

Une région de prédilection pour des établissements de tourisme social

Les centres de vacances

Louis Jolin

Volume 15, Number 1, Spring 1996

Les Laurentides, quelles Laurentides ?

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1075049ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1075049ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Jolin, L. (1996). Une région de prédilection pour des établissements de tourisme social : les centres de vacances. *Téoros*, 15(1), 23–25.
<https://doi.org/10.7202/1075049ar>

UNE RÉGION DE PRÉDILECTION POUR DES ÉTABLISSEMENTS DE *TOURISME SOCIAL* LES CENTRES DE VACANCES

Louis Jolin

Louis Jolin
est professeur au
Département d'études urbaines
et touristiques (UQAM)
président du Bureau
international du tourisme
social- section Amériques

Si la grande région des Laurentides (incluant les régions touristiques des Laurentides, de Lanaudière et une partie de l'Outaouais) a accueilli, au fil des ans, des établissements prestigieux qui ont fait sa réputation au plan international pour la qualité de leur table ou de leur hospitalité, elle a vu aussi croître une foule d'établissements qui ont comme mission de favoriser la découverte de la nature et la pratique d'activités de plein air et de loisir touristique. Il n'est pas question d'opposer ici ces établissements même si les objectifs poursuivis par les uns et par les autres ne sont pas identiques: l'auberge du P'tit Bonheur a une réputation comparable à La Sapinière mais sous un autre registre.

Les centres de vacances

Région à proximité de celle de Montréal, la grande région des Laurentides a répondu et répond toujours aux besoins sociaux tels que ressentis dans les divers quartiers de la métropole: besoins de vacances en nature pour les jeunes, pour les familles, pour les aînés, pour les personnes à capacité physique restreinte, besoins de ressourcement et d'aération après de longs mois d'une vie urbaine stressante. Tous ces besoins sont au cœur de l'action de plusieurs organismes ou associations qui tentent d'offrir une réponse concrète, c'est-à-dire un lieu d'accueil, des activités adaptées, des prix abordables. Cette réponse se décline sous diverses appellations: camps ou colonies de vacances pour jeunes, camps familiaux, bases et centres de plein air, camps spécialisés... Le règlement d'application de la Loi sur les établissements touristiques établit la sous-catégorie *centre de vacances* pour recouvrir cette réalité multiforme¹. Une

grosse majorité des centres de vacances sont de véritables équipements de tourisme social dans la mesure où ils accueillent prioritairement des groupes de population qui pourraient difficilement partir en vacances autrement pour des raisons financières, pour des raisons de santé ou autres. A but non lucratif, ils constituent le noyau dur du *tourisme social*, expression et phénomène qui ne se résument pas cependant à cette seule dimension, aussi essentielle soit-elle à leur compréhension.

