et d'un taux d'occupation moyen de 40% pour l'ensemble des établissements. Quelques investisseurs-repreneurs, en provenance de l'Europe. - Chaudière-Appalaches : Une dizaine de changements de propriétaires. Quelques rares immigrants investisseurs propriétaires ou copropriétaire (3 ou 4 au total) - Lanaudière : un ou deux transferts à la relève, sans plus. - Laurentides : implication de trois compagnies de gestion ayant des intérêts tant dans la région qu'ailleurs au Québec, quelques cas de transfert d'établissements à des investisseurs immigrés et investissements de la part de Britannique dans l'implantation de nouveaux établissements - Montérégie⁵ : grande instabilité au niveau des postes de cadres intermédiaires et supérieurs, plus particulièrement dans les hôtels de chaîne. Une nouvelle tendance s'inscrit depuis environ 10 ans soit celle des acheteurs d'origine asiatique qui investissent dans des établissements hôteliers de 0-1 étoile. Pour ce type d'établissement, la performance semble en décroissance et la relève peu ou pas intéressée. - Mauricie : 3 ventes de petits motels, dont 2 à des investisseurs d'origine asiatique (total d'environ 35 unités) - Outaouais : vente du Château Cartier, Hôtel Four Points vendu à un groupe hôtelier présent à Ottawa et ailleurs au Québec, changement à l'Hôtel Château Montebello (comme dans les autres hôtels Fairmont)
<p>► Fermetures temporaires ou définitives d'établissements hôteliers ou de résidences de tourisme au cours de 2009</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantons-de-l'Est : aucune (sauf celle liée à l'incendie de l'Auberge Hatley) et de quelques gîtes (voir ci-haut) - Centre-du-Québec : aucune - Charlevoix : aucune définitive, sauf quelques fermetures temporaires saisonnières; ce phénomène est récurrent à chaque année. - Chaudière-Appalaches : 3 fermetures définitives (115 unités) - Lanaudière : 2 établissements (90 unités), dont une temporaire (difficulté financière ou modification des priorités du gestionnaire) - Laurentides : 3 fermetures (250 unités), dont une définitive et deux temporaires (dont une en raison de rénovations majeures) - Montérégie : aucune. - Mauricie : 1 fermeture temporaire pour effectuer des rénovations majeures (2,5 M\$) - Outaouais : rachat d'un établissement de 125 unités en faillite par un nouveau propriétaire et dont le fonctionnement est très au ralenti actuellement

⁵ D'autres investisseurs choisissent d'acheter des établissements du même type et parfois désuets, dans le but d'acquérir un terrain de grande valeur pour des fins immobilières.

Variables	Cantons-de-l'Est / Centre-du-Québec / Charlevoix / Chaudière-Appalaches Lanaudière / Laurentides / Mauricie / Montérégie / Outaouais
<p>► Enjeux et défis au niveau de la main-d'œuvre et des ressources humaines</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Problématique de pénurie de main-d'œuvre de plus en plus préoccupante (3 mentions) - Difficultés de recrutement d'un personnel qualifié (4 mentions); certaines ATR ont mentionné que le problème était accentué dans certaines zones de leur région respective (ex. périphérie, hors des centres urbains); une autre mentionne deux types de postes en particulier (chefs de cuisine et employés de réception) - Stabilité de la main-d'œuvre / taux de roulement du personnel (3 mentions) - Problème de mise en valeur du travail généré par les employés et gestionnaires du secteur hôtelier (1 mention), lequel est lié aux faibles rémunérations et aux horaires de travail variables ou instables.
<p>► Enjeux et défis sur le plan des compétences des gestionnaires / propriétaires d'établissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Compétences convenables (2 mentions) - Compétences pour le moins inégal (4 mentions) mais qui progressent au rythme où ils ont des occasions pour améliorer leurs pratiques; une ATR précise que de nombreux propriétaires ont peu d'expertise et de connaissance du tourisme - Formation continue peu intégrée dans les pratiques (« bon pour le personnel mais pas pour eux ») - Beaucoup de personnes se sont recyclées en hôtellerie (projet d'entreprise, de retraite) dans les plus petits établissements et ont appris sur le tas - Manque de dynamisme commercial et d'originalité commerciale. <p>«La plupart des gestionnaires apprécient le genre d'établissement et le mode de vie de notre région et ils veulent venir y vivre et y travailler»</p>
<p>► Enjeux et défis liés à la capacité de répondre aux besoins des clientèles touristiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de certains types d'établissement - ex. auberges de charme (1 mention) - Manque d'hébergement ou carence en qualité dans certaines zones (3 mentions) - Les hôtels 3 et 4 étoiles sont les plus en demande actuellement (1 mention) - Qualité de l'accueil à améliorer (1 mention) - Beaucoup d'établissements de 20 à 40 chambres mais manque d'établissements de 100 chambres et plus pouvant accueillir des groupes. <p>« La demande est à la baisse auprès des hôtels 1 ou 2 étoiles. Cela s'explique par leur faible capacité à investir et à rénover leurs installations. Cette incapacité est la conséquence des faibles revenus générés. Ainsi, plusieurs établissements de type 1-2 étoiles offrent des services désuets »</p> <p>« Le « walk-in » et le « dernière minute » sont accentués par Internet, ce qui complique la gestion des établissements »</p>
<p>► Enjeux et défis liés à la capacité de répondre aux besoins des grossistes et voyagistes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Région misant sur le marché corporatif, plus lucratif, et peu sur les grossistes et voyagistes (2 mentions) - Très peu de grossistes contractent de l'hébergement dans la région (2 mentions) - Prix pratiqués qui ne conviennent pas aux hôteliers (2 mentions) - Réponse adéquate aux besoins des grossistes en offrant une quinzaine d'établissements 3 étoiles d'une centaine de chambre (1 mention) - Reprise rassurante du lien d'affaires entre réceptifs/grossistes et établissements locaux. Important de raffermir ces liens et de mieux comprendre la distribution du produit touristique dans l'ensemble du réseau de distribution - en ligne et en agence (1 mention)

Variables	Cantons-de-l'Est / Centre-du-Québec / Charlevoix / Chaudière-Appalaches Lanaudière / Laurentides / Mauricie / Montérégie / Outaouais
<p>► Enjeux et défis concernant le recours à Internet de la part des établissements hôteliers</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Plupart des grands hôtels et centres de villégiature équipés pour la réservation en ligne (3 mentions) - Petits établissements, gîtes et résidences de tourisme bien branchés dans l'ensemble (4 mentions) - Retards dans ce domaine (3 mentions), notamment au niveau de la qualité des sites Web (1 mention), de la présence sur le Web social ou de la promotion sur le Web (2 mentions), de l'offre de réservation en ligne (1 mention), de la lenteur à répondre aux demandes du client (1 mention) <p style="text-align: center;"><i>« L'ATR travaille beaucoup avec les établissements sur des liens efficients et porteurs avec notre site et les grands portails de distribution. »</i></p>
<p>► Enjeux et défis concernant le niveau de participation des établissements aux efforts de promotion touristique des ATR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Utilisation maximale du crédit accordé dans le cadre du Fonds de partenariat (loi 76) par la plupart des hôteliers (3 mentions) - Participation stable (4 mentions), dont une mention que cette participation des établissements est régulière en nombre et en dollars, mais que ce sont très souvent les mêmes qui investissent et qu'ils ne représentent qu'une faible proportion des établissements d'hébergement - Participation appréciable et stimulante des hôteliers (1 mention) - En diminution (3 mentions) en raison du contexte économique de 2009 et aussi de placements des établissements qui doivent être de plus en plus diversifiés en fonction des déploiements sur le Web et les réseaux sociaux <p style="text-align: center;"><i>« Nos hôteliers sont très présents sur notre comité marketing et sur notre site, mais ils doivent mettre aussi beaucoup d'efforts sur leurs équipes de ventes et sur leurs propres réseaux de marketing. Des changements sont à prévoir dans les rôles des DMO (ATR) et de leurs partenaires. »</i></p>
<p>► Projets prévus d'implantation de nouveaux établissements, d'agrandissement ou de rénovation d'établissements hôteliers ou de résidence de tourisme</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantons-de-l'Est⁶ : 3 projets d'une valeur de 150 M \$ – 175 M\$, un projet d'hôtel, un d'auberge de campagne et un projet de complexe de villégiature - Centre-du-Québec : Manoir du lac William, ajout d'une autre aile et de services pour la clientèle; Best Western, Hôtel Universel et Hôtel et Suites Le Dauphin, agrandissement de 18,5 M \$ advenant la construction du Centre de foires de Drummondville; Auberge Godefroy, projet à l'étude en vue d'ajouter 50 chambres et une salle pouvant contenir 800 personnes (10 à 12 M\$); Motel Le Phare, ajout de 8 nouvelles chambres (350 000 \$); deux projets sont à l'étude présentement pour des hôtels-motels à Bécancour - Charlevoix : projet Le Massif. Beaucoup de projets de développements immobiliers dont une partie des unités sera disponible pour la location comme résidence de tourisme. Cela promet un impact très négatif sur la rentabilité des établissements hôteliers en place - Chaudière-Appalaches : un nouvel hôtel à Thedford Mines d'ici un an et la rénovation majeure de 6 à 7 hôtels d'ici un an (20 à 25 M\$) - Lanaudière : 3 nouveaux établissements totalisant 200 unités - Laurentides : 3 projets à moyen terme de plus de 500 unités / un projet de conversion d'un bâtiment patrimonial (Abbaye d'Oka); deux projets d'hôtel de villégiature dans la partie nord de la région (Kiamika et Poisson-Blanc); sans oublier la réouverture de L'Estérel et le développement du versant soleil à la Station Mont-Tremblant - Montérégie : 3 projets de nouveaux établissements (350 unités) et une dizaine de projets de rénovation pour un investissement d'environ 35 M\$ - Mauricie : 3 projets dont 2 nouveaux établissements urbains et 1 établissement en villégiature (35 M\$) - Outaouais : 1 projet de nouvel établissement et 1 projet de rénovation (investissement approximatif de 10 M\$)

⁶ Mentionnons aussi que l'Hôtel des Gouverneurs de Sherbrooke (135 unités) fermé depuis 6 ans rouvrira en 2011, en y ajoutant des condos de retraités.

Variables	Cantons-de-l'Est / Centre-du-Québec / Charlevoix / Chaudière-Appalaches Lanaudière / Laurentides / Mauricie / Montérégie / Outaouais
<p>► Enjeux et défis particuliers liés au financement de projets d'implantation de nouveaux établissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La timidité des bailleurs de fonds traditionnels – des banques (5 mentions); les promoteurs doivent avoir les reins très solides; une région précise que sa situation de suroffre ne fait qu'accroître cette timidité vis-à-vis des projets hôteliers - Investissement Québec est un partenaire incontournable mais considéré comme cher - Contribution appréciée de DEC (et du MDEIE dans un cas) pour certains secteurs géographiques de la région (2 mentions) - RENFORT ne semble pas avoir rempli son objectif (2 mentions) - Accès limité ou inexistant à des subventions et à des prêts à faible intérêt (1 mention)
<p>► Enjeux et défis particuliers liés au financement de projets d'agrandissement ou de rénovation des établissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La timidité des bailleurs de fonds traditionnels – des banques (3 mentions) - L'accès à des subventions et à des prêts à faible intérêt (1 mention) - Stagnation au Québec du nombre de nuitées générées alors que l'offre a connu une forte croissance⁷, ce qui constitue la principale problématique à la rentabilité des entreprises et donc à leur capacité d'investir (1 mention) - Des coûts d'opération en hausse constante et de façon incontrôlée qui limitent la capacité de réinvestir des établissements⁸ (1 mention), dans un contexte où les attentes des clientèles sont de plus en plus élevées et les mises à niveau des établissements plus fréquentes.
<p>► Orientations des ATR concernant le développement futur du parc hôtelier de leur région</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantons-de-l'Est : maintenir la qualité maximale, maximiser leur virage vert, soutenir les problématiques RH, transformer les centres de ski actuels en stations de montagne 4 saisons avec l'hébergement qualifié en conséquence - Charlevoix : préoccupation croissante eu égard à la croissance très importante des résidences de tourisme et de leurs impacts sur l'hôtellerie - Chaudière-Appalaches : rehausser la qualité de l'offre (chambres et services) plutôt que la quantité d'établissements et d'unités - Lanaudière : développement de nouvelles unités dans le sud de la région et amélioration de l'offre existante au chapitre du confort et des services - Laurentides : miser sur le développement de l'offre touristique et des produits d'appel, favoriser l'intégration d'activités à l'offre des établissements d'hébergement, limiter le développement de l'offre hôtelière à des projets précis hors des zones où il existe déjà une offre intensive - Montérégie : actions de mise en valeur des hôteliers qui sont très présentes dans la dynamique de l'ATR - Mauricie : soutien aux projets sous forme de conseil-experts de la part de l'ATR - Outaouais : orientations sur le développement du parc hôtelier dans le plan stratégique et le plan d'action de l'ATR

⁷ L'ATR ayant fait ce commentaire ajoute que l'offre hôtelière s'est enrichie de plus de 5 000 chambres au cours des 10 dernières années, tandis que le nombre de nuitées vendues est resté le même. Une situation ayant entraîné une plus petite part de marché pour chaque établissement et une compétition accrue au niveau des prix. Cette ATR déplore qu'il n'y ait aucune planification pour encadrer la croissance de l'offre au Québec.

⁸ L'ATR ayant fait ce commentaire mentionne parmi les coûts d'opération à la hausse : salaire minimum; taxes municipales (40% dans certaines villes), tarifs d'électricité, coûts des contrôles de salubrité (ex. eau), coûts de publicité, coûts reliés au transport, notamment les taxes sur l'essence. La problématique de la fonction restauration est aussi extrêmement difficile en hôtellerie : main-d'œuvre, coût des denrées, réglementation, taxation etc.

Variables	Cantons-de-l'Est / Centre-du-Québec / Charlevoix / Chaudière-Appalaches Lanaudière / Laurentides / Mauricie / Montérégie / Outaouais
▶ Parcs hôteliers similaires ailleurs dans le monde méritant d'être analysés	<ul style="list-style-type: none"> - Cantons-de-l'Est : projet de benchmarking avec d'autres destinations dans le monde (projet à suivre) - Ontario en région, Vermont, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Angleterre, Écosse - Trouver des exemples de destinations qui ont perdu leur position suite à la diminution des investissements dans leur parc hôtelier et leurs infrastructures

Résultats des ATR des régions ressources

Variables	Abitibi-Témiscamingue / Bas-Saint-Laurent / Duplessis / Gaspésie / Îles-de-la-Madeleine / Manicouagan / Saguenay – Lac-Saint-Jean
▶ Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau de la croissance de certaines catégories ou de certains types d'établissement	<ul style="list-style-type: none"> - Abitibi-Témiscamingue : peu ou pas de croissance actuellement - Bas-Saint-Laurent : stabilité dans les établissements avec un ajout dans la catégorie des 3 étoiles - Duplessis : gîtes et résidences de tourisme, surtout en Minganie et bien souvent sans permis (avec l'arrivée du projet hydroélectrique de La Romaine) - Gaspésie : plus de gîtes et d'investissements afin d'obtenir des établissements de 3 étoiles et plus (de moins en moins de 1 étoile dans la région) - Manicouagan : ajout au cours des récentes années de résidences de tourisme (15 unités) - Saguenay – Lac-Saint-Jean : quelques établissements ont amorcé un virage écologique et d'autres ont effectué des travaux de rénovation
▶ Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau de l'implantation de chaînes hôtelières	<ul style="list-style-type: none"> - Abitibi-Témiscamingue : aucun changement pour ce type d'établissement depuis l'implantation d'un Comfort Inn, il y a quelques années - Bas-Saint-Laurent / Duplessis / Gaspésie / Manicouagan / Saguenay – Lac-Saint-Jean : aucune chaîne hôtelière
▶ Principaux changements observés au cours des 5 dernières années au niveau des gestionnaires / propriétaires d'établissements	<ul style="list-style-type: none"> - Abitibi-Témiscamingue : gestionnaires des établissements d'hébergement en grande majorité les propriétaires des lieux; beaucoup plus de nouveaux investisseurs et de relève dans le secteur des pourvoiries ou des auberges en forêt - Duplessis : une seule vente d'un hôtel à nouvel investisseur de la région - Gaspésie : quelques entreprises ont changé de propriétaire; amélioration marquée du service à la clientèle, de la qualité de l'hébergement et de la formation du personnel en place - Manicouagan : propriétaires de gîtes qui ont pris leur retraite et cessé leurs activités

