

L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE
DU
CENTRE DE PLEIN AIR FAMILIAL
DE
ST-DAMASE

RAPPORT FINAL

remis au
Ministère de l'Expansion Economique Régionale

par

Pierre Bruneau

Yves Dion

Fernand Harvey

membres du groupe de recherche
interdisciplinaire de l'est du Québec

(G.R.I.D.E.Q.)

Université du Québec à Rimouski

Le 30 octobre 1975.

GV
196
S3
B7

GV
196
S3
B7

L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE
DU
CENTRE DE PLEIN AIR FAMILIAL
DE
ST-DAMASE,

RAPPORT FINAL

remis au
Ministère de l'Expansion Economique Régionale

par
Pierre Bruneau
Yves Dion
Fernand Harvey

membres du groupe de recherche
interdisciplinaire de l'est du Québec
(G.R.I.D.E.Q.)

Université du Québec à Rimouski

Le 30 octobre 1975.



Contract 2333

AVANT PROPOS

La réalisation de cette étude doit beaucoup à la collaboration de Mlle Louiselle Lévesque, assistante de recherche et étudiante en géographie. Son rôle en a surtout été un de soutien tant au niveau de la cueillette de l'information qu'à celui de la compilation et de la mise en forme des données. Nous lui sommes également redevables de l'excellente qualité du matériel cartographique confectionné et de sa grande disponibilité, qui ne s'est jamais démentie au cours de l'étude.

TABLE DES MATIERES

AVANT-PROPOS	i
TABLE DES MATIERES	ii
LISTE DES TABLEAUX	iv
LISTE DES CARTES ET GRAPHIQUES	viii
LISTE DES ANNEXES	ix
INTRODUCTION	10
1- ETUDE DE LA CLIENTELE DU CENTRE DE PLEIN AIR FAMILIAL DE ST-DAMASE	
1.1 Analyse des principales caractéristiques de la clientèle	13
1.1.1 Importance et évolution	13
1.1.2 Origine	15
1.1.3 Durée du séjour	29
1.1.4 Distribution journalière des nuitées	33
1.2 Etude sur les attentes des campeurs et sur la sa- tisfaction de leurs besoins	38
2- L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE DU CENTRE DE PLEIN AIR DE ST-DAMASE	
2.1 Retombées socio-économiques du Centre sur St-Damase	79
2.1.1 Etude de la population	79
2.1.2 Etude du domaine foncier et immobilier	84
2.1.3 Impact sur le commerce local	86
2.1.4 La population de St-Damase et le Centre de Plein Air: perceptions et facteurs de résis- tance	91
2.2 Retombées socio-économiques du Centre sur la ré- gion immédiate	99

2.2.1	Utilisation des ressources humaines: créations d'emplois	100
2.2.2	Utilisation des ressources physiques	119
2.2.2.1	Approvisionnementnements alimentaires du Centre ...	119
2.2.2.2	Utilisation et aménagement des ressources forestières	120
2.2.2.3	Fréquentation de l'infrastructure touristique régionale d'accueil par la clientèle	124
3-	RELEVE DES ATTRAITS TOURISTIQUES POUVANT ETRE AVANTAGEUSEMENT DEVELOPPES DANS L'AIRE IMMEDIATE DE ST-DAMASE	131
4-	RECOMMANDATIONS	138
A -	Les orientations du Centre	138
B -	La clientèle du Centre	141
C -	L'encadrement et l'animation du Centre	149
D -	Les activités et les équipements du centre	153
E -	L'insertion régionale du Centre	157
F -	Les propositions particulières	160
	CONCLUSION	162

LISTE DES TABLEAUX

Numéro		Page
1-2	Origine des campeurs du Centre de Plein Air exprimée en nombre de nuitées. (1974)	17-18
3	Répartition des municipalités et des nuitées selon le taux d'attraction exercée par St-Damase, 1974.	21
4	Attraction exercée par St-Damase sur les principaux centres urbains de la région.	24
5	Ecart de températures quotidiennes maximales enregistrées pendant l'été 1974, entre la station météorologique de Rimouski et celle de St-René de Matane.	26
6	Répartition mensuelle du nombre de nuitées à l'intérieur des isochrones tracés autour de St-Damase, en 1974.	28
7	Répartition du nombre des campeurs en fonction de la durée du séjour. Juillet 1974.	30
8	Nombre de nuitées enregistrées à St-Damase pendant l'été 1974 lors des fins de semaine.	35
9	Comparaison de l'échantillon de l'enquête auprès des campeurs (9-10 août '75) avec la population totale de campeurs de l'été 1974, en pourcentage de jours-campeurs.	39
10	Durée du séjour des campeurs interrogés (Q. 24)	43
11	Occupation des campeurs interrogés	44
12	Age des campeurs interrogés (Quest. 26)	45

13	Distance entre le lieu d'origine et le Centre de Plein Air, en fonction du nombre d'individus. (Quest. 20)	46
14	Distance entre le lieu d'origine et le Centre de Plein Air, en fonction du nombre de jours/ campeurs. (Quest. 20 et 24)	47
15	Choix du site de camping en général (Quest. 7)	48
16	Services et équipements de loisirs considérés comme les plus importants sur un terrain de camping (Quest. 2).	49
17	Types de campeurs et services choisis de préférence (Quest. 1 et 2).	50
18	Activités de loisirs considérées comme les plus importantes sur un terrain de camping (Quest. 3)	51
19	Types de campeurs et activités choisies de préférence (Quest. 1 et 3)	52
20	Principaux sujets de plainte des campeurs (Quest. 5)	53
21	L'attitude des campeurs à l'égard des services et des équipements du Centre (Quest. 6, 7 et 8)	55
22	Participation aux activités organisées par les moniteurs. N = 65	58
23	Nombre de personnes ayant participé aux activités organisées par les moniteurs forestiers installés au Centre de St-Damase.	59
24	Moyen de connaissance de l'existence du Centre	62
25	Les catégories de visiteurs comparées à celles des campeurs.	65
26	Occupation principale des visiteurs (Quest. 13)	66

27	L'âge des visiteurs interrogés (Quest. 14) comparé à celui des campeurs.	67
28	Distance de l'endroit habité pour les visiteurs.	69
29	Services et équipements de loisirs considérés comme les plus importants sur un terrain de camping (Quest. 1).	70
30	Utilisation des services du centre par les visiteurs comparé aux campeurs (Quest. 3).	72
31	Le service à améliorer en priorité, selon les visiteurs (Quest. 4), comparé à l'opinion des campeurs.	73
32	Nécessité de la présence d'animateurs au Centre (Quest. 5)	75
33	Evolution de la population 1961-1974.	82
34	Répartition selon l'origine du nombre d'emplois créés et des salaires versés par le centre de plein air familial de St-Damase de 1972 à 1975.	101
35	Projets d'initiatives locales.	103
36	Emplois liés aux activités normales du centre.	104
37	Profession exercée par l'employé avant son emploi au Centre de Plein Air 1972-1974.	108
38	Types d'emplois créés.	110
39	Salaires versés par catégories d'employés.	111
40	Répartition des gains des employés reliés à l'opération du Centre de Plein Air par classes de revenus 1972-1974.	113
41	Répartition des gains des employés reliés à l'opération du Centre de Plein Air par classes et sources de revenus. (1972-1974)	114

42	Moyennes salariales annuelles des employés reliés à l'opération du Centre de Plein Air 1972-1974.	117
43	Localités d'implantation des établissements d'hébergement investigués dans l'aire immédiate de St-Damase le 7 septembre 1975.	127

LISTE DES CARTES ET GRAPHIQUES

Numéro	Cartes	Page
1	Localisation des municipalités dans l'aire immédiate de Saint-Damase.	12
3	Répartition par municipalité du nombre de jours-campeurs enregistrés au Centre de Plein Air familial de St-Damase.	20
4	Répartition selon l'origine du nombre d'emplois créés et des salaires versés par le Centre de Plein Air familial de St-Damase de 1972 à 1975.	102
5	Itinéraire détaillé du circuit touristique proposé dans l'aire immédiate de St-Damase	133

Graphiques

1	Durée de séjour des campeurs ayant fréquenté le Centre de Plein Air en juillet 1974.	31
2	Distribution hebdomadaire des jours-campeurs du Centre de Plein Air de St-Damase en 1974.	34
3	Distribution journalière des jours-campeurs du Centre de Plein Air de St-Damase en 1974.	37
4	Evolution de la population de 1961 à 1974.	83

LISTE DES ANNEXES

Numéro		Page
1	Proposition de fiche d'enregistrement des campeurs	163
2	Proposition d'un questionnaire portant sur les campeurs et leurs besoins	164
3	Questionnaire d'enquête utilisé lors de l'étude sur les attentes des campeurs et sur la satisfaction de leurs besoins	168
4	Questionnaire d'enquête utilisé lors de l'étude sur les attentes des visiteurs et sur la satisfaction de leurs besoins	175

INTRODUCTION

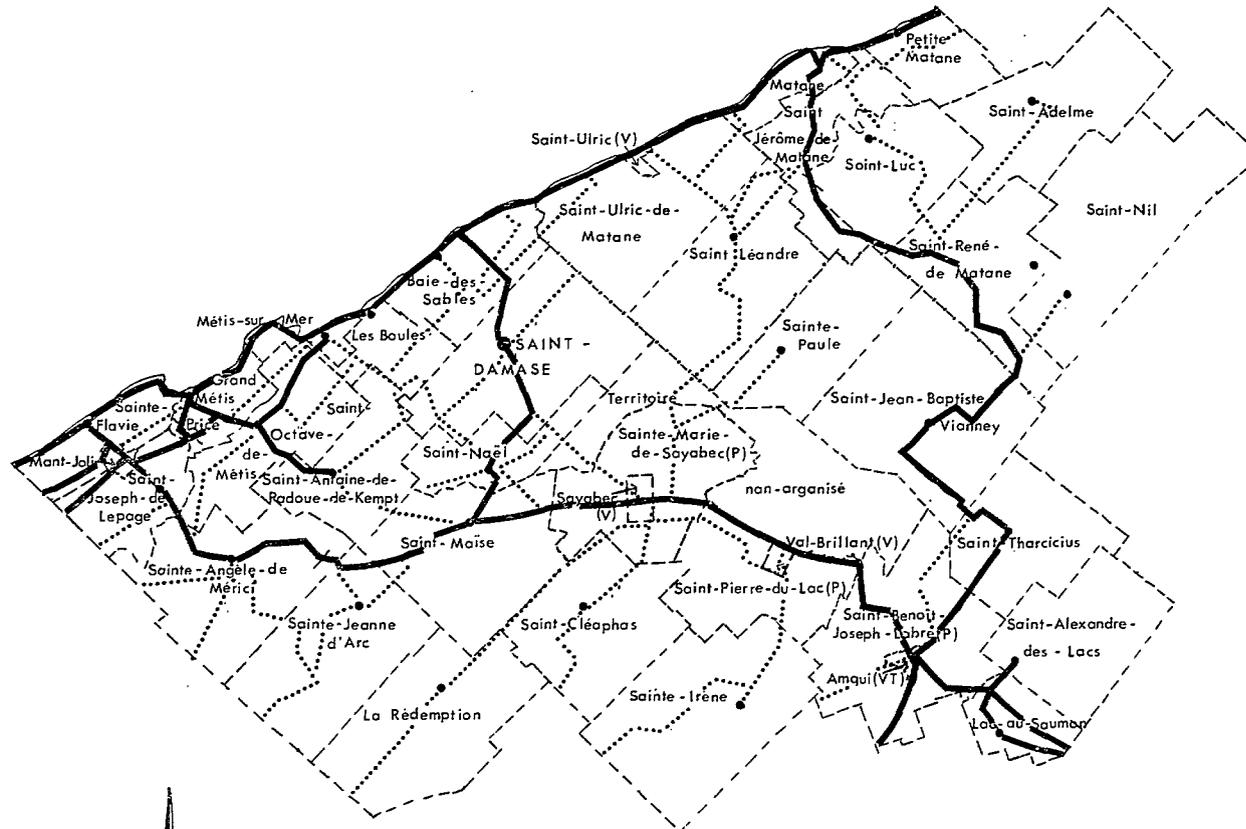
Le Centre de Plein Air familial de St-Damase de Matapédia, situé à 40 milles de Rimouski et à 22 milles de Matane, est né de l'initiative d'un groupe de citoyens de cette localité et s'est constitué en corporation le 10 septembre 1971. La construction et la mise en opération elle-même du Centre en 1972 ont été rendues possible grâce à l'appui financier du gouvernement fédéral par le biais des programmes d'Initiatives Locales. L'objectif fondamental, selon le plan directeur, visait "la création et l'exploitation du Centre de Plein Air en milieu agroforestier, destiné à la conservation des ressources existantes à leur développement, à la création d'emplois nouveaux, et aussi à attirer le tourisme régional et itinérant". Dès la première année d'opération, le Centre dépasse ses propres prévisions et accueille plus de 55,000 visiteurs. Cette tendance se poursuit en 1973 et en 1974. Très vite, le Centre fait alors face à un problème de croissance et de développement: difficultés de répondre à tous les besoins, incapacité de mettre en place les infrastructures nécessaires au rythme des besoins, pressions constantes sur les administrateurs qui sont de plus en plus dépassés par les événements et qui s'interrogent sur l'orientation future à donner au Centre, etc. Le Centre prend donc conscience, à ce stade, de la nécessité de faire le point: évaluer l'impact socio-économique du Centre dans la région, mieux connaître les besoins et les attentes de sa clientèle, éva-

luer la réalisation des objectifs de départ et éventuellement se définir de nouvelles orientations.

C'est dans ce contexte que se situe le mandat qui nous a été confié par le Ministère de l'Expansion Economique Régionale. Le Ministère nous a demandé de réaliser une étude sur l'impact socio-économique du Centre de Plein Air familial de St-Damase dans la région et conséquemment de faire des recommandations quant à l'orientation future du Centre compte tenu de sa clientèle actuelle et de sa clientèle potentielle. Enfin cette étude étant d'abord réalisée pour les administrateurs du Centre de Plein Air, le rapport, tel que présenté ici, se veut avant tout simple, opérationnel et pratique sans toutefois céder quoi que ce soit à la rigueur de l'analyse scientifique.

LOCALISATION DES MUNICIPALITÉS DANS L'AIRE IMMÉDIATE DE SAINT-DAMASE

CARTE 1



- Limites de comtés
- - - - - Limites de municipalités
- Routes pavées toute saison
- Routes de gravier toute saison
- Chef-lieu de municipalités

Cartographie: Suzanne Pineault, UQAR

1- ETUDE DE LA CLIENTELE DU CENTRE DE PLEIN AIR FAMILIAL
DE ST-DAMASE

1.1 Analyse des principales caractéristiques de la clientèle

1.1.1 Importance et évolution

L'inventaire de la documentation du Centre de Plein Air de même que le dépouillement systématique des données disponibles fournies par le feuillet d'enregistrement des visiteurs (1975) et des campeurs (1974-75), ne nous a pas permis de nous faire une idée juste de l'importance et surtout de l'évolution de la clientèle du Centre. Ainsi pour l'année 1972, le Centre de Plein Air évalue sa clientèle à 54,000 visiteurs.⁽¹⁾ Selon la même source, ce chiffre passe à 81,720 en 1973, à 183,000 en 1974 et s'établit à 78,000 en 1975.

L'affluence de la clientèle lors des jours de fin de semaine, l'absence de personnel suffisant et qualifié ainsi que le manque de rigueur scientifique manifesté lors de la compilation des données, nous autorise à considérer, d'un oeil critique, les chiffres fournis par le Centre.

Compte tenu de la plus grande fiabilité des données de l'année 1975 et compte tenu du rapport 1-5 existant entre le nombre de nuitées (13,000)⁽²⁾ et le nombre de visiteurs

(1) Y compris les jours campeurs.

(2) Ce chiffre est une estimation obtenue en multipliant le nombre de campeurs (8,125) en 1975 par la durée de séjour moyenne des campeurs (1.6 jour) observé en 1974.

(65,000) enregistrés au Centre en 1975,⁽¹⁾ nous croyons que la clientèle du Centre de Plein Air n'a pas dépassé 100,000 visiteurs en 1974 (19,635 nuitées x 5).

Ce chiffre nous semble plus réaliste que celui fourni par le Centre (183,000) pour l'année 1974. Il indique, à moins que nos estimations ne soient trop fortes, une baisse sensible de la clientèle entre 1974 et 1975. Selon nos calculs, cette baisse totaliserait 20,000 visiteurs et se verrait partiellement vérifiée par le fait que le nombre de campeurs enregistrés au Centre en 1974 et 1975 a fléchi d'une façon notable, passant de 12,000 à 8,125.

Quelles sont les raisons de cette tendance à la baisse? S'agit-il de causes externes, tenant à l'augmentation du coût de la vie et plus particulièrement à la hausse du coût du pétrole? S'agit-il, au contraire, d'un désenchantement de la clientèle régionale pour les équipements du Centre? Réserveons, pour l'instant, notre jugement et passons à l'étude de l'origine de cette clientèle.

(1) Du 1er janvier 1975 au 1er septembre 1975.

1.1.2 Origine

a) Les objectifs visés

L'étude de l'origine de la clientèle du Centre de Plein Air de St-Damase est intéressante à plus d'un titre. Elle peut, d'une part, nous renseigner sur l'étendue et l'intensité de l'attraction exercée par le Centre sur sa région et, d'autre part, nous indiquer dans quelle mesure la clientèle du Centre est d'origine locale, régionale voire extra-régionale. Par ailleurs, dans une perspective strictement publicitaire, il faudrait préciser les limites de l'aire de ramassage du Centre de Plein Air et les différences qui existent entre la clientèle d'origine rurale et la clientèle de provenance urbaine. L'une et l'autre, on en conviendra, n'ont ni les mêmes besoins, ni les mêmes comportements socio-récréatifs. Aussi, la mise en place des équipements et des infrastructures doit-elle refléter cette diversité.

b) La méthodologie utilisée

Par manque d'informations statistiques, nous avons restreint l'étude de l'origine de la clientèle à celle de la provenance des campeurs ayant fréquenté le Centre en 1974. Le dépouillement exhaustif des renseignements fournis par les carnets d'enregistrement des campeurs, nous a permis de mesurer, en terme de nuitées, l'attraction réelle exercée par le Centre de Plein Air de St-Damase, sur les municipalités de la région du Bas St-Laurent et de la Gaspésie, de même que sur l'extérieur. L'enquête porte donc sur la saison estivale 1974 et s'étend sur 4 mois, soit de juin à septembre inclusivement.

c) Analyse des résultats

Les résultats par région apparaissent au Tableau I, en page 17. En chiffres absolus, le Centre de Plein Air enregistre, en 1974, près de 19,634 nuitées. De ce nombre, 70.1% proviennent de la région du Bas St-Laurent et de la Gaspésie. Ce pourcentage passe à 78.0% si l'on ajoute la Côte-Nord (5.4%) et le Nouveau Brunswick (2.5%). Le reste du Québec fournit, pour sa part, 18.8% des nuitées: le reste du Canada et les Etats-Unis seulement 3.2%.

Le tableau 2, en page 18 permet l'analyse des comportements des clientèles par régions et par pays d'origine. Cinq classes peuvent être distinguées: la première comprend la région du Bas St-Laurent et de la Gaspésie. Elle s'individualise par une fréquentation du Centre de St-Damase s'étalant principalement sur trois mois, soit juin (32.4% des nuitées), juillet (46.2%) et août (19.0%). Ces chiffres montrent qu'en raison des courtes distances à parcourir, la clientèle régionale reste fidèle au Centre pendant les trois mois que dure la saison estivale.

La deuxième classe réunit la Côte-Nord et le Nouveau-Brunswick. Ces deux régions envoient surtout des clients au Centre en juillet (+60% des nuitées) mais maintiennent leurs flux aussi bien en juin (19% des nuitées) qu'en août (respectivement 10.4% et 21.5% des nuitées). Il faut se souvenir que les deux régions en cause sont situées en périphérie de la région pilote et que pour cette raison les longs déplacements de fin de semaine au Centre de Plein Air en dehors des grandes vacances annuelles sont encore possibles.

Origine des campeurs du Centre de Plein Air
 exprimée en nombre de nuitées. (1974)

Tableau 1

Origine	Chiffres absolus					Chiffres relatifs				
	Juin	Juillet	Août	Sept.	Total	Juin	Juillet	Août	Sept.	Total
Est du Québec ⁽¹⁾	4,487	6,387	2,622	335	13,831	87.1%	62.0%	69.3%	82.1%	70.1%
Région de Québec	211	1,263	361	8	1,843	4.1%	12.3%	9.6%	2.0%	9.4%
Région de Mtrl	71	987	203	16	1,277	1.4%	9.6%	5.4%	3.9%	6.5%
Région Côte-Nord	206	730	111	21	1,068	4.0%	7.1%	2.9%	5.1%	5.4%
Autres régions du Québec	45	371	161	-	577	.9%	3.6%	4.2%	-	2.9%
N.-Brunswick	79	253	91	-	423	1.5%	2.5%	2.4%	-	2.5%
Reste du Canada	37	206	157	8	408	.7%	2.0%	4.2%	2.0%	2.1%
U.S.A.	16	97	74	20	207	.3%	.9%	2.0%	4.9%	1.1%
Total	5,152	10,294	3,780	408	19,634	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(1) De Rivière-du-Loup à Gaspé.

Origine des campeurs du Centre de Plein Air
 exprimée en nombre de nuitées (1974)

Tableau 2

Origine	Chiffres absolus					Chiffres relatifs				
	Juin	Juillet	Août	Sept.	Total	Juin	Juillet	Août	Sept.	Total
Région pilote	4,487	6,387	2,622	335	13,831	32.4%	46.2%	19.0%	2.4%	100.0%
Côte Nord	206	730	111	21	1,068	19.3%	68.3%	10.4%	2.0%	100.0%
N.-B.	79	253	91	-	243	18.7%	59.8%	21.5%	-	100.0%
Québec	211	1,263	361	8	1,843	11.4%	68.5%	19.7%	0.4%	100.0%
Montréal	71	987	203	16	1,277	5.6%	77.3%	15.9%	1.2%	100.0%
Reste du Québec	45	371	161	-	577	7.8%	64.3%	27.9%	-	100.0%
Canada et U.S.A.	53	303	221	28	615	8.6%	49.2%	37.6%	4.6%	100.0%
Total	5,152	10,294	3,780	408	19,634	26.2%	52.4%	19.2%	2.2%	100.0%

Le troisième groupe réunit les régions administratives de Québec et de Montréal et ce qui est convenu d'appeler le reste du Québec. Ces régions sont particulières en ce qu'elles fréquentent le Centre presque exclusivement en juillet et en août (près de 90% des nuitées), à l'époque des grandes vacances. Les longues distances à parcourir sont sans doute une cause de ce comportement.

La dernière classe comprend le Canada moins le Québec, le Nouveau-Brunswick et les Etats-Unis. Les campeurs de ces régions très éloignées viennent surtout en juillet, en août et en septembre pour leurs vacances. Proportionnellement, ils sont les plus nombreux à fréquenter le Centre de Plein Air en août (37.6% des nuitées) et en septembre (4.6%).

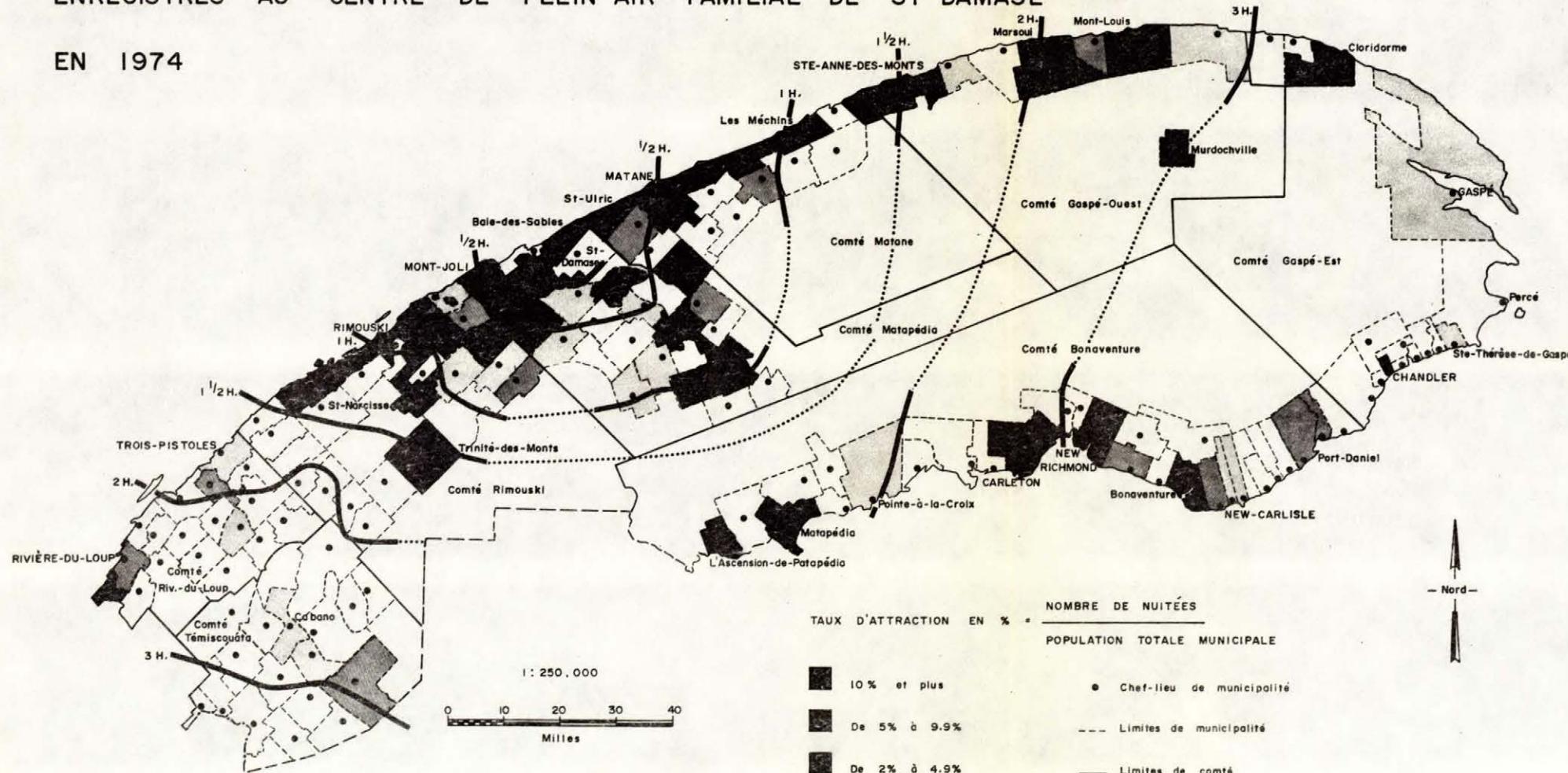
A une échelle plus restreinte, soit à celle de la région du Bas St-Laurent et de la Gaspésie, il nous a paru intéressant de mesurer l'attraction réelle exercée par le Centre de Plein Air sur les populations municipales comprises dans son aire de ramassage. Pour ce faire, nous avons calculé, pour chaque municipalité concernée, un taux d'attraction qui mesure l'intensité de l'influence exercée par le Centre de Plein Air de St-Damase sur celle-ci. Ce taux est obtenu par la solution de l'équation suivante:

$$\text{Taux d'attraction} = \frac{\text{nombre de nuitées}}{\text{population totale municipale}} \times 100\%$$

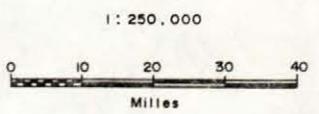
Une carte, présentée en page 20 illustre les résultats obtenus. Cette carte, à l'échelle du 1:250,000, regroupe les municipalités en 5 classes décroissantes selon qu'elles sont plus ou moins attirées par le Centre de Plein Air (Tableau 3).

RÉPARTITION PAR MUNICIPALITÉ DU NOMBRE DE JOURS-CAMPEURS
ENREGISTRÉS AU CENTRE DE PLEIN-AIR FAMILIAL DE ST-DAMASE
EN 1974

CARTE 3



— Isochrones joignant les points atteints en une même durée de temps à partir de St-Damase.
Nous sommes partis de l'hypothèse qu'une voiture parcourait en moyenne .50 milles en une heure dans des conditions normales de trafic.