La diversité du tourisme social

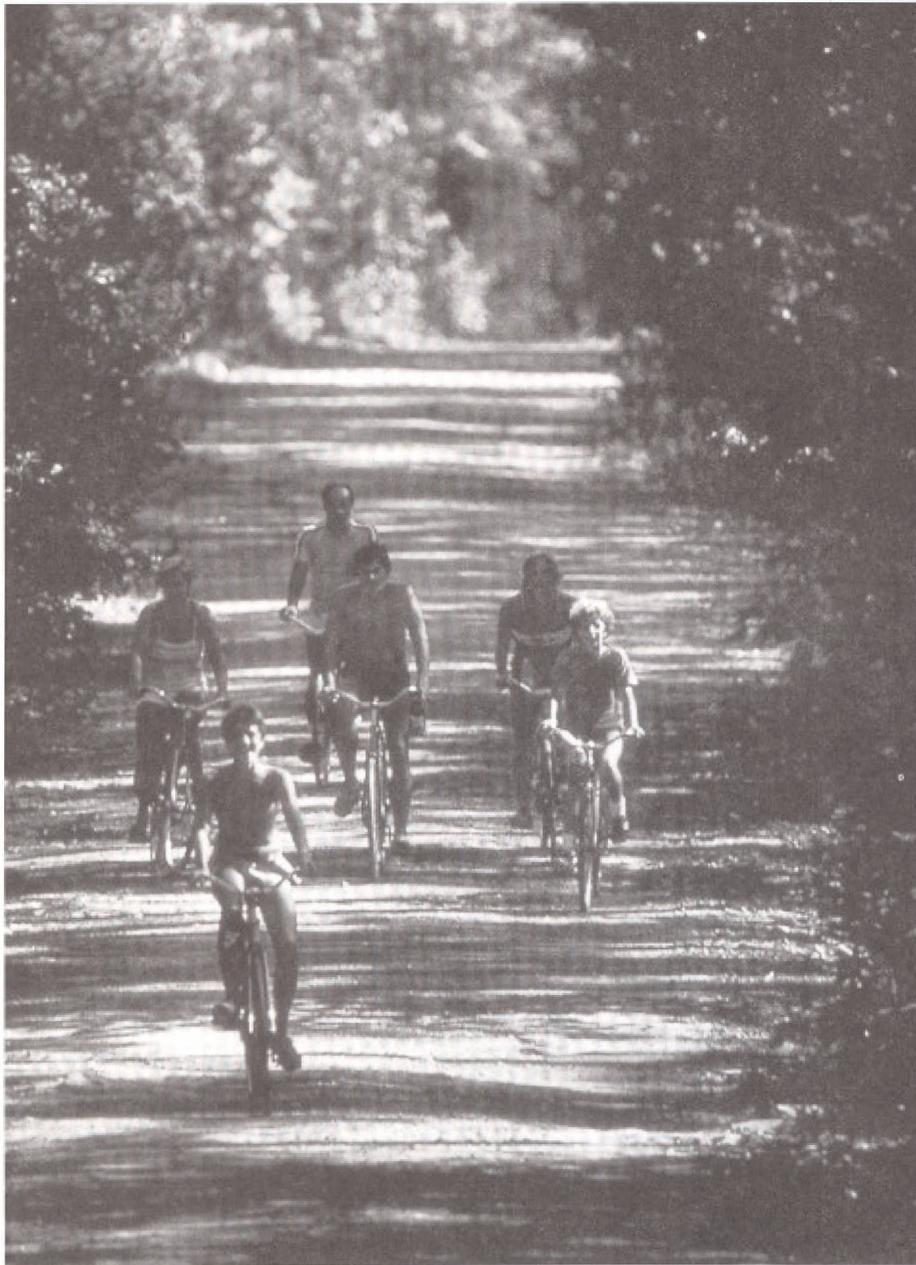
Le tourisme social embrasse une série de réalisations exprimant l'ambition de vacances pour tous et la volonté d'étendre la pratique du tourisme à

toutes les couches de la société; ces réalisations veulent aussi contribuer au développement socio-économique des usagers comme des milieux d'accueil, avec le souci de proposer des activités à caractère éducatif et culturel, en valorisant le patrimoine naturel ou culturel. Le tourisme social intègre des "objectifs humanistes,



pédagogiques, culturels, d'insertion, de promotion et d'épanouissement des individus.²"

Les parcs nationaux, provinciaux et régionaux, les centres d'interprétation de la nature, les écomusées, le phénomène de l'agrotourisme sont autant de réalisations non exclusives à l'enseigne d'un tourisme dont on accole l'adjectif *social* pour souligner que l'objectif n'est pas la recherche d'un profit maximal (ce qui ne veut pas dire que les réalisations ne doivent pas tendre vers la rentabilité et adopter des méthodes de gestion efficaces³), mais plutôt d'apporter un surplus social, une plus-value sociale (contribuer à la cohésion sociale et à l'épanouissement culturel, social et économique des individus et des collectivités, lutter contre l'exclusion, promouvoir et valoriser le patrimoine naturel et culturel, etc.).



La région des Laurentides: région de prédilection

Plusieurs régions du Québec ont des équipements de tourisme social, mais la grande région des Laurentides se démarque particulièrement par certains types d'établissements, notamment les centres de vacances. Il ne s'agit pas nécessairement d'un choix délibéré des acteurs régionaux qui auraient choisi ce type de développement plutôt qu'un autre (au contraire, les centres de villégiature, les centres de ski ont eu la faveur), mais c'est le résultat des initiatives d'organismes du milieu métropolitain, oeuvrant dans un grand bassin de population à proximité de la région (groupes religieux au début, associations communautaires, YMCA, centres de loisirs, groupes familiaux, etc.). La région en a pris acte, parfois à son corps défendant, bien que nous assistions plus qu'autrefois à l'implication des résidents

locaux dans l'animation et la gestion de ces établissements.

Lorsqu'on consulte le dernier répertoire de l'Association des camps du Québec⁴, sur 99 camps de vacances accrédités (excluant les camps de jour), 24 sont situés dans la région touristique des Laurentides, 16 dans la région touristique de Lanaudière, sans compter les quelques camps de l'Outaouais que l'on peut raisonnablement intégrer dans la grande région géographique des Laurentides⁵. Près de 45% des camps de vacances accrédités de l'Association des camps du Québec se retrouvent donc dans la grande région géographique des Laurentides. Parmi ces camps, certains y sont établis depuis de très nombreuses années: le Camp Oolahwan a été fondé en 1917, le Camp Weredale en 1934, le Camp Bruchési en 1936, la Base de plein air Jean-Jeune depuis 50 ans comme le Camp Marcel (maintenant désigné sous le nom d'Havre familial, centre de plein air), etc.

