



**Enquête sur l'hébergement
des voyageurs**
Rapport sur 2003

Enquête sur l'hébergement des voyageurs Rapport sur 2003

Réalisé pour
la Commission canadienne du tourisme

Ottawa, juin 2005

Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives Canada

Enquête sur l'hébergement des voyageurs, rapport sur ... (En ligne)
Enquête sur l'hébergement des voyageurs, rapport sur ...
[ressource électronique].

(Rapport de recherche)

L'enquête compilée par Statistique Canada.

Publication en série électronique en format PDF.

Également publ. en version imprimée.

Configuration requise: Lecteur Adobe Acrobat.

Mode d'accès: World Wide Web.

Annuel

2000-

Autre édition disponible: Traveller accommodation
survey, year ... report (Online)

ISSN: 1716-9070

ISBN: 0-662-74591-4 (PDF)

No de cat.: Iu82-1/1-2003F-PDF

1. Hôtels--Canada--Statistiques--Périodiques.
2. Motels--Canada--Statistiques--Périodiques. 3. Hébergement
touristique--Canada--Statistiques--Périodiques. I. Commission canadienne
du tourisme II. Statistique Canada III. Collection: Rapport de recherche
(Commission canadienne du tourisme : En ligne)

TX907.5

917.106'17

C2005-980195-6

Si vous souhaitez obtenir des exemplaires supplémentaires, veuillez envoyer un courriel au Centre de distribution de la CCT à : distribution@ctc-cct.ca, en indiquant le numéro de référence #C50509F, ou visiter notre site web à www.canadatourisme.com.

Remerciements

Statistique Canada investit d'énormes efforts dans la collecte et dans la compilation de données pour l'enquête annuelle auprès des industries de l'hébergement des voyageurs au Canada. Cependant, comme pour toute enquête, la collaboration des exploitants d'entreprise lorsque vient le moment de remplir le questionnaire est le facteur clé du succès. C'est la raison pour laquelle Statistique Canada exprime d'abord et avant tout ses remerciements aux répondants au questionnaire de cette enquête. Nous n'avons négligé aucun effort afin de nous assurer de l'utilité, pour l'industrie, de l'information que renferme le présent rapport.

Statistique Canada exprime aussi sa gratitude aux organismes qui se sont associés à lui pour cette enquête. Son programme d'enquête continue d'évoluer et de s'améliorer grâce à la contribution, à la collaboration et à l'aide précieuses d'organismes comme la Commission canadienne du tourisme, l'Association des hôtels du Canada et beaucoup d'autres organismes gouvernementaux et privés. Depuis 1992, la Commission canadienne du tourisme appuie financièrement Statistique Canada pour améliorer encore davantage ce programme d'enquête.

Comme dans toute entreprise de cette nature, un grand nombre de personnes ont été directement et indirectement associées à la réalisation de l'enquête. Veronica Utovac, Irene Ross, Daphne Bennett, Trisha Stewart et Aline Diotte, de la Division des industries de services, se sont chargées du traitement des données et de la préparation du présent document.

Table des matières

Remerciements	i
Introduction	1
Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs 2003	3
Points saillants à l'échelle nationale.....	3
Points saillants à l'échelle provinciale	3
Première partie : Les répercussions de la conjoncture mondiale et de la technologie sur l'hébergement des voyageurs en 2003	5
Deuxième partie : Profil des hôtels et des motels selon la taille et l'affiliation	11
Résumé.....	17
Troisième partie : La diversité régionale des campings et pourvoiries	19
Perspective régionale.....	20
Résumé.....	25
 <u>Annexes</u>	
Annexe A : Tableaux	27
Annexe B : Concepts et méthodes	37
Contexte.....	37
Méthode	37
Annexe C : Notes relatives à l'analyse	39
Annexe D : Échantillon et couverture	41
Annexe E : Description des établissements inclus dans le groupe d'enquête	45
Annexe F : Glossaire	49
Annexe G : Questionnaire sur les hôtels et motels	53
Annexe H : Questionnaire sur les autres types d'hébergement	61

Introduction

Le tourisme prospère grâce à des établissements d'hébergement bien situés et gérés avec efficacité. Dans le présent rapport, nous analysons le rendement économique et les caractéristiques d'exploitation des établissements de l'industrie de l'hébergement des voyageurs en 2003. L'Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs fournit aux organismes gouvernementaux, aux associations professionnelles et aux exploitants d'entreprise d'importantes données sur l'offre de services d'hébergement pour leur permettre de mener des recherches, d'effectuer des analyses et d'élaborer des politiques en matière de tourisme.

Ce rapport a été préparé suite aux réponses d'un groupe de répondants à l'Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs 2003, de Statistique Canada. L'industrie de l'hébergement des voyageurs comprend trois sous-groupes : les hôtels¹, les motels² et les autres établissements³.

Le rapport est divisé par sujets, comme suit :

- Première partie : Les répercussions de la conjoncture mondiale et de la technologie sur l'hébergement des voyageurs en 2003
- Deuxième partie : Le profil des hôtels et motels selon la taille et l'affiliation
- Troisième partie : La diversité régionale des campings et pourvoirs

Le rapport 2003 contient aussi des tableaux de données (par province et selon la taille) sur chacun des trois sous-groupes (hôtels et auberges routières, motels, autres établissements). Ces tableaux se trouvent à l'Annexe A.

Une description du groupe d'établissements sondés apparaît à l'Annexe E (page 45).

¹ Comprend les industries suivantes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord : hôtels (SCIAN 721111); auberges routières (SCIAN 721112); centres de villégiature (SCIAN 721113); hôtels-casinos (SCIAN 721120); tous les autres services d'hébergement des voyageurs (SCIAN 721198).

² Motels (SCIAN 721114).

³ Comprend les industries suivantes : gîtes touristiques (SCIAN 721191); chalets et cabines sans services (SCIAN 721192); parcs pour véhicules de plaisance et campings (SCIAN 721211); camps de chasse et de pêche (SCIAN 721212); camps récréatifs et de vacances (SCIAN 721213); maisons de chambres et pensions de famille (SCIAN 721310).

Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs 2003

Points saillants à l'échelle nationale

- 2003 a été l'une des pires années qu'ait connues de récente mémoire l'industrie canadienne du tourisme.
- Dans l'ensemble, l'industrie de l'hébergement des voyageurs a subi une diminution de ses revenus et de ses bénéfices d'exploitation comparativement à l'année précédente.
- L'industrie de l'hébergement avait vécu la dernière baisse de ses revenus tout de suite après la récession du début des années 1990.
- Les hôtels ont enregistré leur plus faible taux d'occupation en dix ans à 59 %.
- D'après les estimations pour l'ensemble de l'industrie de l'hébergement des voyageurs, plus de 17 900 établissements ont enregistré des revenus de 12,3 milliards de dollars en 2003. En dollars courants, cela représente une diminution de 3,6 % par rapport à 2002.
- Le groupe des hôtels et des motels a encaissé 89 % de tous les revenus d'hébergement, 11 % allant aux autres établissements comme les campings, les pourvoiries, les chalets et les gîtes touristiques.

Points saillants à l'échelle provinciale

- Les revenus d'exploitation des hôtels et des motels ont diminué dans la plupart des provinces, en particulier en Ontario (-8,5 %) et en Colombie-Britannique (-6,6 %).
- Avec la crise du SRAS et la panne d'électricité, l'Ontario a vu ses taux d'occupation diminuer, en bas de la moyenne nationale.
- Les feux de forêt tout au long de l'été en Colombie-Britannique ont nui au tourisme.
- Les autres établissements d'hébergement comme les campings, les pourvoiries, les chalets et les gîtes touristiques ont également enregistré une baisse de leurs revenus d'exploitation, de 5,2 %. Cette baisse peut être attribuée en partie aux ouragans dans la région de l'Atlantique, aux vagues de chaleur de l'été au Canada central et aux incendies de forêts dans le nord.

Statistiques financières choisies de l'industrie de l'hébergement des voyageurs, Canada et provinces, 2003

	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS	REVENU D'EXPLOITATION (000 000 \$)	SALAIRES, TRAITEMENTS ET AVANTAGES (000 000 \$)	DÉPENSES D'EXPLOITATION (000 000 \$)	MARGE D'EXPLOITATION (%)
Terre-Neuve	470	162,5	54,5	139,8	14,0
Île-du-Prince-Édouard	223	79,0	24,3	68,1	13,8
Nouvelle-Écosse	625	322,7	102,8	281,2	12,9
Nouveau-Brunswick	544	232,0	69,7	202,6	12,7
Québec	3 649	2 178,1	748,3	1 960,2	10,0
Ontario	5 043	3 838,3	1 243,8	3 458,8	9,9
Manitoba	746	592,9	139,6	556,0	6,2
Saskatchewan	936	479,9	130,2	427,0	11,0
Alberta	1 736	2 019,3	630,3	1 748,3	13,4
Colombie-Britannique	3 629	2 260,3	744,2	2 013,2	10,9
Yukon	173	71,4	19,3	65,7	7,9
Territoires du Nord-Ouest	97	58,7	15,6	54,7	6,9
Nunavut	43	29,4	6,9	26,6	9,6
Canada	17 915	12 324,6	3 929,6	11 002,1	10,7

Les estimations pour 2003 sont préliminaires. Les données préliminaires pourraient être révisées.

En raison de l'arrondissement des chiffres, l'addition des éléments (s'il y a lieu) peut ne pas correspondre au total.

Première partie :

Les répercussions de la conjoncture mondiale et de la technologie sur l'hébergement des voyageurs en 2003

On se souviendra de 2003 comme l'une des pires années qu'ait connues l'industrie canadienne du tourisme. Des conditions défavorables, comme le conflit en Irak et la crise inattendue du SRAS, ont exercé un effet à la baisse sur le tourisme dans le monde entier.⁴ Au Canada, les touristes internationaux se sont faits plus rares⁵ et les achats de produits touristiques⁶ ont diminué de 2,7 % en dollars constants. Les dépenses en transport aérien et en hébergement ont été les plus durement frappées et ont chuté de 6,2 % et de 5,2 % respectivement en dollars constants.⁷

Pendant que les difficultés se poursuivaient dans l'industrie du transport aérien en 2003, d'autres facteurs comme le virus du Nil occidental, la maladie de la vache folle, les feux de forêt en Colombie-Britannique et une panne d'électricité en Ontario ont fait de 2003 une « annus horribilis ». Non seulement y a-t-il eu des mises en garde publiques en matière de santé et des conditions météorologiques défavorables mais le dollar canadien s'est également apprécié pour la première fois en plus d'une décennie⁸, élevant ainsi le coût des voyages au Canada pour les touristes étrangers. Au chapitre des arrivées touristiques internationales, le Canada a glissé de la septième place en 2002, son rang le plus élevé de l'histoire, à la 10^e place⁹ en 2003. Ces facteurs ont contribué à faire du Canada une destination moins attrayante en 2003 et ont nui ainsi à la demande d'hébergement.

Les trois grands groupes de l'industrie (hôtels, motels et autres établissements) ont été défavorablement touchés et ont enregistré une diminution de leurs taux d'occupation en 2003 par rapport à 2002. Comme l'illustre le tableau 1.1, tous les groupes ont non seulement connu des taux d'occupation plus faibles en 2003 comparativement à 2002 mais ils ont aussi enregistré des marges bénéficiaires d'exploitation inférieures.

⁴ L'Asie et l'Amérique du Nord ont contribué à la baisse générale du tourisme mondial. L'Asie a connu une diminution de 9,3 % en raison du SRAS tandis que l'Amérique du Nord a perdu plus de 15 millions de touristes de 2001 à 2003.
Organisation mondiale du tourisme, Volume 2, n° 1, janvier 2004

⁵ Diminution générale de 13 % du nombre de touristes étrangers en 2003 comparativement à 2002.
Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux

⁶ Par exemple : hébergement, transport aérien de passagers, agences de voyages, restauration.

⁷ Le PIB touristique a diminué de 2,7 % en 2003 alors que l'économie canadienne a crû de 1,7 %.
Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme

⁸ Le taux de change a augmenté de 0,64 \$US en 2002 à 0,71 \$US en 2003 et a ainsi dépassé 0,70 \$US pour la première fois depuis 1997. Il s'agissait aussi de la première augmentation du dollar canadien depuis 1991.

⁹ Recettes touristiques internationales et Principales destinations du monde 2003,
Organisation mondiale du tourisme, juin 2004

Tableau 1.1 Profil des établissements inclus dans le groupe d'enquête par industrie, 2002 et 2003

	HÔTELS	MOTELS	AUTRES ÉTABLISSEMENTS
Nombre moyen de chambres			
2002	161	54	168
2003	161	57	173
Taux d'occupation			
2002	61 %	60 %	69 %
2003	59 %	59 %	65 %
Taux moyen quotidien (TMQ)			
2002	120 \$	72 \$	Sans objet
2003	119 \$	71 \$	Sans objet
Revenu par chambre disponible (RCD)			
2002	73 \$	43 \$	Sans objet
2003	70 \$	42 \$	Sans objet
Marge bénéficiaire d'exploitation			
2002	12 %	23 %	18 %
2003	10 %	21 %	6 %

Les autres établissements d'hébergement¹⁰ ont subi la plus grande baisse des taux d'occupation des trois groupes industriels et enregistré les marges bénéficiaires d'exploitation les plus faibles. La diminution de la demande de ces établissements d'hébergement récréatifs peut s'expliquer, en partie, par le mauvais temps. L'année a été décrite comme « une année de températures extrêmes » partout au pays. Il y a eu des ouragans dans les provinces de l'Atlantique, des tempêtes de vent et des vagues de chaleur estivales au Canada central, une panne d'électricité en Ontario, des sécheresses dans les Prairies et des incendies de forêt en Colombie-Britannique. Des feux de forêt ont également éclaté dans les Territoires du Nord-Ouest durant l'été et provoqué une déclaration d'état d'urgence.¹¹

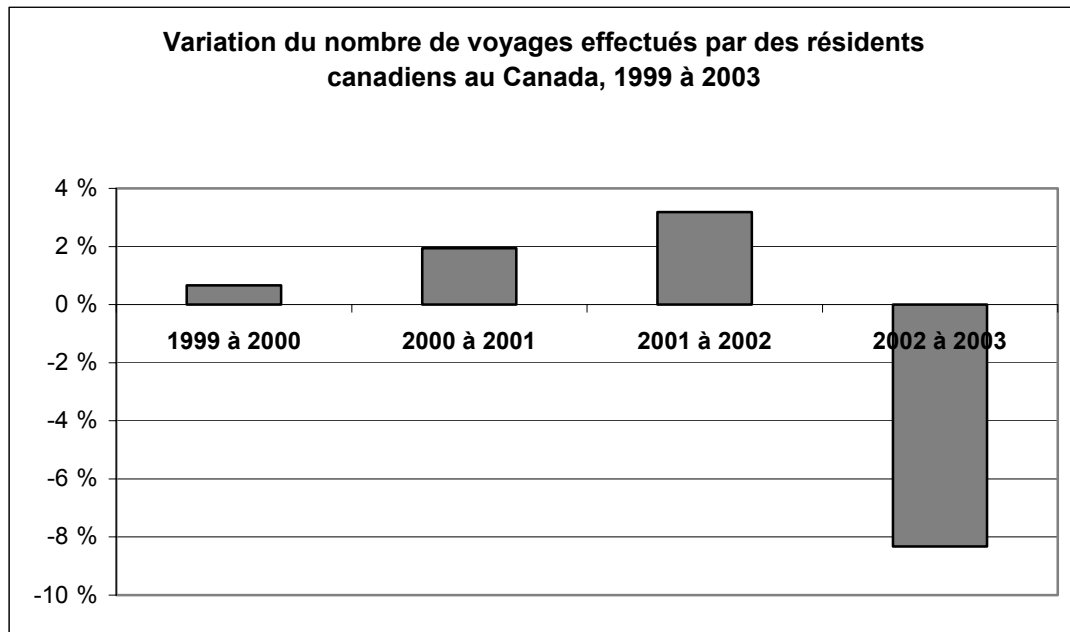
De plus, non seulement le nombre de touristes étrangers au Canada a-t-il baissé en 2003, mais il y a eu également diminution générale du nombre de voyages des Canadiens au pays. Comme le montre la figure 1.2, c'était la première fois depuis 1999 que les Canadiens effectuaient moins de voyages au Canada. Le nombre de voyages faits par les Canadiens a baissé dans toutes les provinces. En fait, il y a même eu diminution du nombre de voyages d'intérêts spéciaux des Canadiens pour visiter des amis et des parents. Les Canadiens ont également fait moins de visites touristiques et ont assisté à un moins grand nombre de manifestations culturelles.¹²

¹⁰ Les autres établissements d'hébergement comprennent les parcs pour véhicules de plaisance et campings (SCIAN 721211), les camps récréatifs et de vacances (SCIAN 721213), les camps de chasse et de pêche (721212), les chalets et cabines sans services (SCIAN 721192), les gîtes touristiques (SCIAN 721191) et les maisons de chambres et pensions de famille (SCIAN 721310)

¹¹ Les dix événements météorologiques les plus marquants en 2003. *La Voix verte. Environnement Canada*

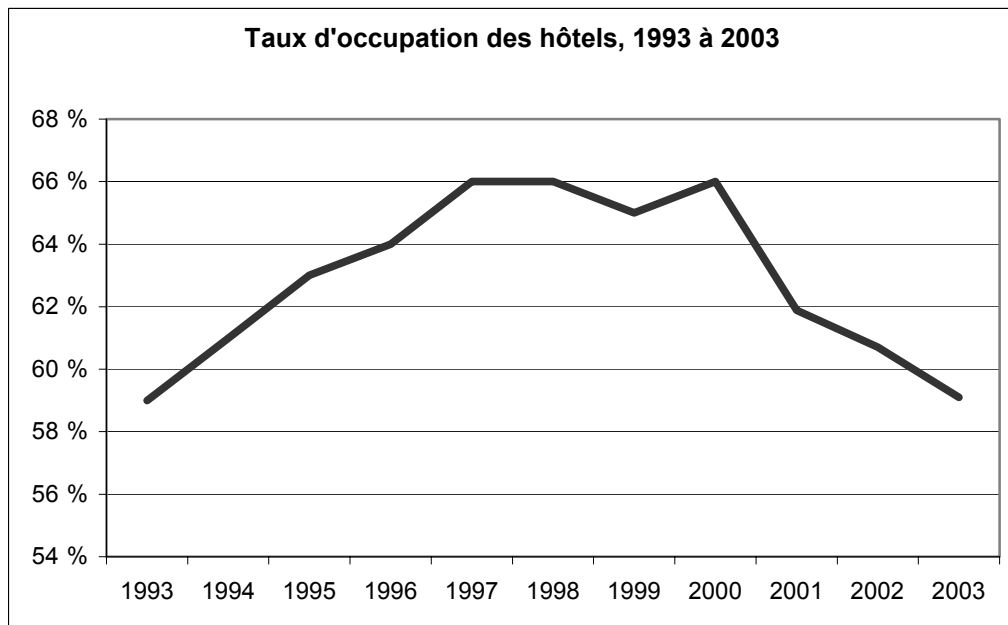
¹² Enquête sur les voyages des Canadiens. *Statistique Canada.*

Figure 1.2 Les canadiens ont fait moins de voyages au Canada pour la première fois en quatre ans



Les taux d'occupation ont chuté dans tous les groupes en 2003, et les hôtels n'ont pas fait exception. Les hôtels ont connu une diminution constante de la demande de chambres et ont enregistré un taux d'occupation de 59 %. C'est la première fois en 10 ans que le taux d'occupation des hôtels descend sous la barre des 60 % (figure 1.3).

