

L'OBSSOCO L'Observatoire
Société &
Consommation

L'Observatoire du rapport des Français aux loisirs

Synthèse et rapport d'analyse

Septembre 2020

Avec le soutien de



Compagnie des Alpes

Table des matières

SYNTHESE ET COMMENTAIRE DE PHILIPPE MOATI -----	4
Les Français sont massivement engagés dans les activités de loisirs -----	4
Qu'est-ce que les Français attendent des loisirs ? -----	6
Un temps partagé avec ses proches -----	6
Une rupture par rapport au quotidien, une inscription dans le ralentissement, le relâchement, la distraction -----	7
Un facteur de développement personnel -----	8
Une source de plaisir -----	8
Qu'est-ce que les Français trouvent dans la pratique des loisirs ? -----	9
Le ressenti d'états émotionnels positifs durant la pratique -----	9
Un enrichissement de la vie sociale -----	10
La valorisation de soi -----	11
Les loisirs : un ingrédient de la recette du bonheur ? -----	11
Des Français divisés quant à la place à donner aux loisirs -----	13
Conclusion -----	14
RAPPORT D'ANALYSE -----	17
INTRODUCTION -----	17
LE RAPPORT DES FRANÇAIS AUX LOISIRS -----	19
La place des loisirs n'est pas excessive -----	19
Qu'est-ce que les Français entendent par « loisirs » ? -----	21
LES ACTIVITES DE LOISIRS DE FRANÇAIS -----	28
Un engagement massif des Français dans les activités de loisirs -----	28
Des activités inégalement diffusées -----	29
Un engagement dans la pratique à géométrie variable -----	30
Une fréquence de pratique très inégale selon les activités -----	30
Des loisirs souvent très investis psychologiquement -----	31
Une mesure synthétique de l'engagement des Français dans les activités de loisir -----	33
Une typologie des pratiquants -----	35
Les « écrans » (28 % de l'échantillon) -----	35
Les « manuels » (23 % de l'échantillon) -----	35
Les « peu engagés » (22 % de l'échantillon) -----	35
Les « sorties » (17 % de l'échantillon) -----	36
Les « sportifs » (10 % de l'échantillon) -----	36
Les motivations -----	36
Effort et compétences -----	38
Loisirs et sociabilité -----	39
Les états émotionnels associés à la pratique -----	42
Le plaisir hédonique -----	43
L'expression de soi -----	43
Le flow -----	44
Des états émotionnels plus influencés par l'activité et le niveau d'investissement dans la pratique que par le profil du pratiquant -----	44
Les loisirs et la valorisation de soi -----	46
L'évaluation générale de la pratique -----	47
Les budgets consacrés aux loisirs -----	49
Les obstacles à la pratique -----	50

LES VACANCES -----	53
Les vacances idéales des Français -----	53
Cartographie des vacances des Français -----	62
L'usage des technologies numériques associées aux vacances -----	63
Quelles activités de loisirs en vacances ? -----	65
Le poids des impacts environnementaux dans les choix en matière de vacances -----	67
L'impact de la crise sanitaire sur la manière d'envisager les vacances idéales -----	69
Une typologie des vacanciers-----	72
Les authentiques (29 % de l'échantillon) -----	73
Les passionnés des vacances (25 % de l'échantillon) -----	74
Les tranquilles (19 % de l'échantillon) -----	74
Les « en retrait » (18 % de l'échantillon) -----	75
Les sportifs hyperactifs (10 % de l'échantillon) -----	75
 LOISIRS ET BIEN-ETRE -----	 76
La satisfaction à l'égard de la vie -----	77
Le bien-être eudémonique -----	77
Le bien-être psychologique -----	79
Les enseignements des modèles économétriques -----	80

Synthèse et commentaire de Philippe Moati

Évoquant la révolution du temps libre, ce processus de démocratisation de l'accès au temps des loisirs, le sociologue Jean Viard évoque le « triomphe d'une utopie ». Les chiffres qu'il avance sont éloquentes. La combinaison de l'allongement de l'espérance de vie et de la réduction du temps du travail ont fait que la part prise par le travail dans la vie éveillée est passée de 40 % au début du XXème siècle à 14 % de nos jours. Une partie de ce temps libéré demeure un temps contraint (mobilité, tâches domestiques...), mais il reste à chaque Français environ 5h30 en moyenne¹ par jour de temps discrétionnaire, ou temps de « loisir ». Il ne s'agit, bien sûr que d'une moyenne, qui masque d'importantes différences selon les individus (par exemple, le cadre dirigeant vs le retraité), ainsi que la répartition temporelle de cette manne, entre les jours de la semaine, les week-ends et les congés.

Que font les Français de ce temps disponible ? Une part importante de cet *Observatoire des loisirs des Français* est consacrée à la réponse à cette question. Et le constat est sans appel. Ce temps n'appelle pas l'oisiveté ; les Français sont massivement engagés dans la pratique d'activités de loisirs et dans les vacances. L'étude passe en revue 31 activités de loisirs, divisées en 18 loisirs actifs et 13 loisirs passifs. Les loisirs actifs impliquent la mobilisation de compétences et débouchent sur une production, tangible ou intangible ; ils s'inscrivent dans le registre du « faire ». Les loisirs passifs se rangent davantage dans le registre du divertissement².

— Les Français sont massivement engagés dans les activités de loisirs

98 % des Français de 18 à 75 ans ayant participé à l'enquête ont déclaré avoir pratiqué, au moins occasionnellement, au moins une de ces 31 activités étudiées au cours des 12 mois ayant précédé l'enquête. Pour la plupart d'entre eux, c'est bien plus qu'une activité, puisque la moyenne s'établit à près de 10 ! Près des trois quarts des répondants pratiquent plus de 6 activités. L'engagement des Français dans les deux catégories de loisirs est bien équilibré. 95 % d'entre eux pratiquent au moins une activité de loisirs actifs. C'est exactement la proportion observée également pour les loisirs passifs. En tête des activités pratiquées par les plus fortes proportions de Français : la cuisine de plats élaborés (62 %), le jardinage (60 %), le bricolage (58 %) ainsi que l'écoute de la musique (79 %), le shopping (67 %), la consommation de contenus vidéos (67 %), la lecture (64 %) ... Ces chiffres ne reculent que modestement lorsque l'on resserre la focale sur des fréquences de pratiques plus qu'occasionnelles : 89 % des Français interrogés déclarent avoir pratiqué au cours des 12 derniers mois au moins une activité de loisirs actifs plus qu'occasionnellement (« entre 5 et 10 fois par an »), et la moyenne est à 3,8 activités pratiquées (sur 18). Pour les loisirs passifs, c'est 90 % pour une moyenne à 3,4 (sur 13).

¹ Source : Enquête Emploi du temps 2009-2010 de l'INSEE. Cette estimation est une moyenne par jour y compris samedi, dimanche et vacances. Elle inclut les temps de sociabilité (hors repas), le bricolage et le jardinage.

² Exemple de loisirs actifs : le bricolage, les sports d'hiver, la pratique de musique ou des arts graphique. Exemples de loisirs passifs : la lecture, la consommation de contenus vidéos, le shopping ou la fréquentation de parcs d'attraction. On ne doit pas chercher dans l'usage de ces termes un jugement de valeurs ou même une quelconque hiérarchisation des activités de loisirs. Comme le montrent les résultats de l'*Observatoire*, les activités des deux catégories apportent leur lot de gratification à leurs pratiquants.

Mais plus encore que la diversité des activités et la fréquence de leur pratique, ce qui frappe c'est le **degré d'investissement psychologique** dont les Français témoignent à leur égard. En effet, pas moins de 82 % des pratiquants (soit 80 % des Français interrogés) ont désigné au moins une des 31 activités comme constituant un centre d'intérêt très important dans leur vie, voire comme leur principal centre d'intérêt. Mieux encore, ils sont **92 %** (90 % de l'ensemble de l'échantillon) **à déclarer avoir une passion pour au moins une des activités** pratiquées. Là aussi, il y a équilibre entre loisirs actifs et passifs. 83 % des pratiquants de loisirs actifs expriment une passion pour au moins une activité, ce qui correspond à pas moins de 78 % de l'ensemble de la population française de 18 à 75 ans. Ils sont en moyenne passionnés par 2,7 activités. La proportion de passionnés atteint 66 % parmi les pratiquants de l'écriture de poèmes, de romans ou de nouvelles, ainsi que par les personnes qui jouent de la musique. A 77 % (73 % à l'échelle de l'ensemble de la population), la proportion de passionnés d'au moins une activité est à peine inférieure dans le champ des loisirs passifs (avec 2 activités en moyenne). En tête des activités comptant le plus grand nombre de passionnés parmi leurs pratiquants, on trouve l'écoute de la musique (59 %), la participation à des événements sportifs (57 %), la lecture (55 %) et la gastronomie/cœnologie (55 %).

Si le week-end est le moment privilégié de la pratique, **les activités de loisirs s'inscrivent dans toutes les temporalités**. Plus de 60 % des pratiquants, toutes activités confondues, disent exercer leur activité en semaine et, à peine moins, lors de leurs jours de congés. Les activités de loisirs sont également pratiquées pendant les vacances. Pour ceux qui partent en vacances tout du moins. **82 % des Français interrogés disent être partis en vacances**, sous une forme ou sous une autre, **au moins une fois au cours des trois dernières années**. Ceux qui ne partent pas en vacances (surreprésentés au sein des classes d'âge avancées et, plus encore, les tranches basses de niveau de vie) se distinguent également par un faible degré d'engagement dans la pratique des loisirs. 52 % des pratiquants des loisirs passifs, toutes activités confondues, déclarent **pratiquer leur activité en vacances**. Mais cette part tombe à 36 % pour les loisirs actifs. En réalité, ces moyennes masquent de grandes disparités selon les activités témoignant du fait que, si le temps des vacances est aussi le temps des loisirs, **les activités pratiquées sont pour beaucoup spécifiques à cet espace-temps particulier**. Ainsi, les sports d'hiver (82 %), la marche-randonnée (74 %), la visite de musées, d'expositions ou de monuments (84 %), de parcs animaliers (74 %), ou encore la lecture (74 %) sont pratiqués en vacances par une très large proportion de leurs pratiquants (ce qui ne les empêche pas de les pratiquer également le reste du temps) alors que, naturellement, des activités comme le bricolage, le jardinage, le travail sur les objets ou sur les engins mécaniques, sont très peu pratiquées en vacances.

L'analyse des représentations que les Français ont des vacances témoigne d'**une certaine prégnance de l'association des vacances au repos, à la détente, à la relaxation**. L'image des vacances associées au soleil, à la mer et au temps passé avec ses proches est encore très présente. Mais à y regarder de plus près, on est frappé par la diversité à la fois des manières de penser les vacances idéales et de ce que les gens font effectivement durant le temps des vacances. Si le repos, **la plage et la visite de sites naturels rassemblent une large part des vacanciers**, ils sont nombreux à se montrer également actifs durant leurs vacances, en particulier ceux qui témoignent déjà par ailleurs d'un important degré d'engagement dans la pratique des loisirs. **La marche, la gastronomie, la visite de musées, d'expositions ou de monuments sont des activités pratiquées par une majorité de vacanciers**. Par contre, « *pratiquer vos activités de loisirs préférées* » n'a été retenu que par un quart des vacanciers, « *faire du sport* » par 23 %, « *prendre des leçons, suivre un stage (sport, activités artistiques ou culturelles...)* » par seulement 3 %... Ainsi, si le temps des vacances est aussi le temps des loisirs, c'est au profit d'**activités davantage orientées vers la convivialité, le contact avec la nature et la découverte** (ce terme pouvant recouvrir des réalités extrêmement hétérogènes selon les personnes). On notera à cet égard que, interrogés sur **le lieu de vacances idéal**, un Français sur deux le situe à l'étranger, le plus souvent dans des **pays lointains géographiquement et culturellement**, les répondants se disant proches de mouvements écologistes ayant sur ce point une position avoisinant celle de l'ensemble de la population. Les incantations à renoncer au tourisme lointain³ risquent de se heurter à des appétences bien ancrées...

