



# ACCUEILLIR LA CLIENTÈLE FAMILIALE

Guide d'accompagnement des parcs régionaux



# TABLE DES MATIÈRES

---

À propos de ce guide	<b>3</b>
Remerciements	<b>4</b>
Diagnostic stratégique pour les parcs régionaux du Québec	<b>5</b>
Possibilités et menaces	<b>5</b>
Forces et faiblesses	<b>6</b>
Grandes tendances du tourisme familial	<b>7</b>
Un exemple au Québec : « Expérience famille » dans les parcs de la SÉPAQ	<b>9</b>
Un exemple ailleurs dans le monde : « Label Famille Plus » en France	<b>10</b>
Recommandations pour l'adoption d'une stratégie d'accueil des familles	<b>11</b>
Des défis à relever	<b>11</b>
Pourquoi une stratégie d'accueil des familles dans les parcs régionaux du Québec?	<b>11</b>
Recommandations	<b>12</b>

# À PROPOS DE CE GUIDE

---

Les voyages en famille font partie des nouvelles tendances en tourisme. En effet, les familles forment l'un des segments présentant le plus fort taux de croissance en tourisme. Notons aussi que dans le contexte de la pandémie de COVID-19, les voyages à l'international sont en forte baisse, ce qui amène un plus grand nombre de familles québécoises à voyager au Québec et à profiter de la richesse de notre territoire.

Les parcs régionaux du Québec sont de grands espaces nature de proximité où le plein air se vit facilement et quotidiennement. Rendant accessibles des territoires exceptionnels pour la pratique d'activités de plein air, ils contribuent à une meilleure qualité de vie en favorisant le rapprochement avec la nature et un mode de vie actif.

**En ce sens, les parcs régionaux sont déjà bien positionnés pour se doter d'une stratégie d'accueil des familles. Offrant un cadre structuré et sécuritaire pour la pratique d'activités de plein air, ils sont des lieux idéaux pour cette clientèle.**

Ce guide est conçu pour aider les parcs régionaux à se doter d'une stratégie d'accueil des familles. Vous y trouverez des exemples de bonnes pratiques et des pistes de réflexion qui vous aideront à adapter vos infrastructures et vos services aux réalités de cette nouvelle clientèle.

Soulignons que ce guide n'est pas une solution clés en main. Chaque parc régional est unique et la mise en œuvre d'une stratégie d'accueil des familles peut se faire de diverses manières, en fonction des réalités de chacun. Des facteurs comme les caractéristiques du territoire, le budget d'opérations, la culture d'entreprise, les qualifications des guides, entre autres choses, seront à considérer dans l'élaboration de vos stratégies.

**Note :** Lorsqu'on parle de tourisme familial, on fait référence à un groupe composé d'au moins un adulte accompagné d'au moins un enfant âgé de moins de 18 ans, qui participent à diverses formes d'activités touristiques.

# REMERCIEMENTS

---

Nous tenons à remercier les personnes suivantes pour leur importante contribution à ce guide :

Marie-Claude Provost - directrice générale, parc régional Kiamika

Karl Grondin - président, parc de la Rivière Gentilly

Sylvain Valiquette - ex-directeur général, parc régional du Mont-Ham

Ce projet a été réalisé grâce au soutien financier du ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur du Québec.

Québec 

# DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE POUR LES PARCS RÉGIONAUX DU QUÉBEC

---

## POSSIBILITÉS

- Les familles forment l'un des segments présentant le plus fort taux de croissance en tourisme.
- Les familles ne considèrent désormais plus les vacances annuelles comme un luxe, mais bien comme une nécessité.
- Les enfants influencent, directement ou indirectement, les intentions de voyage de leurs parents.
- Une vaste majorité d'enfants ont aujourd'hui accès à Internet à leur domicile et surfent sur le web chaque jour.
- Les familles représentent 30 % du marché des voyages d'agrément dans le monde (Schänzel, et Yeoman, 2015).
- En 2015, le réseau de la SÉPAQ a adopté une stratégie d'accueil des familles (« Expérience famille ») qui a fait augmenter de manière significative le nombre d'entrées payantes dans ses parcs.
- Le nombre de voyages à l'international est en forte baisse en raison de la pandémie de COVID-19 et de plus en plus de familles québécoises voyagent au Québec pour motifs de sécurité sanitaire.

