



UNE CAMPAGNE DE VALORISATION ?

Pourquoi ?

- ✦ Un réseau de partenaires engagés pour le rayonnement des métiers de l'industrie



CONSEIL QUÉBÉCOIS DES
RESSOURCES HUMAINES
EN TOURISME



Gabriel Vaillancourt
Directeur général adjoint

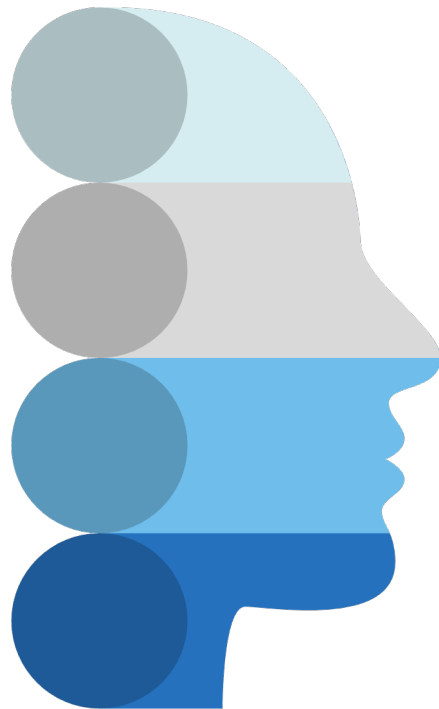


Marion Guignet
Directrice – Développement des
affaires

VOS CONFÉRENCIERS

L'humain au coeur de l'expérience
touristique

UN COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'OEUVRE

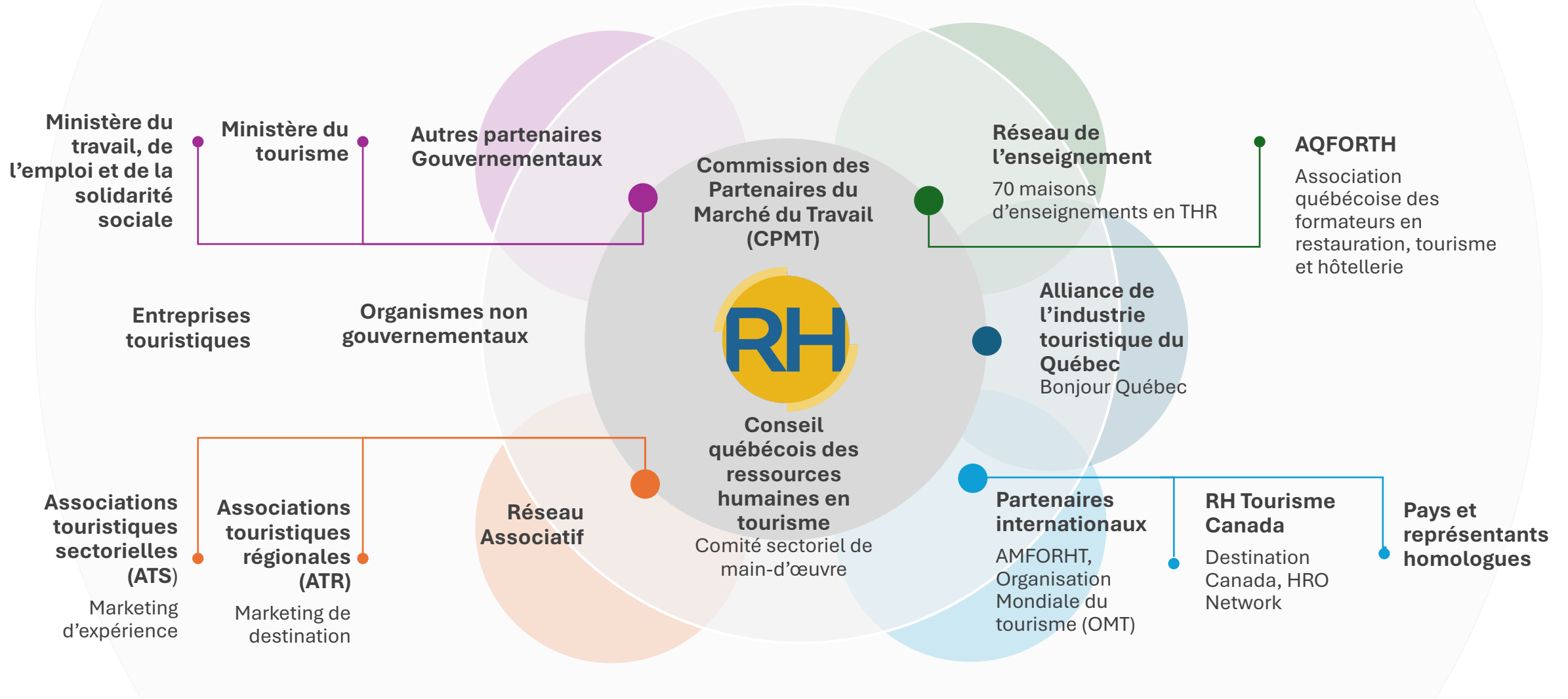


Le CQRHT, une organisation paritaire, **œuvre au développement des compétences et à la concertation des partenaires du tourisme**. Il soutient la main-d'œuvre et produit des connaissances sur les enjeux du marché du travail du secteur.



Le CQRHT agit comme mandataire du **ministère du Tourisme** en matière de main-d'œuvre et agit comme fédérateur des efforts des associations touristiques régionales et sectorielles afin de faire face aux défis actuels.

ECOSYSTEME



DOMAINES D'INTERVENTION



1

INFORMATION DU MARCHÉ DU TRAVAIL

Orienter les réponses aux besoins de main d'œuvre et de formation en tourisme en s'appuyant sur des connaissances stratégiques et prospectives.

2

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Promouvoir la valeur ajoutée de la formation et du développement des compétences des travailleurs et des gestionnaires.

Fédérer la conception, la promotion et la diffusion d'une offre innovante de formation et de développement organisationnel.

3

VALORISATION DES MÉTIERS, DES PROFESSIONS ET DES CARRIÈRES

