



LA PRATIQUE DU PLEIN AIR PAR LES QUÉBÉCOIS

Ce résumé marketing vous est envoyé dans le cadre de la démarche de recherche et de développement des connaissances stratégiques du réseau des ATR à laquelle vous contribuez. Ces résumés traitent de sujets liés aux produits, aux clientèles et aux marchés. Les sujets d'intérêt sont relevés auprès des participants à la démarche et sont tributaires des données et articles disponibles. Vous pouvez consulter l'ensemble des articles et études répertoriés par la veille au lien suivant.

RÉPERTOIRE DE LA VEILLE STRATÉGIQUE

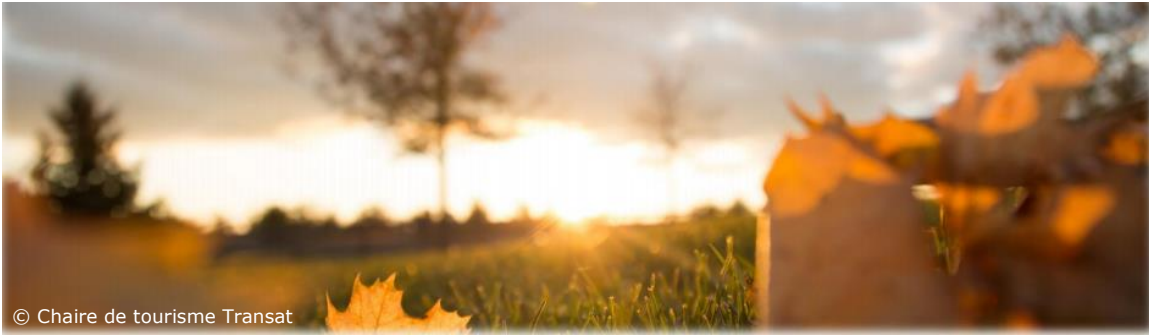
Si vous souhaitez qu'une étude en particulier soit résumée dans une prochaine édition, n'hésitez pas à écrire à : admin@barometretouristique.com.

L'intérêt pour la pratique d'activité de plein air et d'aventure¹ ne cesse de croître au Québec et à l'international. En effet, selon les prévisions de l'étude de marché du *Global Adventure Tourism*², il y aura une augmentation de 46 % de cette clientèle dans le monde, entre 2016 et 2020. À l'échelle provinciale, l'association professionnelle Aventure Écotourisme Québec a annoncé une augmentation de plus de 28 % du chiffre d'affaires de ses entreprises en tourisme d'aventure et écotourisme³, entre 2013 et 2016.

La concertation de 19 organisations qui contribuent à la pratique du plein air est à l'origine d'une étude sur le plein air non motorisé au Québec⁴. L'enquête réalisée auprès de plus de 3000 Québécois par la Chaire de tourisme Transat pour Vélo Québec, le ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur du Québec (MEES) et les nombreux autres partenaires a permis de cerner le profil et le comportement des Québécois quant aux activités de plein air.

Les résultats de l'enquête portent sur les clientèles, les lieux de pratiques et les retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air. Pour y parvenir, un questionnaire en ligne a été développé puis administré auprès de la population québécoise de 18 ans et plus. Dans le cadre de cette étude, ces dernières se

-
1. Le tourisme d'aventure suppose une activité réalisée dans un cadre naturel, nécessitant un effort physique et comportant un risque relatif (Réseau de veille en tourisme (2007). [En ligne](#)).
 2. Cision (octobre 2016). « Adventure Tourism Market Growing Nearly 46% CAGR to 2020 ». [En ligne](#).
 3. Basé sur leur sondage de 2013 avec 45 entreprises répondantes, de 2015 avec 53 entreprises répondantes et de 2016 avec 68 entreprises répondantes. (Aventure Écotourisme Québec, [En ligne](#)).
 4. Chaire de tourisme Transat (octobre 2017). « Étude des clientèles, des lieux de pratique et des retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air ». [En ligne](#).