## MENACES

- Plusieurs concurrents directs : parcs de la SÉPAQ, entreprises privées, etc.
- Plusieurs concurrents indirects : piscines publiques, campings privés, camps de jour, etc.
- Le réseau de la SÉPAQ possède une grande force de communication.
- Les familles qui voyagent forment de nombreux sous-groupes ayant leurs réalités propres : familles monoparentales, recomposées, homoparentales, etc. On note aussi que les grands-parents reviennent au centre du jeu.
- La crise de la COVID-19 a entraîné une diminution du pouvoir d'achat des ménages.
- Cette crise vient aussi avec une crainte des rassemblements dans les lieux publics.



# DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE POUR LES PARCS RÉGIONAUX DU QUÉBEC

---

## FORCES

- Deux qualités de l'offre d'hébergement dans les parcs régionaux :
  - Grande diversité, notamment pour l'hébergement insolite
  - Options pour différents budgets
- Les employés des parcs régionaux sont passionnés et motivés à contribuer à la réussite de leur parc.
- L'Association des parcs régionaux du Québec (PaRQ) est de plus en plus reconnue par les intervenants de l'industrie.
- Les parcs bénéficient de la force d'un réseau pour la formation et le partage de connaissances.
- Nombreux services offerts dans les parcs :
  - 91 % offrent de l'animation : visites guidées, activités animées, activités d'initiation, activités culturelles, etc.
  - 62 % ont un service de restauration (principalement : restauration rapide et dépanneur).
  - Plusieurs offrent la location d'équipement, dont 43 % pour les activités hivernales : patin, ski de fond, ski alpin, raquette, etc.
  - 33 % proposent des embarcations nautiques : kayak, canot, rabaska, pédalo, etc.)

## FAIBLESSES

- Peu de mesures pour cibler les familles.
- Les employés ne sont pas formés pour accueillir les familles.
- Les infrastructures ne sont pas adaptées aux familles avec une poussette ou de jeunes enfants : blocs sanitaires, tables à langer, comptoir d'accueil, etc.
- Peu d'activités conçues pour les familles.
- Tarification pas nécessairement adaptée aux familles : location ou prêt d'équipement, frais d'accès pour les enfants, etc.
- Les Québécois ne connaissent pas beaucoup les parcs régionaux et leur potentiel pour les activités familiales.

# GRANDES TENDANCES DU TOURISME FAMILIAL

---

Les produits familiaux se diversifient dans l'industrie du tourisme. Loin d'être un produit de niche, le tourisme familial est en forte croissance. S'il est difficile de tout énumérer, il est tout de même possible de noter quelques grandes tendances du tourisme familial à l'échelle mondiale :

1. Sceaux de qualité dédiés aux activités familiales
2. Vacances actives et saines
3. Forfaitisation de l'offre
4. Restaurants et espaces thématiques
5. Activités de plein air avec jeunes enfants
6. Installations permettant un confort urbain en forêt (pubs, cafés, spas...)
7. Hébergement insolite
8. Marketing web à destination des enfants
9. Applications mobiles et médias sociaux pour découvrir et partager ses expériences
10. Déconnecter pour se reconnecter : événements et séjours de « détox numérique »

# GRANDES TENDANCES DU TOURISME FAMILIAL

Selon la Croix bleue, les aspects les plus importants d'une destination aux yeux d'une famille sont :

- **D'avoir un beau paysage (88 %)**
- D'être une nouvelle destination de voyage (83 %)
- De proposer des vacances à la plage (71 %)
- D'offrir la chance d'essayer différentes cuisines (69 %)
- **De proposer de l'aventure en plein air (49 %)**
- D'offrir de la plongée en apnée ou plongée sous-marine (42 %)
- **De proposer des sports nautiques (33 %)**
- **D'offrir du rafting en eau vive ou du kayak (31 %)**