Initier des actions et des partenariats pour valoriser les métiers et carrières en tourisme et faciliter le recrutement.

4

COMMUNICATION, CONCERTATION ET REPRÉSENTATION

Être la voix des enjeux de main d'œuvre et des ressources humaines en tourisme auprès des instances gouvernementales, du secteur touristique et des acteurs du marché du travail et de l'éducation.

REFLEXION SUR L'EXPERIENCE CLIENT



“ Notre avenir passe par l’hospitalité :
Accueillir, écouter, surprendre, créer des liens

Stéphanie Cottin – Gestionnaire, Accueil et service aux membres - Tourisme Montérégie

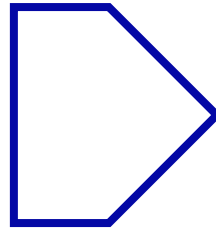
“ Depuis 20 ans, on voit toujours les mêmes prédictions qui aboutissent aux mêmes promesses : La réinvention du secteur.

Le tourisme, c’est avant tout des humains qui rencontrent des humains à travers leur culture, leurs loisirs et leur patrimoine naturel.

Sophie Lacour, Consultante experte en TI et Tourisme

MAIS QU'EST-CE QUE L'ACCUEIL?

Étymologie = Acoillir (vieux français)
qui signifie « Réunir » ou « Associer »



**De façon plus moderne,
on parle de « Recevoir ».**

Selon vous

QU'EST-CE QU'UN ACCUEIL DE QUALITÉ ?

QUELS SONT LES FACTEURS QUI INFLUENCENT UN ACCUEIL DE QUALITÉ?



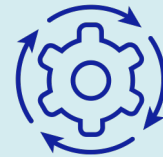
Facteurs organisationnels

- Culture d'entreprise, autonomisation du personnel, outils et ressources



Facteurs environnementaux

- Propreté, ambiance, accessibilité



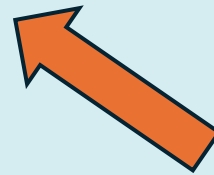
Facteurs opérationnels

- Personnalisation du services, gestion des attentes, rapidité



Facteurs humains (!)