Figure 1.3 Les hôtels ont enregistré leur plus faible taux d'occupation en 10 ans

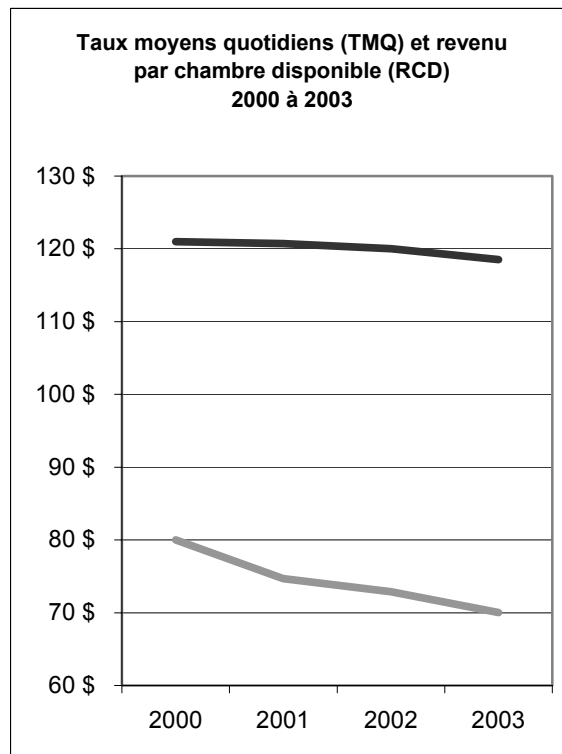


Le taux d'occupation des hôtels suit une tendance à la baisse depuis le début du millénaire (figure 1.3). De 2001 à 2003, le nombre de voyageurs a diminué dans le monde entier. En fait, en 2001, c'était la première fois en près de 20 ans que le nombre total de touristes dans le monde diminuait. Par la suite, le nombre total de touristes dans le monde a diminué encore davantage en 2003 en raison d'une dégringolade du nombre de visiteurs en Asie et en Amérique du Nord. L'Amérique du Nord a été le seul continent à avoir vécu une baisse du nombre de touristes de 2001 à 2003.¹³

Comme l'illustre la figure 1.4, les prix des chambres d'hôtel continuent de baisser selon la mesure des taux moyens quotidiens (TMQ). Cette baisse des tarifs des chambres se traduit par une diminution du revenu par chambre disponible (RCD) et entraîne une baisse des bénéfices d'exploitation. La tendance à la baisse des tarifs d'hôtel peut s'expliquer par le « modèle marchand » ou le « moteur de réservation Internet » et l'augmentation du tourisme en ligne. Il y a eu croissance des tiers distributeurs car les hôtels remettent une partie de leur stock de chambres à des grossistes en ligne qui offrent habituellement ces chambres à des tarifs inférieurs aux tarifs annoncés.

Durant une période de stagnation économique, les hôteliers savent bien qu'ils n'ont d'autre choix que de remettre leur stock de chambres non loués à des tiers distributeurs. Le plus souvent, une fois le stock transféré, l'hôtel n'exerce plus de contrôle sur les tarifs. Le tiers distributeur fixe les tarifs des chambres de manière à en tirer une part de marché, ce qui lui permet de diminuer ou d'augmenter ces tarifs autant qu'il le souhaite. La seule chose que puisse faire l'hôtel à ce stade est d'offrir un rabais encore plus grand ou de transférer d'autres chambres.¹⁴

Figure 1.4 Les tarifs d'hôtel ont suivi une tendance à la baisse



¹³ Source : *Organisation mondiale du tourisme*

¹⁴ E. Brill, *Merchant Model or Web Booking Engine?*, Rapport spécial de Hotel On-line, décembre 2003, www.hotel-online.com

Soixante pour cent des répondants à un récent sondage auprès des hôteliers estiment que la fixation actuelle des prix sur Internet se répercuterait défavorablement sur les tarifs des chambres et entraînerait une diminution de leurs marges bénéficiaires. Étant donné que la distribution des chambres d'hôtel sur le Web représente une importante tendance de l'industrie, un grand nombre de chambres d'hôtel sont annoncées par l'entremise de groupeurs/grossistes en ligne. Si une chambre vacante peut être louée à un prix supérieur au coût, les exploitants d'hôtel n'hésiteront pas à le faire. Toutefois, il a été démontré que cette pratique exerce un effet à la baisse sur les tarifs des chambres. Dans le cas des hôtels qui comptent sur des tiers distributeurs en ligne, seuls les tarifs réduits apparaissent sur le Web et ces tarifs deviennent le tarif annoncé.¹⁵

Résumé

L'industrie des voyages au Canada doit faire face à un certain nombre de difficultés dans un environnement en évolution rapide et de plus en plus technologique. Un des progrès technologiques récents les plus importants, Internet, peut être perçu par certains comme une occasion à saisir et par d'autres comme une menace. Les réseaux de distribution sur Internet influent sur la structure de l'offre et des tarifs des chambres d'hôtel.

La vulnérabilité de l'industrie de l'hébergement des voyageurs a été démontrée en 2003. Le tourisme au Canada a été durement touché par l'incertitude des consommateurs devant les événements mondiaux, la conjoncture économique et les conditions météorologiques. L'industrie canadienne du tourisme a essuyé un certain nombre de revers en raison de la guerre en Irak, de l'appréciation des taux de change et des incertitudes économiques et a connu en 2003 une des pires années de son histoire.

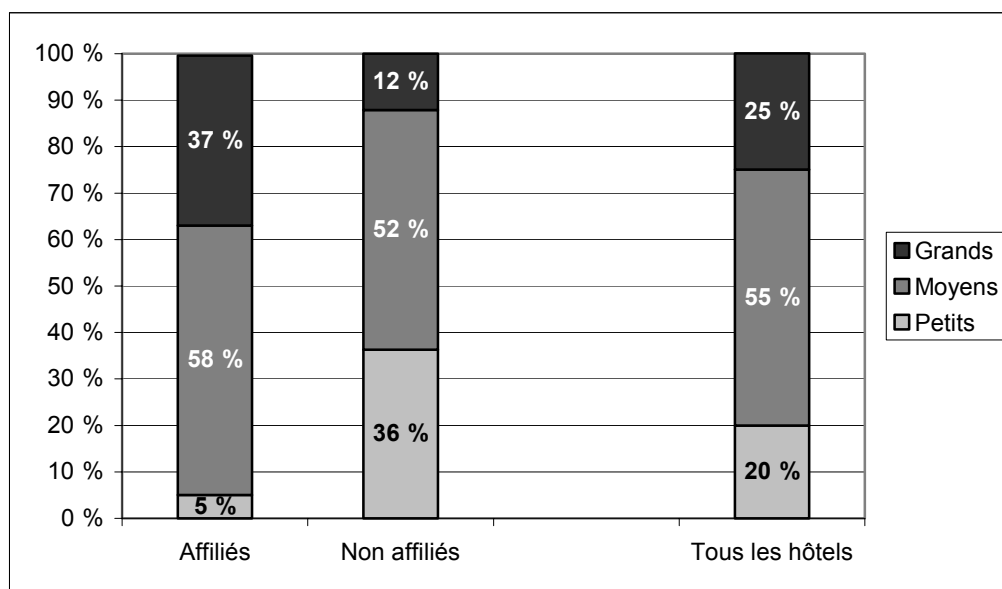
¹⁵ Lynds, C. 'Technology Roundtable' *Hotelier: The Magazine for Hotel Executives*, Kostuch Publications Limited, Toronto, Ontario janvier/février 2003.

Deuxième partie : Profil des hôtels et des motels selon la taille et l'affiliation

Il a été démontré dans des rapports antérieurs¹⁶ que les établissements affiliés à une marque ont de meilleurs résultats que les hôtels qui ne font pas partie d'une chaîne. Les établissements affiliés ont plus de chambres, louent leurs chambres plus cher, ont en général des taux d'occupation plus élevés et sont plus rentables que les établissements indépendants. Est-ce le cas des hôtels et des motels sans égard à la taille?

Un examen plus approfondi des établissements hôteliers selon la taille montre que plus de la moitié des hôtels sondés sont de taille moyenne car ils ont de 50 à 199 chambres. Parmi les hôtels affiliés, 95 % sont de taille moyenne ou de grande taille¹⁷ (figure 2.1). En revanche, la plupart des hôtels non affiliés à une chaîne sont de taille moyenne ou petite¹⁸ (88 %).

Figure 2.1 Les hôtels selon la taille et l'affiliation, 2003



Comme l'illustre la figure 2.2, plus de la moitié des motels sondés sont de petite taille puisqu'ils ont moins de 50 chambres tandis que 42 % sont de taille moyenne et comptent de 50 à 99 chambres. Sur l'ensemble des motels sondés, 1 sur 10 est considéré comme un grand motel, avec plus de 100 chambres.

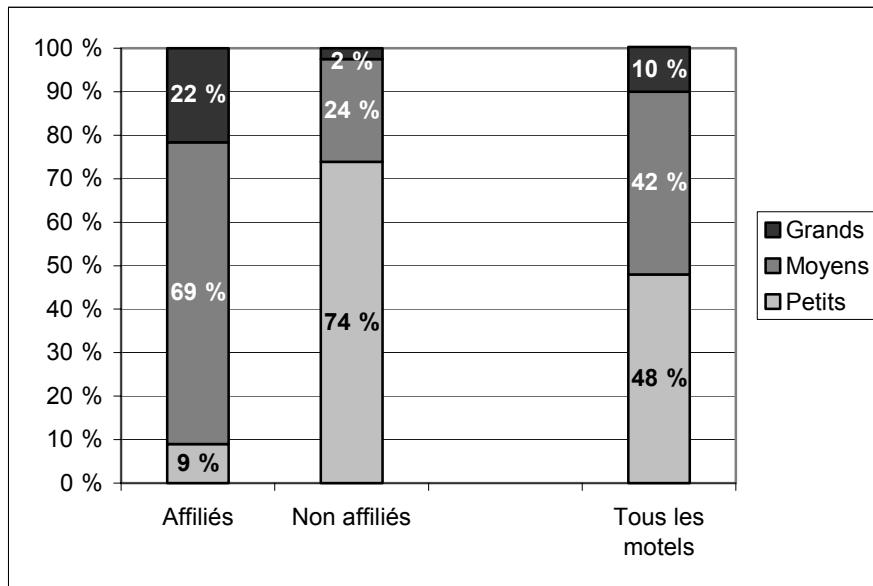
Plus des deux tiers des motels affiliés sont de taille moyenne et ont de 50 à 99 chambres. À l'opposé, près de 3 motels indépendants sondés sur quatre sont petits (figure 2.2).

¹⁶ *Rapports de la CCT sur l'hébergement des voyageurs 2002 et 2001*

¹⁷ *Les grands hôtels sont définis comme des établissements de 200 chambres ou plus.*

¹⁸ *Les petits hôtels ont moins de 50 chambres.*

Figure 2.2 Les motels selon la taille et l'affiliation, 2003



Hôtels et motels de petite taille

Même si un petit établissement est défini comme ayant moins de 50 chambres, le petit hôtel ou motel compte en moyenne moins de 30 chambres (figure 2.1). La plupart de ces établissements ne sont pas affiliés et se retrouvent habituellement dans des régions rurales ou encore le long des grandes routes.

Dans le groupe d'enquête, lorsqu'on compare les hôtels et les motels de cette taille, on constate que les motels ont des taux d'occupation plus élevés (51 %) que les hôtels (46 %), ce qui est partiellement attribuable à la différence de prix de 20 dollars entre les deux (tableau 2.1).

Tableau 2.1 Les petits hôtels et motels selon l'affiliation, 2003

	NOMBRE MOYEN DE CHAMBRES	TAUX MOYEN QUOTIDIEN (TMQ)	REVENU PAR CHAMBRE DISPONIBLE (RCD)	TAUX D'OCCUPATION
Tous les petits hôtels	29	82 \$	37 \$	45 %
Petits hôtels affiliés
Petits hôtels non affiliés	27	79 \$	36 \$	46 %
Tous les petits motels	28	62 \$	32 \$	51 %
Petits motels affiliés
Petits motels non affiliés	27	59 \$	31 \$	51 %

... Données supprimées en raison de l'insuffisance du nombre d'établissements

À part la différence de prix entre les hôtels et motels indépendants, une autre distinction intéressante est leur source de revenus. Le tableau 2.2 montre que les hôtels indépendants tirent une plus grande proportion de leur revenu de la vente d'alcool (36 %) que de la location de chambres (26 %).

Les hôtels indépendants peuvent avoir dans leur établissement un magasin de bière ou d'alcool qui se conforme à la réglementation provinciale sur les licences, comme au Manitoba et en Saskatchewan. En outre, à l'échelle nationale, de nombreux hôtels, en plus d'offrir des chambres, exploitent souvent un restaurant ou un bar.

En revanche, les motels offrent principalement des chambres et de nombreux motels indépendants n'ont pas de restaurant. Par conséquent, les motels non affiliés tirent une bien plus grande partie de leurs revenus de la location de chambres (58 %) que les hôtels non affiliés (26 %).

Tableau 2.2 Répartition du revenu des petits hôtels et motels selon l'affiliation, 2003

	CHAMBRES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
Tous les petits hôtels	28 %	26 %	35 %	2 %	9 %
Petits hôtels affiliés
Petits hôtels non affiliés	26 %	26 %	36 %	2 %	9 %
Tous les petits motels	61 %	16 %	6 %	8 %	9 %
Petits motels affiliés
Petits motels non affiliés	58 %	18 %	6 %	8 %	10 %

... Données supprimées en raison de l'insuffisance des établissements

Les motels tirent le plus gros de leurs revenus de la location de chambres et ils ont proportionnellement moins besoin d'acheter des aliments et boissons que les hôtels pour offrir des repas aux clients. Comme on le voit au tableau 2.3, le coût des marchandises vendues est proportionnellement moins élevé pour les motels (16 %) que pour les hôtels (32 %). En conséquence, les motels ont une marge bénéficiaire plus élevée (15 %) que les hôtels (10 %) dans le groupe des petits établissements.

Tableau 2.3 Répartition des dépenses en proportion des revenus des petits hôtels et motels selon l'affiliation, 2003

	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES VENDUES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	MARGES BÉNÉFICIAIRES D'EXPLOITATION
Tous les petits hôtels	28 %	31 %	9 %	3 %	4 %	17 %	10 %
Petits hôtels affiliés
Petits hôtels non affiliés	28 %	32 %	8 %	2 %	4 %	16 %	10 %
Tous les petits motels	27 %	15 %	12 %	4 %	5 %	21 %	16 %
Petits motels affiliés
Petits motels non affiliés	26 %	16 %	12 %	4 %	5 %	21 %	15 %

... Données supprimées en raison de l'insuffisance des établissements

Hôtels et motels de taille moyenne

La majorité des hôtels sondés, sans égard à l'affiliation, sont de taille moyenne et comptent entre 50 et 199 chambres. Comme pour les motels, ceux qui sont affiliés à une chaîne représentent la majorité des établissements de cette taille.¹⁹

En général, les établissements affiliés ont plus de chambres que les établissements indépendants. Les hôtels affiliés ont 10 chambres de plus que les hôtels non affiliés tandis que les motels affiliés ont 3 chambres de plus que les motels non affiliés (tableau 2.4).

¹⁹ Les motels de taille moyenne ont entre 50 et 99 chambres tandis que les hôtels de taille moyenne compte entre 50 et 199 chambres.

Ces établissements d'hébergement affiliés louent leurs chambres plus cher, touchent des revenus plus élevés par chambre disponible (RCD) et ont des taux d'occupation considérablement plus grands. La demande plus élevée de ces établissements affiliés peut s'expliquer en partie par le fait qu'ils ont un système central de réservation. Le système central de réservation permet de réserver des chambres par l'entremise d'un centre téléphonique sans frais au nom de la chaîne ou d'un site Web de la chaîne. Ce service est commode pour les voyageurs car il facilite les réservations et les confirmations. Un service central de réservation peut également aider les voyageurs à trouver un hôtel ou un motel au centre-ville, en banlieue ou le long d'une grande route.

Tableau 2.4 Les hôtels et les motels de taille moyenne selon l'affiliation, 2003

	NOMBRE MOYEN DE CHAMBRES	TAUX MOYEN QUOTIDIEN (TMQ)	REVENU PAR CHAMBRE DISPONIBLE (RCD)	TAUX D'OCCUPATION
Tous les hôtels moyens	112	94 \$	55 \$	59 %
Hôtels moyens affiliés	116	95 \$	57 \$	61 %
Hôtels moyens non affiliés	106	93 \$	52 \$	55 %
Tous les motels moyens	72	71 \$	43 \$	60 %
Motels moyens affiliés	73	74 \$	47 \$	64 %
Hôtels moyens non affiliés	70	63 \$	33 \$	53 %

Internet a mis beaucoup de pression sur les capacités de réservation des établissements d'hébergement. L'utilisation d'Internet comme outil de réservation est en plein essor, ce qui pose un gros problème aux exploitants indépendants d'hôtels et de motels, qui n'ont pas toujours les ressources suffisantes pour traiter les changements de réservation et de tarif d'hôtel qui viennent avec les nombreux canaux de distribution d'Internet.²⁰

Les hôtels et les motels affiliés ont tiré une plus grande proportion de leurs revenus de la location de chambres tandis que les établissements indépendants ont tiré une plus grande part de leurs revenus de la vente de repas et d'alcool (tableau 2.5).

Tableau 2.5 Répartition du revenu des hôtels et motels de taille moyenne, 2003

	CHAMBRES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
Tous les hôtels moyens	61 %	18 %	13 %	1 %	7 %
Hôtels moyens affiliés	65 %	16 %	12 %	1 %	7 %
Hôtels moyens non affiliés	54 %	21 %	16 %	1 %	7 %
Tous les motels moyens	87 %	4 %	1 %	0 %	7 %
Motels moyens affiliés	96 %	1 %	0 %	0 %	3 %
Hôtels moyens non affiliés	67 %	12 %	3 %	1 %	17 %

Alors que les établissements affiliés ont affiché des marges bénéficiaires d'exploitation plus élevées que les établissements indépendants, ce sont les motels affiliés qui ont réalisé des marges bénéficiaires sensiblement plus élevées que celles des motels non affiliés (tableau 2.6). Les motels affiliés ont enregistré la plus faible part des coûts de main-d'œuvre à 24 % et également une part négligeable du coût des marchandises vendues (1 %). Étant donné que ces établissements ont tiré la quasi-totalité de leurs revenus de la location de chambres (96 %), comme le montre le tableau 2.5, et très peu de revenus de la vente de repas (1 %), ces données n'étonnent pas.

²⁰ Deveau, D., « Get Centered: A Central Reservation System is a Must for Hotels Big and Small », *Hotelier: The Magazine for Hotel Executives*, Kostuch Publications Limited, Toronto, Ontario, janvier/février 2005.

Tableau 2.6 Répartition des dépenses en proportion du revenu des hôtels et motels de taille moyenne selon l'affiliation, 2003

	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES VENDUES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	MARGES BÉNÉFICIAIRES D'EXPLOITATION
Tous les hôtels moyens	31 %	13 %	13 %	4 %	6 %	20 %	13 %
Hôtels moyens affiliés	30 %	12 %	13 %	4 %	6 %	21 %	14 %
Hôtels moyens non affiliés	33 %	16 %	13 %	3 %	5 %	17 %	13 %
Tous les motels moyens	25 %	3 %	13 %	3 %	9 %	23 %	24 %
Motels moyens affiliés	24 %	1 %	13 %	4 %	11 %	19 %	28 %
Hôtels moyens non affiliés	27 %	7 %	12 %	1 %	6 %	31 %	16 %

Hôtels et motels de grande taille

La plupart des grands établissements sondés appartiennent à une chaîne. Même si un grand hôtel se définit comme un établissement de 200 chambres ou plus, le grand hôtel moyen, affilié ou non, comptait bien plus de 300 chambres (tableau 2.7).

Les hôtels affiliés demandaient 139 dollars par nuit et affichaient le taux d'occupation le plus faible de tous les établissements de cette taille. Par ailleurs, les motels affiliés demandaient 81 dollars par nuit et avaient le taux d'occupation le plus élevé à 63 %. Étant donné que la plupart de ces établissements sont situés près d'un aéroport commercial offrant un service régulier de transport de passagers, de nombreux clients cherchent à passer la nuit entre deux correspondances et préféreraient trouver un établissement plus économique.