Dans son enquête sur le tourisme familial aux États-Unis (données de 2016), la Family Travel Association décrit trois types de voyageurs familiaux :

- **les voyageurs prudents (*cautious travelers*)**
- **les voyageurs sans tracas (*hassle-free travelers*)**
- **les voyageurs intrépides (*intrepid travelers*)**

Dans son étude sur le tourisme familial à Montréal (3<sup>e</sup> édition, 2018), Tourisme Montréal fait état des activités que les familles préfèrent et mesure leur intention de les pratiquer de nouveau. Cette intention est particulièrement marquée pour :

- **la visite des parcs nationaux**  
(déjà fait : 52 %, intention de le faire dans le futur : 92 %)
- **les safaris ou l'observation de la faune**  
(déjà fait : 26 %, intention de le faire dans le futur : 60 %)



# UN EXEMPLE AU QUÉBEC

---

## « Expérience famille » dans les parcs de la SÉPAQ

Dans les parcs de la SÉPAQ, la stratégie « Expérience famille » comprend diverses mesures qui ciblent les familles.

Voici une liste non exhaustive des services de la SÉPAQ que nous avons répertoriés et qui facilitent l'expérience des familles dans les parcs :

- Espace de coloriage ou de jeu dans l'aire d'accueil
- Four à micro-ondes dans les espaces communautaires
- Dans les blocs sanitaires: tabouret, table à langer, comptoir surbaissé, grand évier ou bain pour bébé, toilette/urinoir pour enfant, douche familiale
- Abreuvoir pour enfant
- Jeux et jouets dans les chalets
- Boîtes à livres

### Prêt d'accessoires :

- Banc rehausseur
- Chaise haute
- Parc pour bébé
- Vaisselle pour enfant
- Tabouret
- Barrière
- Siège de toilette

### Prêt d'équipement :

- Poussette
- Vélo (pour les jeunes de 17 ans et moins)
- Barre girafe pour vélo
- Remorque de vélo pour enfant
- Remorque de ski de fond pour enfant
- Sac à dos porte-bébé

### Activités animées

(gratuites pour les moins de 17 ans)

- Randonnées guidées
- Causeries
- Pièces de théâtre

### Activités guidées

- Expositions
- Sentiers de découverte
- Panneaux de découverte

Application SÉPAQ EXPLO

# UN EXEMPLE AILLEURS DANS LE MONDE

---

## « Label Famille Plus » en France

Cette stratégie est proposée par des associations touristiques françaises qui mettent en valeur les communes offrant des activités et des services adaptés aux familles.

Volets couverts par la stratégie :

- Accueil et information
- Animation
- Activités
- Découverte et sensibilisation à l'environnement et au patrimoine
- Hébergement, restauration, commerces et services
- Équipements, transports et sécurité
- Tarifs adaptés aux familles ou aux enfants

La stratégie se décline en six engagements :

- Un accueil personnalisé pour les familles
- Des animations adaptées pour tous les âges
- Du plus petit au plus grand : à chacun son tarif
- Des activités pour petits et grands, à vivre ensemble ou séparément
- Tous les commerces et services sous la main
- Des enfants choyés par nos professionnels



# RECOMMANDATIONS POUR L'ADOPTION D'UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL DES FAMILLES

---

## **Des défis à relever**

Afin de devenir des territoires attrayants aux yeux des familles, les parcs régionaux doivent relever certains défis :

- Élaborer des activités adaptées aux enfants
- Proposer aux familles des tarifs et des forfaits attrayants
- Adapter les infrastructures aux besoins des familles
- Offrir la formation nécessaire aux employés
- Commercialiser des produits et des services conçus pour les familles

## **Pourquoi une stratégie d'accueil des familles dans les parcs régionaux du Québec?**

Les parcs régionaux du Québec sont de grands espaces nature de proximité où le plein air se vit facilement et quotidiennement. Rendant accessibles des territoires exceptionnels pour la pratique d'activités de plein air, ils contribuent à une meilleure qualité de vie en favorisant le rapprochement avec la nature et un mode de vie actif.