Au total, la cartographie que livre l'*Observatoire* révèle une image de Français massivement engagés dans les activités de loisirs et les vacances. Au-delà du temps qui leur est consacré, c'est l'importance qu'ils y accordent qui est

³ Voir, par exemple, Christin R., *La vraie vie est ici. Voyager encore ?*, Ecosociété, 2020.

particulièrement frappante. **Manifestement, pour beaucoup, les loisirs constituent une composante importante, voire essentielle, de leur vie.** Les résultats de l'*Observatoire* nous aident à comprendre pourquoi...

— Qu'est-ce que les Français attendent des loisirs ?

Historiquement, les loisirs ont été définis en opposition au travail. Les loisirs, c'est le temps du repos, de la reconstruction de la force de travail, ou le territoire de ceux qui ne sont plus en état de travailler. Cette acception des loisirs est encore présente dans les représentations qu'en ont les Français ainsi que de ce qu'ils en attendent. Mais elle côtoie d'autres attendus s'inscrivant dans d'autres registres. Le temps des loisirs est, par définition, un temps non contraint, dont chacun peut nourrir le contenu de manière plus ou moins discrétionnaire. Les choix faits en la matière, ainsi, en disent long sur la société et les forces qui la travaillent.

La compilation des réponses des personnes ayant participé à l'enquête en différents points du questionnaire fait émerger **des représentations des loisirs et de ce qui en est attendu autour de 4 axes complémentaires, eux-mêmes profondément inscrits dans les valeurs et les imaginaires qui structurent les sociétés occidentales contemporaines :**

- Un temps partagé avec ses proches
- Une rupture par rapport au quotidien, une inscription dans le ralentissement, le relâchement, la distraction
- Un facteur de développement personnel
- Une source de plaisir

Un temps partagé avec ses proches

A la question « *pour vous personnellement, les loisirs, c'est avant tout* », la réponse classée en premier par les personnes ayant participé à l'enquête est « *passer du temps avec des proches (famille, amis)* ». Placés face à un scénario dans lequel l'année compterait 13 mois, les répondants ont désigné comme premier usage qui serait fait de ce supplément de temps « *passer plus de temps avec vos proches* ». Face à la possibilité de réorganiser librement leur rythme de vie, c'est aussi « *passer plus de temps avec vos proches* » qui est mis d'abord en avant. Inviter à s'exprimer sur leur conception des vacances idéales, « *disposer d'une maison de famille où passer du temps avec ceux qui vous sont chers* » se place en deuxième position. Ce que confirme la manière dont ils ont noté une douzaine de visuels incarnant différentes conceptions de vacances : le visuel représentant une réunion d'amis dans un jardin, autour d'un verre et d'un barbecue arrive en deuxième position. Enfin, « *partager un bon moment en famille ou entre amis* » est la première motivation des Français enquêtés fréquentant les parcs d'attraction.

De fait, le temps des vacances est le plus souvent le temps de la famille et, comme on le verra plus bas, l'exercice d'activités de loisirs est très souvent fait en famille ou avec d'autres personnes et a donc vocation à enrichir la vie sociale des individus.

Cette accent mis sur les loisirs comme temps partagé avec ses proches est en cohérence avec l'importance prise par **la reliance** parmi les facteurs structurels de la société contemporaine. La reliance, c'est le lien aux autres. Mais un lien désiré et non subi, vecteur d'une « sociabilité élective », un lien très fort avec le premier cercle de sociabilité constitué des membres de la famille, voire d'amis intimes, et qui s'étend vers un second cercle à géométrie variable au sein duquel les liens, plus faibles et plus aisément réversibles, reposent sur des affinités découlant de valeurs ou des centres d'intérêt partagés. Les réseaux sociaux numériques ont été de formidables vecteurs d'élargissement et d'approfondissement des cercles de sociabilité. Mais, en même temps, ils ont contribué à la promotion d'une sociabilité de l'entre-soi qui participe

de la communautarisation, de « l'archipellisation » de la société.⁴ Les enquêtes de l'ObSoCo montrent de manière récurrente que la famille constitue la valeur à laquelle les Français se montrent le plus attachés. L'amitié est une valeur particulièrement forte parmi les jeunes. Il n'est donc pas étonnant que la soif de reliance marque profondément les représentations et les pratiques de loisirs et, plus encore, des vacances. Le poids de la reliance peut être une source d'inspiration pour de nouvelles propositions de valeurs, comme l'atteste le succès rencontré par des activités à la fois collectives et ludiques telles que l'accrobranche (qui, selon l'étude, aurait été pratiqué au cours des trois dernières années par 18 % des Français), l'échappée game (17 %) ou le laser game (15 %).

L'expérience du confinement a favorisé une dynamique de repli sur soi à toutes les échelles (de la nation à l'individu, en passant par le quartier, le cercle familial et le domicile) ce qui probablement contribue à expliquer l'importance de ce registre dans les résultats de l'*Observatoire*. Il nous manque cependant les données d'une vague antérieure pour constater une éventuelle évolution qui validerait cette hypothèse.

L'orientation affinitaire de la reliance contemporaine interpelle la problématique des loisirs selon deux axes. Le premier est que la pratique des loisirs (en particulier des loisirs actifs), lorsqu'elle s'accompagne d'un investissement significatif des pratiquants, conduit souvent à un **élargissement du cercle de sociabilité**, en direction d'autres pratiquants/passionnés de l'activité. C'est particulièrement vrai des loisirs actifs : 28 % des pratiquants disent avoir fait ainsi de nouvelles connaissances, et 16 % de nouveaux vrais amis. Même si la pratique des différentes activités de loisirs est marquée socialement, il y a là la potentialité d'une **ouverture du cercle de sociabilité au-delà de l'entre-soi**, vers des personnes avec lesquelles est partagé un même intérêt pour l'activité, susceptibles d'appartenir à d'autres milieux sociaux et qui n'auraient sans doute pas été rencontrées sans ce point commun. A l'heure de la réflexion sur les leviers du renforcement du « vivre ensemble », les loisirs constituent une piste particulièrement intéressante. Le deuxième axe joue en sens inverse. Il renvoie à la **difficulté croissante qu'il peut y avoir à rassembler un public hétérogène**. Cette difficulté est déjà palpable dans l'institution scolaire et sur le plan de la géographie résidentielle bien sûr, mais aussi dans le commerce, à l'échelle des centres commerciaux ou des hypermarchés, les consommateurs d'aujourd'hui ayant tendance à délaisser les espaces commerciaux où s'opèrent un mélange de populations au profit de commerces où l'on se retrouve « entre soi ». Cette problématique est susceptible de se retrouver en particulier dans les espaces touristiques, imposant aux acteurs de l'offre une réflexion sur le ciblage à adopter.

Une rupture par rapport au quotidien, une inscription dans le ralentissement, le relâchement, la distraction

A plusieurs reprises au cours de l'enquête, et au-delà de l'hétérogénéité des positionnements individuels sur laquelle nous reviendrons, les Français interrogés ont eu tendance à livrer **une approche des loisirs associée une certaine forme de ralentissement, voire de passivité, avec la mise en avant du repos, de la détente, de la distraction**. Par exemple, à la question relative à leur conception des vacances idéales, les répondants ont mis en bonne place « *le soleil, la mer, les amis, la fête...* » et « *ne rien faire, vous reposer* ». A la question « *pour vous personnellement, les loisirs, c'est avant tout...* », les répondants ont été nombreux à mettre en avant « *se distraire* », « *se reposer* », « *prendre son temps* ». « *Vous reposer, ne rien faire de précis* » est la réponse qui se classe en première position des réponses à la question relative à l'usage qui serait fait d'un 13^{ème} mois dans l'année. Invités à désigner les principales motivations qui les ont conduits aux activités de loisirs pratiquées, les répondants ont d'abord mis en tête des items relevant d'un registre motivationnel associé à l'évasion du quotidien (« *me détendre, me relaxer* », « *m'amuser, me divertir* », « *m'évader du quotidien* »). La suprématie de ce registre motivationnel est plus forte encore pour les loisirs passifs que pour les loisirs actifs. Enfin, « *Détente* » est le deuxième mot le plus cité dans les réponses libres à la question ouverte sur ce qu'évoque le mot « loisir ». La même question relative aux vacances idéales a conduit le mot « *Repos* » en première position. Le visuel de vacances le mieux noté est celui qui incarne le *farniente* au travers des transats campés sur une plage déserte, à l'ombre de cocotiers...

L'engouement des Français pour les loisirs a donc aussi à voir avec **l'aspiration au ralentissement observée** dans plusieurs études de l'ObSoCo, à rompre au moins temporairement avec le culte de la vitesse et de l'agitation, avec les

⁴ Fouquet J., *L'archipel français. Naissance d'une nation multiple et divisée*, Le Seuil, 2019.

rythmes souvent imposés dans l'univers professionnel. Dès lors, il ne s'agit pas seulement de se reposer, mais également de retrouver une forme de contrôle et d'autonomie. Cet accent mis sur le repos et la distraction peut constituer un obstacle à l'engagement dans des activités de loisirs actifs réclamant l'acquisition d'un socle de compétences et donc le consentement à un minimum d'effort. Nous reviendrons sur ce point en conclusion. **La force de cette aspiration au repos et à la distraction ne doit pas masquer l'importance du désir d'évasion, de rupture d'avec le quotidien.** Une enquête réalisée par l'ObSoCo à la sortie du confinement a montré que cette expérience « extra-ordinaire » a été vécue positivement par une majorité de Français au point que nous avons alors évoqué l'idée d'une « parenthèse enchantée ». Repos et rupture d'avec la banalité du quotidien peuvent entrer en tension. Les tensions sont généralement un formidable terrain de jeu pour le marketing.

Un facteur de développement personnel

Les loisirs sont également pensés comme **une manière de se centrer sur soi, de se révéler à soi-même, de se découvrir des centres d'intérêt voire des talents, et parfois même de consolider son identité et de donner du sens à sa vie.** Les différentes activités de loisirs se prêtent inégalement à cette contribution au développement personnel. Elle est sans doute davantage caractéristique des activités de loisirs actifs.

A la question, « *pour vous, personnellement, les loisirs, c'est avant tout...* », « *pratiquer une ou des activités qui vous passionnent* » se classe en deuxième position. Les dimensions relatives au développement personnel ne sont pas au premier plan des motivations déclarées pour l'engagement dans les différentes activités de loisirs étudiées. Toutefois, « *la fierté d'avoir réalisé quelque chose par moi-même* » et « *maintenir ou améliorer mon état physique ou mental* » ont été mis en avant par plus de 20 % des pratiquants des loisirs actifs, « *me cultiver, m'enrichir, m'améliorer* » par la même proportion des pratiquants des loisirs passifs. Ces moyennes masquent des activités pour lesquelles ce type de motivations est au premier plan : les activités créatives (l'écriture, les arts graphiques, le travail sur les photos et les vidéos), le travail sur les objets, les sports individuels... et, du côté des loisirs passifs, la visite de musées ou d'expositions, l'écoute de podcasts et la lecture. Notons cependant que cette dimension de développement personnel est relativement étrangère à la manière dont sont le plus souvent pensées les vacances. Dans l'exercice de projection de leur conception des vacances idéales au travers de la notation de visuels emblématiques, les répondants ont classé en dernier (avec une évaluation moyenne négative) le visuel représentant un groupe pratiquant la méditation et celui montrant une chorale. De fait, « *pouvoir vous isoler et prendre le temps de la réflexion, de la méditation* », « *pratiquer intensivement des activités culturelles* » et « *pratiquer intensivement des activités sportives* », se sont placées respectivement de la 7^{ème} à la 9^{ème} place (sur 12) des activités associées par les répondants à leur conception des vacances idéales. Comme évoqué plus haut, les activités de loisirs les plus susceptibles de contribuer au bien-être et au développement de la personne sont aussi souvent celles qui réclament un investissement initial dans des compétences de base, à défaut duquel la pratique risque de se révéler décevante. L'aspiration au développement personnel, dans le champ des loisirs, peut donc entrer en conflit avec le désir de repos et de distraction.