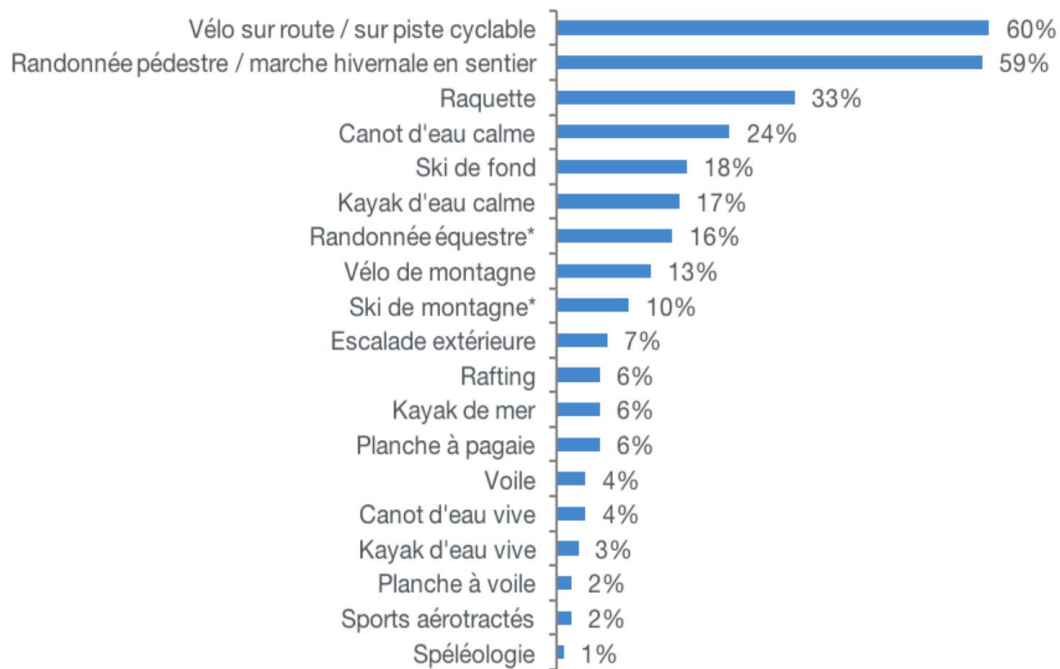


définissent comme suit : « Des activités physiques pratiquées dans un rapport dynamique et respectueux avec les éléments de la nature ».

Résultats généraux

Parmi les répondants ayant pratiqué au moins une des activités proposées dans le sondage de plein air au cours des trois dernières années (66 %), les plus populaires sont le vélo, la randonnée, la raquette et le canot en eau calme.

Taux de pratique des Québécois adeptes de plein air à certaines activités physiques de plein air au cours de la dernière année (plusieurs mentions possibles)



Source : Chaire de tourisme Transat, 2017

Ces taux de pratique sont déclinés selon le sexe, l'âge, le nombre de jours consacrés et du nombre de séjours réalisés.

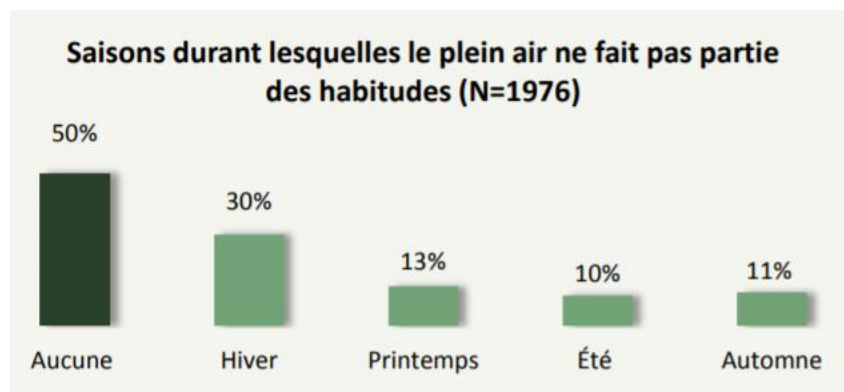


Quelques faits saillants de la pratique au cours de la dernière année :

- 38 % des adeptes ont réalisé 21 jours ou plus d'activités de plein air ;
- Les mordus (60 jours et plus de plein air) représentent 17 % des adeptes ;
- La plupart pratiquent leurs activités en couple (31 %) ou en famille (31 %). D'autres s'y adonnent entre amis (22 %) ou seul(e) (13 %) ;
- 73 % des répondants ont réalisé au moins un séjour avec nuitée dans lequel ils ont fait au moins une activité de plein air ;
- Un sur quatre réalise des séjours à l'extérieur de sa région de résidence.

