



CANADIAN CAMPING
AND RV COUNCIL
CONSEIL CANADIEN DU
CAMPING ET DU VR

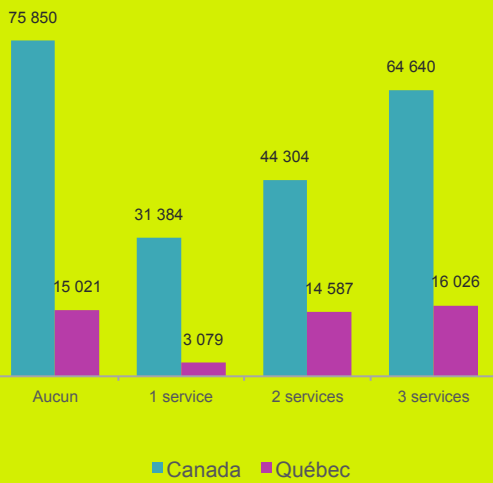


PORTRAIT DE L'INDUSTRIE DU CAMPING CANADIENNE ET QUÉBÉCOISE

LES TERRAINS DE CAMPING



Répartition des campings par
niveau de service



Infrastructures les plus présentes
dans les campings

Infrastructure	Canada (%)	Québec (%)
Terrain de jeu	78	88 ↑
Salle communautaire	64	77 ↑
Casse-croûte/dépanneur	49	55
Plage	43	50
Terrain de basketball	29	29
Piscine	28	38 ↑

↑ Le Québec se démarque à la hausse par rapport aux autres provinces.

