



ÉTUDE DE FAISABILITÉ : HAVRE DE SHIPPAGAN

Préparé par
DeGrace Operations

Préparé pour la Ville de Shippagan
27 août 2025



DEGRACE OPERATIONS
HOTEL MANAGEMENT & CONSULTING SPECIALISTS

Tableau des matières

1. Sommaire exécutif
2. Introduction
 - 2.1 Objectif et portée
 - 2.2 Méthodologie
 - 2.3 Hypothèses et limites
3. Revue du site et du quartier
4. Analyse du marché local
 - 4.1 Vue d'ensemble du tourisme provincial
 - 4.2 Tourisme de la Péninsule acadienne et de Shippagan
 - 4.3 Attractions locales et générateurs de demande
 - 4.3.1 Aquarium NB
 - 4.3.2 Campus de Shippagan de l'Université de Moncton, CCNB et Institut de recherche Valorés
 - 4.3.3 Centre des congrès de la Péninsule acadienne
 - 4.3.4 Autres générateurs de demande locaux
 - 4.3.5 Développement potentiel des sports et de l'aréna
 - 4.4 Vue d'ensemble de l'économie
5. Analyse de l'offre et de la demande
 - 5.1 Offre hôtelière existante à Shippagan et dans les environs
 - 5.2 Prévisions de la demande
 - 5.3 Segmentation de la demande

- 5.4 Positionnement concurrentiel
- 5.5 Analyse des affaires de congrès et concurrence régionale
- 6 Concept proposé du complexe hôtelier
 - 6.1 Analyse du nombre recommandé de chambres et de la taille
 - 6.2 Positionnement et commodités du complexe hôtelier
 - 6.3 Franchise vs exploitation indépendante
 - 6.3.1 Avantages et inconvénients de la franchise
 - 6.3.2 Options de franchise recommandées
- 7. Estimation des coûts de construction
 - 7.1 Analyse des coûts par chambre
 - 7.2 Répartition totale des coûts du projet
 - 7.3 Facteurs d'escalade des coûts à Shippagan
 - 7.4 Considérations de financement
- 8. Projections financières et évaluation
 - 8.1 Projections des revenus
 - 8.2 Analyse des coûts d'exploitation
 - 8.2.1 Répartition des coûts fixes
 - 8.2.2 Répartition des coûts variables
 - 8.2.3 Stratégies de contrôle des coûts
 - 8.3 Analyse du seuil de rentabilité
 - 8.3.1 Scénario de base
 - 8.3.2 Analyse de sensibilité

- 8.4 Rentabilité projetée et rendement sur investissement (ROI)
- 8.5 Projections des flux de trésorerie
- 8.6 Estimation de la valeur marchande
 - 8.6.1 Approche par les revenus
 - 8.6.2 Approche par comparaison de ventes
- 8.7 Structure de financement
- 9. Recommandations de gestion et d'exploitation
 - 9.1 Entreprises de gestion du complexe hôtelier
 - 9.2 Stratégies opérationnelles
 - 9.3 Atténuation des risques
 - 9.4 Engagement communautaire et économie collaborative
- 10. Conclusion et recommandations
- 11. Annexes

Avertissement : Cette étude de faisabilité et d'évaluation de marché, préparée par DeGrace Operations pour la Ville de Shippagan, repose sur les données et hypothèses disponibles en date du 27 août 2025, incluant les indicateurs touristiques de 2019 à 2025, les métriques STR, les prévisions du premier trimestre 2025 de Cushman & Wakefield, le rapport sur les investissements hôteliers canadiens 2025 de Colliers, ainsi que les informations spécifiques fournies par le Centre des congrès, l'Aquarium NB, le campus de Shippagan de l'Université de Moncton, et le campus de la Péninsule acadienne du CCNB. Les projections concernant le taux d'occupation, les revenus et la valeur marchande sont des estimations destinées à éclairer la prise de décision et ne garantissent pas les performances futures. Les résultats réels peuvent varier en raison des conditions économiques, des tendances du marché ou d'événements imprévus, y compris ceux projetés par Cushman & Wakefield pour le premier trimestre 2025 (par exemple, une croissance du PIB de 0,7 %, une inflation de 3 % et un taux de chômage de 7,7 % jusqu'en 2025 et au-delà). DeGrace Operations ne saurait être tenu responsable des résultats découlant de la dépendance à ce rapport, et toutes les projections sont soumises à l'exactitude et à l'exhaustivité des données sous-jacentes.

1. Sommaire exécutif

Shippagan, au Nouveau-Brunswick, se distingue comme une ville côtière vibrante, riche de la culture acadienne et abritant des attractions telles que l' Aquarium NB, le campus de Shippagan de l' Université de Moncton (UMCS), le CCNB, et le Centre des congrès de la Péninsule acadienne. Ces lieux attirent des milliers de visiteurs chaque année, la Péninsule acadienne enregistrant un taux d' occupation de 43 % et 145 333 ventes de chambres en 2024, bien qu' une pénurie d' hébergements locaux—témoignée par le refus d' événements faute de capacité suffisante—ouvre une opportunité unique de croissance. Cette étude de faisabilité et d' évaluation de marché, préparée par DeGrace Operations, explore comment un complexe hôtelier de catégorie moyenne avec 80 chambres, nommé Havre de Shippagan, peut répondre à cette demande et stimuler l' économie touristique de Shippagan. Nous proposons un complexe sur un site en bord de mer appartenant à la ville, offert à titre gracieux, permettant une économie d' environ 500 000 \$. Le Centre des congrès, avec 74 réservations en 2024 générant environ 1 849 à 2 049 nuitées (979 en hors-saison), ancre la demande, notamment pour les retraites corporatives du dimanche au jeudi. Un suivi amélioré des réservations refusées (estimées à 3-5 événements/an, +300-500 nuitées) pourrait renforcer les projections. À distance de marche du centre-ville, le complexe intègre le restaurant Oktopus, le Pavillon sportif (Acadie Gym, piscine régionale), et la halte nautique. Le projet nécessite un investissement de 12,8 M\$-15,4 M\$ (hors terrain), avec des revenus projetés de 2,63 M\$ à 3,75 M\$-3,79 M\$. Des pertes initiales sont prévues en années 1-2 (-170 000 \$ à -39 000 \$), avec un profit de 143 000 \$-145 000 \$ en année 3 à 54-55 % d' occupation, évoluant vers 342 000 \$-651 000 \$ en années 4-5 à 59-64 % et un TMD de 170,00 \$ à 191,34 \$. Les coûts d' exploitation, incluant salaires, taxes, services publics, et frais de franchise, soutiennent des stratégies comme l' efficacité énergétique et les partenariats avec Nettoyeur Vert, Café Cactus, et Acadie Gym. Les visiteurs du week-end, incluant familles, participants au Festival des pêches, Triathlon Zéro Excuses, Gran Fondo, Salon du livre, et amateurs de plein air, assurent une demande annuelle. La valeur marchande est estimée à 3,80 M\$-4,19 M\$ en année 4 et 6,81 M\$-7,23 M\$ en année 5 (approche par les revenus), avec 12 M\$ par comparaison de ventes. Nous recommandons une franchise Microtel Inn & Suites, avec Best Western et Quality Inn comme alternatives. Une plateforme de réservation partagée et des efforts de vente municipaux,

incluant le programme de sciences infirmières à l'UMCS, renforceront la rentabilité. Ce développement créera 40-50 emplois et contribuera 2 M\$-3 M\$ annuellement, amplifiant l'impact de l'Aquarium NB (8,3 M\$ au PIB canadien, 5,2 M\$ au NB, 2017-2019). Voir sections 4-9 pour détails.

Points clés :

- **Investissement** : 12,8 M\$-15,4 M\$ (hors ~500 000 \$ d'économie terrain)
- **Impact économique** : 40-50 emplois, 2 M\$-3 M\$/an
- **Facteurs de demande** : Centre des congrès (1 549 nuitées), Aquarium NB (30 730 visiteurs), UMCS/CCNB, Festival des pêches, Triathlon Zéro Excuses, Gran Fondo, Salon du livre
- **Franchise** : Microtel Inn & Suites pour design rentable
- **Rentabilité** : Profits années 4-5 de 342 000 \$-651 000 \$ à 59-64 % d'occupation

2. Introduction

2.1 Objectif et portée

Commanditée par la Ville de Shippagan, cette étude explore le potentiel d'un nouveau complexe hôtelier en bord de mer pour stimuler la croissance économique par le tourisme, en s'appuyant sur les données fournies par le Centre des congrès, l'Aquarium NB, le campus de Shippagan de l'Université de Moncton (UMCS), et le campus de la Péninsule acadienne du CCNB, ainsi que sur des sources indépendantes telles que les indicateurs touristiques de 2019 à 2025, les métriques STR, les prévisions du premier trimestre 2025 de Cushman & Wakefield, et le rapport sur les investissements hôteliers canadiens 2025 de Colliers. DeGrace Operations, dirigée par Adam DeGrace, également agréé comme courtier immobilier avec PMCo Corporate Real Estate Inc. au sein du groupe d'entreprises Doucet Developments (incluant RCS Construction), maintient une transparence totale dans cette analyse approfondie. Le rapport offre une analyse détaillée de la pertinence du site, des tendances du marché, du paysage concurrentiel, et des projections financières sur cinq ans. En appliquant les approches par

les revenus et par comparaison de ventes, nous estimons la valeur marchande du complexe hôtelier et proposons des stratégies pour attirer des investissements privés, soutenant la vision de prospérité de Shippagan sous la réforme gouvernementale provinciale de 2023.



2.2 Méthodologie

Notre analyse repose sur une évaluation complète et objective de la faisabilité du complexe hôtelier. Nous nous sommes appuyés sur les données touristiques du Nouveau-Brunswick de 2024, les métriques STR pour le Nouveau-Brunswick, Moncton et Bathurst, les données de réservations du Centre des congrès de 2024, les prévisions économiques de Cushman & Wakefield pour le premier trimestre 2025, le rapport de Colliers 2025 sur les tendances économiques et les investissements, ainsi que sur les perspectives des parties prenantes, incluant les devis de construction de RCS Construction (160 000 \$/chambre, basés sur leur expérience dans la construction de complexes hôteliers Microtel à Summerside, Île-du-Prince-Édouard, et Antigonish, Nouvelle-Écosse, avec une note indiquant des coûts potentiellement plus élevés dans des marchés suburbains comme Shippagan en raison des primes de transport et de main-d'œuvre) et les données sur le logement universitaire (425 étudiants à

l'UMCS). Les métriques STR ont fourni des estimations du taux d'occupation et du tarif moyen quotidien (TMD) pour le marché de Bathurst, assurant des comparaisons régionales robustes. Une visite sur place le 17 juillet 2025 a permis d'évaluer le site en bord de mer appartenant à la ville. Les modèles financiers pour 60, 80 et 100 chambres utilisent des hypothèses conservatrices d'un taux d'occupation de 55 % et un TMD de 170,00 \$, testés contre les tendances saisonnières. L'évaluation applique un taux de capitalisation de 8 à 10 % pour l'approche par les revenus et les ventes récentes de propriétés au Nouveau-Brunswick pour l'approche par comparaison, avec des tests de sensibilité pour gérer les risques comme les fluctuations de la demande.