Cette dimension des activités de loisirs entre en résonance, bien sûr, avec **l'importance prise par les problématiques de développement personnel dans nos sociétés hyperindividualistes.** Lesté d'une part du conditionnement opéré par les institutions, l'individu est en charge de la construction de sa propre identité. L'abondance des publications (livres, revues dédiées, articles dans la presse généraliste...) relatives à ce thème et le succès de librairie rencontré par certaines d'entre elles (les livres de Christophe André et de Frédéric Lenoir, par exemple) témoignent d'un besoin d'être accompagné dans cette quête de soi et de la manière d'atteindre une vie épanouie. Certaines activités de loisirs visent frontalement l'épanouissement et le bien-être. L'enquête révèle que 14 % des Français pratiquent la méditation ou la sophrologie ; 10 % le yoga. Mais c'est beaucoup plus globalement que les loisirs peuvent contribuer au bien-être. Sous certaines conditions... Nous y reviendrons.

Une source de plaisir

Le mot « plaisir » a été le mot le plus souvent cité en réponse à la question « *qu'évoque pour vous le mot « loisirs »* ». Les activités de loisirs étant le plus souvent des activités volontaires, il est banal de reconnaître qu'elles sont pratiquées parce qu'on en attend du plaisir. Ainsi, la plupart des représentations et des motivations que les personnes associent aux loisirs

sont des variables médiatrices conduisant au plaisir. Ce plaisir peut en effet découler de sensations, du fait de pratiquer avec d'autres, du sentiment de maîtrise, de la fierté à l'égard du résultat...

Les loisirs rencontrent ainsi un autre des piliers structurant la société contemporaine : l'hédonisme. Le poids de l'hédonisme dans la société contemporaine favorise les comportements utilitaristes visant à maximiser les plaisirs et minimiser les peines. Une banalité apparente que les acteurs qui offrent des activités de services doivent garder à l'esprit. La promesse de plaisirs peut être compromise par la génération d'irritants. Le focus effectué sur les parcs d'attraction dans le cadre de cet *Observatoire* montre que l'affluence et l'attente sont des raisons de non-fréquentation des parcs, ainsi qu'un puissant irritant pour les personnes qui les fréquentent. Il y a ici également matière à une réflexion plus profonde sur laquelle nous reviendrons : l'accès aux plaisirs peut passer par des étapes associées à des peines. Les activités qui, comme on l'a vu, réclament l'apprentissage de compétences de base avant de pouvoir de tirer plaisir de la pratique risquent ainsi d'être victimes d'arbitrages en faveur d'activités génératrices de plaisirs immédiats, pourtant moins favorables à long terme pour le bien-être et le développement de la personne.

— Qu'est-ce que les Français trouvent dans la pratique des loisirs ?

L'*Observatoire* s'est livré à l'évaluation des gratifications que tirent les personnes de la pratique des différentes activités de loisirs.

Le ressenti d'états émotionnels positifs durant la pratique

En premier lieu, nous nous sommes intéressés aux affects, à la nature des états émotionnels ressentis par les pratiquants durant l'exercice de leur activité.

L'émotion ressentie par le plus grand nombre de pratiquants, toutes activités confondues, est le **plaisir**. Par exemple, invités à indiquer les états émotionnels qui correspondent le mieux à ce qu'ils ressentent durant la pratique, les répondants ont placé en premier, très loin devant l'ensemble des autres items, « *le plaisir* ». Il a été retenu par 57 % des pratiquants des loisirs actifs et par 67 % des pratiquants des loisirs passifs. On trouve là confirmation de l'importance du plaisir dans la relation des personnes aux loisirs.

Le ressenti du plaisir est particulièrement fort, côté loisirs actifs, concernant la danse, les sports d'hiver, la pratique de la musique, les jeux de société et la marche. Côté loisirs passifs, le plaisir atteint ses plus hauts niveaux pour la fréquentation des concerts et spectacles et la visite des parcs d'attraction.

La pratique des loisirs génère également des affects renvoyant à l'**expression de soi**, au sentiment d'autonomie et de maîtrise. Par exemple, 25 % des pratiquants des loisirs actifs ont dit ressentir un « *sentiment d'accomplissement* », une même proportion un « *sentiment de liberté et d'autonomie* ». 80 % affirment que l'activité pour laquelle ils ont été interrogés leur procure un sentiment d'épanouissement personnel. Les loisirs passifs, pris globalement, apparaissent moins performants dans leur capacité à générer cette catégorie d'états émotionnels. Dans le détail, les écarts entre activités sont très importants. Au plus haut, on trouve l'écriture, la pratique de la musique et de la méditation/sophrologie. Dans la catégorie des loisirs passifs, la gastronomie/oénologie et la lecture se détachent.

Enfin, la pratique des loisirs est susceptible de générer un état de *flow*. La notion de *flow*, initialement élaborée par le psychologue M. Csikszentmihalyi⁵, désigne un état émotionnel caractérisé par un fort niveau de concentration et d'absorption dans une activité qui sollicite les compétences du pratiquant tout en lui donnant un sentiment de maîtrise de

⁵ Voir, par exemple, Csikszentmihalyi M., *Vivre. La psychologie du bonheur*, Pocket, Paris, 2004.

la situation⁶. La capacité des personnes à atteindre cet état de *flow* concourrait à leur bien-être psychologique. L'expérience du *flow* est plus fréquente dans le champ des loisirs actifs, en particulier parmi les pratiquants des sports collectifs et de l'écriture. Elle semble également courante parmi les pratiquants de la lecture.

L'agrégation des scores de chaque activité sur chacune des trois catégories d'états émotionnels permet d'établir un palmarès des activités les plus performantes sur le plan de leur capacité à apporter ce type de gratifications à leurs pratiquants. En tête des loisirs actifs : la pratique de la musique, de la danse, l'écriture, les sports collectifs et les sports d'hiver. En tête des loisirs passifs : la participation à des concerts ou des spectacles, et la lecture.

Mais sans doute plus que l'inégale capacité des différentes activités de loisirs à générer pour les pratiquants des affects positifs, ce qu'il est important de noter est que le ressenti de ces affects est fortement lié au degré d'investissement du pratiquant dans l'exercice de l'activité. Ce degré d'investissement est mesuré dans l'étude en combinant la fréquence à laquelle l'activité est pratiquée, la place qu'elle tient parmi les centres d'intérêt du pratiquant, et le niveau (autoévalué) d'effort consenti par le pratiquant dans l'exercice de l'activité. A l'échelle de l'ensemble des activités, **le ressenti des trois catégories d'affects progresse avec ce degré d'investissement**. C'est pour le plaisir que la relation est la moins marquée, en particulier pour ce qui est des loisirs passifs. Elle est très forte pour ce qui est de l'expression de soi. Autrement dit, une logique cumulative est ici à l'œuvre : **plus on s'investit dans la pratique et plus on est gratifié d'affects positifs durant l'exercice de l'activité, ce qui incite à s'investir davantage...** Cette logique est particulièrement forte pour ce qui est des loisirs actifs qui exigent généralement un minimum de compétences supposant un apprentissage. Les résultats de l'étude montrent que le ressenti des affects positifs est fortement corrélé au niveau atteint par le pratiquant dans l'exercice de l'activité.

Un enrichissement de la vie sociale

Le ressenti d'affects positifs n'est pas la seule gratification associée à la pratique d'activités de loisirs. Une autre gratification découle de ce que les loisirs ont souvent pour vertu d'enrichir la vie sociale des pratiquants. Tout d'abord, les activités de loisirs sont souvent des **activités pratiquées en famille**. Cela va de soi pour les vacances, et nous avons vu plus haut comment ce temps privilégié vécu en commun est au cœur des représentations que les Français ont des vacances. Mais c'est également vrai d'un nombre important d'activités de loisirs, en particulier dans le champ des loisirs passifs, que 60 % des pratiquants (toutes activités confondues) déclarent pratiquer en famille. Tout en haut du palmarès des activités le plus souvent pratiquées en famille (à plus de 90 %), on ne sera pas surpris de voir la visite de parcs d'attraction et celle de parcs animaliers. Les loisirs actifs sont plus souvent pratiqués de manière solitaire, si bien que seulement 35 % des pratiquants déclarent pratiquer en famille, mais cette part est largement majoritaire pour la pratique des jeux de société, des sports d'hiver et de la randonnée/marche/trek.

Au-delà de la famille, les activités de loisirs peuvent être l'occasion d'**élargir le cercle de sociabilité**, au travers de la mise en contact, en mode réel ou virtuel, avec d'autres pratiquants, de faire – comme on l'a vu – de nouvelles connaissances voire de nouveaux amis. Les différentes activités ont sur ce point un potentiel très inégal. Ainsi, sans surprise, les sports collectifs et la danse, sont les activités les plus propices à l'élargissement du cercle de sociabilité de leurs pratiquants. Elles sont suivies du travail sur les engins mécaniques et de la pratique de la musique. Les loisirs passifs, globalement, sont beaucoup moins propices à l'extension des réseaux relationnels ; la fréquentation des discothèques et, à un moindre niveau, la participation à des événements sportifs, se détachent toutefois nettement des autres activités de loisirs passifs.

31 % des pratiquants des loisirs actifs et 19 % de ceux des loisirs passifs disent **fréquenter les forums et les réseaux sociaux spécialisés autour de leur pratique**, qui constituent l'une des voies par lesquelles la pratique d'une activité de

⁶ Peterson et al. (2005) décrivent l'état de *flow* de la manière suivante : « Le temps passe vite. L'attention est concentrée sur l'activité. Le sens de soi est perdu. Les retombées de l'expérience du *flow* sont revigorantes (...). Si le *flow* peut produire de la jouissance, elle n'est pas immédiatement présente durant l'activité. Le *flow* diffère ainsi de l'hédonisme dans lequel l'expérience émotionnelle positive est centrale. Au moins à certain moment, le *flow* et le plaisir peuvent même être incompatibles » (p. 27). Peterson C., Park N., Seligman M.E., "Orientations to happiness and life satisfaction: The full life versus the empty life," *Journal of happiness studies*, vol. 6, no. 1, pp. 25-41, 2005.

loisirs permet de nouer des liens avec d'autres pratiquants. Le travail sur les engins mécaniques, la pratique de la musique et les arts graphiques sont ici en pointe.

Nous avons construit un indicateur de sociabilité à partir des réponses à l'ensemble des questions portant sur ce thème. Cet indicateur révèle, entre autres, que **l'intensité de la dimension sociale de la pratique des activités s'accroît avec le degré d'investissement du pratiquant dans son activité.**

La valorisation de soi

Autre gratification potentiellement retirée de l'exercice d'activités de loisirs : la valorisation de soi. Elle passe notamment par le **sentiment de fierté** par rapport à sa pratique et aux réalisations qui en découlent. Ce type de gratification est propre aux loisirs actifs qui, par définition, débouchent sur une production (tangibile ou intangible comme une œuvre ou une performance). **72 % des pratiquants déclarent ressentir un sentiment de fierté par rapport à leur pratique**, une proportion qui culmine à 94 % parmi les personnes qui s'adonnent au travail sur les objets. Cette part progresse fortement avec le ressenti de l'expression de soi lors de l'exercice de l'activité. Elle est également **fortement liée au niveau atteint par le pratiquant et à son degré d'investissement dans l'activité.**

La fierté conduit souvent au **partage**. Ainsi 69 % des pratiquants des loisirs actifs affirment partager les résultats de leur pratique. Cette part dépasse largement les 80 % pour les pratiquants de la cuisine, du travail sur les photos et les vidéos, du travail sur les objets et les adeptes des arts graphiques. Ce partage s'opère d'abord et avant tout **avec ses proches**. Mais pour 13 % des pratiquants (toutes activités confondues), les **réseaux sociaux** constituent une vitrine de leurs réalisations, 5 % ayant même créé **un blog, un compte Instagram ou une chaîne YouTube** en lien avec leur activité. Là encore, la propension à valoriser ses réalisations *via* le partage – en particulier au-delà du cercle des proches – est **croissante avec le niveau d'investissement dans la pratique.**

Enfin, le goût pour une activité peut donner l'envie de le **transmettre**. 50 % des pratiquants des loisirs actifs et 45 % de ceux des loisirs passifs ont pu avoir le sentiment d'avoir réussi à transmettre à d'autres personnes leur goût pour l'activité pratiquée. On approche des deux tiers pour les sports d'hiver, les jeux de société, les concerts et spectacles et la gastronomie/cœnologie. Et, là encore, la probabilité de bénéficier de la gratification associée à la transmission est **fortement croissante avec le niveau d'investissement dans la pratique.**

Une manière globale d'appréhender les gratifications retirées de la pratique des activités de loisirs a consisté à demander aux personnes ayant participé à l'enquête de donner une note de 0 à 10 en fonction du **niveau de satisfaction retiré de l'exercice de l'activité** pour laquelle elles ont été interrogées. La moyenne s'établit à 7,1 pour les loisirs actifs et à 6,7 pour les loisirs passifs. Quelques activités franchissent le seuil de 7,5 : la lecture, les sports collectifs, l'écoute de la musique, la participation à des concerts ou spectacles, la pratique de la musique, les sports individuels et les sports d'hiver. De manière transversale, ce sont **les activités les plus génératrices d'affects positifs qui sont associées aux plus hauts niveaux moyens de satisfaction**. Mais ici encore, **le niveau d'investissement dans la pratique est très fortement lié à la satisfaction** retirée de la pratique. C'est particulièrement vrai pour ce qui est des loisirs actifs où la moyenne de satisfaction passe de 5,9 à 7,9 entre le groupe des pratiquants les moins investis et celui des plus investis.