Nouveautés les plus demandées dans les campings canadiens



Internet sans fil



Piscine et jeux d'eau



Meilleur réseau électrique

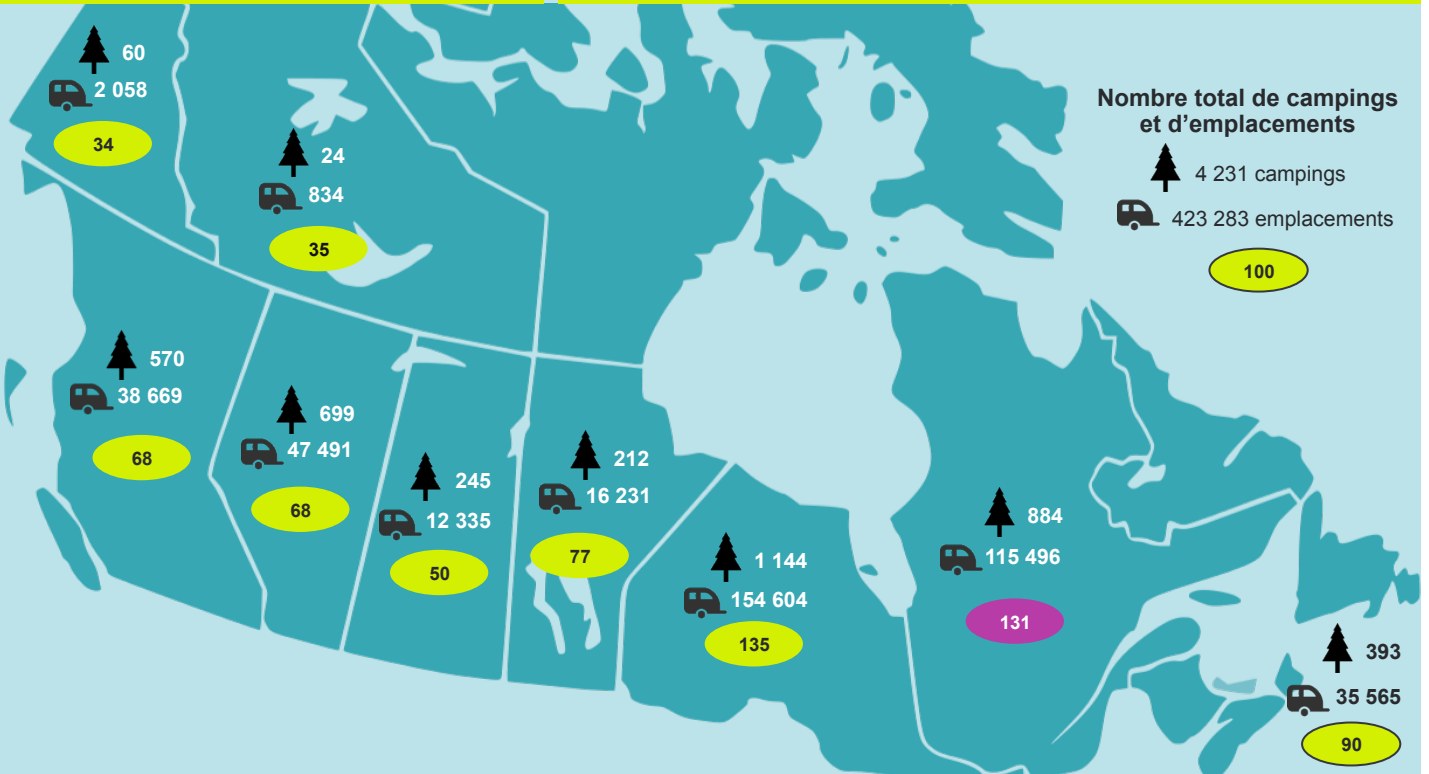


Amélioration des blocs sanitaires

Nombre total de campings
et d'emplacements

4 231 campings
423 283 emplacements

100



Campings



Emplacements

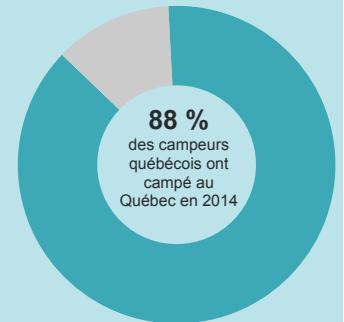
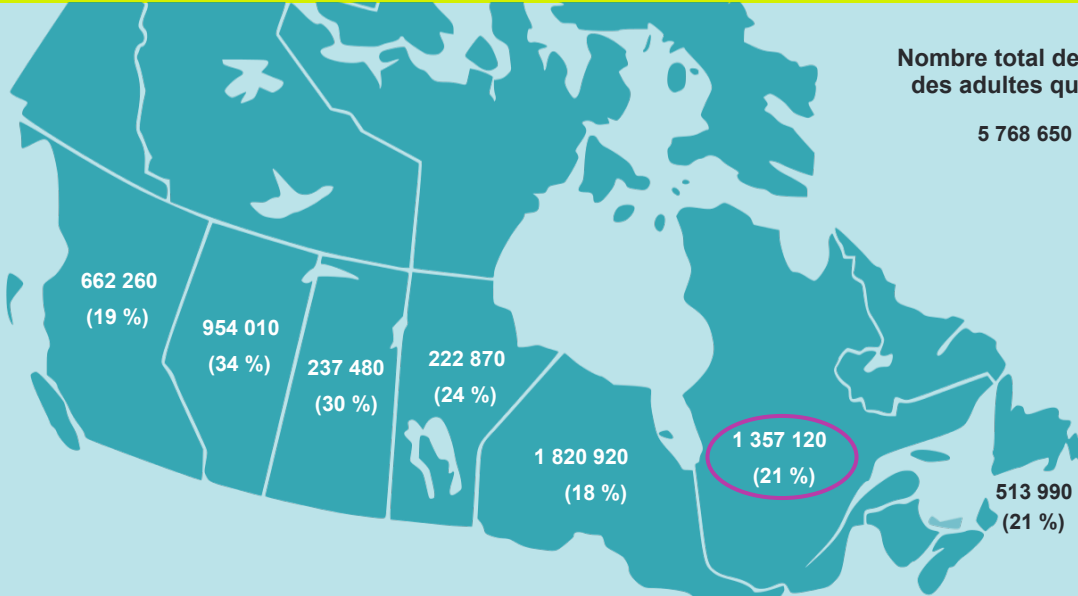
68

Nombre moyen d'emplacements par camping

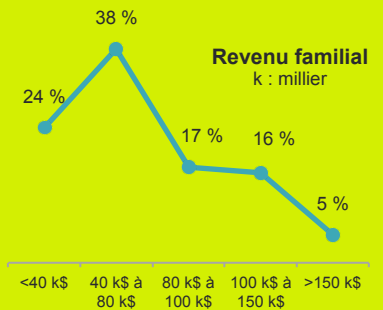
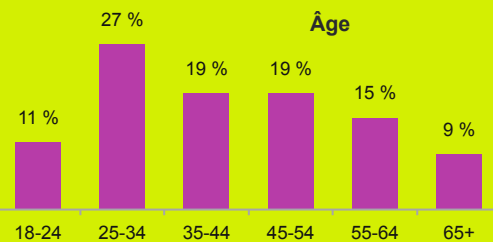
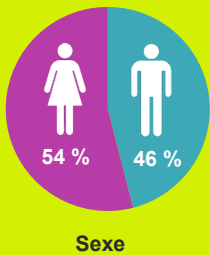
LES CAMPEURS

Nombre total de campeurs et proportion des adultes qui pratiquent le camping

5 768 650 Canadiens (22 %)



Profil des campeurs canadiens



4 séjours de camping par année en moyenne

dans

3 terrains de camping différents en moyenne

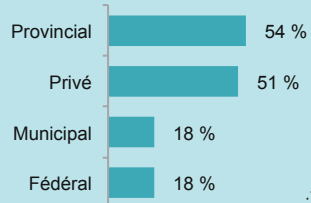
à moins de

300 km de la maison (73 %)