- TAX D'ATTRACTION EN % = $\frac{\text{NOMBRE DE NUITÉES}}{\text{POPULATION TOTALE MUNICIPALE}}$
- 10% et plus
 - De 5% à 9.9%
 - De 2% à 4.9%
 - De 1% à 1.9%
 - De 0% à 0.9%
- Chef-lieu de municipalité
 - Limites de municipalité
 - Limites de comté
 - - - Frontières provinciales
 - Frontières internationales



Tableau 3

Répartition des municipalités et des nuitées selon le taux d'attraction exercée par St-Damase, 1974.

Municipalités attirées	Nombre de municipalités	Nombre de nuitées	%
à 10% et plus	15	10,203	73.8
de 5% à 9.9%	15	2,300	16.6
de 2% à 4.9%	20	1,062	7.7
de 1% à 1.9%	10	134	1.0
de 0% à 0.9%	14	132	.9
	74	13,831	100.0%

Au total, 74 municipalités envoient des campeurs au Centre de Plein Air.

De ce nombre, 15 municipalités sont attirées à plus de 10% et composent la première classe. Ces localités, à elles seules, fournissent 73.8% des nuitées de la région au Centre de Plein Air (Tableau 3, page 21) et la distance qui les sépare de ce dernier peut être parcourue, dans la plupart des cas, en moins d'une heure. Baie-des-Sables présente un cas à part puisqu'elle est attirée à plus de 37.8% par le Centre de Plein Air. C'est le taux le plus élevé que nous avons trouvé; il peut s'expliquer par la géographie, St-Damase étant la municipalité voisine.

Trinité-des-Monts enregistre aussi un fort taux, soit 25%, que nous arrivons mal à expliquer vue son éloignement du Centre de Plein Air.

La deuxième classe regroupe aussi 15 municipalités; mais ces dernières ne fournissent plus que 16.6% des nuitées au Centre. Paradoxalement, ces localités sont généralement fort éloignées de St-Damase. Les temps de parcours étant d'au moins 1½ heure. New-Richmond, Matapédia et Cap-Chat sont dans la même situation, pour ne donner que quelques exemples.

Vingt (20) municipalités composent la troisième classe et assurent 7.7% des nuitées de la région au Centre de Plein Air. Ces localités ne se retrouvent pas au sein d'un anneau concentrique particulier gravitant autour de St-Damase, mais sont disséminées à travers toute la région.

Les deux dernières classes, même si elles regroupent 24 municipalités sur 74, ne subissent que faiblement l'attraction de St-Damase et ne lui procurent que 1.9% des nuitées compilées à l'échelon régional. Pour la plupart des municipalités, des taux d'attraction inférieurs à 2% s'expliquent par les longues distances à parcourir pour atteindre le Centre (ex: Gaspé, Cabano). Mais l'on s'explique mal que St-Moïse et La Rédemption enregistrent des taux aussi faibles que .7% et .2% respectivement. Il est tout aussi étonnant qu'il n'y ait pas de campeurs en provenance de Ste-Paule, St-Cléophas et St-Irène, localités voisines de St-Damase.

Pour expliquer ces phénomènes particuliers, un retour à la carte 2, en page 20, s'impose. Globalement, on y constate, que contrairement à ce qu'on pourrait croire, l'attraction exercée par St-Damase sur les municipalités de sa région, entendue ici au sens large, ne décroît pas de façon linéaire avec l'augmentation de la distance. Ainsi les surfaces les plus som-

bres de la carte forment un ruban presque continu le long du St-Laurent entre Bic et Les Méchins. Le phénomène est ponctuel ailleurs mais se retrouve aussi bien à Amqui et à Matapédia qu'à New-Richmond et à Marsoui.

Les aires les plus pâles, au contraire, se localisent ou bien dans l'arrière-pays où bien s'intercalent le long des côtes entre les municipalités urbaines fortement attirées par le Centre.

Plusieurs facteurs peuvent rendre compte d'une telle répartition. Le premier, et le plus important à nos yeux, tient à la séparation qui existe entre la ville et la campagne, et partant, entre le mode de vie urbain et le mode de vie rural. Même si le genre de vie rural s'urbanise de plus en plus, il reste que les ruraux ne subissent pas les mêmes contraintes que les urbains et qu'en conséquence l'appel de la nature se fait plus pressant pour ces derniers. Cela peut suffire à expliquer, du moins pour une part, que le camping soit un sport d'urbains. Cette bande sombre littorale dont nous parlions plus haut correspond justement à l'axe le plus urbanisé de la région du Bas St-Laurent et de la Gaspésie. Au sein de cette zone côtière, les villes de Rimouski, Matane et Mont-Joli assurent à elles seules au Centre de Plein Air 54.6% des nuitées comptabilisées au niveau régional (Tableau 4).

Attraction exercée par St-Damase sur les principaux centres urbains de la région.

Tableau 4

Villes	Taux d'attraction en % (carte 3)	Nombre de nuitées	%
Rimouski	15.1%	4,237	30.7
Matane	19.6%	2,936	17.3
Mont-Joli	13.6%	915	6.6
Total		7,548	54.6
Total région		13,831	100.0

Ces municipalités urbaines sont non seulement les plus peuplées mais aussi celles qui sont les plus attirées par St-Damase. Les taux d'attraction s'établissent à 19.6% pour Matane, 15.1% pour Rimouski et 13.6% pour Mont-Joli.

Le taux d'urbanisation de chaque municipalité est donc un facteur dont il faut tenir compte pour apprécier l'attraction exercée sur celle-ci par St-Damase. Il est cependant une autre variable qui rend compte des forts taux d'attraction de la côte et qui tient au climat. En effet, l'étude comparative entre les stations météorologiques de Rimouski et de St-René-de-Matane montre l'influence maritime sur les températures quotidiennes maximales enregistrées à Rimouski en 1974. La station météorologique de St-René-de-Matane, pourtant située à 1,000 pieds d'altitude, en raison de sa position avancée dans l'ar-

rière-pays, enregistre des températures quotidiennes maximales parfois de beaucoup supérieures à celles enregistrées à Rimouski.

Ainsi les 10 juin, 24 juillet et 12 août, les températures maximales de St-René de Matane ont dépassé les températures maximales de Rimouski, respectivement de 14 degrés, 9 degrés et 11 degrés (Voir tableau 5, page 26). Le plus souvent, les écarts de température positifs favorisant la station de St-René sont observés lors des journées ensoleillées. Ces écarts influencent par conséquent les moyennes de températures mensuelles des deux stations mais d'une façon moins spectaculaire. Le tableau 5 est indicatif à cet égard.

St-Damase, situé à l'intérieur des terres et à 600 pieds au dessus du niveau de la mer, est donc favorisé par de bonnes conditions climatiques.

D'autres facteurs doivent être invoqués pour expliquer la faible participation rurale à certaines activités du Centre, tel le camping. Outre le manque d'intérêt normal des ruraux pour ce type d'activité, la structure démographique des municipalités rurales accuse un vieillissement certain qui ne favorise pas la pratique du camping, activité généralement exercée par les générations montantes. A ce facteur qui rend compte des faibles taux ruraux s'ajoute la présence de plans d'eau et d'infrastructures pouvant faciliter la pratique du camping au sein même ou à proximité des aires déprimées.

Enfin, le mauvais état des routes et les longues distances à parcourir expliquent la faible participation des muni-

Tableau 5

Ecart de températures quotidiennes maximales enregistrées pendant l'été 1974, entre la station météorologique de Rimouski et celle de St-René de Matane.

DATES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Juin	St-René de Matane	67	67	71	73	75	66	73	86	81	75	61	71	71	75	76	82	67	72	73	69	71	72	66	64	67	68	75	86	84	74	
	Rimouski	66	67	70	70	74	66	71	76	82	61	68	70	70	69	74	77	71	73	68	67	69	68	67	64	64	68	74	79	77	77	
	Ecart	+1	0	+1	+3	+1	0	+2	+10	-1	+14	-7	+1	+1	+6	+2	+5	-4	-1	+5	+2	+2	+4	-1	0	+3	0	+1	+7	+7	-3	
Juillet	St-René de Matane	74	79	72	68	69	60	70	74	64	70	63	70	86	82	71	70	77	72	72	70	72	76	80	80	75	80	81	74	73	71	79
	Rimouski	75	80	76	71	67	63	69	69	61	67	59	71	83	78	72	71	77	70	69	69	69	73	77	71	70	73	79	70	76	70	73
	Ecart	-1	-1	-4	-3	+2	-3	+1	+5	+3	+3	+4	-1	+3	+4	-1	-1	0	+2	+3	+1	+3	+3	+3	+9	+5	+7	+2	+4	-3	+1	+6
Août	St-René de Matane	75	72	75	75	76	71	80	64	70	74	83	86	86	75	66	67	72	67	76	78	79	89	63	58	61	69	63	69	68	63	74
	Rimouski	74	77	73	72	74	69	80	62	68	72	78	75	79	71	66	69	70	68	70	73	86	89	60	53	64	75	66	68	63	64	75
	Ecart	+1	-5	+2	+3	+2	+2	0	+2	+2	+2	+5	+11	+7	+4	0	-2	+2	-1	-6	+5	-7	0	+3	+5	-3	-6	-3	+1	+5	-1	-1

N.B.

Températures en degrés Fahrenheit.

Source: Environnement Canada, Résumé mensuel, Données météorologiques pour le Canada, Juin, Juillet, Août 1974.

cipalités de l'arrière-pays telles Ste-Paule et St-Léandre.

Toutes ces informations quant à l'origine des campeurs ayant fréquenté le Centre de Plein Air en 1974 peuvent être regroupées, (Voir carte 2, page 20). Sur cette carte ont été dessinés les isochrones (courbes) joignant les points atteints en une même durée de temps à partir de St-Damase. Les compilations par isochrones donnent des résultats intéressants (Tableau 6, page 28).

Ainsi, l'isochrone d'une heure regroupe 44 municipalités assurant plus de 54.3% du nombre total de nuitées enregistrées au Centre de Plein Air en 1974. Ce taux grimpe à plus de 69% en juin et en septembre et tombe à moins de 48% pendant les grandes vacances, soit en juillet et en août.

Toute la zone comprise entre l'isochrone de 1 heure et celui de 3 heures rassemble 28 municipalités totalisant seulement 11.6% des nuitées comptabilisées au Centre en 1974. Ce taux reste étonnement stable tout au long de la saison touristique (8.6% en juin, 12.1% en juillet, 15.0% en août, 11.4% en septembre) et nous autorise d'emblée à tenir pour clientèle captive toute la population comprise à l'intérieur des limites de l'isochrone d'une heure.

L'isochrone de 3 heures réunit à lui seul 65.9% des nuitées et regroupe la clientèle dite régionale.

Répartition mensuelle du nombre de nuitées à
l'intérieur des isochrone tracés autour de St-Damase,
en 1974.

Tableau 6

Isochrones	Nombre de nuitées (1974)									
	Chiffres absolus					Chiffres relatifs				
	Juin	Juillet	Août	Sept.	Total	Juin	Juillet	Août	Sept.	Total
½ heure	944	960	414	53	2,371	18.3%	9.3%	10.9%	13.1%	12.2%
1 "	3,109	3,550	1,387	229	8,275	60.3%	34.5%	36.7%	56.1%	42.1%
1½ "	260	538	189	18	1,005	5.1%	5.2%	5.0%	4.4%	5.1%
2 "	117	317	176	19	629	2.3%	3.2%	4.7%	4.6%	3.2%
3 "	62	385	201	10	658	1.2%	3.7%	5.3%	2.4%	3.3%
Sub Total	4,492	5,750	2,367	329	12,938	87.2%	55.9%	62.6%	80.6%	65.9%
Total	5,152	10,294	3,780	408	19,635	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

1.1.3 Durée du séjour

a) Méthodologie

Le dépouillement systématique des renseignements disponibles sur les campeurs du Centre de Plein Air, pour la saison estivale 1974, nous a permis de colliger des informations pertinentes sur la durée du séjour des campeurs.

L'étude mentionnée n'est cependant pas exhaustive puisqu'elle est centrée essentiellement sur les données du mois de juillet 1974. Nous avons estimé, en effet, que le profil dégagé serait largement représentatif du comportement de l'ensemble de la clientèle puisqu'il serait le reflet fidèle du comportement d'au moins 50% de cette même clientèle. Cette évaluation est amplement justifiée par les chiffres du Tableau 2, en page 18, qui montrent que juillet concentre à lui seul 52.4% du total des nuitées de la saison touristique 1974.

b) Les résultats

Le Tableau 7 résume les informations obtenues. Ainsi 67.1% des campeurs passent seulement une journée au Centre de Plein Air. Ce chiffre cependant est légèrement surestimé en raison du nombre de campeurs qui décident, le plus souvent à cause du beau temps, de rester un jour de plus.

Ces campeurs, parce qu'ils doivent se faire enregistrer une seconde fois au bureau central, viennent gonfler les effectifs de ceux qui, effectivement, ne passent qu'une jour-

Tableau 7

Répartition du nombre des campeurs en fonction de la durée du séjour. Juillet 1974

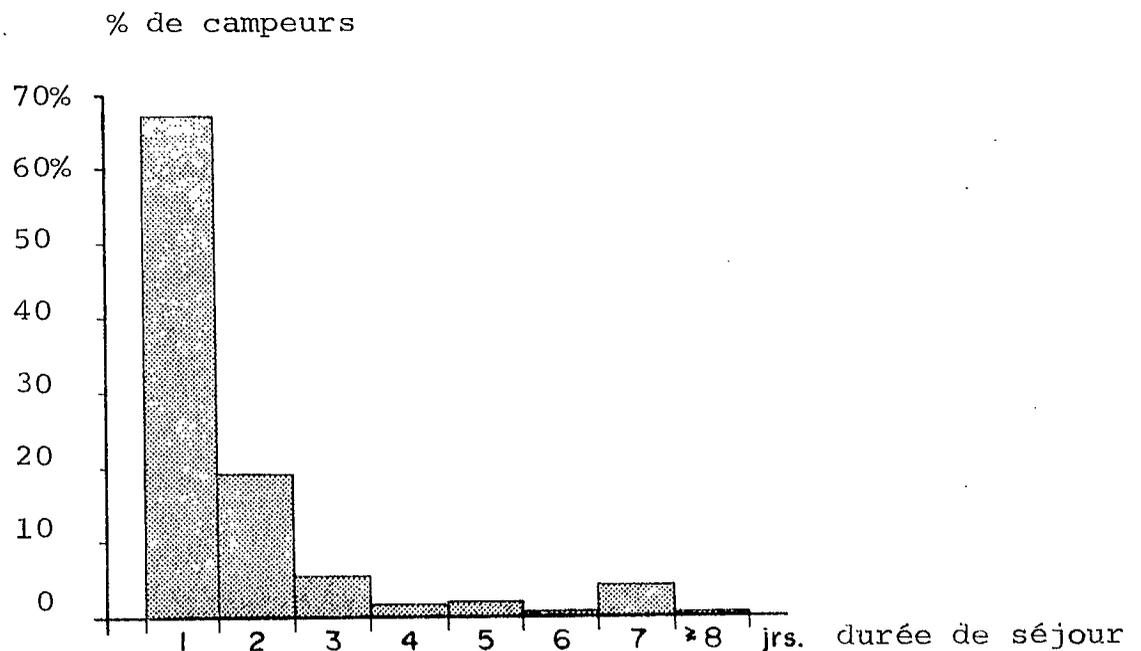
Durée du séjour	Nombre de campeurs	
	En chiffres absolus - En chiffres relatifs	
1 jour	4,021	67.1%
2 "	1,156	19.1%
3 "	322	5.4%
4 "	95	1.6%
5 "	114	1.9%
6 "	34	0.6%
7 "	232	3.9%
+ 8 "	25	0.4%
	5,999	100.0%

née au Centre et nous font sous-estimer le nombre de ceux qui restent deux jours. Le même raisonnement pourrait être tenu pour tous ceux qui séjournent pendant un certain laps de temps au Centre et qui pour une raison quelconque choisissent d'allonger leurs vacances de deux ou trois jours. Grossièrement, nous sommes en mesure d'affirmer que ces transferts d'effectifs d'une classe à l'autre touchent moins de 5% des campeurs et favorisent la première classe au détriment de la deuxième et de la troisième classe.

Compte tenu de ces réserves, c'est au moins 20% des campeurs qui passent deux jours au Centre de Plein Air. Cumulé au pourcentage de la première classe, ce pourcentage monte

à 86.2%. C'est dire que la clientèle de campeurs du Centre de Plein Air est surtout une clientèle de passage. Rares sont les campeurs qui passent plus de trois jours au Centre. Le graphique 1, ci-dessous, illustre bien ce phénomène.

Durée de séjour des campeurs ayant fréquenté le Centre de Plein Air en juillet 1974.



Graphique I

A titre indicatif, il peut être intéressant d'ajouter que les campeurs en provenance de Rimouski, Matane et Mont-Joli séjournent généralement plus longtemps à St-Damase. La part de la clientèle de ces trois villes restant deux jours s'élève à 27.5% contre 19.1% pour la clientèle totale. La part de ceux qui restent trois jours atteint 8.1% contre 5.4%.

Cela confirme l'existence de deux types de clientèle avec lesquelles il faut composer, l'une étant d'origine locale, l'autre étant de provenance extérieure.

1.1.4 Distribution journalière des nuitées

a) Méthodologie

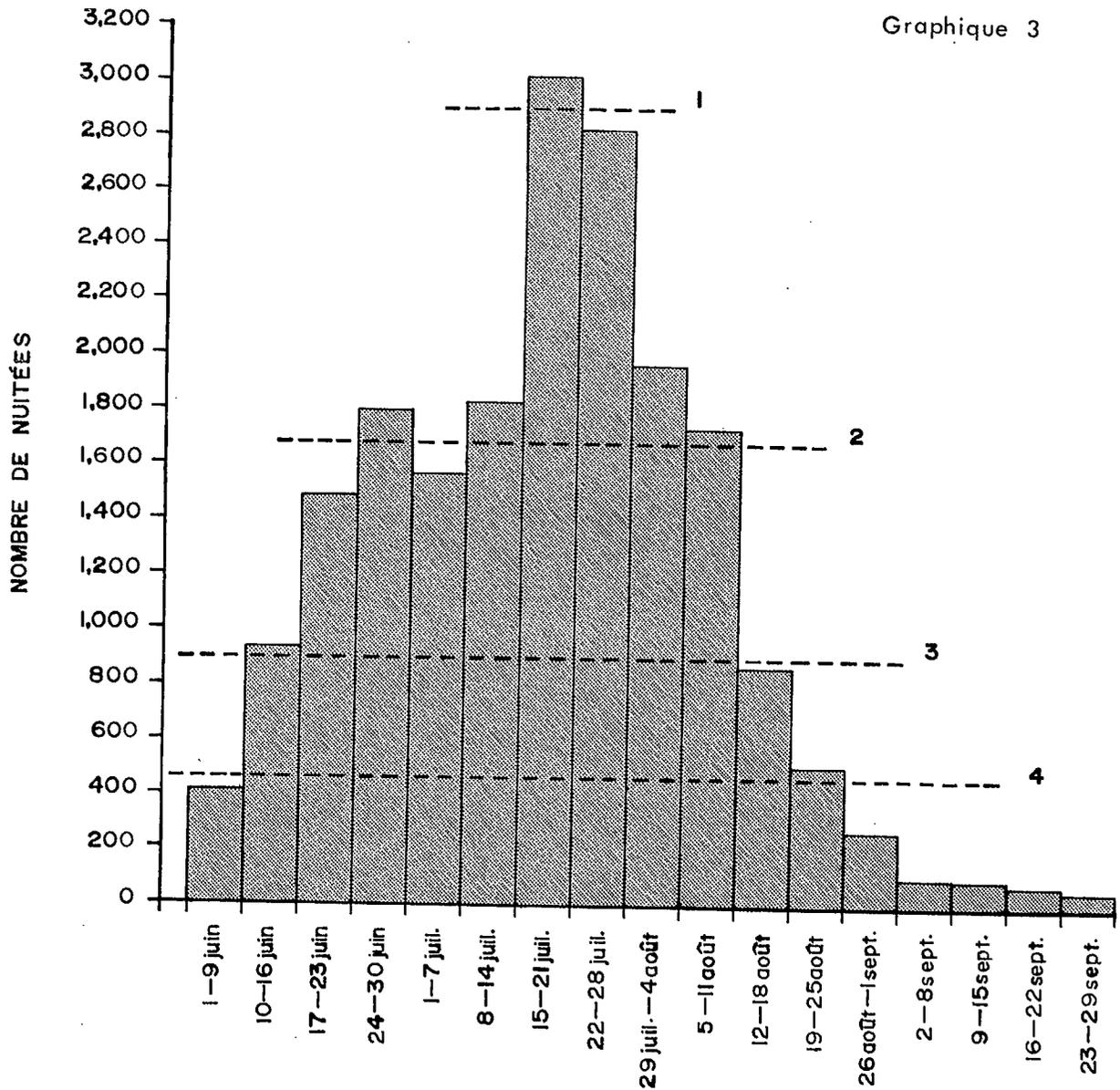
Le dépouillement des carnets d'enregistrement des campeurs nous a permis, enfin, de mesurer de manière satisfaisante, l'étalement ou la concentration du nombre des nuitées au cours de la période estivale 1974. Pour ce faire, nous avons étalé sur autant de jours, et ce, à partir de la date d'enregistrement, la durée du séjour des campeurs. Des chevauchements se sont inévitablement produits au début et à la fin de chaque mois ce qui explique que les totaux mensuels des jours-campeurs ne coïncident plus ici avec ceux comptabilisés au début de ce chapitre (1).

b) Résultats

Nous avons pensé construire pour mieux visualiser les résultats obtenus, ce qu'il est convenu d'appeler en cartographie, un histogramme de fréquence. Cet histogramme apparaît en page 34, et regroupe les nuitées par jour. Les colonnes sombres indiquent les jours de fin de semaine et illustrent,

(1) En effet, un campeur a pu s'inscrire, le 31 juillet 1974, pour deux jours, soit le 31 juillet et le 1er août. Ici, pour les besoins de la cause, une nuitée a été enregistrée en juillet et l'autre en août. Normalement, les deux auraient été comptabilisées en juillet, soit le jour de l'inscription.

DISTRIBUTION HEBDOMADAIRE DES JOURS - CAMPEURS
DU CENTRE DE PLEIN - AIR DE SAINT - DAMASE EN 1974



Cartographie: Francine Desrosiers

de manière parfaite, que l'affluence des campeurs se produit surtout le samedi et le dimanche. Les fins de semaine concentrent à elles seules 44.9% du total des nuitées enregistrées au Centre de Plein Air.

Tableau 8

Nombre de nuitées enregistrées à St-Damase pendant l'été 1974 lors des fins de semaine.

Nombre de nuitées	Juin	Juillet	Août	Sept.	Total
1 les fins de semaines	3408	3141	1995	288	8832
2 répartition saisonnière	4656	10039	4518	422	19635
Rapport 1½ en %	73.2%	31.2%	44.2%	68.2%	44.9%

Le pourcentage de fréquentations des fins de semaine atteint 68.2% en septembre, 73.2% en juin pour retomber à 3.12% en juillet au moment des grandes vacances annuelles. C'est dire l'impact que peut avoir cette ruée de fins de semaine sur la capacité d'accueil du Centre de Plein Air de St-Damase lors de certaines périodes.

Pour mieux tirer parti des informations contenues dans le graphique 2, en page 34, mais qui peuvent être difficilement systématisées, nous avons construit un autre gra-

phique qui agrège cette fois les fréquences au sein de périodes plus longues, c'est à dire hebdomadaires (graphique 3, page 37).

Une analyse succincte de ce dernier nous amène à dégager 4 seuils déterminants 5 périodes d'affluence décroissante qui s'imbriquent les unes dans les autres.

La première période va du 15 au 28 juillet et concentre 29.8% des nuitées saisonnières. Ces deux semaines correspondent aux grandes vacances annuelles et plus spécialement aux congés de la construction.

La deuxième période englobe la première et s'étend du 17 juin au 11 août. Elle totalise, à elle seule, 82.8% des nuitées et procure au centre l'essentiel de sa clientèle. Huit semaines, soit deux mois: c'est le moment où le Centre de Plein Air connaît son activité la plus intense.

La troisième période, la quatrième et la cinquième n'ajoutent respectivement que 9.2%, 4.8% et 3.2% au pourcentage de nuitées cumulées (82.8%) des deux premières périodes.

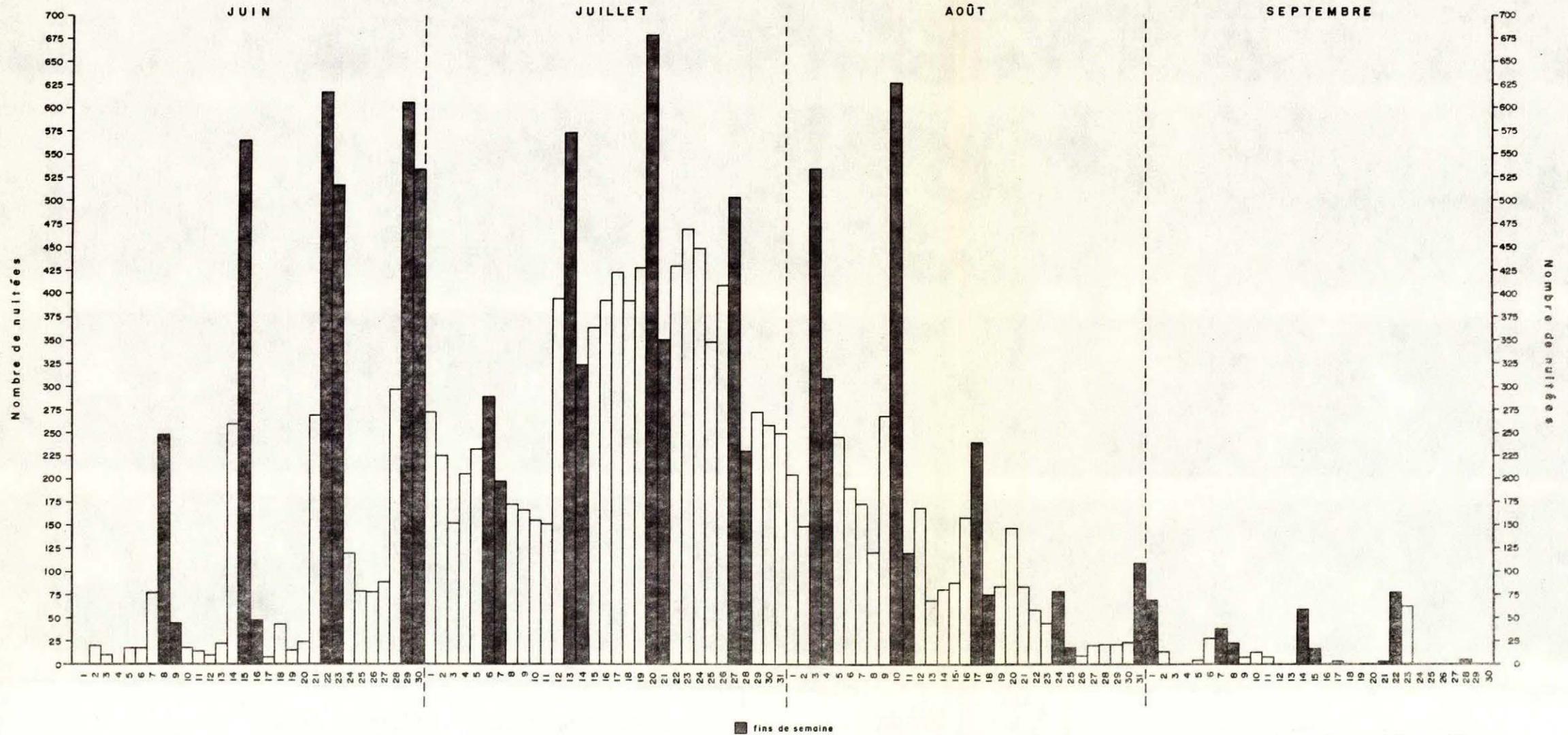
Mais les dates qui déterminent le début et la fin de chacune de ces trois dernières périodes sont importantes puisqu'elles marquent un changement de rythme dans l'affluence de la clientèle.

Ces dates sont facilement identifiables sur le graphique 3.

- a) ce sont le 10 juin et le 18 août pour la troisième période,
- b) le 1er juin et le 25 août pour la quatrième période,
- c) le 27 août et le 29 septembre pour la cinquième période.