L'adoption d'une stratégie d'accueil des familles devrait permettre aux parcs régionaux de se positionner plus formellement comme lieux idéaux et sécuritaires pour passer du temps en famille sur de merveilleux terrains de jeux. Ultimement, accueillir les familles signifie aussi :

- Contribuer à la création des liens uniques entre parents, grands-parents et enfants.
- Contrer le « déficit nature » chez les jeunes et les aider à adopter de saines habitudes de vie.
- Optimiser les bienfaits du rapprochement avec la nature sur la santé physique et psychologique.

# RECOMMANDATIONS POUR L'ADOPTION D'UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL DES FAMILLES

---

## ENJEU

1

Forfaitisation et tarification attrayantes pour les familles

## RECOMMANDATIONS

- **Forfaits** pour activités guidées (pour 2 adultes et 2 enfants, ou 1 adulte et 1 ou 2 enfants).  
Exemple : <http://gorgedecoaticook.qc.ca/tarifs/>
- **Carte de saison ou annuelle** à tarif spécial pour les familles ou les résidents de la région.  
Exemple : <https://canyonportesenfer.qc.ca/tarifs/>
- **Accès gratuit** pour les enfants (âge à votre discrétion).  
Exemples : <https://montsaintjoseph.com/information/tarifification/>  
<https://massifdusud.com/tarifification/>
- **Tarifification** pour les familles.  
Exemple : <https://canyonportesenfer.qc.ca/tarifs/>
- **Prix ou prestation** pour parent seul avec enfants.

# RECOMMANDATIONS POUR L'ADOPTION D'UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL DES FAMILLES

---

## ENJEU

2

Réduction des dépenses des familles lors de la pratique d'une activité

## RECOMMANDATIONS

- **Location d'équipement** gratuite pour les enfants (âge à votre discrétion).
- **Prêt d'équipement** (raquettes, skis de fond, vélos, etc.) pour la pratique d'une activité.  
Exemple : [https://www.sepaq.com/annexes/famille/services-aux-familles.dot?language\\_id=2](https://www.sepaq.com/annexes/famille/services-aux-familles.dot?language_id=2)
- **Prêt d'accessoires** : banc rehausseur, chaise haute, parc pour bébé, vaisselle pour enfant, tabouret, barrière, siège de toilette, etc.
- **Hébergement** gratuit pour les enfants accompagnés de leurs parents.
- **Activités spéciales** gratuites pour les enfants.  
Exemple : <https://montham.ca/camping-au-sommet/>
- En contexte de pandémie, offrir un **rabais** (par exemple : 50 %) aux employés du réseau de la santé qui fréquentent le parc en famille.



# RECOMMANDATIONS POUR L'ADOPTION D'UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL DES FAMILLES

---

## ENJEU

3

Adaptation des infrastructures des parcs aux besoins des familles

## RECOMMANDATIONS

- Repenser la hauteur des **comptoirs** (pour les enfants et les personnes en fauteuil roulant).
- À l'accueil, installer un **module d'appoint** pour que les enfants puissent être à la hauteur des employés.
- Réduire la hauteur des **seuils** à l'entrée afin de faciliter l'accès (par exemple, avec une poussette ou un fauteuil roulant).
- Espaces de **stationnement** pour les familles.
- **Aire de rassemblement** pour les enfants perdus.
- **Abris** en cas de mauvais temps.
- **Prêt de chariots** pour le transport des bagages vers les sites d'hébergement.
- Dans les **blocs sanitaires**: tabouret, table à langer, comptoir surbaissé, grand évier ou bain pour bébé, toilette/urinoir pour enfant, douche familiale.
- Dans l'**aire communautaire**: espace pour le coloriage ou le jeu, four à micro-ondes.
- Dans les **chalets**: jeux et jouets.
- **Sentiers** conçus pour les familles (niveau facile, dénivelé minime, possibilité de circuler avec une poussette, etc.).
- **Signalisation claire** des activités et des services dédiés aux familles (couleur ou icône).