Les activités de plein air en hiver

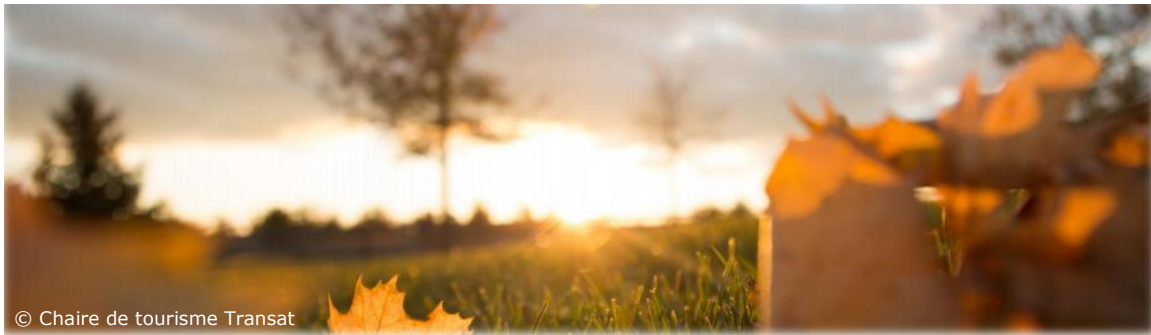
Près du tiers (30 %) des pratiquants ne font pas d'activité de plein air en hiver. Parmi les segments étudiés, les familles en font davantage que les personnes célibataires. La présence d'enfants influence la pratique d'une activité de plein air durant la saison hivernale. Les personnes qui pratiquent le plein air comme activité principale durant cette saison sont davantage portées à en profiter toute l'année, tandis que les adeptes d'une activité estivale ont moins tendance à en faire durant d'autres saisons.



Source : Chaire de tourisme Transat, 2017

La nature et le bien-être psychologique

Plusieurs études confirment que la pratique des activités de plein air et le contact avec la nature sont bénéfiques pour la santé sur plusieurs aspects (psychologique, physique, etc.). Les voyageurs de plein air en sont de plus en plus conscients. En effet, les adeptes réalisent l'impact du contact avec la nature sur leur bien-être (86 %), leur conscience de l'environnement (87 %), l'adoption de saines habitudes de vie (87 %) et la réduction du stress (87 %). Plus des deux tiers des sondés (70 %) sont d'accord avec l'affirmation que la pratique d'une activité de plein air permet d'avoir une conscience environnementale plus grande.



L'enquête porte aussi sur les raisons évoquées pour ne s'être adonné à aucune activité au cours des trois dernières années ainsi que sur l'intérêt à les pratiquer dans le futur. Enfin, on s'intéresse aussi à la pratique de certaines activités de niche ou en émergence.

10 portraits d'activités

L'étude présente ensuite des profils d'adeptes pour des activités spécifiques. Au total, 13 activités ont été étudiées, mais pour des raisons logiques, certaines ont été regroupées en un seul questionnaire.

Canot/kayak d'eau vive Canot/kayak d'eau calme Kayak de mer	Éléments évalués : - La fréquence et la durée de pratique - Les lieux de pratique privilégiés - Les motivations - Les comportements touristiques - La composition du groupe - Les outils de planification - Les critères de choix d'un lieu de pratique - La satisfaction en ce qui a trait aux expériences - La répartition des dépenses
Escalade extérieure	
Randonnée équestre	
Randonnée pédestre, marche hivernale et raquette	
Ski de fond	
Ski de montagne (haute route)	
Spéléologie	
Vélo de montagne	
Vélo sur route / sur piste cyclable / Cyclotourisme	
Voile/planche à voile/sports aérotractés	

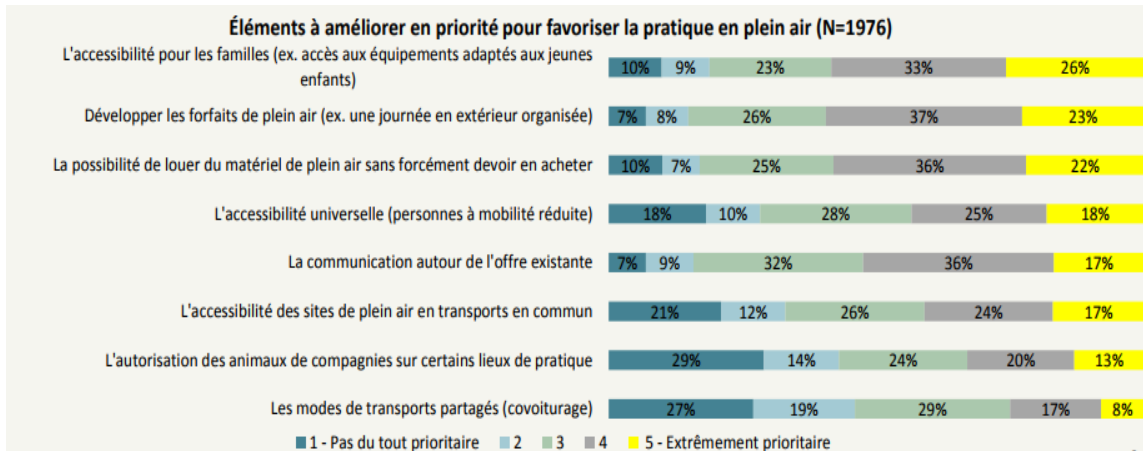
De ces profils, le Réseau de veille en tourisme a rédigé trois articles :