Variables	Abitibi-Témiscamingue / Bas-Saint-Laurent / Duplessis / Gaspésie / Îles-de-la-Madeleine / Manicouagan / Saguenay – Lac-Saint-Jean
<p>► Fermetures temporaires ou définitives d'établissements hôteliers ou de résidences de tourisme au cours de 2009</p>	<p>- Abitibi-Témiscamingue / Bas-Saint-Laurent / Gaspésie / Saguenay – Lac-Saint-Jean : aucune</p> <p>- Duplessis : trois fermetures d'établissement (19 unités), dont une définitive et deux temporaires</p> <p>- Manicouagan : un hôtel en 2009 ainsi que la fermeture de gîtes touristiques suite à la retraite des propriétaires</p>
<p>► Enjeux et défis au niveau de la main-d'œuvre et des ressources humaines⁹</p>	<p>- Beaucoup de travail à faire encore dans ce secteur (1 mention)</p> <p>- Pénurie de main-d'œuvre et difficulté de recrutement des employés (3 mentions), notamment de personnel compétent</p> <p>- Important travail de l'ATR en vue d'aider les entreprises dans la formation de leurs employés et dans l'accompagnement de leurs démarches de structuration et de motivation de leur personnel (1 mention)</p> <p>- Bilinguisme du personnel : une lacune (1 mention)</p>
<p>► Enjeux et défis sur le plan des compétences des gestionnaires / propriétaires d'établissements</p>	<p>- Travail à faire en formation des gestionnaires¹⁰ (4 mentions)</p> <p>- Éveil à ce besoin</p> <p style="text-align: center;"><i>Le problème c'est que les gestionnaires croient qu'ils sont les grands connaisseurs et que la formation importe peu. Les propriétaires et gestionnaires doivent être de plus en plus conscients qu'ils opèrent des PME et ils se doivent de suivre eux aussi des programmes de formation adéquats</i></p>
<p>► Enjeux et défis liés à la capacité de répondre aux besoins des clientèles touristiques</p>	<p>- Abitibi-Témiscamingue : qualité des infrastructures qui s'est améliorée (2 « quatre étoiles » en 2001 à 6 en 2010)</p> <p>- Bas-Saint-Laurent : bonne diversité et bonne qualité dans la région</p> <p>- Duplessis : trop peu d'hébergements de qualité; « 4 étoiles » presque inexistants</p> <p>- Gaspésie : démarche Qualité Tourisme Gaspésie qui a permis de faire des gains importants dans ce sens</p> <p>- Manicouagan : outre l'offre de Tadoussac, des progrès importants sont à faire ailleurs dans la région</p> <p>- Saguenay – Lac-Saint-Jean : préoccupation en vue de se doter d'un profil des clients qui visitent les établissements hôteliers de la région mais la participation nécessaire des entreprises à un tel projet n'est pas acquise</p>

⁹ L'ATR de l'Abitibi-Témiscamingue prévoit recruter un coordonnateur en ressources humaines du tourisme.

¹⁰ Les deux ATR de la Côte-Nord ont mentionné que la gestion des établissements hôteliers est surtout orientée vers la clientèle des ouvriers et des travailleurs et que trop peu est investi dans la qualité de leurs infrastructures et de leurs services en vue de satisfaire et d'attirer des touristes d'agrément. De plus, les grands chantiers en cours ou prévus risquent de créer des problèmes de capacité hôtelière, puisque les unités d'hébergement seront accaparées principalement par des travailleurs dans certains secteurs géographiques.

Variables	Abitibi-Témiscamingue / Bas-Saint-Laurent / Duplessis / Gaspésie / Îles-de-la-Madeleine / Manicouagan / Saguenay – Lac-Saint-Jean
<p>► Enjeux et défis liés à la capacité de répondre aux besoins des grossistes et voyageurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sont de plus en plus présents et impliqués dans l'offre de la région (1 mention) - Capacité adéquate (1 mention) - Une partie des établissements y répondent (2 mentions) - Peu ou pas d'établissements en mesure de rencontrer les normes de qualité pour la clientèle internationale - potentiel présent, mais absence d'investissements (2 mentions)
<p>► Enjeux et défis concernant le recours à Internet de la part des établissements hôteliers</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les plus gros établissements sont bien équipés et les petits à développer - virage Internet à faire (1 mention) - Croissance du nombre d'entreprises qui prennent le virage Internet (1 mention) - Certains établissements n'ont pas d'accès Internet, d'autres non pas encore l'Internet haute vitesse. Une minorité d'établissements offre la réservation en ligne (2 mentions)
<p>► Enjeux et défis concernant le niveau de participation des établissements aux efforts de promotion touristique des ATR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participation en croissance mais capacité réduite surtout de la part des petits établissements (1 mention) - Bonne participation de l'ensemble des entreprises d'hébergement qui peuvent utiliser les crédits marketing mis en place grâce à la taxe à l'hébergement (1 mention) - Participation stable (1 mention) - Mis à part le guide touristique, aucun établissement ne participe à nos campagnes de promotion (2 mentions)
<p>► Projets prévus d'implantation de nouveaux établissements, d'agrandissement ou de rénovation d'établissements hôteliers ou de résidence de tourisme</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Abitibi-Témiscamingue : possibilité qu'un ou deux hôtels de 50 chambres et plus se construisent dans les deux prochaines années et projets prévus d'agrandissement (5 à 6) dans une bonne partie de la région - Bas-Saint-Laurent : rénovation du Centre des congrès de Rivière-du-Loup - Duplessis : information non disponible - Gaspésie : 7 projets incluant ceux visant la rénovation des établissements (1,6 M\$) - Manicouagan : 1 projet de rénovation importante d'un hôtel suite à son acquisition par un nouveau propriétaire - Saguenay – Lac-Saint-Jean : 2 projets d'implantation d'hébergement « 4 Étoiles » en cours / un au Lac-Saint-Jean et l'autre dans le Bas-Saguenay ainsi que d'un complexe d'hébergement jumelé à un centre de santé de destination
<p>► Enjeux et défis particuliers liés au financement de projets d'implantation de nouveaux établissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rôle important de DEC dans le financement des projets (1 mention) - Accessibilité difficile au crédit (3 mentions) / - Exclusion du secteur de l'hébergement de l'Entente de partenariat régionale en tourisme (1 mention). - Aucun (1 mention)
<p>► Enjeux et défis particuliers liés au financement de projets d'agrandissement ou de rénovation des établissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Accessibilité difficile au crédit et fonds de roulement limités (3 mentions) - Aucun (1 mention)

Variables	Abitibi-Témiscamingue / Bas-Saint-Laurent / Duplessis / Gaspésie / Îles-de-la-Madeleine / Manicouagan / Saguenay – Lac-Saint-Jean
<p>► Orientations des ATR concernant le développement futur du parc hôtelier de leur région</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bas-Saint-Laurent : accompagnement des projets selon le leadership des promoteurs - Duplessis : conférences axées sur la qualité lors des Journées de l'industrie touristique et sensibilisation des membres dans nos interventions médiatiques et par le biais du bulletin destiné aux membres - Gaspésie : fonds de développement touristique accessible aux entreprises d'hébergement pris à même les revenus de la taxe à l'hébergement - Manicouagan : réalisation en cours d'un plan sur cette question (situation de manque de chambres et non de suroffre) - Saguenay – Lac-Saint-Jean : planification stratégique 2007-2010 de l'ATR favorisant le développement du tourisme d'affaires
<p>► Parcs hôteliers similaires ailleurs dans le monde méritant d'être analysés</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pays scandinaves (2 mentions)

Résultats des ATR des régions du Nord du Québec

Variables	Résultats pour les régions du Nord du Québec
	Baie-James / Eeyou Istchee / Nunavik
▶ Principaux changements observés dans le parc hôtelier au cours des derniers cinq ans (implantation de chaînes hôtelières, croissance de certaines catégories ou de certains types d'établissement, changement au niveau des gestionnaires / propriétaires, autres changements)	Il n'y a pas eu de changements de ce type. Le parc hôtelier demeure généralement stable.
▶ Fermetures temporaires ou définitives d'établissements hôteliers ou de résidences de tourisme au cours de 2009	Non.
▶ Enjeux et défis particuliers pour les établissements hôteliers ✓ ... la main-d'œuvre et les ressources humaines ?	- Baie-James : difficulté de recruter du personnel (même sans formation) et accès à la formation - Nunavik : accès à la formation spécialisée et coûts élevés de la formation sur mesure.
✓ ... les compétences des gestionnaires / propriétaires d'établissements ?	- Disposent rarement d'une formation en hôtellerie et éprouvent parfois des difficultés en gestion en particulier dans les communautés autochtones. - Nunavik : certain soutien de la Fédération des coopératives du Nouveau-Québec qui les regroupe et les représente.
✓ ... la capacité de répondre aux besoins des clientèles touristiques (types d'établissement recherchés, niveau de confort et de qualité)?	- Une étude devrait être lancée sur ces sujets au cours de l'année. Pour l'instant, les clientèles sont majoritairement des clientèles d'affaires qui sont habitués de voyager dans des conditions plus difficiles. Les nouvelles clientèles de croisières nordiques au Nunavik, qui doivent être hébergés à Kuujuaq à l'aller et au retour, pourraient toutefois démontrer plus d'exigences. De plus, l'arrivée des parcs nationaux suscitent une certaine demande. Une réflexion est en cours dans ces régions sur les améliorations à considérer à moyen et à long terme.
✓ ... la capacité de répondre aux besoins des grossistes et voyageurs (types d'établissement recherchés, niveau de confort et de qualité)?	- La majorité des établissements au Nunavik sont des « 3 étoiles ». À la Baie-James, ce sont des « 2 et des 3 étoiles », les « 3 étoiles » étant situés à Radisson, Matagami et Chibougamau. - Peu (ou pas...) de grossistes offrent des forfaits dans ces régions à ce jour.
✓ ... le recours à Internet de la part des établissements hôteliers (ex. web marketing, communication avec les clients, information, réservation)?	- Peu d'effort marketing, les hôtels du Nord sont plutôt un « service essentiel », sauf à Chibougamau où il y a une certaine compétition. - La langue pourrait poser un problème dans certains cas, pour les clientèles francophones, car l'anglais constitue la langue seconde des Cris et des Inuits après leur langue maternelle.
✓ ... leur niveau de participation aux efforts de promotion touristique de votre ATR?	- Se limitent principalement à une présence dans les guides touristiques régionaux.

Variables	Baie-James / Eeyou Istchee / Nunavik
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Projets prévus d'implantation de nouveaux établissements, d'agrandissement ou de rénovation d'établissements hôteliers ou de résidence de tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> - 4 projets de nouveaux établissements ainsi que des projets de rénovation
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Enjeux particuliers du financement de projets d'implantation de nouveaux établissements, d'agrandissement et de rénovation des établissements 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu d'entrepreneurs privés dans les communautés autochtones, ce sont souvent les conseils de bande, notamment dans la région de Eeyou Istchee, qui possèdent les hôtels - Peu de données disponibles pour monter des plans d'affaires
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Orientations des ATR concernant le développement futur du parc hôtelier de leur région 	<ul style="list-style-type: none"> - Baie-James : favoriser l'établissement de nouveaux types d'hébergement répondant mieux aux attentes des touristes d'agrément (ex. : établissements de type auberge et hébergement de villégiature en forêt, en bordure de lac, etc.; améliorer la qualité du réseau (infrastructures et services).
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Parcs hôteliers similaires ailleurs dans le monde méritant d'être analysés 	<ul style="list-style-type: none"> - Pour les régions nordiques québécoises : le Nunavut, le Yukon et les TNO ainsi que les régions nordiques des pays scandinaves, l'Islande et le Groenland, - Les pays dotés d'un long littoral et qui reçoivent des navires de croisières.

Questionnaire

L'Association des hôteliers du Québec (AHQ) débute une réflexion sur la compétitivité du produit hôtelier québécois (établissements hôteliers et résidences de tourisme). Cette démarche, financée dans le cadre du programme d'aide aux associations touristiques sectorielles du ministère du Tourisme du Québec, prévoit la production d'un état de situation quantitatif et qualitatif du parc hôtelier du Québec et de ses régions, ainsi qu'une recherche en vue de valider les meilleures pratiques d'affaires d'autres parcs hôteliers similaires ailleurs dans le monde. Une des composantes de ce mandat confié à GPS Tourisme, qui accompagne l'AHQ dans sa démarche, est de cerner les enjeux des régions concernant l'état actuel et le développement futur de leur parc hôtelier (établissements hôteliers et résidences de tourisme). Pour ce faire, nous sollicitons votre collaboration et nous vous demandons de bien vouloir répondre, au meilleur de votre connaissance, aux questions suivantes* sur le parc hôtelier de votre région.

** Vous pouvez répondre directement dans le présent courriel ou utiliser le questionnaire ci-joint en format Word*

- ▶ Au cours des derniers cinq ans, quels ont été les principaux changements observés dans le parc hôtelier de votre région (ex. implantation de chaînes hôtelières, croissance de certaines catégories ou de certains types d'établissement, etc.)? ... de changement au niveau des gestionnaires (ex. transfert à la relève, vente à des immigrés investisseurs)?
- ▶ Au cours de 2009 votre région a-t-elle été affectée par la fermeture (temporaire ou définitive) de certains établissements hôteliers ?
- ▶ Existe-t-il des enjeux et défis particuliers pour les établissements hôteliers de votre région concernant ...
 - ✓ ... la main-d'œuvre et les ressources humaines ?
 - ✓ ... les compétences des gestionnaires / propriétaires d'établissements ?
 - ✓ ... la capacité de répondre aux besoins des clientèles touristiques (types d'établissement recherchés, niveau de confort et de qualité) ?
 - ✓ ... la capacité de répondre aux besoins des grossistes et voyageurs (types d'établissement recherchés, niveau de confort et de qualité) ?
 - ✓ ... le recours à Internet de la part des établissements hôteliers (ex. web marketing, communication avec les clients, information, réservation)?
 - ✓ ... leur niveau de participation aux efforts de promotion touristique de votre ATR?
- ▶ Existe-t-il actuellement dans votre région des projets d'implantation de nouveaux établissements, d'agrandissement ou de rénovation d'établissements hôteliers ? Nous comprenons que cette information peut être de nature confidentielle, conséquemment des informations générales seraient amplement suffisantes :
 - ✓ nombre de projets :
 - ✓ nature des investissements - nouveaux établissements, type d'agrandissement ou de rénovation :
 - ✓ valeur des investissements, si disponible :
- ▶ Existe-t-il des enjeux particuliers pour les établissements hôteliers de votre région eu égard au financement ... :
 - ✓ ... de projets d'implantation de nouveaux établissements
 - ✓ ... de projets d'agrandissement des établissements
 - ✓ ... de projets de rénovation des établissements sans modification de sa capacité d'accueil
- ▶ Votre ATR s'est-elle donné des orientations concernant le développement futur de son parc hôtelier (ex. favoriser le développement de certains types d'établissement, rehausser le niveau des établissements existants, etc.)?
- ▶ Finalement, seriez-vous en mesure de nous référer des cas de parcs hôteliers similaires ailleurs dans le monde (régions, provinces, états, pays) qui mériteraient d'être analysés et pris en considération dans notre réflexion pour le Québec ?

