

HOTEL ASSOCIATION OF CANADA
ASSOCIATION DES HÔTELS DU CANADA

ÉTAT DES LIEUX



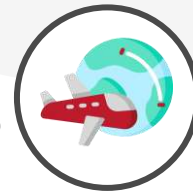
RÉCUPÉRATION EN COURS
Vers le point de référence de 2019.



MÉLANGE DE VISITEURS
La transition vers le marché intérieur va-t-elle se poursuivre?



LA COMPÉTITIVITÉ INTERNATIONALE
Le classement du WEF passe de 9^{ème} à 11^{ème}



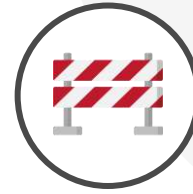
LA DEMANDE À L'ÉCHELLE MONDIALE

- + Le potentiel de croissance
- + Les budgets de voyage conséquents
- + L'augmentation des visites



MAIN D'ŒUVRE

- + Diminution de l'immigration
- + La difficulté à trouver du personnel prévisible et engagé



LES OBSTACLES À LA CROISSANCE

- + Augmentation des coûts = diminution de la rentabilité
- + Coût d'emprunt

L'attente de la clientèle

A photograph of two female waitresses in a restaurant hallway. They are both smiling and wearing grey tweed vests over light blue shirts and dark ties. The waitress in the foreground is holding a plate with a lobster tail and other seafood. The waitress in the background is holding a plate with a salad and other dishes. The hallway has wooden walls and a white door in the background.

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR LA
MAIN-D'ŒUVRE DE JUIN DE L'AHC

Principales Conclusions

LES RÉSULTATS DU SONDRAGE SUR LA MAIN-D'ŒUVRE POUR LE MOIS DE JUIN

Réduction des pénuries, préoccupations persistantes



43 %

des membres **ont connu une pénurie de main-d'œuvre en 2024**

Les petites destinations et les destinations rurales sont plus nombreuses (48 %).

Les hôteliers font plus d'efforts pour embaucher des travailleurs domestiques en offrant...



Augmentation des salaires

55 %



Formation et développement

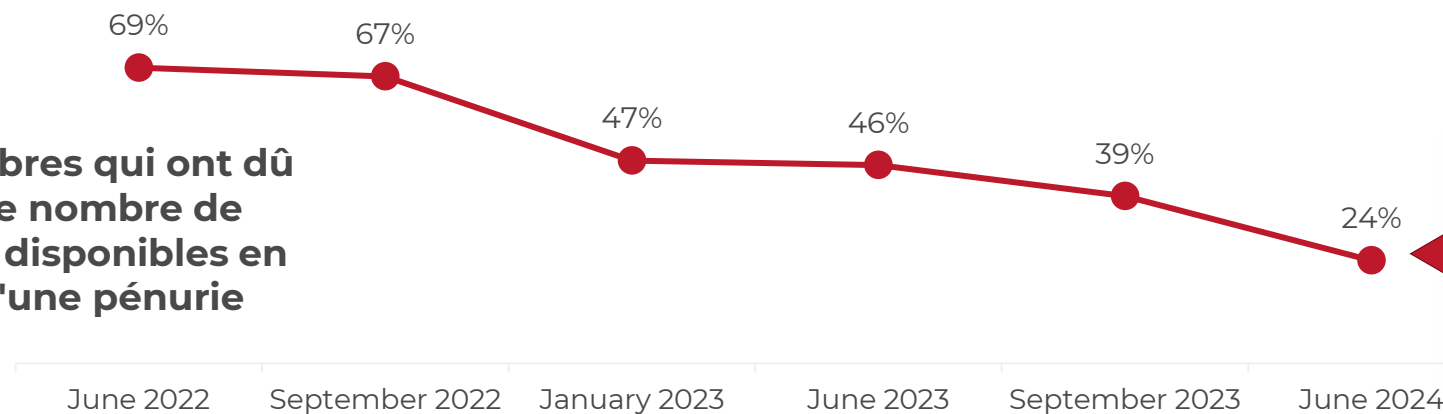
47 %



Horaires flexibles

82 %

% de membres qui ont dû limiter le nombre de chambres disponibles en raison d'une pénurie

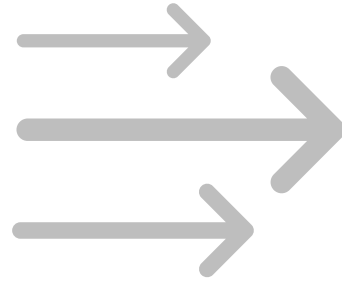


3/4

de ces derniers ont dû limiter le nombre de chambres jusqu'à 20 %.



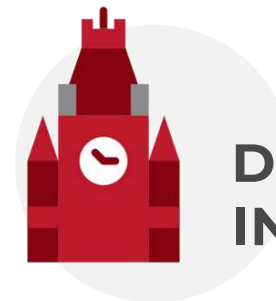
**HAC WORKFORCE
GROWTH STRATEGY**



**LEADERSHIP
ÉCLAIRÉ**



**ACTION DE
L'INDUSTRIE**



**DÉFENSE DES
INTÉRÊTS**

A man in a white shirt and dark trousers stands by a large window, talking on a mobile phone. The window offers a view of a cityscape at sunset, with buildings and hills visible. The room is dimly lit, with light streaming in from the window. A bed with white linens is visible in the foreground on the right.

