

L'AHQ s'apprête à déposer auprès de la Ministre du Tourisme, le dernier volet de l'étude portant sur *Le parc hôtelier du Québec* dont les premiers rapports d'étape ont été publiés en 2010. Pour réaliser la portion traitant de ce que devrait être le *Parc hôtelier – Horizon 2015*, des consultations ont été faites et un sondage a été réalisé au cours de l'été 2012 auprès d'hôteliers québécois.



PARC HÔTELIER QUÉBÉCOIS – LES RÉSULTATS DU SONDAGE

RAPPELONS QUE L'OBJECTIF DE LA CONSULTATION VISAIT À :

- ✓ Connaître la perception et l'opinion des hôteliers sur les facteurs de succès en mesure de favoriser la compétitivité du parc hôtelier québécois face à la concurrence;
- ✓ Permettre à l'AHQ d'établir un cadre stratégique sur la compétitivité du parc hôtelier québécois.

L'AHQ remercie tous les hôteliers qui ont répondu au sondage.

On constate que ce sont majoritairement les membres de l'AHQ qui ont pris le temps de répondre au sondage. Une participation importante de représentants d'établissements 3 et 4 étoiles ont complété le sondage comparativement aux proportions réelles de ces derniers dans le parc hôtelier.

Le rapport réalisé par la firme GPS Tourisme dresse des constats selon les 5 thématiques retenues pour l'ensemble de l'étude :

- Veille et connaissance des marchés;
- Marketing et image de marque du parc hôtelier québécois;
- Qualité et professionnalisme;
- Financement et investissement;
- Ressources humaines.



CONSTATS STRATÉGIQUES

L'analyse des réponses au sondage a permis de définir un certain nombre de constats. Selon les préoccupations exprimées par les répondants au présent sondage, les partenaires de l'industrie et l'AHQ devraient traiter en priorité les projets ou défis suivants:

- ✓ Donner accès à des statistiques récentes, facilement et rapidement, permettant de comparer leur établissement à d'autres établissements similaires de sa région ou du Québec;
- ✓ Réaliser un vaste sondage portant sur les clientèles des établissements hôteliers québécois afin d'évaluer leur taux de satisfaction et de mieux comprendre leurs besoins et attentes;
- ✓ Faire la promotion du parc hôtelier dans son ensemble;
- ✓ Diffuser les meilleures pratiques en matière de marketing et d'image de marque pour les entreprises;
- ✓ Planifier ce que devrait être le parc hôtelier à l'aide d'un cadre directeur pour l'ensemble du Québec et par région ou type de région;
- ✓ Instaurer des critères à respecter par l'ensemble des établissements (développement durable, investissement en formation, mesure de la satisfaction, etc.);
- ✓ Régler la problématique de l'hébergement illégal;
- ✓ Favoriser l'accès à une main-d'œuvre formée et compétente;
- ✓ Valoriser les métiers et les professions de l'hôtellerie.



CONSTATS SPÉCIFIQUES AUX THÈMES

Veille et connaissance des marchés

- ✓ Plus de 77 % des répondants considèrent comme « très important ou important » d'obtenir des statistiques récentes, facilement et rapidement accessibles, permettant de comparer leur établissement à d'autres établissements similaires de leur région ou du Québec. 32% considèrent que cette initiative devrait être traitée en priorité par les partenaires de l'industrie.
- ✓ Viennent ensuite, selon l'importance et la priorité qui leur sont apportées,
 - L'accès aux données d'un vaste sondage portant sur les clientèles des établissements hôteliers québécois afin d'évaluer leur taux de satisfaction et de mieux comprendre leurs besoins et attentes. Plus de 69% estiment ce point « très important ou important » et près de 29% considèrent que cette initiative devrait être traitée en priorité.
 - Les outils permettant de compiler et de gérer les commentaires émis sur leur établissement sur l'Internet (incluant les médias sociaux). Près de 69% notent « très important ou important » et près de 23% considèrent que cette initiative devrait être traitée en priorité.
 - La diffusion fréquente des plus récents résultats d'une veille sur les tendances dans le secteur (offre, demande, concurrence). On dénombre 71% de « très important ou important » et alors que seulement 17% considèrent que cette initiative devrait être traitée en priorité.