DISTRIBUTION JOURNALIÈRE DES JOURS-CAMPEURS DU CENTRE DE PLEIN-AIR DE SAINT-DAMASE EN 1974

GRAPHIQUE 2



Cartographié par Danielle Pigeon, UQAR

1.2 Enquête auprès des campeurs du Centre de Plein Air de St-Damase.

Etude sur les attentes des campeurs et sur la satisfaction de leurs besoins

Une enquête a été réalisée auprès des campeurs les samedis et dimanches, 9 et 10 août 1975, par trois interviewers circulant d'un emplacement de camping à un autre.

L'échantillonnage

Certains délais n'ont pas permis de réaliser l'enquête avant le début d'août. Nous l'avons réalisée la dernière fin de semaine qui précède une chute importante de la clientèle de campeurs. L'idéal aurait été, bien sûr, de faire l'enquête en juillet, quoique les vacances de la construction (2 semaines) auraient pu également biaiser les résultats dans un autre sens. En fait, pour avoir un échantillon plus représentatif de la clientèle, il aurait fallu faire l'enquête à différents moments de l'été.

Quoiqu'il en soit, l'enquête a porté sur 65 campeurs installés sur autant de sites de camping différents. Or, les statistiques du Centre pour cette fin de semaine, indiquent 88 sites occupés. Donc, on peut considérer que l'enquête a été faite sur 74% des sites occupés. Si l'on évalue le nombre moyen de personnes par site, à 4, on peut affirmer que la population rejointe indirectement par l'enquête est de 260 personnes environ. Ainsi l'échantillon représente très bien la clientèle de la fin de semaine des 9 et 10 août.

Reste à savoir si cette clientèle du début d'août est

représentative de l'ensemble de la clientèle estivale. N'ayant pas de statistiques disponibles pour 1975, nous avons comparé notre échantillon à la clientèle totale de l'été 1974, sur la base de la provenance.

Tableau 9

Comparaison de l'échantillon de l'enquête auprès des campeurs (9-10 août '75) avec la population totale de campeurs de l'été 1974, en pourcentage de jours-campeurs.			
Région d'origine	Enquête 9-10 août '75	Total des campeurs août '75	Total des campeurs été '74
Est du Québec	68%	69.3%	70.4%
Côte-Nord	9%	3%	5.4%
Ailleurs au Québec	23%	19.1%	19%
Nouveau-Brunswick	Nil	2.5%	2.1%
Ontario	Nil	3.1%	1.8%
Ailleurs au Canada	Nil	1.0%	0.3%
Etats-Unis	Nil	2.0%	1.0%
	100%	100%	100%

Il ressort du Tableau 9 que l'échantillon de l'enquête suit la tendance de l'an dernier en ce qui concerne la clientèle de l'Est du Québec, c'est-à-dire autour de 70% de jours-campeurs. La Côte-Nord avec 9% et le reste du Québec avec 23% obtiennent des pourcentages un peu supérieurs à l'an dernier. Par contre, aucun campeur extérieur au Québec n'est présent dans l'échantillon, alors que l'an dernier, cet-

te clientèle représentait environ 5% du total des jours-campeurs. Il est possible que cette absence "d'étrangers" soit attribuable à une conjoncture économique moins favorable. Notre enquête ne permet pas cependant de l'affirmer avec certitude.

Nous remarquons enfin que la taille restreinte de notre échantillon, soit 65 individus vient diminuer les possibilités de généralisation statistique pour l'ensemble de la clientèle, des tendances observées durant l'enquête.

Les grandes parties de l'enquête

Le questionnaire auprès des campeurs comprend vingt-sept (27) questions réparties en trois sections:

- a) le profil sociologique des campeurs;
- b) les attentes générales des campeurs;
- c) la satisfaction de leurs besoins à l'occasion de leur séjour au Centre de Plein Air de St-Damase.

Nous dresserons d'abord le profil sociologique des campeurs interviewés pour ensuite analyser les résultats des deux parties de l'enquête: les attentes et la satisfaction des besoins.

A) LE PROFIL SOCIOLOGIQUE DES CAMPEURS

Rappelons que 65 campeurs occupant autant de sites différents ont été interviewés, soit 75% des sites occupés durant la fin de semaine de l'enquête.

- Catégories de campeurs (Questions 21, 22 et 23)

Les familles représentent la grande majorité de la clientèle du centre, soit 71% de l'échantillon. Suivent de loin les groupes d'amis (20%), et les couples sans enfants (9%).

Le nombre d'enfants de moins de 13 ans au sein des familles qui campent se répartit de la façon suivante:

1 enfant:	7 familles,	soit	19%
2 " "	10 " "		26%
3 " "	13 " "		34%
4 " "	<u>8 " "</u>		<u>21%</u>
Total:	38 familles		100%

Ainsi, plus des 3/4 des familles avec enfants sont des familles de petite taille n'ayant pas plus de trois enfants.

Au niveau de l'ensemble des campeurs interviewés, la répartition du nombre de personnes occupant un site s'établit comme suit:

1 personne:	0				
2 " "	13	répondants,	soit	20%	
3 à 5	35	" " " "	"	54	
6 et plus:	<u>17</u>	" " " "	"	<u>26%</u>	
Total:	65	répondants		100%	

On peut donc dire que la moyenne des personnes occupant un emplacement de camping se situe autour de quatre (4). A partir de cette base, on peut avancer que le nombre de personnes rejointes par l'intermédiaire des 65 individus interviewés est d'environ 260.

Enfin, notons que la proportion des campeurs sous la tente (y compris la tente-roulotte) est de 81%, comparativement à 19% pour les occupants de roulettes.

- Importance du camping (Question 14 à 24)

Le camping constituait-il la façon habituelle, pour les interviewés, de prendre leurs vacances, ou s'agissait-il plutôt d'une façon occasionnelle? A cette question, 71% des personnes ont répondu qu'ils campaient de façon régulière durant leurs vacances, le reste, soit 29%, n'étaient que des campeurs occasionnels.

La durée de séjour de ces campeurs au Centre de Plein Air de St-Damase se répartit comme suit:

Tableau 10

Durée du séjour des campeurs interrogés (Quest. 24)			
Nombre de nuits	Nombre de répondants	Pourcentage	Pourcentage cumulatif
1 nuit	17	26%	26%
2-3 nuits	31	48%	74%
4-7 nuits	8	12%	86%
plus d'une semaine	7	11%	
plus de 2 semaines	2	3%	
Total:	65	100%	

Il ressort de ce tableau que le pourcentage le plus important de la clientèle du Centre reste de 2 à 3 nuits (48%). Compte tenu du fait que l'enquête a été faite un samedi et un dimanche, on peut supposer que la clientèle la plus importante est celle des fins de semaines.

D'une façon générale, les campeurs ne demeurent pas longtemps au Centre. En effet, 74% des répondants n'y campent pas plus de trois jours. Ceux qu'on pourrait qualifier de "campeurs stables" (plus de 4 nuits), ne représentent que 26% de la clientèle.

- Occupation, âge, sexe (Question 25, 26 et 27)

Les différentes occupations des campeurs interrogés ont donné lieu au regroupement du Tableau 3.

Tableau 11

Occupation des campeurs interrogés		
Groupes	Nombre	Pourcentage
1- Personnel de direction et professionnels (y compris les enseignants)	16	25%
2- Travailleurs des services (employés de bureau, commerce, services personnels)	21	32%
3- Travailleurs manuels (primaire, construction, transports)	13	20%
4- Ménagères	11	17%
5- Etudiants	4	6%
Total:	65	100%

Les résultats du Tableau 11 trahissent la structure occupationnelle de la région, à savoir une importance plus élevée du secteur des services par rapport au secteur secondaire. Ils laissent aussi supposer que les vacances à l'extérieur de chez soi sont fonction du revenu disponible. On note en tous cas une faible représentativité des travailleurs manuels et l'absence totale de travailleurs d'usine.

L'âge des répondants indique, comme il fallait s'y attendre que nous avons affaire à une clientèle jeune: 83% ont moins de 40 ans. Comme l'indique le tableau ci-dessous, les deux groupes d'âge les plus représentés sont les 20 à 30 ans (37%) et les 30 à 40 ans (41%).

Tableau 12

Age des campeurs interrogés (Quest. 26)		
Groupe d'âge	Nombre	Pourcentage
moins de 20 ans	3	5%
20-30 ans	24	37%
30-40 ans	27	41%
40-50 ans	5	8%
50-60 ans	5	8%
60 et plus	1	1%
Total:	65	100%

Ces résultats amènent cependant certaines réserves. Ils représentent l'âge des personnes interrogées et non l'âge de l'ensemble des campeurs occupant les différents emplacements. Cette remarque veut signaler un biais qu'ont introduit les interviewers, ils avaient tendance à interroger les adultes plutôt que les enfants. Pour connaître la pyramide d'âge générale, il aurait fallu recenser chaque campeur, du bébé à la grand-mère...

Quant au sexe des campeurs interrogés, il tient compte d'un certain équilibre entre les hommes (57%) et les femmes (43%).

- Lieu d'origine

Rappelons enfin que 85% des personnes interrogées étaient originaires de l'Est du Québec (Quest. 9). Le Tableau 13 indique de façon plus précise la distance entre le lieu de provenance et le Centre de Plein Air.

Tableau 13

Distance entre le lieu d'origine et le Centre de Plein Air, en fonction du nombre d'individus. (Quest. 20)		
Distance du Centre	Nombre	Pourcentage
- ½ heure	5	8%
- 1 " "	34	52%
- 1½ " "	6	9%
- 2 " "	5	8%
- plus de 2 heures dans l'Est	5	8%
- Côte-Nord	2	3%
- Ailleurs au Québec	8	12%
Total	65	100%

} 69%
 } 85%

Ainsi, le gros de la clientèle (69%) se situe à moins de 1½ heure du Centre en auto. La clientèle, du moins en août,

est essentiellement régionale (85%). Notons que 12% des personnes viennent des autres régions du Québec.

Par ailleurs, si l'on reprend le Tableau pour évaluer, cette fois, la répartition des jours-campeurs (et non plus des individus), en fonction de la distance, on obtient un tableau corrigé à l'avantage des campeurs extérieurs à l'Est du Québec. En d'autres mots, les gens de la région sont plus nombreux au Centre, mais campent moins longtemps d'une façon générale. C'est le contraire pour les campeurs extérieurs à la région.

Tableau 14

Distance entre le lieu d'origine et le Centre de Plein Air, en fonction du nombre de jours/campeurs. (Q. 20 et 24)		
Distance du Centre	N. de jours/campeurs	Pourcentage
- ½ heure	10	4%
- 1 "	102	44%
- 1½ "	16	7%
- 2 "	9	4%
- plus de 2 heures dans l'Est	20	9%
- Côte-Nord	20	9%
- Ailleurs au Québec	54	23%
Total:	232	100%

Handwritten annotations in the table: A bracket groups the percentages 4%, 44%, 7%, and 4% with the value 55%. A larger bracket groups the percentages 4%, 44%, 7%, 4%, 9%, and 9% with the value 68%.

B) LES ATTENTES GENERALES DES CAMPEURS

Les questions 1, 2 et 3 de l'enquête portaient sur les attentes des campeurs en général, indépendamment du Centre de Plein Air de St-Damase. Nous voulions connaître l'élément qui motive leur choix d'emplacement, de même que les services et les activités qu'ils s'attendent à trouver sur le terrain de camping.

Tableau 15

Choix du site de camping en général (Quest. 7)		
	Nombre	Pourcentage
a) endroit isolé pour avoir <u>la paix</u>	22	34%
b) un endroit où les gens peuvent se mêler entre eux, pour faire ce qu'ils veulent <u>d'eux-mêmes</u> .	23	35%
c) un endroit où on peut suivre des <u>activités organisées</u>	20	31%
Total:	65	100%

La question no 1 visait à partager les gens selon trois tendances: les individualistes, ceux qui préfèrent des activités spontanées et ceux qui optent pour des activités organisées. Les résultats indiquent qu'on retrouve les trois tendances dans une proportion presque égale d'un tiers chacune.

Les campeurs devaient ensuite indiquer leur préférence au niveau des services et des équipements qui leur semblaient les plus importants pour un terrain de camping, sur le plan des loisirs. On leur demandait trois choix, par ordre d'importance, à l'intérieur de sept réponses possibles. Les résultats contenus dans le tableau suivant sont établis en fonction du score de chaque possibilité. (1)

Tableau 16

Services et équipements de loisirs considérés comme les plus importants sur un terrain de camping. (Quest. 2)		
Services	Score	Pourcentage de ceux qui ont choisi l'item dans l'un ou l'autre des 3 choix
1- Endroit pour se baigner	163 pts	92%
2- Terrain de jeu	76 "	61%
3- Restaurant	46 "	46%
4- Salle de loisirs	41 "	42%
5- Garderie pour enfants	31 "	28%
6- Sentiers écologiques	20 "	20%
7- Atelier d'art	13 "	11%

Les résultats du Tableau 16 indiquent clairement que la plage est considérée comme l'élément le plus important par-

(1) Un premier choix valant 3 points, un second choix, 2 points et un troisième choix, 1 point.

mi les besoins des campeurs. Vient ensuite le terrain de jeu, assez loin derrière. Les services et les équipements d'intérieur (restaurant, salle de loisirs, garderie, atelier d'art) sont beaucoup moins perçus comme une nécessité. Par contre, le faible choix pour les sentiers écologiques peut surprendre. Peut-être les gens considèrent-ils qu'ils sont déjà "dans le bois" et qu'ils n'ont pas besoin d'aménagement spécial pour entrer en contact avec la nature. On peut aussi avancer l'hypothèse d'un manque d'éducation et de sensibilisation de la population aux phénomènes naturels et écologiques. Nous y reviendrons plus loin (Question 6).

Si l'on met en relation les trois types de campeurs dégagés de la question no 1 (les isolés, les spontanés et les encadrés) avec les deux services les plus souvent choisis à la question no 2, on obtient le tableau suivant:

Tableau 17

Types de campeurs et services choisis de préférence (Questions 1 et 2)		
Types	Score	
	Plage	Terrain de jeu
les isolés	55 pts	19 pts
les spontanés	58 "	26 "
les encadrés	49 "	31 "

Aussi, selon le tableau 17, il n'y a pas de différence significative entre les trois types de campeurs et le choix de la plage, comme service prioritaire. Par contre, au niveau du terrain de jeu, sa priorité croît des "isolés" aux "encadrés", en passant par les "spontanés".

La question no 3 portant sur les activités de loisirs préférées en général, à partir de huit (8) choix possibles. Les réponses tenaient compte de trois choix, par ordre d'importance, à la manière de la question précédente (Question 2).

Tableau 18

Activités de loisirs considérées comme les plus importantes sur un terrain de camping (Question 3)		
	Score	% de ceux qui ont choisi l'item dans l'un ou l'autre des trois choix
1- Veillées avec feu de camp	92 points	66%
2- Activités pour vos enfants	73 "	51%
3- Sports organisés	63 "	54%
4- Cinéma	43 "	35%
5- Visites écologiques guidées	39 "	31%
6- Equitation	36 "	29%
7- Bingo	23 "	20%
8- Atelier d'art	12 "	14%

Les trois activités les plus populaires sont donc en premier lieu, les feux de camp, suivis des activités pour enfants et en dernier les sports organisés. Si l'on met en relation ces trois activités avec les trois types de campeurs énoncés précédemment, on obtient le tableau suivant:

Tableau 19

Types de campeurs et activités choisies de préférence (Questions 1 et 3)			
Types	Score		
	Feux de camp	Activités pour enfants	Sports Organisés
Les Isolés	32 pts	30 pts	14 pts
Les Spontanés	31 "	16 "	22 "
Les Encadrés	29 "	27 "	29 "

Ces résultats indiquent que les veillées avec feux de camp sont également populaires parmi les trois types de campeurs, y compris les isolés. Quant aux activités pour enfants, elles sont également populaires chez les isolés et les encadrés; le fléchissement observé au niveau des spontanés est peut-être dû au hasard. Enfin, concernant les sports organisés, on observe la même tendance que pour les "terrains de jeu" dans le Tableau 19., à savoir une progression de la popularité en allant des isolés aux encadrés. Cette tendance logique tend à confirmer la pertinence des types de campeurs dégagés et la cohérence de leurs réponses.

Tableau 20

Principaux sujets de plainte des campeurs (Quest. 5)	
Item	Nombre de plaintes
1- Toilettes malpropres	25
2- Toilettes trop éloignées	9
3- Emplacement trop près des voisins	9
4- Trop de bruit: couvre-feu pas respecté	8
5- Eau courante trop loin	7
6- Pas assez d'électricité	3
7- Douches	2
8- Balançoires brisées	1
9- Equipement défectueux	1
10- Pas assez de service au restaurant pendant la semaine	1
11- sites des roulottes pas au niveau	1
12- pas de couverts sur les poubelles	1
13- bris de la flore et des arbres	1
14- pas assez d'éclairage sur le site	1
Aucune plainte	17 personnes

C) LA SATISFACTION DES BESOINS PAR LE CENTRE DE PLEIN AIR

Onze (11) questions ont été posées relativement à la satisfaction de la clientèle des campeurs (Questions 4 à 15). La première de cette série de questions était générale et portait sur la satisfaction générale par rapport à l'aménagement matériel du site de camping (Question 4). La grande majorité soit 75%, ont déclaré être satisfaits à ce niveau, alors que 22% étaient plus ou moins satisfaits et 3% nettement insatisfaits. Il semble donc que l'organisation matérielle des sites de camping satisfasse la clientèle, du moins ceux qui continuent de fréquenter le Centre

Les principaux sujets de plainte se répartissent de la façon suivante: (Voir Tableau 20 en page 53)

La malpropreté et la rareté des toilettes constituent les principaux sujets de plainte. Le bruit et la proximité des voisins sont aussi l'objet de remarques. L'eau et l'électricité font aussi l'objet de plaintes de même qu'une série d'autres questions que nous avons détaillées dans le Tableau 11. Enfin, il est à noter que 26% des personnes interrogées n'avaient aucune plainte à formuler.

La question no 6 concernait les services et les équipements du Centre les plus souvent utilisés. Il y avait trois choix possibles, par ordre d'importance, sur une liste soumise au campeur. A partir de cette même liste, on demandait à la personne interrogée quel était le service le mieux organisé et celui qui devrait être amélioré en priorité. Le tableau qui suit constitue une synthèse des questions 6, 7 et 8. On remar-

quera que les chiffres de la première colonne constituent un score tenant compte des trois choix possibles à la question 6; alors que les deux autres colonnes correspondent à un seul choix par personne: le service le mieux organisé et le service le moins bien organisé.

Tableau 21

L'attitude des campeurs à l'égard des services et des équipements du Centre (Questions 6, 7 et 8)			
Services	Services les plus souvent utilisés N = score	Le service le mieux organisé N = pers.	Le service à améliorer d'abord N = pers.
1- plage	154 pts	37	5
2- location d'embarcations	64 "	10	2
3- terrain de jeu	46 "	5	19 (30%)
4- équitation	27 "	2	1
5- atelier pour enfants	26 "	2	2
6- sentiers écologiques avec guide	17 "	0	0
7- gondole	16 "	3	0
8- mini-rallye	4 "	1	1
9- pêche	1 "	0	4
10- autres	7 "	0	6
Aucun	2 pers.	1	14
Ne sait pas	-	4	11 38%
Total:		65	65

Le Tableau 21 indique que la plage est de loin le service le plus utilisé; c'est aussi le plus apprécié. Cette importance de la plage avait déjà été relevée précédemment à la question no 2 concernant les attentes des campeurs en général, indépendamment du Centre de St-Damase. Deux autres services s'avèrent aussi assez importants: la location d'embarcations et le terrain de jeu. Suivent assez loin derrière, l'équitation et l'atelier d'art pour enfants. Les services les moins utilisés par les campeurs sont les visites écologiques guidées, la gondole, le mini-rallye et la pêche.

Par contre, la deuxième enquête, qui concerne les visiteurs, révèle que la gondole se place au 4e rang pour l'utilisation. On peut donc dire qu'elle s'adresse davantage à la clientèle des visiteurs qu'à celle des campeurs. Quant au mini-rallye, il faut souligner qu'il s'agit d'une activité occasionnelle et non d'un service régulier.

Le service le mieux organisé, selon l'opinion des campeurs interrogés, est encore la plage. D'une façon générale, la plus grande satisfaction d'un service s'ordonne en relation avec les services les plus utilisés; ce qui laisse supposer que les gens sont satisfaits des services qu'ils utilisent le plus, ou bien qu'ils utilisent les services qu'ils considèrent comme les mieux organisés.

Au niveau du service à améliorer en priorité, le terrain de jeu se détache au premier rang dans l'opinion de 30% des répondants. Les autres réponses ne sont pas très significatives. On notera, à cet effet, que l'opinion positive ou négative par rapport à un service est en relation avec son score d'utilisation. Ainsi, les visites écologiques guidées é-

tant peu suivies, l'opinion positive ou négative sur ce service est nulle dans les deux cas.

Il importe enfin de prendre note du fait que 38% des campeurs interrogés ne savent pas quel est le service à améliorer en priorité ou considèrent qu'aucun service n'est à améliorer. Ce pourcentage est relativement élevé.

Les questions 9 à 12 concernent la présence de moniteurs sur le terrain. Il existait, en effet cinq (5) moniteurs durant l'été 75: deux monitrices étaient spécialisées dans l'étude de la nature et de l'écologie. Les trois autres moniteurs étaient engagés pour l'animation générale du Centre, en particulier au niveau des jeux et de la surveillance de la plage.

62% des campeurs interrogés savaient qu'il y avait des moniteurs (Question 9), mais il n'en demeure pas moins que 38% de l'échantillon ignorait leur existence, ce qui constitue une proportion assez considérable. Notre questionnaire ne nous a pas permis d'en connaître les causes.

La participation aux trois principales activités organisées, est établie dans le tableau suivant:

Tableau 22

Participation aux activités organisées par les moniteurs. N = 65				
Activités	oui		non	
	Nombre de personnes	%	Nombre de personnes	%
1- Jeux extérieurs	8	12%	57	88%
2- Visites écologiques	8	12%	57	88%
3- Atelier d'art pour enfants	13	20%	52	80%

En dépit du fait que 62% des campeurs interrogés connaissaient l'existence d'animateurs sur le terrain, très peu d'entre eux ont participé à l'une des trois principales activités organisées. L'atelier d'art pour enfants était quand même relativement fréquenté puisque 20% des personnes interrogées en ont bénéficié pour leurs enfants.

L'explication du peu de succès des visites écologiques et des activités liées à la connaissance de la nature mérite qu'on s'y arrête un moment. L'analyse des tableaux précédents a révélé le peu d'emprise de ce genre d'activités sur les campeurs. Il s'agit d'un problème complexe dont les éléments d'explication demeurent à découvrir. On peut émettre comme hypothèse que le public est peu sensibilisé à l'observation de la nature et que l'écologie n'est pas dans nos "moeurs"... Quoiqu'il en soit, les rapports hebdomadaires fournis par l'é-

quipe des moniteurs de l'Association forestière du Bas St-Laurent et de la Gaspésie, durant le mois de juillet '75, signale la difficulté rencontrée pour intéresser les campeurs aux diverses activités organisées dans ce domaine. Les moniteurs insistent sur le fait qu'il y avait peu de campeurs sur le terrain ou qu'ils ne semblaient pas intéressés. Leur semaine la mieux réussie fut celle du 22 au 27 juillet, correspondant aux "vacances de la construction". Voici les statistiques fournies par ces trois rapports et que nous avons cru bon d'ajouter aux résultats de notre propre enquête.

Tableau 23

Nombre de personnes ayant participé aux activités organisées par les moniteurs forestiers installés au Centre de St-Damase. *			
	Nombre de personnes		
	8-13 juil.	15-21 juil.	22-27 juil.
Visites au kiosque	118	51	137
Excursions	8	-	16
Mini-rallye	7	69	100
Jeux éducatifs	23	10	73
Film	57	114	28
Total:	213	244	354

* Statistiques établies par les moniteurs eux-mêmes.

Les animateurs forestiers ne sont pas seuls en cause puisque les jeux extérieurs organisés par les moniteurs en loisirs du Centre n'ont pas eu plus de succès. L'enquête ne permet pas de pousser plus loin cette question. Une étude plus approfondie de la structure d'animation du Centre permettrait sans doute de faire la part des choses entre les facteurs suivants: information auprès du public, motivation de la clientèle, préparation et nature de la formation des moniteurs, politique d'animation du Centre.

Par ailleurs, la nécessité de la présence d'animateurs sur le terrain avait été soulevée par la question no 12. La grande majorité des répondants, soit 66%, ont déclaré que la présence d'animateurs leur apparaissait nécessaire, 12% la jugeait plus ou moins nécessaire et un seul individu la considérait comme inutile. Un recouplement avec les types de campeurs dégagés à la question no 1 ne permet pas d'établir de différences dans la façon de répondre des trois types. Les isolés, les spontanés et les encadrés considèrent tous, à un même degré, la nécessité de la présence d'animateurs. (1) On peut donc considérer que le fait d'accepter le principe de la présence d'animateurs n'a pas de relation avec les conduites et les réponses effectives des campeurs à l'égard des activités proposées.

Les opinions plus détaillées concernant la qualité du travail des animateurs ont été recueillies par la question no 11

(1) L'opinion affirmant la nécessité d'animateurs se répartit comme suit: isolés, 33.9%, spontanés, 33.9%, encadrés 32.2%.

(question ouverte): 31 personnes ont répondu à cette question sur 65. C'est donc dire qu'une grande proportion des campeurs sont incapables d'évaluer le travail des animateurs parce qu'ils ne le connaissent pas. Voici la liste des commentaires positifs et négatifs recueillis.

Commentaires positifs

- c'est bien, c'est très bien	16 personnes
- ils sont très disponibles	2 " "
- l'accueil est chaleureux	1 "
- bonne surveillance	1 "
- mieux que l'an dernier	1 "
- ils font leur possible ...	3 "

Commentaires négatifs

- ils ne sont pas assez disponibles	3 "
- pas assez de contacts avec les campeurs	1 "
- ne font pas participer les gens	1 "
- pas assez de jeux organisés	1 "
- c'était mieux l'an dernier	1 "

La question no 13 concernait l'opinion des campeurs par rapports à l'affluence au Centre, les fins de semaine: 23% des répondants considèrent qu'il y a trop de monde alors que la majorité, soit 72%, estiment, au contraire qu'il y a assez de place pour tout le monde.

Enfin, l'existence du Centre a été connue des répondants de la façon suivante:

Tableau 24

Moyen de connaissance de l'existence du Centre		
	Nombre	Pourcentage
1- Parents ou amis	47	72%
2- Radio ou t.v.	14	22%
3- Dépliants	3	5%
4- Journaux	1	1%
Total:	65	100%

Il semble donc que la publicité de bouche à oreille ait été la plus répandue jusqu'ici. Le rôle des réseaux de parents ou d'amis s'explique d'autant mieux que 85% des personnes interrogées habitaient l'Est du Québec.

Une dernière question (Question 16) concernant la spécificité du Centre de Plein Air de St-Damase. A cette question, 79% des répondants ont affirmé qu'il y avait effectivement une différence entre ce centre et les autres terrains de camping. A trois exceptions près, tous les commentaires, dont voici la liste, sont positifs:

Commentaires positifs sur le Centre:

1- Organisation:

- c'est mieux organisé en général 14 personnes
- il y a plus d'activités 10 "
- il y a plus d'activités pour les enfants 5 "

- il n'y a rien de commercial 3 personnes
- il y a des guides et des animateurs 2 "
- c'est davantage familial 1 "

2- Aménagement

- c'est plus grand et mieux entretenu 10 personnes
- il y a un lac et une plage 7 "
- c'est plus calme 5 "
- le paysage est plus beau 4 "
- les sites de camping sont dans la forêt 1 "

Commentaires négatifs sur le Centre

- pas assez de règlements et de gardiens 1 personne
- moins de moniteurs qu'ailleurs 1 "
- trop de bruit 1 "

ENQUETE AUPRES DES VISITEURS DU CENTRE
DE PLEIN AIR DE ST-DAMASE

Etude sommaire sur la satisfaction de leurs besoins

Au Centre de Plein Air de St-Damase, on définit les visiteurs comme étant les personnes qui viennent durant la journée et qui ne couchent pas sur place. Nous avons voulu connaître le profil de cette clientèle et son opinion sur le Centre. Le questionnaire des visiteurs constitue une version abrégée du questionnaire des campeurs, seules trois (3) questions ont été modifiées (Questions 2, 11 et 12).