La pratique des activités de loisirs est donc génératrice de gratifications de différentes natures, soit immédiates, comme les affects ressentis durant la pratique, soit différées comme l'enrichissement de la vie sociale ou la valorisation de soi et, plus généralement, la consolidation de l'identité et le sens donné à sa vie. Mais l'*Observatoire* s'est également intéressé à la capacité plus indirecte des activités de loisirs à contribuer positivement au bien-être des personnes.

Les loisirs : un ingrédient de la recette du bonheur ?

Pour ce faire, trois mesures du bien-être ont été retirées de questions posées aux répondants. La première consiste dans une note donnée selon le **degré de satisfaction du répondant à l'égard de sa vie**. La deuxième vise à approcher la notion de **bien-être eudémonique**, c'est-à-dire le bonheur au travers du sentiment d'épanouissement, d'une identité solide et validée par autrui, d'autonomie, de maîtrise du cours de sa vie, et du sens donné à son existence. La troisième évalue l'équilibre psychologique des individus au travers de la **fréquence et de l'intensité du ressenti d'états**

émotionnels positifs et négatifs. Cette dernière donne lieu à deux indicateurs, l'un mesurant le bien-être psychologique, l'autre le mal-être psychologique. Il convient de rappeler que la notion de bien-être (et ne parlons pas de celle de bonheur...) est une notion complexe, particulièrement délicate à aborder et à mesurer dans le cadre d'une enquête quantitative.

La mise en relation directe des indicateurs d'engagement dans les activités de loisirs avec les indicateurs de bien-être des individus révèle un lien fort. Rappelons que la mesure du degré d'engagement dans les activités de loisirs prend en compte à la fois le nombre d'activités pratiquées, la fréquence avec laquelle chacune est pratiquée, et le niveau d'investissement psychologique du pratiquant (activité passionnelle ou non). **Même constat concernant le lien entre le fait d'être ou non parti en vacances au cours des 3 dernières années.** Mais l'observation d'un lien direct ne suffit pas à démontrer la réalité de la relation, notamment parce que le bien-être comme le degré d'engagement dans les loisirs peuvent être l'un et l'autre déterminés par une autre variable (le niveau de revenu par exemple). C'est la raison pour laquelle, nous avons cherché à évaluer l'influence des loisirs sur le bien-être, toutes choses égales par ailleurs, au travers d'une modélisation économétrique visant à prendre en compte simultanément plusieurs variables susceptibles d'influer sur le niveau de bien-être des individus. Ces modèles permettent donc d'isoler l'influence des loisirs sur le bien-être, compte tenu de l'influence des autres variables prises en compte dans l'analyse (le niveau de vie, la situation familiale, l'âge...)

Il ressort de ces analyses que **le degré d'engagement dans les activités de loisirs est positivement et significativement lié au bien-être des personnes.** Ce constat s'applique à chacune des mesures du bien-être. Le lien est hautement significatif sur le plan statistique. Le constat est plus nuancé concernant la variable exprimant le fait d'être ou non parti en vacances au cours des trois dernières années, l'impact n'étant positif et significatif que sur le niveau de bien-être eudémonique.

L'affinement de l'analyse révèle que **seul le degré d'engagement dans les loisirs actifs est associé à un effet positif sur le bien-être**, la relation entre **l'engagement dans les loisirs passifs et les différents indicateurs de bien-être se révélant statistiquement non significative.** Ce résultat est cohérent avec les résultats de l'*Observatoire* qui confirment que les loisirs passifs, dans l'ensemble, s'inscrivent dans le registre du divertissement, du plaisir hédonique. Les loisirs actifs, à condition de s'y investir suffisamment, génèrent des formes de gratifications susceptibles de contribuer plus structurellement au bien-être et à l'épanouissement de la personne.

Notons que chaque modèle dans son ensemble n'explique qu'une part modeste de la variance des indicateurs de bien-être. La recette du bonheur se saurait se résoudre à la poignée de variables testée dans le modèle... De plus, l'intensité de l'influence de l'engagement dans la pratique des loisirs sur les indicateurs de bien-être est modeste, inférieure par exemple à celle de l'intensité de la contrainte budgétaire.

Au final, un constat s'impose : **la pratique des activités de loisirs est source de gratifications de différentes natures** et, plus généralement, **elle contribue au bien-être et à l'équilibre psychologique des personnes.** Et l'ensemble de ces bienfaits sont croissants avec le degré d'investissement des personnes dans les activités de loisirs pratiquées, en particulier s'il s'agit de loisirs actifs.

Dans ces conditions, **on pourrait être en droit de s'attendre à observer un investissement massif des Français dans les activités les plus gratifiantes. Ce n'est pourtant pas le cas.** Par exemple, la pratique de la musique et de la danse, qui sont les deux activités de loisirs actifs qui affichent les plus forts niveaux d'affects positifs ressentis durant la pratique, ne sont pratiquées que par seulement respectivement 13 % et 11 % des Français interrogés. A l'inverse, les jeux vidéo, qui occupent le bas du tableau sur le plan des affects, rassemblent 41 % de Français. A un niveau plus global, les Français témoignent d'un niveau moyen d'engagement plus élevé dans les loisirs passifs que dans les loisirs actifs, alors que les premiers apparaissent comme plus performants dans la capacité à susciter des affects positifs durant la pratique et que, eux-seuls, sont corrélés positivement et significativement avec le niveau de bien-être des personnes.

Une partie de l'explication réside sans doute dans **les mécanismes cumulatifs** observés à plusieurs reprises dans l'analyse des résultats de l'*Observatoire* : plus en s'engage dans la pratique d'une activité, plus on développe les compétences qui permettent d'atteindre un résultat satisfaisant, dont on est fier, que l'on partage, et plus la pratique est génératrice d'affects positifs. L'ensemble de ces gratifications sont une puissante incitation à s'investir davantage, ce qui renforce les compétences et accroît les gratifications en retour, etc. Mais l'entrée dans ce cercle vertueux suppose d'avoir

franchi la première étape, celle de l'acquisition des compétences de base à défaut desquelles la pratique est davantage porteuse de peines que de plaisir et, se révélant décevante, risque de conduire à l'abandon. Et ce d'autant plus qu'il y a souvent à portée des activités de loisirs porteuses de bénéfices immédiats.

Le manque de temps est souvent mis en avant pour expliquer l'abandon d'une activité de loisir ou pourquoi on ne s'y engage pas en dépit de l'attraction ressentie à son égard. Et pourtant, si l'on en croit Médiamétrie, la durée d'écoute quotidienne de la télévision⁷ en moyenne pour les individus âgés de 4 ans et plus a été de 3h36 en 2018, en croissance de 30 minutes sur 20 ans. Si elle tend à reculer depuis quelques années, en particulier auprès des jeunes, c'est parce que ces chiffres ne tiennent pas compte du temps croissant que les Français passent devant un écran à consommer des programmes en vidéo à la demande, à l'acte ou par abonnement, un temps fortement croissant et particulièrement important chez les jeunes⁸. Or, la consommation de contenu audiovisuel apparaît dans l'enquête comme l'une des activités les moins performantes à la fois sur le plan du ressenti des affects positifs, de l'intensité de la sociabilité associée à la pratique et même de la satisfaction globale retirée de l'activité. Il y a clairement ici le signe d'une « mésallocation » des ressources temporelles (et peut-être financières) de la part d'un grand nombre d'individus dont l'explication réside sans doute par la force de la promotion du plaisir facile et immédiat propre à la société d'hyperconsommation. Pour faire image, on comprend que face aux difficultés qui accompagnent les premiers pas dans la pratique par exemple du violon, la tentation soit grande de lâcher son instrument et de lancer une série sur Netflix !

A un niveau plus général, on pourrait aussi s'étonner que les Français, en dépit des bénéfices associés à la pratique des activités de loisirs, se montrent divisés quant à la place qu'il convient de donner aux loisirs.

— Des Français divisés quant à la place à donner aux loisirs

Un certain consensus règne autour du **rejet de l'idée que la place donnée aux loisirs dans la société contemporaine serait excessive**⁹. Pour autant, **seulement 38 % des Français estiment cette place insuffisante**, soit à peine plus que la proportion de ceux qui trouvent la situation actuelle satisfaisante (34 %). Un clivage générationnel est ici très visible, les plus jeunes étant majoritairement en faveur d'une plus grande place donnée aux loisirs.

Cette division des Français se retrouve dans leur jugement quant à la **place qu'occupent les loisirs dans leur propre vie**. Si quasiment personne ne la trouve excessive, ils ne sont que **47 % à la trouver insuffisante**, quand 50 % l'estiment « *juste comme il faut* ». Ici le clivage est autant social que générationnel : les personnes exposées à un très fort niveau de contrainte budgétaire sont également celles les plus en appétit de davantage de loisirs.

L'appétit pour les vacances semble plus consensuel. Placés devant une situation hypothétique dans laquelle l'année subitement compterait un mois de plus, les personnes ayant participé à l'enquête avaient à indiquer quels usages prioritaires elles feraient de ce nouveau temps disponible. L'univers des vacances a été largement mis en avant : 27 % des répondants ont retenu « voyager » et 25 % « partir en vacances », plaçant ces items en deuxième et troisième positions.

Dans une autre enquête de l'ObSoCo, nous avons demandé à un échantillon représentatif de Français quels usages ils feraient prioritairement d'une rentrée inattendue d'argent correspondant à 6 mois de revenus du foyer. Les vacances et

⁷ Source : Médiamétrie. La durée d'écoute globale de la TV comprend : la consommation sur l'écran de la télévision et les écrans internet (ordinateur, tablette, smartphone), en live, en différé et en replay, au domicile, chez des parents ou amis, en vacances, dans les résidences secondaires, les lieux publics...

⁸ 2h57 par jour pour les 15-24 ans entre le 8 et le 21 juin.

⁹ C'est ce que pense seulement 13 % des Français interrogés.

les voyages ont été classés en deuxième position (après l'épargne et le remboursement des crédits et des dettes), retenus comme l'un des trois usages prioritaires de cette manne par un répondant sur deux. « *Les sorties, les loisirs* » arrivaient en 4^{ème} position (après les travaux dans le logement), mais retenus par seulement 25 % des répondants.

Et pourtant... Interrogés sur **l'arbitrage souhaitable entre plus d'argent ou plus de temps disponible**, seulement **20 % des actifs choisiraient moins d'argent mais plus de temps**, quand 31 % privilégieraient plus d'argent (et 49 % se disent satisfaits de leur équilibre temps/argent)¹⁰. Là aussi, le poids de l'intensité de la contrainte budgétaire est très important. Ces résultats rejoignent ceux de la deuxième vague de l'*Observatoire des perspectives utopiques*, l'ObSoCo/ADEME, qui montraient que « travailler moins » est loin de constituer une priorité pour la plupart des actifs. Moins de 20 % d'entre eux estiment que la durée légale du travail devrait s'établir à moins de 35 heures. Seulement 33 % ont exprimé le désir de travailler moins de 35 heures (soit une proportion quasi-identique à celle des actifs aspirant à travailler plus que 35), la majorité d'entre eux n'étant pas disposés à accepter une baisse de revenu en contrepartie.

Il y a donc une sorte de paradoxe entre les bienfaits associés à l'engagement dans les activités de loisirs (par nature chronophage) et le rapport des Français aux arbitrages travail/loisirs, argent/temps. L'explication du paradoxe réside peut-être dans un rapport au travail au moins aussi épanouissant que les pratiques de loisirs pour une large part de la population. Une autre piste consisterait à incriminer la puissance des valeurs consuméristes dans la société contemporaine...

