



2019
2019

PLAN STRATÉGIQUE

Bâtir une main-d'œuvre résiliente et inclusive

Au cours des trois prochaines années, RH Tourisme Canada se donne le mandat de faire progresser cinq axes stratégiques prioritaires, ayant tous comme objectif de faire face à deux enjeux fondamentaux : pourvoir 100 000 postes et renforcer la capacité des entreprises et les compétences de la main-d'œuvre en vue d'assurer leur réussite.

Ces axes ont été choisis à la suite d'une vaste consultation menée auprès des intervenants du secteur du tourisme de partout au Canada. Ces axes se rallient à l'objectif du gouvernement du Canada qui consiste à augmenter considérablement le nombre de visiteurs internationaux au Canada et à consolider son statut de destination touristique. Après tout, le tourisme n'est-il pas avant tout affaire d'expériences transformatrices, que seuls des professionnels qualifiés peuvent véritablement offrir?

5 axes stratégiques

1. Mener des recherches et des analyses de fond sur la main-d'œuvre
2. Établir des prévisions sur les futures compétences requises en vue de favoriser la croissance et l'innovation
3. Positionner le secteur du tourisme comme destination pour l'emploi
4. Trouver des solutions novatrices pour le développement des compétences afin de tirer le meilleur parti de la main-d'œuvre
5. Faire des investissements stratégiques pour consolider la capacité organisationnelle

Plan stratégique 2019-2021 de RH Tourisme Canada

Publication décembre 2018
ISBN 978-1-55304-766-7
© 2018, tous droits réservés

An English version is available on our website.

RH Tourisme Canada, 71, rue Bank, 4^e étage, Ottawa (Ontario) K1P 5N2 Canada

tourismhr.ca/fr



Canada Financé par le gouvernement du Canada.

Message de la présidente du Conseil

Depuis plus d'un quart de siècle, RH Tourisme Canada affiche un rendement exemplaire, sans parler de son remarquable capital intellectuel et de sa réputation de collaborateur efficace et efficient. Au cours des dernières années, RH Tourisme Canada a entrepris de grands changements dans le but de continuer à faire face aux enjeux changeants et complexes du marché du travail. Aujourd'hui, RH Tourisme Canada est plus forte et cohérente que jamais et contribue de manière nettement plus proactive aux politiques publiques nationales. Durant cette période de transition, les points de mire de l'organisation ont été l'innovation et le changement. L'objectif était de faire valoir son rôle central, de maintenir son équilibre financier et d'offrir plus de services personnalisés.

Dans le contexte actuel, le mandat de RH Tourisme Canada prend toute son acuité. Le secteur est confronté à des pénuries continues de main-d'œuvre et de travailleurs qualifiés, ainsi qu'à de grands défis de recrutement. Selon les prévisions de RH Tourisme Canada, les tensions du marché du travail s'aggraveront. Par conséquent, la concurrence pour les travailleurs qualifiés qui possèdent de nouvelles compétences hautement recherchées se fera de plus en plus féroce.

Il est temps que le secteur fasse de la main-d'œuvre une priorité absolue et que des investissements importants soient faits pour surmonter ces problèmes organisationnels. Pour pouvoir atteindre son plein potentiel économique, le

secteur du tourisme doit pouvoir compter sur une main-d'œuvre qualifiée. En investissant dans les travailleurs pour qu'ils répondent aux attentes de la marque canadienne, nous pourrons non seulement capitaliser nos efforts de marketing, mais aussi soutenir le tourisme comme premier exportateur de services au Canada.

RH Tourisme Canada s'engage à collaborer avec les entreprises, les associations de travailleurs, les gouvernements, le secteur de l'enseignement et d'autres intervenants afin d'assurer la réussite du secteur et de veiller à ce qu'il demeure un des principaux moteurs de l'économie au Canada.