L'échantillonnage

L'enquête a eu lieu le samedi 9 et le dimanche 10 août 1975. Deux enquêteurs ont interrogé des gens au hasard sur le terrain sans se limiter à un groupe d'âge particulier. La taille de l'échantillon est de 108 personnes. Par ailleurs, le nombre de visiteurs enregistrés à la barrière cette fin de semaine s'élevait à 1,467 (soit 1,167 visiteurs motorisés et 300 piétons). L'échantillon représente donc 7% du total des visiteurs pour cette fin de semaine, ce qui est assez satisfaisant.

Afin de mieux cerner le comportement spécifique des visiteurs, nous juxtaposerons les résultats de cette enquête à celle des campeurs pour les questions identiques. On prendra note cependant que la taille de l'échantillon des campeurs est de 65 individus alors que celle des visiteurs est de 108.

Les grandes parties de l'enquête

Le questionnaire des visiteurs comprenait 15 questions classées en parties principales:

- A) le profil sociologique des visiteurs
- B) la satisfaction des besoins des visiteurs

A) LE PROFIL SOCIOLOGIQUE DES VISITEURS

- Catégories de visiteurs (Question 10)

Tableau 25

Les catégories de visiteurs comparées à celles des campeurs.				
	Visiteurs		Campeurs	
	Nombre	%	Nombre	%
Individu seul	13	12%	0	-
Couple seul	5	4%	6	9%
Famille	42	39%	46	71%
Groupe d'amis	48	45%	13	20%
Total:	108	100%	65	100%

Le tableau 25 indique que la tendance observée chez les campeurs est inverse chez les visiteurs. C'est-à-dire que les groupes d'amis constituent la clientèle la plus importante de visiteurs avec 45% de l'échantillon, comparé à 20% pour les campeurs. Quant aux familles, leur grande importance chez les campeurs (71%) diminue sensiblement chez les visiteurs (39%).

On voit aussi apparaître une catégorie de visiteurs qui n'existe pas chez les campeurs, soit les individus seuls, lesquels représentent 12% des visiteurs.

- Occupation, âge, sexe (Questions 13 et 14)

Tableau 26

Occupation principale des visiteurs (Question 13)		
Groupes	Nombre	%
1- Personnel de direction et professionnels (y compris les enseignants)	12	11%
2- Travailleurs des services (employés de bureau, commerce, services personnels, transports)	26	24%
3- Travailleurs manuels (primaire, construction, journaliers)	17	16%
4- Ménagères	18	17%
5- Etudiants	24	22%
6- Rentiers	4	4%
7- Pas de réponse	7	7%
Total:	108	100%

Le Tableau 26 révèle que les travailleurs des services et les étudiants constituent environ la moitié de la clientèle des visiteurs. Une comparaison avec le Tableau 3 (occupation des campeurs) fait ressortir certaines différences. Ainsi, la

catégorie des professionnels constitue 25% de l'échantillon des campeurs et seulement 11% de celle des visiteurs. Une comparaison rapide entre les occupations des deux clientèles laisse entrevoir que la moyenne du revenu personnel des campeurs semble plus élevée que celle des visiteurs.

Tableau 27

L'âge des visiteurs interrogés (Question 14) comparé à celui des campeurs.				
	Visiteurs		Campeurs	
	Nombre	%	Nombre	%
Moins de 20 ans	24	22%	3	5%
20-30 ans	52	48%	24	37%
30-40 ans	17	16%	27	41%
40-50 ans	6	6%	5	8%
50-60 ans	3	2%	5	8%
60 et plus	6	6%	1	1%
Total:	108	100%	65	100%

Le facteur "jeunesse" joue chez les visiteurs comme chez les campeurs. Les moins de 40 ans représentent 86% des visiteurs interrogés. On note cependant que la clientèle des visiteurs a tendance à être plus jeune que celle des campeurs. Le groupe des 30 à 40 ans est plus faible chez les visiteurs (16%) comparé aux campeurs (41%); mais les moins de 30 ans représentent 70% des visiteurs et seulement 42% des campeurs.

Il faut cependant rappeler que les campeurs interviewés étaient surtout des adultes, ce qui amène une sous-représentation des jeunes qui accompagnaient leurs parents. On peut avancer l'hypothèse que les jeunes campeurs sont surtout des enfants alors que les jeunes visiteurs sont plutôt des adolescents. Cependant l'enquête ne nous permet pas de pousser plus loin cette hypothèse.

La question no 15 qui établit la répartition entre hommes et femmes donne le résultat suivant: 55% d'hommes et 45 % de femmes, soit sensiblement les mêmes proportions que pour les campeurs.

- Lieu d'origine (Voir Tableau 28 en page 69)

Les résultats du Tableau 28 soulignent une évidence: les campeurs viennent de plus loin que les visiteurs. C'est normal puisqu'ils ont la possibilité de coucher au Centre. Un fait demeure néanmoins: la grande majorité des visiteurs et des campeurs habitent à moins d'une heure d'auto de leur domicile: 74% pour les visiteurs et 60% pour les campeurs. Il y a cependant une nuance: les localités situées à moins d'une demie heure du Centre recrutent un pourcentage beaucoup plus important de visiteurs (35%) que de campeurs (8%). Par contre, pour ceux qui se situent entre $\frac{1}{2}$ heure et une heure, la tendance est inversée: 39% des visiteurs demeurent à $\frac{1}{2}$ heure du Centre alors que 52% demeurent à une heure du Centre.

Tableau 28

Distance de l'endroit habité pour les visiteurs				
Distance en auto de St-Damase	Visiteurs		Campeurs	
	Nombre	%	Nombre	%
- ½ heure	38	35%	5	8%
- 1 heure	42	39%	34	52%
- 1½ heure	6	6%	6	9%
- 2 heures	9	8%	5	8%
- plus de 2 heures dans l'Est	2	2%	5	8%
- Côte-Nord	3	3%	2	3%
- Ailleurs au Québec	8	7%	8	12%
- Ailleurs au Canada	0	-	0	-
Total:	108	100%	65	100%

B) LA SATISFACTION DES BESOINS DES VISITEURS

La question no 1 concernait les principaux services et équipements de loisirs souhaités par les visiteurs pour un Centre de Plein Air en général.

Tableau 29

Services et équipements de loisirs considérés comme les plus importants sur un terrain de camping (Quest. 1)				
Services	Visiteurs		Campeurs	
	Score	%	Score	%
1- Endroit pour se baigner	228 pts		163 pts	
2- Salle de loisirs	118 "		41 "	
3- Terrain de jeu	116 "		76 "	
4- Restaurant	82 "		46 "	
5- Garderie d'enfants	54 "		31 "	
6- Sentiers écologiques	35 "		20 "	
7- Atelier d'art	15 "		13 "	

Il est assez intéressant de noter que l'ordre de priorité des attentes des visiteurs est le même que celui des campeurs, au niveau du score, à une exception près: la salle de loisirs. Ce service se place au second rang chez les visiteurs alors qu'il n'arrive qu'au quatrième rang chez les campeurs. Cette situation s'explique assez bien du fait que les campeurs

ont déjà leurs installations (tentes, roulottes, etc.) alors que les visiteurs doivent compter sur les infrastructures fournies par le centre.

Le degré de satisfaction des visiteurs par rapport au Centre a été évalué par une question générale à cet effet. Les résultats indiquent une grande satisfaction: 91% se disent satisfaits, 8%, plus au moins satisfaits et un seul individu se dit insatisfait. Ce degré de satisfaction générale est plus élevé que chez les campeurs (75% de satisfaits), bien que la question adressée aux campeurs concernait avant tout l'aménagement matériel de leur site de camping seulement et non pas l'ensemble du Centre.

La question no 3 concerne les services de loisirs utilisés dans la journée par les visiteurs. Nous comprenons, dans le Tableau 30, la popularité relative de chaque service chez les visiteurs à celles des campeurs, bien que la base de calcul ne soit pas la même; nous ne retiendrons que le rang pour fins de comparaison. (Voir Tableau 30 en page 72)

Le Tableau nous permet d'observer que les trois services les plus souvent utilisés sont les mêmes et se placent dans le même ordre chez les visiteurs et chez les campeurs: 1- la plage, 2- la location d'embarcations, 3- le terrain de jeu. Les deux éléments qui par la suite viennent modifier le rang sont la gondole (4e rang chez les visiteurs et 7e rang, chez les campeurs) et les visites écologiques (4e rang chez les visiteurs et 6e rang chez les campeurs).

Tableau 30

Utilisation des services du centre par les visiteurs comparé aux campeurs (Question 3).			
Services	<u>Visiteurs</u>	Rang	<u>Campeurs</u>
	Nombre de services utilisés dans la journée		Choix de 3 principaux services utilisés
- plage	74	1 1	154
- location d'embarcations	48	2 2	64
- terrain de jeu	36	3 3	46
- gondole	20	4 7	16
- équitation	13	5 4	27
- atelier d'art pour enfants	5	6 5	26
- mini-rallye	3	7 8	4
- pêche	3	8 9	1
- sentiers écologiques avec guide	2	9 6	17
- autres	5		7

La gondole se prête bien à un divertissement de visiteurs ce qui explique sans doute son importance plus grande auprès de la clientèle. La relative importance que les campeurs accordent à l'écologie, comparé aux visiteurs, tient au fait que les premiers sont généralement d'origine urbaine alors que les seconds viennent surtout des localités avoisinantes à

prédominance rurale. Selon notre hypothèse l'intérêt et la curiosité pour la nature serait plus grande chez les urbains à cause de l'effet de dépaysement. Mais il s'agit là, évidemment, d'une simple hypothèse.

Quel est le service à améliorer en priorité, selon l'opinion des visiteurs? Nous comparerons le rang des priorités dégagées par les visiteurs à celui des campeurs dans le Tableau 31.

Tableau 31

Le service à améliorer en priorité, selon les visiteurs (Question 4), comparé à l'opinion des campeurs				
	Visiteurs		Campeurs	
	Nombre d'individus	%	Nombre d'individus	%
1- mini-rallye	26	24%	1	2%
2- sentiers écologiques	24	22%	0	-
3- terrain de jeu	20	18%	19	29%
4- plage	15	14%	5	8%
5- gondole	8	7%	0	-
6- location d'embarcations	6	6%	2	3%
7- pêche	1	1%	4	5%
8- atelier d'art pour enfants	1	1%	2	3%
9- équitation	1	1%	1	2%
10- autre	6	6%	6	9%
Aucun	0	-	14	22%
Ne sait pas	0	-	11	17%
Total:	108	100%	65	100%

Le Tableau 31 indique cette fois des différences marquantes entre les visiteurs et les campeurs. Les résultats sont même assez surprenants à première vue. Parmi les trois améliorations prioritaires signalées par les visiteurs soit le mini-rallye, les sentiers écologiques et le terrain de jeu, seul ce dernier point arrive en tête de liste chez les campeurs. D'une façon générale, les réponses des campeurs à cette question manquent de cohérence et on retrouve un fort pourcentage de répondants (39%) qui ne savent pas quoi dire à cette question, comme nous l'avons déjà mentionné plus haut. Au contraire, les réponses des visiteurs sont très cohérentes et personne ne se situe dans la catégorie "aucun" ou "ne sait pas".

Les visiteurs semblent avoir mis le doigt sur les principales faiblesses du Centre: mini-rallye, écologie et terrain de jeu. On s'étonne même de retrouver l'écologie au second rang des priorités déclarées! On peut avancer l'explication suivante pour comprendre les réponses des visiteurs: il s'agit de gens de la région immédiate fréquentant régulièrement le Centre et ses activités et qui, par conséquent, en connaissent mieux les faiblesses que les campeurs.

L'opinion sur la nécessité des animateurs en loisirs sur le terrain se retrouve dans le Tableau 32.

Tableau 32

Nécessité de la présence d'animateurs au Centre (Question 5)		
	Visiteurs % N = 108	Campeurs % N = 65
1- c'est nécessaire	75%	86%
2- c'est plus ou moins nécessaire	22%	12%
3- ce n'est pas nécessaire	3%	2%
	100%	100%

Au sujet des animateurs, les visiteurs semblent moins en sentir le besoin que les campeurs, ainsi que le révèle le Tableau 32. Il faut dire que les activités d'animation sont réduites les fins de semaines (temps par excellence des visiteurs) et que, par conséquent, les visiteurs sont peut-être moins sensibilisés au problème que les campeurs. De plus, la courte durée de leur séjour ne les incite peut-être pas à participer à des activités organisées.

L'opinion sur l'affluence au Centre durant les fins de semaine (Question 6) n'est pas très différente entre les campeurs et les visiteurs. 70% des visiteurs considèrent qu'il y a assez de place pour tout le monde, alors que 18% se plaignent de la trop grande affluence. Il faut dire que les visiteurs qui ont souffert de la surpopulation, certaines fins de semaine, et qui ont décidé de ne plus fréquenter le Centre pour cette raison, n'étaient pas là pour émettre leur opinion.

Les visiteurs considèrent-ils le Centre de Plein Air de St-Damase comme étant différent des autres terrains de camping (Question 7)? La moitié des visiteurs (51%) considèrent qu'il y a une différence, 36% n'en voient pas et 13% ne savent pas. Ceux qui voient une différence l'expliquent par plusieurs raisons (question ouverte no 7b). Un premier groupe de réponses concerne l'organisation du Centre. On considère que c'est mieux organisé qu'ailleurs, qu'il y a plus de diversité dans les services et les activités offertes; quelques-uns parlent même de la présence d'animateurs. Le deuxième groupe de réponses, moins important, concerne la qualité physique du site. On parle de la beauté du paysage, du lac, de l'espace et de la propreté, de même que du caractère moins commercial du Centre. Ces commentaires rejoignent sensiblement ceux des campeurs.

Conclusions sur les campeurs et les visiteurs

Nous ne retiendrons, en guise de conclusions, que certains traits qui nous paraissent davantage faire l'objet de remarques.

- La clientèle du Centre (campeurs et visiteurs) est avant tout régionale (Est du Québec et Côte Nord). De plus 60% des campeurs et 74% des visiteurs demeurent à moins d'une heure du Centre.
- Les familles constituent la catégorie de campeurs la plus importante, alors que pour les visiteurs, c'est plutôt les groupe d'amis.
- 75% des campeurs ne restent pas plus de 3 nuits au Centre.

- On trouve dans une proportion égale, trois types de campeurs: les isolés, les spontanés et les encadrés.
- Les besoins les plus souvent exprimés par les campeurs et les visiteurs sont: une plage, des embarcations, un terrain de jeu, une salle de loisirs et un restaurant. Ce sont aussi les services du Centre les plus utilisés.

Sont très appréciées par les campeurs:

les activités pour les enfants
des veillées avec feu de camp

Appréciée par tous:

la plage

- Les principaux sujets de plainte des campeurs concernent les toilettes, le bruit, l'eau et l'électricité.
- Les campeurs participent peu aux activités organisées par les moniteurs, bien qu'ils soient d'accord sur leur présence au Centre.
- Le jugement sur les animateurs, bien que positif, est peu significatif à cause du caractère vague des réponses et de la proportion importante de gens qui ne pouvaient pas répondre à cette question.
- Les activités écologiques intéressent peu les campeurs et les visiteurs.
- L'existence du Centre est connu par des parents ou amis plutôt que par la publicité.
- Les services à améliorer en priorité, selon les visiteurs sont: le mini-rallye, les sentiers écologiques et le terrain de jeu. (Pour les campeurs, c'est le terrain de jeu).

- La majorité des deux clientèles ne se plaint pas de la trop grande affluence des fins de semaines. (Il faut dire que ceux qui ont pu souffrir de cet inconvénient et qui ont cessé de fréquenter le Centre, n'étaient pas là pour répondre au questionnaire.)
- La grande majorité des campeurs et des visiteurs ont une opinion positive du Centre et considèrent qu'il est différent des autres terrains de camping à cause de sa meilleure organisation, de l'espace et de la propreté.

2- L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE DU CENTRE DE PLEIN AIR DE ST-DAMASE

2.1 Retombées socio-économiques du Centre sur St-Damase

2.1.1 Etude de la population (St-Damase et région)

Nous savons que le village de St-Damase faisait partie du groupe de municipalités qui, selon les recommandations du B.A.E.Q., devaient être fermées. Nombre de ces municipalités, y compris celle de St-Damase, connaissaient déjà une hémorragie démographique relativement importante. Les initiateurs du Centre, en prouvant que St-Damase pouvait être viable, espéraient inciter les gens à demeurer sur place, arrêtant ainsi l'émigration et visant à plus long terme une croissance positive.

Dans cette optique, nous avons voulu savoir si, après trois ans d'existence, le Centre avait commencé à exercer un impact positif sur l'évolution démographique de St-Damase. (1)

(1) Une observation couvrant une période d'au moins cinq ans serait évidemment souhaitable pour en arriver à tirer des conclusions plus sûres. La population, attendant que le Centre ait fait ses preuves, peut en effet prendre quelques années avant de réagir. Les tendances nettes observées toutefois nous incitent à croire qu'elles se maintiendront dans les années qui viennent.

Nos hypothèses de base sont les suivantes:

1- La croissance de la population de St-Damase devient positive ou moins négative

Dans les autres municipalités de la région, la croissance demeure négative. Il faut alors se demander plus à fond si cette situation particulière de St-Damase est effectivement due à l'influence du Centre.

Dans plusieurs autres municipalités de la région, la croissance devient aussi positive ou moins négative. Deux questions peuvent alors se poser: premièrement, le Centre a-t-il exercé une influence positive à la fois sur St-Damase et sur les municipalités environnantes? Deuxièmement, au contraire, cette tendance observée n'est-elle pas due à des facteurs extérieurs au Centre (v.g. Opération Dignité)?

2- La croissance de la population de St-Damase demeure négative, ainsi que celle des municipalités de la région

A partir des années étudiées, il faudra alors en conclure que le Centre n'a pas encore été en mesure de freiner l'exode de la population de St-Damase malgré son apport économique.

Pour vérifier laquelle des hypothèses précédentes est la bonne, nous avons donc analysé l'évolution de la population de toutes les municipalités (paroisses et villages) des comtés de Matane et de Matapédia pour la période allant de 1961 à 1974.

Analyse des données

Pour toutes les municipalités observées, nous assistons depuis 1961 à une diminution constante et généralisée de la population. L'arrière-pays continue de se vider. Nous avons regroupé dans le Tableau 33 les onze municipalités qui ont le plus profité du Centre au niveau de l'emploi. Nous avons calculé le taux de croissance annuel sur un période de 10 ans (1961-71) et de 5 ans (1966-1971). A l'aide de ces taux, nous avons fait une projection simple pour 1974 que nous avons confrontée à la population réelle observée cette année-là. (2)

Dans toutes ces localités, la décroissance continue bien qu'elle soit moins forte entre 1966-71 qu'entre 1961-66. Les seules exceptions sont St-Damase et St-Antoine de Padoue. Si nous examinons maintenant les projections, nous constatons que la projection basée sur 1966-71 correspond très bien dans presque tous les cas à la population réelle observée en 1974. Curieusement nous retrouvons à nouveau les deux exceptions de St-Damase et de St-Antoine de Padoue. Sous toute réserve des chiffres qui nous ont été fournis, St-Damase a donc connu entre 1971 et 1974 inclus, un taux annuel de décroissance plus élevé qu'entre 1966-71. Cette constatation implique, si nous nous basons strictement sur l'évolution de la population, que le Centre, malgré l'emploi qu'il a créé depuis son existence, du moins jusqu'à maintenant, n'a pas encore réussi à freiner l'exode

(2) Estimation obtenue du B.S.Q.

Evolution de la population 1961-1974

Tableau 33

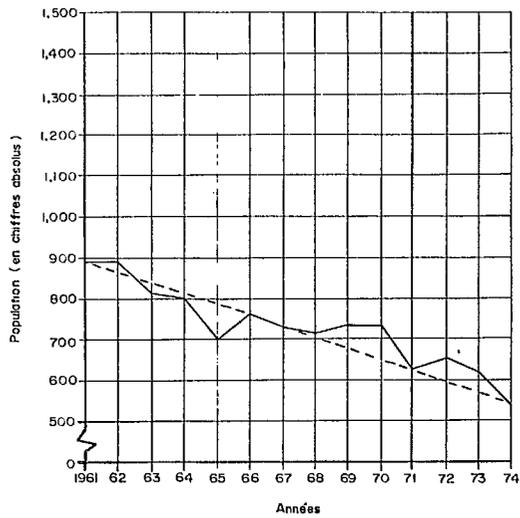
Localité	Population			Taux de croissance annuel		Projection pour 1974 à partir des taux de croissance		Population réelle estimée en 1974
	1961	1966	1971	61-71	66-71	61-71	66-71	
St-Damase	894	766	624	-3.0	-3.7	568	555	540
St-Noël	1124	976	910	-1.9	-1.3	858	875	870
Baie des Sables	1394	1207	1068	-2.3	-2.3	994	994	990
St-Moïse	1406	1049	972	-3.1	-1.5	882	928	926
St-Ulric (P)	1021	706	656	-3.6	-1.4	585	628	630
St-Ulric (V)	858	942	936	+0.9	-0.1	961	933	930
Sayabec	833	664	567	-3.2	-2.9	513	518	510
St-Léandre	877	736	673	-2.3	-1.7	627	639	640
St-Antoine	808	663	507	-3.7	-4.7	451	435	410
Les Boules	811	714	619	-2.4	-2.7	574	569	560
La Rédemption	1328	1083	953	-2.8	-2.4	873	884	880

Sources: Recensement du Canada
B.S.Q.

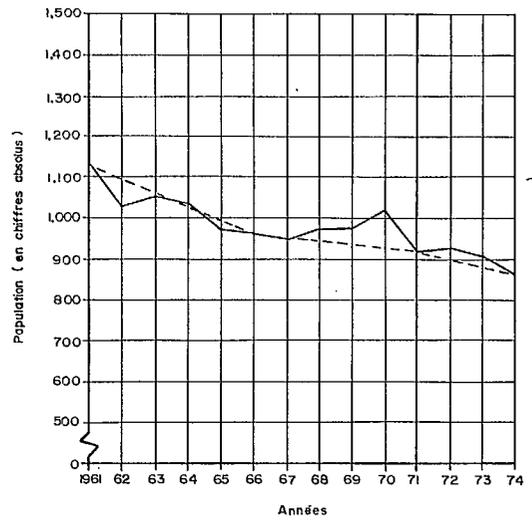
ÉVOLUTION DE LA POPULATION DE 1961 À 1974

GRAPHIQUE 4

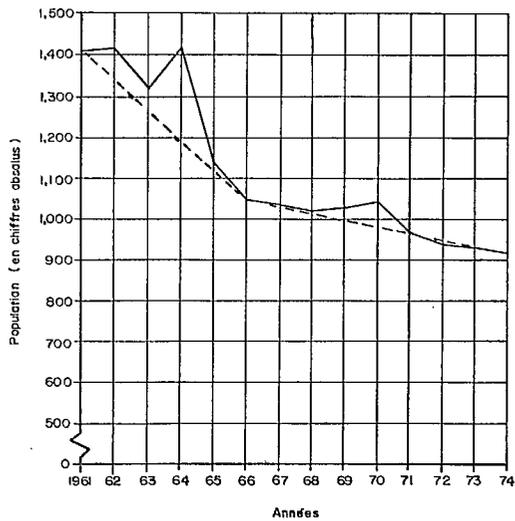
PAROISSE DE SAINT - DAMASE



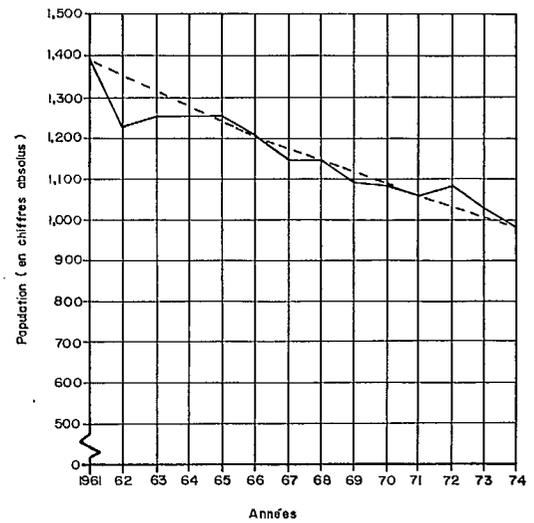
VILLAGE DE SAINT - NOËL



PAROISSE DE SAINT - MOÏSE



PAROISSE DE BAIE - DES - SABLES



Sources: Bureau de la Statistique du Québec et Statistique-Canada.

Cartographie: Francine Desrosiers UQAR

de la paroisse de St-Damase. A ce niveau, il nous faut donc retenir notre deuxième hypothèse de départ et affirmer que, pour la plupart des gens de St-Damase, la présence du Centre de Plein Air compte peu dans leurs critères de décision pour savoir s'ils devraient quitter ou non la paroisse. (3)

2.1.2 Etude du domaine foncier et immobilier

Le but de cette section était de procéder à une étude du domaine foncier et immobilier afin de savoir si l'existence du Centre exerçait une influence sur St-Damase. Cette analyse pouvait servir d'indicateur de cette influence dans le sens suivant: les propriétés et les terrains existants ont-ils pris de la valeur depuis 1972? Si oui, est-ce dû au regain d'optimisme apporté par le Centre de Plein Air? Y a-t-il eu amélioration au niveau des propriétés existantes? Y a-t-il eu de nouvelles constructions, amenant de nouveaux ménages? etc...

D'un côté, l'octroi d'un permis de construction n'existe pas dans la paroisse de St-Damase. Il devenait donc impossible d'avoir une idée précise des améliorations ou des consolidations des propriétés et des fermes existantes. D'un autre côté, l'évaluation comme telle pouvait difficilement répondre à notre question. Les chiffres, concernant l'évaluation totale des

(3) Nous reviendrons sur cet aspect lorsque nous traiterons de l'emploi créé par le Centre. Nous faisons enfin remarquer qu'à ce stade de notre recherche, nous ne parlons pas du mieux-être des gens qui profitent plus ou moins directement du Centre. Ce point sera analysé dans les sections suivantes.

terrains et bâtiments imposables, fournis par la municipalité de St-Damase étaient les suivants:

1970:	\$734,540
1971:	730,700
1972:	740,630
1973:	744,960
1974:	732,730
1975:	881,030

Jusqu'en 1975, l'évaluation foncière totale ne varie presque pas. Au dire de la municipalité, la baisse enregistrée en 1974 peut s'expliquer par la démolition de vieilles maisons maintenant inhabitées et obligeant le contribuable à payer plus de taxes. Depuis 1974, Sonarex, une firme d'évaluation municipale détenant un permis du gouvernement effectue l'évaluation municipale à St-Damase. Cette firme s'est servi de l'évaluation effectuée par la municipalité et l'a réajustée à l'aide d'un taux déterminé en fonction du comté. Ce réajustement explique la hausse de 1975.

Enfin il faut noter que le Centre de Plein Air a été évalué aux environs de \$20,000. L'évaluation a porté surtout sur les terrains appartenant à la corporation, alors que les bâtiments ont été sous-évalués.

En somme, à l'aide des données disponibles concernant le domaine foncier et immobilier, il n'est pas possible de conclure de façon significative dans un sens ou dans l'autre à l'impact économique du Centre de Plein Air sur St-Damase.

2.1.3 Impact sur le commerce local

Objectifs et méthodes d'enquête

Nous voulions savoir dans quelle mesure le commerce local bénéficiait des retombées économiques du Centre de Plein Air. Le Centre, essentiellement durant la période estivale, attire chaque année un nombre important de visiteurs, s'ajoutant à ceux qui passaient déjà par le village pour se rendre dans les divers lacs et villages environnants. Il devenait important de connaître la réaction des commerçants face à l'affluence des clients du Centre.

Nous avons donc procédé à des entrevues de tous les commerçants et distributeurs de services du village de St-Damase (magasin général, épicerie, garagistes, etc.). Cette enquête fut réalisée le 19 août 1975. Elle était de nature essentiellement qualitative en raison de la difficulté et de la réticence normale à divulguer des chiffres précis. Le schéma d'entrevue se basait sur les questions suivantes:

1. Durant la période estivale, avez-vous plusieurs clients (campeurs et visiteurs) qui viennent du Centre de Plein Air? D'ailleurs (autres lacs)?
2. De quoi se composent surtout leurs achats?
3. A combien estimez-vous la hausse de vos ventes et de vos approvisionnements durant cette période?
4. Depuis 1972, avez-vous procédé à des améliorations de votre commerce? Avez-vous l'intention de le faire?

