info CITQ
Corporation de l'industrie touristique du Québec

VOLUME 3 > NUMÉRO 1 > **DÉCEMBRE 2005**

Le mot du président

À l'approche de cette nouvelle année, il me fait plaisir de souhaiter à tous une heureuse période des Fêtes ainsi qu'une bonne et prospère année 2006. Comme il est de mise en cette fin d'année, j'aimerais également souligner le travail remarquable accompli par la CITQ au cours de l'année 2005 et remercier tous ceux et celles qui y ont contribué.

Grâce à l'excellente collaboration de tous les exploitants et aux efforts soutenus de son personnel, la CITQ a pu achever avec succès sa deuxième tournée complète de classification en 2005. Échelonnée sur deux ans, cette tournée, qui couvre l'immense territoire québécois, a permis d'effectuer plus de 7 000 visites de classification.

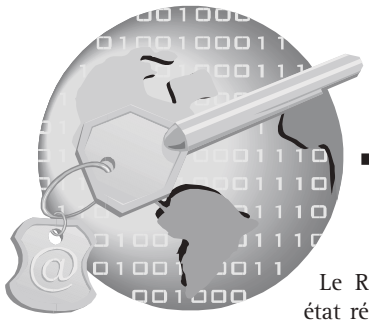
En plus de ses activités régulières, la CITQ a par ailleurs mené en 2005 une importante opération de mise à jour des critères de classification utilisés à l'heure actuelle. Réclamée par le milieu, cette révision a nécessité le concours de dizaines d'exploitants, de représentants de l'industrie et des associations sectorielles, d'experts en tous genres et de consommateurs. Les recommandations issues de cette vaste consultation ont été soumises au ministère du Tourisme et nous espérons vivement que leur mise en application pourra se faire dans un avenir rapproché.

Enfin, forte de ces divers accomplissements, la CITQ a, plus tôt cette année, reconduit jusqu'en novembre 2009 son entente avec le ministère du Tourisme. Mes collègues du conseil d'administration et moi-même nous réjouissons de cette marque de confiance en l'expertise de la CITQ et nous entendons poursuivre nos efforts afin que chaque année à venir soit couronnée de succès.

Bonne saison hivernale !

Le président du conseil,

Jean Authier



ÊTES-VOUS sur la TOILE ?

Le Réseau de veille en tourisme faisait état récemment des résultats d'un sondage mené à l'automne 2004 par la *Travel Industry Association of America* auprès de 5000 touristes américains ayant effectué un voyage d'une nuit et plus au cours de la dernière année.

L'une des conclusions de cet important sondage révèle que les sites Web d'hébergement touristique sont la deuxième source d'information la plus utilisée dans la planification d'un voyage, tout de suite après le traditionnel bouche à oreille.

Les sites Web d'hébergement touristique sont en effet consultés par 40 % des répondants voyageant par agrément ou combinant affaires et agrément. Cette proportion passe à 26 % chez les vacanciers plein air et à 20 % chez ceux qui voyagent pour visiter parents et amis.

Mais qu'en est-il des vacanciers canadiens et, surtout, qu'en est-il de la présence des établissements d'hébergement touristique du Québec sur la toile ?

Suite en page 2 ▶

Source : Péloquin, Claude (2005), « Comprendre les décisions de voyage », en ligne, *Le globe-veilleur*, 26 octobre 2005, http://www.veilletourisme.ca

DEVENEZ MEMBRE DE LA CITQ ET PARTICIPEZ À L'ÉLECTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE 2006

La CITQ rappelle que seules les associations membres inscrites au 31 janvier 2006 auront droit de vote dans l'élection du conseil d'administration de 2006. Pour connaître les conditions d'adhésion à la CITQ, consultez l'onglet « Membres et partenaires » du www.citq.qc.ca ou téléphonez au (450) 679-3737 ou 1 866 499-0550

AVERTISSEMENT

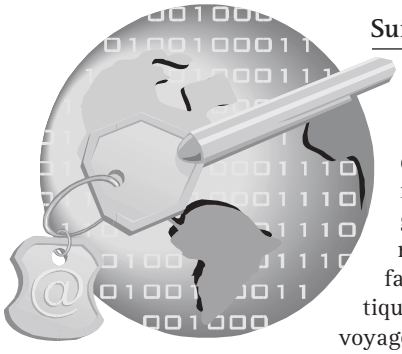
Le contenu des publicités et des textes publicitaires paraissant dans ce bulletin n'engage en rien la responsabilité de la CITQ et ne constitue nullement une directive de sa part. Bien que ces collaborations et publicités aient pour but de fournir une information utile pour l'exploitation d'un hébergement touristique, la CITQ invite les lecteurs à bien se renseigner et à faire les comparaisons qui s'imposent avant d'opter pour un produit ou un service.