Darlene Grant Fiander
Présidente, Conseil d'administration

« Le Canada investit de façon judicieuse dans son statut de destination internationale. Il est de notre devoir de faire des investissements tout aussi judicieux pour attirer des talents, les former et les maintenir en poste. Le tourisme, c'est une affaire d'expériences authentiques, personnalisées, passionnantes et de qualité offertes par des professionnels qualifiés du tourisme. »

Message du président et directeur général

Nous connaissons tous l'importance du tourisme. Le tourisme génère 1,8 million d'emplois directs et indirects, ce qui représente 10 % de tous les emplois au Canada. Le tourisme est l'un des principaux secteurs de l'exportation au Canada et sa contribution annuelle à l'économie se chiffre à 97 milliards de dollars. Le tourisme joue un rôle central dans le développement régional et transforme l'économie des régions lorsque d'autres industries y sont en déclin. Le tourisme est un moteur de l'économie et un important créateur d'emplois. Dans ce contexte, le principal enjeu de notre secteur est le recrutement et la rétention de la main-d'œuvre.

Depuis plus de dix ans, les entreprises du tourisme ont dû faire preuve de beaucoup de créativité pour trouver de nouvelles sources de recrutement et des solutions pour maintenir en poste les travailleurs. Une population vieillissante, la concurrence toujours plus féroce des autres secteurs pour les travailleurs et les besoins en travailleurs de plus en plus qualifiés exacerbent la pénurie de main-d'œuvre.

D'autres enjeux y contribuent également, comme les demandes variables selon les saisons et les régions, et les contraintes structurelles, comme la pénurie de logements ou des emplois peu flexibles. Il s'ensuit que les entreprises sont incapables de répondre à la demande croissante des touristes et la qualité des expériences qu'elles leur offrent s'en ressent.

« Il est essentiel de mettre en place une stratégie de développement de la main-d'œuvre et des compétences cibles. Les entreprises, les organisations, les gouvernements et le secteur de l'éducation doivent améliorer leurs stratégies et ressources de planification de la main-d'œuvre, de même que se doter de mécanismes d'appoint et être en mesure de les mettre en œuvre. »

« La capacité du tourisme à se développer se juge à sa capacité à attirer des travailleurs qualifiés et à les maintenir en poste. »

Le présent plan stratégique met l'accent sur les priorités de structure, c'est-à-dire les champs d'action qui peuvent réellement améliorer la capacité du secteur à répondre aux besoins immédiats et ceux à venir. Le plan est conçu pour orienter les activités de notre organisation. Sur une base régulière, nous procéderons à sa révision afin de tenir compte de toute priorité nouvelle ou émergente. Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires et nous réjouissons à l'idée de collaborer avec vous.

Cordialement,
Philip Mondor
Président et directeur général

Stratégies

Les mesures que nous prendrons...

- Mettre à jour les données de référence sur le marché du travail
- Organiser le Forum annuel sur le marché du travail et d'autres événements de consultation dans le but de discuter des enjeux actuels et d'orienter les programmes et politiques à venir
- Accroître les ressources et la capacité en vue de répondre aux besoins de recherches spécialisées et de favoriser la collaboration à cet égard

Résultats

Les objectifs que nous poursuivons...

- Accroître la capacité de RH Tourisme Canada à avoir de l'information sur le marché du travail (IMT) qui soit complète et accessible et à la diffuser largement
- Tirer un meilleur profit de l'IMT dans le cadre de la planification des milieux de travail
- Accroître les ressources pour évaluer les réussites, améliorer la collaboration et diminuer le chevauchement
- Avoir des données et des études à jour sur des aspects clés du marché du travail, comme des données sur la démographie, les tendances en matière de salaire et l'offre et la demande

Analyses et recherches de fond sur la main-d'œuvre

Recueillir des données sur le marché du travail, les analyser en contexte et en diffuser les résultats de manière utile et opportune en vue de favoriser la prise de décisions éclairées

En collaboration avec les employeurs, les associations de travailleurs, les gouvernements et les chercheurs, RH Tourisme Canada produit des données de référence sur le marché du travail depuis plus de 20 ans. À ce titre, il est la principale source complète, pertinente et fiable d'information sur le marché du travail (IMT).

La demande en données et analyses détaillées sur le marché du travail est en hausse constante, notamment les données sur des régions et sous-secteurs particuliers de l'industrie.

Pour être utile, l'IMT doit être produite dans des conditions similaires et suivant des objectifs uniformes. À défaut d'une approche coordonnée, les analyses produisent des données incohérentes d'une région à l'autre et non comparables. Les provinces et les territoires sollicitent de plus en plus RH Tourisme Canada pour coordonner des projets de recherche. Les ministères des paliers fédéral, provinciaux et territoriaux soumettent régulièrement des demandes de données personnalisées et contextualisées.