2.3 Hypothèses et limites

Cette étude suppose une croissance touristique stable basée sur les tendances de 2024, un TMD de 170,00 \$ (une prime de 15 \$ par rapport à la moyenne provinciale de 154,55 \$ en 2024), l'absence de coût pour le terrain grâce au soutien municipal (économie d'environ 500 000 \$, fourchette 0,5 M\$ à 1,2 M\$), et des améliorations de l'infrastructure le long de la route 113. L'analyse s'appuie sur les indicateurs touristiques de 2019 à 2025, les métriques STR, et les informations fournies par le Centre des congrès, l'Aquarium NB, le campus de Shippagan de l'Université de Moncton (UMCS), et le campus de la Péninsule acadienne du CCNB, complétées par des chiffres préliminaires de 2025 (janvier-juin) et les prévisions de Cushman & Wakefield pour le premier trimestre 2025. Les estimations de la fréquence et de la participation aux conférences sur le campus de l'UMCS, y compris les activités potentielles de l'Institut de recherche Valorés et du CCNB, sont basées sur des observations sur place en 2024, projetant 250 à 450 nuitées combinées, incluant 50 à 100 nuitées provenant de 5 à 10 étudiants d'été et de 3 à 6 petites conférences par an avec 50 à 100 participants séjournant 1 à 2 nuits, ainsi que 50 à 100 nuitées liées au déménagement potentiel du programme de sciences infirmières de Bathurst à Shippagan, avec des inscriptions à l'UMCS stables à 425 étudiants en 2025-26. Les événements comme le Festival des pêches et de l'aquaculture, attirant des milliers de visiteurs annuellement, sont considérés comme des moteurs clés de la demande, contribuant à l'attrait touristique de Shippagan selon les tendances régionales de 2024. Les projections sont sujettes à des risques économiques, incluant une croissance potentielle du PIB de 0,7 % et une inflation de 3 % en 2025, des baisses de demande liées aux tarifs, et des incertitudes sur les tendances des visiteurs, qui peuvent affecter le taux d'occupation et les revenus. Toutes les estimations sont basées sur les



meilleures données disponibles et ne sont pas garanties. Une attention particulière est recommandée pour les projections reposant sur des données non confirmées, telles que les conférences universitaires et la demande saisonnière.

3. Revue du site et du quartier

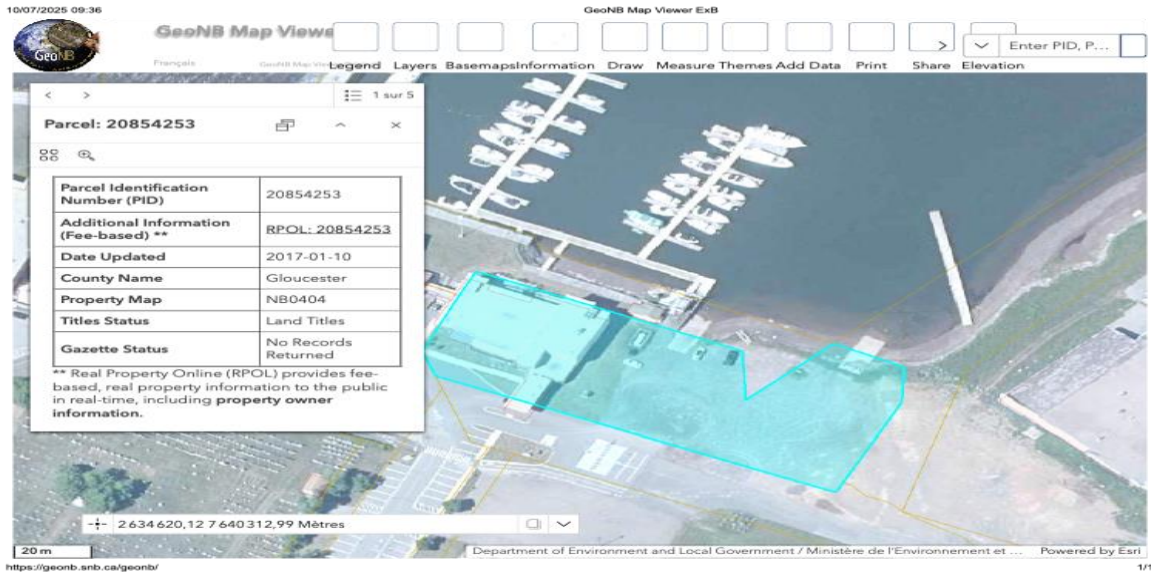
Niché sur le bord de mer pittoresque de Shippagan, le site proposé pour le complexe hôtelier Havre de Shippagan est une parcelle de 1,2 acre appartenant à la Ville de Shippagan, offerte à titre gracieux, permettant une économie d'environ 500 000 \$, basée sur les valeurs typiques des terrains en bord de mer dans la Péninsule acadienne, estimées à 30 \$/pied carré pour 52 272 pieds carrés, bien qu'une fourchette de 0,5 M\$ à 1,2 M\$ puisse être envisagée avec une prime pour l'emplacement en bord de mer (Source : Rapport sur les propriétés récréatives de printemps 2024 de Royal LePage). Une analyse comparative a été réalisée pour appuyer cette évaluation. Situé à quelques pas du restaurant Oktopus, de la halte nautique, et à 0,2–0,5 km de l'Aquarium NB, du campus de Shippagan de l'Université de Moncton (UMCS), du campus de la Péninsule acadienne du CCNB, du Centre des congrès, et d'entreprises locales telles qu'Entreprises Shippagan et Sun Gro Horticulture, le site bénéficie d'une proximité avec le centre-ville, renforçant l'attrait et la commodité pour les clients. Cet avantage financier, combiné à l'attrait du bord de mer, positionne le complexe pour attirer à la fois les visiteurs de loisirs et les clients d'affaires. Le terrain plat nécessite une fondation résistante aux inondations, ajoutant 10 % aux coûts de construction. S'étendant sur environ 1,2 acre, il peut accueillir un complexe hôtelier de 60 à 100 chambres, un design de 80 chambres étant recommandé. Zoné pour un usage commercial/touristique selon les règlements de la CSRPA, le site offre des délais d'obtention de permis de 3 à 6 mois. Les clients bénéficieront d'un accès via la route 113, reliant Bathurst (100 km, ~1 heure), Tracadie (32 km, ~30 min), et Caraquet (30 km, ~25 min), la Ville exprimant sa volonté de collaborer avec les promoteurs pour répondre aux besoins d'infrastructure, comme des améliorations routières ou d'éclairage (Source : Communication municipale). Les améliorations nécessaires incluent un stationnement partagé avec le Pavillon sportif Armand-Caron, une piste cyclable sécurisée connectée à la Véloroute de la Péninsule acadienne, et un espace de rangement sécurisé pour les vélos coûteux et les motoneiges, répondant aux besoins des touristes estivaux et hivernaux. Les services publics sont facilement accessibles, soutenus par les infrastructures existantes de la ville. Le secteur environnant, faisant partie de la Municipalité élargie de Shippagan depuis la réforme de 2023, prospère



grâce aux attractions acadiennes comme le Festival des pêches et de l'aquaculture, le Triathlon Zéro Excuses, le Gran Fondo, le Salon du livre, et le Sentier Rivage, renforçant l'attrait touristique (Source : www.shippagan.ca). Le tableau suivant détaille les caractéristiques du site et les améliorations proposées.

Tableau 1 : Attributs du site pour le complexe hôtelier propose

Attribut	Détails	Impact
Emplacement	Bord de mer, à distance de marche des services du centre-ville	Attire l'intérêt touristique, commodité
Propriété	Appartenant à la ville, sans coût	Économie d'environ 500 000 \$ (fourchette 0,5 M\$ à 1,2 M\$)
Zonage	Commercial/touristique (CSRPA)	Permet le développement
Accessibilité	Route 113, améliorations soutenues par la ville, stationnement partagé avec le Pavillon sportif	Assure la commodité et la sécurité des clients et cyclistes
Infrastructures	Services publics, soutien municipal, piste cyclable sécurisée	Favorise une construction rentable
Piste cyclable sécurisée	Connexion à la Véloroute de la Péninsule acadienne avec aménagement sécurisé pour vélos coûteux et motoneiges	Attrait pour les touristes actifs, sécurité pour équipements de valeur



4. Analyse du marché local

La vibrante culture acadienne de Shippagan et sa proximité avec des attractions uniques créent un marché touristique prometteur, malgré une offre limitée d'hébergements locaux. Cette section explore les tendances générales de l'hôtellerie au Nouveau-Brunswick, l'attrait de la Péninsule acadienne, et les principaux générateurs de demande à Shippagan, illustrant comment un nouvel hôtel peut répondre à des besoins non satisfaits et enrichir l'économie communautaire.