5. Le Centre de Plein Air lui-même fait-il appel
à vos services?

Résultat de l'enquête

- La clientèle du Centre

Au niveau de la clientèle, le commerce local bénéficie certes de la présence du Centre. La clientèle est nombreuse et essentiellement composée de campeurs. Ceci implique que cette augmentation est très limitée dans le temps. En effet, nous avons déjà constaté qu'entre la mi-juin et la mi-août, le Centre accueillait plus de 80% des campeurs.⁽¹⁾ Des commerçants ont fait observer qu'un nombre de visiteurs provenaient aussi des lacs environnants, mais il est difficile de l'estimer par rapport à celui du Centre sinon que de dire qu'il est moins important. Les visiteurs, par contre, utilisent beaucoup moins les services locaux, à la fois parce qu'ils ne viennent que pour une journée et parce qu'ils viennent surtout le samedi et le dimanche.

- Utilisation des services

Les achats sont essentiellement concentrés sur l'épi-

(1) Plus de 50% des campeurs fréquentent le Centre en juillet.

cerie, l'essence et la bière. (2) L'estimation de la hausse des ventes et de l'approvisionnement durant cette période par rapport à l'ensemble de l'année varie fortement d'un commerce à l'autre (entre 10% et 40%). En pondérant les différentes estimations des commerçants par l'importance de leur commerce, nous pouvons considérer comme valable une hausse pour l'ensemble du commerce de St-Damase se situant entre 20-25%.

- Améliorations des services

Depuis l'existence du Centre, peu d'investissements en améliorations ont été réalisés par les commerçants du village. De même très peu de nouveaux investissements sont envisagés pour les prochaines années. Les commerçants raisonnent, à juste titre, sur une base annuelle et considèrent que la population en période normale n'est pas suffisamment importante pour justifier ce type d'investissements. Tant que le Centre n'attirera pas une clientèle étalée sur toute l'année, on ne s'engagera pas à effectuer des améliorations. Cette prudence des commerçants repose de plus sur la lente mais continuelle diminution de la population locale. Enfin, le commerce local perd assez fréquemment une partie de son chiffre d'affaires au

(2) Le village compte un épicier-licencié et un service de pompe à essence (Co-Op). Les deux garages de St-Damase ne vendent pas d'essence et n'offrent pas de service de réparations. Ils répondent d'abord et avant tout à leurs propres besoins: autobus scolaires, tracteurs, équipements pour l'entretien des chemins l'hiver, etc... Occasionnellement le Centre de Plein Air fait appel à leurs services pour effectuer certains travaux (utilisation de leurs camions). Un restaurant est aussi installé à l'entrée du village.

profit de centres plus importants. En effet, une partie de la population s'approvisionne aussi à Matane et à Mont-Joli (centres d'achats, supermarchés d'alimentation, etc.), toutes les fois qu'elle doit se déplacer dans ces villes pour se procurer d'autres services.

- Utilisation des services locaux par le Centre

Le commerce local sert de dépannage pour le Centre de Plein Air. Le restaurant du Centre achètera de l'épicerie pour faire face à l'imprévu. On ira au magasin général pour se procurer des articles de quincaillerie, de l'essence, de l'huile pour les scies mécaniques, de la peinture, etc., i.e. des articles qui manquent soudainement, qu'il faut avoir rapidement et qui à ce moment-là ne seront pas achetés en grande quantité. Il est en effet normal (et tous les commerçants de St-Damase le reconnaissent) que le Centre de Plein Air cherche toutes les fois qu'il le peut, à obtenir au prix du gros les biens et services dont il a besoin. Or d'un côté, les marchands locaux ne peuvent offrir que le prix de détail, et de l'autre ils ne sont pas en mesure de répondre à tous les besoins du Centre, notamment en ferronnerie, ce qui oblige de toute façon le Centre à s'approvisionner ailleurs. En résumé donc, une très petite partie des approvisionnements du Centre se fera par l'intermédiaire du commerce local. Par contre, ces achats par le Centre lui-même s'étaleront tout au long de l'année.

Conclusion

L'enquête qualitative que nous avons menée nous permet de conclure que le Centre de Plein Air, via les campeurs, exerce un impact économique appréciable sur le commerce local, bien que cet impact soit limité dans le temps. La population permanente n'est pas suffisamment importante pour amener les marchands à accroître leur commerce. Ces derniers comptent donc sur le surplus réalisé durant l'été pour rentabiliser leur commerce. Pour connaître leurs réactions à ce sujet, nous leur avons posé la question complémentaire suivante: "Verriez-vous d'un bon oeil l'installation d'un dépanneur au Centre même? Aimeriez-vous en être le concessionnaire?" Presque tous ont affirmé que le commerce local s'en trouverait grandement affecté surtout si ce dépanneur répondait aux besoins essentiels des campeurs. Le commerce local ne récolterait alors que les miettes. Un commerçant, lui-même dépanneur, estime qu'il devrait probablement fermer ses portes, surtout si ce commerçant obtenait une licence de bière.

En conclusion donc, le commerce local bénéficie de la présence du Centre, même si l'impact demeure limité. Un Centre de Plein Air qui fonctionnerait à l'année pourrait à long terme inciter les marchands à améliorer l'offre de leurs services, les commerçants raisonnant actuellement, à juste titre, en fonction de la population locale permanente.

2.1.4 La population de St-Damase et le Centre de Plein Air: perceptions et facteurs de résistance

a) Objectifs de l'enquête

Dans la perspective d'une analyse des retombées socio-économiques du Centre de Plein Air sur St-Damase, il devenait intéressant de connaître l'opinion de la population du village par rapport au Centre. Nous voulions savoir de quelle façon la population percevait le Centre. Nous supposions également qu'il pouvait y avoir des éléments de résistance, voire même de rivalité, entre le village et le Centre. D'une façon plus générale, cette enquête exploratoire devait nous permettre de constater jusqu'à quel point, la population se sent impliquée dans les activités et l'orientation future du Centre.

b) Méthode d'enquête

Il s'agissait dans le cas présent, de réaliser une enquête de type exploratoire et non une enquête exhaustive et systématique au moyen d'un questionnaire. Nous avons choisi la méthode d'entrevue. Un schéma d'entrevue relativement simple a été élaboré; il comprenait les sept (7) questions suivantes:

Schéma d'entrevue

- 1- Fréquentez-vous le Centre de Plein Air?
- 2- Quel genre d'activités y pratiquez-vous?
- 3- Le Centre est-il une bonne chose pour le village?
- 4- Voyez-vous des inconvénients à l'existence du Centre pour le village?
- 5- Le village pourrait-il organiser des activités susceptibles

d'y attirer les campeurs installés au Centre? Et si oui, lesquelles?

- 6- Seriez-vous prêt(e) à participer à l'élaboration de ces activités?
- 7- Comment voyez-vous l'avenir du Centre de Plein Air?

Selon le curé de St-Damase, le village rassemble 47 familles. Nous avons complété vingt (20) entrevues en autant de maisons différentes, soit environ 40% des familles du village. Notons que le village et la paroisse comptent ensemble 118 familles pour une population totale de 540 personnes (selon le curé).

Les entrevues ont été complétées les 6 et 9 août 1975 durant l'après-midi. Huit (8) hommes et douze (12) femmes d'âge adulte ont répondu à l'enquête.

c) Résultat de l'enquête

Les deux premières questions portaient sur la fréquentation du Centre par les personnes interrogées. L'échantillon étant trop restreint, nous nous contenterons de dégager les grandes tendances sans établir de pourcentage dans les réponses.

- Fréquentation du Centre

On peut établir trois catégories de villageois qui fréquentent le Centre. D'abord, il y a ceux qui y travaillent ou qui ont déjà été engagés pour les opérations forestières ou la construction du Centre. Pour ce groupe, le Centre est avant tout un lieu de travail. Un second groupe, sans doute le plus important, est formé de ceux qui fréquentent régulièrement le Centre, c'est-à-dire au moins une fois par semaine. Il s'agit

surtout des familles qui ont des enfants et des adolescents à la maison. Il arrive même que des enfants qui ont quitté leurs parents pour s'installer ailleurs dans la région, reviennent chez eux périodiquement pour profiter des avantages du Centre de Plein Air. La dernière catégorie est formée des personnes qui ne se rendent au Centre qu'assez rarement: 4 ou 5 fois par année tout au plus. Il s'agit surtout de retraités qui semblent moins attirés par les services et les activités du Centre.

Les activités des villageois qui fréquentent le Centre s'assimilent à celles des visiteurs plutôt qu'à celles des campeurs. Le lac exerce un attrait évident: on fréquente la plage et on utilise les embarcations louées, de même que la "gondole", une espèce de bateau-mouche pouvant contenir quelques dizaines de personnes. Le restaurant et les tables de pique-nique sont aussi utilisés assez régulièrement. Un individu a même utilisé la salle du restaurant pour fêter son 50e anniversaire de mariage. Notons également que plusieurs personnes du village se rendent au Centre en simples curieux, "pour voir ce qui se passe", sans faire d'activités spéciales. Etant donné la proximité du village, le camping est peu pratiqué par les résidents de St-Damase. Enfin, l'équitation trouve plusieurs adeptes parmi les jeunes de la paroisse.

- Aspects positifs et négatifs du Centre pour le village

A la question de savoir si le Centre de Plein Air était, tous comptes faits, une bonne chose pour le village, toutes les personnes ont répondu dans l'affirmative. Les plus enthousiastes sont évidemment ceux qui fréquentent régulièrement le Centre et les propriétaires de commerce. Quant aux autres, sur-

tout les retraités, leur appréciation du Centre est moins directe; certains affirment que c'est une "bonne chose" pour le village sans considérer qu'il leur a apporté personnellement quelque chose.

Parmi les commentaires recueillis, plusieurs sont de caractère général. Le Centre, affirment certains, a permis d'amener du sang neuf dans la paroisse et redonner de la vie au village qui était menacé de fermeture. Une rumeur circule à l'effet que de jeunes couples n'attendent que l'installation de l'aqueduc et des égouts pour venir s'installer dans le village.

Trois avantages spécifiques ressortent de l'analyse des entrevues. En premier lieu, on souligne que le Centre de Plein Air a favorisé les commerçants locaux (épiciers et garagistes) qui ont vu leur chiffre d'affaire augmenter considérablement. (Nous n'avons cependant remarqué aucun agrandissement de locaux, par suite du développement du Centre). Le deuxième avantage rapporté concerne l'emploi. Le Centre, affirment plusieurs personnes, a permis de procurer de l'emploi à des gens du village, même si ces emplois sont de caractère temporaire pour la plupart. Certains ont travaillé au moulin à scie, d'autres dans la construction ou l'amélioration du Centre; enfin, quelques-uns sont présentement engagés pour les activités du Centre: journaliers, cuisinier, etc. Le troisième avantage relevé concerne la fonction récréative du Centre; depuis sa fondation, il a permis aux gens du village - aux jeunes en particulier - de trouver à proximité, un lieu de loisir. Personne, à ce sujet, ne s'est plaint du nombre élevé de visiteurs les fins de semaine. Il semble plutôt que le Centre soit perçu par

certains comme un lieu de rassemblement communautaire où les gens qui se connaissent se retrouvent.

Les gens du village trouvent-ils des inconvénients à l'existence du Centre? Personne n'a parlé de surpeuplement, de bruit ou de circulation automobile trop lourde. En fait, la plupart des personnes interrogées n'avaient aucune plainte à formuler - ou ne voulaient pas en formuler pour des raisons personnelles.

Les inconvénients qui suivent n'ont été cités que par une seule personne dans chaque cas:

- Le moulin à scie est un boulet pour le Centre de Plein Air. Il vaudrait mieux se concentrer dans le secteur du loisir.
- Le moulin à scie est mal organisé. De plus, le taux du salaire minimum versé aux employés ne permet pas au moulin d'opérer sans pertes.
- Le dépotoir municipal est utilisé surtout par le Centre, alors qu'il ne paie pas assez cher de taxes. Il faudrait que le Centre ait son propre dépotoir.
- L'aqueduc n'aurait pas été installé au village sans l'existence du Centre. Pourtant, il y a des gens au village qui n'ont pas besoin de l'aqueduc.
- Le Centre devrait avoir un terrain de jeux aménagé.
- Les initiatives possibles du village par rapport au Centre:

Nous avons posé aux gens la question suivante: Selon vous, le village pourrait-il organiser des activités susceptibles d'y attirer les campeurs installés au Centre de Plein Air? Nous espérons ainsi explorer des possibilités de retombées socioéconomiques du Centre sur St-Damase. Nous avons même proposé certaines suggestions auprès des personnes interviewées: festival, bazar, veillées canadiennes, marché de légumes, artisanat, etc...

A notre grande surprise, très peu de personnes ont réagi à cette question. On peut même affirmer que le problème semble ne s'être jamais posé pour la plupart des gens du village. Le manque de temps, de santé et l'âge avancé sont les principales raisons invoquées pour expliquer l'absence d'activités au village. "Il y a déjà assez d'activités organisées", affirme un répondant. "On aime mieux aller au Centre", déclare un autre. Notons cependant que des pièces d'artisanat fabriquées au village sont déjà exposées au restaurant du Centre, même si la variété de la production est assez limitée. Il semble par ailleurs que des expositions aient déjà été organisées au village, mais ces initiatives n'ont pas eu de suites.

La seule activité organisée qui existe au village, c'est le terrain de jeux pour les enfants. Il est particulièrement animé l'hiver à cause de la patinoire. Mais ce service est conçu avant tout pour les besoins des jeunes de St-Damase.

Un individu a signalé la nécessité qu'il y aurait de construire un hôtel au village pour les visiteurs du Centre qui ne campent pas. Un autre a signalé les visites de curiosité faites par certains campeurs auprès des cultivateurs pour voir leurs installations. Mais d'une façon générale, aucune activité précise n'a été mentionnée pour développer l'activité touristique au village même. Quant à la disponibilité de la population du village pour l'organisation d'activités éventuelles, elle est très faible. Certains disent qu'ils n'ont pas le temps, d'autres affirment qu'ils sont trop vieux. Quelques-uns seraient prêts à participer à ces initiatives éventuelles mais à titre de collaborateurs plutôt que d'initiateurs.

- L'avenir du Centre de Plein Air

A une exception près, toutes les personnes interviewées sont optimistes quant à l'avenir du Centre de Plein Air. On considère que le développement amorcé va se poursuivre. Si certains rappellent discrètement la méfiance et certaines rivalités du passé, ils s'accordent pour dire que cette époque est terminée et que la grande majorité des habitants de St-Damase voit le Centre d'une façon positive. La seule note discordante concerne le moulin à scie. Certains s'interrogent sur la pertinence de maintenir une activité déficitaire qui nuit au développement du Centre de Plein Air à cause du fardeau de la dette à amortir.

Ceux qui sont davantage impliqués dans la vie du Centre parlent de la nécessité de construire des petits chalets pour la clientèle qui ne campe pas. Il est aussi question d'établir une ferme modèle, de développer davantage les activités d'hiver tel le ski de fond et les classes de neige.

d) Conclusion

Les résultats de cette enquête exploratoire n'ont rien qui doivent surprendre les personnes mêlées de près aux activités du Centre. L'opinion des gens du village est très favorable au Centre. L'optimisme est le sentiment général quant à l'avenir. Il est possible cependant que certaines réticences ou oppositions ne se soient pas manifestées au cours des entrevues... Il est aussi vraisemblable que la mentalité ait évolué d'une façon positive au cours des années.

Par ailleurs, la population de St-Damase est assez restreinte et les individus les plus dynamiques sont déjà impliqués dans les activités ou l'administration du Centre; ce qui explique qu'il n'y ait pratiquement personne d'autre susceptible d'organiser au village des activités complémentaires à celles du Centre. La pyramide des âges de la paroisse indique d'ailleurs un vieillissement marqué de la population en 1975.

Au manque de leadership dans le village, qui s'explique justement par la faible proportion des gens entre 30 et 50 ans, s'ajoute une mentalité de consommation de services. Le Centre existe et les gens de St-Damase veulent en profiter comme tout le monde au niveau des loisirs. Cette mentalité d'attente existe aussi à d'autres niveaux: ainsi, pour l'avenir du Centre et du village, certains ont déclaré: "on attend les subventions du gouvernement".

2.2 Retombées socio-économiques du Centre sur la région immédiate

Dans cette deuxième section, nous avons voulu connaître l'impact socio-économique du Centre sur la région immédiate. La première partie traite de l'utilisation des ressources humaines par le Centre, donc de la génération d'emplois dans la région par la création du Centre et par son fonctionnement régulier. A cet effet, nous avons analysé la répartition de l'emploi créé par les Projets d'Initiative Locale et par le fonctionnement régulier du Centre. Nous avons compilé et analysé l'emploi créé à l'aide des listes de paye qui nous ont été fournies par le Centre. Pour les Projets d'Initiative Locale, nous avons limité notre étude sur le nombre d'emplois créés et sur les salaires versés par origine. Pour l'emploi lié au fonctionnement du Centre, nous avons analysé le type d'emplois créés et l'occupation antérieure exercée par l'employé.

La deuxième partie traite de l'utilisation des ressources physiques. Nous étudierons d'abord la nature, l'importance et la provenance de l'approvisionnement alimentaire du Centre pour l'opération du restaurant. Puis nous analyserons l'utilisation et l'aménagement des ressources forestières par le Centre. Nous nous interrogerons sur l'origine de cette activité, notamment en ce qui concerne l'opération du moulin. Enfin nous traiterons rapidement de la fréquentation de l'infrastructure touristique d'accueil régionale (essentiellement l'hébergement) par la clientèle du Centre.

2.2.1 Utilisation des ressources humaines: création d'emplois

Jusqu'à maintenant le Centre a bénéficié de trois subventions du gouvernement fédéral au titre des Projets d'Initiative Locale. Les subventions étaient de 500,000 dollars en 1972, année de la construction du Centre, de 200,000 dollars en 1973 et de 39,000 dollars en 1975. Les autres sources de revenus proviennent d'autres subventions et de l'opération du Centre.

L'emploi total créé

Le Tableau 34 nous donne la répartition selon l'origine du nombre total d'emplois créés et des salaires versés par le Centre de 1972 au 2 août 1975. Durant cette période 609 emplois furent créés dans la région et 813,380 dollars furent versés aux employés à titre de salaires. L'impact majeur a évidemment lieu à St-Damase qui représente 49.1% des emplois totaux et 63.7% des salaires totaux versés. Les autres localités de la région se partagent le reste, mais loin derrière St-Damase. St-Noël, la deuxième localité en importance, ne trouvait plus que 8.7% des emplois pour 8.4% des salaires. Les six premières localités sur le Tableau 34 représentent 81.9% des emplois pour 88.6% des salaires (carte 3, page 102).

L'emploi créé par les Projets d'Initiative Locale

Si nous analysons maintenant les Projets d'Initiative Locale à l'aide du Tableau 35, nous constatons que 360 emplois furent créés et 657,842 dollars furent versés en salaires durant toute la période étudiée. St-Damase cette fois-ci fournit 41.3%

Répartition selon l'origine du nombre d'emplois créés et des salaires versés par le centre de plein-air familial de St-Damase de 1972 à 1975. (1)

Tableau 34

Origines	Nombre d'emplois		Salaires versés	
	Ch. absolus	Ch. relatifs	Ch. absolus	Ch. relatifs
St-Damase	299	49.1	517,889	63.7
St-Noël	53	8.7	68,180	8.4
Baie des Sables	41	6.7	42,318	5.2
St-Moïse	44	7.2	34,851	4.3
Sayabec	35	5.8	32,429	4.0
St-Ulric	27	4.4	24,792	3.0
St-Léandre	14	2.3	12,305	1.5
Padoue	16	2.6	12,259	1.5
St-Cléophas	5	0.8	11,095	1.4
Les Boules	9	1.5	9,577	1.2
La Rédemption	14	2.3	7,607	0.9
Ste-Jeanne D'Arc	11	1.8	6,393	0.8
St-Octave de Métis	9	1.5	5,608	0.7
Ste-Angèle de Mérici	3	0.5	3,455	0.4
Rimouski	2	0.3	3,270	0.4
St-Léon-Le-Grand	2	0.3	2,696	0.3
Matane	5	0.8	2,643	0.3
St-Gabriel	2	0.3	2,452	0.3
Mont-Joli	3	0.5	1,174	0.1
St-François Xa- vier des Hauteurs	2	0.3	1,025	0.1
St-Anaclet	1	0.2	983	0.1
Métis sur mer	1	0.2	899	0.1
Grand Métis	1	0.2	768	0.1
Val Brillant	1	0.2	636	0.1
Amqui	1	0.2	438	0.1
Autres	8	1.3	7,638	0.9
Total	609	100.0	813,380	100.0

Source: Centre de plein-air de St-Damase, listes de paye.

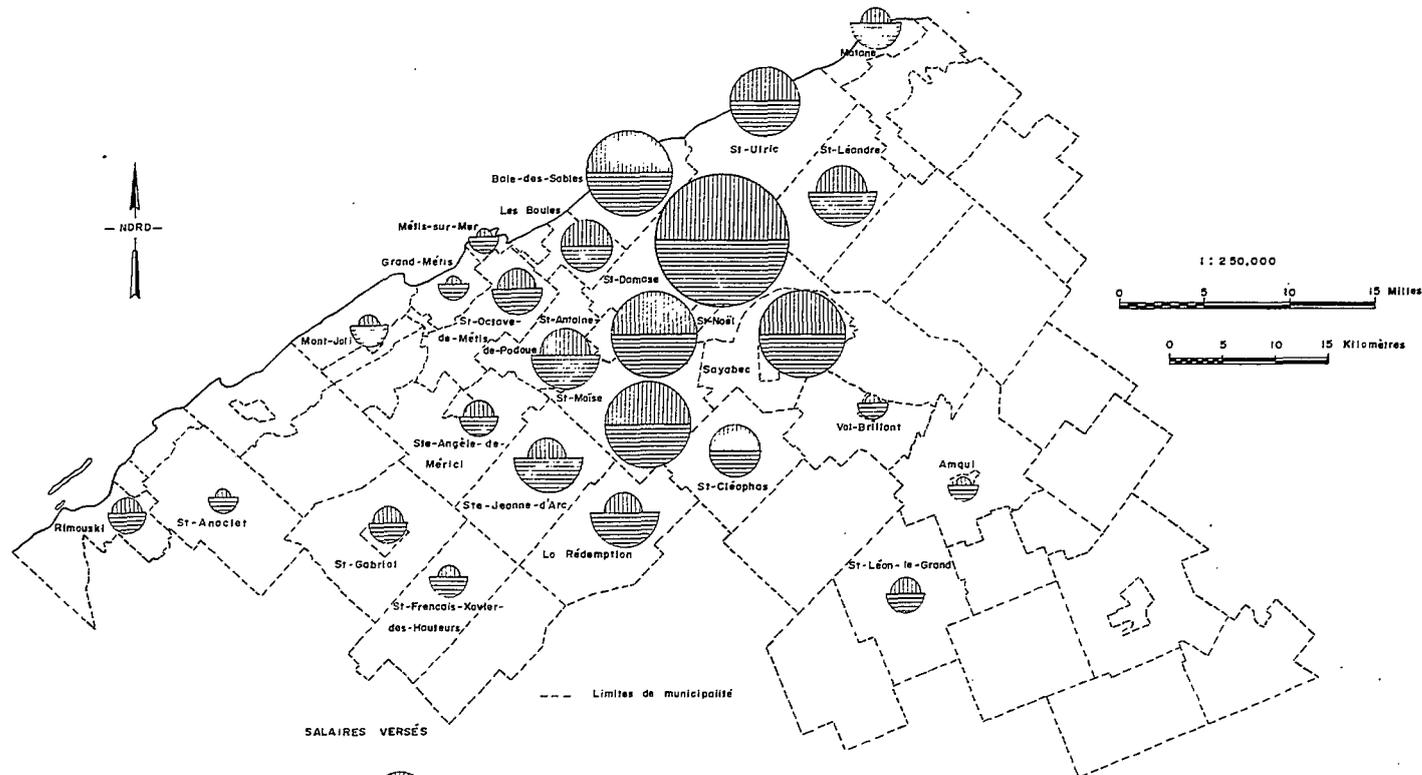
(1) Comprenant les projets d'initiatives locales et les emplois liés aux activités normales du centre de 1972 au 2 août 1975.

RÉPARTITION SELON L'ORIGINE DU NOMBRE D'EMPLOIS CRÉÉS ET DES SALAIRES VERSÉS

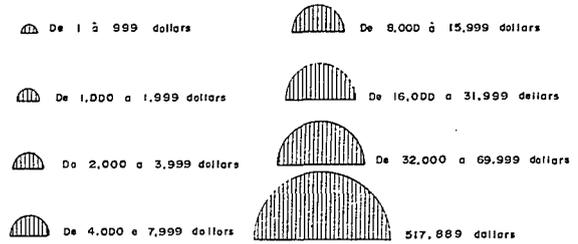
PAR LE CENTRE DE PLEIN-AIR FAMILIAL DE ST-DAMASE

CARTE 4

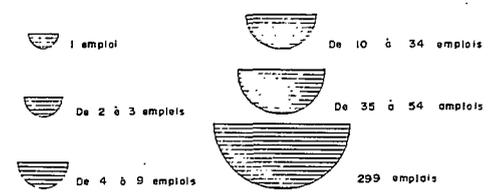
DE 1972 À 1975⁽¹⁾



SALAIRES VERSÉS



NOMBRE D'EMPLOIS CRÉÉS



(1) Comprennent les projets d'initiatives locales et les emplois reliés aux activités du Centre de 1972 ou 2 août 1975.

Source : Centre de plein-air familial de St-Damase, listes de paye.

Certographié par Louise Lévêque, UGAR.

Projets d'initiatives locales

Tableau 35

Origines	Nombre d'emplois				Salaires versés			
	1972	1973	1975	Total	1972	1973	1975	Total
St-Damase	102	81	19	202	204,527	166,005	32,821	403,353
St-Noël	46	3	-	49	61,102	3,299	-	64,401
Baie des Sables	34	1	-	35	35,411	2,392	-	37,803
St-Moïse	35	3	-	38	26,312	4,081	-	30,393
St-Ulric	27	-	-	27	24,792	-	-	24,792
Sayabec	29	-	-	29	24,217	-	-	24,217
St-Léandre	14	-	-	14	12,305	-	-	12,305
Padoue	16	-	-	16	12,259	-	-	12,259
Les Boules	8	-	-	8	8,672	-	-	8,672
La Rédemption	12	-	-	12	6,936	-	-	6,936
Ste-Jeanne D'Arc	11	-	-	11	6,393	-	-	6,393
St-Octave de Métis	9	-	-	9	5,608	-	-	5,608
St-Cléophas	3	-	-	3	5,400	-	-	5,400
Ste-Angèle de Mérici	3	-	-	3	3,455	-	-	3,455
Rimouski	2	-	-	2	3,270	-	-	3,270
St-Gabriel	2	-	-	2	2,452	-	-	2,452
St-Léon-Le- Grand	1	-	-	1	1,321	-	-	1,321
Mont-Joli	2	-	-	2	955	-	-	955
St-François Xa- vier des Haut.	1	-	-	1	917	-	-	917
Métis sur Mer	-	1	-	1	-	899	-	899
Grand Métis	1	-	-	1	768	-	-	768
Val Brillant	1	-	-	1	636	-	-	636
Matane	1	-	1	2	108	-	529	637
Total	360	89	20	469	447,816	176,676	33,350	657,842

Source: Centre de plein-air de St-Damase, listes de paye.

Emplois liés aux activités normales du centre

Tableau 36

Origines	Nombre d'emplois					Salaires versés				
	1972	1973	1974	1975	Total	1972	1973	1974	1975	Total
St-Damase	15	21	33	28	97	11,846	23,582	51,586	27,492	114,536
Sayabec	-	-	4	2	6	-	-	6,942	1,270	8,212
St-Cléophas	-	-	1	1	2	-	-	4,095	1,600	5,695
Baie-des Sables	2	1	2	1	6	768	842	1,915	990	4,515
St-Moïse	2	-	4	-	6	476	-	3,982	-	4,458
St-Noël	-	-	4	-	4	-	-	3,779	-	3,779
Matane	-	1	-	2	3	-	406	-	1,600	2,006
St-Léon-Le- Grand	-	-	-	1	1	-	-	-	1,375	1,375
St-Anaclet	-	-	1	-	1	-	-	983	-	983
Les Bou	1	-	-	-	1	905	-	-	-	905
La Rédemption	-	-	2	-	2	-	-	671	-	671
Amqui	-	1	-	-	1	-	438	-	-	438
Mont-Joli	-	-	1	-	1	-	-	219	-	219
Les Hauteurs	-	1	-	-	1	-	108	-	-	108
Autres	-	1	5	2	8	-	539	4,849	2,250	7,638
Total	20	26	57	37	140	14,025	25,915	79,021	36,577	155,538

Source: Centre de plein-air de St-Damase, listes de paye.

de l'emploi total pour 61.3% des salaires. St-Noël suit avec 10.5% de l'emploi pour 9.8% des salaires. Les six premières localités atteignent déjà 81.2% de l'emploi et 88.9% des salaires.