Tableau 2.7 Grands hôtels et motels selon l'affiliation, 2003

	NOMBRE MOYEN DE CHAMBRES	TAUX MOYEN QUOTIDIEN (TMQ)	REVENU PAR CHAMBRE DISPONIBLE (RCD)	TAUX D'OCCUPATION
Tous les grands hôtels	365	136 \$	82 \$	60 %
Grands hôtels affiliés	374	139 \$	83 \$	60 %
Grands hôtels non affiliés	329	121 \$	75 \$	62 %
Tous les grands motels	124	80 \$	51 \$	63 %
Grands motels affiliés	125	81 \$	51 \$	63 %
Grands motels non affiliés

... Données supprimées en raison de l'insuffisance des établissements

Les hôtels affiliés avaient 45 chambres de plus que les hôtels indépendants et demandaient 18 dollars de plus la nuit. Les hôtels indépendants ont enregistré un taux d'occupation légèrement plus élevé, à 62 %, que les hôtels affiliés (60 %). La demande plus élevée de chambres d'hôtels non affiliés peut aussi s'expliquer par la différence de prix.

Contrairement aux hôtels de taille moyenne, la plupart des grands hôtels offrent des installations semblables, qu'ils soient affiliés ou non, et ont à peu près la même répartition du revenu, comme le montre le tableau 2.8.

Tableau 2.8 Répartition du revenu des hôtels et motels de grande taille, selon l'affiliation, 2003

	CHAMBRES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
Tous les grands hôtels	63 %	21 %	6 %	0 %	10 %
Grands hôtels affiliés	63 %	21 %	6 %	0 %	10 %
Grands hôtels non affiliés	62 %	21 %	7 %	0 %	10 %
Tous les grands motels	87 %	6 %	3 %	0 %	4 %
Grands motels affiliés	87 %	7 %	3 %	0 %	4 %
Grands motels non affiliés

... Données supprimées en raison de l'insuffisance des établissements

Dans le groupe des établissements de cette taille, non seulement les hôtels non affiliés ont-ils enregistré des taux d'occupation plus élevés que les établissements affiliés mais ils ont également touché des marges bénéficiaires d'exploitation légèrement supérieures. Le tableau 2.9 montre que ces données s'expliquent par une proportion moins élevée des coûts de main-d'œuvre et des coûts d'occupation légèrement inférieurs à ceux des hôtels non affiliés.

Les coûts d'occupation comprennent les taxes foncières, l'assurance, le loyer foncier et les services publics.²¹ Puisque les hôtels affiliés ont plus de chambres que les hôtels indépendants, il n'est pas surprenant que les hôtels affiliés aient des taux d'occupation proportionnellement plus élevés que les hôtels non affiliés.

Tableau 2.9 Répartition des dépenses en proportion du revenu des grands hôtels et motels selon l'affiliation, 2003

	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES VENDUES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	MARGES BÉNÉFICIAIRES D'EXPLOITATION
Tous les grands hôtels	37 %	9 %	16 %	4 %	6 %	21 %	8 %
Grands hôtels affiliés	37 %	8 %	16 %	4 %	6 %	21 %	8 %
Grands hôtels non affiliés	34 %	9 %	15 %	3 %	6 %	23 %	9 %
Tous les grands motels	29 %	4 %	16 %	4 %	11 %	18 %	19 %
Grands motels affiliés	28 %	4 %	17 %	4 %	11 %	18 %	18 %
Grands motels non affiliés

... Données supprimées en raison de l'insuffisance des établissements

²¹ Comprennent le chauffage, l'éclairage, l'électricité et l'eau.

Résumé

L'augmentation du nombre de marques dans l'industrie de l'hébergement a donné lieu à une intensification de la concurrence parmi les établissements affiliés. Parallèlement, les établissements d'hébergement non affiliés qui n'ont pas accès à un système de réservation central sont mis au défi d'adopter la technologie d'Internet pour accéder à un système de réservation central et profiter ainsi de systèmes de distribution mondiale.

Le fait que les établissements indépendants de grande taille et de petite taille ont assisté à une hausse de la demande de leurs chambres et enregistré des marges bénéficiaires d'exploitation plus élevées peut être principalement attribué aux différences de prix. En moyenne, les grands et petits établissements appartenant à une chaîne ont demandé par nuit 20 dollars de plus que les établissements indépendants.

Ce chapitre avait pour objectif de déterminer si les établissements affiliés ont obtenu de meilleurs résultats que les établissements non affiliés, sans égard à la taille. Nous avons constaté que seuls les établissements de taille moyenne appartenant à une chaîne obtiennent un meilleur rendement que les établissements indépendants. Parmi les établissements de taille moyenne, la différence de prix entre les établissements affiliés et non affiliés était inférieure à 10 dollars. En outre, le fait que les établissements affiliés avaient accès à un système de réservation central et étaient branchés à des sites Web de distribution mondiale et de tourisme donne à ces établissements un avantage concurrentiel sur les établissements indépendants. Souvent, les exploitants indépendants n'ont pas les ressources suffisantes pour traiter les fréquents changements de réservation et de tarif d'hôtel qu'impose le système de distribution sur Internet.

Troisième partie :

La diversité régionale des campings et pourvoiries

Dans cet article, nous examinons la diversité de deux industries, les campings²² et les pourvoiries²³. Les résultats s'appuient sur un groupe d'établissements sondés qui ont répondu à l'Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs 2003.²⁴

Les parcs pour véhicules de plaisance et campings (SCIAN 721211) comprennent les établissements qui exploitent des terrains, avec ou sans services, destinés à héberger les campeurs et leur équipement²⁵ ainsi que les parcs pour caravanes, les campings, les parcs pour véhicules de plaisance, les terrains de camping pour touristes et les camps pour touristes. (Sont exclus de ces types de camps les campings fédéraux, provinciaux et municipaux.)

Les campings comprennent aussi les camps récréatifs et de vacances (SCIAN 721213). Ces établissements exploitent des camps récréatifs d'hébergement comme les camps pour enfants, les camps de vacances familiaux et les camps d'aventure de plein air qui offrent des randonnées équestres, des descentes en eau vive, des excursions pédestres et autres activités similaires. Ces établissements offrent souvent des cabines et des emplacements de camping avec commodités comme des services de restauration, des installations et de l'équipement récréatifs ainsi que des activités de loisir organisées.

Les pourvoiries (SCIAN 721212) sont des établissements qui exploitent des camps de chasse et de pêche. Ces établissements offrent souvent un large éventail de services, notamment l'accès à des camps éloignés ou à des cabines sans services, des repas et des guides. Ils peuvent également fournir le transport jusqu'aux installations et vendre de la nourriture, des boissons et des fournitures de chasse et de pêche. Au Canada, la chasse se fait par exemple au gibier à plumes, au chevreuil, à l'orignal et au caribou. Le grand brochet, la truite grise, l'achigan, l'omble de fontaine et la pêche à la mouche font partie des expériences de pêche offertes.

Où se trouvent la plupart des campings et des pourvoiries?

D'après les résultats obtenus du groupe d'enquête 2003, les deux tiers des pourvoiries au Canada se trouvent en région éloignée accessible uniquement par avion et dans des endroits où l'on peut se rendre en voiture ou en autobus. D'autre part, les campings se trouvent principalement (63 %) en milieu rural. Certains campings sont également situés en périphérie d'une ville²⁶ (17 %) tandis que d'autres se trouvent le long de la grande route (15 %).

²² Parcs pour véhicules de plaisance et campings (SCIAN 721211) et camps récréatifs et de vacances (SCIAN 721213).

²³ Camps de chasse et de pêche (SCIAN 721212).

²⁴ Les parcs pour véhicules de plaisance et les camps récréatifs représentaient 50 % du groupe d'établissements sondés tandis que 30 % étaient constitués de camps de chasse et de pêche dans la strate d'échantillon « autres établissements d'hébergement ». Les autres 20 % d'établissements du groupe des autres établissements d'hébergement comprenaient des gîtes touristiques (SCIAN 721191), des chalets et cabines sans services (SCIAN 721192) et des maisons de chambres et pensions de famille (SCIAN 721310).

²⁵ Y compris les tentes, tentes remorques, roulottes et véhicules de plaisance.

²⁶ Banlieues.

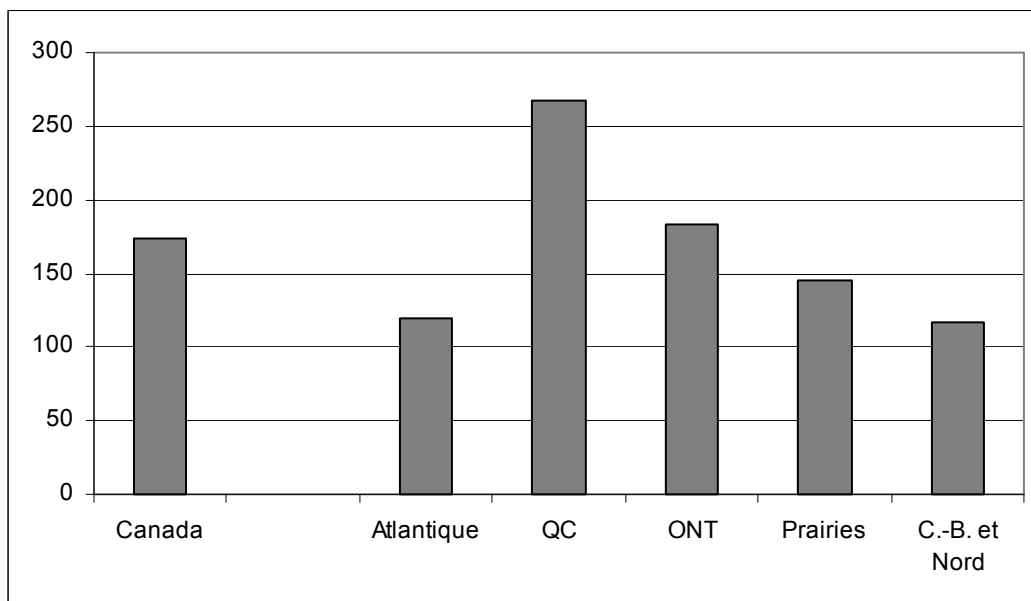
Perspective régionale

Selon les caractéristiques et les indicateurs de rendement, il y a une diversité régionale dans les campings et les pourvoiries.²⁷ Nous examinerons les caractéristiques suivantes des deux industries : nombre moyen d'unités d'hébergement, taux d'occupation, clientèle, répartitions des revenus et des dépenses et bénéfices d'exploitation.

Le Québec a les plus grands campings et pourvoiries

La figure 3.1 montre que les campings dans la région de l'Atlantique et dans l'Ouest sont plus petits que ceux du Canada central. Le camping moyen au Québec est de loin le plus grand du pays avec 267 unités d'hébergement, suivi du camping ontarien avec 183 unités d'hébergement.

Figure 3.1 Campings, Nombre moyen d'unités d'hébergement par région, 2003

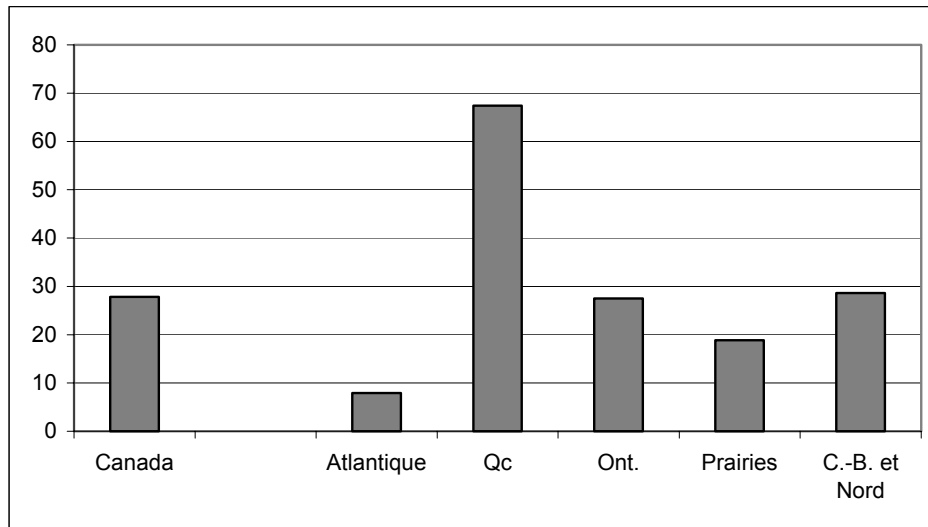


Le Québec a aussi les plus grands camps de chasse et de pêche

En général, les camps de chasse et de pêche ont moins de 30 unités d'hébergement, sauf au Québec. En 2003, les pourvoiries au Québec comptaient le plus grand nombre d'unités d'hébergement (67) tandis que les pourvoiries de la région de l'Atlantique étaient les plus petites avec moins de 10 unités d'hébergement (figure 3.2).

²⁷ En raison du faible nombre d'établissements dans les provinces de l'Est, les données sur Terre-Neuve, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick ont été regroupées pour présenter l'information sur la région de l'Atlantique. Les données sur le Manitoba, la Saskatchewan et l'Alberta ont aussi été regroupées pour former la région des Prairies alors que les données sur les territoires (Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut) sont incluses dans les données sur la C.-B. et le Nord.

Figure 3.2 Pourvoiries, Nombre moyen d'unités d'hébergement par région, 2003

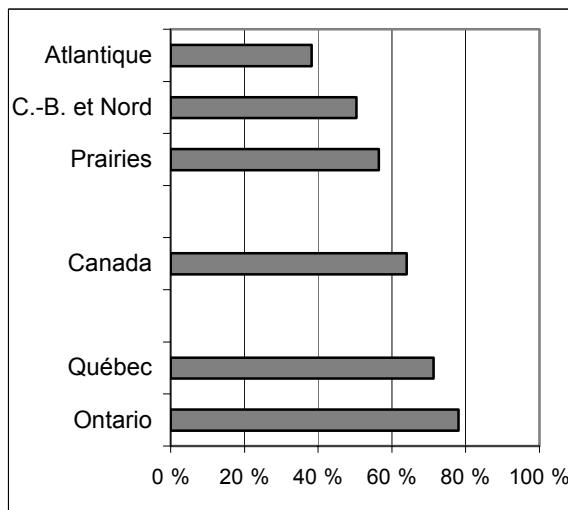


Les campings des provinces centrales ont des taux d'occupation plus élevés que ceux de l'Est et de l'Ouest canadiens

Les campings en Ontario étaient plus en demande que ceux de toutes les autres provinces. Le Québec venait au deuxième rang, comme le montre la figure 3.3. Les campings de la région de l'Atlantique et des provinces de l'Ouest avaient les taux d'occupation les plus faibles. Cette demande de campings se présentait comme en 2002, le Canada central affichant des taux d'occupation beaucoup plus élevés que ceux des provinces côtières.

La demande de campings a diminué dans toutes les provinces en 2003 comparativement à 2002. Les conditions météorologiques ont eu une certaine influence sur cette baisse. Il y a eu des ouragans dans les provinces de l'Atlantique, des tempêtes de vent au Canada central, des sécheresses dans les Prairies et des incendies de forêt dans l'Ouest.²⁸

Figure 3.3 Taux d'occupation des campings par région, 2003

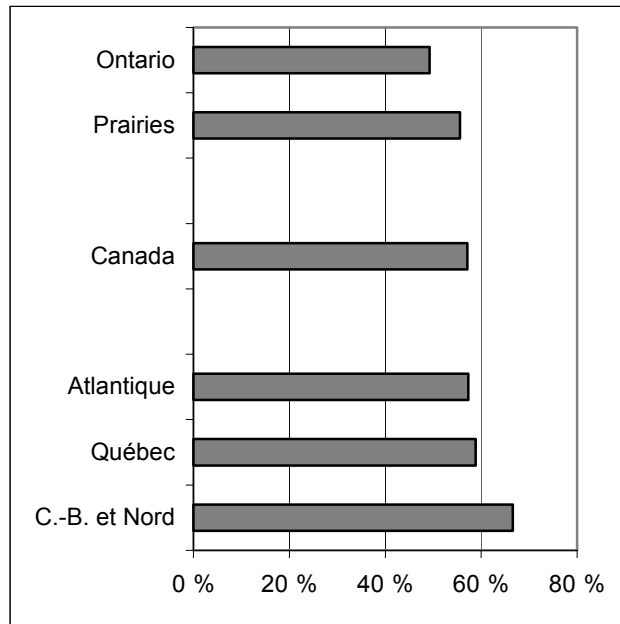


²⁸ Les dix événements météorologiques les plus marquants en 2003. *La Voix verte*. Environnement Canada

Les pourvoires de C.-B. et du Nord ont enregistré la plus forte demande

Les pourvoires de C.-B. et du Nord étaient les plus en demande et ont affiché les taux d'occupation les plus élevés, suivies du Québec, comme l'illustre la figure 3.4. Toutes les régions ont subi une diminution de la demande de camps de chasse et de pêche, en particulier l'Ontario. L'Ontario a enregistré le deuxième taux d'occupation en 2002²⁹ et a fait face à la plus faible demande de pourvoires en 2003. Cette diminution est probablement attribuable à la panne d'électricité en Ontario ainsi qu'aux mises en garde publiques en matière de santé. En fait, l'Ontario a connu l'une des baisses les plus grandes du nombre de voyageurs canadiens et étrangers en 2003 par rapport à la moyenne nationale.³⁰

Figure 3.4 Taux d'occupation des pourvoires par région, 2003



Le tableau 3.2 montre que les campings dans les Prairies, la région de l'Atlantique et au Québec ont tiré 90 % de leurs revenus des voyageurs canadiens. Les campings de Colombie-Britannique et des Territoires ont tiré environ un tiers de leurs revenus des visiteurs étrangers.

²⁹ La C.-B. et le Nord ont une fois de plus affiché le taux d'occupation des pourvoires le plus élevé en 2002.

³⁰ Le nombre de voyages effectués par des Canadiens en Ontario a diminué de 11,52 % comparativement à une baisse de 8,3 % de la moyenne nationale tandis que le nombre de voyages effectués par des visiteurs étrangers en Ontario a chuté de 16,6 % comparativement à la moyenne canadienne (-13,3 %). *Enquête sur les voyages des Canadiens et Enquête sur les voyages internationaux*, Statistique Canada.

Tableau 3.2 Clientèle des campings et des pourvoires par région, 2003

	CANADIENS	ÉTRANGERS
Campings		
Canada	87 %	13 %
Atlantique	90 %	10 %
Qc	94 %	6 %
Ont.	88 %	12 %
Prairies	92 %	8 %
C.-B. et Nord	66 %	34 %
Pourvoires		
Canada	36 %	64 %
Atlantique	75 %	25 %
Qc	61 %	39 %
Ont.	25 %	75 %
Prairies	34 %	66 %
C.-B. et Nord	25 %	75 %

La clientèle des pourvoires variait selon la région. La majorité des revenus en Ontario et dans les provinces de l'Ouest et du Nord ont été produits par des visiteurs étrangers. Ce fut l'inverse pour les pourvoires de la région de l'Atlantique et du Québec, qui ont tiré une grande partie de leurs revenus de voyageurs canadiens (tableau 3.2).

Les forfaits-vacances ont représenté une importante proportion des revenus touchés par les campings du Québec (36 %) et de l'Ontario (33 %). Les revenus tirés de la location d'unités d'hébergement au Québec et en Ontario étaient parmi les plus faibles de tous les campings du Canada à 41 % et 33 % respectivement. Les campings de Colombie-Britannique ont tiré le plus gros de leurs revenus de la location d'unités d'hébergement (64 %). La vente de marchandises dans les provinces de l'Atlantique a été la plus importante de toutes les régions à 24 % des revenus d'exploitation (tableau 3.3).