4.1 Vue d'ensemble du tourisme provincial

En 2024, le marché hôtelier du Nouveau-Brunswick est resté stable, avec Moncton et Dieppe enregistrant un taux d'occupation de 63 % (631 546 ventes de chambres), Fredericton à 65 %, Saint John à 60 %, Fundy à 46 %, et la Péninsule acadienne/Nord du Nouveau-Brunswick à 43 % (145 333 ventes de chambres), bien que les estimations spécifiques à Shippagan suggèrent un taux d'environ 40 % (~4 500 ventes de chambres, STR 2024). Bathurst, dans la région de la rivière Miramichi et du sud-est du Nouveau-Brunswick, reflète un taux d'occupation concurrentiel de 51,1 % selon les métriques STR, tandis que la région élargie a atteint 46 % d'occupation avec 81 425 ventes de chambres. Les données préliminaires de 2025 (janvier-juin) indiquent un taux d'occupation de 53 % au Nouveau-

Brunswick (815 732 ventes de chambres, -2 %), Moncton à 57 % (280 812, -7 %), et la Péninsule acadienne à 47 % (107 990, -4 % ; voir Annexes). Les visiteurs proviennent du Nouveau-Brunswick (891 944 ventes de chambres en 2024), de la Nouvelle-Écosse/Île-du-Prince-Édouard/Terre-Neuve (328 760), de l'Ontario (238 540), du Québec (168 494), d'autres provinces canadiennes (100 888), des États-Unis (105 910), et des marchés internationaux (26 236) en 2024. Les pics estivaux en juillet (75 %) et août (81 %) attirent les visiteurs du Québec et de l'Ontario, tandis que les mois hors saison (par ex., décembre, 39 %) attirent les Maritimes et les Néo-Brunswickois. L'économie touristique a contribué 2,4 G\$ et ~27 000 emplois en 2024, avec une estimation similaire pour avril-juin 2025 (Source : Tourisme, Patrimoine et Culture, indicateurs touristiques 2024 et 2025 ; STR 2024).

Tableau 2 : Taux d'occupation provinciaux de 2024

Région	Taux d'occupation (%)	Ventes de chambres Changement par rapport à 2023 (%)
Péninsule acadienne et Nord du NB	43 %	~145 333 -3 %
Région de la rivière Miramichi et sud-est du NB (incluant Bathurst)	46 %	81 425 -9 %
Moyenne provinciale	58,9 %	1 860 772 -1 %

4.2 Tourisme de la Péninsule acadienne et de Shippagan

Le riche patrimoine culturel de la Péninsule acadienne stimule un taux d'occupation régional de 43 % en 2024, atteignant un sommet de 69 % en juillet. Shippagan capte entre 10 et 15 % de cette fréquentation grâce à des événements comme le Festival des pêches et de l'aquaculture du Nouveau-Brunswick, un événement phare attirant des foules importantes à Shippagan. Le Festival acadien à Caraquet (1er–15 août) attire environ 5 000 à 10 000 participants, avec le Tintamarre du 15 août

comme point fort. La Véloroute de la Péninsule acadienne, un réseau cyclable de 610 km, relie Shippagan à 13 municipalités, attirant les amateurs de plein air, avec le Gran Fondo Véloroute (22–23 août 2024) affichant complet avec 290 participants (parcours de 25 à 140 km). Des circuits touristiques d'automne ciblant les retraités et les Européens, ainsi que les plages à proximité, diversifient l'attrait de Shippagan.

Parmi les autres événements marquants de la région :

- Festival des pêches et de l'aquaculture du Nouveau-Brunswick à Shippagan, célébrant l'héritage maritime
- Triathlon Zéro Excuses (juillet), plus de 150 participants de diverses provinces
- Gran Fondo de la Péninsule acadienne (août), 368 participants de diverses provinces
- Salon du livre à Shippagan, un événement culturel à fort impact économique
- Le Frolic Acadien de Tracadie (4–5 juillet)
- Gran Fondo des îles Lamèque et Miscou (5–6 juillet)
- Festival de la Tourbe de Lamèque (20–27 juillet), 50e anniversaire en 2024 avec concert de Brett Kissel
- Festival international de musique baroque de Lamèque (24–26 juillet), dans l'église de Sainte-Cécile
- Island Fest-îles (26 juillet)
- La Ruée vers l'art de Tracadie (3 août)
- Festival des Châteaux de Sable de Le Goulet (14–17 août)
- Méga Party Acadien de Tracadie (15 août)
- Les carnivals d'hiver comme le Carnaval des glaces de Shippagan, le Carnaval Plaisirs d'hiver de Lamèque, le Carnaval d'hiver de Tracadie et le Carnaval de Neiges de Le Goulet maintiennent la fréquentation en basse saison.

4.3 Attractions locales et générateurs de demande

Les attractions de Shippagan sont au cœur de son attrait touristique, soulignant le besoin urgent de davantage d'hébergements pour accueillir un nombre croissant de visiteurs.

4.3.1 Aquarium NB

En tant que plus grand aquarium public de l'Atlantique canadien, l'Aquarium NB dispose de 30 bassins d'exposition, 3 000 spécimens, une exposition sur la pêche et un bassin pour phoques, accueillant 30 730 visiteurs en 2024 (en baisse de 9 % par rapport à 33 733 en 2023). Les origines des visiteurs en 2024 incluent le Nouveau-Brunswick (61,4 %), la Nouvelle-Écosse/Île-du-Prince-Édouard/Terre-Neuve (1,7 %), l'Ontario (3,5 %), le Québec (30 %), d'autres provinces canadiennes (0,8 %), les États-Unis (0,8 %), et étrangers (1,8 %, incluant le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne), totalisant 30 730 visiteurs, avec des pics en juillet (11 023) et août (11 938). Ciblant les familles et les retraités, l'Aquarium NB prévoit des améliorations d'infrastructure et une expansion du marketing vers les visiteurs québécois. Ses partenariats avec Valorés et la Véloroute renforcent son attrait. L'impact économique de l'aquarium, contribuant 8,3 M\$ au PIB canadien (5,2 M\$ au NB) et 109 emplois à temps plein (79 au NB) de 2017 à 2019, souligne son importance comme générateur de demande (Source : Beaudin/LeBreton 2021).



Tableau 3 : Provenance des visiteurs de l'Aquarium NB, 2024

Origine	Pourcentage	Nombre
Nouveau-Brunswick	61.4%	18942
Québec	30.0%	9254
Ontario	3.5%	1080
Maritimes	1.7%	520
Autres provinces canadiennes	0.8%	239
États-Unis	0.8%	248
Étrangers	1.8%	547
Total	100%	30730

4.3.2 Campus de Shippagan de l'Université de Moncton et Institut de recherche Valorés

Le campus de Shippagan de l'Université de Moncton (UMCS), leader en biologie marine, comptait 425 étudiants inscrits pour l'année académique 2025-26, dont environ 213 nécessitant un logement. Cependant, seules 114 places en résidence sont disponibles, utilisées à 53 % de leur capacité (environ 60 occupées). Le déménagement potentiel du baccalauréat en science infirmière de Bathurst à Shippagan, rendu possible par l'hébergement supplémentaire du complexe hôtelier, pourrait augmenter la demande des étudiants et du corps professoral de 50 à 100 nuitées annuelles. En été, la demande est minimale, avec une estimation de 5 à 10 étudiants potentiellement hébergés pour des cours ou des recherches à un loyer réduit, pouvant contribuer à 50-100 nuitées annuelles pour le complexe hôtelier s'ils optent pour un hébergement hors campus. De plus, selon des observations sur place en 2024 et des données fournies par l'université, l'UMCS pourrait accueillir 3 à 6 petites conférences par an, impliquant 50 à 100 participants séjournant 1 à 2 nuits, générant 100 à 150 nuitées, potentiellement associées à l'Institut de recherche Valorés. La demande totale liée à l'UMCS est estimée à 200-350 nuitées annuelles. Le campus de la Péninsule acadienne du CCNB contribue également à la demande, bien que les chiffres d'inscription exacts ne soient pas disponibles, nécessitant des recherches supplémentaires. Une estimation conservatrice suggère que le CCNB pourrait ajouter 50 à 100 nuitées annuelles pour des conférences et activités étudiantes estivales similaires, portant la demande combinée de l'UMCS et du CCNB à 250-450 nuitées, principalement en hors-saison (octobre-mai) (Source : Université de Moncton, août 2025 ; www.shippagan.ca).



4.3.3 Centre des congrès de la Péninsule acadienne

Situé au 106-A, rue de l'Aquarium, le Centre des congrès est un lieu de 10 500 pieds carrés en bord de mer accueillant 200 à 450 invités pour des conférences, mariages et événements culturels. En 2024, le Centre a organisé 74 événements, incluant 14 fêtes pour enfants (50 participants chacune), 9 événements communautaires (50-300 participants), 8 banquets (100-200 participants), 3 mariages (140-200 participants), 5 sessions de formation (50-200 participants), 2 spectacles (200-300 participants), 6 réunions d'avocats (12 participants chacune), 4 fêtes de Noël (150 participants chacune), 2 collectes de sang (50 participants chacune), 1 location privée (50 participants), et 1 événement photo (10 participants), totalisant environ 5 162 participants. Environ 30 % des participants sont non-locaux, générant environ 1 549 nuitées annuellement (979 en octobre-mai, 570 en juin-septembre), en supposant 1,5 participant par chambre et un séjour de 1,5 nuit. Le Centre maintient un taux d'utilisation de 40-50 % en hors-saison, particulièrement pour les retraites corporatives. Sa proximité avec le site proposé du complexe hôtelier permet des blocs de chambres pour 100-200 participants par événement, captant 20-30 % des événements régionaux par rapport à Bathurst et Tracadie. Le Centre a fourni des données de réservation précises pour 2024, et la mise en place d'un système de suivi amélioré pour les réservations refusées (estimées à 3-5 événements par an, pouvant ajouter 300-500 nuitées) pourrait encore renforcer les projections de demande et solidifier le cas pour de nouveaux hébergements (Source : www.shippagan.ca ; Réservations 2024 du Centre des congrès ; communication du Centre des congrès, 20 août 2025).