Annexe D

Résultats du sondage auprès des gestionnaires / propriétaires d'établissements hôteliers sur la compétitivité du parc hôtelier québécois

Janvier 2011

Table des matières

Méthodologie et portée du sondage	3
Profil des répondants	5
Profil des gestionnaires des établissements	14
Profil de la main-d'œuvre et des RH	16
Enjeux de compétitivité.....	22
Innovation et renouvellement de l'offre.....	36
Gestion de la qualité.....	43
Classification des établissements	45
Profil de la clientèle des établissements répondants	48
Partenariat avec le réseau de distribution	56
Efforts de promotion, publicité et commercialisation	57
Utilisation d'Internet	58
Développement durable.....	60

Méthodologie et portée du sondage

- ▶ Le présent rapport technique regroupe les résultats obtenus dans le cadre d'un sondage en ligne réalisé auprès de quelque 500 membres de l'AHQ et 1 000 non-membres identifiés dans une liste fournie par le ministère du Tourisme et détenant minimalement 2 étoiles. Ce sondage a été administré à l'aide de la plate-forme Internet *Survey Monkey* en avril et mai 2010.
- ▶ Quelque 1 500 gestionnaires sur les 1 932 établissements hôteliers en opération en 2009 ont donc reçu une invitation de l'AHQ à compléter le questionnaire en ligne (voir copie du questionnaire à la fin de ce rapport technique). Cette invitation par courriel a généré environ 10% de retour en raison d'adresses de courriel erronées (1 350 entreprises ayant reçu le courriel). Des rappels ont été réalisés par l'entremise du bulletin électronique L'Hôtelier Express de l'AHQ et par l'entremise du réseau des ATR du Québec.
- ▶ Quelque 200 gestionnaires ont complété entièrement ce questionnaire et 149 ne l'ont complété que partiellement. Pour ces derniers, on peut présumer que la personne ayant débuté le questionnaire ne l'a pas complété parce qu'il le trouvait trop long ou qu'il a été interrompu et appelé à effectuer d'autres tâches alors qu'il complétait le questionnaire en ligne. Le traitement et l'analyse des réponses ont été effectués jusqu'à la question 12 en distinguant les « résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions » et les « résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire ». Par la suite, seuls les « résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions » ont été considérés.
- ▶ Le taux de réponse peut être établi entre 15% (200 répondants sur 1 350) et 26 % (349 répondants sur 1 350). On peut présumer que ce taux de réponse est en réalité plus élevé, car il a été impossible d'établir combien parmi les 1 350 établissements théoriquement rejoints ont effectivement ouvert le courriel envoyé par l'AHQ. Selon la firme Cyber Génération spécialisée en diffusion de courriels, un bon taux d'ouverture de courriels suite à un envoi massif est de 25% et plus.

QUESTION 1: je désire participer à ce sondage	Fréquences	%
Répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions	200	57,3%
Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire	149	42,7%
Totaux :	349	100,0%

QUESTION 2: je ne désire pas participer à ce sondage	Fréquences	%
Ça ne m'intéresse pas	2	9,5%
Je n'ai pas le temps	10	47,6%
Autres raisons du refus / ne s'applique pas	9	42,9%
Totaux :	21	100,0%

- Ce sondage a aussi permis de recueillir un nombre important de commentaires qualitatifs, plusieurs répondants ayant donné suite à certaines des questions invitant à fournir des renseignements complémentaires. Ces commentaires ont été analysés, synthétisés et intégrés au présent rapport.

Profil des répondants

Question 3 : Pourriez-vous nous indiquer... le nombre d'unités d'hébergement (chambres) de votre établissement?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- Plus de la moitié des gestionnaires (51,2%) gèrent ou sont propriétaires d'établissements hôteliers de 4 à 39 unités. Viennent ensuite les établissements de 40 à 99 unités avec près de 30% des répondants. Les gestionnaires d'établissements de 100 unités et plus représentent près de 19% des répondants.

Taille des établissements	Unités
Taille moyenne	61
Taille médiane	34

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- Parmi les répondants plus de la moitié correspondent également à de petits établissements hôteliers de 4 à 39 unités (50,9%). On y retrouve toutefois davantage de gestionnaires d'établissements de 100 unités et plus (30,2%).

Taille des établissements	Unités
Taille moyenne	95
Taille médiane	30

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
4 – 39 unités	103	51,2%
40 - 99 unités	60	29,9%
100 – 199 unités	31	15,4%
200 unités +	7	3,5%
Totaux :	201	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
1 – 3 unités	2	1,9%
4 – 39 unités	54	50,9%
40 - 99 unités	18	17,0%
100 – 199 unités	23	21,7%
200 unités +	9	8,5%
Totaux :	106	100,0%

Question 3 : Pourriez-vous nous indiquer... le nombre de mois d'ouverture de votre établissement par année?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ La **grande majorité** des gestionnaires ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions (86,1%) gèrent ou sont propriétaires d'**établissements hôteliers en opération 12 mois par année**.

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
12 mois	173	86,1%
De 8 à 11 mois	13	6,5%
Moins de 8 mois	15	7,4%
Totaux :	201	100,0%

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ La situation est assez similaire du côté des répondants ayant complété partiellement le questionnaire.

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
12 mois	92	87,6%
De 8 à 11 mois	6	5,7%
Moins de 8 mois	7	6,7%
Totaux :	105	100,0%

Question 3 : Pourriez-vous nous indiquer... le nombre d'étoiles (0 à 5) de votre établissement selon la classification de la Corporation de l'industrie touristique du Québec (CITQ)?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ La **majorité** des répondants (45,3%) gèrent ou sont propriétaires d'**établissements hôteliers de « trois étoiles »**.
- ▶ Cette situation est assez représentative de l'ensemble du parc hôtelier du Québec (voir ci-dessous), considérant que le sondage visait les établissements de « deux étoiles et plus ».

En cours d'évaluation :	2,1%
0 étoile	0,9%
1 étoile	15,3%
2 étoiles	39,0%
3 étoiles	29,4%
4 étoiles	12,3%
5 étoiles	1,0%

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ Près de 44% représentent des établissements de « trois étoiles ». On y retrouve toutefois plus de « quatre étoiles ».

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
1 étoile	1	0,5%
2 étoiles	53	26,4%
3 étoiles	91	45,3%
4 étoiles	52	25,9%
5 étoiles	4	2,0%
Totaux :	201	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
1 étoile	1	0,9%
2 étoiles	23	22,0%
3 étoiles	46	43,8%
4 étoiles	32	30,5%
5 étoiles	3	2,9%
Totaux :	105	100,0%

Question 3 : Pourriez-vous nous indiquer... depuis quand votre établissement est en opération (nombre d'années)?

Faits saillants

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ La **majorité** des répondants (45,5%) gèrent ou sont propriétaires d'établissements hôteliers en opération depuis **plus de 20 ans**.
- ▶ Un peu **plus de 28%** des établissements sont en opération depuis moins de 10 ans.

Nombre d'années en opération	Ans
Moyenne	25,4
Médiane	20,0

- ▶ Pour cette variable les statistiques disponibles pour l'ensemble du Québec ne sont pas disponibles. Il est donc impossible d'établir un parallèle avec la situation effectivement observé dans l'ensemble de l'industrie.

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ La situation est quasiment identique du côté des gestionnaires ayant complété partiellement le questionnaire.

Nombre d'années en opération	Ans
Moyenne	27,0
Médiane	19,0

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
5 ans et moins	32	16,0%
De 6 à 10 ans	25	12,5%
De 11 à 20 ans	59	29,5%
De 21 à 50 ans	71	35,5%
Plus de 51 ans	20	10,0%
Totaux :	200	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
5 ans et moins	18	17,3%
De 6 à 10 ans	12	11,5%
De 11 à 20 ans	26	25,0%
De 21 à 50 ans	35	33,7%
Plus de 51 ans	13	12,5%
Totaux :	104	100,0%

Question 4 : Pourriez-vous nous indiquer parmi les quatre choix suivants lequel décrit le mieux votre type d'établissement?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ Près de la **moitié** des répondants (49,8%) gèrent ou sont propriétaires d'**établissements hôteliers de type hôtel ou auberge**.
- ▶ Le 2^e type d'établissement le plus représenté correspond à l'hôtel / motel.
- ▶ Les statistiques disponibles pour l'ensemble du Québec pour cette typologie ne sont pas disponibles. Il est donc impossible de confirmer à quel point cette situation est représentative ou non de celle de l'ensemble de l'industrie.

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ 60,4% d'établissements hôteliers de type hôtel ou auberge et près de 19% d'établissements de type hôtel / motel dans le cas de cette catégorie de répondants.

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquences	%
Hôtel ou auberge	100	49,8%
Hôtel/Motel	53	26,4%
Motel	34	16,9%
Condos / studios	14	7,0%
Totaux :	201	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquences	%
Hôtel ou auberge	64	60,4%
Hôtel/Motel	20	18,9%
Motel	16	15,1%
Condos / studios	6	5,7%
Totaux :	106	100,0%

Question 5 : Pourriez-vous nous indiquer le type de localisation qui correspond le mieux à votre établissement?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ Plus de **38%** des répondants gèrent ou sont propriétaires d'établissements hôteliers **localisés « dans une ville / un centre urbain »** et le quart d'établissements localisés « le long d'un axe routier majeur (route numérotée ou autoroute) ».
- ▶ Viennent ensuite (20%) les établissements localisés à proximité d'une route touristique officielle, d'un sentier, d'une attraction.

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ Plus de **la moitié** des répondants gèrent ou sont propriétaires d'établissements hôteliers **localisés « dans une ville / un centre urbain »** et 20% des établissements localisés « le long d'un axe routier majeur (route numérotée ou autoroute) ».

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
Dans une ville / un centre urbain	77	38,5%
En milieu naturel	32	16,0%
À proximité d'une route touristique officielle (ex. Chemin du Roy), d'un sentier, d'une attraction	41	20,5%
Le long d'un axe routier majeur (route numérotée ou autoroute)	50	25,0%
Totaux :	200	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
Dans une ville / un centre urbain	53	50,5%
En milieu naturel	13	12,4%
À proximité d'une route touristique officielle (ex. Chemin du Roy), d'un sentier, d'une attraction	21	20,0%
Le long d'un axe routier majeur (route numérotée ou autoroute)	18	17,1%
Totaux :	105	100,0%

Question 6 : Pourriez-vous nous indiquer dans quelle région touristique se situe votre établissement?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ Les répondants ayant répondu au sondage sont assez représentatifs de la redistribution réelle des établissements hôteliers sur le territoire québécois.

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Regroupements de régions	Fréquence	%	Redistribution réelle en 2009 (%)
Urbaines	41	20,3%	20,6%
Périphériques	93	46,0%	47,6%
Ressources	65	32,2%	29,6%
Nord du Québec	3	1,5%	2,2%
Totaux :	202	100,0%	100,0%

- ▶ On observe une sous-représentation mineure de la part des établissements de la Mauricie, de Charlevoix, de l'Outaouais et des régions du Nord-du-Québec et, à l'opposé, une surreprésentation mineure dans le cas de Laval, de la Gaspésie, des Laurentides.

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ On observe en particulier une surreprésentation des répondants de Montréal et une sous-représentation de ceux de la région de Québec.

Régions touristiques	Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions		Redistribution réelle des établissements en 2009 (%)	Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire	
	Fréquence	%		Fréquence	%
Montréal	18	8,9%	9,3%	24	22,6%
Québec	19	9,4%	10,6%	6	5,7%
Laval	4	2,0%	0,8%	2	1,9%
Charlevoix	17	8,4%	5,0%	7	6,6%
Chaudière-Appalaches	13	6,4%	5,9%	8	7,5%
Mauricie	4	2,0%	4,5%	3	2,8%
Cantons-de-l'Est	13	6,4%	7,5%	3	2,8%
Montérégie	10	5,0%	6,0%	5	4,7%
Lanaudière	6	3,0%	3,1%	3	2,8%
Laurentides	23	11,4%	9,2%	13	12,3%
Outaouais	3	1,5%	4,5%	1	0,9%
Centre-du-Québec	4	2,0%	1,7%	1	0,9%
Îles-de-la-Madeleine	2	1,0%	0,7%	0	0,0%
Gaspésie	26	12,9%	9,4%	6	5,7%
Bas-Saint-Laurent	10	5,0%	5,7%	12	11,3%
Abitibi-Témiscamingue	6	3,0%	3,1%	1	0,9%
Saguenay-Lac-Saint-Jean	15	7,4%	5,3%	6	5,7%
Manicouagan	3	1,5%	3,1%	2	1,9%
Duplessis	3	1,5%	2,2%	1	0,9%
Baie-James	3	1,5%	0,9%	2	1,9%
Eeyou Istchee	0	0,0%	0,9%	0	0,0%
Nunavik	0	0,0%	0,4%	0	0,0%
Totaux :	202	100,0%	100,0%	106	100,0%

Question 7 : Pourriez-vous nous indiquer laquelle des catégories suivantes correspond le mieux à votre chiffre d'affaires annuel?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ Environ le tiers des répondants gèrent ou sont propriétaires d'établissements hôteliers réalisant un chiffre d'affaires de moins de 250 000 \$ annuellement.
- ▶ La proportion d'établissements hôteliers réalisant un chiffre d'affaires entre 1 million de \$ et 3 million de \$ est de 22%.
- ▶ L'Abitibi et le Saguenay – Lac-Saint-Jean comptent une proportion plus importante d'établissements réalisant un chiffre d'affaires de 100 001 à 250 000\$, soit 30% comparativement à 15,7% pour l'ensemble de l'échantillon.

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ Dans l'ensemble, le portrait du chiffre d'affaires est assez similaire pour les répondants ayant complété partiellement le questionnaire, mais on y retrouve davantage d'établissements aux deux extrêmes, soit plus de 22% de « moins de 100 000 \$ et plus de 5% de « plus de 20 M\$ ».

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
Moins de 100 000\$	32	16,2%
100 001 à 250 000\$	31	15,7%
250 001\$ à 500 000\$	27	13,7%
500 001 à 1 000 000\$	28	14,2%
1 000 001 à 3 000 000\$	44	22,3%
3 000 001 à 5 000 000\$	18	9,1%
5 000 001 à 10 000 000\$	10	5,1%
10 000 001 à 20 000 000\$	4	2,0%
Plus de 20 000 001\$	3	1,5%
Totaux :	197	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
Moins de 100 000\$	22	22,4%
100 001 à 250 000\$	11	11,2%
250 001\$ à 500 000\$	16	16,3%
500 001 à 1 000 000\$	9	9,2%
1 000 001 à 3 000 000\$	19	19,4%
3 000 001 à 5 000 000\$	7	7,1%
5 000 001 à 10 000 000\$	6	6,1%
10 000 001 à 20 000 000\$	3	3,1%
Plus de 20 000 001\$	5	5,1%
Totaux :	98	100,0%

Question 8 : Pourriez-vous nous indiquer qui ou quel type d'organisation gère votre établissement?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ **80%** des répondants correspondent à des établissements hôteliers **gérés par un propriétaire indépendant.**
- ▶ 10% établissements hôteliers sont gérés par une compagnie de gestion hôtelière.

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ **Plus de 83%** des répondants correspondent à des établissements hôteliers **gérés par un propriétaire indépendant.**
- ▶ Pour cette catégorie de répondants, près de 10% d'établissements sont gérés par des chaînes.

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
Un propriétaire indépendant	152	80,0%
Un propriétaire franchisé	11	5,8%
Une compagnie de gestion hôtelière	19	10,0%
Une chaîne	8	4,2%
Totaux :	190	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
Un propriétaire indépendant	86	83,5%
Un propriétaire franchisé	4	3,9%
Une compagnie de gestion hôtelière	3	2,9%
Une chaîne	10	9,7%
Totaux :	190	100,0%

Profil des gestionnaires des établissements

Question 9 : Vous disposez de combien d'années d'expérience en gestion d'établissements hôteliers (cette question s'adresse au principal gestionnaire de l'établissement)?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- **26%** des répondants **disposent de plus de 20 ans d'expérience** dans le secteur de l'hôtellerie. À l'autre extrême, on en retrouve plus **22%** qui ont **moins de 5 ans d'expérience**.

Années d'expérience	Ans
Moyenne	15,1
Médiane	12,0

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- **Près du tiers** des répondants **disposent de plus de 20 ans d'expérience** dans le secteur de l'hôtellerie. Et **31%** ont **moins de 5 ans d'expérience**. Dans l'ensemble, ces gestionnaires ont plus de 16 ans d'expérience.

Années d'expérience	Ans
Moyenne	16,5
Médiane	15,0

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
5 ans et moins	43	22,4%
De 6 à 10 ans	37	19,3%
De 11 à 15 ans	35	18,2%
De 16 ans 20 ans	26	13,5%
Plus de 20 ans	50	26,0%
Totaux :	192	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
5 ans et moins	18	31,0%
De 6 à 10 ans	7	12,1%
De 11 à 15 ans	6	10,3%
De 16 ans 20 ans	8	13,8%
Plus de 20 ans	19	32,8%
Totaux :	58	100,0%

Question 10 : Disposez-vous d'un diplôme ou d'une attestation d'études en gestion hôtelière?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ Près des **trois quarts** (74,2%) des répondants **ne disposent pas d'un diplôme ou d'une attestation d'études en gestion hôtelière**.
- ▶ Parmi les 50 qui détiennent un diplôme, celui-ci est de niveau professionnel / collégial dans 60% des cas (surtout une technique en tourisme ou en gestion hôtelière) et de niveau universitaire dans 40% des cas.