Tableau 3.3 Répartition du revenu des campings et des pourvoires par région, 2003

CAMPINGS	CANADA	ATLANTIQUE	Qc	ONT.	PRAIRIES	C.-B. ET NORD
Unités d'hébergement	41 %	54 %	41 %	33 %	46 %	64 %
Forfaits-vacances	28 %	8 %	36 %	31 %	16 %	16 %
Repas	4 %	3 %	8 %	2 %	6 %	2 %
Alcool	1 %	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Marchandises	14 %	24 %	3 %	22 %	11 %	6 %
Services	5 %	2 %	7 %	5 %	3 %	3 %
Autres revenus	7 %	9 %	4 %	7 %	18 %	8 %
POURVOIRES	CANADA	ATLANTIQUE	Qc	ONT.	PRAIRIES	C.-B. ET NORD
Unités d'hébergement	5 %	7 %	6 %	14 %	2 %	0 %
Forfaits-vacances	81 %	81 %	80 %	59 %	91 %	94 %
Repas	2 %	5 %	1 %	5 %	0 %	1 %
Alcool	1 %	0 %	2 %	1 %	0 %	0 %
Marchandises	3 %	0 %	4 %	6 %	3 %	2 %
Services	1 %	0 %	1 %	3 %	1 %	1 %
Autres revenus	5 %	6 %	5 %	12 %	4 %	3 %

L'importance des forfaits-vacances en proportion des revenus d'exploitation des camps de chasse et de pêche a varié selon les régions (tableau 3.3). Les pourvoires de Colombie-Britannique et des Territoires ont tiré la plus grande partie de leurs revenus de la vente de forfaits-vacances (94 %), suivies des pourvoires des Prairies (91 %).

Du côté des bénéficiaires, les pourvoires ont enregistré des bénéficiaires d'exploitation plus élevés que ceux des campings dans les provinces de l'Est et les Prairies. En fait, les campings des Prairies ont essuyé des pertes (2 %) en raison principalement de leur part relativement élevée des coûts de main-d'œuvre (40 %), des coûts d'occupation et des autres dépenses. Seuls les campings de Colombie-Britannique et des Territoires ont affiché un rendement supérieur à celui des pourvoires (tableau 3.4).

Tableau 3.4 Dépenses choisies des campings et des pourvoires par région, 2003

CAMPINGS	CANADA	ATLANTIQUE	QC	ONT.	PRAIRIES	C.-B. ET NORD
Main-d'œuvre	35 %	29 %	43 %	32 %	40 %	29 %
Coût des marchandises	18 %	21 %	13 %	26 %	14 %	8 %
Coûts d'occupation	12 %	14 %	12 %	9 %	15 %	18 %
Publicité	2 %	2 %	3 %	1 %	2 %	2 %
Amortissement et intérêt	6 %	8 %	5 %	6 %	7 %	8 %
Autres dépenses	22 %	21 %	20 %	21 %	29 %	23 %
Bénéfice d'exploitation	4 %	6 %	3 %	6 %	-7 %	12 %
POURVOIRES	CANADA	ATLANTIQUE	QC	ONT.	PRAIRIES	C.-B. ET NORD
Main-d'œuvre	25 %	37 %	23 %	27 %	25 %	24 %
Coût des marchandises	17 %	11 %	16 %	18 %	18 %	19 %
Coûts d'occupation	6 %	9 %	7 %	7 %	6 %	5 %
Publicité	5 %	4 %	3 %	5 %	5 %	5 %
Amortissement et intérêt	7 %	9 %	7 %	8 %	7 %	4 %
Autres dépenses	34 %	20 %	37 %	29 %	32 %	40 %
Bénéfice d'exploitation	6 %	10 %	7 %	6 %	8 %	2 %

Les pourvoires de Colombie-Britannique et des Territoires ont assumé des coûts des marchandises vendues plus élevés en proportion de leurs revenus d'exploitation que les campings. Les pourvoires de Colombie-Britannique et du Nord ont également affiché la proportion des autres dépenses la plus élevée de toutes les régions; ces autres dépenses sont liées principalement à une augmentation des coûts de carburant. Les coûts en carburant sont importants pour le transport aérien des clients vers les camps éloignés et jouent un rôle important dans l'exploitation des camps de chasse et de pêche, en particulier en Colombie-Britannique, au Yukon, dans les Territoires du Nord-Ouest et au Nunavut, où les distances jusqu'aux camps éloignés peuvent être longues (tableau 3.4).

Résumé

Dans une perspective régionale, le Québec avait les campings et les pourvoiries les plus grands. Dans la plupart des cas, la demande de campings et de pourvoiries a diminué en 2003 par rapport à 2002. Cette diminution de la demande d'hébergement récréatif peut s'expliquer en partie par les mauvaises conditions météorologiques au pays. La baisse générale du nombre de voyages effectués par des Canadiens et des étrangers au Canada en 2003 représente un autre facteur qui a contribué à cette diminution. La baisse du nombre de visiteurs étrangers en 2003 est probablement attribuable à la guerre en Irak, au SRAS et à l'appréciation du dollar canadien.

Les voyages au Canada par des résidents canadiens ont chuté de 8,3 % en 2003 pour s'établir à 172,2 millions de voyages après avoir atteint un sommet, en six ans, de 187,9 millions de voyages en 2002. Dans l'ensemble, les voyages intérieurs ont représenté environ quatre voyages sur cinq au Canada en 2003. Les voyages d'agrément et les visites à des amis et parents ont représenté environ trois voyages intérieurs sur quatre et ont diminué de 9,5 % et de 6,0 % respectivement.

La demande de campings et de pourvoiries a varié selon les régions et s'est révélée sensible non seulement à la conjoncture économique mais également aux différences de paysage et aux conditions météorologiques défavorables. Les campings ont eu tendance à tirer le plus gros de leurs revenus des voyageurs canadiens alors que ce fut l'inverse pour les camps de chasse et de pêche. À l'exception de celles des provinces de l'Atlantique et du Québec, les pourvoiries ont tiré la plus grande partie de leurs revenus des visiteurs étrangers.

Dans la plupart des cas, les pourvoiries ont enregistré des marges bénéficiaires supérieures à celles des campings. Ces résultats sont attribuables à la proportion moins élevée des coûts de main-d'œuvre et d'occupation comme part des revenus touchés par les camps de chasse et de pêche comparativement aux campings. Seuls les campings de Colombie-Britannique et des Territoires ont enregistré des marges bénéficiaires supérieures à celles des pourvoiries, ce qui s'explique par la proportion relativement élevée des autres dépenses, elle-même attribuable à la hausse des coûts du carburant.

Annexe A : Tableaux

Profil des hôtels et auberges routières inclus dans le groupe d'enquête, selon la taille, 2003

	GRUPE D'ENQUÊTE	NOMBRE MOYEN DE CHAMBRES	NOMBRE MOYEN D'EMPLOYÉS	TAUX D'OCCUPATION	TMQ	RCD	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	686	155	106	59 %	124 \$	72 \$	10 %
Petits	20 %	29	34	46 %	97 \$	45 \$	9 %
Moyens	55 %	110	73	58 %	98 \$	57 \$	12 %
Grands	25 %	363	239	60 %	142 \$	85 \$	9 %

Répartition du revenu des hôtels et auberges routières par type de services, selon la taille, 2003

TAILLE	CHAMBRES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
CANADA	60 %	21 %	9 %	1 %	10 %
Petits	31 %	26 %	28 %	2 %	13 %
Moyens	59 %	19 %	12 %	1 %	10 %
Grands	62 %	21 %	6 %	0 %	10 %

Dépenses choisies des hôtels et auberges routières en pourcentage du revenu total, selon la taille, 2003

TAILLE	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
Canada	35 %	11 %	14 %	4 %	6 %	20 %	10 %
Petits	31 %	27 %	9 %	3 %	4 %	17 %	9 %
Moyens	33 %	13 %	12 %	4 %	6 %	20 %	12 %
Grands	36 %	9 %	15 %	4 %	6 %	20 %	9 %

Répartition des revenus d'hébergement des hôtels et auberges routières selon le type de clients et la taille, 2003

TAILLE	CANADIENS	MÉNAGES	AFFAIRES	GOUVERNEMENT	ÉTRANGERS
CANADA	76 %	29 %	39 %	8 %	24 %
Petits	87 %	47 %	30 %	10 %	13 %
Moyens	81 %	35 %	37 %	10 %	19 %
Grands	73 %	26 %	40 %	8 %	27 %

Profil des motels inclus dans le groupe d'enquête, selon la taille, 2003

TAILLE	GROUPE D'ENQUÊTE	NOMBRE MOYEN DE CHAMBRES	NOMBRE MOYEN D'EMPLOYÉS	TAUX D'OCCUPATION	TMQ	RCD	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	272	57	11	59 %	71 \$	42 \$	21 %
Petits	47 %	28	12	51 %	62 \$	32 \$	16 %
Moyens	42 %	72	10	60 %	71 \$	43 \$	24 %
Grands	10 %	124	12	63 %	80 \$	51 \$	19 %

Répartition du revenu selon le type de motels et la taille, 2003

	CHAMBRES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
CANADA	81 %	8 %	3 %	2 %	7 %
Petits	61 %	16 %	6 %	8 %	9 %
Moyens	87 %	4 %	1 %	0 %	7 %
Grands	87 %	6 %	3 %	0 %	3 %

Dépenses choisies des motels en pourcentage du revenu total, selon la taille, 2003

	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	26 %	6 %	14 %	4 %	9 %	21 %	21 %
Petits	27 %	15 %	12 %	4 %	5 %	21 %	16 %
Moyens	25 %	3 %	13 %	3 %	9 %	23 %	24 %
Grands	29 %	4 %	16 %	4 %	11 %	18 %	19 %

Répartition du revenu d'hébergement des motels selon le type de clients et la taille, 2003

	CANADIENS	MÉNAGES	AFFAIRES	GOUVERNEMENT	ÉTRANGERS
CANADA	90 %	41 %	41 %	7 %	10 %
Petits	85 %	43 %	37 %	6 %	15 %
Moyens	92 %	35 %	49 %	8 %	8 %
Grands	95 %	43 %	37 %	10 %	15 %

Profil des autres établissements d'hébergement inclus dans le groupe d'enquête, selon la taille, 2003

TAILLE	GROUPE D'ENQUÊTE	NOMBRE MOYEN D'UNITÉS D'HÉBERGEMENT	NOMBRE MOYEN D'EMPLOYÉS	TAUX D'OCCUPATION	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	409	112	25	65 %	6 %
Petits	48 %	18	20	62 %	4 %
Moyens	34 %	106	23	60 %	1 %
Grands	17 %	392	46	69 %	12 %

Répartition du revenu des autres établissements d'hébergement selon le type de services et la taille, 2003

TAILLE	CHAMBRES	FORFAITS-VACANCES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
CANADA	28 %	50 %	4 %	1 %	8 %	9 %
Petits	17 %	59 %	5 %	1 %	9 %	9 %
Moyens	35 %	46 %	5 %	2 %	6 %	6 %
Grands	37 %	42 %	2 %	0 %	8 %	11 %

Dépenses choisies des autres établissements d'hébergement en pourcentage du revenu total, selon la taille, 2003

TAILLE	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	30 %	18 %	10 %	3 %	6 %	24 %	6 %
Petits	29 %	21 %	8 %	4 %	7 %	23 %	4 %
Moyens	30 %	12 %	12 %	3 %	6 %	29 %	1 %
Grands	30 %	18 %	11 %	2 %	6 %	21 %	12 %

Répartition du revenu d'hébergement des autres établissements d'hébergement par type de clients, selon la taille, 2003

TAILLE	CANADIENS	MÉNAGES	AFFAIRES ET GOUVERNEMENT	ÉTRANGERS
CANADA	80 %	72 %	8 %	20 %
Petits	65 %	59 %	6 %	35 %
Moyens	85 %	73 %	12 %	15 %
Grands	85 %	80 %	5 %	15 %

Profil des hôtels et auberges routières inclus dans le groupe d'enquête, par province, 2003

PROVINCE	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS DANS LE GROUPE D'ENQUÊTE	NOMBRE TOTAL DE CHAMBRES	NOMBRE MOYEN DE CHAMBRES	TAUX D'OCCUPATION	TMQ	RCD	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	686	106 429	155	59 %	124 \$	72 \$	10 %
T.-N.	19	1 629	86	61 %	101 \$	62 \$	19 %
Î.-P.-É.	12	922	77	49 %	100 \$	49 \$	5 %
N.-É.	38	5 000	132	62 %	112 \$	69 \$	11 %
N.-B.	31	2 998	97	58 %	95 \$	55 \$	12 %
Qc	105	17 143	163	57 %	142 \$	81 \$	7 %
Ont.	153	32 487	212	58 %	128 \$	74 \$	9 %
Man.	50	4 452	89	61 %	86 \$	53 \$	7 %
Sask.	46	4 979	108	57 %	85 \$	49 \$	12 %
Alb.	92	16 456	179	60 %	124 \$	75 \$	15 %
C.-B.	119	19 048	160	59 %	132 \$	78 \$	11 %
Yukon	11	825	75	55 %	65 \$	36 \$	11 %
T.N.-O.	x	x	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x	x	x

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Profil des motels inclus dans le groupe d'enquête, par province, 2003

PROVINCE	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS DANS LE GROUPE D'ENQUÊTE	NOMBRE TOTAL DE CHAMBRES	NOMBRE MOYEN DE CHAMBRES	TAUX D'OCCUPATION	TMQ	RCD	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	272	15 417	57	59 %	71 \$	42 \$	21 %
T.-N.	x	x	x	x	x	x	x
Î.-P.-É.	11	407	37	48 %	48 \$	23 \$	25 %
N.-É.	27	1 086	40	54 %	69 \$	37 \$	21 %
N.-B.	17	787	46	63 %	74 \$	46 \$	23 %
Qc	45	3 287	73	66 %	71 \$	47 \$	21 %
Ont.	77	4 934	64	60 %	76 \$	46 \$	22 %
Man.	x	414	69	60 %	63 \$	38 \$	23 %
Sask.	14	804	57	51 %	65 \$	33 \$	11 %
Alb.	25	1 270	51	55 %	69 \$	38 \$	23 %
C.-B.	40	1 912	48	54 %	68 \$	37 \$	17 %
Yukon	x	x	x	x	x	x	x
T.N.-O.	x	x	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x	x	x

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Profil des autres établissements d'hébergement inclus dans le groupe d'enquête, par province, 2003

PROVINCE	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS DANS LE GROUPE D'ENQUÊTE	NOMBRE TOTAL D'UNITÉS D'HÉBERGEMENT	NOMBRE MOYEN DE CHAMBRES	TAUX D'OCCUPATION	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	409	45 972	112	65 %	6 %
T.-N.	26	623	24	33%	12 %
Î.-P.-É.	x	x	x	x	x
N.-É.	20	1 682	84	40 %	8 %
N.-B.	24	1 935	81	42 %	5 %
Qc	75	15 101	201	70 %	5 %
Ont.	93	11 394	123	76 %	9 %
Man.	33	1 769	54	64 %	0 %
Sask.	28	1 475	53	56 %	15 %
Alb.	34	6 235	183	64 %	8 %
C.-B.	52	4 354	84	59 %	0 %
Yukon	x	x	x	x	x
T.N.-O.	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Répartition du revenu des hôtels et auberges routières par type de services et par province, 2003

	CHAMBRES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
CANADA	60 %	21 %	9 %	1%	10%
T.-N.	63 %	22 %	7 %	1 %	7 %
Î.-P.-É	68 %	22 %	5 %	0 %	6 %
N.-É.	71 %	16 %	5 %	1 %	7 %
N.-B.	65 %	25 %	5 %	0 %	5 %
Qc	61 %	21 %	7 %	0 %	9 %
Ont.	61 %	20 %	6 %	0 %	12 %
Man.	39 %	19 %	29 %	2 %	11 %
Sask.	55 %	20 %	17 %	2 %	7 %
Alb.	56 %	23 %	10 %	1 %	10 %
C.-B.	61 %	19 %	10 %	1 %	9 %
Yukon	50 %	31 %	11 %	4 %	4 %
T.N.-O.	x	x	x	x	X
Nun.	x	x	x	x	X

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Répartition des dépenses des hôtels et auberges routières en proportion du revenu, par province, 2003

	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	35 %	11 %	14 %	4 %	6 %	20 %	10 %
T.-N.	36 %	11 %	9 %	4 %	6 %	16 %	19 %
Î.-P.-É	35 %	11 %	17 %	4 %	5 %	23 %	5 %
N.-É.	33 %	8 %	14 %	3 %	7 %	23 %	11 %
N.-B.	33 %	12 %	17 %	3 %	4 %	20 %	12 %
Qc	39 %	10 %	14 %	4 %	6 %	21 %	7 %
Ont.	36 %	9 %	15 %	4 %	7 %	20 %	9 %
Man.	26 %	24 %	11 %	4 %	5 %	23 %	7 %
Sask.	31 %	17 %	15 %	3 %	4 %	17 %	12 %
Alb.	32 %	12 %	12 %	3 %	7 %	19 %	15 %
C.-B.	37 %	11 %	13 %	4 %	6 %	19 %	11 %
Yukon	33 %	18 %	11 %	2 %	10 %	16 %	11 %
T.N.-O.	x	x	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x	x	x

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Répartition du revenu des motels par type de services et par province, 2003

	CHAMBRES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
CANADA	81 %	8 %	3 %	2 %	7 %
T.-N.	x	x	x	x	x
Î.-P.-É	78 %	10 %	3 %	0 %	8 %
N.-É.	83 %	12 %	1 %	2 %	1 %
N.-B.	71 %	13 %	1 %	3 %	12 %
Qc	84 %	6 %	2 %	1 %	6 %
Ont.	87 %	5 %	1 %	4 %	3 %
Man.	97 %	0 %	1 %	0 %	1 %
Sask.	61 %	12 %	11 %	2 %	15 %
Alb.	74 %	13 %	7 %	0 %	5 %
C.-B.	77 %	3 %	2 %	0 %	17 %
Yukon	x	x	x	x	x
T.N.-O.	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x

Répartition des dépenses des motels en proportion du revenu, par province, 2003

	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	BÉNÉFICE D'EXPLOITATION
CANADA	26 %	6 %	14 %	4 %	9 %	21 %	21 %
T.-N.	x	x	x	x	x	x	x
Î.-P.-É	26 %	6 %	12 %	3 %	7 %	20 %	25 %
N.-É.	29 %	6 %	13 %	3 %	10 %	18 %	21 %
N.-B.	23 %	9 %	10 %	12 %	8 %	15 %	23 %
Qc	30 %	4 %	14 %	3 %	9 %	19 %	21 %
Ont.	24 %	5 %	15 %	4 %	10 %	19 %	22 %
Man.	26 %	0 %	19 %	3 %	11 %	18 %	23 %
Sask.	30 %	12 %	11 %	2 %	6 %	27 %	11 %
Alb.	26 %	8 %	13 %	2 %	7 %	21 %	23 %
C.-B.	23 %	3 %	12 %	2 %	8 %	35 %	7 %
Yukon	x	x	x	x	x	x	x
T.N.-O.	x	x	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x	x	x

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Répartition du revenu des autres établissements d'hébergement par type de services et par province, 2003

	UNITÉS D'HÉBERGEMENT	FORFAITS-VACANCES	REPAS	ALCOOL	MARCHANDISES	SERVICES
CANADA	28 %	50 %	4 %	1 %	8 %	9 %
T.-N.	14 %	73 %	1 %	0 %	5 %	7 %
Î.-P.-É	x	x	x	x	x	x
N.-É.	52 %	3 %	5 %	1 %	27 %	12 %
N.-B.	57 %	13 %	11 %	2 %	13 %	4 %
Qc	30 %	51 %	6 %	1 %	3 %	9 %
Ont.	31 %	38 %	3 %	1 %	15 %	12 %
Man.	8 %	79 %	1 %	1 %	4 %	7 %
Sask.	14 %	70 %	1 %	1 %	5 %	9 %
Alb.	24 %	58 %	7 %	0 %	5 %	6 %
C.-B.	31 %	56 %	3 %	3 %	3 %	4 %
Yukon	x	x	x	x	x	x
T.N.-O.	x	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x	x

Répartitions des dépenses des autres établissements d'hébergement en proportion du revenu, par province, 2003