# RECOMMANDATIONS POUR L'ADOPTION D'UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL DES FAMILLES

---

## ENJEU

4

Adaptation de l'hébergement aux besoins des familles

5

Formation du personnel

## RECOMMANDATIONS

- **Prêt ou location de lit** pour bébé et de draps (quantité adaptée à la demande du client).
  - **Location de duvet** pour enfants (petite taille).
  - **Local fermé** pour entreposer le matériel de loisirs (vélos, poussettes, etc.)
  - **Liste bien visible** des numéros de téléphone à composer en cas d'urgence (services d'urgence, centre antipoison, premiers répondants du parc, pharmacie, etc.)
- 
- **Formation pour les employés qui sont appelés à interagir avec les familles** : guides, employés de l'accueil, premiers répondants, etc. Le contenu de la formation variera en fonction de leurs responsabilités (animation, encadrement, accueil, premiers soins, etc.).

# RECOMMANDATIONS POUR L'ADOPTION D'UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL DES FAMILLES

## ENJEU

6

Offre d'activités adaptées  
aux enfants et aux familles

## RECOMMANDATIONS

- **Activités animées ou libres**: chasse au trésor, ateliers, balades thématiques, spectacles, contes, parcours incluant des défis comme des énigmes ou du géocaching, etc.  
Exemple: <https://www.cimes-aventures.com/activites-parcours/parcours-aventuriers.html>
- **Classification et signalisation claires** des sentiers selon le niveau de difficulté.  
Exemple: <https://www.valleebrasdunord.com/randonnee-pedestre-difficile>
- Activités prévues en cas de **mauvais temps**.
- Signalisation et panneaux d'interprétation **attrayants** pour les enfants (couleurs, images).
- **Souligner les succès** des enfants après une activité guidée ou autonome: médaille, certificat, courriel... selon votre imagination!
- **Programme d'animation** selon les particularités de chaque saison.
- **Sensibilisation** à la protection des milieux naturels, à l'environnement, aux principes Sans trace.
- Proposer une variété d'activités qui conviennent à **divers intérêts**:
  - Activités ludiques
  - Activités de découverte (culturelles, scientifiques...)
  - Activités sportives

# RECOMMANDATIONS POUR L'ADOPTION D'UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL DES FAMILLES

## ENJEU

7

Commercialisation des produits et des services ciblant les familles

## RECOMMANDATIONS

- **Mettre en évidence** les tarifs, activités et services offerts aux familles dans vos canaux de communication : site web, médias sociaux, affichage, etc.
- Sur le site web du parc, **regrouper les renseignements** utiles aux familles sur une page. Exemple : <https://rivieregentilly.com/activites-jeunesse/>
- **Collaboration** avec des organismes dédiés au plein air en famille, comme [Les petits aventuriers](#) et [Ti-mousse dans brousse](#).
- Avoir une **mascotte** ou désigner un animal comme **emblème** du parc, et s'en servir comme « porte-parole » des messages dédiés aux enfants.
- **Logo ou symbole** pour identifier les activités adaptées aux enfants dans vos publications et sur l'affichage du parc.
- Offrir la **possibilité de réserver** du matériel en ligne avant le séjour.
- **Prendre le temps d'informer** les familles sur les bonnes pratiques et les règlements à respecter lors des activités (en particulier dans le contexte actuel, où de nombreux visiteurs sont néophytes en plein air).
- Disposer d'une **banque de photos** afin de représenter les familles dans vos communications.
- Produire une **liste d'activités** possibles dans les environs du parc, afin de faciliter la planification d'un séjour familial dans la région : circuits de découverte des produits locaux, expositions ou présentations locales intéressantes pour les enfants, etc.