RH Tourisme Canada est membre du Forum des ministres du marché du travail du Conseil de l'information sur le marché du travail, qui a été établi en 2017 par le gouvernement du Canada. Le mandat du Forum est d'« explorer de nouvelles avenues pour donner une valeur ajoutée et appuyer les investissements actuels en matière de marché du travail ».

Il importe d'avoir de l'information utile et fiable sur le marché du travail en vue de pouvoir développer une main-d'œuvre hautement productive et résiliente et d'assurer la vigueur économique du secteur du tourisme au Canada.



Stratégies

Les mesures que nous prendrons...

- Mettre en place un nouveau cadre canadien complet et durable sur les futures compétences requises
- Aborder les professions et les emplois sous de nouveaux angles pour comprendre les écarts de compétences des emplois actuels et émergents, de même que l'intérêt à l'égard de l'entrepreneuriat
- Approfondir la question des besoins en compétences spécialisées dans des secteurs clés qui peuvent contribuer considérablement à la croissance du tourisme, comme le tourisme autochtone et le tourisme culinaire

Résultats

Les objectifs que nous poursuivons...

- Se doter d'un cadre de compétences dynamique qui aidera les employeurs, les formateurs, les professionnels de l'orientation de carrière, les gouvernements et les associations de l'industrie à répondre aux besoins changeants du travail dans un contexte de mondialisation
- Mieux comprendre les écarts entre les compétences des employés et la demande de compétences, ainsi que la capacité de la main-d'œuvre actuelle en vue de faire des recommandations d'investissements éclairées pour la formation et l'adaptation du marché du travail



Prévisions sur les futures compétences requises pour favoriser la croissance et l'innovation



Prévoir les futures tendances afin de pouvoir répondre aux contextes dynamiques et changeants du marché du travail.

L'économie du tourisme se transforme rapidement. Dans le contexte économique, social et politique actuel, c'est-à-dire un contexte dans lequel les exigences d'emplois évoluent rapidement et les travailleurs changent d'emplois et d'industries plus régulièrement, il est essentiel de se doter d'une main-d'œuvre flexible et mobile. Les exploitants du secteur du tourisme doivent être en mesure de soutenir les tensions accrues dans le marché du travail et de rivaliser avec les autres secteurs pour attirer les talents. Il est essentiel d'investir dans les compétences qui assureront la réussite de demain.

Le Cadre des futures compétences requises permettra de cerner les écarts d'information entre les compétences des employés et les compétences en demande. Il orientera également les stratégies en matière de main-d'œuvre et les pratiques de gestion des ressources humaines.

De nombreuses autres tendances connexes, comme la démographie changeante, les marchés mondiaux en expansion, les progrès technologiques et les nouvelles compétences exigées, continueront de façonner le marché du travail du tourisme au Canada. L'harmonisation entre l'acquisition de compétences nécessaires à l'emploi et les besoins du secteur privé demeure notre priorité.

Les écarts en matière de compétences ont des répercussions sur la productivité des entreprises du tourisme et diminuent leur capacité à s'adapter et à croître. Ces écarts gonflent leurs coûts d'exploitation, réduisent leurs recettes et minent leur compétitivité. À défaut de faire des investissements judicieux dans l'acquisition des compétences, la situation des entreprises continuera de s'aggraver : elles perdront à la fois leur clientèle et leurs travailleurs au profit d'autres entreprises.

Stratégies

Les mesures que nous prendrons...

- Élargir la portée du programme Destination Emploi afin d'augmenter le nombre de nouveaux arrivants qui occupent un emploi dans le secteur du tourisme au Canada
- Collaborer avec l'Association touristique autochtone du Canada en vue d'élaborer une Stratégie nationale du marché du travail pour le tourisme autochtone
- Explorer un nouveau programme qui permettra aux exploitants en tourisme de tirer parti des étudiants internationaux
- Développer une Stratégie de diversification de la main-d'œuvre et une campagne de promotion des emplois et des occasions entrepreneuriales dans le secteur du tourisme, en mettant en vedette des leaders y ayant eu une brillante carrière et de nouveaux travailleurs du secteur

Résultats

Les objectifs que nous poursuivons...