RÔLE DE *L'INDUSTRIE*

Groupes de discussion régionaux



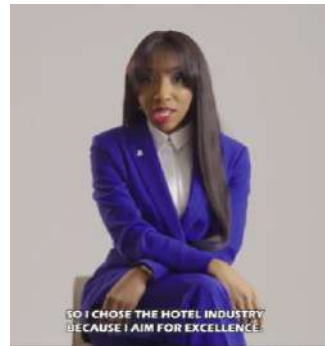
Organisation du tout premier **Sommet du travail** du secteur hôtelier



L'INDUSTRIE EN ACTION



Carrière Marketing Campagne



Plan d'action pour la main-d'œuvre hôtelière



Atelier sur l'AI pour les employeurs





HAC WORKFORCE
GROWTH STRATEGY

Prochaines étapes



Campagne de marketing sur les carrières
(Phase 2)

Ateliers sur les politiques en matière de main-d'œuvre internationale



Suivi du rapport de Deloitte



Atelier sur l'AI

A U T O M N E

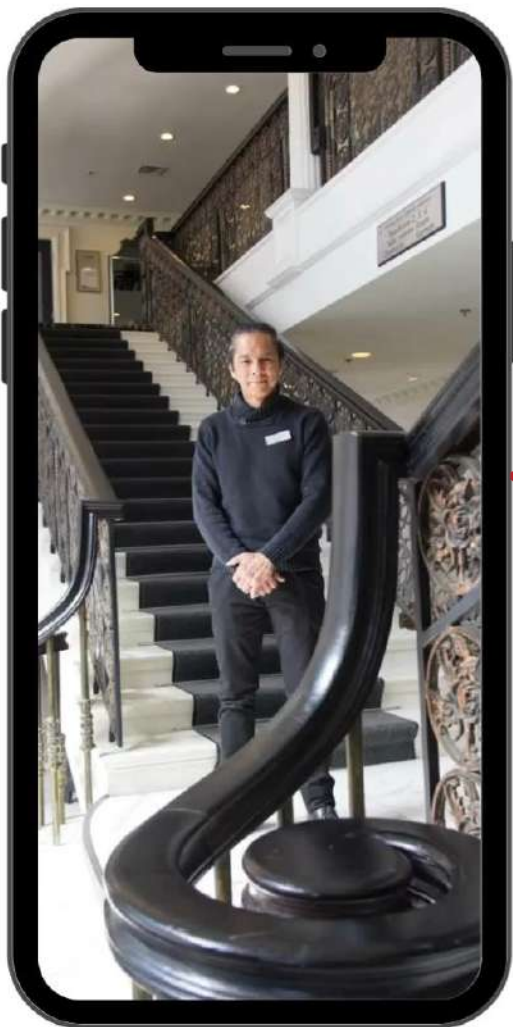
H I V E R

P R I N T E M P S

2 0 2 4

2 0 2 5

CAMPAGNE DE MARKETING POUR LA CARRIÈRE : PHASE
DEUX
**LES AMBASSADEURS DE L'INDUSTRIE
HÔTELIÈRE**



*J'ai trouvé
ma place
dans
l'hospitalité.*



Maggie Sin
Réservations et
marketing
Blackcomb Springs

*Travailler dans un
hôtel me permet de
concilier travail et
bien-être.*



Jodi McLean
Gestionnaire du
marketing de contenu
Fairmont Chateau Lake
Louise

*L'hospitalité est
une bénédiction
pour ma vie.*



Gio Cruz
Restauration et breuvage
The Algonquin Resort
St. Andrews by-the-Sea

*L'hospitalité, c'est
le contact humain.*

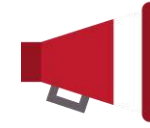
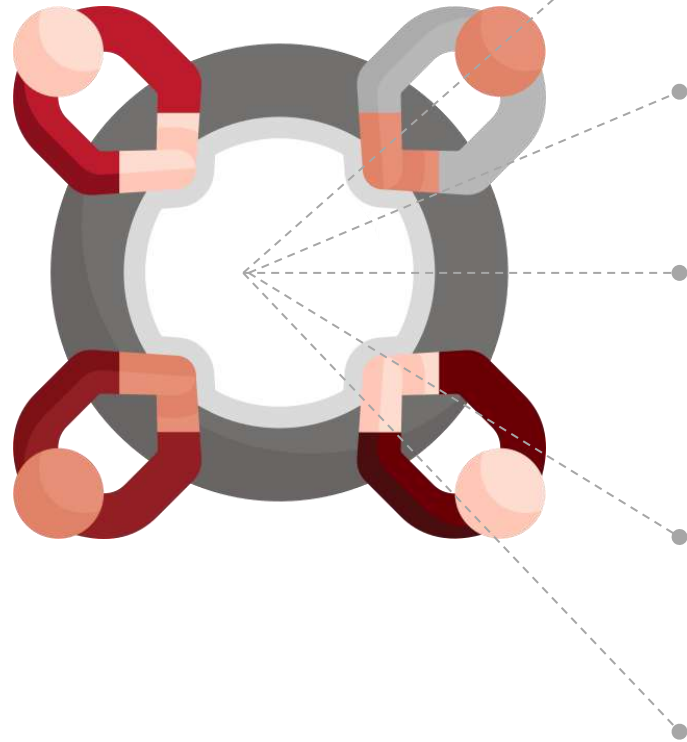