Marketing et image de marque du parc hôtelier québécois

- ✓ Parmi les quatre initiatives évaluées, les répondants considèrent que la priorité devrait être accordée en particulier :
 - 1) à la promotion du parc hôtelier dans son ensemble (priorité pour 29%)
 - 2) aux outils présentant les meilleures pratiques en matière de marketing et d'image de marque pour leur entreprise (priorité pour 28%). Ces deux initiatives sont aussi jugées très importantes ou importante par respectivement 63% et 68% des répondants.
- ✓ Les deux tiers des répondants estiment qu'il est important ou très important de créer et véhiculer une image de marque spécifique au parc hôtelier québécois. Cette initiative est considérée comme prioritaire par 23% des répondants.
- ✓ La catégorisation des établissements à l'aide de descriptifs types (ex. routiers, champêtres, urbains, villégiature, ...) est clairement l'initiative la moins populaire auprès des répondants (près de 18% notent ce point très peu important ou peu important et plus de 30% le qualifient de moyennement important).

Qualité et professionnalisme

- ✓ Bien que les opinions soient assez partagées face à l'importance des quatre initiatives proposées, celle visant à « planifier ce que devrait être le parc hôtelier à l'aide d'un cadre directeur pour l'ensemble du Québec et par région ou type de région » est jugée comme la plus importante (57% de réponses très important ou important). Plus de 44% des répondants considèrent également que les partenaires devraient la traiter en priorité.

- ✓ L'instauration de critères à respecter par l'ensemble des établissements (développement durable, investissement en formation, mesure de la satisfaction, etc.) est considérée comme très importante ou importante par 53% des répondants. Près de 27% en ferait une priorité.
- ✓ Une adhésion obligatoire à un ordre professionnel incluant le respect d'un code de déontologie est considérée plus ou moins importante par 60% des répondants.
- ✓ Deux tiers des répondants considèrent qu'il est plus ou moins important de mettre en place un système centralisé de traitement des plaintes faisant le lien entre les établissements, la clientèle et les diverses instances.
- ✓ Près de la moitié des répondants croient que la nouvelle grille de classification des établissements d'hébergement touristique est une amélioration importante de notre système de classification et le rendra davantage comparable aux standards internationaux. Toutefois, le tiers des répondants précise qu'ils ne connaissent pas cette nouvelle grille.

Financement et investissement

- ✓ Parmi les quatre (4) initiatives proposées, celle qui consiste à « régler la problématique de l'hébergement illégal » est considérée très importante ou importante par 78% des répondants. Plus de la moitié des répondants (51,1%) considèrent que cette initiative devrait être traitée en priorité par les partenaires de l'industrie.
- ✓ Revoir les règles sur le taux d'impôt foncier dans l'hôtellerie est une initiative considérée importante ou très importante par les deux tiers des répondants, mais elle est jugée moins prioritaire (18%).
- ✓ L'initiative visant à régler les cas des adhésions multiples aux différentes associations est jugée importante ou très importante par 63% des répondants et plus de 21% de ceux-ci souhaitent qu'elle soit traitée en priorité.
- ✓ La question du travail au noir est aussi considérée importante ou très importante par une majorité (63%), mais moins de 10% des répondants considèrent qu'il s'agit d'un dossier qui doit être traité en priorité par les partenaires de l'industrie.
- ✓ Plus de 40% des répondants ont l'intention de recourir au nouveau crédit d'impôt remboursable mis en place dans le dernier budget provincial et ciblant la modernisation de l'offre d'hébergement touristique. Toutefois, près de 35% des répondants n'y ont pas accès en raison de leur localisation.

Ressources humaines

- ✓ Quatre des six énoncés évalués en matière de ressources humaines sont considérés très importants ou importants par une grande majorité de répondants. Dans l'ordre il s'agit de:

Initiatives	important / très important %
Disposer d'une main-d'œuvre formée et compétente	89 % (dont 56,7 % de « très important »)
Valoriser les métiers et les professions de l'hôtellerie	82 % (dont 42 % de « très important »)
Disposer d'une main d'œuvre locale à former	77 %
Offrir des avantages pour l'ensemble des employés du milieu hôtelier afin de créer un sentiment d'appartenance envers le secteur Cantons-de-l'Est	72 %

- ✓ Une initiative se distingue sur le plan de la priorité que les partenaires de l'industrie devraient y accorder, soit celle de « disposer d'une main-d'œuvre formée et compétente » (près de 43%).

Vous pourrez consulter le rapport complet portant sur les FACTEURS DE SUCCÈS EN MESURE DE FAVORISER LA COMPÉTITIVITÉ DU PARC HÔTELIER QUÉBÉCOIS sous peu sur le site Internet de l'AHQ. www.hoteliers-quebec.org