PROPORTION DES ÉTABLISSEMENTS D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE DU QUÉBEC N'AYANT PAS DE SITE WEB OU D'ADRESSE COURRIEL

CATÉGORIES D'ÉTABLISSEMENTS	SANS SITE WEB	SANS ADRESSE COURRIEL	SANS SITE WEB NI ADRESSE COURRIEL
Établissements hôteliers	35 %	32 %	26 %
Gîtes	28 %	23 %	15 %
Résidences de tourisme	45 %	31 %	24 %
Centres de vacances	24 %	16 %	14 %
Villages d'accueil	40 %	13 %	13 %
Auberges de jeunesse	20 %	18 %	12 %
Établissements d'enseignement	18 %	9 %	3 %
ENSEMBLE DES ÉTABLISSEMENTS	**35 %**	**28 %**	**21 %**

Source : Nos calculs, à partir de la banque de données du ministère du Tourisme, 27 octobre 2005

ÊTES-VOUS SUR



Suite de la page 1

Une étude commanditée par la Commission canadienne du tourisme révèle que « 25 % des ménages canadiens et 35 % des ménages américains ont récemment utilisé Internet pour faire des recherches touristiques ou des réservations de voyage et sont donc classés comme cybervoyageurs[1] ».

Cette même étude nous apprend que près de 80 % des cybervoyageurs visitent les sites Web d'hébergement touristique, et ce, très tôt dans le processus de recherche sur Internet.

Du côté des établissements d'hébergement touristique québécois, on constate par ailleurs que près de 35 % d'entre eux n'ont pas de site Web, 28 % n'ont pas d'adresse courriel et 21 % n'ont ni site Web ni adresse courriel. (Voir le tableau ci-contre.)

RÉSERVER EN LIGNE

Bien que le téléphone soit un moyen de réservation encore relativement utilisé, de plus en plus de voyageurs, particulièrement les voyageurs d'affaires, font leur réservation en ligne. L'étude commanditée par la Commission canadienne du tourisme souligne cependant que :

Les cybervoyageurs canadiens et américains sont plus susceptibles de faire des réservations en ligne si le site comporte les éléments suivants :

- *leur langue maternelle*
- *service aux clients à un numéro 1-800*
- *réservation en temps réel et confirmation immédiate (surtout pour la clientèle américaine)*
- *toutes les cartes de crédit acceptées*
- *images, vidéos et visites virtuelles*
- *nom de marque reconnaissable ou connue*
- *autres noms de marque connus, sites gouvernementaux ou officiels, bavardage en direct avec le service à la clientèle et témoignages de voyageurs.*[1]

1. Commission canadienne du tourisme (2002), Le rôle d'Internet dans les voyages d'agrément des Nord-Américains : Sommaire des constatations, printemps 2002, 16 p.

Assurances

TEXTE PUBLICITAIRE

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

Prudence et vigilance sont de rigueur

En matière d'assurance, la couverture des équipements technologiques d'information et de communication est généralement divisée en deux grandes catégories, le « hardware » et le « software ». Des montants d'assurance doivent être attribués à chacune de ces catégories et, pour bien comprendre le règlement de ceux-ci en cas de destruction, il est important d'en discuter en détail avec son courtier.

Il est également de mise de réviser annuellement avec son courtier les limites d'assurance prévues à son contrat. Le montant d'assurance sur les équipements devrait normalement prévoir leur remplacement par des équivalences qui, souvent au fil du temps, sont moins onéreuses que les équipements originaux.

La couverture des logiciels et reconstitutions des données est, quant à elle, généralement sujette à des clauses nécessitant la plus grande vigilance en matière de copie de sauvegarde (« back up »). Une politique d'entreprise respectée est souvent la meilleure assurance pour un établissement d'hébergement touristique. Toutefois, dans le cas des logiciels commercialisés à grande échelle, le remplacement peut s'effectuer sans frais. Il en va tout autrement cependant pour les programmes sur mesure et les programmes maison qui nécessiteront de recommencer à zéro.

Enfin, on ne peut aborder le thème des nouvelles technologies sans penser à l'intrusion de virus pouvant d'un seul coup mettre les opérations au point mort. Les contrats d'assurances ne couvrent malheureusement pas cette situation, pour la simple et bonne raison qu'il est de la responsabilité de l'entreprise de se protéger de ces risques par un coupe-feu (« firewall ») efficace. Il en est de même pour l'établissement offrant à ses visiteurs un accès à Internet.