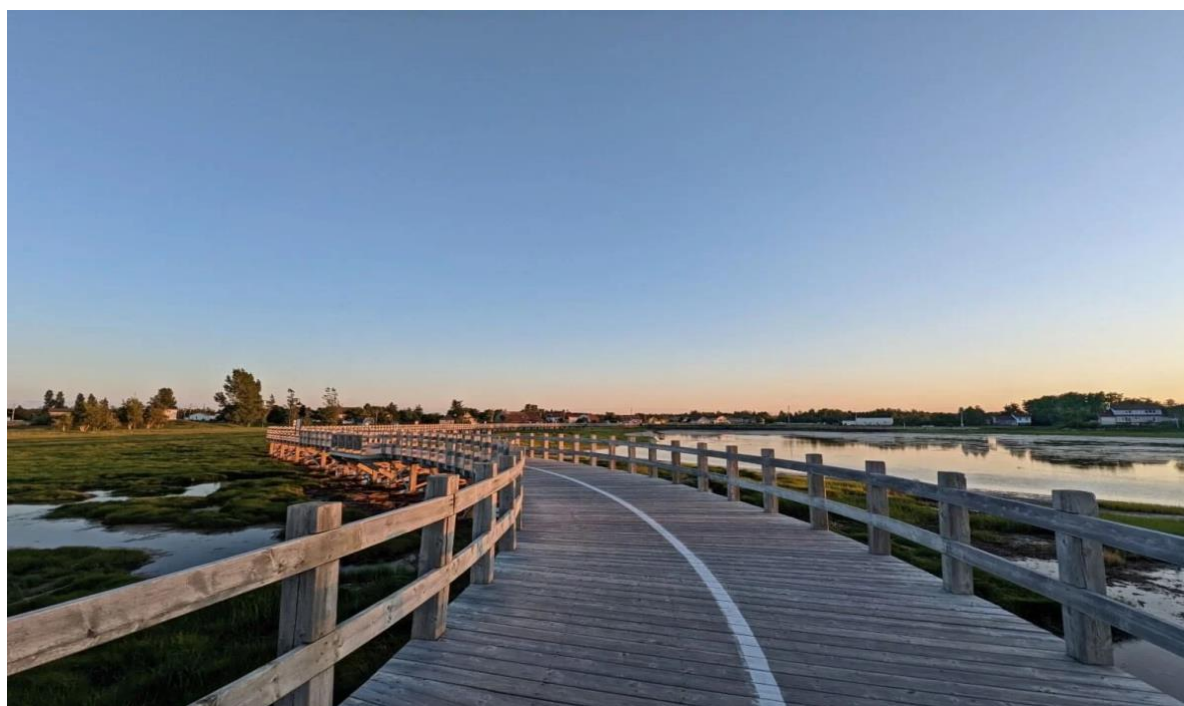
Tableau 4 : Résumé des réservations 2024 du Centre des congrès

Type d'événement	Nombre d'événements	Total des participants	Nuitées estimées
Fêtes pour enfants	14	700	210
Événements communautaires	9	1250	375
Banquets	8	1350	405
Mariages	3	540	162
Sessions de formation	5	650	195
Spectacles	2	500	150
Réunions d'avocats	6	72	22
Fêtes de Noël	4	600	180
Collectes de sang	2	100	30
Location privée	1	50	15
Événement photo	1	10	3
Total	74	5162	1549
Hors-saison (oct.-mai)	53	3262	979
Saison de pointe (juin-sept.)	21	1900	570

4.3.4 Autres générateurs de demande locaux

Les diverses attractions de Shippagan renforcent son attrait tout au long de l'année. Le restaurant Oktopus, réputé pour ses fruits de mer, complète les offres du complexe hôtelier. La halte nautique, située près d'Oktopus et du Centre des congrès, attire les amateurs de navigation et soutient les activités touristiques. Le Sentier Rivage, une promenade en bord de mer de 2 km, invite à une exploration paisible, tandis que le Festival des pêches et de l'aquaculture du Nouveau-Brunswick et le Festival acadien célèbrent l'héritage maritime et culturel de la région. La piscine régionale de Shippagan

et le mini-golf du terrain de camping de Shippagan attirent les familles, et les sentiers de VTT/motoneige ainsi que le réseau cyclable de 610 km de la Véloroute de la Péninsule acadienne ajoutent à l'attrait touristique. Les grandes entreprises locales comme Entreprises Shippagan et Sun Gro Horticulture génèrent une demande de voyageurs d'affaires, soutenant les séjours corporatifs. Des améliorations potentielles du quai, si entreprises par les autorités locales, pourraient soutenir de petites visites de croisières, bien qu'aucun plan officiel ne soit confirmé, offrant une possible augmentation du nombre de visiteurs (Source : www.shippagan.ca).



4.3.5 Développement potentiel des sports et de l'aréna

La communauté sportive de Shippagan, notamment le hockey, présente un potentiel de demande supplémentaire. On a observé que les défis de capacité d'hébergement ont contribué au rejet de la candidature de Shippagan pour accueillir le Championnat provincial pee-pee en 2023 en raison d'un manque d'hébergements. Le tournoi pee-pee annuel de Shippagan, généralement tenu en hiver (décembre-février), peine à inclure des catégories compétitives, se limitant au jeu récréatif en raison de l'éparpillement des équipes et du manque de chambres du complexe hôtelier, suggérant un potentiel

de 200 à 400 nuitées annuellement pour les tournois de hockey mineur si l'hébergement s'améliore. Le Centre Rhéal-Cormier, situé au 200, avenue Hôtel-de-Ville, est une aréna polyvalente qui soutient les activités de patinage hivernal, dont le hockey, et est disponible pour d'autres usages en été. Une ligue potentielle de hockey Senior B pourrait attirer des joueurs et des partisans locaux et régionaux, augmentant davantage l'occupation si développée dans cette installation pendant la saison morte (octobre-avril). Une collaboration avec les organisations sportives locales et la Ville pourrait explorer l'expansion de la capacité de l'aréna pour accueillir de tels événements, complétant le Centre des congrès et renforçant l'attrait du complexe hôtelier comme hub pour les visiteurs liés aux sports. La région offre une variété d'opportunités sportives existantes, notamment :

- Des tournois de pickleball sur les nouveaux terrains conformes aux normes nationales, capables d'accueillir des événements régionaux compétitifs.
- Des tournois de badminton et de soccer intérieur au Pavillon sportif – UMCS, le seul établissement de la région équipé pour des compétitions sanctionnées.
- Des tournois de hockey récréatif pour adultes et le Tournoi de hockey-balle de la Péninsule acadienne, attirant des participants locaux et régionaux.
- Le Tournoi de Volleyball 4x4 à Lamèque, favorisant l'engagement communautaire.
- Des tournois de golf au club de Pokemouche, attirant des passionnés pendant la saison estivale.
- La Kite Académie René Jobin et le festival Acadie surf - kitesurf en juillet, mettant en valeur les sports nautiques.
- Des courses allant de 5 km à des demi-marathons, répondant à divers niveaux de forme physique.
- Le Parc écologique de la Péninsule acadienne à Lamèque, une attraction naturelle attirant les visiteurs écotouristes. La présence du complexe hôtelier pourrait accroître l'ampleur de ces événements en accueillant plus de participants et de spectateurs, pouvant entraîner 10 à 20 emplois à temps partiel supplémentaires pendant les périodes de pointe. Cela contribuerait au total projeté de 40 à 50 emplois pour le complexe hôtelier, le reste étant soutenu par des rôles opérationnels à temps plein. Ces estimations sont basées sur les besoins en personnel pour les



événements de hockey mineur et Senior B, reflétant le rôle du complexe hôtelier dans l'amplification de l'activité économique locale.

4.4 Vue d'ensemble de l'économie

L'économie du Nouveau-Brunswick soutient un secteur touristique florissant, avec une croissance des loisirs et de l'hôtellerie de 1,25 % en 2024, projetée à 1,5 % en 2025, stimulée par l'essor des revenus touristiques selon le rapport de Colliers 2025 sur les investissements hôteliers canadiens, et renforcée par les prévisions de Cushman & Wakefield pour le premier trimestre 2025 indiquant un chômage stable et des revenus en hausse. Un chômage stable et des revenus croissants encouragent les dépenses des visiteurs, notamment des voyageurs domestiques, positionnant Shippagan pour profiter de cette dynamique et répondre à la demande d'hébergement (Source : Destination Canada 2024 ; Rapport de Colliers 2025 sur les investissements hôteliers canadiens ; Cushman & Wakefield Q1 2025).

5. Analyse de l'offre et de la demande

La demande touristique croissante de la ville dépasse largement l'offre actuelle d'hébergements, créant une opportunité idéale pour un nouvel hôtel afin de combler ce vide et enrichir l'économie locale.

5.1 Offre hôtelière existante à Shippagan et dans les environs

Shippagan propose moins de 30 chambres, principalement au Motel Brise-Marine (12 chambres), avec de nouvelles options de glamping incluant les Cabanes acadiennes (4 unités : 2 studios, 2 cabanes, 1 chambre chacune) et Terra Expérience (4 unités, 2 chambres chacune). À proximité, Caraquet (100 unités, 15 minutes), Tracadie (100, 30 minutes), Lamèque (16, 20 minutes), Miscou (La Vieille École de Miscou, ~5 unités), et Bathurst (plus de 300, 1 heure) offrent environ 500 chambres et unités. Selon les métriques STR, l'ensemble concurrentiel de Bathurst affiche un taux d'occupation moyen de 51,1 % à ce jour. Le marché attrape-tout et les petites salles de réunion proposés par le complexe hôtelier complètent son cadre unique en bord de mer, ajoutant de la valeur sans concurrencer les restaurants locaux ni les grands espaces événementiels.



Tableau 5 : Ensemble concurrentiel des hébergements régionaux

Propriété	Emplacement	Chambres /Unités	Type	Taux d'occupation (2024)	TMD (Est.)	Commodités clés
Motel Brise-Marine	Shippagan	12	Motel économique	40%	120\$	Chambres de base
CIELO Glamping Maritime	Haut-Shippagan	5	Glamping de luxe	45%	200\$	Tentes de luxe
Terra Expérience	Shippigan	4	Glamping	45%	\$200	Hébergements
Cabanes acadiennes	Shippagan	4	Glamping	45%	\$180	Hébergements
La Vieille École de Miscou	Miscou	5	Hébergement patrimonial	40%	\$140	Hébergements uniques
Super 8 Caraquet	Caraquet (25 min)	50	Hôtel de catégorie moyenne	50%	150\$	Petit-déjeuner/Wi-Fi
Chalets de la Plage Bas-Caraquet	Bas-Caraquet (20 min)	24	Chalets en bord de mer	55%	180\$	Accès à la plage
Motel et Camping Colibri	Caraquet (25 min)	Motel + 300 sites (3 cabines)	Camping/Motel	50%	130\$/50\$	Camping/chambres de base
Villegiature Deux Rivieres Resort	Tracadie (30 min)	57	Station de catégorie moyenne	45%	160\$	Restaurant/chalets