- Savoir, savoir-être, savoir-faire, professionnalisme





Delphine-Lou Fontaine Picard

Directrice – Écomusée du Centre du phoque

Offrir une expérience riche aux visiteurs

- Prix Coup de cœur de l'industrie - Alliance de l'industrie touristique du Québec
Septembre 2025

30 ANS D'ACTIONS EN RESSOURCES HUMAINES



Depuis sa création en 1995 : plus de **50 000 professionnels** formés



Retour sur le Sommet RH de lundi dernier

Retour sur le Sommet RH

77% of Tripadvisor Reviews Include Mentions of Staff or Service

This is the most cited category across our platform, underscoring the importance of service on traveler reviews

Additional category in order of volume

- **Room:** 63%
- **Restaurant/ On-Site Dining:** 61%
- **Condition/Cleanliness:** 36%
- **Location:** 32%
- **Amenities:** 32%



And when that service is exceptional, travelers are even more likely to spotlight it

Of all reviews mentioning staff or service,

68% Are Positive

22% Are Neutral

10% Are Negative

Most travelers associate mentions of staff or Service with positive experiences

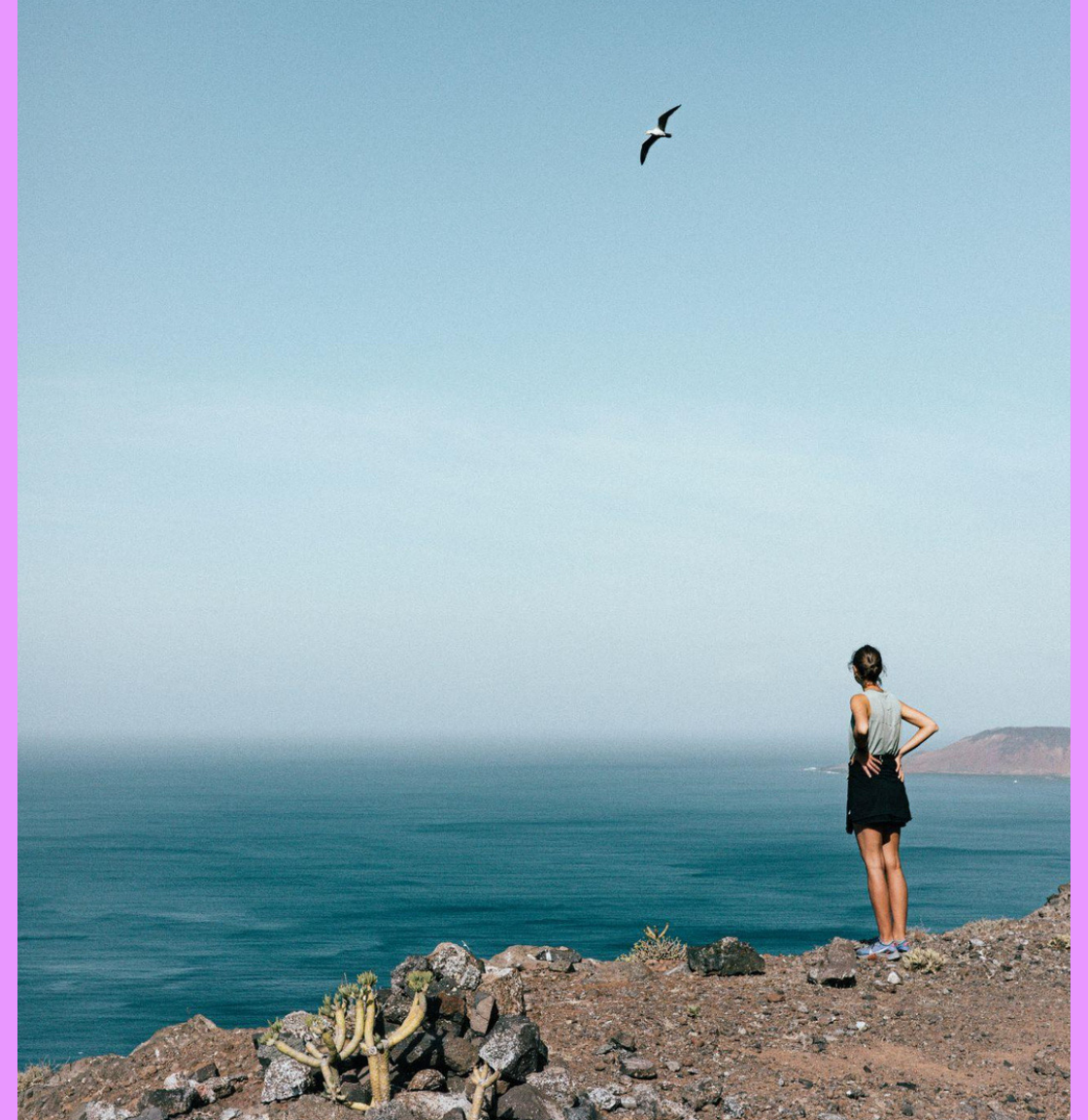


When guests are happy, it's because of people

Care and empathy drive satisfaction

Across recent positive Tripadvisor reviews, **“staff” appears in nearly half (49%)**—more often than **“hotel” (46%)** or **“room” (31%)**