En résumé, la vigilance, la prudence et une bonne compréhension éviteront aux gestionnaires des frustrations en cas de destruction du parc technologique.

Jean-François Trudel, vice-président, opérations
(514) 382-6560 1 800 561-6560

invessa assurances services financiers

LA TOILE ?

Afficher sa classification sur Internet

Plusieurs exploitants affichent le panonceau de classification de leur établissement sur leur site Web. Mieux encore, plusieurs d'entre eux y incluent un hyperlien avec le site Web de la CITQ.

Ces exploitants estiment à juste titre que le panonceau de classification est un bon indice du confort de leur établissement, en plus de donner au voyageur l'assurance que leur établissement a été évalué officiellement. En mettant un hyperlien avec le site Web de la CITQ, ils offrent également aux internautes un accès rapide à une information complète sur le programme de classification officiel du Québec.

Profitez de la légitimité que confère votre panonceau de classification et affichez-le sur votre site Web.

Visitez sans tarder le www.citq.qc.ca et téléchargez votre panonceau en un simple clic.

Technologies

TEXTE PUBLICITAIRE

Le service à la clientèle, un élément clé dans le choix d'un logiciel de gestion

Choisir un logiciel de gestion hôtelière peut devenir un véritable casse-tête car plusieurs facteurs entrent en ligne de compte. Outre la gestion de votre inventaire et de vos tarifs, vous devez tenir compte d'un ensemble d'applications pouvant être exécutées directement à partir du logiciel : gestion automatisée des cartes de débit et de crédit, forfaits multiples, remises aux agents de voyages, réservations par Internet, exportations des données comptables, interfaces au système téléphonique, au logiciel de point de vente, gestion des appels, etc. La richesse de ses interfaces et la capacité du logiciel à s'intégrer à d'autres systèmes vous épargneront temps et argent plus vite que vous le pensez.

Pour soutenir toutes ces applications, un bon logiciel de gestion hôtelière doit être conçu à partir d'une solide architecture, répondre aux normes de l'industrie (*Open Travel Alliance*) et être suffisamment flexible pour s'ajuster aux changements.

Votre choix devra se tourner vers le logiciel qui facilitera le travail de ses utilisateurs tout en vous donnant, grâce aux nombreux rapports, toute l'information nécessaire à vos prises de décisions. Rapidité, simplicité, flexibilité et convivialité sont d'autres attributs très importants que devra comporter le logiciel.

S'il n'est pas accompagné d'un soutien technique et de formation rapide et efficace, le meilleur logiciel ne vous apportera jamais entière satisfaction. C'est pourquoi le service à la clientèle est un élément clé dans le choix d'un bon logiciel de gestion hôtelière. Il doit se créer un partenariat entre vous et votre fournisseur car le monde de l'hospitalité évolue de plus en plus vite. Appelez-nous pour de plus amples informations.

Normand Latreille, vice-président, ventes et marketing
(514) 935-5345 nlatreille@mingus.biz

Hotello

LE CONSEIL DU CLASSIFICATEUR

INTERNET avec ou sans fil?

De plus en plus populaire auprès de la clientèle d'affaires, le service Internet sans fil exige cependant un investissement relativement important. Réserver ce service uniquement au centre d'affaires et, si le budget le permet, aux chambres de la section exécutive peut s'avérer un compromis intéressant, à condition toutefois de prévoir une solution de rechange pour le matériel non compatible de certains clients.

Pour faciliter la tâche des clients, il convient de munir les chambres de la section exécutive d'un téléphone sur la table de travail ou d'un téléphone sans fil, de prises de téléphone et d'Internet aisément accessibles près de la table de travail. Déplacer des meubles pour brancher son portable est non seulement désagréable mais risque également d'abimer les murs et les meubles, sans parler des tours de rein !

Pour joindre les planificateurs de réunions, congrès, mariages et tous genres d'événements corporatifs

WWW.REUNIONSDAFFAIRES.COM

Le portail bilingue pour gens d'affaires branchés
Hébergement – Salles de réunions – Produits corporatifs – Forfaits et promotions – Soumissions en ligne – Chroniques hebdomadaires

info CITQ
Corporation de l'industrie touristique du Québec

Formation

TEXTE PUBLICITAIRE

La formation : un investissement qui rapporte

Tout investissement immobilier en hôtellerie se doit d'être bien planifié pour répondre aux besoins des clients et aussi pour assurer le meilleur rendement possible sur l'investissement. Il en va de même pour la formation du personnel. Comme tout investissement, la formation doit être bien planifiée.

Avant d'investir, on dresse un bilan des forces et faiblesses de l'organisation et de celles de son personnel, puis on se fixe des objectifs à atteindre. On établit ensuite les priorités de formation.