- Augmenter la participation des groupes sous-représentés afin de combler les écarts existants et projetés de main-d'œuvre
- Améliorer les débouchés du secteur et ses offres de cheminement professionnel
- Renforcer la réputation et la visibilité du secteur comme destination pour l'emploi et la carrière

RH Tourisme Canada représente le Conseil consultatif du sous-ministre auprès d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada.



Positionnement du tourisme comme destination pour l'emploi

Promouvoir et favoriser les carrières et l'entrepreneuriat dans le secteur du tourisme en collaboration avec ses intervenants et améliorer sa proposition de valeur afin de favoriser les investissements dans le développement du marché du travail touristique

Le secteur du tourisme canadien est très diversifié. Dans l'ensemble de l'économie, le secteur du tourisme embauche une plus grande proportion de personnes issues de groupes sous-représentés dans des postes spécialisés, permanents et bien rémunérés. Il y a néanmoins lieu d'améliorer la diversité du secteur, notamment en embauchant un nombre accru d'Autochtones, de personnes ayant un handicap, de personnes plus âgées ou de nouveaux arrivants.

Pour assurer la promotion efficace du tourisme comme destination pour l'emploi, il faut néanmoins adopter une approche sectorielle globale et tirer partie des programmes et services existants. Une telle stratégie doit prévoir la participation des associations de l'industrie, des organisations de marketing de destination, les secteurs de la formation et de l'éducation, les services communautaires (p. ex., les services d'orientation de carrière, les organismes d'aide à l'établissement et les bureaux de développement économique), de même que les organismes provinciaux et territoriaux de ressources humaines en tourisme. Ensemble, nous devons envoyer des messages forts qui renforcent notre proposition de valeur, comme : « Le tourisme transforme et change des vies. », « Les travailleurs y acquièrent des compétences durables. » et « Des emplois stables, bien rémunérés et flexibles y sont offerts. »

Le tourisme contribue considérablement à l'économie canadienne. Il est l'un des principaux employeurs au Canada, comptant plus de 1,8 million de travailleurs dans 200 000 lieux de travail. Le tourisme est le reflet de l'identité canadienne : il mise sur la cohésion et le capital social, il fait la promotion de l'inclusion et de la diversité, et il contribue à la sauvegarde de la culture et du patrimoine.

Stratégies

Les mesures que nous prendrons...

- Collaborer avec les principaux collèges et universités pour trouver des occasions de recherche et de formation novatrices et les mettre en place
- Mettre à jour les principaux programmes de formation Emerit
- Explorer de nouveaux programmes de formation « juste-à-temps » qui s'adaptent pour les compétences émergentes, par exemple :
 - Développement de produits commercialisables et exportables
 - Compétences en matière culturelle
 - Sécurité
- Faire la promotion du programme d'accréditation SMART
- Favoriser l'investissement par l'employeur dans la formation et le développement professionnel

Résultats

Les objectifs que nous poursuivons...

- Mettre en place entre trois et cinq partenariats avec des universités et collèges
- Mettre à jour entre cinq et huit programmes Emerit
- Créer de nouveaux programmes de formation, dans divers formats, pour répondre aux priorités en matière de compétences
- Accroître le nombre d'établissements de formation et d'enseignement accrédités SMART au Canada
- Faire en sorte que les employeurs consacrent plus d'efforts à la formation

Solutions novatrices de développement des compétences pour optimiser la main-d'œuvre



Collaborer avec le secteur de la formation et de l'éducation pour mettre à l'essai de nouvelles approches en matière de développement des compétences, ainsi qu'améliorer la loyauté des nouveaux diplômés envers le secteur du tourisme.



RH Tourisme Canada effectue un sondage annuel auprès des entreprises. Le sondage fournit un aperçu des conditions actuelles du secteur et permet de cerner de nouveaux besoins ou tendances pour le marché du travail. Au chapitre du capital humain, le sondage montre qu'on accorde de plus en plus d'importance à l'acquisition des compétences pour les postes de gestion (56 à 66 %) et de première ligne (55 à 62 %), suivis de près par la rétention de la main-d'œuvre (53 à 61 %). L'incapacité à trouver des travailleurs possédant les compétences appropriées est un des principaux obstacles à l'embauche.