— Conclusion

Les résultats de l'*Observatoire des loisirs* confirment à quel point les loisirs occupent une place importante dans l'existence d'un nombre important de Français. Manifestement, pour beaucoup d'entre eux, ils sont une part de leur jardin secret, qui leur donne à la fois du plaisir et du sens à l'existence. Nous sommes bel et bien dans une société des loisirs, bien au-delà de la question de la ligne de partage entre travail et temps libre. Un des résultats forts de l'*Observatoire* est la mise en évidence d'un lien statistique significatif entre l'intensité de l'engagement des personnes dans les activités de loisirs (plus particulièrement les loisirs actifs) et différentes manières d'appréhender leur bien-être. Ce résultat est à mettre en perspective d'un des acquis de la jeune « science du bonheur » qui est que, passé un certain niveau d'opulence, l'augmentation du niveau de richesse (et donc de consommation) d'une population peine à induire un accroissement significatif de son bien-être. A l'heure où les effets d'une croissance économique mal maîtrisée couplée à une société d'hyperconsommation sont de plus en plus délétères, il y a là matière à réflexion sur la hiérarchie des priorités, que ce soit à l'échelle collective ou individuelle.

Les loisirs ne sont pas seulement un facteur d'épanouissement pour les personnes. Ils induisent une multitude d'activités économiques, génératrices d'une masse de chiffre d'affaires et d'emplois très significative. Sur la base des budgets annuels consacrés à leurs activités tels que déclarés par nos répondants, nous estimons très grossièrement le marché associé aux 31 activités de loisirs abordées dans l'étude à quelque 105 milliards d'euros. Et ce chiffre fait l'impasse sur l'essentiel des dépenses associées aux vacances et au tourisme que l'INSEE évalue à près de 175 milliards d'euros¹¹.

Et l'étude comporte plusieurs indices d'un potentiel de croissance. Les trois quarts des Français ayant participé à l'enquête se sont déclarés tentés par au moins une activité de loisirs actifs actuellement non pratiquée sur les 18 abordées dans l'étude. Concernant les activités de loisirs actifs actuellement pratiquées, une personne sur deux déclare qu'elle aimerait pouvoir s'investir davantage (37 % pour les activités de loisirs passifs). Le principal obstacle au renforcement de la pratique et à l'engagement dans d'autres activités est le manque de temps. C'est également le manque de temps qui est mis en avant par les « abandonnistes », ces Français ayant déclaré ne pas avoir pratiqué telle ou telle activité au cours

¹⁰ La même question avait été posée en 2012 dans le cadre de la première vague de notre Observatoire des consommations émergentes. C'était alors seulement 13 % des personnes interrogées qui déclaraient préférer moins d'argent mais plus de temps libre, alors que 25 % disaient privilégier l'argent (62 % étant satisfaits de leur équilibre entre temps et argent). On assisterait donc à un certain approfondissement de la division de la société française par rapport à cette question.

¹¹ Consommation touristique intérieure.

des 12 mois ayant précédé l'enquête mais qui les ont pratiquées dans le passé. Bien sûr, l'argument du manque de temps peut dissimuler d'autres raisons moins avouables. Gardons en mémoire le volume de temps consacré à la consommation de contenus audiovisuels...

Plus structurellement, les enjeux environnementaux qui engagent à remettre en cause un modèle de consommation insoutenable, couplés aux promesses du déploiement de l'intelligence artificielle et de la robotisation sur la productivité incitent à anticiper une nouvelle vague de réduction du temps consacré au travail. Cette perspective serait par ailleurs soutenue par l'épuisement de l'idée du bonheur par la consommation et la montée dans la population de la recherche de modes de vie plus sobres, favorables à l'épanouissement personnel, au bien-être eudémonique¹².

On peut difficilement parler à ce jour d'UN marché des loisirs, tant celui-ci, du côté de l'offre, se trouve fragmenté. On peine à identifier un acteur couvrant une part significative de cette sphère de consommation. La logique de l'offre continue de dominer la structure du marché qui, dès lors, apparaît comme une mosaïque d'acteurs spécialisés sur des secteurs spécifiques de la sphère des loisirs (le sport, la musique, les arts graphiques, les parcs d'attraction...). Les bouquets d'activités de loisirs associés à chacun des groupes de la typologie des pratiquants que livre l'étude sont de nature à inspirer des diversifications dans le cadre d'une approche du marché davantage « orientée client ». Si l'orientation client est un mouvement d'ensemble qui témoigne d'un basculement général vers un capitalisme tiré par l'aval, il prend sans doute une dimension toute particulière dans l'univers des loisirs. Ceci pour deux raisons.

La première est que les loisirs font partie des quelques activités qui visent expressément la transformation de la personne, immédiatement (la distraire, la dépayser, la reposer...) ou dans la durée (l'aider à s'accomplir). Le secteur des loisirs s'inscrit donc résolument dans la problématique du « care ». Et à ce titre, plus encore que la plupart des autres marchés de consommation, il expose les acteurs de l'offre à l'individualisation de la demande. Les « industries » des loisirs sont nées avec la démocratisation de l'accès au temps libre, c'est-à-dire pour l'essentiel dans le contexte des « Trente Glorieuses ». Elles se sont donc bâties sur un modèle industriel, ayant comme priorité la maîtrise des processus de production permettant une diminution des coûts favorisant la démocratisation des débouchés, dans le cadre d'un modèle de production et de consommation de masse. Les résultats de l'*Observatoire* livrent des indices de l'épuisement de ce modèle, au moins dans le domaine des vacances, et témoignent d'un état de très forte individualisation des comportements et des attentes. Cela est apparu en particulier au travers du fractionnement des réponses aux questions relatives à la définition des loisirs ou des vacances idéales mais se révèle également par l'extrême diversité des bouquets d'activités de loisirs que chacun se compose et l'hétérogénéité des niveaux d'investissement dans la pratique.

La deuxième raison pour laquelle l'orientation-client est particulièrement importante dans l'univers des loisirs tient au fait que, ici plus encore que dans les autres secteurs de la consommation, la valeur est le résultat d'une coproduction entre l'offre et la demande, entre le potentiel que les acteurs de l'offre mettent à la disposition des consommateurs et ce que les consommateurs en font. Le contenu de cette valeur est largement décrit dans l'étude : ressenti d'affects positifs durant la pratique, enrichissement de la vie sociale, consolidation de l'identité, contribution au bien-être général et à l'équilibre psychologique... Ce que l'étude révèle avec force, c'est que l'intensité de la création de valeur ainsi entendue dépend fortement du degré d'investissement du pratiquant dans l'activité, en particulier du niveau des compétences qu'il a acquises au travers de la pratique. Dès lors, être orienté-client, c'est se soucier de la manière dont s'opère cette co-production, c'est s'assurer que le pratiquant dispose bien du minimum de compétences requis pour co-produire cette valeur. A défaut, l'expérience client est dégradée et risque de conduire à l'arrêt de la pratique. Les acteurs de l'offre ont à donc à se soucier de la montée en compétences des pratiquants. En particulier, il importe qu'ils accompagnent les novices dans les premières étapes de cette montée en compétence, qui est la phase la plus critique durant laquelle, trop souvent, la peine l'emporte sur le plaisir. Cela peut passer par une conception adaptée des produits, par des formules de formation, d'assistance... C'est, par exemple, ce qu'a bien compris le fabricant américain de guitares électriques, Fender, qui a récemment lancé une application visant à aider les apprentis guitaristes à réussir leurs premiers pas. Des années avant Fender, Yamaha avait adopté une démarche similaire au travers de l'ouverture d'écoles de musique. Dans l'univers du bricolage, Leroy Merlin multiplie les initiatives pour accompagner ses clients dans le « faire ». L'étude montre que les budgets consacrés à la pratique sont croissants avec le niveau d'investissement du pratiquant. Chacun sait qu'un

¹² Voir L'ObSoCo, *Observatoire des perspectives utopiques*, vague 2, avec le soutien de l'ADEME, 2020.

passionné peut mettre sa passion en tête de ses priorités budgétaires, monter en gamme et multiplier les équipements. Il y a donc un enjeu commercial à accompagner le pratiquant dans sa progression. Les activités de loisirs génèrent donc de la consommation, mais une « bonne consommation » si l'on en juge sur les effets produits sur les consommateurs. En outre, il s'agit pour une part sans doute importante (qui reste à évaluer) d'une consommation de services produits par des emplois non délocalisables.

Au final, cet *Observatoire* est riche de matière à réflexion. Il pourra conduire le lecteur à s'étonner que, étant donné les enjeux sociaux et économiques attachés aux loisirs, ces derniers ne fassent pas l'objet de politiques publiques explicites.

RAPPORT D'ANALYSE

Introduction

Le premier objectif de cet *Observatoire des loisirs* est d'abord d'établir **une cartographie à date des pratiques de loisirs des Français** avec une granulométrie significative (31 activités étudiées). Au-delà du comptage des pratiquants de chaque activité, l'*Observatoire* s'intéresse aux modalités de la pratique (fréquence, cadre, seul ou à plusieurs...). Mais le deuxième objectif de cet *Observatoire* est de tenter de mesurer **la place que prennent les loisirs dans la vie des gens**, en termes d'investissement psychologique, mais aussi sur le plan des bénéfices directs (affects ressentis durant la pratique, sociabilité, sentiment de fierté à l'égard de ses réalisations...) et indirects (effets généraux sur le bien-être) liés à l'engagement dans l'exercice des activités de loisirs.

Cet *Observatoire* repose sur une **enquête en ligne** réalisée en le 6 et le 22 juillet 2020 auprès d'un **échantillon de 4000 personnes représentatives de la population française âgée de 18 à 75 ans**.

Le questionnaire aborde les pratiques de loisirs des Français en scindant l'ensemble des loisirs étudiés en deux catégories. Le sociologue Canadien Robert A. Stebbins¹³ a proposé une distinction des activités de loisirs en deux catégories qui fait désormais autorité dans la communauté des chercheurs spécialisés dans ce champ. Les « loisirs sérieux » (*serious leisure*) correspondent aux activités qui impliquent un fort degré d'implication des pratiquants, qui les amènent à acquérir et à exprimer un ensemble de compétences spécifiques. Les « loisirs dilettantes » (*casual leisure*) rassemblent l'ensemble des activités qui ne peuvent être considérées comme des « loisirs sérieux ». Plus positivement, Stebbins les définit comme les activités qui délivrent des gratifications immédiates mais de courte durée et qui ne réclament que peu ou pas de compétences particulières. La distinction entre loisirs sérieux et loisirs dilettantes est plus délicate que ce qui peut paraître au premier abord. Elle renvoie au moins tout autant à la posture du pratiquant qu'aux caractéristiques intrinsèques de l'activité. Par exemple, jouer de la guitare réclame certes un minimum de compétences, mais il sera aisé de distinguer parmi les guitaristes ceux qui, ne maîtrisant que les accords de base, pratiquent de manière occasionnelle et sont peu investis dans l'activité, et ceux pour lesquels la guitare est une véritable passion, qui pratiquent régulièrement et travaillent à l'amélioration de leur technique de jeu. Pour les premiers, jouer de la guitare est manifestement un loisir dilettante alors qu'il s'agit d'un loisir sérieux pour les seconds. Dans cette étude, nous avons cherché à distinguer plus clairement ce qui relève des caractéristiques intrinsèques des différentes activités de loisir et ce qui renvoie au rapport des pratiquants aux activités. Nous distinguerons ainsi deux catégories d'activités de loisirs : les **loisirs actifs** et les **loisirs passifs**.