Malia Spa and Resort	Lamèque (20 min)	16	Hôtel/Station avec spa	50%	170\$	Services de spa
Auberge Chez Janine du Havre	Savoy Landing	14	Auberge	40%	140\$	Restauration
Gîte Chez Janine du Havre	Savoy Landing	5 (environ)	B&B	42%	130\$	Petit-déjeuner
Camping Chez Janine du Havre	Savoy Landing	Sites de camping	Camping	45%	40\$/site	Camping
Camping Shippagan	Haut-Shippagan	Sites de camping	Camping	50%	45\$/site	Camping
Logement estival de l'université	Shippagan	100 lits (environ) (été)	Dortoir étudiant	30%	50\$/nuit	Hébergement de base
Atlantic Host Hotel	Bathurst (1 heure)	98	Hôtel de catégorie moyenne	55%	170\$	Restaurant/salles de réunion
Best Western Plus	Bathurst (1 heure)	80	Suites de catégorie moyenne	52%	165\$	Centre d'affaires/petit-déjeuner
Comfort Inn	Bathurst (1 heure)	60	Hôtel économique	48%	140\$	Petit-déjeuner/Wi-Fi
Quality Inn & Suites	Bathurst (1 heure)	75	Hôtel de catégorie moyenne	50%	155\$	Centre d'affaires/petit-déjeuner



5.2 Prévisions de la demande

Les projections de demande du complexe hôtelier ciblent un taux d'occupation conservateur de 54-55 % pour les années 3 à 5, avec un potentiel de hausse à 63-64 %, stimulées par le Centre des congrès (1 849 à 2 049 nuitées en 2024, dont 979 en hors-saison), les visiteurs de l'Aquarium NB (environ 2 820 nuitées, estimées à partir de 30 730 visiteurs), l'UMCS/CCNB (250-450 nuitées, incluant 50-100 du programme de sciences infirmières), et des événements comme le Festival des pêches et de l'aquaculture, le Triathlon Zéro Excuses (100 nuitées), le Gran Fondo (100 nuitées), et le Salon du livre (50-100 nuitées). La demande de l'UMCS comprend 50 à 100 nuitées provenant de 5 à 10 étudiants d'été (mai-août) et 100 à 150 nuitées issues de 3 à 6 conférences par an, ajustées pour 425 étudiants en 2025-26. La demande du CCNB est estimée à 50-100 nuitées, en attendant les données d'inscription. Le programme de sciences infirmières pourrait ajouter 50-100 nuitées. Le Centre des congrès a fourni des données de réservation pour 2024, et le suivi des réservations refusées (3-5 événements par an, 300-500 nuitées) pourrait porter la demande de conventions à 1 849-2 049 nuitées annuellement. Pour un complexe hôtelier de 80 chambres, cela se traduit par environ 16 080 à 16 260 nuitées à 54-55 % en année 3 et environ 18 700 à 18 900 à 63-64 % en année 5, soutenues par environ 250 à 300 nuitées par mois en hors-saison provenant de toutes les sources (Centre des congrès : ~122, Aquarium NB : ~235, UMCS/CCNB : ~20-30, événements : ~10-20).

5.3 Segmentation de la demande

Les clients du complexe hôtelier incluront des voyageurs de loisirs (60 %, principalement des visiteurs du Québec et de l'Ontario en été) et des participants à des événements ou affaires (40 %, dont 15 % de l'UMCS/CCNB/Valorés et 25 % de conventions), avec un accent sur la demande corporative et transitoire du dimanche au jeudi. Les séjours du week-end (vendredi-samedi) proviendront de clients de loisirs (60 %, incluant des familles, des retraités et des touristes visitant l'Aquarium NB, le Sentier Rivage et des événements comme le Festival des pêches, le Triathlon Zéro Excuses, le Gran Fondo, le Salon du livre, et le Festival acadien), des événements de groupe (20 %, tels que mariages et petites conférences au Centre des congrès), et d'autres visiteurs (20 %, incluant des invités universitaires de l'UMCS/CCNB, des amateurs de plein air sur les sentiers de VTT/motoneige ou de potentiels visiteurs de croisières). Le réseau cyclable de 610 km de la Véloroute de la Péninsule acadienne attire

également les cyclotouristes, contribuant à la catégorie des 20 % d'autres visiteurs pendant les week-ends hors saison. Ce mélange de week-end tout au long de l'année, robuste en été (taux d'occupation estimé à 52 % basé sur les projections de 5.2 et les tendances régionales de 4.1) et soutenu par des activités de niche en hors-saison, garantit une demande stable et une stabilité financière.

5.4 Positionnement concurrentiel

En tant que complexe hôtelier de catégorie moyenne en bord de mer, l'établissement se distinguera des hôtels urbains de Bathurst, des stations de Tracadie et des options économiques de Shippagan. Son tarif moyen quotidien de 170 \$, une prime par rapport à la moyenne régionale de 150 \$, reflète l'emplacement en bord de mer et les commodités adaptées, offrant de la valeur sans concurrencer les restaurants locaux ni les lieux événementiels.

5.5 Analyse des affaires de congrès et concurrence régionale

Le Centre des congrès, avec 74 réservations en 2024 générant environ 1 549 nuitées (979 en hors-saison), capte 20 à 30 % des événements régionaux, concurrençant efficacement Bathurst et Tracadie. Les événements hors saison (53 sur 74) incluent des banquets, mariages, formations et fêtes de Noël, confirmant son rôle de moteur clé de la demande. Des preuves anecdotiques de réservations refusées suggèrent une augmentation potentielle à 1 849-2 049 nuitées annuellement, renforçant le rôle du complexe hôtelier pour répondre à une demande non satisfaite, bien qu'un suivi formel soit nécessaire pour confirmer. Un effort de vente ciblé par les leaders municipaux et du centre de congrès, en collaboration avec l'UMCS et le CCNB, sera essentiel pour sécuriser ces réservations.

6. Concept proposé du complexe hôtelier

Ce concept de complexe hôtelier exploite le potentiel touristique de Shippagan, répondant à la pénurie d'hébergements locaux avec une propriété de catégorie moyenne conçue pour accueillir à la fois les clients d'affaires et de loisirs.



6.1 Analyse du nombre recommandé de chambres et de la taille

Après avoir évalué les options de 60, 80 et 100 chambres, un complexe hôtelier de 80 chambres offre le meilleur équilibre entre la satisfaction de la demande et la gestion des coûts, trouvant la démonstration de rentabilité convaincante (voir Tableau 6). Cette taille s'aligne sur les projections d'occupation et garantit la viabilité financière dans le marché saisonnier de Shippagan. Le tableau de comparaison des tailles de chambres évalue trois options—60, 80 et 100 chambres—pour déterminer la plus adaptée au marché touristique de Shippagan. Le tableau présente les coûts de construction estimés (hors terrain, offert gratuitement par la Ville, permettant une économie d'environ 500 000 \$, fourchette 0,5 M\$ à 1,2 M\$), les taux d'occupation prévus en années 3 (54 %) et 5 (63 %), les profits ou pertes projetés, et le taux d'occupation nécessaire pour atteindre le seuil de rentabilité. L'option de 80 chambres est recommandée car elle équilibre les coûts de construction (12,8 M\$ à 15,4 M\$) avec un fort potentiel de profit (510 000 \$ en année 5), en phase avec la demande de Shippagan provenant du Centre des congrès (1 849-2049 nuitées en 2024, incluant 300-500 nuitées supplémentaires potentielles), des visiteurs de l'Aquarium NB (30 730 en 2024), de l'UMCS/CCNB, et des événements comme le Festival des pêches, le Triathlon Zéro Excuses, le Gran Fondo, et le Salon du livre. Un

complexe hôtelier de 60 chambres minimise les coûts mais limite les revenus, tandis qu'un complexe de 100 chambres augmente les risques avec des pertes plus élevées dans les premières années. Le point de rentabilité de 56 % indique qu'une occupation de juste plus de la moitié des chambres quotidiennement couvre les coûts, rendant l'option de 80 chambres financièrement viable.

Tableau 6 : Comparaison des tailles de chambres pour le complexe hôtelier proposé

Chambres	Coût (\$M, hors terrain)	Taux d'occupation	Profit (\$K)	Seuil de rentabilité (%)
60	9.6-11.5	54% (63%)	-12 (150)	56
80	12.8-15.4	54% (63%)	3 (510)	56
100	16.0-19.2	54% (63%)	-16 (420)	56

6.2 Positionnement et commodités du complexe hôtelier

Le complexe hôtelier, nommé Havre de Shippagan, doit être conçu comme une propriété de catégorie moyenne en bord de mer pour accueillir les clients corporatifs et transitoires avec des commodités complétant les entreprises locales comme le restaurant Oktopus, le Centre des congrès, et le Pavillon sportif, tout en tirant parti des partenariats pour réduire les coûts :

- **Marché attrape-tout** : Offrir des collations préemballées, des boissons et des repas légers (par ex., sandwiches, café), potentiellement sourcés auprès du restaurant Oktopus ou du Café Cactus pour soutenir l'économie locale, répondant aux besoins corporatifs en semaine sans concurrencer la restauration locale.
- **Espace de petit-déjeuner gratuit** : Proposer un petit-déjeuner continental (viennoiseries, fruits, yogourts, café) dans un salon chaleureux, assurant la commodité pour tous les clients.

- **Station de boissons** : Offrir un service d'auto-service de café et de thé 24/7 dans le hall pour un accès facile.
- **Centre d'affaires** : Offrir un accès 24/7 à des ordinateurs, des imprimantes, un Wi-Fi haute vitesse et une petite salle de réunion (10-20 personnes), complétant les grands espaces événementiels du Centre des congrès.
- **Partenariat pour le centre de conditionnement physique** : S'associer avec Acadie Gym à l'UMCS pour offrir aux clients un accès à des installations de fitness, incluant des équipements cardio, des poids et des espaces de yoga, éliminant le besoin d'un centre de fitness sur place et économisant environ 500 000 \$ en construction et 50 000 \$/an en entretien.
- **Terrasse extérieure** : Offrir un espace de 500 pieds carrés avec vue sur la Baie des Chaleurs, invitant à la détente ou à des réunions informelles.
- **Locations de vélos/vélos électriques** : S'associer avec le Centre d'information touristique de Shippagan et les fournisseurs de la Véloroute pour offrir des locations, exploitant le réseau de 610 km pour explorer le Sentier Rivage et la halte nautique.
- **Commodités de spa** : Offrir des réservations de massages en chambre ou une petite aire de bain à remous, avec un partenariat potentiel avec le spa Malia pour l'accès à un sauna, évitant la concurrence.
- **Piscine exclue** : Tirer parti de la piscine régionale à proximité pour éviter des coûts élevés (~150 000 \$ à 200 000 \$ d'installation, 50 000 \$/an d'entretien). Ces commodités sont conçues pour attirer des clients tout au long de l'année tout en soutenant les entreprises locales de Shippagan grâce à des partenariats judicieux.