Within positive reviews, words like **“friendly” (28%)** and **“helpful” (18%)** are among the most frequent



When guests are disappointed, they blame the place

Lack of empathy amplifies negativity

Across recent negative Tripadvisor reviews, **attention shifts back to the physical environment: “hotel” (49%)** and **“room” (48%)** are the top words—both ranking higher than **“staff” (39%)**

Complaints cluster around **“dirty”, “small”, and “cold”** — showing dissatisfaction tied to comfort and upkeep
However, the **emotional tone still matters: “rude”** and **“waiting”** often appear with staff and service complaint

Source: 2025 Tripadvisor Internal Data

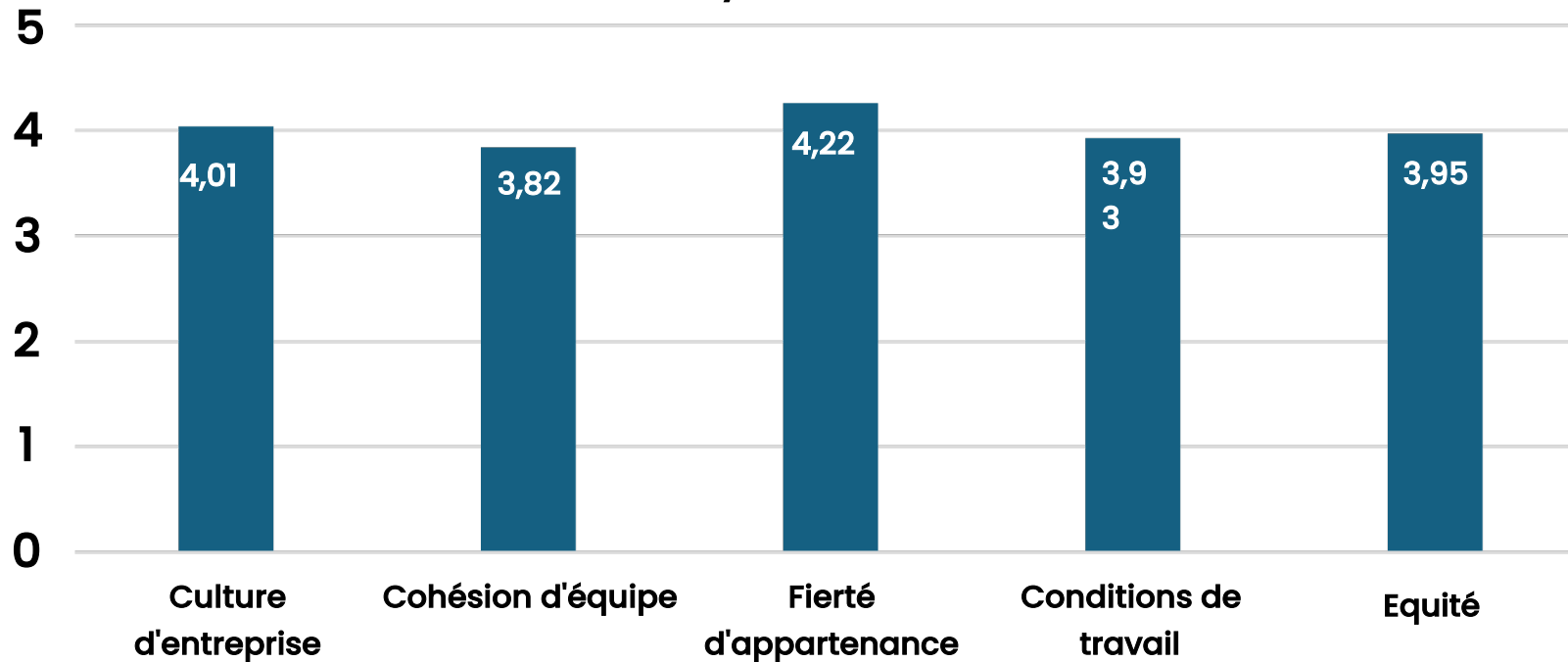


De l'importance au sens (pour les équipes)