	MAIN-D'OEUVRE	COÛT DES MARCHANDISES	COÛTS D'OCCUPATION	PUBLICITÉ	AMORTISSEMENT ET INTÉRÊT	AUTRES DÉPENSES	BÉNÉFICE
CANADA	30 %	18 %	10 %	3 %	6 %	24 %	6 %
T.-N.	36 %	11 %	11 %	3 %	8 %	17 %	12 %
Î.-P.-É	x	x	x	x	x	x	x
N.-É.	25 %	29 %	12 %	2 %	8 %	15 %	8 %
N.-B.	34 %	14 %	18 %	2 %	9 %	16 %	5 %
Qc	35 %	14 %	11 %	3 %	6 %	22 %	5 %
Ont.	28 %	21 %	10 %	2 %	7 %	19 %	9 %
Man.	24 %	15 %	8 %	5 %	8 %	37 %	0 %
Sask.	32 %	21 %	8 %	4 %	5 %	14 %	15 %
Alb.	28 %	20 %	8 %	2 %	3 %	28 %	8 %
C.-B.	29 %	13 %	11 %	4 %	5 %	30 %	0 %
Yukon	x	x	x	x	x	x	x
T.N.-O.	x	x	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x	x	x

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

**Répartition du revenu d'hébergement des hôtels et auberges
routières par type de clients et par province, 2003**

	CANADIENS	MÉNAGES	AFFAIRES	GOUVERNEMENT	ÉTRANGERS
CANADA	76 %	29 %	39 %	8 %	24 %
T.-N.	89 %	14 %	55 %	20 %	11 %
Î.-P.-É.	96 %	71 %	17 %	8 %	4 %
N.-É.	91 %	35 %	45 %	11 %	9 %
N.-B.	93 %	24 %	46 %	23 %	7 %
Qc	72 %	26 %	37 %	8 %	28 %
Ont.	78 %	32 %	39 %	6 %	22 %
Man.	94 %	32 %	50 %	13 %	6 %
Sask.	96 %	33 %	51 %	13 %	4 %
Alb.	78 %	27 %	44 %	7 %	22 %
C.-B.	63 %	26 %	29 %	8 %	37 %
Yukon	55 %	24 %	22 %	10 %	45 %
T.N.-O.	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Répartition des types d'emploi dans les hôtels et auberges routières, 2002 et 2003

CANADA	2002	2003
Temps plein	70 %	70 %
Année complète	61 %	59 %
Année partielle	9 %	11 %
Temps partiel	30 %	30 %
Année complète	24 %	23 %
Année partielle	6 %	7 %

Répartition du revenu d'hébergement des motels par type de clients et par province, 2003

	CANADIENS	MÉNAGES	AFFAIRES	GOUVERNEMENT	ÉTRANGERS
CANADA	90 %	41 %	41 %	7 %	10 %
T.-N.	x	x	x	x	x
Î.-P.-É.	91 %	82 %	8 %	1 %	9 %
N.-É.	77 %	45 %	28 %	3 %	23 %
N.-B.	92 %	41 %	43 %	8 %	8 %
Qc	95 %	60 %	32 %	3 %	5 %
Ont.	84 %	41 %	40 %	3 %	16 %
Man.	93 %	33 %	49 %	12 %	7 %
Sask.	92 %	39 %	39 %	14 %	8 %
Alb.	93 %	27 %	60 %	6 %	7 %
C.-B.	89 %	41 %	40 %	9 %	11 %
Yukon	x	x	x	x	x
T.N.-O.	x	x	x	x	x
Nun.	x	x	x	x	x

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Répartition des types d'emploi dans les motels, 2002 et 2003

CANADA		2002	2003
Temps plein		64 %	65 %
Temps plein	Année complète	45 %	46 %
Temps plein	Année partielle	19 %	19 %
Temps partiel		36 %	35 %
Temps partiel	Année complète	25 %	24 %
Temps partiel	Année partielle	11 %	11 %

Répartition du revenu d'hébergement des autres établissements d'hébergement par type de clients et par province, 2003

	CANADIENS	MÉNAGES	AFFAIRES ET GOUVERNEMENT	ÉTRANGERS
CANADA	80 %	72 %	8 %	20 %
T.-N.	83 %	57 %	26 %	17 %
Î.-P.-É.	x	x	x	x
N.-É.	87 %	82 %	4 %	13 %
N.-B.	90 %	81 %	9 %	10 %
Qc	91 %	89 %	3 %	9 %
Ont.	75 %	73 %	2 %	25 %
Man.	57 %	56 %	1 %	43 %
Sask.	95 %	86 %	8 %	5 %
Alb.	94 %	59 %	35 %	6 %
C.-B.	65 %	59 %	6 %	35 %
Yukon	x	x	x	X
T.N.-O.	x	x	x	X
Nun.	x	x	x	X

x Données confidentielles

Les totaux pour le Canada incluent toutes les provinces et tous les territoires

Répartition des types d'emploi dans les autres établissements d'hébergement, 2002 et 2003

CANADA		2002	2003
Temps plein		84 %	79 %
Temps plein	Année complète	13 %	13 %
Temps plein	Année partielle	71 %	66 %
Temps partiel		16 %	21 %
Temps partiel	Année complète	3 %	2 %
Temps partiel	Année partielle	13 %	19 %

Annexe B : Concepts et méthodes

Contexte

L'Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs, que réalise Statistique Canada depuis plus de quatre décennies, a subi un certain nombre de changements méthodologiques importants. Elle a débuté comme un recensement des entreprises hôtelières, puis d'autres industries de l'hébergement de voyageurs sont venues s'ajouter pour en faire un recensement de tous les établissements d'hébergement. En 1985, l'unité d'enquête est devenue l'entreprise (c.-à-d. la personne juridique) et un échantillon du segment de grande taille de la population d'entreprises par type d'industrie s'y est greffé.

En 1992, pour accroître la pertinence et l'utilité des résultats, on a révisé l'enquête pour la ramener au niveau de l'établissement. Par la même occasion, l'enquête a été étendue à la collecte de nouveaux éléments d'information, dont le nombre de chambres/d'unités d'hébergement, les taux d'occupation moyens, l'emplacement des marchés et les installations. Pour compléter le tableau annuel, les entreprises non interrogées continuent d'être mesurées au moyen de sources administratives de données.

Pour accroître l'efficacité de l'enquête, deux questionnaires distincts ont été créés. Le premier est envoyé aux établissements de l'industrie des hôtels et auberges routières et de l'industrie des motels, et le second aux six autres industries (voir l'annexe C). Toutefois, les questionnaires sont semblables sur le plan conceptuel et ont été conçus pour permettre le regroupement d'éléments communs d'information.

Avec la collaboration et le soutien de Tourisme Canada, puis de la Commission canadienne du tourisme, on a ajouté des questions sur les systèmes de réservation et de classification, les catégories de marché, les dépenses en immobilisations, le type d'emploi, le pays d'origine de la clientèle étrangère, les forfaits-vacances et les pratiques publicitaires. Des questions supplémentaires sur les recettes tirées des forfaits-vacances, la ventilation du coût des ventes et les taux d'occupation mensuels ont été posées pour la première fois dans l'enquête de 1996-1997.

Méthode

En 1998, la méthode a cessé d'être un échantillonnage partiel des grands établissements. La nouvelle méthode est plutôt un échantillonnage aléatoire, stratifié par type d'industrie, province et l'importance des recettes des établissements, pour permettre d'obtenir une représentation équilibrée des établissements de tous les services d'hébergement (SCIAN 721). Si les grands établissements continuent d'être représentés, les petits établissements sont choisis au hasard. Pour contribuer aux estimations totales de l'industrie, ces unités échantillonnées sont ensuite multipliées par un facteur d'échantillonnage (c.-à-d. pondérées) pour représenter toutes les petites unités de la strate. Aux fins du présent rapport, toutes les données sont non pondérées (chaque établissement interrogé ne représente que lui-même).

Pour le système de comptabilité nationale, on prélève un échantillon original pour obtenir une plus grande couverture des recettes totales. Grâce au soutien de la Commission canadienne du tourisme, des questionnaires supplémentaires peuvent être postés à un nombre d'établissements supérieur à celui requis pour la comptabilité nationale.

Annexe C : Notes relatives à l'analyse

L'Enquête sur l'hébergement des voyageurs 2003 atteint un degré élevé de couverture pour les hôtels, les motels et les autres établissements, par province. Les données du groupe d'enquête apparaissant dans le présent rapport sont présentées de manière à mettre en évidence des mesures relatives plutôt qu'absolues du rendement, de la structure et des caractéristiques de l'industrie de l'hébergement. Toutefois, dans l'interprétation de ces données, il convient de tenir compte des éléments suivants :

- À des fins statistiques, la stratification de l'échantillon de l'enquête nous permet d'obtenir une couverture maximale de l'ensemble de l'industrie selon les recettes. Les établissements compris dans le groupe d'enquête de 2003 aux fins de la réalisation du présent rapport représentent près de 50 % des sous-catégories des hôtels, des auberges routières et des motels (SCIAN 721111, 721112, 721113, 721114, 721120 et 721198) et près de 50 % du total de l'ensemble de l'industrie des services d'hébergement (SCIAN 721) selon les estimations des recettes cumulées de l'industrie en 2003.
- À compter de l'année d'enquête 1998, le plan d'échantillonnage a cessé d'être une stricte démarche descendante pour devenir un échantillonnage aléatoire stratifié par type d'industrie, province et recettes. Par suite de ce changement, les groupes d'enquête après l'année de référence 1997 comprenaient moins d'hôtels (Première partie), moins de motels (Deuxième partie) et plus d'autres établissements d'hébergement (Troisième partie). En outre, la couverture des entreprises de petite taille a augmenté par rapport aux grands établissements dans les enquêtes postérieures à 1997.
- Il est à noter que si l'année financière de la plupart des établissements se termine au 31 décembre, les établissements dont l'exercice se terminait entre le 1^{er} avril 2003 et le 31 mars 2004 sont également inclus dans le groupe d'enquête de 2003. Il n'y a pas eu d'établissement de calendrier pour les données des exercices se terminant à une autre date qu'en décembre.
- Dans la réalisation de ce rapport, Statistique Canada suit une méthode rigoureuse prévoyant le suivi des données communiquées par les répondants pour les données déclarées mais ne procède à aucune imputation pour les unités d'enquête n'ayant pas rempli le questionnaire. Pour cette raison, les données ne sont compilées que selon les entreprises répondantes. Les comparaisons d'une année à l'autre sont faites entre des groupes d'enquête qui ne sont pas statistiquement identiques.
- Dans une enquête auprès d'établissements, certaines catégories de dépenses peuvent être sous-évaluées en raison des dépenses assumées par le siège social. Par exemple, une partie des dépenses de publicité et de marketing dans le cas des franchises est indirectement incluse dans les frais de gestion payés par le franchisé.

Annexe D : Échantillon et couverture

L'enquête sur l'hébergement des voyageurs porte sur les établissements classés dans le groupe 721 – Services d'hébergement – du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), qui comprend les douze industries suivantes :

721111³¹ : *Hôtels* – Ces établissements offrent des suites ou des chambres dans des bâtiments à niveaux multiples ou dans des immeubles de grande hauteur, accessibles uniquement par l'intérieur, et ils offrent généralement aux clients une gamme de services complémentaires et de commodités, notamment des services de restauration, un stationnement, des services de blanchisserie, des piscines et des salles de culture physique, des installations pour les conférences et les congrès.

721112³² : *Auberges routières* – Ces établissements sont destinés à héberger les clients qui voyagent en véhicule automobile et offrent des suites pour de courts séjours ou des chambres dans des bâtiments de faible hauteur qui se caractérisent par de grands espaces de stationnement pratiques, un accès intérieur aux chambres et un emplacement sur les grandes routes. Ces établissements peuvent également offrir une gamme restreinte de services complémentaires et de commodités.

721113³³ : *Centres de villégiature* – Ces établissements offrent, sur place et à l'année, de nombreuses activités de loisir à l'intérieur ou en plein air. Les centres de villégiature sont destinés à héberger les vacanciers et offrent des suites et des chambres à service complet, généralement dans un milieu non urbain à proximité de lacs, de rivières ou de montagnes. Les établissements de cette nature donnent souvent accès à des installations servant à la tenue de conférences.

721120³⁴ : *Hôtels-casinos* – Les casinos se caractérisent par l'exploitation de tables de jeux et peuvent offrir d'autres activités de jeu comme les machines à sous et les paris sportifs. Ces établissements fournissent généralement une gamme de services et de commodités, notamment des services de restauration, des spectacles, un service voiturier, des piscines et des installations pour les conférences et les congrès.

721198³⁵ : *Tous les autres services d'hébergement des voyageurs* – Ces établissements ne figurent dans aucune autre catégorie industrielle et offrent principalement de l'hébergement de courte durée. Les petits hôtels pour touristes, les maisons de chambres pour touristes et les auberges de jeunesse font partie de cette catégorie.

721114³⁶ : *Motels* – Ces établissements sont destinés à héberger les clients qui voyagent en véhicule automobile et offrent des suites pour de courts séjours ou des chambres dans des bâtiments d'un ou de deux étages qui se caractérisent par un accès extérieur aux chambres et de grands espaces de stationnement adjacents à l'entrée des chambres. Ces établissements peuvent également offrir une gamme restreinte de services complémentaires et de commodités.

³¹ Faisait anciennement partie de CTI 9111, selon la Classification type des industries – Hôtels et auberges routières.

³² *Idem.*

³³ *Idem.*

³⁴ *Idem.*

³⁵ Faisait anciennement partie de CTI 9114, selon la Classification type des industries – Petits hôtels.

³⁶ Faisait anciennement partie de CTI 9112, selon la Classification type des industries – Motels.

721192³⁷ : *Chalets et cabines sans services* – Ces établissements sont destinés à héberger les vacanciers et peuvent donner accès à des plages privées ou à des installations de pêche.

721191³⁸ : *Gîtes touristiques* – Ces établissements fournissent des chambres d'hôtes dans des maisons privées ou dans de petits édifices transformés à cette fin et ont souvent un cachet unique ou historique. Les gîtes touristiques se caractérisent par un service très personnalisé et par l'inclusion dans le prix de la chambre d'un petit déjeuner complet servi par le propriétaire ou par le personnel sous la direction du propriétaire.

721310³⁹ : *Maisons de chambre et pensions de famille* – Ces établissements offrent des logements temporaires ou de longue durée qui, pour la durée de l'occupation, peuvent servir de résidence principale. Ces établissements peuvent également fournir des services complémentaires comme les services d'entretien ménager, de repas et de blanchisserie.

721211⁴⁰ : *Parcs pour véhicules de plaisance et campings* – Ces établissements ont pour principale activité l'exploitation de terrains, avec ou sans services, destinés à héberger les campeurs et leur équipement, notamment les tentes, les tentes remorques, les roulottes et les véhicules de plaisance. Ces établissements peuvent donner accès à diverses installations comme des toilettes, des buanderies, des centres et des équipements récréatifs, des magasins et des casse-croûte.

721212⁴¹ : *Camps de chasse et de pêche* – Ces établissements offrent une gamme de services, notamment l'accès à des camps éloignés ou à des cabines sans services, des repas et des guides; ils peuvent également fournir le transport jusqu'aux installations et vendre de la nourriture, des boissons et des fournitures de chasse et de pêche.

721213⁴² : *Camps récréatifs et de vacances (sauf les camps de chasse et de pêche)* – Ces établissements ont pour activité principale l'exploitation de camps récréatifs d'hébergement comme les camps pour enfants, les camps de vacances familiaux et les camps d'aventure en plein air qui offrent des randonnées équestres, des descentes en eau vive, des excursions pédestres et autres activités similaires. Ces établissements fournissent les installations d'hébergement comme les cabines et les terrains de camping fixes ainsi que d'autres commodités, notamment des services de restauration, des installations et de l'équipement récréatifs ainsi que des activités de loisir organisées.

La population cible est constituée de tous les établissements statistiques classés dans les services d'hébergement des voyageurs selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) durant l'année de référence 2003. Les utilisateurs des données qui veulent en savoir plus sur le SCIAN, ses principes sous-jacents et bon nombre d'autres concepts abordés dans ce résumé pourront consulter l'introduction de la publication de Statistique Canada intitulée «Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (Canada 1997)» – n° au cat. 12-501.

³⁷ Faisait anciennement partie de CTI 9113, selon la Classification type des industries – Camps et cabines pour touristes.

³⁸ Faisait anciennement partie de CTI 9114, selon la Classification type des industries – Petits hôtels.

³⁹ Faisait anciennement partie de CTI 9121 selon la Classification type des industries – Pensions de familles et hôtels privés.

⁴⁰ Faisait anciennement partie de CTI 9131, selon la Classification type des industries – Terrains de camping et parcs à roulottes.

⁴¹ Faisait anciennement partie de CTI 9141, selon la Classification type des industries – Camps de chasse et de pêche.

⁴² Faisait anciennement partie de CTI 9149, selon la Classification type des industries – Autres camps de vacances.

L'objectif de l'Enquête sur l'hébergement des voyageurs est de fournir des estimations sur l'ensemble de l'industrie. La partie de la population admissible à l'échantillonnage est définie comme étant tous les établissements statistiques touchant des recettes de plus de 50 000 dollars. L'exclusion des entreprises non constituées en personne morale et des personnes morales touchant des recettes inférieures à 50 000 dollars se justifiait principalement par la nécessité de réduire considérablement le fardeau de réponse. La partie exclue représente un nombre assez élevé de membres de l'industrie mais sa contribution à l'estimation globale est modeste, à moins de 10 %. Les entreprises en dessous du seuil d'exclusion font toujours partie de l'univers, mais leur contribution est intégrée aux estimations finales par l'utilisation de dossiers administratifs comme données indirectes. Seule l'information de base peut être obtenue de cette source, c'est-à-dire les recettes totales, les dépenses, l'amortissement et les salaires, traitements et avantages.

La base de sondage est la liste des entreprises classées dans l'industrie en question. La base de sondage est tenue par le Registre des entreprises de Statistique Canada au moyen de l'information sur les comptes fiscaux (impôt sur le revenu, taxes sur les produits et services et retenues à la source) présentée à l'Agence du revenu du Canada. Les guides touristiques provinciaux sur l'hébergement et d'autres répertoires et les services de nouvelles sur Internet sont également utilisés pour assurer un bon repérage des entreprises avant l'échantillonnage et l'envoi des questionnaires par la poste.

Tableau I

TAUX DE RÉPONSE PAR INDUSTRIE, 2003	TAILLE DE L'ÉCHANTILLON DE 2003	GROUPE D'ENQUÊTE DE 2003	TAUX DE RÉPONSE DU GROUPE D'ENQUÊTE DE 2003
Hôtels et auberges routières	1 283	686	53,5 %
Motels	607	272	44,8 %
Autres établissements d'hébergement	991	409	41,3 %
Nombre total d'établissements	2 881	1 367	47,4 %

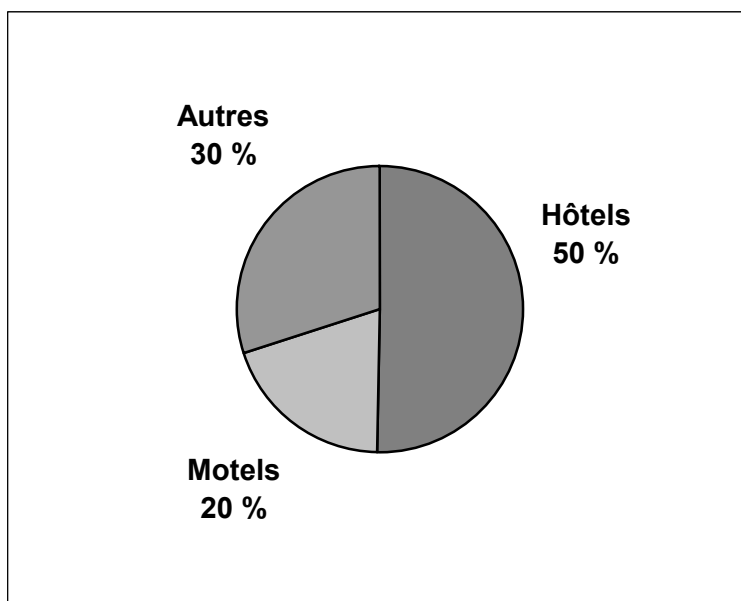
Nota : Le taux de réponse équivaut au nombre de questionnaires retournés et acceptés, divisé par le nombre d'établissements échantillonnés.

