

CHAIRE

**de tourisme
Transat**

ESG UQÀM



Crédits photos 1,2,3 : FQCC

LA PRATIQUE DU CAMPING AU QUÉBEC EN 2012

- SOMMAIRE EXÉCUTIF -

Février 2013

CONTEXTE DE L'ÉTUDE

En 2004, Camping Québec avait mandaté la Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM pour réaliser un diagnostic de la pratique du camping au Québec. Au printemps 2012, le Conseil de développement du camping au Québec (CDCQ) et ses partenaires – Camping Québec et la Fédération québécoise de camping et de caravaning (FQCC) – ont manifesté leur intérêt de procéder à la mise à jour d'une partie de cette étude, afin d'obtenir un portrait actuel du comportement de pratique de la clientèle, des tendances qui animent ce secteur, des répercussions économiques de cette industrie ainsi qu'un aperçu de la santé financière des terrains de camping.

Afin de dresser ce portrait 2012 de la pratique du camping au Québec, deux sondages ont été réalisés :

- le premier, au printemps, auprès des terrains de camping du Québec;
- le second, à l'automne, auprès des campeurs québécois.

Depuis 2004, les méthodes de collecte de données ont évolué ; elles permettent l'accès à de plus grands bassins de population, ce qui favorise l'obtention de résultats plus représentatifs de la réalité. C'est ici le cas, en ce qui concerne le sondage réalisé auprès de la population. Le recours à une méthodologie différente rend toutefois la comparaison avec les données de 2004 plutôt hasardeuse.

DESCRIPTION DES TERMES








Pour faciliter au lecteur la compréhension de ce rapport, voici la terminologie retenue.

Campeur : Dans le cadre de cette étude, le campeur est une personne de 18 ans ou plus ayant fait du camping sur un terrain de camping au Québec au cours des 12 derniers mois (en date de septembre 2012).

Campeur saisonnier : Campeur qui installe son équipement sur un emplacement de camping pour la saison, ou pour une bonne partie de celle-ci.

Campeur voyageur : Campeur itinérant qui effectue des séjours de camping et transporte son équipement d'une fois à l'autre.

Véhicule récréatif ou VR : Véhicule de camping comprenant la tente-caravane, la caravane, la caravane à sellette, la caravane portée ainsi que les trois types d'autocaravanes ou motorisés (A, B ou C)

Tente-caravane		Autocaravane classe A	
Caravane		Autocaravane classe B	
Caravane à sellette		Autocaravane classe C	
Caravane portée			

Prêt-à-camper : Emplacement de camping prééquipé d'une tente, d'une cabine, d'une yourte, d'une caravane, ou de tout autre équipement, ainsi que du matériel nécessaire pour le séjour, comme des matelas, des couvertures, de la vaisselle, un poêle, etc.

SOMMAIRE

Cette étude, réalisée par la Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM pour le compte du Conseil de développement du camping au Québec et de ses partenaires – Camping Québec et la Fédération québécoise de camping et de caravanning (FQCC) –, dresse un portrait de la pratique du camping par les Québécois en 2012, propose une évaluation des répercussions économiques de cette pratique, et présente un aperçu de la santé financière des entreprises de camping au Québec ainsi que quelques tendances en matière d'offre. En voici les faits saillants.

Un sondage Web réalisé auprès des Québécois en octobre 2012 révèle que 25 % d'entre eux ont fait du camping au cours des 12 derniers mois (en date de septembre 2012). Ces campeurs sont répartis selon quatre types de pratiques :

- voyageurs en tente (48 %);
- voyageurs en véhicule récréatif ou VR (27 %);
- voyageurs en prêt-à-camper (5 %);
- saisonniers (20 %).

■ Qui sont-ils?

Les campeurs québécois sont surtout âgés de 25 à 54 ans (65 %), ont terminé des études postsecondaires (66 %) et gagnent un revenu familial annuel de 60 000 \$ et plus (42 %). Ils proviennent des régions suivantes :

- Montréal / Laval (25 %);
- Québec / Chaudière-Appalaches (19 %);
- Laurentides / Lanaudière (15 %);
- Montérégie (14 %);
- Cantons-de-l'Est (7 %);
- Autres régions (20 %).

■ Pourquoi font-ils du camping?

La première raison pour faire du camping est le repos, pour un peu moins de la moitié des campeurs interrogés. La nature est mentionnée par le quart des répondants, et 19 % campent d'abord et avant tout pour l'aspect «social» de l'activité. L'attrait de la nature est aussi identifié par près du tiers des campeurs comme deuxième raison pour s'adonner au camping.

■ Où, à quelle fréquence, dans combien de terrains différents et avec qui?

Les campeurs voyageurs ont réalisé, en moyenne, 6 séjours de camping pour un total moyen de 10 nuitées dans 2,7 terrains différents en 2012.