Les loisirs actifs impliquent – comme les loisirs sérieux de Stebbins – la mobilisation de compétences spécifiques. Mais nous ajoutons à cela le fait que la pratique d'un loisir actif débouche sur une production tangible ou intangible, qu'il s'agisse d'artefacts physiques, d'une œuvre ou d'une performance. Ils s'inscrivent ainsi dans le champ du « **faire** ». Par opposition, les loisirs passifs, peu exigeants en matière de compétences, ne débouchent sur aucune production, mais visent simplement les gratifications immédiates (distraction, amusement, excitation, évasion, repos...). Les loisirs passifs s'inscrivent donc davantage dans le champ du **divertissement**. Cette distinction entre loisirs actifs et loisirs passifs nous semble plus franche et plus opératoire que celle de Stebbins. Fabriquer ou customiser un objet relève clairement des loisirs actifs, aller au cinéma des loisirs passifs. Mais il existe évidemment une zone grise qui rend délicate l'affectation de certaines activités à l'une ou l'autre des deux catégories. Nous avons ainsi été conduit à faire des choix qui pourraient être discutés, par exemple, le classement de la pratique du jeu (jeux de société ou jeux vidéo) du côté des loisirs actifs ou celui de la lecture avec les loisirs passifs.

¹³ Voir : Stebbins R.A., *Leisure and Positive Psychology: Linking Activities with Positiveness*, Palgrave MacMillan, London, 2015. Stebbins R.A., "Casual Leisure: A Conceptual Statement", *Leisure Studies*, vol. 16, n°1, 1997, pp. 17-25

La liste des loisirs actifs abordés dans l'étude	La liste des loisirs passifs abordés dans l'étude
<ul style="list-style-type: none"> - La randonnée, la marche, le trek - Les sports d'hiver - Un ou des sports individuels (hors randonnée et sports d'hiver) - Un ou des sports collectifs - La pratique de la musique (chant, instrument, groupe, composition...) - Le bricolage - Le jardinage - Réparer, restaurer, customiser des engins mécaniques (voitures, motos...) - Cuisiner des plats élaborés ou des pâtisseries (hors cuisine du quotidien) - Fabriquer ou transformer des objets (meubles, bijoux, objets décoratifs, pièces détachées...) - La couture, le tricot, la broderie - Le dessin, la peinture, la sculpture, la céramique, la création graphique... - La danse - Les jeux vidéo - Les jeux de société - Retoucher des photos, monter des vidéos - Écrire des poèmes, des romans, des nouvelles... - La pratique de la méditation, de la sophrologie... 	<ul style="list-style-type: none"> - La visite de musées ou d'expositions - Regarder la télévision, des contenus proposés par les sites de streaming (Netflix, Prime Video, MyCanal...) - La lecture - L'écoute de la musique - Le cinéma - La fréquentation de discothèques, dancings, boîtes de nuit... - Les concerts, les spectacles - Les évènements sportifs - La visite de parcs d'attraction - La visite d'un zoo ou un parc animalier - L'écoute de podcasts - La gastronomie, l'oéologie... - Le shopping

Dans le cadre d'une enquête quantitative, dont la taille du questionnaire doit nécessairement demeurer contenue, il est bien sûr impossible d'interroger chaque personne de manière détaillée sur la manière dont elle mène les différentes activités de loisirs qu'elle pratique. Afin d'atteindre un équilibre convenable entre l'étendue du champ de l'étude (le nombre d'activités abordées) et la profondeur de l'analyse (examen des modalités de la pratique et de ses effets) nous avons procédé en deux temps.

Dans un premier temps, il a été demandé à chaque personne d'indiquer, au sein de la liste de 18 activités de loisirs actifs et de celle de 13 activités de loisirs passifs, quelles étaient les activités qu'elle avait pratiquées, même occasionnellement, au cours des 12 derniers mois. Pour chacune des activités ainsi désignées, il lui était demandé ensuite de préciser à

quelle fréquence elle avait été pratiquée, la place que cette activité tient dans ses centres d'intérêt et si elle est ou non l'objet d'une passion.

Dans un deuxième temps, pour chaque répondant, il a été procédé au tirage au sort de deux de ses activités pratiquées, l'une dans le champ des loisirs actifs, l'autre dans celui des loisirs passifs. Afin que les activités les moins diffusées au sein de la population puissent malgré tout rassembler un nombre de pratiquants interrogés qui soit suffisant pour que les données aient un minimum de solidité statistique, le tirage au sort a été orienté de manière à tendre vers un certain équilibre quant au nombre de répondants sur chaque activité. Au final, ce nombre s'établit entre 113 et 368. Pour chacune des deux activités de loisirs retenues, chaque répondant s'est vu poser un vaste ensemble de questions permettant d'atteindre les objectifs précités de l'étude.

Il paraissait difficile de traiter du rapport des Français aux loisirs sans aborder le thème de vacances. Le thème des vacances conduit à adopter un regard transversal sur le champ des loisirs, fondé sur un espace-temps spécifique, dans le cadre duquel peuvent s'exercer (ou non) les activités de loisirs étudiées. Les vacances ne pouvant donc pas constituer une activité de loisir au même titre que celles abordées dans l'enquête, elles ont fait l'objet d'une approche spécifique, contrainte par la durée du questionnaire.

Enfin, l'étude comporte également un focus sur les Français et les parcs d'attraction.

Mais avant d'entrer dans le détail des pratiques, l'*Observatoire* s'est intéressé au rapport que les Français entretiennent avec les loisirs, à l'échelle de la société comme à celle de leur vie personnelle, et aux représentations qu'ils en ont.

Le rapport des Français aux loisirs

Les sociétés occidentales contemporaines ont souvent été qualifiées de « sociétés des loisirs ». De fait, entre l'allongement de l'espérance de vie, l'entrée plus tardive dans la vie active et le recul tendanciel de la durée du travail, la part du temps de vie consacrée au travail n'a cessé de reculer pour se situer aujourd'hui aux alentours de 10 %¹⁴. Certes, le temps disponible n'est pas nécessairement un temps de loisirs car une part plus ou moins importante est absorbée par des activités contraintes : dormir, se déplacer, gérer les tâches ménagères, l'éducation des enfants... Selon la dernière édition de l'enquête Emploi du temps de l'Insee, les Français disposaient en moyenne en 2010, d'un temps de loisirs moyen par jour de 4h36 (y compris bricolage et jardinage et hors « temps de sociabilité »¹⁵), un chiffre qui était en croissance de 3 minutes par rapport à 1999.

A l'heure où certains évoquent la nécessaire réhabilitation de la « valeur travail » et d'autres l'inexorable déclin du travail associé aux perspectives ouvertes par la robotisation et l'intelligence artificielle, comment les Français évaluent-ils la place dévolue aux loisirs, dans la société contemporaine comme à l'échelle de leur propre existence ?

— La place des loisirs n'est pas excessive

Les Français interrogés ne sont que **13 % à considérer que la place donnée aux loisirs dans la société contemporaine est excessive et qu'il faudrait redonner davantage de place au travail**. A l'inverse, **38 % l'estiment insuffisante** et **34 % trouvent la situation actuelle satisfaisante**.

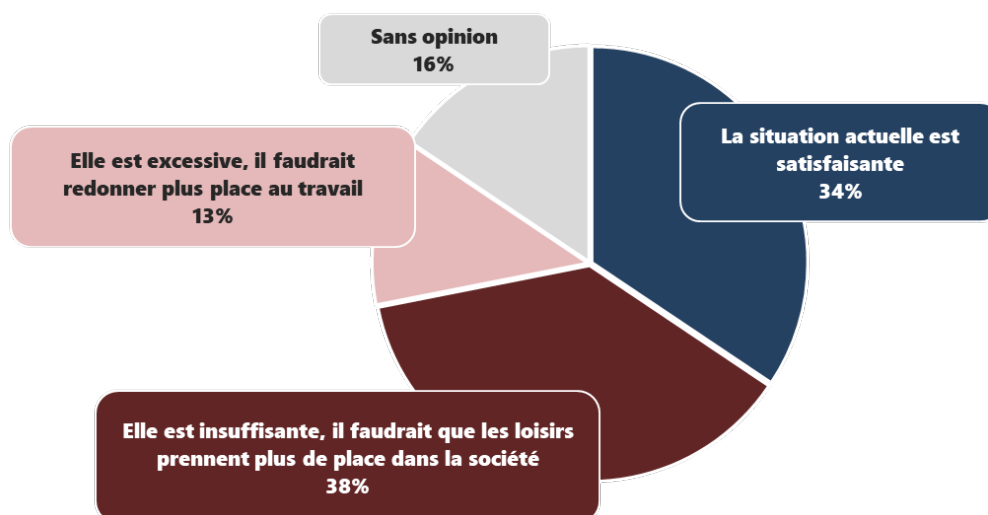
¹⁴ Viard, J. [2015], *Le triomphe d'une utopie*, Editions de l'Aube, coll. Monde en cours.

¹⁵ Conversation, téléphone, courrier, visites, réceptions.

Les opinions en la matière sont **très sensibles à l'âge** des répondants. Ainsi, 54 % des 18-24 ans pensent qu'il faudrait que les loisirs prennent plus de place dans la société. Cette part diminue par paliers pour tomber à 15 % chez les 65-75 ans, dont 29 % estiment qu'il faudrait donner plus de place au travail. La catégorie socioprofessionnelle, comme le niveau de diplômes, se révèlent peu discriminants. Par contre, la sensibilité politique est très influente sur les opinions en la matière. Près d'une personne sur deux se disant « à gauche » ou « très à gauche », « très à droite » ou proche des mouvements écologistes souhaite voir s'étendre la place accordée aux loisirs. Cette part tombe à moins d'une sur quatre parmi les répondants se positionnant « à droite » ou « au centre ». Plus étonnant peut-être, 50 % des répondants se disant « gilets jaunes » jugent insuffisante la place accordée aux loisirs, contre 28 % de leurs opposants.

« On évoque souvent l'avènement d'une « société des loisirs », liée notamment à la tendance au recul du travail dans le temps de vie. Que pensez-vous de la place qu'occupent aujourd'hui les loisirs dans la société française ? »

Base totale, n = 4000



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Interrogés plus directement sur **la place que tiennent les loisirs dans leurs propres vies**, seulement 2 % des répondants estiment que les loisirs y occupent une place excessive. **47 % l'estiment insuffisante et 50 % « juste comme il faut »**. On retrouve ici un fort effet d'âge. Le sentiment de manque est majoritaire chez les moins de 45 ans et culmine à 61 % chez les 25-44 ans (notamment en raison de la présence des enfants), alors qu'il tombe à 19 % chez les 65-75 ans qui sont massivement satisfaits de leur situation. Cet effet d'âge est très lié à la fois au statut d'activité (les actifs sont davantage en attente de plus de loisirs que les inactifs) et à la présence d'enfants dans le foyer (57 % des personnes vivant avec des enfants trouvent insuffisante la place que tiennent les loisirs dans leur vie). Le sentiment de manque est plus fort dans les tranches basses de revenu et croît avec le ressenti de l'intensité de la contrainte budgétaire.

Placés devant une position dans laquelle ils seraient **libres de réaménager leur rythme de vie**, 39 % des répondants ont déclaré comme « important » (dont 10 % « très ») de pouvoir consacrer plus de temps à leur métier ou à leurs études, une proportion qui, étonnamment, diminue nettement avec l'âge (de 58 % chez les 18-24 ans à 30 % chez les 55-64 ans). Mais bien d'autres usages du temps sont considérés comme importants ou très importants par une part plus importante encore des personnes interrogées. En tête, « **passer plus de temps avec ses proches** » (92 %, dont 51 % de très important), suivi de « *disposer de plus de temps pour soi-même* » (86 %). Evoqués explicitement, les loisirs sont en

bonne place : 83 % des personnes interrogées trouveraient important de pouvoir consacrer plus de temps aux loisirs, et 73 % de pouvoir disposer de plus de temps pour les vacances. L'appétit pour les loisirs est donc réel. En toile de fond, 61 % des Français interrogés trouveraient important de pouvoir ralentir leur rythme de vie en général.

Pourtant, confrontés à l'arbitrage entre argent et temps disponible, si 49 % des actifs interrogés se disent satisfaits de leur équilibre en la matière, **31 % opteraient pour moins de temps libre et plus d'argent contre seulement 20 % qui choisiraient moins d'argent mais plus de temps disponible**. L'aspiration à davantage de loisirs s'estompe donc lorsqu'elle a comme contrepartie une baisse de revenus.