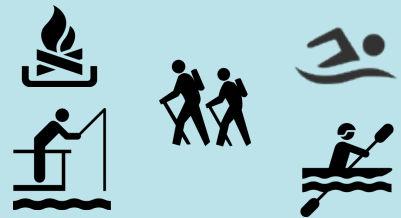
Principales motivations

Indépendance Liberté
Proximité avec la nature
Vacances, repos
Social Coûts Découverte

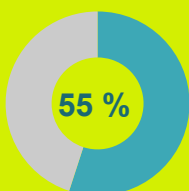
Terrains de camping les plus fréquentés en 2014



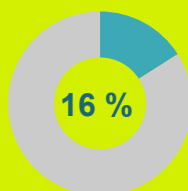
Activités les plus populaires en camping



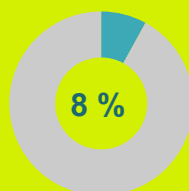
Équipement de camping le plus souvent utilisé en 2014 par les campeurs canadiens



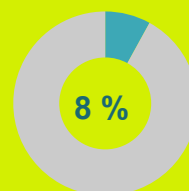
Tente
(52 % au Québec)



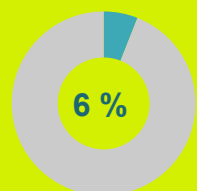
Roulotte
(18 % au Québec)



Tente-roulotte
(8 % au Québec)



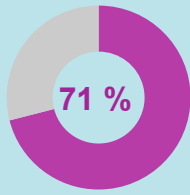
Caravane à sellette
(7 % au Québec)



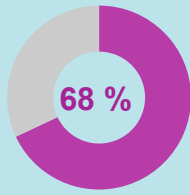
Motorisé
(6 % au Québec)

LES CAMPEURS

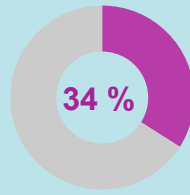
Services recherchés sur un emplacement par les campeurs canadiens



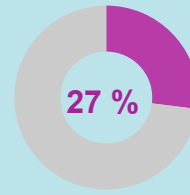
Eau potable
(72 % au Québec)



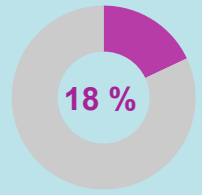
Électricité
(61 % au Québec)



Égout
(32 % au Québec)

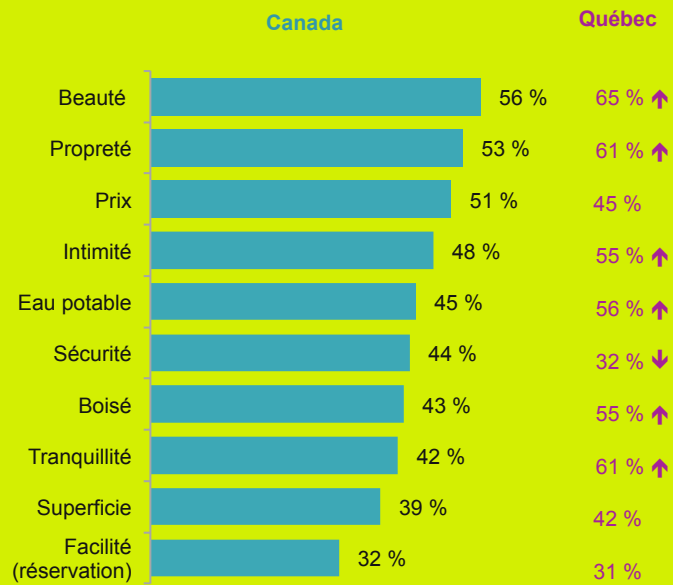


Internet sans fil
(21 % au Québec)



Aucun
(25 % au Québec)

10 critères les plus importants dans le choix d'un camping

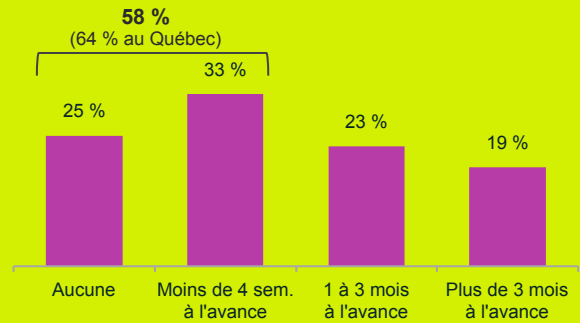


↑↓ Le Québec se démarque à la hausse ou à la baisse par rapport aux autres provinces.