En offrant des formations ciblées, on peut veiller à ce que les diplômés possèdent les compétences nécessaires pour occuper les emplois actuels et émergents. Notre stratégie gagnera en efficacité si on la mène en étroite collaboration avec les établissements de formation et d'éducation, et elle contribuera au développement de programmes conçus spécifiquement pour répondre aux demandes du marché.

Il existe des postes en demande (c'est-à-dire pour lesquels le recrutement et la rétention sont plus problématiques) dans les cinq sous-secteurs du tourisme : Services de voyages, Hébergement, Loisirs et divertissements, Transport et Services de restauration. Quelques fonctions de travail figurent même sur cette liste depuis plus de dix ans, y compris des fonctions de première ligne, de niveau intermédiaire et de supervision, de gestion et de direction.

Les employeurs ont besoin de travailleurs spécialisés qui possèdent des compétences émergentes pour remplir des fonctions clés au sein de leur entreprise. Plus de 100 000 emplois sont vacants depuis 2010, ce qui représente des pertes de revenu de l'ordre de 11 milliards de dollars. Entre 2018 et 2035, il pourrait s'y ajouter 140 000 emplois vacants. Il s'agit pourtant d'emplois bien rémunérés à tous les niveaux de responsabilité.

Stratégies

Les mesures que nous prendrons...

- Trouver des sources pour financer les programmes et services clés liés au marché du travail et veiller à ce que le secteur continue de bénéficier d'information et d'outils à jour qui en assurent la compétitivité continue
- Cerner des occasions de mise en commun des ressources dans le secteur privé, ainsi que des occasions de partenariat et des projets de cofinancement
- Passer en revue les propositions et processus de prestation des services et explorer de nouvelles approches, y compris des offres virtuelles, afin d'accroître l'efficacité et la durée de vie des services
- Accroître la souplesse et la capacité entrepreneuriale en investissant davantage dans l'acquisition des compétences et les nouvelles technologies
- Continuer à jouer un rôle de conseiller dans le cadre d'initiatives du gouvernement et auprès d'organismes qui ont des objectifs stratégiques similaires

Résultats

Les objectifs que nous poursuivons...

- Accroître le financement et les investissements dans les stratégies de main-d'œuvre du secteur du tourisme
- Offrir plus de programmes et de services personnalisés
- Continuer à fournir des avis sur les décisions politiques ayant des répercussions sur le marché du travail

Investissements stratégiques pour consolider la **capacité organisationnelle**

Les forces d'une organisation résident dans sa capacité à produire des résultats et à avoir un réel impact. Dans cette optique, RH Tourisme Canada s'active sans relâche à obtenir le point de vue des intervenants du secteur afin d'orienter les programmes et politiques. Elle s'appuie également sur l'expertise des membres de son Conseil d'administration, qui représentent l'ensemble du secteur du tourisme au Canada, pour définir les enjeux, obtenir des ressources et mettre en place des pratiques, procédures et politiques pertinentes.

En tant qu'organisation sans but lucratif, RH Tourisme Canada ne jouit pas d'une garantie de financement de base. Son mandat repose sur son offre de projets et leur mise en place. Dans un tel contexte, il est parfois difficile d'obtenir des ressources appropriées, opportunes et suffisantes qui sont nécessaires pour remplir sa mission. Une telle structure organisationnelle exige que l'on soit capable de mobiliser et d'engager les entreprises, les gouvernements, les associations de l'industrie, le secteur de l'éducation et d'autres instances, de même que de travailler au nom de ces groupes pour trouver des solutions aux enjeux du marché du travail. Seule une approche coordonnée et cohérente contribue à ce que l'on se dote d'une stratégie pancanadienne qui soit efficace et adaptée à l'ensemble du secteur.

Le développement continu d'une main-d'œuvre hautement qualifiée et flexible qui répond aux besoins croissants et changeants du secteur du tourisme ne sera possible que si l'on conjugue nos efforts et collabore pour établir des partenariats et mettre à profit l'expertise de tous les participants.

Les membres du Conseil d'administration de RH Tourisme Canada représentent l'ensemble de l'industrie. Il se compose de leaders reconnus des associations canadiennes du tourisme, ainsi que de représentants d'associations nationales et régionales du tourisme, d'universités et de collègues dans le secteur du tourisme et d'entreprises touristiques.