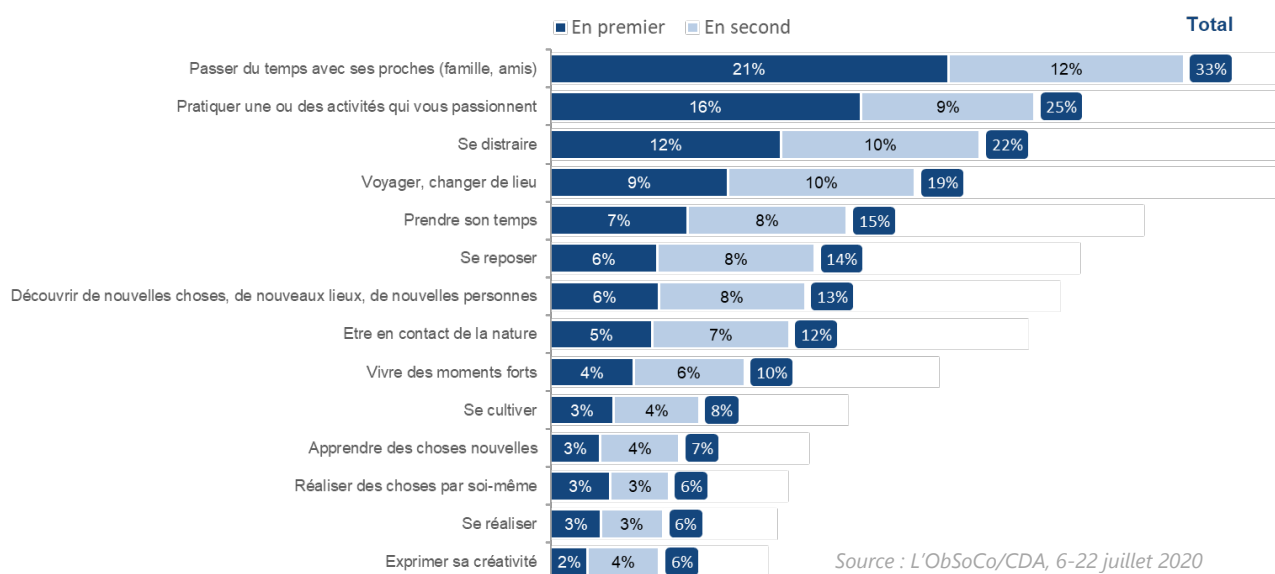
Logiquement, plus de 80 % des répondants déclarant arbitrer en faveur du temps disponible estiment insuffisante la place que tiennent les loisirs dans leur vie. Plus étonnant, 56 % de ceux qui privilégieraient l'argent au détriment du temps disponible estiment également insuffisante la place des loisirs dans leur vie. La propension à préférer l'argent plutôt que le temps disponible se révèle assez peu liée au niveau de vie du ménage, mais elle est très fortement corrélée à l'intensité de la contrainte budgétaire : elle ne s'élève qu'à près de 20 % parmi les répondants disant vivre confortablement ou très confortablement, mais devient majoritaire parmi les plus contraints. **Si le niveau du pouvoir d'achat intervient manifestement dans l'arbitrage entre argent et temps disponible, le rapport au consumérisme est également en jeu**, comme en témoigne l'inclinaison plus forte que la moyenne à privilégier l'argent des répondants affichant un système de valeurs orienté vers le matérialisme.

— Qu'est-ce que les Français entendent par « loisirs » ?

Les réponses apportées à la question « *Pour vous personnellement, les loisirs, c'est avant tout...* » sont très dispersées parmi les 14 items proposés aux personnes ayant participé à l'enquête. Toutefois, « *passer du temps avec des proches (famille, amis)* » **se détache nettement**, retenu en cumul des deux choix possibles par un tiers des répondants (plus encore parmi les personnes vivant avec des enfants ou ayant des petits enfants). Ensuite, pour un quart des répondants, les loisirs c'est, avant tout, **pratiquer des activités dont ils sont passionnés** (une part qui progresse avec le niveau d'éducation). Mais, pour beaucoup, les loisirs sont **aussi envisagés sur un mode plus passif**, au travers de la **distraction**, du **repos**, de la possibilité de **prendre son temps**. On pourra (ou non) s'étonner que seuls 19 % des personnes interrogées associent les loisirs prioritairement au voyage, au changement de lieu. Loisirs et vacances semblent ainsi renvoyer à des représentations connexes mais distinctes.

« Pour vous personnellement, les loisirs, c'est avant tout... »

Base totale, n = 4000



L'âge des répondants affecte peu la hiérarchie des réponses. Les plus jeunes (18-24 ans) se distinguent cependant par un poids supérieur à la moyenne donné à « *vivre des moments forts* » (19 % en cumul des deux choix contre 10 % sur l'ensemble de l'échantillon). Ils sont également plus nombreux à avoir retenu « *pratiquer une ou des activités qui vous passionnent* ».

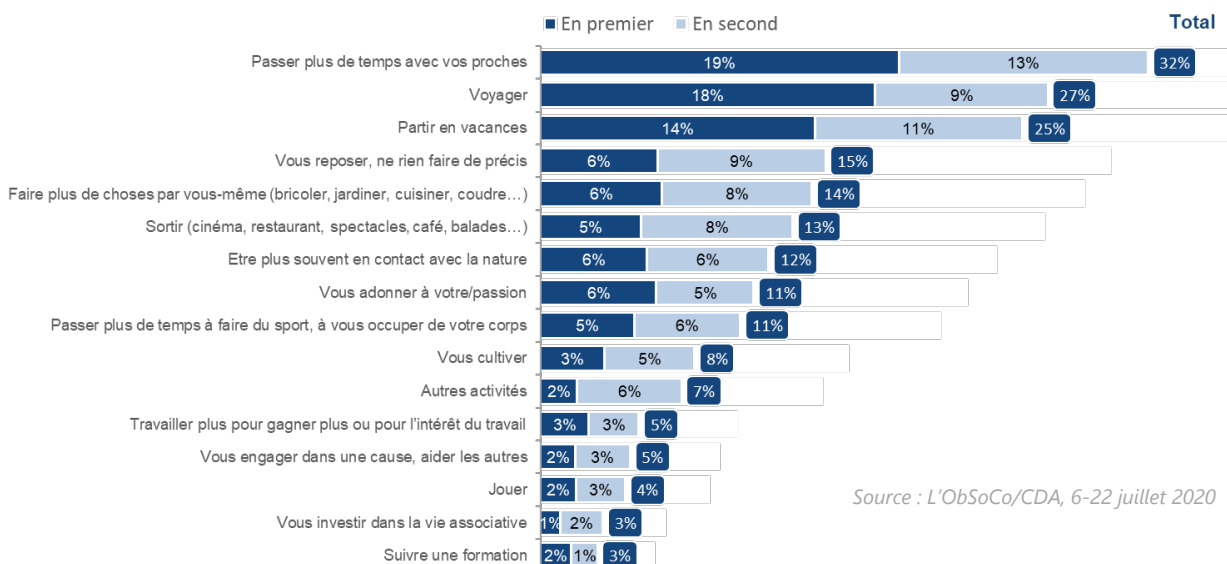
Afin d'explorer plus en profondeur les appétences des Français en matière de loisirs, nous avons placé les personnes ayant participé à l'enquête face à un **scénario dans lequel l'année compterait un mois de plus, dont chacun serait totalement libre de déterminer l'usage**. 14 catégories d'usage leur étaient proposées parmi lesquelles elles pouvaient en choisir deux.

Ici aussi, les réponses sont dispersées, ce qui confirme **la diversité des représentations et des contenus donnés aux loisirs par les Français**. Arrive cependant de nouveau en tête « *passer plus de temps avec ses proches* » retenu par 32 % des répondants. Les vacances ne sont pas en reste, avec 27 % pour « *voyager* » et 25 % pour « *partir en vacances* » (25 %) ¹⁶. Avec « *vous reposer, ne rien faire de précis* » en deuxième position, on retrouve **l'association des loisirs à une certaine forme de ralentissement, voire de passivité**. Les loisirs actifs (« *faire plus de choses par vous-même* », et « *vous adonner à votre/vos passion(s)* ») sont également en bonne place. L'engagement de ce supplément de temps disponible vers des activités non-égocentrées mais tournées vers le collectif ne concerne qu'une très faible part de nos répondants...

¹⁶ Cette appétence pour les vacances et les voyages avait déjà été observée dans une enquête récente dans laquelle nous placions les répondants dans un scénario d'accroissement de leur revenu. Les vacances se plaçaient en tête des usages qui seraient faits de ce budget discrétionnaire. Voir, l'ObSoCo, *Observatoire des perspectives utopiques*, vague 1, avec le soutien de l'ADEME, BPI France et la Chaire ESCP/E.Leclerc, 2019.

« **Imaginez que subitement l'année compte un mois de plus et que vous soyez totalement libre de faire ce que vous voulez du temps ainsi disponible. Quels usages feriez-vous en priorité de ce nouveau temps disponible ?** »

Base totale, n = 4000



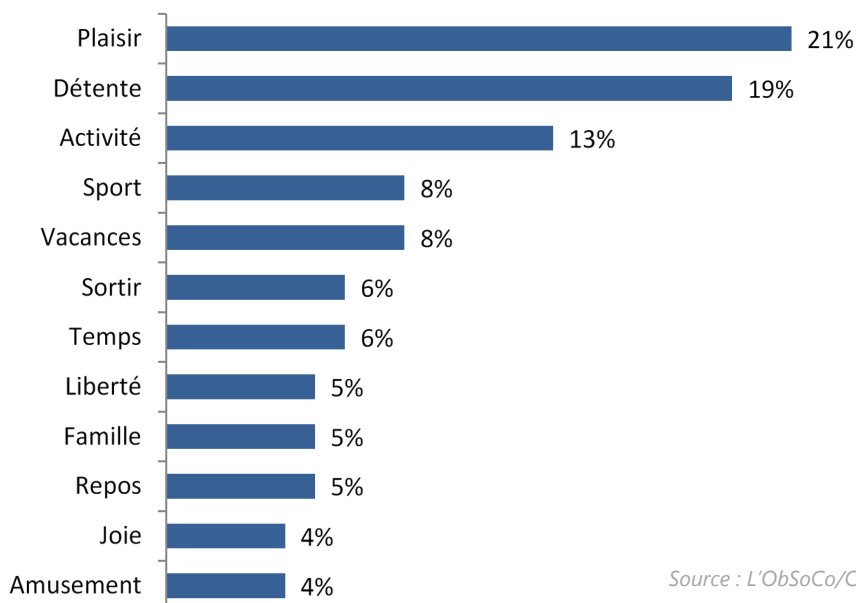
Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

L'appétence pour les voyages est plus marquée que la moyenne parmi les 18-25 ans. Elle croît avec le niveau de vie et le niveau de diplôme et décroît avec l'intensité de la contrainte budgétaire. « *Passer plus de temps à faire du sport, à vous occuper de votre corps* » décroît sensiblement avec l'âge, mais également avec l'intensité de la contrainte budgétaire.

Enfin, les personnes ayant participé à l'enquête ont été invitées à indiquer librement, en quelques mots, ce qu'évoque pour elles le mot « loisirs ».