RESULTATS & TENDANCES



Résultats des enquêtes France 2024 – 2025
(moyennes sur 5)



- Nombre d'audits effectués : 295
- Effectif total : 5350
- Nbre de répondants : 4120
- Taux de participation moyen :
 - 80,71% Moyenne générale : 4/5
- La fierté a la moyenne la plus haute parmi tous les critères évalués

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Faire ce qu'on dit... et dire ce qu'on fait !

- **La fierté d'appartenance est le critère le plus valorisé**
86% des répondants sont fiers d'affirmer à leurs proches qu'ils travaillent au sein de l'entreprise
- **Ce sentiment est renforcé par l'impact perçu de leur travail**
94% constatent l'effet de leur travail sur la satisfaction client et 87% sur la réussite de l'entreprise
- **Des améliorations notables en termes de conditions de travail**
73% jugent leur temps de travail quotidien raisonnable

=> De nombreux établissements appliquent déjà des démarches QVCT, parfois sans le savoir, et sans le faire savoir



SENS : Les bénéfices immédiats

Cercle vertueux entre conditions de travail et performance

- **Réduction des très nombreux coûts cachés**
 - **Absentéisme et arrêts de travail**=>désorganisation, report de la charge de travail sur les équipes les plus stables
 - **Turnover et coûts associés** => recrutements, formation des nouveaux collaborateurs
- **Amélioration du dialogue social**
=> confiance & communication entre salariés et direction, réduction des tensions internes

PERFORMANCE : Les bénéfices immédiats

Cercle vertueux entre conditions de travail et performance

- **Attractivité auprès de la clientèle B2B (extra-financier)**
=> meilleure conversion devis « réunions, séminaires »
- **Amélioration de la satisfaction client & Fidélisation** => fidélisation de la clientèle, meilleure capacité à faire du Yield
- **Amélioration de l'image en externe**
=> attraction & rétention des talents, impact positif sur la réputation de l'entreprise (bouche à oreille, salariés ambassadeurs etc.)
et différenciation par rapport aux autres acteurs du secteur

Faire rêver (Antoine de St-Exupéry)

“ Si tu veux construire un bateau,
ne rassemble pas tes hommes et femmes pour leur donner des ordres,
pour expliquer chaque détail, pour leur dire où trouver chaque chose.

Si tu veux construire un bateau, fais naître
dans le cœur de tes hommes et femmes
le désir de la mer. ”

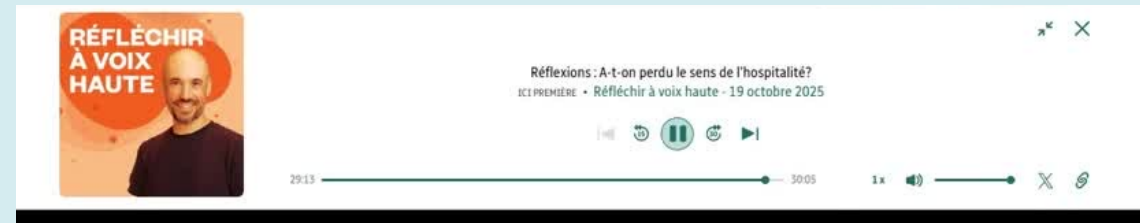
Antoine de Saint-Exupéry

la bonne
pause
20 minutes EXTRA dans l'ordinaire

IMPORTANCE DE CRÉER DES REPÈRES COMMUNS



✦ Extrait de **Réfléchir à voix haute**
“ A-t-on perdu le sens de l'hospitalité? ”
19 octobre 2025



✦ Témoignage de Yves Jasmin (1963)
Vers une codification de l'hospitalité et de l'accueil ?