Annexe E :

Description des établissements inclus dans le groupe d'enquête

En 2003, le groupe d'enquête comprenait 1 367 répondants. Comme l'indique la figure 1, les hôtels représentaient 50 % du groupe, les motels, 20 % et les autres établissements, 30 %. Cette répartition des hôtels, motels et autres établissements d'hébergement est semblable à celle du groupe d'enquête de 2002.⁴³

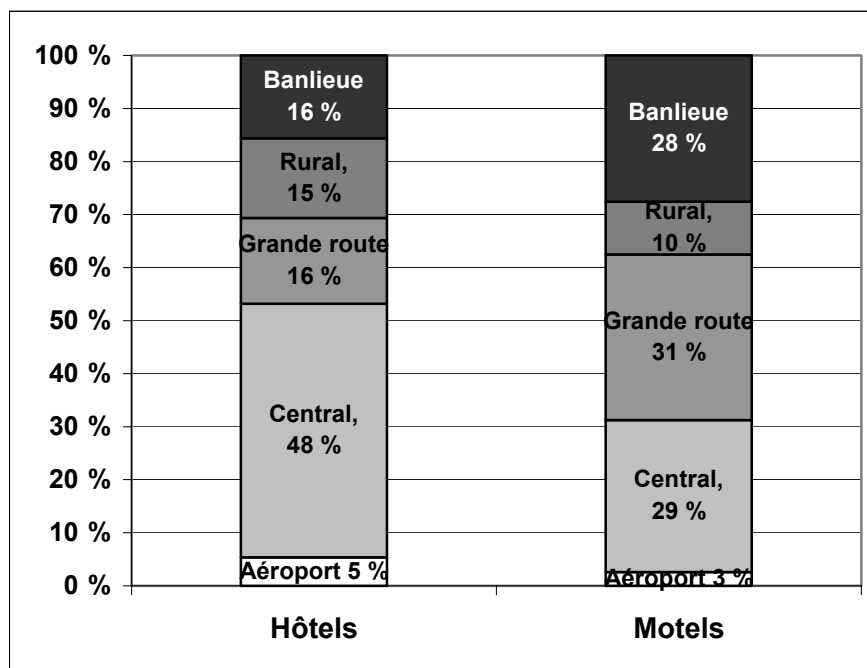
Figure 1 : Proportion des hôtels, des motels et des autres établissements dans le groupe d'enquête, 2003



Comme l'illustre la figure 2, près de la moitié des hôtels (48 %) du groupe d'enquête de 2003 avaient un emplacement central, et 47 % étaient situés soit le long d'une grande route, soit en banlieue, soit en milieu rural. Seulement 5 % des hôtels du groupe d'enquête étaient situés près d'un aéroport. La majorité des motels (88 %) étaient en revanche situés le long d'une grande route, au centre-ville ou en banlieue. Seulement 10 % des motels du groupe d'enquête se trouvaient en milieu rural et 3 % près d'un aéroport.

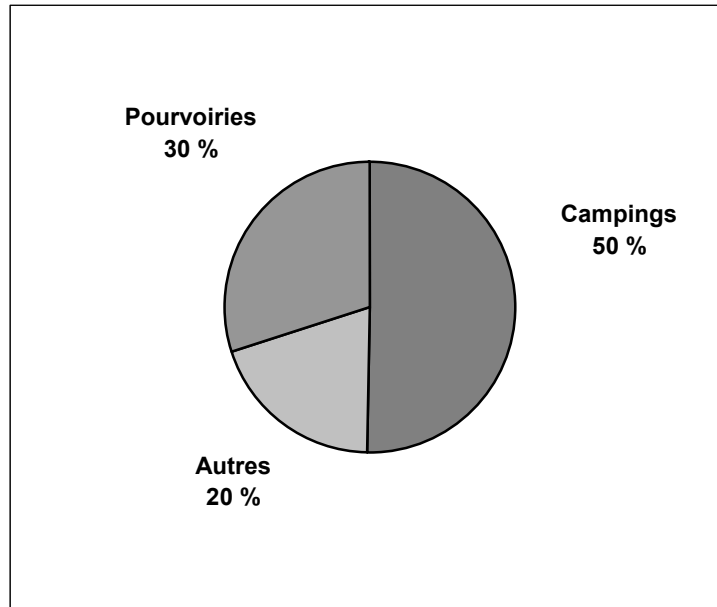
⁴³ En 2002, les répondants se répartissaient comme suit : hôtels, 51 %; motels, 21 %; autres établissements, 28 %.

Figure 2 : Emplacement (en pourcentage) des hôtels et des motels du groupe d'enquête, 2003



En 2003, la moitié des « autres établissements d'hébergement » du groupe d'enquête étaient des campings et 30 % des pourvoiries (figure 2). Les autres 20 % des établissements de cette catégorie étaient constitués de gîtes touristiques (SCIAN 721191), de chalets et cabines sans services (SCIAN 721192) et de maisons de chambres et pensions de famille (SCIAN 721310). La majorité de ces établissements étaient situés en milieu rural ou en région éloignée.

Figure 3 Autres établissements inclus dans le groupe d'enquête, 2003



Au tableau 2, nous présentons la proportion des revenus totaux du groupe d'enquête de 2003, selon les regroupements de l'industrie des services d'hébergement en 2003. Le groupe d'enquête non pondéré couvre près de la moitié des revenus totaux de l'industrie de l'hébergement des voyageurs, soit 43,3 %.

Tableau 2

COUVERTURE DES REVENUS DE L'INDUSTRIE, 2003	GRUPE D'ENQUÊTE DE 2003	REVENUS DU GROUPE D'ENQUÊTE DE 2003 (EN MILLIONS \$)	REVENUS TOTAUX DE L'INDUSTRIE EN 2003 (EN MILLIONS \$)	COUVERTURE ESTIMATIVE DU GROUPE
Hôtels, auberges routières et motels ⁴⁴	958	5 019,4	10 912,6	46,0 %
Autres établissements	409	321,5	1 412,0	22,8 %
Total	1 367	5 340,8	12 324,6	43,3 %

⁴⁴ En 2003, le groupe d'enquête comprenait 686 hôtels et 272 motels. Ces deux groupes industriels sont combinés ici parce que les revenus totaux de l'industrie en 2003 ont été publiés sous forme de cumul pour les hôtels, les auberges routières et les motels.

Annexe F : Glossaire

Affiliation

Association à un nom commercial par l'utilisation d'un nom d'exploitation du marché et de techniques et services de gestion, de pratiques de marketing, d'un système de réservation, de normes de qualité, de cours de formation, etc. Une entreprise peut être exploitée comme franchise avec un dirigeant propriétaire ou un gestionnaire de franchise.

Amortissement

La partie de la valeur comptable des immobilisations corporelles, y compris l'amortissement des améliorations locatives, imputée à l'exercice en cours aux fins de la tenue de livre.

Année de référence

Pour l'Enquête sur l'hébergement des voyageurs de 2003, les entreprises sont priées de présenter les données sur l'année civile ou sur l'année financière révolue la plus récente, se terminant au plus tard le 31 mars 2003.

Bénéfice

Une mesure du rendement financier obtenue en divisant la différence entre les recettes totales et les dépenses d'exploitation totales (bénéfice/perte brut) par les recettes totales. L'amortissement et l'intérêt sur les emprunts à court terme sont inclus. (L'intérêt sur les emprunts à long terme et les hypothèques est exclu, tout comme sont exclues d'autres dépenses hors exploitation comme les radiations, les ajustements d'évaluation et les pertes en capital).

Coûts d'occupation

Le coût total de location ou de location par crédit-bail des terrains et des bâtiments, du chauffage, de l'électricité, de l'eau, des assurances, des taxes, des permis et licences.

Employé à temps partiel toute l'année

Un employé qui travaille moins de 30 heures par semaine toute l'année, selon l'entreprise.

Employé à plein temps toute l'année

Un employé régulier qui travaille plus de 30 heures par semaine toute l'année, selon l'entreprise.

Employé saisonnier à temps partiel

Un employé qui travaille moins de 30 heures par semaine pendant une partie de l'année (en saison), selon l'entreprise.

Employé saisonnier à plein temps

Un employé qui travaille plus de 30 heures par semaine pendant une partie de l'année seulement (en saison), selon l'entreprise.

Établissement

Un concept statistique utilisé pour désigner la plus petite entité commerciale capable de fournir un ensemble de statistiques industrielles de base (p. ex. une mine, un magasin, une usine, un hôtel, une ferme, une compagnie aérienne).

Établissements de grande taille

Les établissements de 200 chambres (unités d'hébergement) ou plus dans le cas des hôtels et auberges routières et de 100 chambres (unités d'hébergement) ou plus dans le cas des motels et des autres établissements.

Établissements de moyenne taille

Les établissements de 50 à 199 chambres (unités d'hébergement) dans le cas des hôtels et auberges routières et de 50 à 99 chambres (unités d'hébergement) dans le cas des motels et des autres établissements.

Établissements de petite taille

Les établissements de 49 chambres (unités d'hébergement) et moins pour tous les types d'hébergement.

Hébergement de haut de gamme

Hébergement plus confortable et attrayant offert avec une vaste gamme d'installations, de commodités et de services à la clientèle.

Hébergement de luxe

La norme d'hébergement la plus élevée comportant une vaste gamme d'installations, de commodités et de services à la clientèle.

Hébergement de milieu de gamme

Hébergement de base avec quelques commodités mais avec des installations et des services à la clientèle restreints.

Hébergement économique

Hébergement de base avec un minimum ou en l'absence d'installations, de commodités ou de services à la clientèle.

Marge d'exploitation

Une mesure de rendement financier obtenue en divisant la différence entre les recettes d'exploitation et les dépenses d'exploitation (bénéfice/perte d'exploitation) par les recettes totales d'exploitation. L'intérêt (à court et à long terme) et l'amortissement sont exclus des dépenses d'exploitation.

Marge d'exploitation brute par chambre disponible (MEBCD)

Cette marge se calcule en divisant la marge d'exploitation brute (MEB) par le nombre de chambres disponibles par année.

Revenu des repas et boissons alcoolisées par chambre

Les recettes totales annuelles tirées de la vente de repas et de boissons alcoolisées divisées par le nombre total de chambres disponibles.

Revenu d'hébergement par chambre

Les recettes d'hébergement annuelles divisées par le nombre de chambres disponibles.

Revenu par chambre disponible (RCD)

Les recettes d'hébergement par jour divisées par le nombre total de chambres disponibles. On le calcule aussi en multipliant le taux d'occupation par le tarif quotidien moyen (TQM).

Revenu total par chambre

Les recettes d'exploitation annuelles divisées par le nombre total de chambres disponibles.

Salaires par chambre

Le coût annuel de la main-d'œuvre divisé par le nombre total de chambres disponibles.

Salaires, traitements et avantages

Comprend les commissions, les primes, les payes de vacances et les cotisations de l'employeur aux régimes de pension, de soins médicaux, d'assurance-emploi et d'indemnisation des accidents du travail.

Système de classification

Classification de la qualité des établissements d'hébergement en fonction de l'étendue et de la qualité de leurs commodités, installations et services à la clientèle, au moyen d'un système de classement par étoiles ou d'un système semblable.

Système de réservation

Un système de réservation de chambres au moyen d'un ordinateur central ou d'un système central de réponse par téléphone. Les systèmes de réservation se trouvent habituellement dans des établissements affiliés à une chaîne ou dans des franchises.

Tarif quotidien moyen (TQM)

Les recettes d'hébergement par jour divisées par le nombre de chambres louées.

Taux d'occupation

Le nombre total d'unités d'hébergement occupées divisé par le nombre total d'unités d'hébergement disponibles durant une période visée, exprimé généralement en pourcentage.

Annexe G : Questionnaire sur les hôtels et motels



Division des industries de service

Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs, 2003

Confidentiel une fois rempli

English on reverse

Autorisation

Cette enquête est autorisée en vertu de la Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

En vertu de cette loi, il est obligatoire de remplir le présent questionnaire.

Dans toute correspondance concernant ce questionnaire, veuillez indiquer ce numéro d'identification de neuf chiffres ci-dessous



Adresse postale

Adresse commerciale



Corriger au besoin les renseignements préimprimés en remplissant les cases ci-dessous:

0001	Raison sociale		
0004	Adresse		
0005	Ville	0006	Province ou État
0053	Pays	0007	Code postal / Zip Code

0002	Nom commercial		
0081	Adresse		
0082	Ville	0083	Province ou État
	Pays	0085	Code postal / Zip Code

Renseignements

Objectif de l'enquête

Cette enquête annuelle sur les entreprises d'hébergement des voyageurs est menée par Statistique Canada afin de recueillir des renseignements sur l'exploitation de ces entreprises en vue d'une analyse statistique et économique de ces industries tel que mandaté par l'agence afin de répondre aux demandes de plusieurs utilisateurs. Les résultats de cette enquête sont utilisés par des exploitants commerciaux et des associations comme analyse de marché et évaluation du rendement, de la courbe d'efficacité et des tendances de leur industrie; par l'administration publique pour élaborer des politiques nationales et régionales; par une agence comme la Commission canadienne du tourisme pour une analyse et une élaboration de politiques et pour fournir en retour des statistiques précieuses et des renseignements aux industries; par Statistique Canada afin de maintenir une importante source de données pour la préparation du Système canadien des comptes nationaux.

Unité déclarante de l'enquête

L'unité déclarante pour ce questionnaire d'enquête est l'établissement commercial opérationnel (propriété d'hébergement) des entreprises d'hébergement des voyageurs. Cet établissement opérationnel peut appartenir à une corporation, à un propriétaire unique, à une société en commandite ou à une organisation en participation. L'identification de cette entité légale et du nom commercial de cet établissement opérationnel figure dans la zone d'adresse de ce questionnaire. Veuillez, s'il y a lieu, réviser ces renseignements ci-dessus.

Confidentialité

La loi interdit à Statistique Canada de publier toute statistique pouvant divulguer des renseignements au sujet d'une entreprise identifiable sans le consentement préalable, par écrit, de cette entreprise. **Les données déclarées sur ce questionnaire seront examinées avec une discrétion garantie, utilisées à des fins statistiques et publiées de façon globale seulement.** La clause de confidentialité de la Loi sur la statistique n'est pas touchée par la Loi sur l'accès à l'information ou toute autre loi.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations publiques et les autres organismes comme la Commission canadienne du tourisme. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Ententes de partage de données

Afin d'alléger le fardeau de réponse des entreprises et d'assurer l'uniformité des statistiques, Statistique Canada a conclu des ententes visant le partage de renseignements avec les organismes statistiques du Québec, du Manitoba et de la Colombie-Britannique, en vertu de l'article 11 de la *Loi sur la statistique*. Pour les entreprises avec des activités au Québec, au Manitoba et en Colombie-Britannique, ces ententes autorisent Statistique Canada à transmettre les données recueillies dans cette enquête aux organismes statistiques de ces provinces. La Loi sur la statistique de ces provinces renferme les mêmes dispositions que la *Loi sur la statistique* du Canada pour ce qui est de la confidentialité des données et des sanctions prises en cas de divulgation. Statistique Canada a aussi conclu une entente visant le partage des renseignements de la présente enquête aux termes de l'article 12 de la *Loi sur la statistique* avec la Commission canadienne du tourisme. En vertu de l'article 12 de la *Loi sur la statistique*, vous pouvez refuser de partager vos renseignements avec la Commission canadienne du tourisme en communiquant votre décision par écrit au statisticien en chef et en retournant votre lettre avec le questionnaire rempli dans l'enveloppe de retour ci-jointe. L'entente avec la Commission canadienne du tourisme exige que les renseignements demeurent confidentiels et qu'ils soient utilisés seulement à des fins statistiques et de recherche.

Les publications de Statistique Canada peuvent être consultées aux bureaux régionaux de Statistique Canada et dans toutes les grandes bibliothèques. Visitez aussi notre site web à www.statcan.ca

Directives de déclaration pour les répondants

Veuillez remplir et retourner ce questionnaire dans les 30 jours suivant la réception. Si vous avez besoin d'aide pour compléter ce questionnaire ou si vous avez des questions concernant cette enquête, veuillez communiquer avec:

Division des opérations et de l'intégration
Statistique Canada, Tunney's Pasture
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Numéro de téléphone 1-800-916-9316
Numéro du télécopieur 1-888-605-2493



1. Activité de l'entreprise et classification

Veuillez cocher (✓) ci-dessous le **type d'hébergement** qui correspond le **mieux à l'activité** de votre entreprise.

- 0150 **Hôtels** 721111
- offrent des suites ou des chambres pour de courts séjours dans des bâtiments à niveaux multiples ou dans des immeubles de grande hauteur
 - suites ou chambres accessibles uniquement **par l'intérieur**
 - situés généralement dans un milieu urbain
 - offrent généralement aux clients une gamme de services complémentaires et de commodités
- 0151 **Hôtels-motels** 721112
- offrent des suites ou des chambres pour de courts séjours dans des bâtiments de faible hauteur
 - accès **intérieur et extérieur** aux chambres et aux suites
 - établissements qui sont destinés à héberger les clients qui voyagent en véhicules automobiles
 - fournissent de grands espaces de stationnement
 - localisés sur les grandes routes
 - peuvent également offrir une gamme restreinte de services complémentaires et de commodités
- 0152 **Motels** 721114
- offrent des suites ou des chambres pour de courts séjours dans des bâtiments d'un ou de deux étages
 - accès **extérieur seulement** aux chambres
 - établissements qui sont destinés à héberger les clients qui voyagent en véhicules automobiles
 - fournissent de grands espaces de stationnement adjacents à l'entrée des chambres
 - peuvent également offrir une gamme restreinte de services complémentaires et de commodités
- 0153 **Centres de villégiature** 721113
- offrent des suites ou des chambres pour de courts séjours avec service complet
 - situés généralement dans un milieu non urbain à proximité de lacs, de rivières ou de montagnes
 - offrent de nombreuses activités de loisirs à l'intérieur ou en plein air à l'année longue
 - peuvent dans certains cas offrir des installations servant à la tenue de conférences
- 0154 **Hôtels-casinos** 721120
- offrent des suites ou des chambres pour de courts séjours dans un hôtel doté d'un casino sur place
 - les casinos se caractérisent par l'exploitation d'activités de jeu telles que tables de jeu, machines à sous et paris sportifs
 - peuvent dans certains cas offrir des installations pour les conférences et les congrès
 - peuvent dans certains cas offrir une gamme très large de services et de commodités
- 0162 **Tous les autres services d'hébergement des voyageurs** 721198
- offrent de l'hébergement pour de courts séjours, mais ne figurent pas encore dans aucune autre classification
 - parmi les établissements de cette classe, notons les auberges de jeunesse, les maisons de chambres pour touristes, les résidences pour les étudiants (dortoirs) et les résidences universitaires qui pourraient être ouvertes au public que sur une base saisonnière
 - veuillez nous fournir une courte description :
- 0163
- 0040 **Aucun des commerces ci-dessus** (veuillez décrire brièvement ci-dessous la nature de l'activité de votre entreprise).
- 0041

2. Forme juridique

Veuillez cocher (✓) et indiquer, ci-dessous, la **forme juridique** de l'entreprise :

- 0024** Entreprise **constituée en société** Entreprise non constituée en société – **en nom collectif**
- Entreprise non constituée en société – **À propriétaire unique** Entreprise non constituée en société – **Société en commandite**
- Autre (veuillez préciser)
- 0170** Entreprise **en participation** (veuillez indiquer ci-dessous le nom des principaux associés)
-

Veuillez indiquer si cette entreprise est **affiliée** à un groupe de succursales ou à **une chaîne de concessions**.

- 0789** Non Oui (Veuillez spécifier ci-dessous le nom de votre affiliation)
-

3. Renseignements sur la période de déclaration

Veuillez déclarer les données pour votre **exercice financier** (année financière normale) se terminant entre le 1er avril 2003 et le 31 mars 2004. Veuillez indiquer ci-dessous la période couverte par le présent questionnaire.

Du Au

Cette unité commerciale a-t-elle été exploitée toute l'année?