6.3 Franchise vs exploitation indépendante

6.3.1 Avantages et inconvénients de la franchise

Une franchise devrait augmenter l'occupation de 10 à 15 % grâce à la reconnaissance de la marque, essentielle dans un marché plus petit comme Shippagan, bien qu'elle implique des frais de redevance. Une exploitation indépendante offre de la flexibilité mais risque une visibilité réduite, notamment pour les voyageurs corporatifs. Une franchise est recommandée pour maximiser la portée et le soutien opérationnel du complexe hôtelier.



Tableau 7 : Comparaison des franchises pour le complexe hôtelier proposé

Franchise	Propriétés au Canada	Frais (% des revenus)	Frais initiaux (\$K)	Plage d'investissement (\$M)
Microtel Inn & Suites	50+	5-8%	40	2.7-11.1
Best Western	300	4-7%	40	5.8-12.0
Quality Inn (Choice)	330	5-8%	35	5.8-11.0
Tru by Hilton	20+	4-6%	50	6.0-13.0

Holiday Inn Express (IHG)	200	7-9%	50	6.0-14.0
------------------------------	-----	------	----	----------

7. Estimation des coûts de construction

L'estimation des coûts de construction reflète les conditions uniques de Shippagan tout en s'alignant sur les normes de l'industrie pour les hôtels de catégorie moyenne, assurant un budget pratique et réalisable.

7.1 Analyse des coûts par chambre

Les coûts de construction sont estimés à 160 000 \$ à 192 000 \$ par chambre pour 2025, basés sur une estimation de 160 000 \$/chambre de RCS Construction, reflétant leur expérience récente dans la construction de complexes hôteliers Microtel à Summerside, Île-du-Prince-Édouard, et Antigonish, Nouvelle-Écosse. RCS a noté des coûts potentiellement plus élevés dans des marchés suburbains comme Shippagan en raison des primes de transport et de main-d'œuvre, suggérant une augmentation de 10 à 20 %, intégrée dans cette fourchette. Cela correspond aux benchmarks canadiens de catégorie moyenne de 145 000 \$ à 197 000 \$ selon le Guide des coûts de construction d'Altus Group (2022), ajustés aux conditions actuelles. Pour un complexe hôtelier de 80 chambres, cela totalise 12,8 M\$ à 15,4 M\$, formant la base du budget du projet, avec des hausses potentielles abordées dans la section 7.3.

7.2 Répartition totale des coûts du projet

Le coût total du projet pour un complexe hôtelier de 80 chambres est estimé à 17,425 M\$, couvrant la construction (12,8 M\$ à 15,4 M\$), les meubles, fixtures et équipements (FFE, ~3 M\$), ainsi que les coûts mous incluant permis, design et contingences (~1,625 M\$). Cette fourchette reflète l'estimation récente de RCS Construction, ajustée aux conditions du marché de Shippagan.

7.3 Facteurs d'escalade des coûts à Shippagan

L'emplacement isolé de Shippagan augmente les coûts de 10 à 20 % (176 000 \$ à 192 000 \$/chambre basés sur l'estimation de 160 000 \$ de RCS), comme noté par RCS Construction. Les conditions récentes du marché, incluant l'inflation et les primes de main-d'œuvre, sont prises en compte dans leur évaluation, le soutien municipal pour les infrastructures aidant à atténuer d'autres augmentations, assurant une prévisibilité des coûts pour le complexe hôtelier.

7.4 Considérations de financement

Le financement du coût total du projet de 17,5 M\$ (hors terrain) pour le complexe hôtelier devrait combiner des fonds propres (3,84 M\$ à 4,62 M\$), des prêts (8,96 M\$ à 10,78 M\$), et des subventions potentielles (1,5 M\$), tirant parti du terrain offert gratuitement pour améliorer les rendements. Cette approche de financement soutient la viabilité du projet et son attrait pour les investisseurs.

8. Projections financières et évaluation

Les projections financières offrent une perspective réaliste pour l'hôtel proposé sous la marque Microtel, utilisant des hypothèses conservatrices pour inspirer la confiance des investisseurs malgré des pertes initiales dans les années 1 à 3.

8.1 Projections des revenus

Pour un complexe hôtelier de 80 chambres avec un tarif moyen quotidien (TMD) augmentant annuellement de 3 % de 170,00 \$ en année 1 à 191,34 \$ en année 5, les revenus sont projetés de croître de 2,63 M\$ en année 1 (50 % d'occupation, 14 600 nuitées, 150 000 \$ d'ancillaires) à 3,03 M\$ à 3,06 M\$ en année 3 (54-55 %, 15 880-16 060 nuitées, 160 000 \$ d'ancillaires) et à 3,75 M\$ à 3,79 M\$ en année 5 (63-64 %, 18 500-18 700 nuitées, 180 000 \$ d'ancillaires). Les revenus d'ancillaires, variant de 150 000 \$ à 180 000 \$ par an, incluent les ventes du marché attrape-tout et des locations de vélos. Un complexe hôtelier de 60 chambres générerait 2,10 M\$ à 2,13 M\$ à un taux d'occupation de 54-55 % avec un TMD de 180,35 \$ et 160 000 \$ d'ancillaires, tandis qu'un complexe hôtelier de 100 chambres

atteindrait 4,01 M\$ à 4,05 M\$. Le Centre des congrès, contribuant à environ 1 849-2 049 nuitées, pourrait augmenter les revenus de l'année 5 à 3,89 M\$ à 3,93 M\$ à un taux d'occupation de 66-67 %.

Tableau 8 : Projections des revenus pour le complexe hôtelier Microtel de 80 chambres, années 1-5

Année	Taux d'occupation (%)	Nuitées	TMD (\$)	Revenus des chambres (\$M)	Ancillaires (\$K)	Revenus totaux (\$M)
1	50	14600	170.00	2.48	150	2.63
2	52	15184	175.10	2.66	155	2.81
3	54-55	15880- 16060	180.35	2.87-2.89	160	3.03-3.06
4	59-60	17340- 17520	185.76	3.22-3.25	170	3.39-3.42
5	63-64	18500- 18700	191.34	3.57-3.60	180	3.75-3.79

8.2 Analyse des coûts d'exploitation

Les coûts d'exploitation du complexe hôtelier sont structurés pour équilibrer les dépenses fixes et variables, avec des sous-catégories détaillées pour assurer la transparence et une gestion efficace des coûts.

8.2.1 Répartition des coûts fixes

Les coûts fixes totaux s'élèvent à 1,66 M\$ annuellement, reflétant des opérations efficaces pour un complexe hôtelier de catégorie moyenne dans un marché suburbain comme Shippagan:

- Salaires et traitements (660 000 \$) : Inclut la direction (200 000 \$, par ex. directeur général, adjoint), la réception (250 000 \$, ~8 employés à 30 000-35 000 \$/an), l'entretien (60 000 \$, 1 à temps plein à 40 000 \$, 1 à temps partiel à 20 000 \$ pour l'entretien courant et l'aménagement paysager), et autre personnel (150 000 \$, par ex. personnel du petit-déjeuner, administratif).
- Taxes et assurances (500 000 \$) : Taxes foncières (45 000 \$, selon les registres fiscaux du NB), taxes commerciales (150 000 \$), assurance responsabilité/biens (305 000 \$, basée sur 3 810 \$/chambre pour 80 chambres).
- Entretien (300 000 \$) : Entretien général (200 000 \$, par ex. HVAC, plomberie), aménagement paysager (50 000 \$), et remplacement d'équipements (50 000 \$).
- Marketing (200 000 \$) : Publicité numérique (100 000 \$, par ex. LinkedIn, Instagram), matériel promotionnel (50 000 \$), et partenariats avec Tourisme Nouveau-Brunswick (50 000 \$).

8.2.2 Répartition des coûts variables

Les coûts variables du complexe hôtelier sont estimés à 67 \$ par nuitée, évoluant avec l'occupation, et incluent les composantes clés suivantes :

- Entretien ménager (27 \$/nuitée, couvrant la main-d'œuvre interne, les services publics et les fournitures).
- Services publics (15 \$/nuitée, incluant électricité, eau et internet).
- Fournitures (25 \$/nuitée, englobant les commodités pour les clients, le linge de maison et divers articles).
- Frais du système de réservations (2 % des revenus des chambres).
- Frais de traitement par carte de crédit (2,5 % des revenus totaux).

- Coûts de formation (50 000 \$/an en années 1-2, réduits à 25 000 \$/an en années 3-5). Les coûts variables totaux sont projetés de varier de 1,14 M\$ en année 1 à 1,23 M\$ à 1,24 M\$ en année 3 et 1,41 M\$ à 1,42 M\$ en année 5, reflétant l'augmentation de l'occupation et de l'échelle opérationnelle.

8.2.3 Stratégies de contrôle des coûts

Pour gérer efficacement les coûts, le complexe hôtelier devrait mettre en œuvre les stratégies suivantes afin d'optimiser l'efficacité opérationnelle et de tirer parti des ressources locales de Shippagan :

- **Mesures d'économie d'énergie** : Installer des éclairages LED et des appareils économiseurs d'eau pour réduire les coûts des services publics de 10 % (~25 000 \$/an), minimisant les dépenses en électricité et en eau pendant les périodes de pointe et hors saison.
- **Partenariats de marketing** : Collaborer avec le Centre des congrès, le Café Cactus, et le campus de Shippagan de l'Université de Moncton pour réduire les dépenses de marketing grâce à des promotions conjointes (~50 000 \$/an d'économies), exploitant leurs réseaux pour attirer les clients corporatifs et de loisirs.
- **Programme de formation croisée du personnel** : Former le personnel à assumer plusieurs rôles (par ex., réception comme concierge, entretien ménager aidant au petit-déjeuner) pour réduire les coûts de main-d'œuvre en basse saison, économisant ~20 000 \$ à 30 000 \$/an en minimisant les embauches à temps partiel ou les heures supplémentaires.
- **Approvisionnement local pour les fournitures** : S'associer avec des fournisseurs locaux comme Café Cactus pour les commodités des clients (par ex., café) et les items du petit-déjeuner (par ex., viennoiseries, fruits), et avec Nettoyeur Vert pour les services de buanderie, réduisant les coûts de transport et de buanderie (~60 000 \$ à 65 000 \$/an au total) et soutenant les entreprises locales.
- **Technologie intelligente pour les services aux clients** : Mettre en place des systèmes de check-in/out mobile et de clés numériques via l'application Microtel pour réduire les besoins en personnel à la réception, économisant ~15 000 \$ à 20 000 \$/an en simplifiant les interactions avec les clients.