Lors de leur plus récent séjour, plus de la moitié des campeurs voyageurs ont séjourné dans un camping privé et ont parcouru, en moyenne, 3,2 heures de route pour s'y rendre. Voici les régions de destination les plus fréquentées dans le cadre de ce séjour (incluant les campeurs saisonniers) :

- Laurentides (16%);
- Cantons-de-l'Est (12%);
- Québec (9 %);
- Montérégie (9%).

Sept adeptes sur dix ont fait du camping en couple et, dans une moins grande proportion, avec leurs enfants (38 %). Le quart en ont fait avec des amis. En moyenne, les campeurs formaient des groupes de 3,9 personnes lors de leur dernier séjour en 2012.

■ Les activités pratiquées

Les trois activités les plus pratiquées lors du dernier séjour ont été :

- la réalisation d'un feu de camp;
- la marche et la randonnée;
- la baignade dans des plans d'eau.

■ Les critères de choix du terrain de camping

Les trois premiers critères diffèrent légèrement selon qu'il s'agit de voyageurs ou de saisonniers :

Campeurs voyageurs	Campeurs saisonniers
1. La beauté, l'environnement du terrain	1. Un environnement sécuritaire
2. La tranquillité sur le terrain	2. La propreté de l'emplacement
3. La propreté de l'emplacement	3. La beauté, l'environnement du terrain

■ Planification du séjour

Les deux tiers des campeurs voyageurs ont eu recours à Internet pour planifier leur dernier séjour. Ils ont surtout utilisé :

- les sites de répertoires de campings et les moteurs de recherche généraux;
- les sites Web de destinations.

Dans le cas des saisonniers, seuls 38 % d'entre eux ont consulté Internet pour planifier leur plus récent séjour. Ces derniers ont surtout utilisé :

- les moteurs de recherche généraux;
- les sites de répertoires de campings.

En revanche, davantage de saisonniers ont recouru à Internet pour choisir leur terrain de camping. Pour ce faire, ils ont surtout utilisé les sites Web :

- de Camping Québec;
- du Conseil de développement du camping au Québec (CDCQ), qui publie le Guide du camping au Québec.

Pour choisir le terrain de camping lors de leur dernier séjour, les campeurs voyageurs se sont surtout informés sur les sites Web de :

- Camping Québec;
- la Sépaq;
- BonjourQuebec.com;
- la Fédération québécoise du camping et du caravanning (principalement par les voyageurs en VR).

Parmi les sources hors ligne les plus utilisées pour le choix d'un terrain de camping, tous types de campeurs confondus, mentionnons :

- les conseils de parents ou d'amis;
- les guides touristiques gratuits;
- le Guide du camping au Québec.

Les deux tiers des campeurs voyageurs ont concrétisé la réservation de leur emplacement par téléphone. Une grande part des voyageurs (43 %) ont réservé moins de deux semaines à l'avance, alors qu'une majorité de saisonniers ont effectué leur réservation plus de trois mois à l'avance.

■ Médias sociaux et mobilité

Plus de la moitié des campeurs interrogés possèdent un téléphone intelligent ou une tablette électronique, et la majorité les utilisent en camping, surtout pour :

- prendre des photos et des vidéos;
- communiquer avec les proches;
- vérifier les courriels;
- accéder aux médias sociaux;
- rechercher de l'information en lien avec les déplacements;
- déposer des photos ou des vidéos en ligne.

■ Pratiques écoresponsables

Plus des deux tiers des campeurs effectuent du recyclage sur les terrains qui le permettent. La majorité des campeurs ont aussi adopté les comportements suivants en camping :

- recourir aux sacs d'épicerie réutilisables;
- éviter le gaspillage d'eau et d'énergie;
- utiliser des bouteilles d'eau réutilisables plutôt que jetables (parmi les campeurs en tente).

Selon les campeurs, les premières actions à mettre en place dans les terrains de camping devraient être :

- installer des bacs de recyclage;
- recourir à des produits locaux lorsque cela est possible;
- sensibiliser les employés et les clients à l'adoption d'une approche écoresponsable.

Une très grande part des campeurs (80 %) est favorable à la mise en place d'une certification environnementale dans les campings. Près de la moitié seraient d'ailleurs disposés à payer plus cher pour un tel camping.

■ Prêt-à-camper

Près d'un campeur sur cinq a pratiqué le prêt-à-camper en 2012. La plupart répéteraient l'expérience, notamment pour la simplicité de la formule, pour le confort et parce qu'ils ont apprécié leur séjour. Parmi ceux qui n'ont jamais fait de prêt-à-camper, 41 % sont assez ou très intéressés à l'essayer.

■ Variation du prix de l'essence

La variation à la hausse du prix de l'essence a exercé une influence sur plus de la moitié des campeurs interrogés. À cet égard, ils ont principalement adopté l'un des comportements suivants :

- réduire le nombre de séjours;
- réduire le nombre de déplacements au cours des séjours;
- choisir un ou des campings plus près du domicile.