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ Plus de **73%** des répondants **ne disposent pas d'un diplôme ou d'une attestation d'études en gestion hôtelière**. Parmi les répondants détenant un diplôme, on en retrouve 61,5% de niveau professionnel / collégial et 38,5% de niveau universitaire.

Résultats des répondants ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions

Variables	Fréquence	%
Oui	51	25,8%
Non	147	74,2%
Totaux :	198	100,0%

Résultats des répondants ayant complété partiellement le questionnaire

Variables	Fréquence	%
Oui	16	26,7%
Non	44	73,3%
Totaux :	60	100,0%

Profil de la main-d'œuvre et des RH

Question 11 : Pourriez-vous nous indiquer le nombre total d'employés travaillant dans votre entreprise?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ Plus de 39% des répondants ont 10 personnes et moins à leur emploi. À l'autre extrême, on retrouve près de 18% de répondants qui disposent de 50 employés et plus. Dans la moitié des cas, les répondants ont plus (ou moins) de 17 employés (médiane).
- ▶ Les 34 établissements de « 50 employés et plus » représentent :
 - 17,6% de l'ensemble des répondants,
 - 19,1% des entreprises déclarant avoir des employés permanents,
 - 15,9% des entreprises déclarant avoir des employés saisonniers,
 - et 67,9% des entreprises déclarant avoir des employés syndiqués.
- ▶ Au niveau du nombre d'employés, les établissements de « 50 employés et plus » représentent :
 - 62% de l'ensemble des employés,
 - près des de 66% des employés permanents,
 - 55% des employés saisonniers,
 - et 92,5% des employés syndiqués.

Répartition des établissements selon le nombre total d'employés

Variables	Fréquence	%
5 employés et moins	44	22,8%
De 6 à 10 employés	32	16,6%
De 11 à 20 employés	31	16,1%
De 21 à 30 employés	17	8,8%
De 31 à 40 employés	15	7,8%
De 41 à 50 employés	20	10,4%
Plus de 50 employés	34	17,6%
Totaux :	193	100,0%

Nombre total d'employés	Employés
Moyenne	38,7
Médiane	17,0

Question 11 : Pourriez-vous nous indiquer le nombre total d'employés travaillant dans votre entreprise?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ Près de 40% des répondants ont moins de 10 employés et plus de 22% ont 50 employés et plus à leur emploi. On retrouve davantage de plus grandes entreprises dans cette catégorie de répondants.
- ▶ Les 12 établissements de « 50 employés et plus » représentent :
 - 23% de l'ensemble des répondants,
 - 24% des entreprises déclarant avoir des employés permanents,
 - 24% des entreprises déclarant avoir des employés saisonniers,
 - et 75% des entreprises déclarant avoir des employés syndiqués.
- ▶ Au niveau du nombre d'employés, les établissements de « 50 employés et plus » représentent :
 - 78% de l'ensemble des employés,
 - près des de 77% des employés permanents,
 - 71% des employés saisonniers,
 - et 96% des employés syndiqués.

Répartition des établissements selon le nombre total d'employés

Variables	Fréquence	%
5 employés et moins	14	26,4%
De 6 à 10 employés	7	13,2%
De 11 à 20 employés	8	15,1%
De 21 à 30 employés	8	15,1%
De 31 à 40 employés	3	5,7%
De 41 à 50 employés	1	1,9%
Plus de 50 employés	12	22,6%
Totaux :	53	100,0%

Nombre total d'employés	Employés
Moyenne	49,9
Médiane	15,0

Question 11 : Pourriez-vous nous indiquer le nombre total d'employés permanents travaillant dans votre entreprise?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ 49% des répondants ont moins de 10 employés permanents et près de 13% ont 50 employés permanents et plus à leur emploi. Dans la moitié des cas, les répondants ont plus (ou moins) de 11 employés permanents (médiane).
- ▶ Pour cette catégorie de répondants, près de 56% des employés sont des permanents.

* Cette moyenne est de près de 34 employés permanents dans le cas des régions périphériques de villégiature¹ et de 20 pour les autres régions périphériques². Dans le cas des régions ressources, cette moyenne est de près de 15 employés pour la Gaspésie et de 22 employés pour l'Abitibi-Témiscamingue et le Saguenay – Lac-Saint-Jean.

Répartition des établissements ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions selon le nombre total d'employés permanents

Variables	Fréquence	%
5 employés et moins	52	33,1%
De 6 à 10 employés	25	15,9%
De 11 à 20 employés	33	21,0%
De 21 à 30 employés	14	8,9%
De 31 à 40 employés	10	6,4%
De 41 à 50 employés	3	1,9%
Plus de 50 employés	20	12,7%
Totaux :	157	100,0%

Nombre total d'employés permanents	Employés
Moyenne* pour l'ensemble des établissements	26,6
Médiane pour l'ensemble des établissements	11,0

¹ Il s'agit des régions touristiques de Charlevoix, de Lanaudière, des Laurentides, des Cantons-de-l'Est et de la Mauricie.

² Il s'agit des régions touristiques disposant d'un centre urbain majeur : Lévis dans le cas de Chaudière-Appalaches; Rive Sud pour la Montérégie, Gatineau dans le cas de l'Outaouais, Trois-Rivières dans le cas de la Mauricie.

Question 11 : Pourriez-vous nous indiquer le nombre total d'employés saisonniers travaillant dans votre entreprise?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ Plus de 64% des répondants ont 10 employés saisonniers et moins à leur emploi et plus de 6% ont 50 employés saisonniers et plus à leur emploi.
- ▶ Plus de 78% des entreprises de cette catégorie ont déclaré avoir à leur emploi des employés saisonniers. Parmi l'ensemble des emplois recensés par le sondage, près de 35% sont des emplois saisonniers pour cette catégorie de répondants.
- ▶ Dans la moitié des cas, les répondants ont plus (ou moins) de 7 employés saisonniers (médiane).

* Cette moyenne est de plus d'environ 13 employés saisonniers dans le cas des régions périphériques et des régions ressources.

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ 34 entreprises ont déclaré avoir des employés saisonniers, soit 64% du total pour cette catégorie de répondants. Parmi l'ensemble des emplois, plus de 22 % sont des emplois saisonniers pour cette catégorie de répondants.

Répartition des établissements ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions selon le nombre total d'employés saisonniers

Variables	Fréquence	%
5 employés et moins	73	48,3%
De 6 à 10 employés	24	15,9%
De 11 à 20 employés	20	13,2%
De 21 à 30 employés	12	7,9%
De 31 à 40 employés	7	4,6%
De 41 à 50 employés	5	3,3%
Plus de 50 employés	10	6,6%
Totaux :	151	100,0%

Nombre total d'employés saisonniers	Employés
Moyenne* pour l'ensemble des établissements	17,2
Médiane pour l'ensemble des établissements	7,0

Question 11 : Pourriez-vous nous indiquer le nombre total d'employés syndiqués travaillant dans votre entreprise?

Faits saillants :

ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS

- ▶ 28 entreprises ont déclaré avoir des employés syndiqués, soit 14,5% des 193 répondants à cette question. Près de 68% des employés syndiqués se retrouvent dans des entreprises de plus de 40 employés.
- ▶ Parmi l'ensemble des emplois recensés par le sondage, plus de 37% sont des emplois syndiqués.

ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE

- ▶ 12 entreprises ont déclaré avoir des employés permanents, soit plus de 22% du total pour cette catégorie de répondants. Parmi l'ensemble des emplois, plus de 44 % correspondent à employés syndiqués pour cette catégorie de répondants.

Répartition des établissements ayant répondu à la totalité ou à la grande majorité des questions selon le nombre total d'employés syndiqués

Variables	Fréquence	%
5 employés et moins	1	3,6%
De 6 à 10 employés	1	3,6%
De 11 à 20 employés	3	10,7%
De 21 à 30 employés	3	10,7%
De 31 à 40 employés	1	3,6%
De 41 à 50 employés	3	10,7%
Plus de 50 employés	16	57,1%
Totaux :	28	100,0%

Nombre total d'employés syndiqués	Employés
Moyenne	99,9
Médiane	60,0

NOTE: POUR LA SUITE DE CE RAPPORT, SEULS LES RÉSULTATS OBTENUS POUR LES ÉTABLISSEMENTS AYANT RÉPONDU À LA TOTALITÉ OU À LA GRANDE MAJORITÉ DES QUESTIONS SONT CONSIDÉRÉS. LES RÉSULTATS POUR LES ÉTABLISSEMENTS AYANT COMPLÉTÉ PARTIELLEMENT LE QUESTIONNAIRE DIMINUENT DE FAÇON IMPORTANTE SUITE À LA QUESTION 11.

Question 12 : Quel pourcentage du chiffre d'affaires de votre établissement est budgété annuellement pour la formation du personnel?

Faits saillants :

- ▶ Plus de **30%** des répondants affirment **ne pas budgéter annuellement un pourcentage de leur chiffre d'affaires pour la formation de leur personnel.**
- ▶ Presque la moitié des établissements (48,6%) budgètent 1% de leur chiffre d'affaires à cette fin, 11% prévoient 2% et près de 10% y accordent plus de 3%.

Variables	Fréquence	%
Aucun (0%)	55	30,4%
1%	88	48,6%
2%	20	11,0%
Plus de 3%	18	9,9%
Totaux :	181	100,0%

% du chiffre d'affaires budgété pour la formation du personnel	%
Moyenne	1,4
Médiane	1,0

Enjeux de compétitivité

Question 13 : Pourriez-vous nous indiquer quel est le niveau d'impact sur la compétitivité de votre établissement de chacune des problématiques suivantes en matière de main-d'œuvre?

- ▶ Plus de la moitié des répondants (**51%**) considèrent que le **manque d'accès à du personnel compétent et formé** a un grand impact ou un très grand impact sur la compétitivité de leur entreprise.
- ▶ À l'opposé, pour près de la moitié des répondants (48,9%), cet enjeu a peu ou très peu d'impact sur leur compétitivité. Les établissements des régions périphériques de villégiature se distinguent sur le plan de cet enjeu avec plus de 54% des répondants qui considèrent qu'il a peu d'impact sur leur compétitivité.

Variables	Fréquence	%
Très peu d'impact sur votre compétitivité	30	15,6%
Peu d'impact sur votre compétitivité	64	33,3%
Grand impact sur votre compétitivité	82	42,7%
Très grand impact sur votre compétitivité	16	8,3%
Totaux :	192	100,0%

- ▶ Plus de **61%** des répondants considèrent que la **difficulté grandissante de recruter une main-d'œuvre étudiante** a peu ou très peu d'impact sur la compétitivité de leur entreprise.

Variables	Fréquence	%
Très peu d'impact sur votre compétitivité	38	20,0%
Peu d'impact sur votre compétitivité	79	41,6%
Grand impact sur votre compétitivité	55	28,9%
Très grand impact sur votre compétitivité	18	9,5%
Totaux :	190	100,0%

- ▶ Près de **47%** des répondants considèrent que le **fort taux de roulement du personnel dans le secteur hôtelier** a un grand impact ou un très grand impact sur la compétitivité de leur entreprise. À l'opposé cette problématique a peu ou très peu d'impact sur la compétitivité pour plus de 53% des répondants.

Variables	Fréquence	%
Très peu d'impact sur votre compétitivité	42	22,1%
Peu d'impact sur votre compétitivité	59	31,1%
Grand impact sur votre compétitivité	67	35,3%
Très grand impact sur votre compétitivité	22	11,6%
Totaux :	190	100,0%

Question 13 : Pourriez-vous nous indiquer quel est le niveau d'impact sur la compétitivité de votre établissement de chacune des problématiques suivantes en matière de main-d'œuvre?

- « **L'accès limité dans votre région à des cours de formation adapté au secteur hôtelier** » a peu ou très peu d'impact sur la compétitivité de la grande majorité des entreprises (près de 69%).

Variables	Fréquence	%
Très peu d'impact sur votre compétitivité	48	25,0%
Peu d'impact sur votre compétitivité	84	43,8%
Grand impact sur votre compétitivité	38	19,8%
Très grand impact sur votre compétitivité	22	11,5%
Totaux :	192	100,0%

- « **L'accès limité à des mesures d'aide (programme d'emploi, recrutement, etc.)** » a peu ou très peu d'impact sur la compétitivité de la majorité des entreprises (plus de 60%).

Variables	Fréquence	%
Très peu d'impact sur votre compétitivité	39	20,2%
Peu d'impact sur votre compétitivité	78	40,4%
Grand impact sur votre compétitivité	49	25,4%
Très grand impact sur votre compétitivité	27	14,0%
Totaux :	193	100,0%

Question 14 : Afin d'évaluer les facteurs qui peuvent affecter la compétitivité de votre établissement, pourriez-vous nous indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncé suivants :

- ▶ **74%** des répondants sont en accord ou complètement en accord avec l'énoncé suivant : « **il manque de personnel compétent et formé en hôtellerie dans notre région** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	16	8,3%
En désaccord	34	17,7%
En accord	90	46,9%
Complètement en accord	52	27,1%
Totaux :	192	100,0%

- ▶ **62%** des répondants sont en accord ou complètement en accord avec l'énoncé suivant : « **il devient de plus en plus difficile de trouver et de recruter une main-d'œuvre étudiante** ». Toutefois, 65,6% des répondants des régions urbaines sont en désaccord avec cet énoncé.

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	14	7,3%
En désaccord	59	30,7%
En accord	82	42,7%
Complètement en accord	37	19,3%
Totaux :	192	100,0%

- ▶ Plus de **53%** des répondants sont en accord ou complètement en accord avec l'énoncé suivant : « **le haut taux de roulement du personnel dans le secteur hôtelier est un frein à la croissance de notre établissement** ». Mais près de 49% des répondants des régions périphériques de villégiature sont en désaccord avec cet énoncé.

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	20	10,5%
En désaccord	69	36,3%
En accord	75	39,5%
Complètement en accord	26	13,7%
Totaux :	190	100,0%

Question 14 : Afin d'évaluer les facteurs qui peuvent affecter la compétitivité de votre établissement, pourriez-vous nous indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants

- ▶ Plus de **58%** des répondants sont en accord ou complètement en accord avec l'énoncé suivant : « **les cours de formation adaptés au secteur hôtelier sont très limités dans notre région** ».
- ▶ Toutefois, près de 70% des répondants des régions urbaines et plus de 55 % des répondants des régions périphériques de villégiature sont en désaccord avec cet énoncé.

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	18	9,5%
En désaccord	61	32,1%
En accord	70	36,8%
Complètement en accord	41	21,6%
Totaux :	190	100,0%

- ▶ Près de 56% des répondants sont en accord ou complètement en accord avec l'énoncé suivant : « **L'accès aux mesures d'aide en matière d'emploi (programme d'emploi, aide au recrutement, aide à la formation en entreprise, etc.) est trop limité dans notre région** ».
- ▶ Plus de **74%** des répondants des régions urbaines sont en **désaccord** avec cet énoncé.

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	12	6,4%
En désaccord	71	37,8%
En accord	77	41,0%
Complètement en accord	28	14,9%
Totaux :	188	100,0%

- ▶ Plus de **53%** des répondants sont en accord ou complètement en accord avec l'énoncé suivant : « **le recrutement de personnel de "50 ans et plus" représente une alternative intéressante pour palier aux pénuries de main-d'œuvre dans l'industrie** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	9	4,7%
En désaccord	25	13,2%
En accord	107	56,3%
Complètement en accord	49	25,8%
Totaux :	188	100,0%

Question 19 : Afin d'évaluer les facteurs qui peuvent affecter la compétitivité de votre produit et de vos services, pourriez-vous nous indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

- ▶ Près de **84%** des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **l'accès au financement dans le secteur hôtelier est très limité pour réaliser des rénovations ou agrandissements** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	6	3,1%
En désaccord	26	13,3%
En accord	78	39,8%
Complètement en accord	86	43,9%
Total :	196	100,0%

- ▶ Plus de **61%** des répondants ont dit être en désaccord ou totalement en désaccord avec l'énoncé suivant : « **la connaissance requise en vue d'adapter notre offre aux besoins et aux attentes des clientèles est insuffisante** ». Toutefois, les répondants des régions ressources se sont dits en accord avec cet énoncé dans une proportion de 42,5%.