L'analyse par année est encore plus significative. Le premier projet (et le plus important) consistait en l'aménagement du Centre lui-même et impliquait 500,000 dollars. En 1972 donc, un plus grand nombre de localités est touché par le projet. St-Damase ne représente que 28.3% de l'emploi créé mais par contre touche 45.7% des salaires versés. Ceci peut s'expliquer par le fait que les résidents de St-Damase étaient plus près du lieu de travail et travaillaient effectivement plus longtemps que les personnes venant d'une localité plus éloignée. ⁽¹⁾ St-Noël, localité voisine de St-Damase suit avec 12.8% de l'emploi et 13.6% des salaires versés. Enfin les six premières localités du Tableau 34 totalisent 75.8% de l'emploi pour 84% des salaires. Par contre, en 1973 et 1975, périodes de fonctionnement et de consolidation du Centre de Plein Air, les Projets d'Initiative Locale profitent exclusivement à St-Damase. En 1973, en

(1) En effet si nous calculons le revenu moyen par emploi créé en 1972, nous retrouvons les résultats suivants:

St-Damase:	\$2,005.
St-Noël:	1,328
Baie-des-Sables:	1,041.
St-Ulric	918.
Sayabec	835.
St-Mofse	752.

effet, St-Damase reçoit 90% des emplois et 94% des salaires. En 1975, un seul employé sur vingt (20) réside à l'extérieur de St-Damase.

L'emploi créé par le fonctionnement du Centre de Plein Air

Le Tableau 36 nous renseigne sur les emplois créés pour assurer le fonctionnement des activités et services offerts par le Centre. Normalement ces emplois sont rémunérés à même le budget de fonctionnement et non à l'aide de budgets spéciaux tels que celui des projets d'Initiative Locale. Ces emplois peuvent être regroupés sous deux grandes catégories: régulier et saisonnier. Nous considérons comme employé régulier celui qui travaille au Centre de Plein Air l'année durant pour en assurer le bon fonctionnement. Il faut toutefois préciser que ces emplois ne sont pas nécessairement des emplois permanents c'est-à-dire des emplois représentant la source principale de revenu de l'employé. L'emploi saisonnier comprend au contraire les employés qui travaillent soit durant la période estivale, soit durant la période hivernale.

Sur toute la période étudiée, le Centre de Plein Air a employé 140 personnes et versé 155,538 dollars en salaires.⁽²⁾ Nous remarquons que 69.3% des employés résident à St-Damase et perçoivent 73.6% des salaires. Les autres principales municipalités à bénéficier du Centre au titre de l'emploi sont:

(2) Nous faisons à nouveau observer que notre analyse se termine au 2 août 1975. Il ne faut donc pas considérer l'année 1975 comme complète.

St-Moïse, Sayabec, Baie-des-Sables et St-Noël. Mais chacune de ces municipalités ne compte que pour moins de 5% de l'emploi total. Les municipalités qui suivent sont nettement marginales. L'analyse annuelle est encore plus déterminante. Ainsi, les employés venant de St-Damase reçoivent 84.7% des salaires en 1972 et 91.% en 1973. Ce pourcentage tombera à 65.3% en 1974.⁽³⁾ Le Tableau 36 nous permet également d'observer l'évolution du Centre de Plein Air. Ainsi en 1972, 20 employés ont travaillé au Centre. Ce nombre passait à 26 en 1973 et à 57 en 1974. Quant aux salaires, ils passaient successivement de 14,000 dollars à \$26,000 et à \$79,000. L'importance de l'emploi en 1974 s'explique, comme nous le verrons plus loin, par l'exploitation forestière opérée par le Centre. Cette exploitation influencera aussi les données de 1975, une fois cette dernière complétée.

Types d'emplois créés

Avant de discuter de la répartition des gains des employés reliés à l'opération du Centre de Plein Air par classes de revenus, il convient de parler de la profession exercée par l'employé avant son emploi au Centre ainsi que du type d'emplois générés par le fonctionnement du Centre.

A cet effet, le Tableau 37 nous montre que les employés du Centre se regroupent en trois principales catégories: jour-

(3) Jusqu'à maintenant en 1975, les employés provenant de St-Damase ont touché 75.2% des salaires versés.

Profession exercée par l'employé avant
son emploi au Centre de Plein Air
1972-1974

Tableau 37

Profession	1972	1973	1974	Total
Journalier	8	13	26	47
Cultivateur	5	5	7	17
Etudiant	1	2	12	15
Ménagère	1	1	5	7
Serveuse	1	3	3	7
Cuisinier	1	1	1	3
Menuisier	-	-	2	2
Chauffeur	-	1	1	2
Electricien	2	-	-	2
Plombier	1	-	-	1
Total:	20	26	57	103

nalier, cultivateur et étudiant. La majeure partie des employés étaient journaliers avant d'exercer leur nouvel emploi au Centre. En 1974, 12 étudiants ont été engagés durant la période estivale.

Le Tableau 38 nous renseigne par contre sur le type d'emplois générés par l'opération du Centre. Les types d'emplois nous ont été fournis par le Centre et nous les avons regroupés en sept catégories. L'accueil et l'animation, la restauration, l'entretien et la surveillance totalisent la majorité des emplois, soit 75% en 1972, 92.3% en 1973 et 59.6% en 1974. Il faut noter que l'exploitation forestière a retenu en 1974 31.6% des emplois. En excluant cette catégorie, nous pouvons avoir une meilleure idée de l'évolution de l'emploi du Centre de Plein Air destiné à répondre aux besoins croissants exprimés par la clientèle. En trois ans, l'emploi double c'est-à-dire passe de 20, à 26 puis à 39 en 1974. (4)

Le Tableau 39 nous donne les salaires versés par catégories d'emplois pour la période étudiée. En 1972 et 1973, la restauration est la catégorie la plus importante au titre des salaires avec respectivement 30.6% et 41.0% des salaires versés. En 1974, l'exploitation forestière retient 32.7% des salaires avec 31.6% de l'emploi. En excluant ce poste, nous retrouvons sensiblement une répartition conforme aux années précédentes. Dans ce cas, la restauration retiendrait 25.5% des salaires versés.

(4) Nous faisons toutefois observer que 12 de ces emplois étaient occupés par des étudiants.

Types d'emplois créés

Tableau 38

Emploi	1972	1973	1974
<u>Direction</u>	1	2	3
Directeur	1	1	1
Comptable	-	1	1
Secrétaire	-	-	1
<u>Accueil et animation</u>	2	2	10
Accueil	1	-	3
Constable	-	1	1
Moniteur	1	1	6
<u>Restauration</u>	3	7	10
Cuisinier	1	1	2
Aide cuisinier	1	3	3
Serveuse	1	3	5
<u>Entretien</u>	9	12	8
Concierge	1	3	3
Journalier	5	7	4
Palefrenier *	1	1	-
Chauffeur	2	1	1
<u>Surveillance</u>	1	3	6
Gardien	1	2	4
Garde-pêche	-	1	2
<u>Construction</u>	4	-	2
Menuisier	-	-	2
Maçon	1	-	-
Electricien	2	-	-
Plombier	1	-	-
<u>Exploitation forestière</u>	-	-	18
Travailleur forestier	-	-	11
Travailleur au moulin	-	-	7
Total:	20	26	57

* Soins des chevaux

Salaires versés par catégories d'employés

Tableau 39

	Chiffres absolus			Chiffres relatifs		
	1972	1973	1974	1972	1973	1974
Direction	2,405	4,252	10,621	17.1	16.4	13.4
Accueil	1,158	1,381	8,887	8.3	5.3	11.3
Restauration	4,297	10,615	13,559	30.6	41.0	17.2
Entretien	2,620	6,018	6,474	18.7	23.2	8.2
Surveillance	1,924	3,649	7,379	13.7	14.1	9.3
Construction	1,621	-	6,270	11.6	-	7.9
Exploitation forestière	-	-	25,831	-	-	32.7
Total	14,025	25,915	79,021	100.0	100.0	100.0

Source: Centre de Plein-Air de St-Damase: Liste de paye.

Classes et sources de revenus

Nous avons maintenant toutes les données disponibles pour analyser la répartition des gains des employés reliés à l'opération du Centre de Plein Air par classes et sources de revenus. Cette répartition est synthétisée dans les Tableaux 40 et 41 . Nous avons regroupé les gains des employés en sept classes. Le premier Tableau nous donne la répartition des gains provenant seulement du budget de fonctionnement du Centre, i.e. excluant tout autre source de revenu comme le revenu provenant d'un Projet d'Initiative Locale par exemple. Ce Tableau nous indique clairement que la majorité des emplois ont rapporté \$1,000 dollars et moins. Nous pouvons en effet observer que 85.0% des employés ont gagné moins de \$1,000 dollars en 1972, 76.9% en 1973 et 52.6% en 1974. En 1974, 82.5% des employés ont moins de \$2,000. Si nous nous limitons à cette source de revenus, les employés ont perçu en moyenne \$701 dollars en 1972, \$997 dollars en 1973 et \$1386 dollars en 1974. Le gain moyen est faible mais augmente d'une année à l'autre. ⁽⁵⁾

Toutefois ces chiffres peuvent être trompeurs. En effet, une partie importante des employés reliés à l'opération

(5) Si nous enlevons du total les étudiants, en 1972, 19 employés ont gagné en moyenne \$725.; en 1973, 24 employés ont gagné en moyenne \$1039.; enfin en 1974, 45 employés ont gagné en moyenne \$1554. Les étudiants qui ont travaillé au Centre ont gagné en moyenne respectivement \$253, \$488 et \$756.

Répartition des gains des employés reliés
à l'opération du Centre de Plein Air par
classes de revenus 1972-1974.

Tableau 40

Classes	1972	1973	1974
\$ 500	11	9	12
500-999	6	11	18
1000-1999	1	4	17
2000-2999	1	-	5
3000-3999	1	1	1
4000-4999	-	-	2
5000	-	1	2
Total	20	26	57

Répartition des gains des employés reliés à
l'opération du Centre de Plein-Air par classes
et sources de revenus. (1972-1974)

Tableau 41

Classes	1972			1973			1974		
	A	B	Total	A	B	Total	A	B	Total
\$500	1	-	1	6	-	6	12	-	12
500-999	2	2	4	4	-	4	18	-	18
1000-1999	-	2	2	1	-	1	17	-	17
2000-2999	-	6	6	-	2	2	5	-	5
3000-3999	1	3	4	-	9	9	1	-	1
4000-4999	-	2	2	-	1	1	2	-	2
715000	-	1	1	1	2	3	2	-	2
Total	4	16	20	12	14	26	57	-	57

Source: Centre de Plein-Air de St-Damase: Listes de page.

N.B. A= Salaires provenant du budget de fonctionnement
seulement.

B= Salaires provenant de deux sources: budget de fonction-
nement et budget spécial des projets d'Initiative Locale.

du Centre de Plein Air ont aussi perçu des revenus pour leur travail dans le cadre des Projets d'Initiative Locale. Le Tableau 41 nous indique que 70% des employés étaient dans cette situation en 1972 et 53.9% en 1973.⁽⁶⁾ Cette fois-ci, 25.0% seulement des employés ont gagné moins de \$1,000. dollars en 1972 et 38.5% en 1973. Par contre 50% des employés ont reçu en tout entre \$2,000 et \$4,000 en 1972 et 43.3% en 1973, la situation demeurant évidemment la même en 1974.

Ce nouvel apport de gains rehausse les revenus moyens et nous rapproche davantage de la réalité. En effet, le revenu moyen annuel pour l'ensemble des employés est maintenant de \$2,508 dollars en 1972, de \$2,556 en 1973 et de \$1,386 en 1974. Les 16 personnes qui ont bénéficié de ces deux sources de revenus en 1972 ont eu un revenu moyen de \$2,810 dollars et les 14 employés de 1973 dans cette situation ont eu un revenu moyen de \$3,822.⁽⁷⁾

(6) En vertu des Projets d'Initiative Locale, 16 employés ont en effet reçu au total \$36,135. en 1972 et 14 employés ont reçu \$40,540. en 1973 en plus de leurs salaires provenant du budget d'opération du Centre de Plein Air. Il n'y a pas eu de Projet d'Initiative Locale en 1973.

(7) Il faut préciser que ce revenu moyen se subdivise ainsi: pour 1972, \$2258. provenant du Projet d'Initiative Locale et \$552. provenant du budget d'opération du Centre pour un total de \$2810. En 1973, ces revenus moyens sont de \$2896. et de \$926. pour un total de \$3822.

Par contre, les quatre (4) personnes qui n'ont reçu leur salaire que du budget d'opération du Centre de Plein Air en 1972 ont obtenu un revenu moyen de \$1,298. Les douze (12) employés de 1973 dans cette situation ont reçu de leur côté un revenu moyen de \$1,079. Nous savons que le revenu moyen pour 1974 est de \$1,386. L'exploitation forestière influence cette dernière moyenne. En effet, les dix-huit (18) employés qui ont travaillé dans ce secteur ont gagné en moyenne \$1,435. Si nous les excluons du budget de 1974 pour avoir une meilleure comparaison avec les années précédentes (où le budget d'opération du Centre n'incluait pas cette catégorie), nous constatons que les trente-neuf (39) employés ont gagné alors en moyenne \$1,364. Enfin sans les étudiants, les autres employés (soit 45) ont gagné en 1974 en moyenne \$1,554. Sans les étudiants et sans les travailleurs forestiers et les travailleurs au moulin, les autres employés (soit 27) ont gagné cette même année en moyenne \$1,634.

Conclusion

Les pages précédentes peuvent paraître confuses au lecteur du rapport. A cet effet, le Tableau 42 résume les moyennes salariales annuelles des employés reliés à l'opération du Centre de Plein Air pour la période étudiée, selon les différentes situations analysées. Notre but était d'analyser les gains des employés du Centre en nous rapprochant le plus près possible de la réalité. Notre analyse nous amène à conclure que les gains réalisés par les employés du Centre ne peuvent être considérés que comme des revenus d'appoint. Les emplois créés ne peuvent être considérés comme des emplois stables et

Moyennes salariales annuelles des employés
reliés à l'opération du Centre de Plein-Air
1972-1974

Tableau 42

	1972	1973	1974
<u>Budget d'opération</u>			
Tous les employés sans exception	701	997	1386
Tous les employés en excluant les étudiants	725	1039	1554
Exploitation forestière seulement	1435
Tous les employés en excluant l'exploitation forestière	1364
Tous les employés en excluant l'exploitation forestière et les étudiants	1634
<u>Budget d'opération et budget spécial des projets d'Initiative Locale</u>			
Tous les employés sans exception	2508	2556	1386
Employés bénéficiant des deux sources de revenu	2810	3822
Employés bénéficiant du budget d'opération seulement	1298	1079

permanents assurant un revenu suffisant pour un employé qui a charge familiale. La meilleure des situations analysées c'est-à-dire un employé recevant des gains à la fois du Centre et des Projets d'Initiative Locale percevait alors en moyenne \$3,822 en 1973. Si pour l'employé en question, il s'agit effectivement d'un revenu d'appoint (c'est-à-dire qui s'ajoute à d'autres sources de revenu comme revenu provenant de l'exploitation agricole), ce revenu peut être considéré comme nettement appréciable et contribuer à l'amélioration de son bien-être. Dans ce cas, l'existence du Centre de Plein Air peut l'inciter à demeurer à St-Damase pour profiter de cette possibilité d'augmenter son niveau de vie tout en restant dans son milieu. Toutefois, sans les Projets d'Initiative Locale, ce revenu d'appoint moyen tombe à \$1,039. en 1973 et à \$1,554 en 1974. Il n'est dès lors pas surprenant que pour la plupart des gens de St-Damase, l'existence du Centre de Plein Air ne soit pas un élément déterminant dans leur décision de demeurer dans la paroisse ou de la quitter pour aller s'installer ailleurs. Les tendances observées sur l'évolution de la population nous le démontrent clairement. En général, on ne compte pas sur le Centre pour s'assurer un emploi stable. Il s'agit alors de se demander si le revenu d'appoint sera jugé suffisant, une fois que St-Damase ne pourra plus profiter des Projets d'Initiative Locale. Il faut aussi se demander si un Centre de Plein Air opérant toute l'année et non surtout durant la période estivale sera en mesure de créer des emplois stables procurant plus qu'un revenu d'appoint.

2.2.2 Utilisation des ressources physiques

2.2.2.1 Approvisionnementnements alimentaires du Centre

Le Tableau nous donne l'état des revenus et des dépenses concernant l'opération du restaurant et de la cantine. En trois ans, le revenu brut est passé de \$6,557. à \$23,229. (8) Les achats en biens alimentaires étaient respectivement de \$13,129 en 1972, \$24,960 en 1973 et \$20,599 en 1974.

La nature des biens alimentaires achetés comprend l'éventail normal d'un restaurant qui offre un service de repas chauds et froids: boucherie, épicerie, fruits et légumes, pain, lait, cigarettes, boissons gazeuses, etc... Il ne nous a pas été possible de diviser les achats globaux selon ces différentes catégories de biens.

Le Centre achète tous ses approvisionnementnements au prix de gros. Ceci se comprend aisément au niveau d'un service de cette importance. Ces approvisionnementnements proviennent tous de grossistes de la région. Mont-Joli en est le principal fournisseur: fruits et légumes, épicerie, boissons gazeuses. Les autres distributeurs viennent de Price et St-Noël (viande), Matane (pain), Amqui (lait), Sayabec (cigarettes et épicerie).

(8) Ces chiffres sont tirés des rapports financiers du Centre de Plein Air de St-Damase. Ils n'incluent pas les salaires versés, mais tiennent compte uniquement des ventes et des achats.

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le Centre de Plein Air fait appel au commerce local à titre de dépannage seulement, essentiellement en raison de l'importance de l'approvisionnement et de l'absence de prix de gros. Enfin, le Centre achète peu de fruits et légumes aux cultivateurs de la région. Il est difficile d'obtenir, à la fois, de plusieurs d'entre eux en même temps, une récolte et un approvisionnement réguliers. Occasionnellement, toutefois, le Centre achète des fruits et légumes frais qui lui sont offerts par quelques cultivateurs au moment de la récolte.

Enfin, le restaurant fonctionne toute l'année. La cantine par contre n'opère que l'été, soit du début de juin à la fin d'août. Elle fonctionne surtout les fins de semaine, n'offrant ses services les autres jours que si des groupes viennent au Centre. La cantine est administrée sous forme de concession. Le concessionnaire reçoit un salaire de base du Centre de Plein Air et perçoit une commission de 20% sur toutes les ventes réalisées. Enfin le Centre se charge lui-même de l'approvisionnement de la cantine auprès de ses grossistes ou de la co-op du village.

2.2.2.2 Utilisation et aménagement des ressources forestières

Le mandat de la recherche ne nous demande pas de réaliser une étude de rentabilité sur l'exploitation forestière par le Centre et sur l'opération du moulin. Elle nous demande plutôt de voir comment on a utilisé les boisés et de voir dans quelle mesure cette activité rencontre les objectifs du Centre de Plein Air.

Il faut d'abord noter que dans le plan directeur, il n'est pas fait mention de l'exploitation des ressources forestières et de l'opération d'un moulin. On a d'abord procédé à la coupe du bois pour répondre aux besoins de construction et d'aménagement du Centre de Plein Air. A cet effet, on s'est servi d'un moulin portatif pour produire du bois de construction.

Par la suite, le Centre a voulu procéder à un aménagement forestier rationnel dans le but de favoriser le retour de la faune dans la région. Il a alors établi un programme quinquennal de coupes sélectives en damiers et en bandes dans le rang XI Canton McNider. Le Centre jugea alors nécessaire de se procurer un moulin et de s'enquérir d'un permis d'opération. On acheta donc un moulin. Une partie du bois fut sciée et utilisée par le Centre pour répondre à ses besoins. Une partie importante du bois coupé demeure encore en forêt. Il existe donc un surplus qu'il faudra écouler. En plus du moulin du Centre, il existe deux autres moulins dans un rayon de 16 milles, soit à St-Moise et à Baie-des-Sables. Le Centre, pour écouler son surplus, doit donc faire face, non seulement aux fluctuations du marché, mais encore à la concurrence de deux moulins bien établis.⁽⁹⁾ Enfin l'an dernier, il a exploré la possibilité de construire et de vendre des chalets. L'expérience s'est avéré déficitaire.

(9) Le Centre a aussi obtenu un permis pour scier jusqu'à 150,000 pieds de bois provenant de particuliers. Il a profité de cette possibilité l'an dernier.

Comme nous l'avons vu précédemment, en 1974, le Centre à l'aide de son budget régulier, a créé dix-huit (18) emplois au niveau de l'exploitation forestière (excluant les gardes-chasse et gardes-pêche) dont sept (7) employés au moulin. En moyenne les employés ont gagné \$1,435. Les travailleurs forestiers ont reçu en moyenne \$1,186. comparativement à \$1,826 pour les travailleurs au moulin.

Conclusion

A notre avis, et nous rejoignons là la pensée de plusieurs administrateurs du Centre, l'objectif prioritaire que doit viser le Centre est de tout mettre en oeuvre pour devenir un véritable Centre de Plein Air qui serait en mesure d'offrir des services répondant aux besoins de la clientèle tout au long de l'année. Dans cette optique, l'aménagement forestier, notamment au moyen de la coupe sélective, nous apparaît compatible avec les objectifs que doit poursuivre un Centre de Plein Air.

La question qu'il s'agit de se poser est maintenant la suivante: pour y arriver, est-il nécessaire d'avoir un moulin? Le moulin, pour pouvoir opérer de façon rentable, devrait être plus important et obligerait le Centre de Plein Air à engager des ouvriers spécialisés afin de mieux concurrencer les autres moulins. Cela nécessiterait de nouveaux investissements que les objectifs premiers du Centre ne justifient pas. Jusqu'à maintenant, on y a investi entre \$60,000. et \$65,000. qui n'ont pas encore été récupérés. De plus, le moulin exigerait encore plus d'énergie en temps et en personnes au niveau de la gestion et de la mise en marché de la production. Au

niveau du Centre, cette opération, en plus d'un coût monétaire important, entraînerait aussi un coût alternatif de plus en plus élevé. Ce dernier terme économique (i.e. coût alternatif) signifie que pour produire un bien ou un service, il faut utiliser des ressources qui ne peuvent être employées pour produire d'autres biens. Ce choix de produire quelque chose entraîne donc le coût de ne pouvoir en produire une autre avec les mêmes ressources. Ceci veut dire que le temps, l'énergie et l'argent investis dans le moulin n'ont pu être investis dans les activités de loisir du Centre de Plein Air. C'est dans cette optique qu'il faut envisager l'activité du moulin à l'intérieur des activités du Centre. Ce coût alternatif encouru entrave-t-il l'orientation du Centre vers des services de plus grande qualité?

Pour notre part, nous croyons que toutes les énergies des administrateurs doivent être orientées sur l'implantation d'un Centre de Plein Air de haute qualité. La coupe sélective peut être réalisée indépendamment du moulin. Si on trouve que le moulin doit continuer à fonctionner, surtout après y avoir investi tant d'argent dans l'intérêt du Centre, il faudra penser sérieusement à la possibilité de séparer complètement la gestion du moulin de la gestion du Centre. Ceci pourrait être réalisé par la création d'une corporation qui administrativement serait totalement indépendante du Centre de Plein Air. Toutes les opérations forestières, y compris la coupe sélective, pourraient alors relever de cette corporation. A défaut de cette solution, le Centre pourrait poursuivre sa coupe sélective, se départir graduellement du moulin au rythme de la récupération du capital investi et demander un permis de vente

de bois brut. Enfin une fois le programme de coupe quinquennal terminé, il y aura lieu de procéder à une évaluation des résultats et de décider s'il y a lieu de poursuivre l'expérience en accord avec les objectifs que se sera alors défini le Centre de Plein Air.

2.2.2.3 Fréquentation de l'infrastructure touristique régionale d'accueil par la clientèle du Centre (hébergement)

a) La méthode d'enquête

La question fondamentale que nous posons ici est de savoir dans quelle mesure la clientèle du Centre de Plein Air de St-Damase utilise l'infrastructure hôtelière et para-hôtelière de sa région immédiate.

Pour ce faire, nous avons cru d'abord que la meilleure façon de procéder était d'effectuer une enquête sur les lieux mêmes du Centre. Une telle enquête a effectivement été menée les 9 et 10 août 1975. Elle a porté exclusivement sur la clientèle des visiteurs: en tout, 108 personnes ont été interrogées sur une clientèle estimée cette fin de semaine-là à près de 1,100 visiteurs, ce qui porte notre taux d'échantillonnage à près de 10%.

Les questions posées apparaissent ci-après, de même que les réponses obtenues.

Question 11: où avez-vous logé la nuit dernière?

a) chez vous =	87	80.5%
b) à l'extérieur =	<u>21</u>	<u>19.5%</u>
	108	100.0%

Question 12: où comptez-vous loger la nuit
prochaine?

a) chez nous	=	95	87.9%
b) à l'extérieur	=	<u>13</u>	<u>12.1%</u>
		108	100.0%

À la question 11 du questionnaire des visiteurs présenté en annexe, le nombre de ceux qui, la nuit précédente, ont logé ailleurs que chez eux, totalise 21. Une compilation rapide des données indique, que de ce nombre, 12 (57.1%) ont logé à St-Damase et 9 ailleurs dans la région.

St-Damase	=	12	57.1%
Matane	=	3	14.4%
Trois-Pistoles	=	3	14.4%
St-Narcisse	=	1	4.7%
St-Ulric	=	1	4.7%
Amqui	=	<u>1</u>	<u>4.7%</u>
		21	100.0%

À la question 12 du même questionnaire, le nombre de ceux qui ont logé à l'extérieur la nuit suivante, s'élève à 13 seulement, dont 5 soit 30.7%, à St-Damase.

St-Damase	=	4	30.7%
Matane	=	5	38.5%
Trois-Pistoles	=	3	23.1%
St-Narcisse	=	<u>1</u>	<u>7.7%</u>
		13	100.0%

Ces résultats appellent les commentaires suivants: d'une part, le nombre de visiteurs qui, avant et après l'enquête, séjournent à l'extérieur de leur localité de résidence ne dépasse pas

34, d'autre part, parmi ces derniers, près de la moitié (16) gîtent à St-Damase où n'existe pas d'infrastructure hôtelière, l'autre moitié (17) logeant en périphérie dans des centres urbains parfois éloignés du Centre de Plein Air (ex: Trois-Pistoles).

L'enquête ne permettant pas de préciser quel type d'hébergement ces derniers ont préféré, nous avons, après avoir tenu compte de la faiblesse de notre échantillonnage, renversé la question que nous nous étions posée au début de ce chapitre, pour nous demander dans quelle mesure la clientèle des hôtels, motels et campings de la région gravitant autour de St-Damase fréquentait le Centre.

Pour y arriver, nous avons procédé par enquête téléphonique et nous avons posé aux hôteliers et aux propriétaires de campings les 4 questions suivantes:

- 1) Quelles sont les activités pratiquées par vos clients?
- 2) Votre clientèle fréquente-t-elle le Centre de Plein Air?
- 3) La part de votre clientèle fréquentant le Centre est-elle satisfaite de l'ambiance et des équipements qui s'y trouvent?
- 4) Informez-vous vos clients de l'existence du Centre?

Dans l'ensemble, 21 établissements et terrains de camping ont été enquêtés. Il se retrouvent respectivement dans les localités suivantes:

Localités d'implantation des établissements d'hébergement investigués dans l'aire immédiate de St-Damase le 7 septembre 1975.

Tableau 43

Localités	Nombre d'établissements			
	Hotels	Motels	Campings	
Baie des Sables	1	2	1	4
St-Noël	1			1
Sayabec	5		1	6
St-Ulric		1	1	2
Métis	2	1		3
Matane		1		1
Les Boules	1			1
Ste-Flavie	2			2
Ste-Jeanne d'Ard	1			1
Total:	13	5	3	21

b) Commentaires des résultats

On a pu relever au cours des interviews deux caractéristiques de la clientèle touristique: elle est de passage et fait généralement le parcours classique du tour de la Péninsule.

Quant au tourisme de séjour, on estime généralement qu'il est relativement peu développé, qu'il s'étend tout au plus sur une période de deux à trois jours et qu'il comprend nombre de personnes venues visiter des parents ou amis habitant la région.