- 0048** Oui (dans l'**affirmative**, veuillez passer à la Section 4.)
- Non (dans la **négative**, veuillez cocher la ou les cases pertinentes ci-dessous)
- 0042 Exploitation **saisonnière** (veuillez préciser la **période**) Du Au
- 0032 Propriété **construite récemment** (veuillez préciser la **date d'ouverture**)
- 0033 **Changement de fin d'exercice financier** Du Au
- 0034 **Changement de propriétaire** (veuillez indiquer la **date d'entrée en vigueur de ce changement**)
- 0035 **Cessation permanente** d'activité (veuillez préciser la **date**)
- 0036 **Fermeture temporaire** (veuillez préciser la **date et la raison**)
- Raison

4. Recettes

Veuillez déclarer (estimer si nécessaire) les ventes et les recettes de l'exploitation de votre entreprise pour la période de déclaration de 2003 par **genre de recettes** ou **services** énumérés ci-dessous, quand c'est **approprié**. Veuillez **ne pas inclure** la TPS ni les autres taxes que vous percevez pour le compte d'un organisme public.

		Dollars (sans les cents)	
a) Chambres et suites – Déclarez les recettes d'hébergement provenant de la vente de chambres et de suites . . .	2295		
b) Ventes d'aliments et de boissons non alcoolisées – Comprend les repas préparés et les boissons non alcoolisées servis dans les restaurants et les casse-croûte (excluez les ventes de concessionnaires)	1415		
c) Ventes de boissons alcoolisées servies sur les lieux – Comprend la bière, le vin et les spiritueux servis dans les restaurants et les bars	1414		
d) Autres ventes de boissons alcoolisées – Comprend les ventes des boissons alcoolisées qui seront consommées hors de l'établissement	1416		
e) Services – Comprend les recettes provenant des services de buanderie, de téléphone et de stationnement ainsi que de l'utilisation des installations sportives et récréatives, des appareils d'entraînement, des salles de jeux et de divertissement et des services de transport	2296		
f) Vente de marchandises – Comprend les recettes provenant des distributeurs automatiques, des kiosques à journaux, des boutiques de souvenirs et d'accessoires de golf et des ventes de matériel et d'accessoires récréatifs et sportifs, de fournitures, etc. (excluez les ventes de concessionnaires)	2028		
g) Recettes provenant de la location de salles/locaux – Déclarez les recettes provenant de la location de salles de banquet, de salles de réunion, de salles de bal et d'espaces commerciaux concédés	2297		
h) Autres recettes de location – Déclarez les recettes provenant de la location d'appareils et d'équipement	2298		
i) Commissions et honoraires – Déclarez les recettes provenant d'honoraires de gestion, de droits de franchise, d'opérations de change, de jeux de hasard, de loteries et de commissions diverses	2060		
j) Autres recettes d'exploitation – Déclarez toutes les recettes d'exploitation non déclarées ci-dessus (<i>veuillez préciser les éléments les plus importants</i>)	2071		
k) Recettes d'exploitation totales (total des rubriques a) à j))	2080		
l) Recettes hors exploitation – Déclarez les intérêts et toutes les autres recettes qui ne proviennent pas directement de l'exploitation de votre entreprise (<i>veuillez préciser les éléments les plus importants</i>)	2095		
m) Recettes totales (total des cases 2080 et 2097)	2098		

5. Emploi

Veuillez déclarer le **nombre mensuel moyen** de personnes ayant travaillé dans votre établissement durant la période de déclaration de 2003.

a) Salariés - à qui vous avez versé les traitements et les salaires déclarés à la case 3010 de la section 7, Dépenses d'exploitation	N° d'employés (toute l'année)		N° d'employés (saisonniers)		Nombre total	
	6316	6317	6318	6319	6310	6311
- Salariés à plein temps - qui ont travaillé plus que 30 heures par semaine . . .						
- Salariés à temps partiel - qui ont travaillé moins de 30 heures par semaine . . .						
b) Propriétaires et (ou) associés actifs d'entreprises non constituées en société	6321					

6. Catégorie de clients

Veuillez déclarer (**estimer** si nécessaire) le **pourcentage** de vos recettes de la vente de chambre (section 4, case 2295) provenant de chacune des sources suivantes:

Clients canadiens		Pourcentage (%)	
a) Ménages ou particuliers (voyage d'agrément)	2370		
b) Entreprises ou particuliers (voyage d'affaires)	2371		
c) Tous les paliers d'administration publique	2372		
Clients étrangers			
d) Tous les visiteurs étrangers (voyages d'agrément ou d'affaires)	2373		
Total (le total des cases ci-dessus doit évaluer 100%)		100%	

Veuillez déclarer (**estimer** si nécessaire) la répartition en **pourcentage** des **visiteurs étrangers** selon leur **pays d'origine**. (Veuillez noter que vous pouvez additionner les pourcentages jusqu'à 100% ou jusqu'au pourcentage total des visiteurs étrangers comme déclaré à la case 2373)

Pourcentage (%)	
États-Unis	2374
Royaume-Uni	2375
France	2376
Allemagne	2377
Japon	2378
Autres pays	2379
Total (le total des cases ci-dessus doit évaluer 100% ou la case 2373)	2385

7. Dépenses d'exploitation

Veuillez déclarer (estimer si nécessaire) les dépenses effectuées au cours de la période de votre déclaration de **2003** (complétez seulement les catégories de dépenses qui sont **appropriées** à votre établissement). Veuillez indiquer dans votre déclaration si un item particulier de dépenses est intégré dans un autre item déjà déclaré. **Incluez la TPS à l'exception** de la part remboursable par l'État. **Ne déclarez pas les dépenses d'immobilisation** (à être déclarées à la section 8 g)). S'il est assez détaillé, vous pouvez aussi joindre une copie de votre relevé de profits et pertes et passer à la section 8.

		Dollars (sans les cents)	
a)	Coûts des marchandises vendues (achats plus le stock d'ouverture moins le stock de fermeture). Veuillez déclarer les coûts de la nourriture, des boissons alcoolisées et des marchandises achetées pour la revente. Ne déclarez pas les autres coûts comme les fournitures de bureau et le matériel utilisés. Ces dépenses doivent être déclarées à la case 4000 ci-dessous Veuillez fournir ci-dessous une distribution des coûts totaux des marchandises vendues déclarés ci-dessus si c'est possible et applicable: (le total des cases 5532, 5533 et 5531 devrait évaluer la case 5721)	5721	
	1) Coût de la nourriture utilisée dans la préparation des repas (en relation avec les recettes de la case 1415 de la Section 4)	5532	
	2) Coût des boissons alcoolisées utilisées ou vendues (en relation avec les recettes des cases 1414 et 1416 de la Section 4) ...	5533	
	3) Coût de toutes autres marchandises vendues (en relation avec les recettes de la case 2028 de la Section 4)	5531	
b)	Traitements, salaires, gratifications et commissions versés à vos employés	3010	
c)	Avantages sociaux des salariés (par ex., cotisations de l'employeur aux caisses de retraite, aux régimes d'assurance-maladie et d'assurance-emploi et aux régimes d'indemnisation des accidents du travail)	3040	
d)	Location à court et (ou) à long terme de terrains et de bâtiments	4120	
e)	Location à court et (ou) à long terme de machines, de matériel, d'ordinateurs et de véhicules automobiles	4140	
f)	Réparations et entretien apportés aux bâtiments, à l'ameublement, aux machines et au matériel (ne pas inclure les dépenses d'immobilisation, à être déclarées à la section 8 g)	4176	
g)	Services juridiques et comptables et services de vérification	4230	
h)	Frais de gestion et de consultation	4555	
i)	Commercialisation, publicité et promotion	4365	
j)	Assurances	4350	
k)	Taxes foncières	4427	
l)	Permis, licences, taxes d'affaires et autres taxes (ne comptez pas l'impôt sur le revenu)	4429	
m)	Chauffage, éclairage, énergie et eau	4042	
n)	Téléphone, télégraphe, télex, télécopieur et poste	4102	
o)	Déplacements (frais de transport, d'hébergement, de repas et de divertissements)	4370	
p)	Redevances et droits de franchise	4440	
q)	Dépréciation (sur les édifices, l'équipement et les améliorations locatives)	4520	
r)	Frais d'intérêts: sur des prêts à court terme	4611	
	sur des prêts à long terme et sur des hypothèques	4612	
s)	Contrats de blanchissage, de nettoyage et d'entretien	4177	
t)	Commissions (par ex., aux agents de voyage, aux institutions émettrices de cartes de crédit)	4082	
u)	Fournitures de bureau et autres fournitures et matériel utilisés à des fins commerciales (excluez les achats déclarés à la case 5721 - Coûts des marchandises vendues)	4000	
v)	Toutes les autres dépenses d'exploitation non précisées ci-dessus (veuillez préciser les plus importantes)	4569	
	4561		
w)	Total des dépenses d'exploitation (total des postes de a) (total de a1, a2 et a3) à v))	4599	

8. Autres caractéristiques d'exploitation et installations

Veuillez cocher (✓) et répondre aux questions des caractéristiques d'exploitation et installations suivantes:

		Nombre																																								
a)	Nombre d'unités d'hébergement pour les clients – Veuillez déclarer le nombre total de chambres et le nombre de suites en vente (l'occupation) en moyenne par jour durant cette année de déclaration	9781																																								
b)	Occupation des unités par les clients – Veuillez déclarer soit 1) ou 2) ci-dessous:																																									
1)	Taux moyen d'occupation des chambres – Veuillez déclarer le pourcentage des unités d'hébergement vendues (habitées) par rapport au nombre total d' unités disponibles au cours de la période de votre déclaration, par mois/année																																									
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>9782</th> <th>9783</th> <th>9784</th> <th>9785</th> <th>9786</th> <th>9787</th> <th>9788</th> <th>9789</th> <th>9790</th> <th>9791</th> <th>9792</th> <th>9793</th> <th>9794</th> </tr> <tr> <th>JAN</th> <th>FÉV</th> <th>MAR</th> <th>AVR</th> <th>MAI</th> <th>JUIN</th> <th>JUIL</th> <th>AOÛT</th> <th>SEPT</th> <th>OCT</th> <th>NOV</th> <th>DÉC</th> <th>année</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	9782	9783	9784	9785	9786	9787	9788	9789	9790	9791	9792	9793	9794	JAN	FÉV	MAR	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC	année	%														
9782	9783	9784	9785	9786	9787	9788	9789	9790	9791	9792	9793	9794																														
JAN	FÉV	MAR	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC	année																														
%																																										
2)	Moyenne de chambres vendues par soir – Veuillez déclarer la moyenne journalière du nombre de chambres et/ou suites vendues (habitées), par mois/année																																									
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>9795</th> <th>9796</th> <th>9797</th> <th>9798</th> <th>9799</th> <th>9800</th> <th>9801</th> <th>9802</th> <th>9803</th> <th>9804</th> <th>9805</th> <th>9806</th> <th>9807</th> </tr> <tr> <th>JAN</th> <th>FÉV</th> <th>MAR</th> <th>AVR</th> <th>MAI</th> <th>JUIN</th> <th>JUIL</th> <th>AOÛT</th> <th>SEPT</th> <th>OCT</th> <th>NOV</th> <th>DÉC</th> <th>année</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>No.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	9795	9796	9797	9798	9799	9800	9801	9802	9803	9804	9805	9806	9807	JAN	FÉV	MAR	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC	année	No.														
9795	9796	9797	9798	9799	9800	9801	9802	9803	9804	9805	9806	9807																														
JAN	FÉV	MAR	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC	année																														
No.																																										

8. Autres caractéristiques d'exploitation et installations – suite

c) **Installations** – Veuillez cocher (✓) les **types** d'installations disponibles, **sur les lieux**, autres que les unités d'hébergement et donner les précisions demandées:

<input type="checkbox"/> 9107	<input type="checkbox"/> Restaurants (veuillez préciser le nombre) — <input type="text" value="9105"/> Nombre	<input type="checkbox"/> Restaurant exploité par l'entreprise	<input type="text" value="9106"/> Nombre	<input type="checkbox"/> Restaurant loué à un concessionnaire
<input type="checkbox"/> 9108	<input type="checkbox"/> Bars/bars-salons	<input type="checkbox"/> 9114	<input type="checkbox"/> Salle d'exercice/sauna/cuve thermale	
<input type="checkbox"/> 9109	<input type="checkbox"/> Salles de réunion et installations connexes	<input type="checkbox"/> 9115	<input type="checkbox"/> Courts de tennis	
<input type="checkbox"/> 9110	<input type="checkbox"/> Centre de congrès	<input type="checkbox"/> 9116	<input type="checkbox"/> Installations pour le ski alpin	
<input type="checkbox"/> 9111	<input type="checkbox"/> Centre de services commerciaux	<input type="checkbox"/> 9117	<input type="checkbox"/> Terrain de golf	
<input type="checkbox"/> 9112	<input type="checkbox"/> Piscine intérieure	<input type="checkbox"/> 9118	<input type="checkbox"/> Installations récréatives pour les enfants	
<input type="checkbox"/> 9113	<input type="checkbox"/> Piscine extérieure	<input type="checkbox"/> 9119	<input type="checkbox"/> Autres installations importantes (veuillez préciser)	
<input type="text" value="9120"/>	<input type="text"/>			

d) **Emplacement de l'entreprise** – Veuillez cocher (✓) l'item qui décrit le mieux l'emplacement de votre entreprise:

9121

1 **Centre-ville** – au coeur de la ville ou dans le quartier central des affaires

2 **Banlieue** – en périphérie ou aux limites de la ville

3 **Autoroute** – près d'une route principale ou d'une autoroute

4 **Aéroport** – près d'un aéroport assurant des vols à horaire fixe pour le transport de passagers

5 **Milieu rural** – installations situées dans une atmosphère rurale

e) **Système de réservation** – Veuillez cocher (✓) si cet établissement participe à un **système central de réservation** et spécifier:

9122

3 Non

1 Oui (Veuillez spécifier)

f) **Position sur le marché** - Veuillez préciser si votre entreprise est évaluée par un programme de classification basée sur un nombre d'étoiles ou tout autre **programme de classification**.

9124

3 Non

1 Oui (Veuillez spécifier votre évaluation et le système) — Évaluation

Système —

Veuillez cocher (✓) ci-dessous la catégorie qui correspond le mieux au **principal segment du marché** visé par votre entreprise.

9127

1 **Économique** 2 **Moyenne** 3 **Haute-gamme**

4 **Luxueuse** 5 **Indéterminée**

g) **Dépenses d'immobilisation** – Veuillez déclarer si, durant votre période de déclaration de **2003**, des dépenses en **immobilisation** et des **rénovations** ont été effectuées et veuillez spécifier le **montant**:

7077

3 Non 1 Oui (Veuillez spécifier) — **montant** \$ (sans les cents)

9. Renseignements sur le marché

Veuillez répondre aux questions suivantes (au meilleur de votre connaissance) qui sont reliées aux **usages commerciaux** de votre établissement durant la période de déclaration de **2003**.

a) Veuillez indiquer parmi les **méthodes de publicité** suivantes celles que vous avez utilisées en **2003** pour promouvoir votre établissement d'hébergement. Veuillez cocher (✓) les **cases appropriées** (vous pouvez cocher plus d'une case) :

<input type="checkbox"/> 9128	<input type="checkbox"/> Guide d'hébergement	<input type="checkbox"/> 9133	<input type="checkbox"/> Brochures	<input type="checkbox"/> 9139	<input type="checkbox"/> Internet
<input type="checkbox"/> 9129	<input type="checkbox"/> Annonces à la radio	<input type="checkbox"/> 9134	<input type="checkbox"/> Publicité postale directe		
<input type="checkbox"/> 9130	<input type="checkbox"/> Annonces dans les journaux	<input type="checkbox"/> 9135	<input type="checkbox"/> Bureaux touristiques		
<input type="checkbox"/> 9131	<input type="checkbox"/> Annonces dans des revues	<input type="checkbox"/> 9136	<input type="checkbox"/> Foires commerciales		
<input type="checkbox"/> 9132	<input type="checkbox"/> Annonces à la télévision	<input type="checkbox"/> 9137	<input type="checkbox"/> Salons des consommateurs		
<input type="checkbox"/> 9138	<input type="checkbox"/> Autres (Veuillez spécifier) — <input type="text" value="9140"/>				

b) Est-ce que vous proposez des **vacances à forfait** à vos clients (autres que celles offertes par les voyagistes)?

9141

3 Non

1 Oui Veuillez spécifier le **pourcentage** de vos recettes totales provenant de ces vacances à forfaits. %

Si oui, en plus de l'hébergement, qu'est-ce que vous **incluez typiquement** dans ces **forfaits**? Veuillez cocher(✓) ci-dessous les **cases appropriées**:

<input type="checkbox"/> 9143	<input type="checkbox"/> Repas	<input type="checkbox"/> 9146	<input type="checkbox"/> Équipement sportif
<input type="checkbox"/> 9144	<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> 9147	<input type="checkbox"/> Divertissement (par exemple, billet pour le théâtre)
<input type="checkbox"/> 9145	<input type="checkbox"/> Tours guidés/activités	<input type="checkbox"/> 9148	<input type="checkbox"/> Attractions/événements (par exemple, billet pour un musée)
<input type="checkbox"/> 9149	<input type="checkbox"/> Autres (Veuillez spécifier) — <input type="text" value="9150"/>		

10. Entreprises à établissements multiples

Seulement les renseignements d'un seul **établissement** opérationnel devraient être inclus dans ce questionnaire. Si plus d'un établissement est inclus dans ce rapport, veuillez déclarer le **nombre** d'établissements inclus **5015** et indiquer leurs **noms**, leurs **adresses** et leurs **recettes** ci-dessous. De plus, veuillez indiquer ci-dessous le **nom** et l'**adresse** de tous les établissements **d'hébergement nouvellement acquis** ou **nouvellement construits** par votre **entité juridique** durant votre période de déclaration:

Noms	Adresses	Recettes (\$)
0912	0913	0958
0950	0954	0959
0951	0955	0960
0952	0956	0961
0953	0957	0962

11. Attestation

J'atteste que les renseignements fournis ici sont, autant que je sache, complets et exacts.

Signataire autorisé		Titre 0014		0015 Date		
				Année	Mois	Jour
Nom de la personne à rejoindre (en lettres moulées) pour des renseignements supplémentaires		0013	Prénom			
0026 1 <input type="radio"/> M. 2 <input type="radio"/> Mme 3 <input type="radio"/> Mlle		0054	Nom de famille			
Adresse électronique 0018			Adresse URL (WEB) 0020			
Numéro de téléphone 0017 ()		Poste 0027		Numéro de télécopieur 0016 ()		
Combien de temps avez-vous mis pour recueillir les données et remplir le présent formulaire?				9910 heure (s)		9909 minutes

Commentaires

S'il vous faut plus d'espace, veuillez inclure une feuille séparée

9920

9913

9914

9915

9916

Nous vous remercions de votre collaboration

Annexe H : Questionnaire sur les autres types d'hébergement



Division des industries de service

Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs, 2003

Confidentiel une fois rempli

English on reverse

Autorisation

Cette enquête est autorisée en vertu de la Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

En vertu de cette loi, il est obligatoire de remplir le présent questionnaire.

Dans toute correspondance concernant ce questionnaire, veuillez indiquer ce numéro d'identification de neuf chiffres ci-dessous



Adresse postale

Adresse commerciale



Corriger au besoin les renseignements préimprimés en remplissant les cases ci-dessous:

0001	Raison sociale		
0004	Adresse		
0005	Ville	0006	Province ou État
0053	Pays	0007	Code postal / Zip code

0002	Nom commercial		
0081	Adresse		
0082	Ville	0083	Province ou État
	Pays	0085	Code postal / Zip code

Renseignements

Objectif de l'enquête

Cette enquête annuelle sur les entreprises d'hébergement des voyageurs est menée par Statistique Canada afin de recueillir des renseignements sur l'exploitation de ces entreprises en vue d'une analyse statistique et économique de ces industries tel que mandaté par l'agence afin de répondre aux demandes de plusieurs utilisateurs. Les résultats de cette enquête sont utilisés par des exploitants commerciaux et des associations comme analyse de marché et évaluation du rendement, de la courbe d'efficacité et des tendances de leur industrie; par l'administration publique pour élaborer des politiques nationales et régionales; par une agence comme la Commission canadienne du tourisme pour une analyse et une élaboration de politiques et pour fournir en retour des statistiques précieuses et des renseignements aux industries; par Statistique Canada afin de maintenir une importante source de données pour la préparation du Système canadien des comptes nationaux.