■ Dépenses moyennes de séjour, d'équipements et autres frais

Les dépenses de séjour en camping varient selon le type de campeur :

	Campeurs voyageurs		Campeurs saisonniers Dépenses pour 4 personnes pour 12 nuitées
	Tente Dépenses pour 4 personnes pendant 2,9 nuitées	VR Dépenses pour 3,9 personnes pendant 4,3 nuitées	
Dépenses moyennes pour le séjour	331 \$	495 \$	665 \$
Dépenses moyennes par nuitée	114 \$	115 \$	55 \$

L'achat de matériel de camping et les autres frais liés à cette pratique entraînent les dépenses annuelles suivantes :

	Campeurs voyageurs		Campeurs saisonniers
	Tente	VR	
Dépenses annuelles moyennes en matériel de camping, en entretien et en autres frais	184 \$	1 235 \$	1 007 \$

■ Dépenses totales et répercussions économiques

Pour l'année 2012, on estime les dépenses totales de séjour des campeurs québécois au Québec à 530 645 261 \$. Les répercussions économiques brutes de ces dépenses se déclinent comme suit :

- Main-d'œuvre : 5 691 années-personnes;
- Revenus pour le gouvernement du Québec : 52,5 millions de dollars;
- Revenus pour le gouvernement du Canada : 25,5 millions de dollars;
- Autres revenus (taxes indirectes nettes des subventions) : 55,7 millions de dollars.

Les dépenses totales en matériel de camping, en entretien, en location et en amélioration du VR, plus les autres frais, sont évaluées à 530 millions de dollars pour l'année 2012. À cela s'ajoute la valeur des VR vendus au Québec en 2012, estimée à 312 millions de dollars. Les répercussions économiques brutes de ces dépenses se déclinent comme suit :

- Main-d'œuvre : 6 178 années-personnes;

- Revenus pour le gouvernement du Québec : 97,6 millions de dollars;
- Revenus pour le gouvernement du Canada : 40,7 millions de dollars;
- Autres revenus (taxes indirectes nettes des subventions) : 113,1 millions de dollars;

■ Profil financier des terrains de camping en 2010-2011

Tous les campings privés de plus de 121 sites de notre échantillon ont généré des flux monétaires positifs de leur exploitation au cours des saisons 2010 et 2011. Du côté des plus petits campings privés (jusqu'à 120 sites), un camping sur deux a réussi à faire de même. Pour les campings publics, le taux de succès varie entre 63 et 82 % pour les deux catégories (jusqu'à 120 et de 121 à 300 sites) au cours des mêmes exercices.

Le rapport bénéfice avant impôts (BAI)/revenus totaux atteint en 2011 25 % pour les campings privés de 121 à 300 sites, comparativement à 12 % pour les petits campings et 15 % pour les grands (301 sites et plus). Notons que les campings qui s'en sortent le mieux sont ceux qui ont la plus grande part de clientèle de «voyageurs». C'est le cas des campings de 121 à 300 sites, dont les revenus totaux sont dus aux voyageurs dans une proportion de 53 %, comparativement à 19 % pour les campings de 120 sites et moins, et à 35 % pour les campings de 301 sites et plus.

■ Tendances de l'offre de camping

Un sondage réalisé auprès des terrains de camping du Québec a fait ressortir certains aspects :

- Près de la moitié des campings de l'échantillon offrent d'autres types d'hébergements.
- Parmi ces derniers, la moitié constatent une hausse de la demande en prêt-à-camper.
- Presque tous les campings de l'échantillon reçoivent de la clientèle internationale. Pour la plupart, elle représente 1 à 5 % de l'ensemble des nuitées.
- Quelque 19 % des campings accueillent des campeurs hybrides, soit ceux qui se procurent un abonnement saisonnier, mais qui voyagent aussi pendant l'été.
- La plupart des campings de l'échantillon ont pris des initiatives pour réduire leur empreinte écologique. La majorité d'entre eux ont pour cela investi moins de 1 000 \$.

Enfin, voici quelques tendances de l'offre de camping:

- **Le prêt-à-camper et le *glamping*** : On observe l'émergence de concepts originaux, qui allient plein air et confort, parfois même luxe. Cette offre complémentaire rejoint une clientèle élargie.
- **La technologie et le camping** : Les applications Internet et site(s) Web mobiles servant à mieux localiser les terrains de camping se multiplient, de même que les plateformes Web de réservation et d'avis de campeurs.
- **Le camping écoresponsable** : De plus en plus de campings prennent le virage vert, certains adhèrent même à des certifications environnementales.
- **Les campings resorts** : On observe un intérêt pour les complexes de VR luxueux. Les propriétaires de VR peuvent y acquérir un emplacement, parfois même y installer spa et cabanon.
- **Le camping urbain** : La croissance de la population urbaine et l'intérêt des campeurs pour les visites de villes poussent les entrepreneurs et parcs nationaux à développer une offre à proximité des milieux urbains.