C'est à ce deuxième type de clientèle que nous nous intéressons.

1) Les réponses à la première question qui se formulait ainsi: quelles sont les activités pratiquées par vos clients? sont nombreuses mais peuvent néanmoins être regroupées à l'intérieur de 4 grandes catégories.

- La première catégorie comprend la pratique de la pêche, soit en eau douce (rivières Matane et Métis pour le saumon), soit en eau salée (au quai pour l'éperlan, en haute mer pour la morue, le maquereau). St-Ulric et Ste-Flavie permettent la pratique de ce dernier type de pêche.

- La deuxième catégorie regroupe toutes les activités et les équipements reliés à la baignade. Celle-ci se pratique, soit sur les plages du bord du fleuve, soit au Centre de Plein Air de St-Damase où existe une plage aménagée, soit encore dans les piscines chauffées de Matane et Mont-Joli.

- Les terrains de golf de Métis sur mer et de Matane de même que le jardin botanique de Grand Métis composent la troisième catégorie. Ajoutée aux deux premières, cette troisième catégorie complète la liste des activités et des équipements régionaux fréquentés par les adeptes du tourisme de séjour.

- La dernière classe rassemble les équipements à caractère local tels les terrains de jeux (St-Ulric), les courts de tennis (Baie des Sables), les "mini-put" et les salles de pool (Sayabec), etc.

2) La deuxième question se formulait ainsi: votre clientèle fréquente-t-elle le Centre de Plein Air de St-Damase?

Dans l'ensemble tous les représentants des établissements enquêtés affirment qu'une bonne part de leur clientèle de séjour fréquente le Centre de Plein Air. Tous sont unanimes à reconnaître que se sont surtout les jeunes et les familles qui se déplacent à St-Damase en raison de la qualité et de la variété des équipements qui s'y trouvent.

Nous sommes conscients du fait que cette analyse aurait gagné à être plus systématique, mais la nature de notre enquête a rendu impossible toute quantification des flux de clientèles entre le Centre de St-Damase et les principaux pôles touristiques de sa région.

3) Quant à la troisième question, elle résume les doléances et les satisfactions exprimées au cours des interviews au sujet du Centre de Plein Air. D'une façon générale, les clients qui reviennent du Centre disent qu'il est bien organisé, que le site est agréable et que les activités sont nombreuses. Certains font remarquer, cependant, que la plage est trop souvent surpeuplée les fins de semaine et certaines personnes souhaitent que les responsables du Centre construisent des chalets à prix modiques pour les familles nombreuses.

4) La dernière question était celle-ci: informez-vous votre clientèle de l'existence du Centre? La majorité des personnes rejointes répondent que des informations sur le Centre ne sont données que dans la mesure où les clients les interrogent sur les équipements touristiques disponibles dans la région.

Un seul hôtelier⁽¹⁾ a pris, à notre connaissance, l'initiative de faire imprimer une brochure dans laquelle sont colligées toutes les informations de nature touristique susceptibles d'intéresser les touristes désirant rester dans la région pendant au moins une journée.

Tous les autres, outre qu'ils suggèrent une visite au Centre de Plein Air à ceux qui les interrogent, se contentent d'indiquer, sur la carte, la localisation du Centre et la manière d'y parvenir.

(1) Motel Le Goëland à Métis sur Mer.

3- RELEVÉ DES ATTRAITES TOURISTIQUES POUVANT ÊTRE AVANTAGEUSEMENT DÉVELOPPÉS DANS L'AIRE IMMÉDIATE DE ST-DAMASE

Le Centre de Plein Air de St-Damase, croyons-nous, doit moins viser comme objectif la croissance de sa clientèle que sa stabilisation et sa consolidation dans le temps. En effet, il est souhaitable que toutes les énergies soient orientées vers la satisfaction des goûts, des besoins et des aspirations des visiteurs.

Pour y arriver, il faut dès à présent, améliorer l'infrastructure d'accueil, compléter les équipements de base et développer les activités sportives, culturelles et touristiques.

Dans cette perspective, il pourrait s'avérer rentable, à long terme, d'intégrer le Centre de St-Damase sur un ou des circuits touristiques qui permettraient à la clientèle du Centre de diversifier ses activités tout en approfondissant ses connaissances et en élargissant ses expériences.

Pour répondre à ce souhait, nous avons d'abord dépouillé les documents cartographiques du Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche ⁽¹⁾ et nous avons procédé à l'inven-

(1) Ces documents cartographiques se veulent exhaustifs mais véhiculent parfois de fausses informations. C'est pourquoi il serait bon que le Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche remette ses documents cartographiques à jour, et ce, périodiquement. Nous suggérons, également que le Ministère donne son opinion sur les équipements et les activités socio-culturels qui y sont mentionnés de même que sur les manifestations sportives et les activités éducatives.

taire des attraits et curiosités touristiques de l'aire immédiate de St-Damase.

Dans un deuxième temps, nous nous sommes déplacés pour apprécier, sur le terrain, la qualité des attraits naturels et des équipements socio-culturels dont faisait état le Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche ou dont nous avons entendu parler.

A la suite de cette démarche, nous avons élaboré un itinéraire touristique susceptible d'agrémenter et de prolonger le séjour du visiteur-campeur arrêté à St-Damase.

La carte 5 illustre l'itinéraire que nous proposons. Il est jalonné d'une série d'étapes que nous décrivons ci-après, à partir de St-Damase.

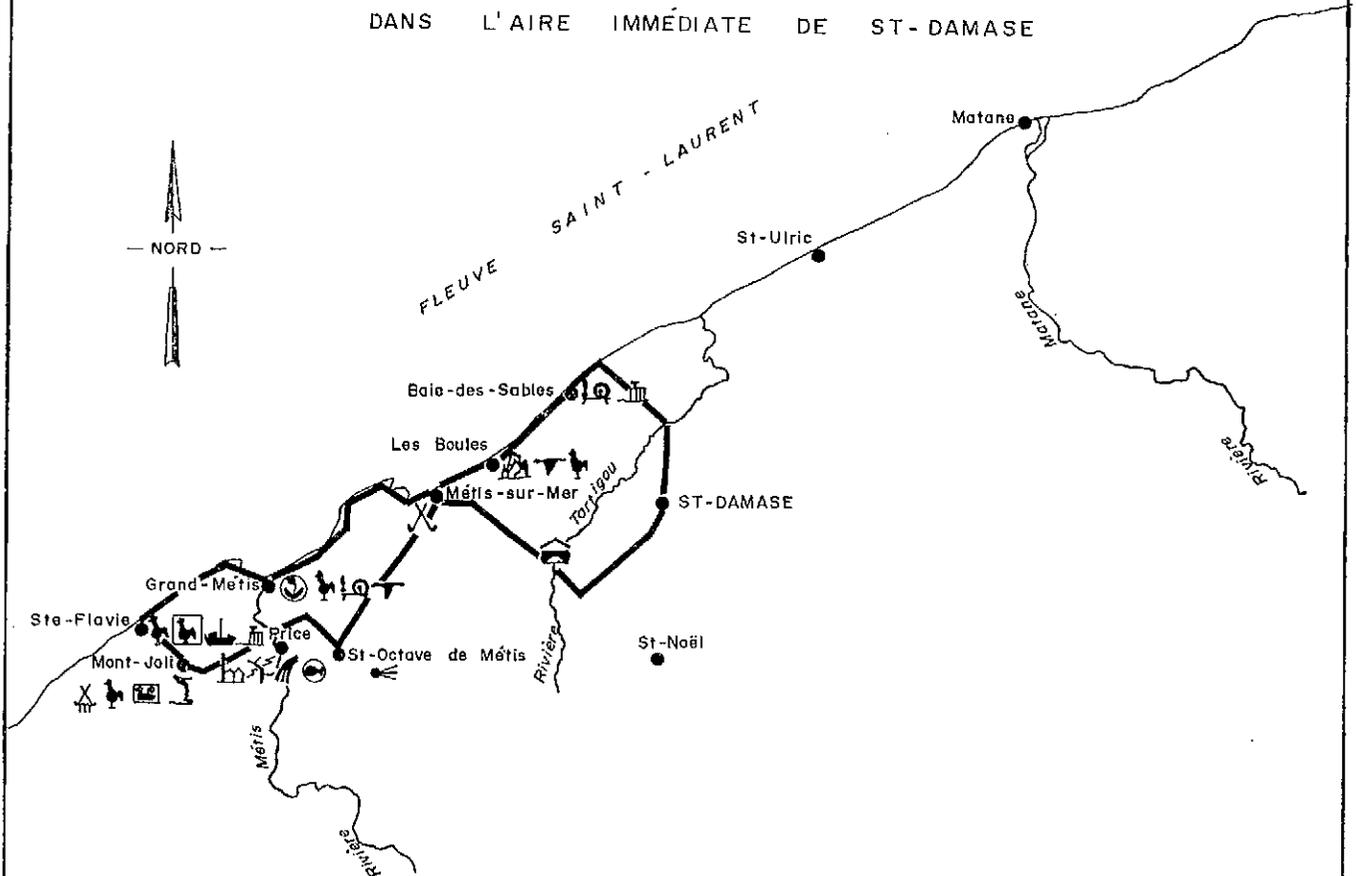
1) Le pont couvert de la rivière Tartigou entre Métis et St-Noël, surnommé familièrement "pont rouge", présente un double intérêt: son architecture et sa situation au coeur d'une topographie tourmentée.

2) Métis sur Mer, centre de villégiature, se distingue par son site et par son habitat de style victorien. Le terrain de golf situé au sud de l'agglomération est un équipement de loisir de qualité pouvant accueillir les visiteurs sportifs. Des services de location d'équipement sont prévus pour ces derniers.

3) Grand Métis constitue l'étape majeure du circuit que nous favorisons. A l'embouchure de la rivière Métis, le domaine Reford s'est transformé en parc provincial depuis

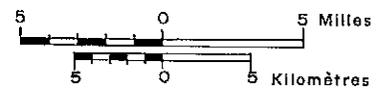
ITINÉRAIRE DÉTAILLÉ DU CIRCUIT TOURISTIQUE PROPOSÉ
DANS L'AIRES IMMÉDIATE DE ST-DAMASE

Carte 5



- | | | | | | |
|--|------------------------|--|--------------------------|--|----------------------|
| | Piscine publique | | Centrale hydroélectrique | | Passe à saumons |
| | Golf | | Pont couvert | | Sanctuaire d'oiseaux |
| | Golf miniature | | Musée d'antiquités | | Point de vue |
| | Centre d'équitation | | Boutique d'artisanat | | |
| | Pêche au quai | | Atelier d'artisanat | | |
| | Excursions de pêche | | Jardin botanique | | |
| | Cinéma | | Rocher, falaise | | |
| | Industrie intéressante | | Chute, cascade | | |

1 : 250,000



Cartographié par Louiselle Lévesque, UQAR.

1962. On peut y visiter un jardin botanique de style anglais et une villa de trente pièces, aujourd'hui partiellement aménagée en restaurant (plats québécois) et en centre d'exposition de produits d'artisanat (Ateliers Plein Soleil).

Enfin de la terrasse du domaine Reford, il y a un magnifique point de vue sur la baie et sur un sanctuaire d'oiseaux situé dans la zone de balancement des marées, en pleine batture.

4) A la croisée des chemins, Ste-Flavie présente un intérêt touristique essentiellement commercial. Les curiosités qui y sont exposées tiennent plus souvent de la camelote que du produit de qualité. Nous n'en croyons pas moins à l'existence d'une certaine demande pour ce genre d'activités. Un peu à l'écart du village, Centrap offre aux visiteurs la possibilité d'observer sur place un groupe d'artisans à l'oeuvre. Financé partiellement par le Ministère des Affaires Sociales, l'atelier donne du travail à une main d'oeuvre en voie de réhabilitation. Cette dernière se spécialise plus particulièrement dans la fabrication de pièces artisanales tels les pièces de tapisserie et les ameublements de jardin. Enfin, des excursions de pêche à la morue, en haute mer, sont organisées quatre fois par semaine et durent environ 5 heures. (1)

5) Mont-Joli n'a que peu à offrir aux visiteurs sinon une boutique d'artisanat de qualité (Atelier Plein Soleil),

(1) Ces excursions sont organisées par M. Harry Barr.

deux cinémas et une piscine couverte.

6) Les chutes de Price, sur la rivière Métis, constitueraient, si elles étaient aménagées, un attrait touristique certain pour la région. C'est là, en effet, que l'Hydro-Québec a construit sa centrale la plus moderne et c'est là aussi que le ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche a installé une passe à saumons.

En 1973, l'Hydro-Québec a fait des démarches auprès de la municipalité de Price pour aménager les chutes. Mais faute de fonds, le projet n'a pas eu de suite. Depuis, la direction de l'Hydro-Québec continue d'affirmer qu'elle serait disposée à mettre un guide à la disposition des visiteurs si un projet d'aménagement touristique était réalisé pour mettre en valeur les abords de ses installations à Métis. Le site présente suffisamment d'intérêt pour que l'Hydro-Québec, le Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la pêche ainsi que la municipalité de Price conviennent de la nécessité d'une intervention à frais partagés pour faciliter la réalisation de ce projet.

7) Construit à 475 pieds au-dessus du niveau de la mer, le village de St-Octave de Métis offre des perspectives intéressantes sur les basses terres, le fleuve et la Côte Nord. Il se trouve, par ailleurs, sur le passage du chemin Kempt ⁽¹⁾ qui reliait, au XIXe siècle, Métis à Ristigouche.

(1) Michaud J.D. Notes historiques sur la vallée de la Mata-pédia. Val-Brillant "La Voix du Lac", 1922.

La création de cette route historique remonte à 1824. Elle était alors destinée à relier le Québec aux Maritimes et constituait une voie privilégiée pour les déplacements militaires de même que pour l'expédition du courrier postal.

Les évènements qui ont entouré sa construction de même que le mode de colonisation qu'elle a permis mériteraient qu'un petit musée d'histoire soit érigé à St-Octave de Métiis où les faits marquants de l'histoire régionale seraient relatés selon une structure de présentation à la fois simple et originale (diaporama).

8) Le sanctuaire d'oiseaux et la boutique d'artisanat⁽¹⁾ sont les deux principaux attraits du village Des Boules.

9) Baie des Sables, enfin, constitue le dernier chaînon du circuit. Le visiteur pourra s'approvisionner en poisson frais chez Gérard Landry, pêcher l'éperlan et la petite morue au bout du quai ou encore visiter "La Meunerie" à un mille à l'est du village. Ce dernier établissement, anciennement moulin à farine, a été transformé pour une part en musée et pour l'autre en centre gastronomique. Le visiteur y trouvera donc un double intérêt.

Nous pensons que, si le visiteur suit l'itinéraire tel que décrit ci-haut, il passera au moins un jour de plus au Centre de Plein Air de St-Damase.

(1) Seule la boutique située à l'ouest du village est de qualité.

Par ailleurs, ce circuit touristique présente suffisamment de cohérence pour que le Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche accepte de le rendre opérationnel en prenant l'initiative de ramasser toute l'information pertinente s'y rapportant, à l'intérieur d'une brochure touristique financée à même ses fonds.

D'un autre côté, pour l'aménagement du circuit proposé, nous ne verrions pas d'un mauvais oeil que le Ministère du Tourisme s'en remette partiellement ou totalement à la corporation touristique de la Mitis⁽¹⁾ puisque cette dernière stipule dans ses règlements généraux que

- a) la promotion du développement touristique de la région de la Mitis (chapitre I, point 1.01),
- b) l'obtention et l'administration des subventions du gouvernement ou de tout autre organisme (chapitre I, point 1.05),

font partie intégrante de ses objectifs.

Quant à la Société d'exploitation des ressources de la Mitis dont la charte remonte seulement à mai 1974 et le premier budget de fonctionnement à avril 1975, nous n'envisageons pas son entrée en scène dans le domaine de l'aménagement touristique régional avant plusieurs années, toutes ses énergies étant présentement centrées sur la restructuration du secteur forestier.

(1) La Corporation touristique de la Mitis a son siège à Mont-Joli.

4 - RECOMMANDATIONSA - LES ORIENTATIONS DU CENTREConsidérations

Au terme de cette étude, il nous apparaît que le Centre de Plein Air constitue un actif pour la région.

Le Centre a atteint un niveau de développement tel, qu'il s'agit de préciser les anciennes orientations et d'en établir, au besoin, de nouvelles.

L'opération du moulin est incompatible avec les véritables objectifs que doit poursuivre un Centre de Plein Air.

La coupe sélective, est compatible avec les objectifs du Centre dans la mesure où elle contribue à la préservation de la faune.

Recommandations

- 1- Considérer comme acquis l'existence et le développement du Centre.
- 2- Limiter la vocation du Centre à des activités de loisirs et de récréation.
- 3- Dissocier complètement l'exploitation forestière de la vocation socio-récréative du Centre.
- 4- Séparer complètement la gestion du moulin, de la gestion du Centre lui-même. A défaut de se départir à court terme du moulin, source du déficit réalisé, le Centre devrait créer une corporation qui serait administrativement indépendante du Centre de Plein Air.
- 5- Convaincre le Ministère du Tourisme, de participer à l'expérience en cours concernant le développement d'un parc à chevreuil dans l'aire du Centre.

Considérations

Le bénéfice social procuré par le Centre de Plein Air est supérieur au coût économique supporté par la société. L'existence du Centre est justifiée et répond à un besoin régional.

Recommandations

- 6- Préserver le ravage en demandant à ce Ministère d'engager un garde-chasse.
- 7- Inscrire le parc à chevreuils sur l'un des circuits écologiques de façon à le rendre accessible à la clientèle du Centre d'abord mais aussi aux touristes de passage.
- 8- Demander un permis de vente de bois brut, si la coupe sélective s'avère rentable et conformément à la recommandation concernant le moulin.
- 9- Chercher la rentabilité du Centre, mais pas au détriment de la clientèle actuelle.

En effet, la qualité des services offerts ne doit pas se traduire, au nom de la rentabilité, par une hausse excessive des prix, car cela excluerait ceux qui n'auraient plus alors les moyens de fréquenter le Centre.
- 10- Conserver au Centre sa vocation sociale au lieu de viser essentiellement à l'efficacité économique, en n'oubliant pas que le Centre demeure un organisme à but non lucratif.
- 11- Orienter l'intervention des organismes publics davantage au niveau de la mise en place des infrastructures, et du développement de nouvelles activi-

ConsidérationsRecommandations

tés récréatives, plutôt qu'au niveau de l'équilibre budgétaire.

- 12- Faire admettre au Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la pêche la vocation du Centre afin qu'il contribue à son essor en lui accordant des subventions et en l'inscrivant sur l'un de ses circuits touristiques.
- 13- Amener le Haut Commissariat à la Jeunesse et aux Sports à faire du Centre un lieu privilégié pour la mise en oeuvre de ses programmes dans le domaine du loisir et du tourisme social.

B - LA CLIENTELE DU CENTREConsidérations

La clientèle des campeurs du Centre de Plein Air se recrute à raison de:

a) 70% dans l'est du Québec (1974);

b) 54.3% à l'intérieur des limites de l'isochrone d'une heure à partir de St-Damase (1974)

Recommandations

- 14- Stabiliser et consolider la clientèle actuelle au lieu de viser à sa croissance, en orientant toutes les énergies vers la satisfaction des goûts, des besoins et des aspirations des visiteurs.
- 15- Accroître la clientèle d'origine extra-régionale, dans une perspective à moyen et à long terme, en vue d'une plus grande rentabilité des équipements en place, et en vue aussi de pallier une éventuelle baisse de la clientèle régionale.
- 16- Attirer par une publicité adéquate des visiteurs venant de la Côte-Nord, du Nord-Est du Nouveau-Brunswick et de la région de Québec, vu les résultats de l'analyse sur l'origine de la clientèle.
- 17- Tenir compte, à cause des objectifs de développement, de la double origine régionale et extra-régionale de la clientèle.
- 18- Accorder cependant la préséance à la clientèle régionale largement majoritaire.
- 19- Diffuser en priorité, au sein des territoires compris à l'intérieur de l'isochrone d'une heure, l'information

Considérations

Trois villes, soit Rimouski, Matane et Mont-Joli, fournissent au niveau régional près de 54.6% des nuitées enregistrées au Centre de Plein Air (1974).

C'est dire l'importance de la clientèle d'origine urbaine sur laquelle le Centre doit compter pour assurer sa survie.

Les campeurs du Centre sont surtout une clientèle de passage. En effet, les chiffres indiquent que 86.2% des campeurs passent moins de deux jours au Centre (1974).

Cependant, les campeurs en provenance de Rimouski, Matane et Mont-Joli séjournent généralement plus longtemps.

Les fins de semaine concentrent à elles seules 44.9% du total des nuitées enregistrées au Centre de Plein Air en 1974, et atteignent

Recommandations

destinée aux campeurs, puisque c'est là que se concentre plus de la moitié de la clientèle totale du Centre.

20- Départager la clientèle du Centre en fonction de la taille et du taux d'urbanisation des municipalités d'origine, de façon à pouvoir identifier et différencier, au moyen d'enquêtes, les besoins de cette clientèle.

21- Mettre tout en oeuvre pour allonger la durée de séjour de la clientèle de passage et accorder, à court terme, la priorité aux clientèles en provenance de Rimouski, Matane et Mont-Joli, puisque ces dernières consentent à séjourner plus longtemps au Centre.

22- Absorber les pointes de fins de semaine grâce à des aménagements et des équipements appropriés, même s'ils sont sous-utilisés le reste de la semaine par les visiteurs.

Nous pensons, par exemple, à la plage,

Considérations

68.2% en septembre et 73.2% en juin. Ces pourcentages montrent l'impact que peut avoir cette ruée des fins de semaine sur la capacité d'accueil du Centre.

Recommandations

aux aires de stationnements et aux emplacements réservés aux roulettes.

23- Accentuer l'orientation "familiale" du Centre, puisque les familles constituent l'essentiel des campeurs.

ConsidérationsRecommandations1) Des types de clientèles
potentielles

La clientèle actuelle du Centre repose sur un réservoir de campeurs et de visiteurs avant tout de provenance locale et régionale.

Cette clientèle spontanée⁽¹⁾ s'oppose à une clientèle organisée⁽²⁾ qui est peu représentée actuellement au Centre et qui pourrait éventuellement se recruter entre autres dans les secteurs suivants:

- l'agro-tourisme
- le tourisme social
- l'éducation

Il existe une certaine confusion au niveau des politiques et des initiatives en matière d'agro-tourisme et de tourisme social. Nous en sommes au Québec au stade des préliminaires à cet égard.

(1) "Clientèle spontanée": les individus, les familles ou les groupes d'amis qui fréquentent le Centre en fonction d'une décision personnelle.

(2) "Clientèle organisée": celle qui fréquente le Centre en fonction d'un programme planifié destiné à satisfaire certains objectifs déterminés à l'avance.

ConsidérationsRecommandationsL'Agro-tourisme

Il existe actuellement 50 fermes d'hébergement dans l'Est du Québec sur un total de 150, pour l'ensemble de la province. Ce qui signifie que ce nouveau type de tourisme a pris une ampleur particulière dans notre région. (1)

Cependant, cette clientèle potentielle demeurera forcément limitée et n'aura sur le Centre de Plein Air lui-même que des retombées indirectes au niveau des visiteurs. De plus, il convient de souligner que la clientèle qui a bénéficié des services de l'agro-tourisme se recrute parmi les classes sociales les plus favorisées de la société et non parmi les défavorisés des villes. (2) On ne peut donc parler ici de tourisme social ni même à proprement parler de "clientèle organisée".

(1) Le mouvement a été amorcé par "Vacances Famille". Cet organisme à but non lucratif désirait offrir des vacances à la campagne aux gens de la ville qui n'avaient pas les moyens de s'en payer. L'UPA conjointement avec le Ministère de l'Agriculture du Québec, considérèrent qu'il ne revenait pas aux ruraux déjà fort démunis de faire les frais des vacances des urbains. Au contraire, selon l'UPA l'agro-tourisme devait procurer un revenu d'appoint aux agriculteurs des régions défavorisées.

Cette nouvelle formule fonctionne déjà depuis un an à St-Damase. On y compte présentement 5 fermes d'hébergement qui ont déjà accueilli des vacanciers.

(2) Renseignement fourni par Mlle Gabrielle Martin, du Ministère de l'Agriculture du Québec, à Rimouski.

ConsidérationsRecommandationsLe tourisme social

"Vacances Familles" inspiré du modèle français "Village-Vacances-Famille", n'est pour l'instant qu'un organisme d'information sur les possibilités de vacances à prix réduits pour les familles défavorisées des villes. L'association n'a pas jusqu'ici de réalisations matérielles à son crédit au niveau d'infra-structures d'hébergement.

Les responsables du Centre de Plein Air se sont déjà penchés sur le programme vacances-familles dans un document de travail intitulé "Projet d'établissement d'un village-vacance à St-Damase dans le cadre du Centre de Plein Air familial" (février 1973)

D'autres clientèles potentielles peuvent être recrutées au niveau du tourisme social. Nous pensons particulièrement aux personnes du troisième âge et aux handicapés physiques.

La réalisation de cet objectif pose des problèmes complexes que le Centre de St-Damase ne peut résoudre à lui seul.

- 24- Inviter le Centre de Plein Air à s'engager plus à fond dans cette voie et à réaliser l'objectif de démocratiser les vacances familles.
- 25- Entreprendre des contacts avec l'association "Vacances-Familles" dans le but de déterminer des objectifs de développements communs.
- 26- Entrer en relation avec les associations "d'Age d'Or" et celle des "Assoiffés de Vivre".
- 27- Effectuer des démarches auprès des Ministères du Tourisme et des Affaires Sociales pour connaître leur politique en matière de tourisme social.

Considérations

Les installations actuelles du Centre sont insuffisantes pour accueillir cette clientèle potentielle, en dehors de la belle saison.

l'Education

Les activités éducatives existent présentement au Centre sous forme embryonnaire. Des classes vertes et des classes de neige ont déjà été organisées, mais l'absence de politiques définies, quant au contenu de ces classes, a fait qu'elles ont été plutôt l'occasion d'une récréation.

Recommandations

- 28- Favoriser une politique de subvention aux familles à revenu modique, aux personnes du 3e âge de même qu'aux handicapés physiques afin de leur permettre de défrayer en partie leur déplacement et leur séjour au Centre.
- 29- Compléter les structures d'accueil du Centre de St-Damase:
- aménagement d'un pavillon éducatif pour fins de lectures, d'exposition et de sessions d'études, etc.
 - amélioration de la qualité des chalets déjà construits en les rendant conformes au code du logement du Québec.
 - installation de chalets confortables en nombre suffisant pour familles à revenus modiques
- 30- Elaborer rigoureusement le contenu de ces classes de nature en collaboration avec les commissions scolaires concernées.
- 31- Donner une véritable fonction didactique à ces classes (écologie, botanique, géologie, géomorphologie, climatologie, éducation physique).
- 32- Planifier les classes de nature avec l'aide du Haut-Commissariat.

Considérations

Il est prévisible que, dans ce secteur des classes de nature, le Centre de St-Damase subisse la concurrence d'autres Centre de Plein Air de la région.

Recommandations

- 33- Veiller à ce que l'organisation matérielle du séjour soit bien planifiée.
- 34- Etaler les classes pour qu'elles soient profitables sur une période de 2 ou 3 jours au minimum.
- 35- Mettre l'accent sur la compétence du personnel d'encadrement des élèves et sur la qualité des structures matérielles d'accueil.
- 36- Affecter, dans l'éventualité d'une entente avec les commissions scolaires, un animateur qui travaillerait en collaboration avec les professeurs responsables des groupes d'élèves.
- 37- Contacter les clubs 4H de la région pour étudier la possibilité d'organiser des stages de formation au Centre de St-Damase.

C - L'ENCADREMENT ET L'ANIMATION DU CENTRE

Considérations

Les emplois créés par le Centre ne sont pas des emplois permanents et ne fournissent que des revenus d'appoint. Ces gains sont appréciables seulement pour ceux qui bénéficient de deux sources de revenus (Projet d'Initiative Locale et budget normal du Centre).

Le Centre n'a pas réussi à freiner ou même à ralentir l'exode de la population de St-Damase.

Le problème principal du Centre n'est pas un problème de clientèle, mais plutôt de qualité des activités et des services offerts. Et pour cela, le recours aux ressources humaines de l'extérieur serait un avantage.

Recommandations

38- Assurer au personnel de soutien un revenu d'appoint plus important.