TOP 5 – LEVIERS RH POUR FIDÉLISER ET VALORISER LES TALENTS EN TOURISME



01 Soigner l'accueil et l'intégration

- Offrir un parcours d'intégration structuré et personnalisé dès l'arrivée (ex. parrainage, tutorat, formation initiale)
- Suivre les premiers mois avec des points réguliers et des retours constructifs

TOP 5 – LEVIERS RH POUR FIDÉLISER ET VALORISER LES TALENTS EN TOURISME



02 Planifier la relève

- Anticiper les départs et préparer les successions, même pour les postes saisonniers
- Capitaliser sur les étudiants ou saisonniers fidèles en leur offrant des perspectives de retour et d'évolution
- Mettre en place des outils de suivi (tableaux, évaluations, bilans de compétences)

TOP 5 – LEVIERS RH POUR FIDÉLISER ET VALORISER LES TALENTS EN TOURISME



03 Reconnaître et bien communiquer

- Pratiquer une reconnaissance sincère (félicitations individuelles, célébrations collectives)
- Communiquer clairement et au bon moment, via des canaux fiables
- Valoriser les réussites et donner du sens au travail quotidien

TOP 5 – LEVIERS RH POUR FIDÉLISER ET VALORISER LES TALENTS EN TOURISME



04 Être ouvert à offrir de la souplesse

- Adapter les horaires ou proposer des options hybrides quand c'est possible
- Automatiser les tâches répétitives pour libérer du temps pour des missions plus stimulantes
- Assurer une équité dans les aménagements pour maintenir la cohésion et l'équilibre de l'équipe

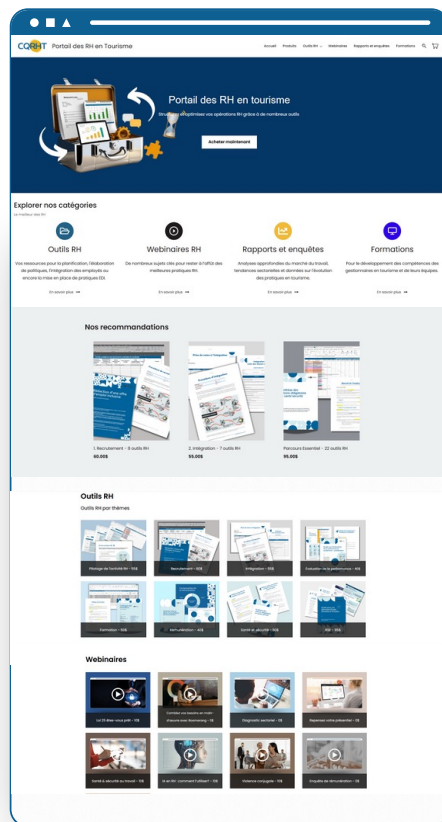
TOP 5 – LEVIERS RH POUR FIDÉLISER ET VALORISER LES TALENTS EN TOURISME



05 Investir dans la formation

- Proposer des formations continues accessibles à tous (modules courts, mentorat, ateliers pratiques)
- Encourager le développement des compétences pour soutenir les parcours de carrière
- Développer et entretenir une culture du partage des savoirs entre collègues

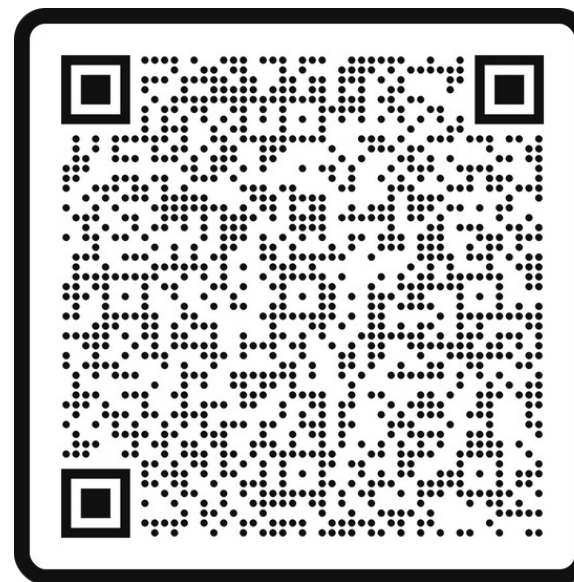
UNE BOÎTE À OUTILS RH POUR LE TOURISME



OFFRE SPECIALE -50% (jusqu'au 30 nov.)
58 outils pour 99,50\$ au lieu de 199\$
Code : JDT2025

58

Outils
Recrutement,
intégration,
administratif ...



Two large, thick white arcs are positioned on the left and right sides of the slide, framing the central text.

Merci
POUR VOTRE ATTENTION
cqrht.qc.ca