Les objectifs étant définis et communiqués, il sera alors possible de mesurer le rendement de la formation selon des critères qualitatifs et quantitatifs. Par exemple :

- une formation sur le service à la clientèle pourra avoir des retombées sur le taux de satisfaction des clients et aussi sur l'augmentation des ventes ;
- une formation sur les méthodes de travail aura des retombées sur l'amélioration du rendement au travail et sur la diminution des accidents de travail.

Selon les objectifs retenus, le retour sur investissement pourra être évalué sur une période de quelques mois ou de quelques années. Il va sans dire que pour assurer un rendement optimal, un suivi de la formation sera effectué régulièrement par les superviseurs, tout comme on le fait pour le programme d'entretien préventif des équipements.

Un programme de formation continue en entreprise est un gage de qualité autant pour l'efficacité du service à la clientèle et la fidélisation des employés que pour la rentabilité de l'entreprise. Avec les difficultés de recrutement de la main d'œuvre, il est primordial d'investir en formation. Un personnel plus fidèle et compétent vous évitera de nombreux casse-tête et permettra d'assurer un service de qualité à une clientèle de plus en plus exigeante.

Lise Baillargeon, consultante,
Services à l'industrie

Institut de tourisme et d'hôtellerie Québec

Le matelas

TEXTE PUBLICITAIRE

La partie invisible du matelas, aussi variée que différente d'un fabricant à l'autre

Choisir un matelas qui saura répondre aux attentes de votre clientèle tout en respectant votre budget est une opération qui demande réflexion. À ce propos, nous espérons que notre chronique précédente sur les divers formats de matelas a pu répondre à vos interrogations sur ce sujet.

Dans le cadre de cette chronique et des prochaines, nous aborderons le sujet plus complexe des divers matériaux utilisés dans la confection d'un matelas, en commençant par le noyau central, soit l'intérieur du matelas, généralement appelé le matériel de base.

Les ressorts sont sans contredit un élément important du matériel de base et il existe à l'heure actuelle sur le marché des ressorts conventionnels ou ensachés, offerts en plusieurs formats, hauteurs et diamètres. Le calibre de l'acier servant à les fabriquer peut également varier d'un manufacturier à l'autre et, selon la formule de fabrication, la quantité de ressorts à l'intérieur de la carcasse peut elle aussi différer d'un fabricant à l'autre.

À cela s'ajoutent d'autres matériaux tels que la mousse de polyuréthane, la mousse mémoire et la mousse latex qui sont eux aussi offerts en plusieurs compressions et en différentes densités. Enfin, différents types de rembourrages garnissant les ressorts s'ajoutent au choix que vous devrez faire lors de vos achats.

Comme on peut le constater, les choix sont multiples. Il importe donc de bien vous renseigner, de faire affaire avec une entreprise reconnue et un représentant d'expérience qui saura vous guider et choisir avec vous le produit qui vous convient le mieux et surtout à juste prix.

Ronald Thibault,
directeur général

MATELAS DAUPHIN

Réponses
à vos questions :

Les nouvelles technologies ont-elles un impact sur la classification d'un établissement ?

OUI - Pour certaines catégories d'établissements, l'accès à Internet, les prises pour ordinateur, les centres d'affaires, les serrures électroniques, les guichets bancaires et les systèmes de surveillance par caméra font partie soit des critères de classification de l'établissement, soit des points de bonification accordés à l'établissement.

Est-ce que le classificateur peut divulguer le résultat d'une classification au moment de sa visite ?

NON - Le classificateur est tenu de ne pas le faire. Le résultat de la classification doit d'abord être révisé et corroboré par l'agent de relations avec les exploitants. Ce dernier doit ensuite transmettre ce résultat au ministère du Tourisme et à l'exploitant, environ quatre à six semaines après la visite du classificateur.

Gestionnaire officiel
de la classification de l'hébergement

CITQ Corporation de l'industrie touristique du Québec

1010, rue De Sérigny, bureau 810
Longueuil (Québec) J4K 5G7
(450) 679-3737 (514) 499-0550 1 866 499-0550
Télécopie : (450) 679-1489
www.citq.qc.ca info@citq.qc.ca

Envoi poste publication 40026257

Dans cette publication, l'emploi du masculin doit être entendu comme une forme neutre d'expression et n'a d'autre but que d'alléger le texte.

English version available upon request.

ÉDITION | CITQ
RÉDACTION | Service des communications de la CITQ
GRAPHISME | Pixel Communications
TIRAGE | 6000 exemplaires
DÉPÔT LÉGAL | BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA, 2005
BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DU QUÉBEC, 2005
ISSN-1710-2405