39- S'efforcer même de créer des emplois plus stables. Dans ce but, un noyau de personnes permanentes, composé d'administrateurs et de spécialistes en loisirs, devrait être constitué pour assurer au Centre la stabilité et la mise en application cohérente des objectifs définis.

40- Engager des personnes qualifiées et spécialisées dans les activités de loisirs et de plein air, conformément à l'orientation fondamentale du Centre. Il importe donc de repenser complètement tout le problème de l'animation du Centre car il s'agit là d'un élément essentiel pour attirer et retenir la clientèle actuelle et une clientèle nouvelle. La bonne volonté et l'improvisation ne sauraient ici remplacer la compétence et l'expérience d'animateurs qualifiés.

Considérations

Il faut cependant mettre en garde les administrateurs du Centre

Recommandations

Il faudrait donc distinguer des animateurs seniors, formés dans les CEGEP ou ailleurs, et des animateurs juniors, pouvant agir comme assistants des premiers, sans avoir reçu de formation spéciale. L'ensemble des animateurs devraient relever d'un directeur de l'animation (lequel pourrait être un animateur senior). Ce directeur d'animation disposerait d'une certaine autonomie d'action par rapport au directeur général du Centre, bien qu'il devrait être maintenu sous son autorité.

- 41- Faire assumer par le Haut-Commissariat le coût de l'engagement d'un directeur de l'animation spécialisé en loisir.
- 42- Faire travailler cet animateur en collaboration avec le Conseil des Loisirs de l'Est du Québec (C.L.E.Q.)
- 43- Elargir le conseil d'administration pour mieux tenir compte des besoins du Centre et de son insertion régionale. On pourrait y intégrer par exemple, le directeur de l'animation ainsi qu'un représentant d'Opération Dignité I et/ou un représentant de la Société d'exploitation des ressources de la Métis.
- 44- Constituer au sein du bureau de direction une majorité d'administrateurs qui soit composée de citoyens

Considérations

contre ces appuis, car, à long terme, il pourrait y avoir danger de technocratisation des loisirs.

Par une formation adaptée à l'orientation du Centre, et un effort constant pour se tenir au courant de l'évolution des loisirs au Québec, les administrateurs conserveront leur pouvoir de jugement, de décision, et donc leur indépendance.

Recommandations

locaux, afin d'éviter que le contrôle du Centre de Plein Air n'échappe à la population locale.

- 45- Inciter les principaux administrateurs à se perfectionner dans les activités de Plein Air au moyen de cours ou de rencontres avec des spécialistes en loisir.
- a) le Conseil des Loisirs de l'Est du Québec est disposé à entrer en contact avec les responsables du Centre et à définir avec eux leurs besoins spécifiques, à la suite de quoi, il organisera un cours en administration et en animation des loisirs.
 - b) le Centre d'études en loisirs de l'Université du Québec à Trois-Rivières se prépare à décentraliser bientôt dans la région, probablement à Rimouski, un cours en récréologie pour les travailleurs en loisir.
 - c) les C.E.G.E.P. de Matane et de Rivière du Loup dispensent aussi des cours en loisir, tourisme, activités de plein air, et marketing.
- 46- Proposer, dans la mesure où les frais d'inscription à ces cours seront à la charge des administrateurs, qu'un or-

Considérations

Recommandations

ganisme gouvernemental, provincial
ou fédéral subventionne cette for-
mation.

D - LES ACTIVITES ET LES EQUIPEMENTS DU CENTREConsidérations

Le Centre a une vocation de loisir et de récréation. Sa clientèle, pour une bonne part, est de type familial, et ses activités s'étendent de plus en plus sur une base annuelle.

Recommandations

47- Etendre progressivement les activités du Centre sur une base annuelle.

48- Mettre en place pour l'hiver des équipements sportifs à caractère familial du type suivant:

- a) un circuit sur le lac pour les patineurs
- b) une patinoire pour les sports d'équipe
- c) une aire pour les enfants qui font l'apprentissage du patin
- d) une glissoire en bois pour les enfants et les adultes (traîne-sauvage)
- e) des pistes de raquettes et de ski de fond avec relais pour les longues randonnées.

49- Développer pour l'été les infrastructures sportives déjà existantes, et créer de nouveaux équipements à caractère familial du type suivant:

- agrandir la plage et améliorer le système de surveillance
- favoriser la pratique de la voile en disposant dans un premier temps de petits voiliers pour l'apprentissage, appelés "sabots" et destinés aux enfants. Des cours d'initiation à la voile pourraient ainsi être dispensés

Considérations

La clientèle du Centre apprécie les activités récréatives pour les enfants.

Recommandations

par un moniteur compétent durant une certaine période de l'été.

- 50- Construire une barbotteuse, un terrain de jeux pour les enfants (carrés de sable, échelles, balançoires, manèges, planches)
- 51- Maintenir et développer la garderie (atelier d'art)
- 52- Aménager:
- a) des terrains de jeux pour les sports d'équipe
 - b) des aires de jeux pour le volleyball, le badminton, la pétanque, le fer à cheval, le tir à l'arc, le minigolf
 - c) un court de tennis
 - d) des pistes pour cyclistes avec système de location et structure de rangement.
- 53- Créer des pistes d'hébertisme
- 54- Maintenir les activités d'animation écologique en dépit de leur demi-succès.
- La stratégie de sensibilisation du public pourrait être repensée. Dans cette optique, le développement des classes vertes est susceptible de devenir l'élément moteur des activi-

ConsidérationsRecommandations

tés écologiques et il faudra en conséquence planifier leur développement.

- 55- Indiquer à l'aide de panneaux, le long des sentiers écologiques les principales formations végétales.
- 56- Prévoir des aires de repos sur le parcours de ces sentiers qui serviraient également pour les randonnées pédestres.
- 57- Construire un amphithéâtre qui permette la réalisation d'activités telles que projection audio-visuelles, soirées, spectacles, théâtre, etc.
- 58- Organiser dans le chalet d'accueil des soirées dansantes, des soirées de danses folkloriques, des parties de bingo, de cartes, etc.
- 59- Faire des veillées avec feux de camp. Un animateur ferait participer les gens à ces veillées.
- 60- Construire un pavillon éducatif non loin de la cafétéria actuelle afin d'y concentrer les services et les activités liées à l'étude de la nature. On pourrait trouver dans ce pavillon une bibliothèque avec salle de lecture, salle de conférence pour les cours et les projections de films à des groupes restreints et une peti-

ConsidérationsRecommandations

te salle d'exposition consacré à des thèmes éducatifs: collection de feuilles ou d'essences d'arbres, techniques de coupe et de reboisement, techniques agricoles traditionnelles et modernes, etc. Ces différents thèmes pourraient alterner selon les besoins.

61- Rendre le service de la cafétéria plus rapide et plus fonctionnel.

62- Enlever les "machines à boules" installées dans la cafétéria. Outre le fait qu'elles soient bruyantes et nuisent à l'atmosphère du Centre, ces machines introduisent un élément commercial peu souhaitable, et contribuent à détourner les jeunes des activités de plein air qui constituent la principale raison d'être du Centre.

La création du Centre de Plein Air n'a pas pu relancer l'activité commerciale dans le village de St-Damase. Toutefois, le commerce local, grâce à ce Centre, profite d'un revenu saisonnier, et l'installation d'un dépanneur sur le site même du Centre lui serait par conséquent néfaste.

63- Eviter qu'un service de dépannage ne soit offert sur place à la clientèle de campeurs du Centre.

E - L'INSERTION REGIONALE DU CENTREConsidérations

Le relevé des attraits touristiques dans l'aire immédiate de St-Damase, a permis d'élaborer un circuit touristique que pourraient éventuellement emprunter les visiteurs séjournant au Centre de Plein Air.

Recommandations

- 64- Mettre tout en oeuvre pour prolonger le séjour du campeur au Centre de Plein Air.
- 65- Créer dans les plus brefs délais le circuit touristique proposé.
- 66- Obtenir du Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche, de financer l'impression d'une brochure afin de rendre le circuit proposé opérationnel.
- 67- Inviter la Corporation Touristique de la Mitis à animer le circuit, en prenant en charge l'élaboration du contenu de la brochure.
- 68- Imprimer une brochure contenant une carte du tracé proposé et une description détaillée des principaux attraits jalonnant le circuit.
- 69- Faire reconnaître au Ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche, l'existence de la Corporation Touristique de la Mitis en tant qu'instrument de promotion touristique régional afin de la rendre éligible à son programme de subventions.

Considérations

Les propriétaires des centres d'hébergement de l'aire immédiate de St-Damase, ne donnent des informations sur le Centre de Plein Air, que dans la mesure où leurs clients les interrogent sur les équipements touristiques disponibles dans la région.

Les chutes de Price, sur la rivière Métis, constitueraient si elles étaient aménagées, un attrait touristique certain pour la région.

Recommandations

70- Proposer à la Corporation Touristique de la Mitis de se tourner vers les propriétaires d'établissements touristiques pour leur faire accepter le principe du partage des frais d'impression de la brochure mentionnée plus haut avec le Ministère du Tourisme.

71- Remettre cette brochure en mains propres à tout visiteur lors de son inscription à l'hôtel, au motel ou au camping, et ce, dans un rayon de 25 à 30 milles autour de St-Damase.

72- Faire accepter par l'Hydro-Québec, le Ministère du Tourisme, et la municipalité de Price, la nécessité d'une intervention à frais partagés pour réaliser le projet d'aménagement touristique des chutes de Price sur la rivière Métis.

73- Faire admettre par la Corporation Touristique de la Mitis, le principe de l'aménagement, à St-Octave de Métis, d'un centre qui valoriserait le patrimoine historique local et qui rappellerait aux visiteurs:

ConsidérationsRecommandations

- a) les principaux événements entourant la construction au XIXe siècle, du chemin Kempt reliant Métis à Ristigouche
- b) les étapes marquantes de la mise en place du peuplement dans la vallée de la Matapédia au XIXe et XXe siècle.

74- Elaborer sous l'égide de la Corporation Touristique de la Mitis en collaboration avec les citoyens de St-Octave de Métis, le Ministère des Affaires Culturelles et les historiens de la région⁽¹⁾, un avant-projet concernant ce musée qui étudierait les points suivants:

a) le contenu

- les raisons de la conception du chemin de Kempt,
- les techniques de construction et de transport,
- les accidents survenus,
- les légendes que le chemin a fait naître,
- la fonction militaire du chemin et son service d'acheminement du courrier,
- les sources de documentation et les photos disponibles,

b) l'emplacement

- un bâtiment de l'époque pourrait accueillir le musée.

(1) entre autres ceux des CEGEP de Matane et de Rimouski et ceux de l'Université du Québec à Rimouski.

F - LES PROPOSITIONS PARTICULIERESConsidérations

L'affluence de la clientèle lors des jours de fin de semaine, l'absence de personnel suffisant et qualifié ainsi que le manque de rigueur scientifique observé lors de la compilation des données, rendent précaire sinon impossible tout recueil d'informations quant à l'importance et à l'évolution de la clientèle du Centre de Plein Air.

Recommandations

- 75- Dissocier la vie de camping des activités de loisir qui doivent occuper des emplacements bien déterminés.
- 76- Faire observer sur le terrain de camping une réglementation stricte concernant plus particulièrement le bruit et la circulation.
- 77- Imposer le couvre-feu à partir de 22 heures sur l'ensemble du Centre.
- 78- Centraliser l'enregistrement des visiteurs et des campeurs au sein d'un même bâtiment de façon à regrouper l'accueil en un même lieu.
- 79- Adopter pour les visiteurs une fiche d'enregistrement unique comprenant les renseignements suivants:
- a) la date
 - b) le nombre de personnes
 - c) le lieu de résidence permanente
 - d) la profession
- 80- Assurer une compilation hebdomadaire de ces renseignements.

ConsidérationsRecommandations

- 81- Adopter pour les campeurs une fiche d'enregistrement simple, incluant les renseignements de base usuels de façon à permettre une meilleure connaissance des caractéristiques de sa clientèle en vue d'une planification plus adéquate de ses activités.
- 82- Répondre à cet objectif en consultant en annexe I un type de fiche d'enregistrement.
- 83- Compléter la fiche d'enregistrement du campeur par un questionnaire plus élaboré qui serait remis à ce dernier lors de son arrivée et qui pourrait prendre la forme de celui que nous présentons en annexe 2.

CONCLUSION

Nous sommes conscients qu'en raison du grand nombre de recommandations que nous faisons, il faudra étaler leur réalisation sur une période de temps qui tienne compte des objectifs et des priorités de développement que se fixeront, à brève échéance, les membres du Conseil d'Administration du Centre de Plein Air familial de St-Damase.

Nous en sommes d'autant plus conscients que certaines propositions débordent largement le cadre du Centre lui-même et que d'autres impliquent des ressources financières dont ne disposent pas les administrateurs pour l'instant.

A cela s'ajoute la filière gouvernementale et sa multitude de programmes que se partagent et mettent en oeuvre autant de ministères aux deux palliers de décision.

Aussi importe-t-il, pour la réalisation du programme que nous préconisons, que ministères fédéraux et provinciaux se consultent et harmonisent leur politique d'intervention et de subvention afin d'éviter que les énergies dont le Centre a besoin pour réaliser son objet ne se gaspillent en pure perte.

Annexe 1

PROPOSITION DE FICHE D'ENREGISTREMENT DES CAMPEURS

No d'immatriculation _____ No de permis _____

Nom _____ No du site _____

Lieu de résidence permanente _____

Renouvellement oui non

Genre de location:	N. Jrs	N. Jrs-Camp.	Prix	Taxe	Montant
Camping					
Roulotte					
Chalet					
-					
-					

Date: _____ Signature _____

Annexe 2

PROPOSITION D'UN QUESTIONNAIRE PORTANT
SUR LES CAMPEURS ET LEURS BESOINS

Afin de mieux vous servir, nous vous demandons de bien vouloir répondre à ce questionnaire. La connaissance des caractéristiques et besoins de nos visiteurs nous permettra ainsi d'améliorer la qualité et la diversité de nos aménagements.

VOUS ET LES VOTRES

1. Indiquer votre lieu de résidence permanente.

Ville/village

Province/état

2. Combien de membres de votre groupe font partie de chacune des catégories d'âge et de sexe suivantes?

	4 ans ou moins	5-12	13-17	18-25	26-35	36-55	56 +
homme							
femme							

3. Quelle est votre occupation?

4. Dans quelle classe de revenu vous situez-vous?

moins de \$5,000.

\$12,000 à \$14,999.

\$5,000. à \$7,999.

\$15,000 à \$19,999.

\$8,000. à \$11,999.

\$20,000 et plus

5. Quel genre d'équipement de camping utilisez-vous?

tente

tente-roulotte

camion-campeur

roulotte

roulotte motorisée

autre (précisez)

12. Vous arrive-t-il de camper en groupe (2 tentes ou plus)?

oui non

Si oui, aimeriez-vous, à cette occasion, pouvoir bénéficier d'emplacements regroupés?

oui non

13. Considérez-vous la localisation d'un terrain de camping à proximité de l'eau comme très importante?

oui non

Si oui, comment jugez-vous la localisation de ce terrain-ci?

excellente médiocre
bonne mauvaise

14. La distance entre votre emplacement et les emplacements voisins est:

convenable trop longue trop courte

15. La distance entre votre emplacement et le bâtiment sanitaire est:

convenable trop longue trop courte

16. Quel emplacement occupez-vous actuellement?

17. Quel type d'emplacement préférez-vous?

en milieu boisé
en milieu semi-boisé
en milieu ouvert

18. Pendant votre séjour avez-vous été amené à quitter le Centre pour vous approvisionner (ex. nourriture)?

oui non

19. Quels services devraient être fournis sur ce terrain qui ne s'y trouvent pas?

VOUS ET LES ACTIVITES DU CENTRE

20. Avez-vous utilisé les services suivants ou avez-vous participé aux activités suivantes (vous ou vos enfants, s'il y a lieu)?

oui non

- Location de chaloupes ou de pédalo
- Gondole
- Plage
- Terrain de jeu
- Pêche
- Equitation
- Veillée avec feu de camp
- Mini-rallye (course au trésor)
- Atelier d'art pour enfants
- Visites écologiques avec guide
- Films ou cours sur la nature
- Sports organisés
- Autre

QUESTIONNAIRE D'ENQUETE UTILISE LORS DE L'ETUDE
SUR LES ATTENTES DES CAMPEURS ET SUR LA SATISFAC-
TION DE LEURS BESOINS

No du questionnaire	_____	(1-3)
No du site	_____	
No de license	
Type de camping:		
	a) tente	1
	b) roulotte	2

A) ATTENTES

- Q. 1 Lorsque vous choisissez un terrain de camping, que préférez-vous d'une façon générale?
(un seul choix) (5)
- a) un endroit isolé pour avoir la paix? 1
 - b) un endroit où les gens peuvent se mêler entre eux pour faire ce qu'ils veulent d'eux-mêmes? 2
 - c) un endroit où on peut suivre des activités organisées? 3
 - d) ne sais pas 4
- Q. 2 Quels sont les principaux services et équipements qui vous semblent les plus importants pour un terrain de camping, sur le plan des loisirs?
(indiquer 3 choix par ordre d'importance de 1 à 3)
- a) une salle de loisirs (6)
 - b) un endroit pour se baigner (7)
 - c) un atelier d'art (8)
 - d) une garderie pour enfants (9)
 - e) des sentiers écologiques (10)
 - f) un terrain de jeu (11)
 - g) un restaurant (12)
- Q. 3 Si vous aviez le choix entre les activités de loisirs suivantes, quelles sont les trois (3) principales activités que vous choisiriez de préférence?

(1 à 3 par ordre d'importance)

- a) cinéma (13)
- b) visites écologiques guidées (14)
- c) activités pour vos enfants (15)
- d) sports d'équipe organisés (16)
- e) équitation (17)
- f) atelier d'art (18)
- g) bingo (19)
- h) veillée avec feu de camp (20)

B) SATISFACTION DES BESOINS

Q. 4 D'une façon générale, êtes-vous satisfait (e) de l'aménagement matériel de votre site de camping? (21)

- a) oui 1
- b) non 2
- c) plus ou moins 3
- d) ne sais pas 4

Q. 5 Quels sont vos principaux sujets de plainte?

- a) pas d'électricité (22)
- b) toilettes malpropres (23)
- c) eau courante trop loin (24)
- d) trop de bruit (25)
- e) trop près de voisins (26)
- f) malpropreté de l'emplacement (27)
- g) autre (28)
- h) aucune plainte (29)
- i) N.S.P. (30)

Q. 6 Quels sont les services et les équipements de loisirs que vous avez utilisés le plus souvent au Centre de plein air de St-Damase?
(indiquer 3 choix par ordre d'importance)

a) location d'embarcation	(31)
b) plage	(32)
c) équitation	(33)
d) terrain de jeu	(34)
e) pêche	(35)
f) atelier d'art pour enfants	(36)
g) sentiers écologiques avec guide	(37)
h) mini-rallye (course au trésor)	(38)
i) excursions en bateau de groupe	(39)
j) autre	(40)
k) aucun	(41)

Q. 7 Parmi les services et les équipements du centre, quel est celui qui, selon vous, est le mieux organisé? (42-43)

a) location d'embarcation	01
b) plage	02
c) équitation	03
d) terrain de jeu	04
e) pêche	05
f) atelier d'art pour enfants	06
g) sentiers écologiques	07
h) mini-rallye (course au trésor)	08
i) excursions en bateau de groupe	09
j) autre _____	10
k) aucun	11
l) N.S.P.	12

Q. 8 Parmi ces services, quel est, selon vous, celui qui devrait être amélioré en priorité? (44-45)

a) location d'embarcations	01
b) plage	02
c) équitation	03
d) terrain de jeu	04
e) pêche	05

(suite)

- | | |
|-----------------------------------|----|
| f) atelier d'art pour enfants | 06 |
| g) sentiers écologiques | 07 |
| h) mini-rallye (course au trésor) | 08 |
| i) excursions en bateau de groupe | 09 |
| j) autre _____ | 10 |
| k) aucun | 11 |
| l) N.S.P. | 12 |

Q. 9 Saviez-vous qu'il y a des animateurs de loisirs sur le terrain, qui sont à votre disposition pour certaines activités? (46)

- | | | |
|--|-----|---|
| (Si c'est <u>non</u> , passer à Q. 12) | oui | 1 |
| | non | 2 |

Q. 10 Si oui, avez-vous déjà participé à l'une des activités suivantes qu'ils organisent? (47)

- | | | |
|---------------------------------|-----|--------|
| a) jeux extérieurs organisés | oui | 1 |
| | non | 2 |
| b) jeux de sentiers écologiques | oui | 1 (48) |
| | non | 2 |
| c) atelier d'art pour enfant | oui | 1 (49) |
| | non | 2 |
| d) autre _____ | oui | 1 (50) |
| | non | 2 |

Q. 11 Que pensez-vous de leur travail?

Q. 12 Pour vous, la présence d'animateurs de loisirs sur un terrain de camping est-elle:

- | | |
|--|--------|
| a) nécessaire | 1 (51) |
| b) plus ou moins nécessaire | 2 |
| (Question contrôle de Q.1) c) pas nécessaire | 3 |
| d) N.S.P. | 4 |

Q. 13 D'une façon générale, considérez-vous que la fin de semaine, il y a ...

- | | |
|--|--------|
| a) trop de monde sur les terrains du centre? | 1 (52) |
|--|--------|

- b) ou qu'il y a suffisamment de place pour tout le monde? 2
- c) N.S.P. 3

C) HABITUDES ET COMPORTEMENT

- Q. 14 Considérez-vous le camping (ou le caravaning) ...
- a) comme la façon habituelle de prendre vos vacances? 1 (53)
1
- b) comme une façon plutôt occasionnelle? 2
- Q. 15 Comment avez-vous appris l'existence du Centre de plein air de St-Damase?
- a) journaux 1 (54)
b) dépliants publicitaires 2
c) parents ou amis 3
d) radio ou t.v. 4
e) _____ 5
- Q. 16 Selon vous, existe-t-il une différence entre le Centre de plein air de St-Damase et les autres terrains de camping?
- oui 1 (55)
non 2
N.S.P. 3
- Si oui, quelle est la différence?
- _____
- _____
- Q. 17 Où avez-vous acheté le gros de votre nourriture pour votre séjour de camping ici?
- a) à St-Damase 1 (56)
b) à Baie-des-Sables 2
c) à St-Noël 3
d) à Rimouski 4
e) à Matane 5
f) autre _____ 6
- Q. 18 Avez-vous déjà mangé un ou des repas au restaurant du Centre?
(Si non, passer à Q. 20)
- oui 1 (57)
non 2

Q. 19 Si oui, combien de fois?	1 fois	1 (58)
	2 fois	2
	3 fois	3
	4 fois et plus	4

D) VARIABLES DESCRIPTIVES

Q. 20 Quel est le nom de la ville ou du village où vous habitez?

nom: _____

à ½ heure: 1	plus de 3 heures Est: 6
à 1 heure: 2	Côte-Nord: 7
à 1½ " : 3	Ailleurs au Québec: 8
à 2 " : 4	N.B. 9
à 3 " : 5	Canada (sauf NB et PQ: 10
	U.S.A.: 11

(59-60)

--	--	--

Q. 21 Type de campeur:	a) famille	1
	b) couple sans enfants	2
	c) amis	3

Q. 22 Nombre de personnes:	1 personne	1 (62)
	2 personnes	2
	3 à 5	3
	6 et plus	4

Q. 23 Nombre d'enfants de moins de 13 ans:	1 enfant	1 (63)
	2 enfants	2
	3 enfants	3
	4 et plus	4

Q. 24 Quelle est la durée de votre séjour ici?	1 nuit	1 (64)
	2 à 3 nuits	2
	4 à 7 nuits	3
	plus d'une semaine	4
	plus de deux semaines	5

Q. 25 Quelle est votre occupation principale? (65-66)

--	--	--

Q. 26 Dans quel groupe d'âge vous situez-vous?

moins de 20 ans	1	(67)
20 à 30 ans	2	
30 à 40 ans	3	
40 à 50 ans	4	
50 à 60 ans	5	
60 ans et plus	6	
refus de répondre	7	

Q. 27 (Sexe du répondant)

masculin	1	(68)
féminin	2	

Date: ... août 1975

1	(69)
2	

Merci!

QUESTIONNAIRE D'ENQUETE UTILISE LORS DE L'ETUDE SUR
LES ATTENTES DES VISITEURS ET SUR LA SATISFACTION DE
LEURS BESOINS

No du questionnaire

(1 à 3)

A) ATTENTES

Q. 1 (2) Quels sont les principaux services et équipements qui vous semblent les plus importants pour un terrain de camping, sur le plan des loisirs ? (indiquer 3 choix par ordre d'importance)

(4)

- a) une salle de loisirs
- b) un endroit pour se baigner
- c) un atelier d'art
- d) une garderie d'enfants
- e) des sentiers écologiques
- f) un terrain de jeu
- g) un restaurant

1
2
3

B) SATISFACTION DES BESOINS

Q. 2 (4) D'une façon générale, êtes-vous satisfait(e) de l'aménagement matériel du centre?

(5)

- oui
- non
- plus ou moins
- N.S.P.

1
2
3
4

Q. 3 (6) Quels sont les services et les équipements de loisirs que vous avez utilisés aujourd'hui?

- (Cochez les réponses)
- 01 location d'embarcation (6)
 - 02 plage (7)
 - 03 équitation (8)
 - 04 terrain de jeu (9)
 - 05 pêche (10)
 - 06 atelier d'art pour enfants (11)
 - 07 sentiers écologiques avec guide (12)
 - 08 mini-rallye (course au trésor) (13)
 - 09 excursions en bateau de groupe (14)
 - 10 autre (15)
 - 11 aucun _____ (16)
 - 12 N.S.P.

Q. 4 (8) Parmi les services du centre, quel est, selon vous, celui qui devrait être amélioré en priorité?

(17-18)

- Q. 5 (12) Pour vous, la présence d'animateurs de loisirs sur un terrain de camping est-elle...
- | | | |
|-----------------------------|---|------|
| a) nécessaire | 1 | (19) |
| b) plus ou moins nécessaire | 2 | |
| c) pas nécessaire du tout | 3 | |
| d) N.S.P. | 4 | |

- Q. 6 (13) D'une façon générale, considérez-vous que la fin de semaine, il y a...
- | | | |
|---|---|------|
| a) trop de monde sur les terrains du centre? | 1 | (20) |
| b) ou qu'il y a suffisamment de place pour tout le monde? | 2 | |
| c) N.S.P. | 3 | |

- Q. 7 (16) Selon vous, existe-t-il une différence entre les Centre de plein air de St-Damase et les autres terrains de camping?
- | | | |
|--------|---|------|
| oui | 1 | (21) |
| non | 2 | |
| N.S.P. | 3 | |

Si oui, quelle est la différence?

- Q. 8 (18) Avez-vous pris un diner ou un lunch au restaurant du Centre aujourd'hui?
- | | | |
|-----|---|------|
| oui | 1 | (22) |
| non | 2 | |

D) VARIABLES DESCRIPTIVES

- Q. 9 (20) Quel est le nom de la ville ou du village où vous habitez? nom: _____ (23-24)
- | | | |
|-------------|---------------------------|--|
| ½ heure: 01 | plus de 3 h. dans Est: 06 | |
| 1 " " : 02 | Côte Nord: 07 | |
| 1½ " " : 03 | Ailleurs au Québec: 08 | |
| 2 " " : 04 | N.B. 09 | |
| 3 " " : 05 | Canada (sauf PQ & NB) 10 | |
| | U.S.A. 11 | |

- Q. 10 (21) Etes-vous venus ici...
- | | | |
|-------------------|---|------|
| seul? | 1 | (25) |
| en famille? | 2 | |
| comme couple? | 3 | |
| en groupe d'amis? | 4 | |

Q. 11 Où avez-vous logé la nuit dernière?

a) chez vous?
(ou)

b) à l'extérieur de chez vous?

(Si c'est à l'extérieur, où? _____)

1 (26)

2

(27-28)

Q. 12 Où comptez-vous loger la nuit prochaine?

a) chez vous?

b) extérieur?

(Si c'est à l'extérieur, où? _____)

1 (29)

2

(30-31)

Q. 13 Quelle est votre occupation principale?

(32-33)

Q. 14 Dans quel groupe d'âge vous situez-vous?

moins de 20 ans

20 à 30 ans

30 à 40 ans

40 à 50 ans

50 à 60 ans

60 et plus

1 (34)

2

3

4

5

6

Q. 15 (Sexe du répondant)

masculin

féminin

1 (35)

2

DATE ... août 1975

1 (36)

2

Merci de votre collaboration!