Elena Zeitoun
Superviseur du service
d'accueil
Le Saint-sulpice Hotel
Montreal



STRATÉGIE DE L'AHC
EN MATIÈRE DE MAIN-
D'ŒUVRE

Opportunités d'action collective



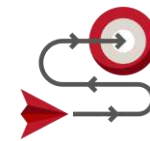
Racontez **votre histoire** en tant qu'employeur.



Faites découvrir aux nouveaux employés les carrières dans l'hôtellerie



Accordez la priorité à la technologie pour rester concurrentiel



S'aligner sur les **compétences** hôtelières clés



Partager les talents entre les marchés

A large Canadian flag is flying in the foreground, partially obscuring the view of the Parliament Hill buildings in Ottawa. The flag is white with a red maple leaf in the center and red vertical bands on the sides. The buildings in the background are made of light-colored stone with Gothic architectural features, including pointed arch windows and a prominent clock tower with a green roof. The sky is a pale, overcast blue.

RÔLE DE *GOUVERNEMENT*

NATIONAL ET INTERNATIONAL

Programme des TET

RÉACTION ACCRUE DU PUBLIC

OPINION PUBLIQUE :



OPINION

Misuse of the temporary foreign worker program is a business racket



Politics

Liberals say they will rein in temporary foreign worker program after historic influx

Canada continues to admit TFWs, as immigrant, youth unemployment rates tick up



Canada's temporary foreign worker program leads to a new kind of slavery



OPINION

Ottawa needs to abolish the temporary foreign worker program



Limits on the TFW program aren't good enough. Part of it needs to go

"Canada should place strict limits on the occupations eligible for the temporary foreign worker program and require firms to pay above-market wages for any workers it does bring in to ensure the program is not being used as a tool for wage suppression," Mike Moffatt writes.



Majority of Canadians believe Liberals' immigration targets are set too high: poll

DOMAINES PRIORITAIRES POUR LES EMPLOYEURS HÔTELIERS

:

1. Exemptions relatives à la durée du permis de travail et aux plafonds pour les employeurs reconnus dans les régions rurales, éloignées et touristiques
2. Visas à entrées multiples pour les travailleurs des professions prioritaires dans l'hôtellerie
3. Voie à la résidence permanente pour les TET

Prêt à travailler - Tourisme

Aperçu du programme pilote



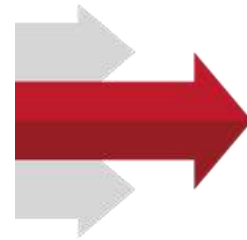
Employés engagés

2 000



Budget (3-ans)

40M \$



RÉSULTATS CLÉS



1. Soutenir les **réfugiés** et les **demandeurs d'asile** ainsi que les **Canadiens sous-employés**



2. Mettre en place des **partenariats pour l'établissement** avec des opérateurs touristiques



3. Augmenter le **placement des travailleurs** dans le secteur du tourisme



RECOMMANDATION DE L'AHC

Permettre aux nouveaux arrivants et aux Canadiens sous-employés d'accéder à des emplois dans l'industrie du tourisme

Campagne de marketing sur les carrières touristiques

CIBLER LES JEUNES DANS LE PAYS

PARTENAIRES



FACILITATEUR DE LA CAMPAGNE



DÉTAILS



Demande de financement de **5M \$**



Campagne conjointe de **marketing** ciblant les jeunes du pays



Attirer du trafic vers **DiscoverTourism.ca**



Campagne médiatique numérique sur **3 ans**



MÉDIAS SOCIAUX
ET AMPLIFICATION

LEADERS DE
L'INDUSTRIE



IDENTIFICATION
DES PROBLÈMES



COLLECTE ET
ANALYSE
DES DONNÉES



RELATIONS
PUBLIQUES &
MEDIA



LOBBYING AUX
NIVEAUX
COMMUNAUTAIRES



CONSTITUER LE
DOSSIER



PRINCIPAUX
DÉCIDEURS
POLITIQUES À
OTTAWA



ÉLABORATION
DE STRATÉGIE



SOLUTIONS
STRATÉGIQUES

CAMPAGNE DE L'AUTOMNE 2024



HOTEL ASSOCIATION OF CANADA
ASSOCIATION DES HÔTELS DU CANADA

HOTELASSOCIATION.CA



CONTACTEZ-NOUS

Adrienne Foster

Vice-présidente à la politique et aux affaires
publiques

afoster@hotelassociation.ca