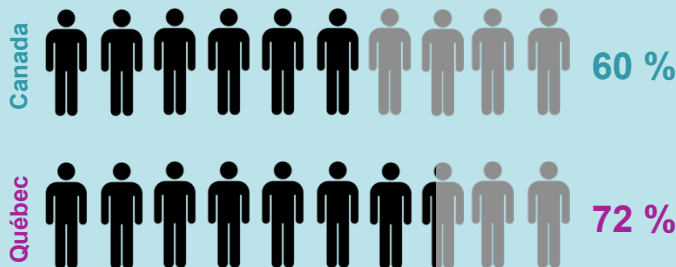
Mode de réservation privilégié



Moment de la réservation



Utilisation d'internet pour planifier le séjour en camping



Pendant encore combien d'années pensez-vous faire du camping?
Nombre moyen d'années

21,4
Canada

18,9
Québec

Sites web consultés pour choisir un camping

	Canada (%)	Québec (%)
Parc provincial	57	41 ↓
Parc fédéral	30	27
Répertoire de campings	22	36 ↑
Association de camping provinciale	19	19
TripAdvisor	13	3 ↓
Médias sociaux	6	6
Site d'un terrain de camping	2	5
Moteur de recherche	1	2
Aucun	8	10

↑↓ Le Québec se démarque à la hausse ou à la baisse par rapport aux autres provinces.

\$ LES IMPACTS ÉCONOMIQUES

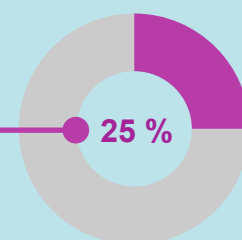
Indicateurs*	Ventes VR	Fabrication VR	Dépenses de voyage	Autres dépenses	Total Canada
Dépenses initiales Dépenses directes et indirectes des campeurs; marges bénéficiaires des détaillants de VR et valeur de la fabrication de VR au Canada.	762 M\$	310 M\$	2,0 G\$	848 M\$	3,9 G\$
Dépenses générées Dépenses brutes générées par les fournisseurs, dépenses induites par l'augmentation de l'activité économique.	1,6 G\$	638 M\$	4,0 G\$	1,8 G\$	8,1 G\$
Salaires et traitements Salaires et avantages sociaux versés à la main-d'œuvre.	645 M\$	265 M\$	1,4 G\$	633 M\$	2,9 G\$
Emplois Nombre total de travailleurs, basé sur une semaine de 40 heures à temps plein pour une année (ÉTP).	11 550	3 290	31 800	13 780	60 420
Revenus de taxation Taxes et impôts sur la masse salariale.	233 M\$	61 M\$	501 M\$	241 M\$	1,0 G\$
Contribution au PIB	977 M\$	264 M\$	2,4 G\$	1,0 G\$	4,7 G\$

*Les données ont été arrondies.

M : Million – G : Milliard



Indicateurs	Québec
Dépenses initiales	756 M\$
Dépenses générées	1,8 G\$
Salaires et traitements	639 M\$
Emplois	15 130
Revenus de taxation	351 M\$
Contribution au PIB	1,0 G\$



L'industrie québécoise génère 25 % des emplois de l'industrie canadienne du camping.

« Au Québec, la contribution de l'industrie du camping au produit intérieur brut (PIB) est de l'ordre de 1 milliard de dollars. »

MÉTHODOLOGIE

Les terrains de camping

- Recensement des terrains de camping à partir des données disponibles (bases de données des associations provinciales, guides touristiques provinciaux, répertoires de terrains de camping en ligne).
- Sondage téléphonique auprès de 498 propriétaires ou gestionnaires de terrains de camping canadiens, dont 100 au Québec.
- Sondage en ligne auprès des représentants des parcs provinciaux et fédéraux.

Les campeurs

- Sondage en ligne auprès de 1 047 campeurs canadiens, dont 217 au Québec.

Les impacts économiques

- Données du sondage auprès des campeurs.
- Données de Statistique Canada (ventes de VR, revenus des manufacturiers).
- Analyse de l'impact économique selon le modèle des entrées-sorties de Statistique Canada.

À PROPOS



www.ccrvc.ca

Le **Conseil canadien du camping et du VR (CCCVR)** représente les manufacturiers et les commerçants de VR, de même que les associations provinciales de terrains de camping au Canada. Sa mission est d'améliorer et de soutenir l'industrie du camping et du VR au Canada. C'est le CCCVR qui a commandé cette étude, qui sera disponible sur son site web.

SOM est une firme de recherche spécialisée en collecte et en analyse de données. Son rôle était de coordonner l'étude et d'effectuer la collecte et l'analyse des données liées aux terrains de camping et aux campeurs.

WSP est une firme internationale de services-conseils. Dans le cadre de cette étude, elle a réalisé le calcul des impacts économiques de l'industrie canadienne du camping.