- **Système de gestion énergétique saisonnier** : Utiliser des thermostats intelligents et des capteurs d'occupation dans les chambres pour réduire les coûts de chauffage/refroidissement pendant les périodes de faible occupation (octobre-mai), économisant ~10 000 \$ à 15 000 \$/an en électricité.
- **Logiciel de gestion des revenus** : Employer un logiciel de tarification dynamique pour optimiser les tarifs en fonction de la demande (par ex., plus élevés pendant le Festival des pêches, plus bas en hors-saison), générant ~20 000 \$ à 30 000 \$/an de revenus supplémentaires pour compenser les coûts.
- **Frais de franchise** : Inclus à 6 % des revenus, variant de 158 000 \$ (année 1) à 225 000 \$ à 227 000 \$ (année 5), pris en compte dans les coûts totaux pour assurer la transparence du budget.

Tableau 9 : Répartition des coûts d'exploitation (80 chambres)

Catégorie de coût	Année 1 (\$K)	Année 3 (\$K)	Année 5 (\$K)
Coûts fixes	1660	1692	1724
Salaires et traitements	660	695	731
Taxes et assurances	500	500	500
Entretien	300	300	300
Marketing	200	200	200
Coûts variables	1145	1231 to 1241	1412 to 1427
Entretien ménager	394	428 to 434	500 to 505
Services publics	219	238 to 241	278 to 281
Fournitures	365	397 to 402	463 to 468
Frais de réservations	50	54 to 55	71 to 72
Frais de traitement par carte	66	76	94 to 95
Formation	50	25	25



Frais de franchise (6 %)	158	182 to 183	225 to 227
Coûts totaux	2802	2923 to 2933	3136 to 3151

8.3 Analyse du seuil de rentabilité

8.3.1 Scénario de base

Le complexe hôtelier nécessite un taux d'occupation de 54,2 % pour atteindre le seuil de rentabilité en année 1, calculé en divisant 1,66 M\$ de coûts fixes par la marge de contribution (TMD de 170,00 \$ moins 67 \$ de coûts variables, hors frais de réservations/carte de crédit), équivalant à 15 825 nuitées annuellement sur 29 200 disponibles. La marge de contribution augmente avec le TMD dans les années suivantes (par ex., 124,34 \$ en année 5 à un TMD de 191,34 \$), abaissant le point de rentabilité à 52,5 % en année 5 ($15\ 825 \div (191,34 \$ - 67 \$)$).

8.3.2 Analyse de sensibilité

Les variations des facteurs clés affectent le point de rentabilité du complexe hôtelier : en année 1, une baisse de 10 % du TMD à 153,00 \$ l'élève à 65,2 %, tandis qu'une hausse de 10 % à 187,00 \$ le réduit à 51,0 %. En année 5, avec un TMD de 191,34 \$, une baisse de 10 % à 172,21 \$ l'augmente à 56,2 %, et une hausse de 10 % à 210,47 \$ le réduit à 49,6 %. Un supplément de 2 000 nuitées provenant de conventions le baisse à 50,2 % en année 5, soulignant l'importance des réservations liées aux événements.

8.4 Rentabilité projetée et rendement sur investissement (ROI)

Le complexe hôtelier anticipe des pertes initiales dues aux coûts de démarrage et à un taux d'occupation conservateur, évoluant vers la rentabilité avec la croissance de l'occupation et du TMD. Des pertes sont projetées à -170 000 \$ en année 1 (50 % d'occupation, TMD de 170,00 \$, 150 000 \$ d'ancillaires) et -39 000 \$ en année 2 (52 %, TMD de 175,10 \$, 155 000 \$ d'ancillaires), avec des profits

de 143 000 \$ à 145 000 \$ en année 3 (54-55 %, TMD de 180,35 \$, 160 000 \$ d'ancillaires), 342 000 \$ à 377 000 \$ en année 4 (59-60 %, TMD de 185,76 \$, 170 000 \$ d'ancillaires), et 613 000 \$ à 651 000 \$ en année 5 (63-64 %, TMD de 191,34 \$, 180 000 \$ d'ancillaires). Le taux de rendement interne (TRI) s'améliore de 0 % en année 1 à 7-8 % en année 5, reflétant un investissement viable à long terme. Un complexe hôtelier de 60 chambres générerait environ 150 000 \$ à 392 000 \$, tandis qu'un complexe hôtelier de 100 chambres varierait d'environ 250 000 \$ à 654 000 \$, basés sur les profits mis à l'échelle des années 3 à 5, confirmant l'équilibre entre risque et récompense du modèle de 80 chambres. Notez que ces projections reposent sur des estimations non confirmées, telles que la demande pour les conférences universitaires, en attente de validation supplémentaire, et sont sujettes à des incertitudes économiques au-delà de 2025.

Tableau 10 : Rentabilité pour complexe P'hôtel Microtel de 80 chambres, années 1-5

Année	Taux d'occupation (%)	Revenus (\$M)	Coûts (\$M)	Profit (\$K)	TRI (%)
1	50	2.63	2.8	-172	0
2	52	2.81	2.87 to 2.88	-63 to -74	1
3	54-55	3.03 to 3.06	3.01 to 3.02	0 to 40	2 to 3
4	59-60	3.39 to 3.42	3.15 to 3.19	200 to 270	4 to 5
5	63-64	3.75 to 3.79	3.24 to 3.25	485 to 523	6 to 7

8.5 Projections des flux de trésorerie

Le flux de trésorerie net s'améliore de -510 000 \$ en année 1 à 370 000 \$ à 408 000 \$ en année 5, soutenant la viabilité à long terme, en tenant compte d'une répartition ajustée des dépenses en immobilisations sur la durée du projet (voir Tableau 11).

Tableau 11 : Projections des flux de trésorerie pour complexe l'hôtel Microtel de 80 chambres, années 1-5

Année	Flux de trésorerie d'exploitation (\$K)	Dépenses en immobilisations (\$K)	Flux de trésorerie net (\$K)
1	-310	-200	-510
2	-179	-170	-349
3	0 to 2	-43	-43 to -41
4	202 to 237	-40	162 to 197
5	448 to 486	-78	370 to 408

8.6 Estimation de la valeur marchande

8.6.1 Approche par les revenus

Le revenu net d'exploitation (RNE), qui représente le profit du complexe hôtelier après les coûts d'exploitation (hors investissements majeurs comme les équipements), commence avec des pertes en années 1 et 2 (-172 000 \$ et -63 000 \$ à -74 000 \$) dues aux frais de démarrage. Il devient positif en année 3 (0 à 40 000 \$) et croît à 342 000 \$ à 377 000 \$ en année 4 et 613 000 \$ à 651 000 \$ en année 5. Au Canada atlantique, les valeurs des complexes hôteliers sont généralement calculées avec des taux de capitalisation de 7 % à 9 %, et nous avons choisi 9 % pour Shippagan. Ce taux reflète les défis économiques actuels en 2025, incluant une croissance projetée du PIB de 0,7 %, une inflation de 3 % et un taux de chômage de 7,7 %, augmentant les risques financiers. Sur la base de ce taux de 9 %, la valeur marchande du complexe hôtelier est estimée à 3,80 M\$ à 4,19 M\$ en année 4 et 6,81 M\$ à 7,23 M\$ en année 5. La valeur initiale plus basse due aux pertes précoces est compensée par l'économie de 500 000 \$ (fourchette 0,5 M\$ à 1,2 M\$) sur le terrain et la croissance attendue, même avec d'éventuels problèmes de demande liés aux tarifs. Avec la poursuite de la rentabilité et de la demande au-delà de l'année 5, le complexe hôtelier devrait accumuler de la valeur supplémentaire, soutenu par un marché touristique stable à Shippagan avec un potentiel de croissance.

8.6.2 Approche par comparaison de ventes

Les transactions récentes d'hôtels au Nouveau-Brunswick se situent en moyenne à 100 000 \$/chambre (8 M\$ pour 80 chambres). Une prime de 50 % pour le bord de mer porte la valeur à 12 M\$, renforcée par le terrain offert gratuitement par la Ville.

8.7 Structure de financement

Pour soutenir le coût de développement proposé de 12,8 M\$ à 15,4 M\$, une structure de financement mixte est proposée :

- **Fonds propres** : 30 % (3,84 M\$ à 4,62 M\$)
- **Dettes** : 70 % (8,96 M\$ à 10,78 M\$) • Taux d'intérêt (estimé) : 6,5 %
- **Durée** : 20 ans, amorti mensuellement
- **Service de la dette annuel** : Environ 902 000 \$ à 1,09 M\$

Cette structure équilibre un service de prêt gérable avec une valeur de propriété à long terme. Des projections ajustées des flux de trésorerie et du TRI post-dette sont recommandées pour examen par les investisseurs dans les itérations futures.

9. Recommandations de gestion et d'exploitation

Pour assurer la prospérité de l'hôtel, les stratégies suivantes tirent parti des commodités adaptées, des partenariats locaux et d'un plan de vente ciblé pour attirer des clients tout au long de l'année et renforcer la communauté touristique de Shippagan.

9.1 Entreprises de gestion hôtelière

Pour gérer efficacement les opérations, le complexe hôtelier devrait s'associer à une firme réputée comme InnVest Hotels, qui exploite plus de 100 propriétés avec une forte présence au Nouveau-

Brunswick et des frais compétitifs de 3 à 5 %. La firme de gestion pourrait également superviser le Centre des congrès, rationalisant les opérations et améliorant l'efficacité grâce à une coordination intégrée des événements et de l'hébergement. Des alternatives incluent Atlific Hotels, connu pour son expertise en événements, ou Urgo/HHM Hotels, spécialisé dans les stations. Ces entreprises sont bien équipées pour aligner les opérations avec le marché de Shippagan, garantissant efficacité et satisfaction des clients.