Camps francophones et anglophones, ils reflètent bien la dualité linguistique de la métropole comme de la région des Laurentides elle-même. Parmi les camps qui déterminent le coût du séjour selon le revenu familial (11), plus de 70% sont situés dans cette région. Cette façon de fixer le coût du séjour révèle un souci de tenir compte des contraintes financières des familles et s'inscrit dans une vieille tradition du tourisme social en voie de disparition. Enfin de nombreux camps ou colonies de vacances ont effectué des modifications dans leurs modes de fonctionnement afin de rejoindre, à l'année, une clientèle plus diversifiée, avec une programmation au goût du jour (activités hivernales, cours de langue,

séances d'initiation à l'informatique en plus des activités sportives et de plein air). Ces modifications poursuivent un double objectif: rendre l'offre de services plus attrayante compte tenu des changements dans les habitudes de consommation et assurer un meilleur financement du fonctionnement et des immobilisations pour parer aux baisses de subventions des pouvoirs publics.

Le répertoire des camps familiaux⁶, qui recense les groupes et les camps membres du Mouvement québécois des camps familiaux et visant à offrir aux familles aux revenus modestes des vacances épanouissantes et accessibles, reflète également cette même concentration dans la grande région des Laurentides. Si les groupes familiaux comme tels se retrouvent à plus de 55% sur l'île de Montréal, les établissements (camps familiaux) sont situés pour la moitié d'entre eux dans la grande région des Laurentides.



Un apport méconnu

Pour les Montréalais, cette région n'est-elle pas la cour de récréation par excellence pour des excursions de dimanche après-midi, une soirée ou un week-end de ski? S'il est vrai que les Montréalais l'ont adoptée pour sa proximité comme pour ses attraits (montagnes, lacs, forêts, villages, parcs, campings, centres de ski...), des organismes sociaux, des associations de loisir et de tourisme y ont installé des centres de vacances pour les mêmes raisons. Cet apport pour la région est loin d'être marginal mais n'est pas toujours reconnu par ses habitants et ses édiles. La contribution de ces établissements dans l'aménagement du territoire est souvent méconnu. Leurs retombées sociales et économiques insuffisamment soulignées⁷. Les causes de cet état de fait sont multiples et tiennent à la fois à la compréhension que l'on se fait de l'activité touristique et des priorités que l'on se fixe comme région touristique, mais aussi du peu d'empressement de plusieurs responsables de centres de vacances à insérer leur projet dans la dynamique et la mouvance régionales.

Mais quoi qu'on en dise, les centres de vacances ont néanmoins une RÉGION!



Notes

1. «La sous-catégorie "centre de vacances" regroupe les établissements qui offrent au public, moyennant un prix forfaitaire, de l'hébergement et des services de restauration ou d'auto-cuisine et d'animation ainsi que des aménagements et des équipements de loisir.» 1er alinéa de l'article 8 du *Règlement sur les établissements touristiques*, c.[E-15.1, r.1].
2. Yves Singer, *Vers la Déclaration de Montréal* (document de consultation en vue de l'assemblée générale du BITS de septembre 1996), Bruxelles, Bureau international du tourisme social, décembre 1995, p. 15.
3. «La performance économique est la condition même de la permanence du projet.» *Ibid.*, p. 3.
4. Association des camps du Québec, *Répertoire - Camps de vacances et camps de jour*, Montréal, édition 1996.
5. La deuxième région est la grande région de Québec avec 10 établissements dans la région touristique de Québec et 7 dans la région de Charlevoix (17% des camps accrédités de l'Association des camps du Québec sans compter les camps de jour).
6. Mouvement québécois des camps familiaux, *Les camps familiaux - Répertoire '96*, Montréal, édition 1996.
7. On commence à peine à cerner l'importance économique des centres de vacances. Une récente recherche a permis d'évaluer à 57 214 le nombre de familles ayant envoyé au moins un enfant dans un camp de vacances en 1993. Le nombre moyen d'enfants par famille dans les camps au cours de cette année est de 1,15, le durée moyenne de séjour dans un camp est de 11,4 jours et le montant dépensé par jour-campeur est de 27\$, ce qui représente un marché total des camps d'été pour les jeunes de 20 252 052\$. Source: Zins Beauchesne et associés, *Rapport final* présenté à l'association des camps du Québec et au ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, 1994.