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	21	11,0%
En désaccord	96	50,3%
En accord	56	29,3%
Complètement en accord	18	9,4%
Total :	194	100,0%

- ▶ Les répondants sont très partagés face à l'énoncé suivant : « **la très forte concurrence entre les établissements hôteliers dans notre marché local / régional est une menace à notre croissance** ». Près de 47% sont en désaccord ou totalement en désaccord avec ce dernier et, à l'opposé, plus de 53% ont dit être en accord ou totalement en accord. Les répondants des régions urbaines sont davantage en accord ou totalement en accord avec cet énoncé.

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	12	6,1%
En désaccord	80	40,6%
En accord	68	34,5%
Complètement en accord	37	18,8%
Total :	197	100,0%

Question 19 : Afin d'évaluer les facteurs qui peuvent affecter la compétitivité de votre produit et de vos services, pourriez-vous nous indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

- ▶ Près de **53%** des répondants ont dit être en désaccord ou totalement en désaccord avec l'énoncé suivant : « **la forte concurrence dans notre région provenant d'autres types d'hébergement touristique (gîtes, résidences de tourisme) est une menace à notre compétitivité** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	25	12,9%
En désaccord	77	39,7%
En accord	57	29,4%
Complètement en accord	35	18,0%
Total :	194	100,0%

- ▶ Plus de **61%** des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **les services d'aide en gestion des RH et de la qualité pour le secteur hôtelier sont très limités dans notre région** ». Toutefois, les répondants des régions urbaines ont une opinion très différente et sont généralement en désaccord avec cet énoncé.

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	10	5,2%
En désaccord	65	33,7%
En accord	88	45,6%
Complètement en accord	30	15,5%
Total :	194	100,0%

- ▶ Près de **88%** des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **la compétitivité des établissements hôteliers est particulièrement affectée par des coûts d'opération de plus en plus élevés alors que les revenus sont demeurés assez stables depuis quelques années** ». Les répondants des régions périphériques sont particulièrement en accord avec cet énoncé.

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	8	4,1%
En désaccord	16	8,1%
En accord	78	39,6%
Complètement en accord	95	48,2%
Total :	197	100,0%

Question 33 : Afin d'évaluer les facteurs qui peuvent affecter la compétitivité de votre établissement, pourriez-vous nous indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants concernant les marchés et les clientèles?

- Plus de **48%** des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **L'absence d'Internet haute-vitesse dans notre région est un frein à la compétitivité de notre établissement compte tenu de l'utilisation croissante de ce média par les clientèles** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	63	36,2%
En désaccord	27	15,5%
En accord	38	21,8%
Complètement en accord	46	26,4%
Total :	174	100,0%

- Près de **59%** des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **Les compétences requises pour exploiter adéquatement les potentiels d'Internet et du web 2.0 (médias sociaux) sont généralement très limitées dans les établissements hôteliers du Québec** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	17	9,2%
En désaccord	59	32,1%
En accord	79	42,9%
Complètement en accord	29	15,8%
Total :	184	100,0%

- Près de **74%** des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **Les clientèles sont de plus en plus exigeantes et difficiles à satisfaire** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	4	2,1%
En désaccord	46	24,3%
En accord	98	51,9%
Complètement en accord	41	21,7%
Total :	189	100,0%

Question 33 : Afin d'évaluer les facteurs qui peuvent affecter la compétitivité de votre établissement, pourriez-vous nous indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants concernant les marchés et les clientèles?

- Plus des deux tiers des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **Il devient de plus en plus difficile pour notre établissement de se faire remarquer parmi l'ensemble des messages et efforts de promotion visant les clientèles touristiques** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	7	3,8%
En désaccord	55	29,7%
En accord	92	49,7%
Complètement en accord	31	16,8%
Total :	185	100,0%

- Près de **60%** des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **La clientèle d'affaires s'intéresse et s'informe de plus en plus des pratiques de développement durable de notre établissement** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	16	8,8%
En désaccord	57	31,5%
En accord	92	50,8%
Complètement en accord	16	8,8%
Total :	181	100,0%

- Près de **82%** des répondants ont dit être en accord ou totalement en accord avec l'énoncé suivant : « **Les possibilités offertes par Internet permettent aux établissements hôteliers de rationaliser certains investissements marketing** ».

Variables	Fréquence	%
Complètement en désaccord	5	2,7%
En désaccord	28	15,3%
En accord	113	61,7%
Complètement en accord	37	20,2%
Total :	183	100,0%

Question 34 : Avez-vous noté chez vos clients des attentes ou exigences qui constituent de nouveaux défis pour les établissements hôteliers et leur compétitivité?

Au niveau des attentes et exigences des clients constituant de nouveaux défis :

1. Tout d'abord, la touche personnalisée, l'expérience complète
2. La fidélisation du client de plus en plus difficile
3. La demande pour la durabilité et l'engagement environnemental
4. La conciliation clientèle affaires / clientèle d'agrément
5. Accès à l'Internet haute-vitesse avec ou sans fil

Les commentaires des participants stipulent que les clients sont de plus en plus exigeants face à l'accueil et au confort. Ils souhaitent un service personnalisé, vivre une expérience complète, être étonnés et se faire « remercier » pour avoir choisi l'établissement (points bonis, cadeaux, gratuités). Le client demande de plus en plus mais sans vouloir payer davantage. Ce qui est annoncé chez-soi (ex. photo d'une chambre sur le site Internet) ou chez le compétiteur devient la norme peu importe où l'établissement se trouve (en centre urbain ou en région ex : services 24 heures). Les clients sont de plus en plus sensibles au développement durable.

SOMMAIRE :

- ▶ L'expérience totale et unique
- ▶ Le contact émotionnel.
- ▶ Être accueillant, avenant et responsabilisé.
- ▶ L'environnement est de plus en plus une cause présente : bacs de recyclage, évènements sans déchet, etc.
- ▶ Clients de plus en plus exigeants sur les tarifs, activités et services; ratio qualité prix (recherche de tarifs toujours plus bas; ils négocient énormément).
- ▶ Oui, les programmes de fidélité sont très populaires, l'utilisation de toutes sortes de cartes de crédit coûtent de plus en plus cher aux hôteliers.
- ▶ Gestion des allergies.
- ▶ Dans notre secteur immédiat, il y a un manque de services autres que l'hébergement. C'est-à-dire, il n'y a pas de restaurants ouverts tard et aucun service 24h.
- ▶ Les clients exigent les services d'un établissement 5 étoiles dans les établissements qui ne sont pas classés 5 étoiles mais ne veulent pas payer le coût du service 5 étoiles.

- ▶ "Il est très difficile de concilier nos 2 missions : une touristique qui dure 4 semaines et génère 5 % du chiffre d'affaires et 95 % de nos problèmes et l'autre corporative qui génère 95 % de notre chiffre d'affaires et 5 % de problèmes".
- ▶ Le maximum de qualité et service au plus bas prix possible. Et tout cela sans payer toutes les taxes qui s'y rattachent.
- ▶ les petites touches personnalisées pour chaque invité sont toujours de mise.
- ▶ pas particulièrement, en général plus exigeant, pour service, propreté, décoration.
- ▶ Le client est aujourd'hui plus difficile à fidéliser et est facilement séduit par de nouvelles offres donc il est parfois infidèle même s'il revient.
- ▶ Nos clients aiment le fait que nous avons un établissement beau, propre, tranquille et pas cher.
- ▶ Insonorisation des lieux, propreté des lieux.
- ▶ L'erreur n'est plus permise.
- ▶ "Il y a une demande pour le haut niveau de qualité que nous offrons sans toutefois que la clientèle s'attende ou même accepte de payer davantage que dans les établissements de moindre qualité".
- ▶ L'industrie, y compris les organismes gouvernementaux liés au développement de l'hébergement, encourage l'amélioration du parc hôtelier et le développement d'hébergement haut de gamme. Par contre, le tarif gouvernemental accordé pour l'hébergement des fonctionnaires n'a pas évolué depuis plusieurs années. Plus encore, ce tarif est substantiellement moins élevé en région alors que les coûts de construction sont plus élevés."
- ▶ Check-out rapide, wifi dans les chambres: les clients n'arrivent pas toujours à le faire fonctionner même si tout est en place et fonctionne, le gouvernement subventionne certains hôtels 5 étoiles ou en est tout simplement propriétaire et nous fait une féroce compétition en offrant des chambres à plus bas prix qu'un 3 étoiles ne peut le faire... Alors, comment voulez-vous que nous restions compétitifs dans un tel environnement?
- ▶ La tranquillité des lieux.
- ▶ Une vue panoramique.
- ▶ Un lieu qui fait corps avec la beauté de la nature.
- ▶ Technologie sophistiqué (internet très haute vitesse, TV HD, etc.).
- ▶ Les clients sont de plus en plus exigeants et nous comparent aux établissements des grandes villes alors que nos moyens sont moindres forcément.
- ▶ la clientèle future sera de plus en plus exigeante et connaîtra mieux ses besoins. Confort, personnalisation, contact, partage des connaissances etc....
- ▶ Le service toujours de plus en plus exigeant.
- ▶ Le prix est un facteur déterminant et trop d'hôtels compétitifs travaillent dans nos plates bandes. Vous pouvez dormir dans un Delta au prix d'un Travelodge....
GROS PROBLÈME.

- ▶ Le plus gros problème dans notre situation c'est la municipalité qui empêche la croissance de notre entreprise.
- ▶ Oui, les clients savent de plus en plus ce qu'ils veulent et ils s'attendent encore plus à recevoir exactement ce qui leur est vendu sur internet. Des clients arrivent avec la photo de la chambre qu'ils ont vu sur notre site internet et s'attendent à avoir exactement la même par exemple.
- ▶ La clientèle désire aussi avoir de plus en plus de forfaits à moindre prix.
- ▶ Les clients veulent internet sans fil, salles d'exercices et centre d'affaires.
- ▶ Pas vraiment plus qu'avant.

Question 34 : Avez-vous noté chez vos clients des attentes ou exigences qui constituent de nouveaux défis pour les établissements hôteliers et leur compétitivité?

Les commentaires généraux effectués par les répondants en fin de sondage font référence aux éléments suivants :

- ▶ Hébergement illégal : avec ou sans permis, ces établissements acceptent les paiements en argent, sans facture, et donc sans paiement des différentes taxes...et à moindre coût.
- ▶ Les programmes de financement, institutionnels et gouvernementaux, ne sont pas adaptés à la réalité hôtelière et ne prennent pas en considération des critères propres au milieu : saisonnalité, montants à investir, etc.
- ▶ L'hôtellerie indépendante doit régulièrement affronter de grandes chaînes qui viennent établir des règles que les plus petits établissements, établis depuis longtemps et impliqués dans leur communauté, ne peuvent suivre (ex : réduction majeure des tarifs).
- ▶ Le réseau de transport collectif doit être développé et les coûts diminués pour les voyageurs afin de favoriser les déplacements en région et ainsi une activité économique.
- ▶ La saisonnalité est une réalité qui doit être fortement considérée à tous les niveaux et pour lesquelles des pistes de solution, incluant, de nouvelles façons de faire, doivent être trouvées tant au niveau de la formation, des emplois, des approvisionnements que du financement.
- ▶ Le produit hôtelier doit se démarquer, offrir des services de qualité afin de répondre aux diverses clientèles de plus en plus exigeantes.
- ▶ La formation en région est une problématique qui doit être adressée.
- ▶ L'ensemble des taxes à payer doit être pris en compte par les différents paliers gouvernementaux et convenir que le client qui en paie les frais en bout de ligne pourrait opter pour une autre destination.

- ▶ L'augmentation de l'ensemble des coûts d'opération (taxes, chauffage, main- d'œuvre, etc) n'a pas suivi la demande au cours des dernières années. Les marges bénéficiaires sont minces et permettent peu de demeurer compétitifs.

COMMENTAIRES :

- ▶ Nous ne sommes pas une chaîne hôtelière. Nous devons donc nous surpasser dans le service à la clientèle. On répond aux questions avant qu'elles soient demandées.
- ▶ on fait notre nom avec la propreté et le bouche à oreille.
- ▶ "un dernier point, le secteur est fragile au taux de taxation..... des gouvernements comme des villes... c'est un frein à la clientèle et un mange profils de plus en plus gourmand....
- ▶ La nonchalance du gouvernement envers ceux qui louent des chambres sans obtenir de permis.
- ▶ Notre implication dans l'entreprise et celle de nos enfants contribuent à notre succès".
- ▶ Nous avons des projets d'agrandissement, le coût de construction est d'au moins 30% trop cher versus d'autres régions. Le coût trop élevé pour les projets de construction, nous empêche d'investir et ajouter à nos services existants. A nos 43 chambres, nous étions intéressés à ajouter entre 10 et 15 chambres avec cuisine complète.
- ▶ Freins à notre croissance en été location de chalets personnels qui non aucune cotisation à payer et aucun compte à rendre au gouvernement.
- ▶ Notre succès vient d'une équipe bien rodée qui offre un accueil chaleureux aux clients, un bon service et d'une promotion ciblée aussi bien locale que sur internet.
- ▶ Le manque d'accessibilité à notre région (Transport aérien) constitue un frein important à notre croissance.
- ▶ Une entreprise solide en développement misant sur le service à la clientèle et l'esprit d'équipe, chez nous il n'y a jamais de problèmes, que des solutions!
- ▶ "Comment concurrencer avec les gens qui louent des chambres dans leur maison privé ou leur logement qu'ils louent à la semaine? Et tout cela sans permis quelconque. Sans payé de TPS, TVQ, taxe d'hébergement, taxe d'affaire, permis du gouvernement. Ces gens qui s'affichent dans les annonces classés (sur papier ou Internet) et qui affirment qu'ils offrent les mêmes services qu'un hôtel/motel (literie, serviettes, une préposé qui fais l'entretien et parfois même les services de restaurations).
- ▶ Comment concurrencer contre les immigrés qui obtiennent des prêts avec des taux d'intérêts ou des subventions qui restent inaccessible pour nous?"
- ▶ Un facteur important de croissance est de travailler en partenariat avec un gros moteur économique de la région tel le Massif de Charlevoix. Pour ce qui est de la compétitivité, il faut constamment innové.
- ▶ La saisonnalité est le facteur ingérable et difficile pour notre croissance.

- ▶ "Facteurs de succès : milieu naturel, sentiment d'appartenance des employés, variété des activités touristiques à proximité en période estivale.
- ▶ Freins : absence de réseau tout à l'égout, nuisance visuelle des fils électriques (Hydro, Bell, Cablo...) et coût très élevé pour les faire enfouir, période d'ouverture des sites et attraits trop courte (juillet août).
- ▶ Une saison touristique trop courte constitue le principal frein à notre croissance. De plus, un tarif minimum obligatoire devrait être implanté dans les établissements hôteliers pour garantir à long terme notre survie.
- ▶ "Le système de subvention et aide financière pour le système hôtelier est défaillant.
- ▶ Lorsque nous avons besoin de fonds (5 000\$) pour des rénovations et améliorations, nous sommes refusés car il faut un minimum de 20 000 \$ / 40 000 \$ pour faire appel à ce programme. Ce qui est souvent irréaliste.
- ▶ Même si nous participons à la taxe de 2\$ /3% nous n'avons jamais le droit de faire appel au programme pour avoir de l'aide car il impose trop de critères irréalistes pour les plupart des petits établissements. Il faudrait revoir ce système".
- ▶ Nous sommes extrêmement propre et toujours à l'écoute de nos clients.
- ▶ Trop de taxes de toutes sortes, concurrence déloyale des grand chaînes hôtelières américaine et non respect des règles de la part des petit gîtes et maison privé offrant de l'hébergement à bas prix.
- ▶ Nous voulons nous retirer et céder notre auberge à nos employés. Toutefois il n'existe aucun moyen d'obtenir du financement auprès des institutions. Le domaine de l'hôtellerie est considéré comme crapuleux et réservé au blanchiment d'argent. Notre bon gouvernement est un des agents favorisant une telle perception dans le public. Nous sommes tous suspectés de vol à l'égard de la T de V. L'AHQ devrait travailler à revaloriser notre industrie et à la doter de supports financiers en assurant la pérennité.
- ▶ Je trouve qu'il devrait y avoir des formations pour l'entretien ménager des chambres. J'ai le même personnel depuis nos débuts mais j'aimerais qu'il existe une formation dans notre région.
- ▶ Les tarifs couramment pratiqués en matière d'hébergement sont très inférieurs aux standards internationaux et hypothèquent la bonne gestion des entreprises et leur équilibre financier en même temps qu'ils limitent les budgets promotionnels.
- ▶ En matière de restauration, le poids des taxes et surtout la politique des pourboires en sus, alourdissent considérablement les factures, font perdre de la compétitivité (très mal vécu pour les européens) et transforment l'hôtelier-restaurateur en simple agent du fisc.
- ▶ Un prix abordable, un service courtois et de façon régulière l'amélioration de notre établissement.
- ▶ Un élément incontrôlable, mais la température est parfois nuisible pour un établissement comme le nôtre n'ayant pas la possibilité d'avoir une piscine intérieure.
- ▶ Le succès est simple : donner un service de haut niveau mais doublé d'une bonne dose d'empathie.
- ▶ La formation dans le domaine hôtelier dans les régions est quasiment ou même inexistante. L'ITHQ devrait donner plus de formation axé sur les hôtels et les restaurants dans les régions éloignées.