- [Portrait des fondeurs québécois](#)
- [Coup d'œil sur les Québécois adeptes d'activités nautiques](#)
- [Les adeptes de vélo de montagne et leur relève](#)

Problématiques et conclusions

Selon les acteurs de l'industrie du plein air, certaines problématiques freinent le développement de ce secteur dans plusieurs régions du Québec.

D'ailleurs, les répondants du sondage ont soulevé le fait que plusieurs sentiers ne sont pas bien entretenus. C'est pourtant le premier critère que les adeptes considèrent dans le choix de leur lieu de pratique. Voici un tableau récapitulatif des éléments à améliorer pour favoriser la pratique en plein air selon les voyageurs interrogés.



Pour plus de la moitié des adeptes, quatre éléments devraient être priorisés pour une bonne pratique des activités de plein air : le développement des forfaits de plein air, l'accessibilité pour les familles, la possibilité de louer du matériel sans forcément devoir en acheter et la communication autour de l'offre existante. L'accessibilité aux transports ne semble pas être prioritaire.

Cette étude soulève plusieurs conclusions qui peuvent orienter les stratégies de promotion et de développement pour attirer la clientèle touristique québécoise dans des activités de plein air. Voici quelques exemples :

- Les réseaux sociaux ne semblent pas la meilleure façon d'attirer ou d'accompagner les adeptes de plein air. D'autres moyens seraient plus pertinents : site Internet de la destination, applications Web ciblées, guides papier, Internet des associations sportives, etc.
- La promotion des activités de plein air en hiver serait pertinente. Rappelons que le ministère du Tourisme a publié il y a quelques années une [stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal](#). L'état des lieux détaillé qui y est présenté en annexe propose plusieurs informations pertinentes sur les tendances et les différents marchés.
- Il serait pertinent de mettre de l'avant le bien-être et la santé lorsqu'il y a mention d'activités de plein air. L'adoption de saines habitudes de vie oriente les vacances vers le mieux-être plutôt que l'épuisement. Les offres jumelant des activités générant de l'adrénaline et de la tranquillité se multiplient⁵.

5. Réseau de veille en tourisme (septembre 2016). « Le tourisme de bien-être en 7 tendances ». [En ligne](#).



Les partenaires de l'étude

Alliance de l'industrie touristique du Québec, Association des camps du Québec, Association des parcs régionaux du Québec, Association québécoise du loisir municipal, Aventure Écotourisme Québec, Cheval Québec, Eau Vive Québec, Fédération des éducateurs et des éducatrices physiques enseignants du Québec, Fédération québécoise du canot et du kayak, Fédération québécoise de la montagne et de l'escalade, Québec en Forme, Rando Québec, Regroupement ski de fond Laurentides, Regroupement des Unités régionales de loisir et de sport du Québec, Société des établissements de plein air du Québec, Société québécoise de spéléologie, Vélo Québec et Voile Québec.

Pour aller plus loin

Sources :

- Aventure Écotourisme Québec (2016). « *Analyse du profil des entreprises membres d'Aventure Écotourisme Québec* ». [En ligne](#).
- Chaire de tourisme Transat (octobre 2017). « *Étude des clientèles, des lieux de pratique et des retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air* ». [En ligne](#).
- Cision (octobre 2016). « *Adventure Tourism Market Growing Nearly 46% CAGR to 2020* ». [En ligne](#).
- Réseau de veille en tourisme (septembre 2007). « *Tourisme d'aventure : de quoi parle-t-on au juste ?* » [En ligne](#).
- Réseau de veille en tourisme (septembre 2016). « *Le tourisme de bien-être en 7 tendances* ». [En ligne](#).
- Ministère du Tourisme du Québec (2014) « *Stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal* ». [En ligne](#)