RH Tourisme Canada

RH Tourisme Canada est une organisation nationale qui œuvre pour le secteur du tourisme au Canada. Ce secteur génère 97 milliards de dollars et compte 1,8 million de travailleurs. Les principaux objectifs de RH Tourisme Canada comprennent l'amélioration de la qualité et de la mobilité de la main-d'œuvre touristique, et la production d'information sur le marché du travail destinée aux entreprises du secteur afin de les aider à prévoir et à pallier les pénuries actuelles et futures de main-d'œuvre.

Mandat

Bâtir une main-d'œuvre de classe mondiale

RH Tourisme Canada encourage, facilite et coordonne des activités de développement des ressources humaines dans le but de bâtir une industrie qui soit durable et compétitive sur la scène mondiale, ainsi que de favoriser le développement d'une main-d'œuvre dynamique et résiliente.

Ses stratégies et politiques à long terme sont axées sur la qualité des emplois, le développement des compétences et la création d'emplois. L'entrepreneuriat est essentiel à la croissance durable et intégrale du secteur du tourisme. En un mot, il s'agit d'investir dans les travailleurs, qui sont au cœur de l'expérience touristique.

RH Tourisme Canada s'engage à :

- être transparent et responsable
- agir de manière éthique
- être innovateur
- adhérer à des principes solides de gouvernance
- être inclusif et représentatif
- être impartial et indépendant
- avoir un esprit de collaboration
- être flexible.

Objectifs fondamentaux

La mission de RH Tourisme Canada s'appuie sur les objectifs fondamentaux suivants.

1

Faire valoir l'importance économique, sociale et politique de la main-d'œuvre du secteur du tourisme comme moteur de l'identité et du bien-être du Canada

2

Mettre en évidence et renforcer le rôle critique des professionnels du tourisme dans la création d'expériences transformatrices et de la croissance du secteur du tourisme

3

Mener des études complètes et opportunes pour aider les employeurs, les formateurs, les gouvernements et les chercheurs d'emploi à comprendre la dynamique du marché du travail et à prendre des décisions politiques et personnelles éclairées à cet égard

4

Établir des normes de compétences entérinées par l'industrie qui définissent les compétences essentielles qui seront nécessaires sur le marché du travail de demain et contribuent à la compétitivité du secteur sur la scène mondiale

5

Favoriser les initiatives de collaboration dont les retombées bénéficient à l'ensemble du secteur et répondent aux besoins de tous

6

Mettre en place des mécanismes pour cerner de nouvelles sources de travailleurs qualifiés, ainsi que pour les attirer et les maintenir en poste

7

Assister les personnes et les groupes qui souhaitent acquérir des compétences ou se doter de la capacité pour optimiser leur productivité et améliorer l'expérience des visiteurs

RH Tourisme Canada tient à remercier son **Conseil d'administration** pour son soutien continu dans la définition et l'atteinte de ses objectifs stratégiques.

Accardi, Vince

Directeur, Politique et Relations avec les intervenants
Association de l'industrie touristique du Canada

Baker, Joe

Doyen, School of Hospitality, Tourism and Culinary Arts
Collège Centennial

Behune, Victoria

Présidente et directrice générale
OTEC – Ontario Tourism Education Corporation

Bence, Jim

Président et directeur général
Saskatchewan Hotel & Hospitality Association

Dimanche, Frederic

Directeur, Ted Rogers School of Hospitality and
Tourism Management
Université Ryerson

Doerksen, Darlene

Directrice générale
Yukon Tourism Education Council

Fontaine, Shannon

Directrice générale
Manitoba Tourism Education Council/Manitoba
Tourism Education College

Grant Fiander, Darlene

Présidente du Conseil
Présidente
Tourism Industry Association of Nova Scotia/
Directrice générale
Nova Scotia Tourism Human Resource Council

Grymol, Susie

Présidente
Hotel Association of Canada

Henry, Keith

Président et directeur général
Association touristique autochtone du Canada

Munro, Shanna

Présidente et directrice générale
Restaurants Canada

Pallett, William

Ancien président du Conseil
WJ Pallett & Associates

White, Ivan

Agent du développement du tourisme et du marketing
No'kmaq Village – Flat Bay Band Inc.

Willow, Christine

Associée
Chemistry Consulting

Mondor, Philip

Président et directeur général
RH Tourisme Canada



DESTINATION EMPLOI

Tourism **HR**
Canada



RH Tourisme
Canada