Unité déclarante de l'enquête

L'unité déclarante pour ce questionnaire d'enquête est l'établissement commercial opérationnel (propriété d'hébergement) des entreprises d'hébergement des voyageurs. Cet établissement opérationnel peut appartenir à une corporation, à un propriétaire unique, à une société en commandite ou à une organisation en participation. L'identification de cette entité légale et du nom commercial de cet établissement opérationnel figure dans la zone d'adresse de ce questionnaire. Veuillez, s'il y a lieu, réviser ces renseignements ci-dessus.

Confidentialité

La loi interdit à Statistique Canada de publier toute statistique pouvant divulguer des renseignements au sujet d'une entreprise identifiable sans le consentement préalable, par écrit, de cette entreprise. **Les données déclarées sur ce questionnaire seront examinées avec une discrétion garantie, utilisées à des fins statistiques et publiées de façon globale seulement.** La clause de confidentialité de la Loi sur la statistique n'est pas touchée par la Loi sur l'accès à l'information ou toute autre loi.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations publiques et les autres organismes comme la Commission canadienne du tourisme. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Ententes de partage de données

Afin d'alléger le fardeau de réponse des entreprises et d'assurer l'uniformité des statistiques, Statistique Canada a conclu des ententes visant le partage de renseignements avec les organismes statistiques du Québec, du Manitoba et de la Colombie-Britannique, en vertu de l'article 11 de la *Loi sur la statistique*. Pour les entreprises avec des activités au Québec, au Manitoba et en Colombie-Britannique, ces ententes autorisent Statistique Canada à transmettre les données recueillies dans cette enquête aux organismes statistiques de ces provinces. La Loi sur la statistique de ces provinces renferme les mêmes dispositions que la *Loi sur la statistique* du Canada pour ce qui est de la confidentialité des données et des sanctions prises en cas de divulgation. Statistique Canada a aussi conclu une entente visant le partage des renseignements de la présente enquête aux termes de l'article 12 de la *Loi sur la statistique* avec la Commission canadienne du tourisme. En vertu de l'article 12 de la *Loi sur la statistique*, vous pouvez refuser de partager vos renseignements avec la Commission canadienne du tourisme en communiquant votre décision par écrit au statisticien en chef et en retournant votre lettre avec le questionnaire rempli dans l'enveloppe de retour ci-jointe. L'entente avec la Commission canadienne du tourisme exige que les renseignements demeurent confidentiels et qu'ils soient utilisés seulement à des fins statistiques et de recherche.

Les publications de Statistique Canada peuvent être consultées aux bureaux régionaux de Statistique Canada et dans toutes les grandes bibliothèques. Visitez aussi notre site web à www.statcan.ca

Directives de déclaration pour les répondants

Veuillez remplir et retourner ce questionnaire dans les 30 jours suivant la réception. Si vous avez besoin d'aide pour compléter ce questionnaire ou si vous avez des questions concernant cette enquête, veuillez communiquer avec:

Division des opérations et de l'intégration
Statistique Canada, Tunney's Pasture
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Numéro de téléphone 1-800-916-9316
Numéro du télécopieur 1-888-605-2493



1. Activité de l'entreprise et classification

Veuillez cocher (✓) ci-dessous le **type d'hébergement** qui correspond le **mieux à l'activité** de votre entreprise.

- 0156 **Gîtes touristiques** 721191
- fournissent des chambres d'hôtes pour de courts séjours dans des maisons privées ou dans de petits immeubles transformés à cette fin
 - possèdent souvent un cachet unique ou historique
 - se caractérisent par un service très personnalisé
 - le prix de la chambre comprend un petit déjeuner complet servi par le propriétaire ou par le personnel sous la direction du propriétaire
- 0157 **Chalets et cabines sans services** 721192
- fournissent de l'hébergement pour de courts séjours dans des installations qu'il est convenu d'appeler chalets et cabines sans services
 - destinés à héberger les vacanciers
 - peuvent dans certains cas donner accès à des plages privées et à des installations de pêche
- 0158 **Parcs pour véhicules de plaisance et campings** 721211
- exploitation de terrains, avec ou sans services, destinés à héberger les campeurs et leur équipement, notamment les tentes, les tentes remorques, les roulottes et les véhicules de plaisance
 - peuvent donner accès à diverses installations comme des toilettes, des buanderies, des centres et des équipements récréatifs, des magasins et des casse-croûtes
- 0159 **Camps de chasse et de pêche** 721212
- exploitation de camps de chasse et de pêche
 - offrent une gamme de services, notamment l'accès à des camps éloignés ou des cabines sans services, des repas et des guides
 - peuvent également fournir le transport jusqu'aux installations et des services de nourriture, de boissons et de fournitures de chasse et de pêche
- 0160 **Camps récréatifs et de vacances, sauf les camps de chasse et de pêche** 721213
- exploitation de camps récréatifs **d'hébergement** comme les camps pour enfants, les camps de vacances familiaux et des camps d'aventure en plein air
 - offrent des randonnées équestres, des descentes en eau vive, des excursions pédestres et des activités similaires
 - fournissent les installations d'hébergement comme les cabines et les terrains de camping fixes
 - offrent d'autres commodités, notamment des services de restauration, des installations et de l'équipement récréatifs ainsi que des activités de loisirs organisées
 - les camps de jours *sont exclus*
- 0161 **Maisons de chambres et pensions de famille** 721310
- offrent des logements temporaires ou de longue durée qui, pour la durée de l'occupation, peuvent servir de résidence principale
 - comprennent des maisons de chambres, des pensions de famille, des résidences de clubs d'étudiants et d'étudiantes, des résidences d'étudiants hors campus, des clubs avec hébergement et des camps d'hébergement de travailleurs
 - ces établissements peuvent également fournir des services complémentaires comme les services d'entretien ménager, de repas et de blanchisserie
- 0162 **Tous les autres services d'hébergement des voyageurs** 721198
- offrent de l'hébergement pour de courts séjours, mais ne figurent pas encore dans aucune autre classification
 - parmi les établissements de cette classe, notons les auberges de jeunesse, les maisons de chambres pour touristes, les résidences pour les étudiants (dortoirs) et les résidences universitaires qui pourraient être ouvertes au public que sur une base saisonnière
 - veuillez nous fournir une courte description :
- 0163
- 0040 **Aucun des commerces ci-dessus (veuillez décrire brièvement ci-dessous la nature de l'activité de votre entreprise)**
- 0041

2. Forme juridique

Veuillez cocher (✓) et indiquer ci-dessous la **forme juridique** de l'entreprise:

- 0024** 3 Entreprise **constituée en société** 2 Entreprise non constituée en société – **en nom collectif**
- 1 Entreprise non constituée en société – **À propriétaire unique** 5 Entreprise non constituée en société – **Société en commandite**
- 4 Autre (veuillez préciser) **0025**

3. Renseignements sur la période de déclaration

Veuillez déclarer les données pour votre **exercice financier** (année financière normale) se terminant entre le 1er avril 2003 et le 31 mars 2004. Veuillez indiquer ci-dessous la période couverte par le présent questionnaire.

0011 Du Au **0012**

Cette unité commerciale a-t-elle été exploitée toute l'année?

- 0048** 1 Oui (dans l'**affirmative**, veuillez passer à la Section 4.)
- 3 Non (dans la **négative**, veuillez cocher la ou les cases pertinentes ci-dessous)
- 0042 Exploitation **saisonnière** (veuillez préciser la **période**) **0120** Du Au **0121**
- 0032 Propriété **construite récemment** (veuillez préciser la **date d'ouverture**) **0046**
- 0033 **Changement de fin d'exercice financier** **0073** Du Au **0074**
- 0034 **Changement de propriétaire** (veuillez indiquer la **date d'entrée en vigueur de ce changement**) **0125**
- 0035 **Cessation permanente** d'activité (veuillez préciser la **date**) **0119**
- 0036 **Fermeture temporaire** (veuillez préciser la **date et la raison**) **0049**
- Raison **0037**

4. Recettes

Veillez déclarer (estimer si nécessaire) les ventes et les recettes de l'exploitation de votre entreprise pour la période de déclaration de 2003 par **genre de recettes ou services** énumérés ci-dessous, quand c'est **approprié**. Si possible, veuillez fournir la distribution des recettes des vacances à forfaits par genre de recettes et selon les services énumérés. Si seulement le total des recettes des vacances à forfaits est disponible, veuillez le déclarer à la case 2300 et indiquer (✓) ci-dessous le genre des services ci-inclus. Veuillez **ne pas inclure la TPS** ni les **autres taxes** que vous percevez pour le compte d'un organisme public.

- a) **Hébergement** – Déclarez les recettes provenant de la vente d'hébergement (chambres, suites, cabines, chalets et emplacements de tentes / roulettes)
- b) **Ventes d'aliments et de boissons non alcoolisées** – Comprend les repas préparés et les boissons non alcoolisées servis dans les restaurants et les casse-croûte (**excluez les ventes de concessionnaires**)
- c) **Ventes de boissons alcoolisées servies sur les lieux** – Comprend la bière, le vin et les spiritueux servis dans les restaurants et les bars
- d) **Services** – Comprend les recettes provenant des services de buanderie, de téléphone et de stationnement ainsi que de l'utilisation des installations sportives et récréatives, des appareils d'entraînement, des salles de jeux et de divertissement et des services de transport
- e) **Vente de marchandises** – Comprend les recettes provenant des distributeurs automatiques, des kiosques à journaux, des boutiques de souvenirs et d'accessoires de golf et des ventes de matériel et d'accessoires récréatifs et sportifs, d'huile, d'essence, de fournitures, etc. (**excluez les ventes de concessionnaires**)
- f) **Recettes provenant de la location de salles/locaux** – Déclarez les recettes provenant de la location de salles de banquet, de salles de réunion, de salles de bal et d'espaces commerciaux concédés
- g) **Autres recettes de location** – Déclarez les recettes provenant de la location d'appareils, de bateaux, de moteurs et d'équipement sportif
- h) **Recettes des vacances à forfaits** – Indiquez (✓) ci-dessous les genres de services inclus

- 2386 Hébergement 2387 Repas 2388 Équipement sportif
 2389 Transport 2390 Tours guidés 2391 Autres

- i) **Autres recettes d'exploitation** – Déclarez toutes les recettes d'exploitation non déclarées ci-dessus (*veuillez préciser les éléments les plus importants*)

- j) **Recettes d'exploitation totales** (total des rubriques a) à i))
- k) **Recettes hors exploitation** – Déclarez les intérêts et toutes les autres recettes qui ne proviennent pas directement de l'exploitation de votre entreprise (*veuillez préciser les éléments les plus importants*)

- l) **Recettes totales** (total des cases 2080 et 2097)

Dollars (sans les cents)	
2295	
1415	
1414	
2296	
2028	
2297	
2298	
2300	
2077	
2080	
2097	
2098	

5. Emploi

Veillez déclarer le **nombre mensuel moyen** de personnes ayant travaillé dans votre établissement durant la période de déclaration de 2003.

	N ^o d'employés (toute l'année)		N ^o d'employés (saisonniers)		Nombre total	
a) Salariés - à qui vous avez versé les traitements et les salaires déclarés à la case 3010 de la section 7, Dépenses d'exploitation						
- Salariés à plein temps - qui ont travaillé plus que 30 heures par semaine . .	6316		6318		6310	
- Salariés à temps partiel - qui ont travaillé moins de 30 heures par semaine .	6317		6319		6311	
b) Propriétaires et (ou) associés actifs d'entreprises non constituées en société	6321					

6. Catégorie de clients

Veillez déclarer (**estimer** si nécessaire) le **pourcentage** de vos recettes d'hébergement (section 4, case 2295) provenant de chacune des sources suivantes:

Clients canadiens	Pourcentage (%)	
a) Ménages ou particuliers (voyage d'agrément)	2370	
b) Entreprises ou particuliers (voyage d'affaires)	2371	
c) Tous les paliers d'administration publique	2372	
Clients étrangers		
d) Tous les visiteurs étrangers (voyages d'agrément ou d'affaires)	2373	
Total (le total des cases ci-dessus doit évaluer 100%)	100%	

Veillez déclarer (**estimer** si nécessaire) la répartition en **pourcentage** des **visiteurs étrangers** selon leur **pays d'origine**. (Veillez noter que vous pouvez additionner les pourcentages jusqu'à 100% ou jusqu'au pourcentage total des visiteurs étrangers comme déclaré à la case 2373).

	Pourcentage (%)	
États-Unis	2374	
Royaume-Uni	2375	
France	2376	
Allemagne	2377	
Japon	2378	
Autres pays	2379	
Total (le total des cases ci-dessus doit évaluer 100% ou la case 2373) .	2385	

7. Dépenses d'exploitation

Veuillez déclarer (**estimer** si nécessaire) les dépenses effectuées au cours de la période de votre déclaration de **2003** (complétez seulement les catégories de dépenses qui sont **appropriées** à votre établissement). Veuillez indiquer dans votre déclaration si un item particulier de dépenses est intégré dans un autre item déjà déclaré. **Incluez la TPS** à l'exception de la part remboursable par l'État. **Ne déclarez pas les dépenses d'immobilisation** (à être déclarées à la section 8 e)). S'il est assez détaillé, vous pouvez aussi joindre une copie de votre relevé de profits et pertes et passer à la section 8.

		Dollars (sans les cents)
a)	Coûts des marchandises vendues (achats plus le stock d'ouverture moins le stock de fermeture). Veuillez déclarer les coûts de la nourriture, des boissons alcoolisées et des marchandises achetées pour la revente. Ne déclarez pas les autres coûts comme les fournitures de bureau et le matériel utilisés. Ces dépenses doivent être déclarées à la case 4000 ci-dessous	5721
b)	Traitements, salaires, gratifications et commissions versés à vos employés	3010
c)	Avantages sociaux des salariés (par ex., cotisations de l'employeur aux caisses de retraite, aux régimes d'assurance-maladie et d'assurance-emploi et aux régimes d'indemnisation des accidents du travail)	3040
d)	Location à court et (ou) à long terme de terrains et de bâtiments	4120
e)	Location à court et (ou) à long terme de machines, de matériel, d'ordinateurs et de véhicules automobiles	4140
f)	Réparations et entretien apportés aux bâtiments, à l'ameublement, aux machines et au matériel (ne pas inclure les dépenses d'immobilisation, à être déclarées à la section 8 e)).	4176
g)	Services juridiques et comptables et services de vérification	4230
h)	Frais de gestion et de consultation	4555
i)	Commercialisation, publicité et promotion	4365
j)	Assurances	4350
k)	Taxes foncières, permis, licences, taxe d'affaires et autres taxes (ne comptez pas l'impôt sur le revenu)	4427
l)	Chauffage, éclairage, énergie et eau	4042
m)	Téléphone, télégraphe, télex, télécopieur et poste	4102
n)	Déplacements (frais de transport, d'hébergement, de repas et de divertissements)	4370
o)	Dépréciation (sur les édifices, l'équipement et les améliorations locatives)	4520
p)	Frais d'intérêts: sur les prêts à court terme.	4611
	sur les prêts à long terme et sur des hypothèques	4612
q)	Fournitures de bureau et autres fournitures et matériel utilisés à des fins commerciales (excluez les achats déclarés à la case 5721 - Coûts des marchandises vendues)	4000
r)	Toutes les autres dépenses d'exploitation non précisées ci-dessus (veuillez préciser les plus importantes)	4561
		4569
s)	Total des dépenses d'exploitation (total des postes de a) à r)	4599

8. Autres caractéristiques d'exploitation et installations

Veuillez cocher (✓) et déclarer les caractéristiques d'exploitation et installations suivantes:

		Nombre
a)	Nombre d'unités d'hébergement pour les clients – Veuillez déclarer le nombre total d'unités (y compris les emplacements de camping) disponibles pour la vente (l'occupation) en moyenne par jour	9781
b)	Occupation des unités d'hébergement par les clients – Veuillez déclarer soit 1) ou 2) ci-dessous:	Pourcentage (%)
1)	Taux moyen d'occupation – Veuillez déclarer le pourcentage des unités d'hébergement vendues (habitées) au cours de la période de votre déclaration par rapport au nombre total d' unités disponibles	9794
2)	Moyenne d'unités vendues par soir – Veuillez déclarer la moyenne journalière du nombre d'unités vendues (habitées)	9807

8. Autres caractéristiques d'exploitation et installations – suite

c) **Emplacement de l'entreprise** – Veuillez cocher (✓) l'item qui décrit le mieux l'emplacement de votre entreprise:

- 9121** 1 **Centre-ville** – au coeur de la ville ou dans le quartier central des affaires
 2 **Banlieue** – en périphérie ou aux limites de la ville
 3 **Autoroute** – près d'une route principale ou d'une autoroute
 4 **Aéroport** – près d'un aéroport assurant des vols à horaire fixe pour le transport de passagers
 5 **Milieu rural** – installations situées dans une atmosphère rurale
 6 **Endroit isolé** – non accessible par auto ou par autobus

d) **Orientation sur le marché** – Veuillez cocher (✓) ci-dessous la catégorie qui correspond le mieux au principal segment du marché visé par votre entreprise.

- 9127** 1 **Économique** 2 **Moyenne** 3 **Haute-gamme**
 4 **Luxueuse** 5 **Indéterminée**

e) **Dépenses d'immobilisation** – Veuillez déclarer si, durant votre période de déclaration de 2003, des dépenses en immobilisation et des rénovations ont été effectuées et veuillez spécifier le montant:

7077 3 Non 1 Oui (*veuillez préciser*) ——— montant **7078**

\$ (sans les cents)

9. Renseignements sur le marché

Veuillez cocher (✓) les cases appropriées suivantes qui sont reliées aux usages commerciaux de votre établissement d'hébergement durant la période de déclaration de 2003. Vous pouvez cocher plus d'une case.

- 9128** Guide d'hébergement **9133** Brochures **9139** Internet
9129 Annonces à la radio **9134** Publicité postale directe
9130 Annonces dans les journaux **9135** Bureaux touristiques
9131 Annonces dans des revues **9136** Foires commerciales
9132 Annonces à la télévision **9137** Salons des consommateurs
9138 Autres (*veuillez spécifier*) ——— **9140**

10. Entreprises à établissements multiples

Seulement les renseignements d'un seul établissement opérationnel devraient être inclus dans ce questionnaire. Si plus d'un établissement est inclus dans ce rapport, veuillez déclarer le nombre d'établissements inclus **5015** et indiquer leurs noms, leurs adresses et leurs recettes ci-dessous. De plus, veuillez aussi indiquer ci-dessous le nom et l'adresse de tous les établissements nouvellement acquis ou nouvellement construits par votre entité juridique durant votre période de déclaration:

Noms	Adresses	Recettes (\$)
0912	0913	0958
0950	0954	0959
0951	0955	0960
0952	0956	0961
0953	0957	0962

11. Attestation**J'atteste que les renseignements fournis ici sont, autant que je sache, complets et exacts.**

Signataire autorisé	Titre 0014	0015 Date			
		Année	Mois	Jour	
Nom de la personne à rejoindre (en lettres moulées) pour des renseignements supplémentaires		0013	Prénom		
0026 1 <input type="radio"/> M. 2 <input type="radio"/> Mme 3 <input type="radio"/> Mlle		0054	Nom de famille		
Adresse électronique 0018		Adresse URL (WEB) 0020			
Numéro de téléphone 0017 ()		Poste 0027	Numéro de télécopieur 0016 ()		
Combien de temps avez-vous mis pour recueillir les données et remplir le présent formulaire?			9910	heure (s)	
			9909	minutes	

Commentaires**S'il vous faut plus d'espace, veuillez inclure une feuille séparée**

9920

9913

9914

9915

9916

Nous vous remercions de votre collaboration