- ▶ Succès : propreté des chambres et accueil personnalisé à la réception. Beauté du site.
- ▶ Freins: dimension du terrain restreint l'expansion et manque de subvention (ex enrochement contre l'érosion des berges que nous avons du faire entièrement à nos frais)".
- ▶ Institution bancaire très réticente à nous prêter.
- ▶ Les villes doivent arrêter de délivrer des permis la demande touristique est beaucoup plus basse que l'offre.....
- ▶ Nous avons misé sur la qualité et la particularité de notre établissement et cet élément sera certainement un facteur important de notre succès.
- ▶ Les tarifs gouvernementaux accordés pour l'hébergement des fonctionnaires et les frais liés à l'utilisation des cartes de crédit sont des éléments importants entravant la rentabilité de notre établissement.
- ▶ Le positionnement d'une entreprise sur Internet est de plus en plus complexe et très onéreux.
- ▶ Lorsqu'un petit établissement hôtelier est situé à proximité de plusieurs restaurants, le nombre de repas offerts sur place ne devrait pas constituer un frein à l'obtention de 4 étoiles dans le classement actuel.
- ▶ De façon générale, moins il y aura de gouvernement autour de moi mieux ça ira: ATR, CLD, SADC, MRC, etc. Pour moi, ils ne peuvent que finir par nous compliquer l'existence ou nous nuire sur le long terme.
- ▶ Coût de main d'œuvre et des bénéfices augmentent constamment.
- ▶ Guerre des prix au centre-ville.
- ▶ Blogue 'live' permet aux clients de partager leurs impressions (bonnes ou mauvaises!) instantanément".
- ▶ Nous sommes en forêt, ce serait bien d'avoir une classification "Auberge en Forêt" pas seulement pour les pourvoiries mais pour les auberges concernés.
- ▶ Notre succès est le résultat de notre équipe, nous avons une entreprise familiale où tous se sentent chez eux ... Ce qui est difficile: toujours les questions de financement ou le manque de formation offerte. Plusieurs programmes ne sont pas assez viables pour être donnés dans la région car ils sont mal publicisés. Mais le plus grand défi est bien sur la main-d'œuvre qualifié, compétente et intéressé.
- ▶ Nous offrons le service de restauration avec la ""formule apporter votre vin"" et nous avons une cuisine axée sur le terroir.
- ▶ De plus c'est une ambiance conviviale et un service professionnel.
- ▶ La saisonnalité!
- ▶ Marché noir de l'hébergement très important dans notre région, sous la table donc hors taxes... jamais notre industrie ne pourra voir le jour avec cette contrainte ...qui en passant est encouragée par les fonctionnaires et politiciens en vacances
- ▶ Nous avons l'avantage d'être situés à côté de l'UQAM et de la Place-des-Arts, donc nous tirons profit de notre emplacement idéal pour la clientèle.

Innovation et renouvellement de l'offre

Question 15 : Avez-vous apporté au cours des cinq dernières années ou prévoyez-vous apporter prochainement des améliorations à votre établissement et à votre produit?

- ▶ Près de 56% des répondants affirment avoir procédé à **l'agrandissement ou à la rénovation de leur établissement** au cours des cinq (5) dernières années. Près du tiers (32%) affirment qu'ils le feront prochainement.

Variables	Fréquence	%
Améliorations réalisées au cours des cinq dernières années	129	55,8%
Améliorations prévues prochainement	74	32,0%
Aucune amélioration réalisée ou prévue	28	12,1%
Nombre total de mentions*	231	100,0%
Total de répondants	198	

* Un répondant pouvait cocher « avoir réalisé des améliorations » et aussi « prévoir en réaliser prochainement ».

- ▶ Plus de 30% des répondants affirment avoir procédé à **l'ajout ou à la rénovation de salles pour la tenue de banquets et réunions** au cours des cinq (5) dernières années. Cette proportion est de plus de 42% dans les régions périphériques.
- ▶ Plus de 45% affirment qu'ils n'ont pas et qu'ils ne se proposent pas de réaliser de telles améliorations.

Variables	Fréquence	%
Améliorations réalisées au cours des cinq dernières années	59	30,3%
Améliorations prévues prochainement	48	24,6%
Aucune amélioration réalisée ou prévue	88	45,1%
Nombre total de mentions*	195	100,0%
Total de répondants	188	

* Voir note précédente.

- ▶ Près de 48% des répondants affirment avoir effectué à **la modification de la décoration intérieure** ou réaliser **un nouveau design de leur établissement** au cours des cinq (5) dernières années. Près de 37% affirment qu'ils le feront prochainement.

Variables	Fréquence	%
Améliorations réalisées au cours des cinq dernières années	106	47,7%
Améliorations prévues prochainement	82	36,9%
Aucune amélioration réalisée ou prévue	34	15,3%
Nombre total de mentions*	222	100,0%
Total de répondants	198	

* Voir note précédente.

Question 15 : Avez-vous apporté au cours des cinq dernières années ou prévoyez-vous apporter prochainement des améliorations à votre établissement et à votre produit?

- ▶ Plus de 43% des répondants affirment avoir procédé à la modernisation de leurs chambres (ex. changement du mobilier) au cours des cinq (5) dernières années. Plus de 40% affirment qu'ils le feront prochainement.

Variables	Fréquence	%
Améliorations réalisées au cours des cinq dernières années	86	43,4%
Améliorations prévues prochainement	81	40,7%
Aucune amélioration réalisée ou prévue	31	15,8%
Nombre total de mentions*	198	100,0%
Total de répondants		

* Voir note précédente.

- ▶ Près de 41% des répondants se proposent de réaliser prochainement des travaux d'aménagement paysager. Près de 40% affirment avoir réalisé de tels aménagements au cours des cinq (5) dernières années.

Variables	Fréquence	%
Améliorations réalisées au cours des cinq dernières années	77	39,9%
Améliorations prévues prochainement	79	40,8%
Aucune amélioration réalisée ou prévue	37	19,2%
Nombre total de mentions*	194	100,0%
Total de répondants		

* Voir note précédente.

Parmi les autres améliorations mentionnées, on retrouve entre autres l'ajout ou la modernisation d'équipements liés à des spas (5 mentions) : piscine intérieure, spas, saunas, salles de massages, bains nordiques.

Question 16 : Est-ce que les modifications / améliorations apportées à votre établissement (résultats de la question 15) visaient à maintenir votre classification actuelle ou à obtenir un nombre supérieur d'étoiles?

- ▶ Près de 55% des répondants affirment avoir procédé aux modifications / améliorations énumérées à la question précédente dans le but de maintenir leur classification actuelle ou à obtenir un nombre supérieur d'étoiles

Variables	Fréquence	%
Oui	106	54,9%
Non	87	45,1%
Totaux :	193	100,0%

Même si les réponses démontrent que les hôteliers ont investi pour maintenir ou améliorer leur classification, les commentaires des répondants indiquent que les modifications/améliorations apportées visaient d'abord à répondre à la satisfaction de la clientèle, à demeurer compétitif et même en avance sur la compétition, à maintenir les tarifs et à pouvoir les augmenter.

Par la suite, apparaît le maintien de l'établissement dans les normes de classification actuelle, même si certains éléments considérés importants par les hôteliers ne sont pas considérés, tels que la propreté, le lieu dans son ensemble, la mise à niveau, certaines rénovations jugées importantes pour les clients mais non considérées dans les exigences de la classification. Il semble que des travaux importants sont considérés à tous les 10 ans.

COMMENTAIRES :

- ▶ Les exigences sont non conformes à nos rénovations.
- ▶ Seulement un soin apporté à nos bâtiments et à notre clientèle. Nous croyons qu'il faut rester "à jour" en termes de technologie, de confort et de services.
- ▶ Maintenir la classification et moderniser.
- ▶ Il nous reste encore un peu de travail pour obtenir une étoile additionnelle.
- ▶ Nos améliorations correspondent au besoin de nos clients.
- ▶ Oui, nous désirons garder notre classification cependant, les rénovations effectuées sont plus pour répondre au besoin de notre clientèle et rester compétitif.
- ▶ Maintenir et peut-être augmenter dans 5 ans.
- ▶ Aide à maintenir notre classification et aide à garder un produit attrayant pour le client.

- ▶ Pour satisfaire et augmenter la clientèle (corpo et gouvernementale).
- ▶ La propreté et l'efficacité sont importantes pour les clients, le reste n'est que du prestige.
- ▶ L'objectif est aussi de maintenir/d'améliorer la qualité de notre offre ce qui justifie des tarifs supérieurs à la concurrence.
- ▶ Nous le faisons toujours dans le but de garder une belle image, mais d'abord dans le but d'agréments le séjour de nos clients.
- ▶ Dans notre domaine, il nous faut toujours être proactif en se renouvelant et en améliorant nos installations.
- ▶ Oui, dans la mesure où l'objectif principal est de répondre à notre demande grandissante et qu'en 2e lieu, une meilleure classification survienne.
- ▶ améliorations/rénovations faites sans égard au nombre d'étoile.
- ▶ L'objectif est de rester compétitif dans un environnement économique difficile.
- ▶ Il est aussi important de réinvestir dans l'entreprise, pour ne pas perdre de client et pour aller en chercher des nouveaux.
- ▶ Les étoiles concernant les services ne nous seront jamais attribuées puisque le café-restaurant situé à côté de notre établissement ne nous appartient pas. La vue magnifique sur la mer et la tranquillité du lieu ne compte pas non plus (loin de la 132, dans le village). Les clients nous font souvent le commentaire qu'ils sont outrés de ne voir que 2 étoiles chez nous car ils n'ont jamais dormi sur un site aussi reposant. Mais "calme, repos, atmosphère due à la rusticité de nos coquets chalets de bois ronds" ne sont pas dans vos critères.
- ▶ Suite à la demande de la chaîne hôtelière et pour rester aux normes d'attentes d'aujourd'hui.
- ▶ Acquérir une classification supérieure mais principalement faciliter le séjour de notre clientèle.
- ▶ Essayer de gagner 1/2 étoiles de plus. Notre produit est très distinct des autres hôtels.

Question 17 : Avez-vous implanté au cours des trois dernières années ou prévoyez-vous implanter prochainement dans votre établissement des nouveautés ou réaliser des innovations dans les domaines suivants?

- ▶ Près de 52% des répondants affirment de pas avoir implanté des nouveautés ou réalisé des innovations dans le domaine de leurs **processus de gestion (incluant les RH)** au cours des cinq (5) dernières années. Plus de 29% affirment qu'ils le feront prochainement. Cette proportion est de plus de 58,8% pour les répondants des régions ressources.

Variables	Fréquence	%
Innovations / nouveautés implantées ... des 5 dernières années	44	23,8%
Innovations / nouveautés prévues prochainement	55	29,1%
Aucunes innovations / nouveautés implantées ou prévues	98	51,9%
Nombre total de mentions*	197	100,0%
Total de répondants	189	

* Un répondant pouvait cocher « avoir implanté des innovations » et aussi « prévoir en réaliser prochainement ».

- ▶ Plus de 38% des répondants ont misé sur des innovations basées sur de **nouvelles technologies** au cours des cinq (5) dernières années. Près de 37% affirment qu'ils le feront prochainement.

Variables	Fréquence	%
Innovations / nouveautés implantées ... des 5 dernières années	78	38,2%
Innovations / nouveautés prévues prochainement	75	36,8%
Aucunes innovations / nouveautés implantées ou prévues	51	25,0%
Nombre total de mentions*	204	100,0%
Total de répondants	192	

* Voir note précédente.

- ▶ Plus de 42% des répondants se proposent d'implanter prochainement de **nouveaux services pour la clientèle**. Près de 35% affirment l'avoir fait au cours des 5 dernières années.

Variables	Fréquence	%
Innovations / nouveautés implantées ... des 5 dernières années	73	34,9%
Innovations / nouveautés prévues prochainement	88	42,1%
Aucunes innovations / nouveautés implantées ou prévues	48	23,0%
Nombre total de mentions*	209	100,0%
Total de répondants	192	

* Voir note précédente.

Question 17 : Avez-vous implanté au cours des trois dernières années ou prévoyez-vous implanter prochainement dans votre établissement des nouveautés ou réaliser des innovations dans les domaines suivants?

- ▶ Plus de 42% des répondants se proposent d'**ajouter prochainement de nouvelles activités pour la clientèle**. 27% affirment l'avoir fait au cours des cinq (5) dernières années. Dans régions « périphériques autres », plus de 54% n'ont pas ou ne prévoient pas des innovations / nouveautés dans ce domaine

Variables	Fréquence	%
Innovations / nouveautés implantées ... des 5 dernières années	55	27,1%
Innovations / nouveautés prévues prochainement	86	42,4%
Aucunes innovations / nouveautés implantées ou prévues	62	30,5%
Nombre total de mentions*	203	100,0%
Total de répondants	188	

* Un répondant pouvait cocher « avoir implanté des innovations » et aussi « prévoir en réaliser prochainement ».

- ▶ Plus du tiers des répondants ont développé de **nouveaux forfaits** au cours des cinq (5) dernières années. Près de 48% se proposent de le faire prochainement.

Variables	Fréquence	%
Innovations / nouveautés implantées ... des 5 dernières années	71	33,5%
Innovations / nouveautés prévues prochainement	101	47,6%
Aucunes innovations / nouveautés implantées ou prévues	40	18,9%
Nombre total de mentions*	212	100,0%
Total de répondants	191	

* Voir note précédente.

- ▶ Plus de 39% des répondants se proposent d'implanter prochainement de **nouveaux partenariats**. **Près de 28% affirment l'avoir fait au cours des cinq dernières années**.
- ▶ Le tiers des répondants n'ont pas et ne se proposent pas d'implanter de nouveaux partenariats. Cette proportion atteint plus de 40 % dans le cas des établissements des régions urbaines et des « régions périphériques autres ».

Variables	Fréquence	%
Innovations / nouveautés implantées ... des 5 dernières années	55	27,9%
Innovations / nouveautés prévues prochainement	77	39,1%
Aucunes innovations / nouveautés implantées ou prévues	65	33,0%
Nombre total de mentions*	197	100,0%
Total de répondants	182	

* Voir note précédente.

Question 17 : Avez-vous implanté au cours des trois dernières années ou prévoyez-vous implanter prochainement dans votre établissement des nouveautés ou réaliser des innovations dans les domaines suivants?