9.2 Stratégies opérationnelles

Pour attirer les clients corporatifs et transitoires du dimanche au jeudi, le complexe hôtelier devrait exploiter son centre d'affaires, son marché attrape-tout, et une approche d'économie collaborative avec une plateforme de réservation partagée, tout en favorisant des partenariats locaux et un effort de vente robuste. Les stratégies pour les week-ends assureront des réservations constantes tout au long de l'année :

- **Stratégie de vente pour l'attraction de conférences** : S'appuyant sur les 74 réservations du Centre des congrès en 2024, générant environ ~ 1 849-2049 nuitées, les responsables municipaux et du Centre doivent poursuivre un plan de vente proactif pour sécuriser 20 à 30 conférences annuellement, pouvant atteindre 1 849 à 2 049 nuitées. Une outreach ciblée vers les entreprises régionales, les associations professionnelles et les institutions académiques (par ex., Valorés, UMCS, CCNB) devrait prioriser les retraites corporatives en hors-saison. Une plateforme de réservation partagée avec les entreprises locales (par ex., Oktopus, Café Cactus, Centre des congrès) simplifiera les réservations, améliorant la commodité des clients. Une collaboration avec le complexe hôtelier pour moderniser la présence numérique obsolète du Centre des congrès (par ex., sa page Facebook, inactive depuis mars 2025) et tirer parti des canaux de marketing de Tourisme Nouveau-Brunswick augmentera les réservations d'événements.
- **Partenariats avec le Centre des congrès** : Sécuriser des blocs de chambres pour les conférences et retraites corporatives, capitalisant sur le taux d'utilisation de 40-50 % du Centre

en hors-saison (53 sur 74 événements en 2024). Des efforts de marketing conjoints avec le Centre des congrès, Oktopus, et Café Cactus promouvoiront ces événements, soutenant la stratégie de vente et augmentant les nuitées.

- **Collaborations avec l'UMCS, le CCNB et Valorés** : Offrir des tarifs réduits (100-120 \$/nuit) pour 5 à 10 étudiants d'été, chercheurs, professeurs invités et participants à des conférences pour attirer 50-100 nuitées pour les séjours estivaux de l'UMCS (mai-août), 50-100 du CCNB, et 250-500 pour 3 à 6 conférences par an, potentiellement associées à Valorés, sous réserve de la collaboration de l'université. Le déménagement du programme de sciences infirmières pourrait ajouter 50-100 nuitées d'étudiants et de professeurs.
- **Forfaits corporatifs** : Des forfaits en milieu de semaine avec des réductions pour les voyageurs d'affaires et l'accès à de petites salles de réunion devraient être promus via LinkedIn et les chambres de commerce régionales (par ex., Bathurst), ciblant les voyageurs le long de la route 113.
- **Incitatifs pour les voyageurs transitoires** : Des offres en semaine pour des visites à l'Aquarium NB, le Sentier Rivage, ou la halte nautique, promues par Tourisme Nouveau-Brunswick et le Centre d'information touristique de Shippagan, devraient inclure des locations de vélos/vélos électriques pour attirer les passants.
- **Stratégies de demande pour les week-ends** : Offrir des forfaits pour les voyageurs de loisirs (60 % du mélange de week-end), les événements de groupe (20 %), et d'autres clients (20 %, par ex., visiteurs UMCS/CCNB, amateurs de plein air). Les forfaits estivaux devraient inclure des billets pour l'Aquarium NB, des passes pour le Festival des pêches, le Triathlon Zéro Excuses, le Gran Fondo, le Salon du livre, et des locations de vélos, tandis que les promotions hors saison cibleront les mariages, les événements culturels, le motoneige, et les VTT. Les circuits d'automne pour les retraités et les Européens, mettant en valeur les plages à proximité, stimuleront la fréquentation automnale. Les partenariats avec des opérateurs de croisières (via d'éventuelles expansions du quai) attireront les visiteurs au printemps et en automne.
- **Partenariats avec les entreprises locales** : Des collaborations réfléchies enrichissent l'expérience des clients et les liens communautaires :

- **Restaurant Oktopus** : Des bons de restauration encouragent la cuisine de fruits de mer (à 0,2 km), complétant le marché attrape-tout.
- **Café Cactus** : Sourcer des items de petit-déjeuner ou attrape-tout pour rehausser la saveur locale et réduire les coûts.
- **Aquarium NB** : Un « Forfait Aventure Aquarium » avec des billets réduits et commodités attire les familles.
- **Piscine régionale** : Des forfaits familiaux en semaine et week-end incluent l'accès à la piscine, tirant parti des installations locales.
- **Nettoyeur Vert** : S'associer pour les services de buanderie, réduisant les coûts sur place (~50 000 \$/an d'économies) et soutenant une entreprise locale.
- **Opérateurs touristiques locaux** : Des partenariats avec la Véloroute ou les fournisseurs de circuits de VTT/motoneige offrent des expériences guidées.
- **Initiatives de durabilité** : Des pratiques écologiques, comme des appareils économiseurs d'eau, des produits sourcés localement auprès du Café Cactus ou d'Oktopus, et des articles de toilette durables, attirent les clients soucieux de l'environnement et réduisent les coûts des services publics d'environ 5 % (25 000 \$/an).
- **Marketing numérique** : Des publicités ciblées sur des plateformes stratégiques (par ex., lundi 8-10 h ADT, jeudi 15-17 h ADT pour les jours de semaine ; vendredi-samedi pour les week-ends) mettent en valeur le charme en bord de mer, la halte nautique, et les commodités du complexe hôtelier, assurant des réservations solides tout au long de l'année (Source : www.shippagan.ca).



9.3 Atténuation des risques

Pour atténuer les défis, le complexe hôtelier devrait s'appuyer sur Nettoyeur Vert pour les services de buanderie, éliminant le besoin d'installations sur place, réduisant les coûts (~50 000 \$/an) et assurant l'efficacité pendant les périodes de pointe. Les ralentissements économiques et les baisses de demande liées aux tarifs peuvent être compensés par une diversification des revenus grâce à des partenariats locaux et des activités de niche en hors-saison comme les circuits d'automne. La stabilité des inscriptions à l'UMCS (425 étudiants en 2025-26) et la croissance potentielle du CCNB, ainsi que le déménagement du programme de sciences infirmières, nécessitent des stratégies de tarification flexibles pour maintenir l'occupation. Des plans de contingence, incluant des revues de performance régulières, aborderont les imprévus opérationnels ou de marché, assurant la stabilité financière.

9.4 Engagement communautaire et économie collaborative

Le succès du complexe hôtelier repose sur une approche d'économie collaborative, favorisant des partenariats avec les entreprises et institutions locales pour créer un écosystème touristique cohérent.

Une plateforme de réservation partagée intégrant le restaurant Oktopus, le Café Cactus, le Centre des congrès, l'UMCS, le CCNB, et d'autres services locaux simplifiera les réservations des clients et améliorera leur expérience, stimulant la demande. Les investisseurs devraient promouvoir activement le complexe hôtelier en organisant et soutenant des événements comme le Festival des pêches, le Triathlon Zéro Excuses, le Gran Fondo, et le Salon du livre, augmentant le nombre de visiteurs et les nuitées. L'engagement communautaire à travers des partenariats avec Acadie Gym, Nettoyeur Vert, et les opérateurs touristiques locaux réduira les coûts (par ex., ~500 000 \$ d'économies en construction grâce au partenariat avec le gymnase, 50 000 \$/an grâce à l'externalisation de la buanderie) et renforcera l'économie touristique de Shippagan, assurant le succès à long terme du projet.



10. Conclusion et recommandations

Le complexe hôtelier de catégorie moyenne proposé avec 80 chambres représente une opportunité transformative pour Shippagan, prêt à combler la pénurie critique d'hébergements et à stimuler la croissance économique. Grâce à des partenariats stratégiques et des commodités adaptées, le complexe hôtelier enrichira l'attrait de la communauté, soutenu par une franchise Microtel Inn & Suites et des collaborations avec des entreprises locales comme le Centre des congrès, le restaurant Oktopus, l'Aquarium NB, l'UMCS, le CCNB, Café Cactus, et Acadie Gym, promouvant des événements comme le Festival des pêches, le Triathlon Zéro Excuses, le Gran Fondo, et le Salon du livre. DeGrace Operations est prêt à assister la Ville de Shippagan dans les prochaines étapes, faisant de cette vision un pilier de la prospérité de la région.

Tableau 12 : Résumé des projections financières pour l'hôtel Microtel de 80 chambres

Année	Taux d'occupation (%)	Revenus (\$M)	Profit (\$K)
1	50	2.63	-170
2	52	2.81	-39
3	54-55	3.03 to 3.06	143 to 145
4	59-60	3.39 to 3.42	342 to 377
5	63-64	3.75 to 3.79	485 to 523

11. Annexes

- **Données du rapport touristique 2024 et 2025** : Taux d'occupation, ventes de chambres, origines des visiteurs et impact économique au Nouveau-Brunswick et dans la région (Source : Tourisme, Patrimoine et Culture, indicateurs touristiques 2024 et 2025).
- **Métriques STR 2024** : Résumé des données de performance hôtelière 2024 pour le Nouveau-Brunswick, Moncton et Bathurst, incluant les taux d'occupation, les ventes de chambres et les TMD (Source : STR 2024).
- **Étude d'impact économique Beaudin/LeBreton 2021** : Contribution de 8,3 M\$ au PIB de l'Aquarium NB (2017-2019).
- **Données de réservation 2024 du Centre des congrès** : 74 événements générant environ ~1 849-2049 nuitées, avec une estimation de 3-5 événements refusés ajoutant 300-500 nuitées (Source : www.shippagan.ca ; communication du Centre des congrès, 20 août 2025).
- **Données de l'Aquarium NB** : Statistiques des visiteurs (30 730 en 2024) et impact économique récent (Source : Aquarium NB, 2024).
- **Données de l'UMCS** : Estimations des inscriptions (425 étudiants en 2025-26) et des conférences (3-6 par an), avec potentiel déménagement du programme de sciences infirmières (Source : Université de Moncton, août 2025).
- **Données du CCNB** : Estimations de la demande (50-100 nuitées), en attendant les chiffres d'inscription (Source : www.shippagan.ca).
- **Détails de la réforme gouvernementale municipale** : Municipalité élargie de Shippagan, 2023 (Source : www.shippagan.ca).
- **Statistiques des visiteurs (2023, 2024, 2025)** : Résumé des origines et nombres de visiteurs pour le Nouveau-Brunswick et la Péninsule acadienne (Source : Tourisme, Patrimoine et Culture, indicateurs touristiques 2024 et 2025).
- **Rapport sur les investissements hôteliers canadiens 2025** : Perspectives sur les tendances d'investissement, la croissance de l'offre et la performance du marché (Source : Colliers 2025).

- **Prévisions de Cushman & Wakefield Q1 2025** : Projections économiques incluant la croissance du PIB, l'inflation et les taux de chômage (Source : Cushman & Wakefield Q1 2025).