Parmi certaines des nouveautés et innovations mentionnées on retrouve :

- ▶ Complexe spas et massages, balade en traineau tiré par des chevaux, érablière.
- ▶ Ajout de 4 unités genre appartements motels au cours de l'année 2010.
- ▶ Nous sommes toujours en train d'implanter des nouveautés. C'est un processus continu.
- ▶ Virage vert.
- ▶ Nous voulons installer un sauna et un bain froid dans les années à venir.
- ▶ Nouveaux forfaits prévus pour l'été 2010, partenariat avec traiteur locale.
- ▶ À venir suite à un partenariat avec l'UQAC : sentiers pédestres avec différentes activités reliées.
- ▶ Nos salles de banquets seront rénovées ainsi que les chambres tout doit se faire graduellement avec les années à venir et l'accommodation du confort ainsi que nos services à la clientèle vont aussi sûrement améliorer et/ou changer complètement. Ceci reste à voir avec le temps.
- ▶ Le problème est que les nouvelles activités se font rares et nous sommes plafonnés pour développer de nouveau forfait.
- ▶ Nous sommes en train d'implanter notre système de gestion. Nous envisageons de nouvelles méthodes énergétique en plus de celles déjà existantes (éco-énergétique)... nous sommes ouverts a tout et voulons avancer avec notre région et notre province.
- ▶ D'autres forfaits avec de nouveaux partenaires touristiques.
- ▶ Carriole en hiver, raquette, ski de fond à proximité, on ne peut développer la plage car la municipalité veut la fermer.
- ▶ Se sont tous des points que nous améliorons continuellement.

Gestion de la qualité

Question 18 : Parmi les procédures de gestion de la qualité suivantes, lesquelles sont en place ou prévues dans votre établissement?

- ▶ Plus des deux tiers des répondants affirment avoir fixé des **objectifs à atteindre en matière de qualité** du service dans leur établissement. Un peu plus de 6% n'ont pas d'intérêt pour de telles procédures.

Variables	Fréquence	%
Procédures en place	129	66,5%
Procédures à implanter prochainement	53	27,3%
Pas d'intérêt pour de telles procédures	12	6,2%
Total :	194	100,0%

- ▶ Plus de 54% des répondants affirment avoir mis en place un **système formel de traitement des plaintes** et près de 31% se proposent de le faire.

Variables	Fréquence	%
Procédures en place	105	54,1%
Procédures à implanter prochainement	60	30,9%
Pas d'intérêt pour de telles procédures	29	14,9%
Total :	194	100,0%

- ▶ Plus de 68% des répondants affirment avoir mis en place un mécanisme de **mesure de la satisfaction de la clientèle** et plus de 24% se proposent de le faire.

Variables	Fréquence	%
Procédures en place	132	68,4%
Procédures à implanter prochainement	47	24,4%
Pas d'intérêt pour de telles procédures	14	7,3%
Total :	193	100,0%

- ▶ Un peu moins de la moitié des répondants affirment avoir mis en place des procédures de **mobilisation / formation de leur personnel en qualité** et plus de 35% se proposent de le faire. Toutefois 16% n'ont pas d'intérêt pour de telles procédures.

Variables	Fréquence	%
Procédures en place	95	49,0%
Procédures à implanter prochainement	68	35,1%
Pas d'intérêt pour de telles procédures	31	16,0%
Total :	193	100,0%

Question 18 : Parmi les procédures de gestion de la qualité suivantes, lesquelles sont en place ou prévues dans votre établissement?

- ▶ Plus de 48% des répondants affirment disposer d'un **manuel de l'employé**. 23% n'ont pas d'intérêt pour un tel outil.

Variables	Fréquence	%
Procédures en place	92	48,2%
Procédures à implanter prochainement	55	28,8%
Pas d'intérêt pour de telles procédures	44	23,0%
Total :	194	100,0%

- ▶ Un peu moins de la moitié des répondants affirment avoir mis en place un **programme de fidélisation de la clientèle** et plus du tiers proposent de le faire.

Variables	Fréquence	%
Procédures en place	91	48,1%
Procédures à implanter prochainement	63	33,3%
Pas d'intérêt pour de telles procédures	35	18,5%
Total :	191	100,0%

Parmi les mentions « autres procédures » à cette question, on retrouve :

- ▶ Nous faisons toujours place à l'amélioration de nos services et la formation de nos employés.
- ▶ De façon systématique, si un client n'est pas satisfait ou nous indique une note inférieure à 7 sur 10 sur l'évaluation de son séjour, nous réagissons en contactant le client ou en offrant une compensation avant son départ.
- ▶ Nous sommes petite entreprise.
- ▶ Nous sommes à accomplir le programme qualité tourisme.
- ▶ Personnaliser notre auberge en assurant une présence continue.

Classification des établissements

Question 20 : Est-ce que le nombre d'étoiles (CITQ) de votre établissement reflète bien ou informe adéquatement les clientèles relativement au niveau de confort offert dans votre établissement ?

- ▶ **Près de 74% des répondants considèrent que le nombre d'étoiles attribuées à leur établissement reflète bien ou informe adéquatement les clientèles relativement au niveau de confort qui y est offert.**
- ▶ **Différence importante : plus de la moitié des répondants des régions périphériques ont une opinion contraire.**

Variables	Fréquence	%
Oui	142	73,6%
Non	51	26,4%
Total :	193	100,0%

Un nombre important de répondants ont pris la peine de fournir des commentaires complémentaires à leur réponse. En voici une synthèse :

Les commentaires obtenus déplorent que certains critères tels que les services (ex : restaurant, bar) ou une réalité (ex. impossibilité de 2^e étage) empêchent l'établissement d'accéder à une étoile additionnelle alors que le confort des chambres et les services offerts au client (ex : accès internet, balcon dans toutes les chambres, etc.) le permettrait. On spécifie aussi la trop grande différence au sein d'un même nombre d'étoiles i.e. un 3 faible ou un 3 fort demeure un 3 alors qu'il devrait être un 2 ou un 4.

Autres éléments porteurs et souvent mentionnés dans les commentaires:

- ▶ L'ajout de la demi-étoile.
- ▶ La considération du type d'établissement dans les critères d'évaluation (ex : un établissement dans un lieu de villégiature n'offre pas nécessairement un téléphone ou la télévision dans les chambres (ce qui fait perdre des points) alors que les clients apprécient fortement ce dépaysement en plus du calme environnant et de la qualité de la literie (seul élément donnant des points dans cet exemple). Idem pour un bâtiment historique.
- ▶ La classification est souvent mal comprise ou interprétée par le client selon les hôteliers : ils sont déçus ou au contraire, agréablement surpris. Dans un cas comme dans l'autre, la classification semble être mal définie.

COMMENTAIRES :

- ▶ Pourrait être plus pointu. Éliminerait ceux qui sont 4 mais en réalité sont 3 ou 3 mais en réalité sont 2.
- ▶ 3 étoiles pour la gamme de service mais chambres de niveau 4 étoiles.
- ▶ Nous sommes une auberge avec chef propriétaire opérant, le système de classification pourrait être amélioré pour tenir compte de notre réalité.
- ▶ Nous n'avons pas de restaurant, mais autrement le niveau de confort de nos chambres répond à un critère 3 étoiles.
- ▶ Pas toujours - pas tous les gens connaissent la signification.
- ▶ "Le critère unique des immobilisations n'est pas une mesure suffisante pour évaluer une entreprise, quant à la qualité de ses services. Il y manque tout l'aspect humain (gestion des RH), et la qualité des services qui n'est pas évalué adéquatement."
- ▶ j'ai visité des 4 étoiles beaucoup moins bien que chez nous!
- ▶ Tous nos clients disent que nous sommes sous-évalué mais nous n'avons pas de resto ni de bar ni de 2^eme étage alors les évaluateurs nous disent que notre 2 étoile est très fort mais qu'ils ne peuvent nous en donner une 3^e.
- ▶ Il devrait y avoir des 1/2 étoiles.
- ▶ "Par contre je ne crois pas que les critères actuels tiennent compte du milieu de villégiature dans l'évaluation.
- ▶ Notre bâtiment historique est vu de façon négative..."
- ▶ Le nombre reflète une partie seulement de l'établissement.
- ▶ Les efforts fournis pour obtenir des bonifications ne se sont pas reflétés dans le nombre d'étoiles. Les investissements sont pourtant bien là.
- ▶ Le niveau de confort offert à notre clientèle est au delà des attentes d'un hôtel 3 étoiles.
- ▶ Devrait avoir la possibilité d'avoir 2.5 étoiles car beaucoup de rénovations et on reste un 2...même si fort
- ▶ La définition d'une auberge n'est pas contenu dans le guide de classification (malgré qu'un dossier étoffé avait été soumis il y a quelques années et le tout est demeuré lettre morte) Décevant.
- ▶ Pour avoir 3 étoiles dans un motel, on doit avoir un restaurant.
- ▶ J'ai toujours déploré le fait que le service à la clientèle ne soit pas évalué.
- ▶ *No matter how nice or clean or comfortable the rooms are, we will never be able to attain a 3 star because the municipality will not allow food being served.*

COMMENTAIRES :

- ▶ En général, la classification prend plus en compte le nombre de services offerts sur place que la qualité de ceux qui sont offerts. Dans notre cas, l'écart est principalement lié au niveau de service de restauration offert puisque nous avons choisi d'offrir seulement les déjeuners, parce que nous sommes situés à proximité de tous les services de restauration de la ville.
- ▶ Nous avons 2 types d'hébergement dans notre établissement. Nous ne pouvons malheureusement mettre les 2. Nous sommes un « 3 et 4 étoiles ».
- ▶ Non, chez nous c'est une auberge et non un hôtel, les normes ne sont pas adaptés a notre établissement. Nous n'avons pas besoin de double verrou, de téléviseur et de téléphone dans les chambres... ce n'est pas notre objectif. Il devrait y avoir une autre catégorie dans la classification (ex: auberge) qui est situé entre un gîte et un hôtel!
- ▶ Oui mais nous pourrions en discuter longuement. Nous sommes plus ou moins en accord avec leurs normes. C'est vraiment fait par des fonctionnaires et non des clients
- ▶ Je me trouve sous évalué.
- ▶ La clientèle ne sait absolument pas la différence entre les étoiles et les soleils!!!!
- ▶ ex: le fait de ne pas avoir de téléviseur et de téléphone dans les chambres est un atout pour notre clientèle et notre marque de commerce mais nous fait perdre des points.
- ▶ Nous devrions être 4 étoiles à cause du confort et de nos services mais le fait de ne pas avoir de restaurant ne nous permet pas d'être plus que 3. Avec des chambres désuètes et pas d'accès Internet mais avec une salle à manger nous pourrions être un 4 étoiles!
- ▶ Je crois que les normes établis ne correspondent pas au confort essentiel de la chambre. Comme la propreté, la qualité de la literie et le service offert (balcon, déjeuner, proximité...).

Profil de la clientèle des établissements répondants

Question 21 : Votre établissement dispose-t-il d'un profil de sa clientèle (portrait sociodémographique, préférences, attentes, etc.)?

- ▶ Près de 55% des répondants affirment qu'ils disposent du profil de leur clientèle (portrait sociodémographique, préférences, attentes, etc.).

Variables	Fréquence	%
oui	106	54,6%
non	88	45,4%
Total :	194	100,0%

Question 22 : Parmi l'ensemble de votre clientèle quel est le pourcentage de clients revenant fréquemment ou à chaque année dans votre établissement?

- ▶ Plus de 39% des répondants affirment que 26 % à 50% de leurs clients sont fidèles, c'est-à-dire qu'ils reviennent fréquemment ou à chaque année dans leur établissement. Une proportion similaire d'établissements (39,8%) dispose de moins de 25% de clients fidèles.

Variables	Fréquence	%
10% et moins de retour	29	15,6%
Entre 11% et 25%	45	24,2%
Entre 26% et 50%	73	39,2%
Entre 51% et 75%	31	16,7%
Plus de 75%	8	4,3%
Total :	186	100,0%

Question 23 : Comment se redistribue votre clientèle (%) selon les segments suivants?

- Pour plus des deux tiers des répondants le segment des « **travailleurs effectuant des séjours plus ou moins prolongés** » représente 10% et moins de leur clientèle.

Segment « travailleurs effectuant des séjours plus ou moins prolongés »	%
Moyenne	13,1
Médiane	8,0

- L'importance de ce segment est plus significative dans les régions périphériques avec une moyenne de 19,6% par rapport à 13,1% pour l'ensemble des régions.

Variables	Fréquence	%
10% et moins	117	66,1%
Entre 11% et 25%	34	19,2%
Entre 26% et 50%	18	10,1%
Entre 51% et 75%	7	4,0%
Plus de 75%	1	0,6%
Total :	177	100,0%

Question 23 : Comment se redistribue votre clientèle (%) selon les segments suivants?

- Pour près de la moitié des répondants, le segment des « **personnes en déplacements d'affaires (ex. vendeurs, représentants, fonctionnaires, etc.)** » représente 10% et moins de leur clientèle.

Segment des « personnes en déplacements d'affaires (ex. vendeurs, représentants, fonctionnaires, etc.) »	%
Moyenne	19,7
Médiane	10,0

- L'importance de ce segment est plus significative dans les régions « périphériques autres » et les « régions ressources » avec respectivement une moyenne de 23,9% et 23,5% par rapport à 19,7% pour l'ensemble des régions.

Variables	Fréquence	%
10% et moins	85	48,3%
Entre 11% et 25%	36	20,5%
Entre 26% et 50%	40	22,7%
Entre 51% et 75%	15	8,5%
Plus de 75%	0	0,0%
Total :	176	100,0%

Question 23 : Comment se redistribue votre clientèle (%) selon les segments suivants?

- Pour près de 65% des répondants, le segment des « **personnes participant à des réunions dans l'établissement ou dans un centre de congrès à proximité** » représente 10% et moins de leur clientèle.

Segment des « personnes participant à des réunions dans l'établissement ou dans un centre de congrès à proximité »	%
Moyenne	12,9
Médiane	10,0

- L'importance de ce segment est **plus significative dans les « régions urbaines »** et les **régions « périphériques autres »** avec respectivement une moyenne de 13,6% et 20,7% par rapport à 12,9% pour l'ensemble des régions.

Variables	Fréquence	%
10% et moins	112	64,4%
Entre 11% et 25%	36	20,7%
Entre 26% et 50%	21	12,1%
Entre 51% et 75%	4	2,3%
Plus de 75%	1	0,6%
Total :	174	100,0%

Question 23 : Comment se redistribue votre clientèle (%) selon les segments suivants?

- Pour plus de 30% des répondants, le segment des « **personnes en vacances / touristes d'agrément** » représente plus de 75% de leur clientèle.

Segment des « personnes en vacances / touristes d'agrément »	%
Moyenne	54,4
Médiane	60,0

- L'importance de ce segment est moins significative dans les régions « périphériques autres » avec une moyenne de 38,2% par rapport à 54,4% pour l'ensemble des régions.

Variables	Fréquence	%
10% et moins	19	10,2%
Entre 11% et 25%	23	12,4%
Entre 26% et 50%	47	25,3%
Entre 51% et 75%	41	22,0%
Plus de 75%	56	30,1%
Total :	186	100,0%

Question 24 : Quelles sont les proportions (%) de vos clients qui proviennent des marchés suivants ?

- Pour près de 37% des répondants, la « **proportion de clients provenant du Québec** » représente plus de 75% de leur clientèle. Pour un pourcentage similaire (36,4%), la clientèle québécoise représente entre 51% et 75% de l'ensemble des clients. **Pour la moitié des établissements répondants, la clientèle québécoise représente plus de 70% de l'achalandage total.**

Clientèle provenant du Québec	%
Moyenne	65,7
Médiane	70,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	4	2,1%
Entre 11% et 25%	8	4,3%
Entre 26% et 50%	38	20,3%
Entre 51% et 75%	68	36,4%
Plus de 75%	69	36,9%
Total :	187	100,0%

Question 24 : Quelles sont les proportions (%) de vos clients qui proviennent des marchés suivants ?

- Pour plus de 55% des répondants, la « **proportion de clients provenant de l'Ontario ou des autres provinces canadiennes** » représente 10% et moins de leur clientèle. Pour près du tiers des répondants, ce marché géographique représente entre 11% et 25% de l'ensemble des clients.

Clientèle provenant de l'Ontario ou des autres provinces canadiennes	%
Moyenne	13,5
Médiane	10,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	100	55,6%
Entre 11% et 25%	59	32,8%
Entre 26% et 50%	20	11,1%
Entre 51% et 75%	1	0,6%
Plus de 75%	0	0,0%
Total :	180	100,0%

Question 24 : Quelles sont les proportions (%) de vos clients qui proviennent des marchés suivants ?

- Pour 80% des répondants, la « **proportion de clients provenant des États-Unis** » représente 10% et moins de leur clientèle. Pour près de 15%, ce marché géographique représente entre 11% et 25% de l'ensemble des clients. En moyenne pour l'ensemble des répondants, ce marché représente un peu plus de 8% de l'achalandage total.

Clientèle provenant des États-Unis	%
Moyenne	8,4
Médiane	5,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	140	80,0%
Entre 11% et 25%	26	14,9%
Entre 26% et 50%	7	4,0%
Entre 51% et 75%	2	1,1%
Plus de 75%	0	0,0%
Total :	175	100,0%

- Pour plus de 68% des répondants, la « **proportion de clients provenant de l'Europe** » représente 10% et moins de leur clientèle. Pour plus de 21% des répondants, ce marché géographique représente entre 11% et 25% de l'ensemble des clients. **En moyenne pour l'ensemble des répondants, ce marché représente un peu plus de 10% de l'achalandage total, soit davantage que le marché américain.**

Clientèle provenant de l'Europe	%
Moyenne	10,0
Médiane	5,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	114	68,3%
Entre 11% et 25%	36	21,6%
Entre 26% et 50%	14	8,4%
Entre 51% et 75%	3	1,8%
Plus de 75%	0	0,0%
Total :	186	100,0%

Question 24 : Quelles sont les proportions (%) de vos clients qui proviennent des marchés suivants ?

- Pour plus de 96% des répondants, la « **proportion de clients provenant d'autres pays** » représente 10% et moins de leur clientèle

Clientèle provenant d'autres pays	%
Moyenne	2,8
Médiane	1,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	123	96,1%
Entre 11% et 25%	4	3,1%
Entre 26% et 50%	0	0,0%
Entre 51% et 75%	1	0,8%
Plus de 75%	0	0,0%
Total :	186	100,0%

Question 25 : Quelles sont les proportions (%) de vos clients qui correspondent aux segments de clientèles suivants?

- Pour près de 43% des répondants, la « **proportion de clients voyageant seuls** » représente 10% et moins de leur clientèle. Pour 18% des répondants, ce segment représente entre 11% et 25% de l'ensemble des clients. En moyenne pour l'ensemble des répondants, ce segment représente **un peu plus de 25% de l'achalandage total**. Elle atteint plus de 31% dans le cas des régions ressources.

Segment des personnes seules	%
Moyenne	25,2
Médiane	18,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	79	42,7%
Entre 11% et 25%	32	17,3%
Entre 26% et 50%	41	22,2%
Entre 51% et 75%	30	16,92%
Plus de 75%	3	1,76%
Total :	185	100,0%

Question 25 : Quelles sont les proportions (%) de vos clients qui correspondent aux segments de clientèle suivants?

- Pour plus de 35% des répondants, la « **proportion de clients voyageant en couple** » représente de 26% à 50% de leur clientèle. En moyenne pour l'ensemble des répondants, ce segment représente **40% de l'achalandage total**.

Segment des couples	%
Moyenne	43,0
Médiane	40,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	23	12,4%
Entre 11% et 25%	40	21,6%
Entre 26% et 50%	65	35,1%
Entre 51% et 75%	27	14,6%
Plus de 75%	30	16,2%
Total :	185	100,0%

- Pour plus de 43% des répondants, la « **proportion de clients voyageant en familles ou petits groupes de moins de 6 personnes** » représente 10% et moins de leur clientèle. En moyenne ce segment représente près de **20% de l'achalandage total**. Cette moyenne est plus élevée dans les régions périphériques de villégiature, soit 25%.

Segment des familles ou petits groupes de moins de 6 personnes)	%
Moyenne	19,9
Médiane	15,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	79	43,2%
Entre 11% et 25%	59	32,2%
Entre 26% et 50%	33	18,0%
Entre 51% et 75%	9	4,9%
Plus de 75%	3	1,6%
Total :	183	100,0%

Question 25 : Quelles sont les proportions (%) de vos clients qui correspondent aux segments de clientèle suivants?

- Pour plus de 60% des répondants, la « **proportion de groupes (autobus, groupes sportifs, groupes d'affaires)** » représente 10% et moins de leur clientèle. En moyenne ce segment représente près de **12% de l'achalandage total**. Cette moyenne est plus élevée dans les régions périphériques de villégiature, soit 25%. Une moyenne légèrement plus élevée pour les régions périphériques (15%).

Segment des familles ou petits groupes de moins de 6 personnes)	%
Moyenne	12,0
Médiane	5,0

Variables	Fréquence	%
10% et moins	97	60,6%
Entre 11% et 25%	35	21,9%
Entre 26% et 50%	25	15,6%
Entre 51% et 75%	3	1,9%
Plus de 75%	0	0,0%
Total :	160	100,0%

Partenariat avec le réseau de distribution

Question 26 : Votre établissement travaille-t-il avec des voyagistes et grossistes ?

- ▶ Près de 55% des établissements répondants travaillent avec des voyagistes et grossistes. Cette proportion est de plus de 59% dans le cas des établissements des régions périphériques autres

Variables	Fréquence	%
Oui	104	54,7%
Non	86	45,3%
Total :	190	100,0%

Question 27 : Souhaiteriez-vous travailler dans l'avenir avec des grossistes ou voyagistes?

- ▶ Parmi les établissements répondants ne travaillant pas actuellement avec des voyagistes et grossistes plus de la moitié souhaiteraient le faire dans l'avenir.

Variables	%
Oui	51,5%
Non	48,5%
Total :	100,0%

Question 28 : Disposez-vous d'une structure de prix prévoyant le versement de commissions à des grossistes et voyagistes?

- ▶ Une majorité des établissements répondants ne travaillant pas actuellement avec des voyagistes et grossistes n'ont pas de structure prix avec commission.

Variables	%
Oui	31,5%
Non	68,5%
Totaux :	100,0%

Question 29 : Quel est le pourcentage de votre achalandage total qui est généré par des voyagistes et grossistes

- ▶ Pour 49% des répondants travaillant avec des voyagistes et grossistes (ceux ayant répondu **Oui** à la question 26), ce partenariat représente 10% et moins de leur achalandage total. En moyenne, le réseau de distribution génère 15% de l'achalandage pour ces établissements.

Variables	Fréquence	%
10% et moins	50	49,0%
Entre 11% et 20%	30	29,4%
Entre 21% et 30%	12	11,8%
Entre 31% et 40%	5	4,9%
Plus de 41%	5	4,9%
Total :	102	100,0%

Efforts de promotion, publicité et commercialisation

Question 30 : Quel pourcentage de votre chiffre d'affaires est investi annuellement en efforts de promotion, publicité et commercialisation?

- ▶ Près de **56%** des établissements répondants investissent annuellement entre 1 et 5% de chiffre d'affaires en efforts de promotion, publicité et commercialisation. Par établissement, il s'agit d'une **moyenne de 6,7%** du chiffre d'affaires. La moitié des établissements investissent moins de 5% de leur chiffre d'affaires à cette fin (médiane).

Variables	Fréquence	%
0%	1	0,6%
Entre 1% et 5%	93	55,7%
Entre 6% et 10%	54	32,9%
Entre 11% et 20%	17	10,2%
Plus de 20%	1	0,6%
Total :	167	100,0%

Note : données traitées sans 5 résultats extrêmes (de 40% à 50%), ceux-ci affectant la moyenne

Question 31 : Votre établissement fait-il partie ou est-il affilié ou membre de ...?

- ▶ Plus de **82%** des établissements répondants sont **membres d'une ATR** et plus de **59%** de l'**AHQ**.
- ▶ Près de 18% sont associées à une chaîne hôtelière et près de 24% à un regroupement hôtelier régional.

Variables	Fréquence	%
... d'une chaîne hôtelière (ex: Delta, Sheraton Four points, Marriott, Comfort Inn, Super 8, etc.)	33	17,7%
... d'une bannière (ex. Hôtellerie Champêtre, Hôte)	21	11,3%
... de CAA / AAA	62	33,3%
... de l'ATR de votre région	153	82,3%
... de l'Association des hôteliers du Québec (AHQ)	110	59,1%
... d'un regroupement hôtelier régional	44	23,7%
... de Bienvenue Cycliste	53	28,5%
Autre (veuillez préciser)	26	14,0%

Utilisation d'Internet

Question 32 : Parmi les éléments suivants concernant Internet dans votre établissement, pourriez-vous nous indiquer ceux qui sont déjà en place ou qui sont projetés prochainement?

- ▶ La presque totalité (**96%**) des répondants disposent d'un **site Internet présentant leur établissement**.

Variables	Fréquence	%
Élément en place	185	95,9%
Élément prévu prochainement	7	3,6%
Élément non prévu	1	0,5%
Total :	193	100,0%

- ▶ Plus de **62%** des répondants disposent d'un site Internet offrant un **système de réservation en ligne** et presque 14% prévoient se doter d'un tel système prochainement.

Variables	Fréquence	%
Élément en place	118	62,1%
Élément prévu prochainement	26	13,7%
Élément non prévu	46	24,2%
Total :	190	100,0%

- ▶ Plus de **55%** des répondants collaborent au système de **réservation en ligne de Bonjourquebec.com**. 30% ne prévoient toutefois pas de s'y joindre prochainement.

Variables	Fréquence	%
Élément en place	104	55,6%
Élément prévu prochainement	26	13,9%
Élément non prévu	57	30,5%
Total :	187	100,0%

- ▶ Un peu moins du tiers (**32,3%**) des répondants diffusent aux clients ayant fréquenté leur établissement un **bulletin électronique**. Une pratique plus présente dans les régions périphériques de villégiature avec une proportion de 41%.

Variables	Fréquence	%
Élément en place	60	32,3%
Élément prévu prochainement	46	24,7%
Élément non prévu	80	43,0%
Total :	186	100,0%

- ▶ Mais 43% ne prévoient pas adopter une telle pratique d'affaires.

Question 32 : Parmi les éléments suivants concernant Internet dans votre établissement, pourriez-vous nous indiquer ceux qui sont déjà en place ou qui sont projetés prochainement?

- ▶ Près des deux tiers des répondants (**65,8%**) effectuent des **placements publicitaires dans des sites Internet** et près de 14% se proposent de le faire prochainement.

Variables	Fréquence	%
Élément en place	125	65,8%
Élément prévu prochainement	26	13,7%
Élément non prévu	39	20,5%
Total :	190	100,0%

- ▶ Près de 37% des répondants ne prévoient pas d'**initiatives recourant aux médias sociaux** (web 2.0), toutefois près de 29% ont déjà lancé de telles initiatives et plus de 34% prévoient le faire prochainement.

Variables	Fréquence	%
Élément en place	54	28,9%
Élément prévu prochainement	64	34,2%
Élément non prévu	69	36,9%
Total :	187	100,0%

- ▶ Plus de la **moitié** des répondants font un **suivi des commentaires et des cotes de leur entreprise sur Tripadvisor.com ou un autre site similaire**, toutefois plus de 30% ne prévoient adopter une telle pratique d'affaires.

Variables	Fréquence	%
Élément en place	98	51,6%
Élément prévu prochainement	34	17,9%
Élément non prévu	58	30,5%
Total :	190	100,0%

Développement durable

Question 35 : Avez-vous implanté au cours des dernières années ou avez-vous l'intention d'implanter prochainement des mesures de développement durable dans votre établissement?

- **71%** des répondants affirment avoir **déjà implanté des mesures visant à réduire votre consommation d'énergie (chauffage, électricité, éclairage)** dans leur établissement et près de 22% prévoient le faire prochainement.

Variables	Fréquence	%
Déjà implanté	137	71,0%
Implantation prévue prochainement	42	21,8%
Implantation non-prévue	14	7,3%
Total :	193	100,0%

- **84%** des répondants affirment avoir **déjà implanté des mesures visant à réduire / réutiliser le papier** dans leur établissement.

Variables	Fréquence	%
Déjà implanté	163	84,0%
Implantation prévue prochainement	18	9,3%
Implantation non-prévue	13	6,7%
Total :	194	100,0%

- **60%** des répondants affirment avoir **déjà implanté des mesures visant à réduire votre consommation d'eau (ex. toilette à double chasse, pommeau de douche économiseurs d'eau)** dans leur établissement et plus de 27% prévoient le faire prochainement.

Variables	Fréquence	%
Déjà implanté	116	60,4%
Implantation prévue prochainement	52	27,1%
Implantation non-prévue	24	12,5%
Total :	192	100,0%

- **Plus de 75%** des répondants affirment avoir **déjà implanté des mesures visant à inciter les clients à adopter de bonnes habitudes (ex. réutilisation des serviettes, fermeture des lumières, utilisation des bacs à recyclage)** dans leur établissement et plus de 20% prévoient le faire prochainement.

Variables	Fréquence	%
Déjà implanté	147	75,4%
Implantation prévue prochainement	40	20,5%
Implantation non-prévue	8	4,1%
Total :	195	100,0%

Question 35 : Avez-vous implanté au cours des dernières années ou avez-vous l'intention d'implanter prochainement des mesures de développement durable dans votre établissement?

- ▶ **71%** des répondants affirment avoir **déjà implanté des mesures visant à favoriser l'achat local et les fournisseurs à proximité.**

Variables	Fréquence	%
Déjà implanté	165	85,5%
Implantation prévue prochainement	20	10,4%
Implantation non-prévue	8	4,1%
Total :	193	100,0%

- ▶ Moins du **quart** des répondants affirment avoir **déjà implanté des mesures visant à composter les déchets de table et d'entretien paysager.** Et plus de 55% des répondants ne prévoient pas implanter de telles mesures.

Variables	Fréquence	%
Déjà implanté	47	24,4%
Implantation prévue prochainement	40	20,7%
Implantation non-prévue	106	54,9%
Total :	193	100,0%

Question 36 : Quel a été le niveau de collaboration de votre personnel dans l'implantation de ces mesures?

- ▶ Plus de 74% des répondants affirment que la **collaboration de leur personnel dans l'implantation de ces mesures a été importante ou très importante.**

Variables	Fréquence	%
Collaboration très peu importante	8	4,2%
Collaboration peu importante	26	13,5%
Collaboration importante	99	51,6%
Collaboration très importante	44	22,9%
Ne s'applique pas	15	7,8%
Total :	193	100,0%

Selon le contexte et le nombre d'employés, le niveau de collaboration des employés peut varier mais ceux-ci participent dans la grande majorité à la mise en place des mesures ou sont du moins enclins à le faire.

COMMENTAIRES

- ▶ Il est très difficile de faire changer des méthodes de travail et la mentalité...
- ▶ L'équipe comprend bien l'impact de chaque mesure implantée donc devient volontaire dans son application...secret de sa réussite.
- ▶ Tous doivent adhérer afin d'avoir un résultat significatif
- ▶ En général, les employés aiment bien participer au développement durable.
- ▶ Notre personnel est très ouvert et attentif aux diverses mesures visant l'amélioration de leur milieu de travail.. santé, environnement...
- ▶ La majorité des employés sont jeunes donc déjà influencés par l'environnement et l'écologie.
- ▶ Campagne interne de sensibilisation sera mise en place pour le personnel

Question 37 : Votre établissement dispose-t-il ou se propose-t-il d'obtenir une certification ou un label de développement durable?

- ▶ Près de **41% des répondants prévoient adhérer prochainement à RéserVert**. Seulement 12% précisent qu'ils ont déjà une telle certification et plus de 46% se disent non-intéressés.

Variables	Fréquence	%
Certification obtenue	20	12,6%
Adhésion prévue prochainement	65	40,9%
Non-intéressé	74	46,5%
Total :	159	100,0%

- ▶ Près de **35% des répondants prévoient adhérer prochainement à Clés vertes**. Seulement 12% précisent qu'ils ont déjà une telle certification et plus de 46% se disent non-intéressés.

Variables	Fréquence	%
Certification obtenue	24	16,4%
Adhésion prévue prochainement	51	34,9%
Non-intéressé	71	48,6%
Total :	146	100,0%

Même si une très grande majorité d'hôteliers considèrent poser des gestes concrets, plusieurs considèrent obtenir une certification reconnue ou du moins y songent.

- ▶ Les programmes connus : *Recycle Québec, Eco Durable Plus, Réservert, Clé verte*, programme de la chaîne, *Green Leaf* des États-Unis.
- ▶ Je ne connais pas ces certifications.
- ▶ Aucun pour l'instant malgré le sceau de certains fournisseurs (produits de nettoyage, papier etc.)
- ▶ Pas pour l'instant ; à l'étude
- ▶ Quelque chose que je n'ai pas envisagé vraiment
- ▶ Le souhaiterais mais manque de temps