Proportion des verbatim comportant les mots les plus fréquemment utilisés au sein du corpus complet

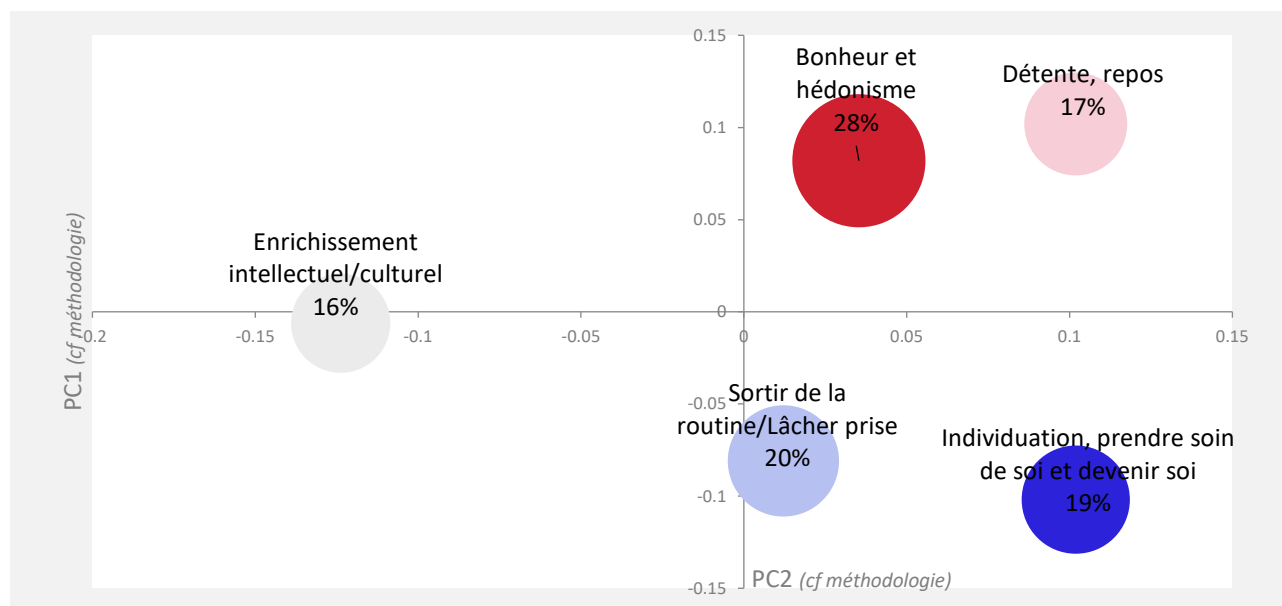
(Base totale, nombre de verbatim dans corpus après « nettoyage », n = 3912)



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Cartographie (selon le niveau de divergence inter-topics¹) et poids des thématiques

(Base totale, nombre de verbatim dans corpus après « nettoyage », n = 3912)



¹Cartographie obtenue grâce à la méthode suivante : Intertopic distance map via multi dimensional scaling. Les coordonnées des centres des bulles sont obtenues grâce aux scores de divergence inter-topics Jensen-Shannon. On obtient donc une matrice à n dimensions, n étant le nombre de topics, et ayant comme valeurs les scores de divergence entre chaque couple de topics. L'espace à n dimensions est ensuite réduit à un espace à 2 dimensions grâce à la méthode de Multidimensional Scaling.

Thématique 1 / 28 % de l'échantillon : Bonheur et hédonisme

Les loisirs sont ici synonymes de bonheur et d'hédonisme, de satisfaction instantanée et de refus de la contrainte : Activités ludiques, créatives ou sportives qui procureront une satisfaction complète et rapide. Il peut s'agir de simples activités culturelles (cinéma, gastronomie), sportives ou sociales (sortir avec ses amis, profiter de sa famille). Elles seront choisies dans une démarche hédonique qui seront ainsi en opposition avec le travail, ici perçu comme procurant peu de plaisir. Cette conception des loisirs est surreprésentée parmi les 18-24 ans.

Leurs mots :

« Divertissement ludique ou qui stimule et qui provoque du bien, de la détente, de la sérénité à la suite de ce loisir »

« Loisirs évoque pour moi toute activité qui nous rend heureux, qui nous plaît et dont on a besoin pour s'échapper (un peu) du monde. »

« Sport, jeux, balades, culture, bricolage. Tout ce qui se fait par plaisir et non contraint. »

« Faire des activités qui vident la tête, qui rendent joyeuse. Faire ce qu'on aime et pas ce qu'on est obligé de faire »

Thématique 2 / 20 % de l'échantillon : Sortir de la routine, lâcher prise

Loisirs est synonymes de « sortir de la routine » : tout ce qui peut permettre de se distraire et de changer de perspectives par rapport au quotidien. Cela passe par une démarche active de recherche d'activités qui iront dans ce sens. Il peut s'agir de voyages mais aussi de moments plus anodins passés avec sa famille et ses amis, afin de se « vider la tête ».

Leurs mots :

« Le mot *loisir* m'évoque une activité physique ou intellectuelle, qui permet **de s'évader de sa routine : TRAVAIL - MAISON** et donc, de profiter de quelque chose qui nous permet de se vider la tête et de **décrocher un peu du stress quotidien** que l'on peut accumuler. »

« **Tout ce qui n'est pas le rythme ordinaire** : lire, jouer aux cartes, aller au cinéma, partir en vacances, se détendre, faire des visites culturelles, jardiner, passer du temps avec les petits-enfants »

« **Distraction permettant de s'évader et faire un aparté du monde professionnel**, même si selon les branches les deux peuvent être liés »

« Pour moi **c'est sortir totalement de la routine**, c'est vacances en famille, repos, détente, changement de paysage et même de pays parfois. »

Thématique 3 / 19 % de l'échantillon : Individuation, prendre soin de soi et devenir soi

Les loisirs sont synonymes de réalisation personnelle : quels qu'ils soient, ils doivent être singuliers et individuels en ce qu'ils sont choisis par soi et non contraints par une quelconque source extérieure, comme le travail. Le loisir doit ici réellement s'inscrire dans une logique d'autodétermination et d'individuation. Il s'agit donc d'être maître de son bien-être, de faire ce dont *j'ai envie* et non pas ce que les *autres* ont envie que je fasse (collègues, supérieurs au travail...) et, ce faisant, de se réaliser.

Leurs mots :

« Découvrir, profiter d'une **activité qui plaît, à laquelle on peut se surpasser**, et qui donne envie de recommencer, approfondir. »

« Une chose qui nous plaît et que nous pouvons pratiquer dans le but de se détendre, **de créer ou d'exprimer notre créativité ou même de nous surpasser**. »

« Vacances en famille ou avec des amis, **du temps libre pour faire ce dont j'ai envie** ; lire, faire des mots croisés, regarder la télé ou encore se prélasser au bord de l'eau en rêvant »

« **Faire ce qui me fait envie à ma convenance et selon mon propre timing** »

Thématique 4 / 17 % de l'échantillon : Détente et repos

Ici, les loisirs sont assimilés à la détente et au repos : Ils permettent de mettre de côté les tracas du quotidien, la *to-do list* infinie et les contraintes qu'elle implique, afin de se reposer et de profiter de moments de calme.

Leurs mots :

« Un moment de **calme et de repos**, mais peut être aussi un moment où on profite de faire des activités hors vie professionnelle »

« Effectuer pendant son temps libre des activités créatives, **se reposer et passer du temps avec sa famille** »

« Loisirs est le temps passé hors travail à pouvoir faire et exercer nos passions et prendre du bon temps libre à regarder la télévision, rigoler, préparer des repas faits maison, jouer, **se relaxer, ne pas s'imposer de contrainte ni d'horaires à respecter etc.** »

« Divertissement, plaisir, **calme, tranquillité** » « Cela évoque le plaisir, la détente, le sport et les jeux »

« Activités procurant du plaisir, **permettant de se ressourcer** »

« S'accorder du temps pour faire des choses que l'on apprécie et qui nous détendent. »

Thématique 5 / 16 % de l'échantillon : Enrichissement intellectuel ou culturel

Les loisirs sont l'opportunité d'apprendre et d'apprendre à faire (dont activités artistiques, littéraires et sportives) : Il s'agit d'une démarche active d'entreprendre des activités que l'on aime mais qui vont aussi nous permettre de nous enrichir intellectuellement et culturellement, comme le cinéma, la peinture, la lecture ou la photographie, mais aussi le sport.

Leurs mots :

« Du temps pour **peindre, dessiner, lire, écouter de la musique**, faire de la photo, me promener avec mon chien, ramasser des coquillages et faire de longues balades sur la plage. »

« Faire des choses qui me plaisent, **comme lire, apprendre de nouvelles choses**, regarder des films, séries ou documentaires etc., faire les boutiques. »

« Cours hebdomadaire de **musique, sport**. Balade et sport du weekend. Lecture, bricolage DIY. »

« **Travaux manuels encadrement, tricot, couture, promenade**, liberté de faire ce que l'on veut. »

« Prendre le temps de faire les choses qu'on aime, **lire, découvrir, visiter, écouter de la musique**. »

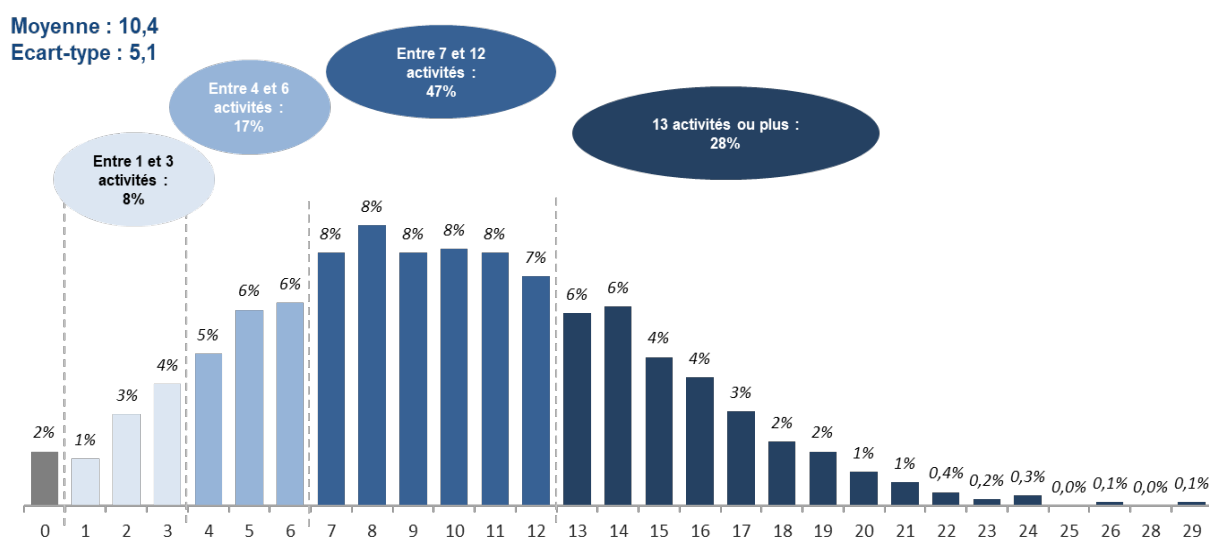
Les activités de loisirs de Français

— Un engagement massif des Français dans les activités de loisirs

Les personnes ayant participé à l'enquête ont été interrogées sur leur pratique de 18 activités de loisirs actifs et de 13 activités de loisirs passifs¹⁷. Au total, **pas moins de 98 % des Français interrogés ont déclaré avoir pratiqué, au moins occasionnellement, au minimum une de ces 31 activités au cours des 12 derniers mois ayant précédé l'enquête.** Pour la plupart d'entre eux, c'est bien plus qu'une activité, puisque **la moyenne s'établit à près de 10.** Près des trois quarts des répondants pratiquent plus de 6 activités. Le nombre d'activités pratiquées décroît avec l'âge et augmente avec le niveau de diplôme.

« Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué les activités suivantes (même occasionnellement) ? »
Base totale, n = 4000, ensemble des 31 activités de loisirs (18 loisirs actifs, 13 loisirs passifs)

Distribution du nombre d'activités de loisirs actifs et passifs pratiquées (même occasionnellement) au cours des 12 derniers mois



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Avec 95 % d'individus pratiquant au moins une activité, le taux de pénétration des loisirs actifs est identique à celui des loisirs passifs. Dans les deux cas, la multi-activité est la règle, plus de 80 % des Français exerçant plus de deux activités de loisirs actifs et plus de deux activités de loisirs passifs. Ce fort engagement des Français dans la pratique des loisirs est particulièrement remarquable pour ce qui est des loisirs actifs, par nature plus exigeants puisqu'ils impliquent de « faire ». Les Français interrogés en pratiquent en moyenne pas moins de 5,4 (5 pour les loisirs passifs). Les loisirs actifs

¹⁷ Rappelons que nous entendons par loisirs actifs l'ensemble des activités de loisirs qui débouchent sur une production tangible ou intangible au travers la mobilisation de compétences. Ces activités impliquent donc de la part du pratiquant de « faire », ce qui nous amènera régulièrement à les qualifier d'activités du « faire ».

sont ainsi très présents dans la vie des Français. 49 % des pratiquants déclarent pratiquer quotidiennement ou presque au moins l'une des 18 activités étudiées. Si on leur ajoute les 30 % qui déclarent pratiquer au moins une fois par semaine, on mesure à quel point le « faire » est une composante de la vie ordinaire de beaucoup de Français.

Parallèlement, 90 % des répondants pratiquent au moins un loisir passif plus qu'occasionnellement - c'est-à-dire au moins 5 à 10 fois par an - et en moyenne ils en pratiquent 3,4.

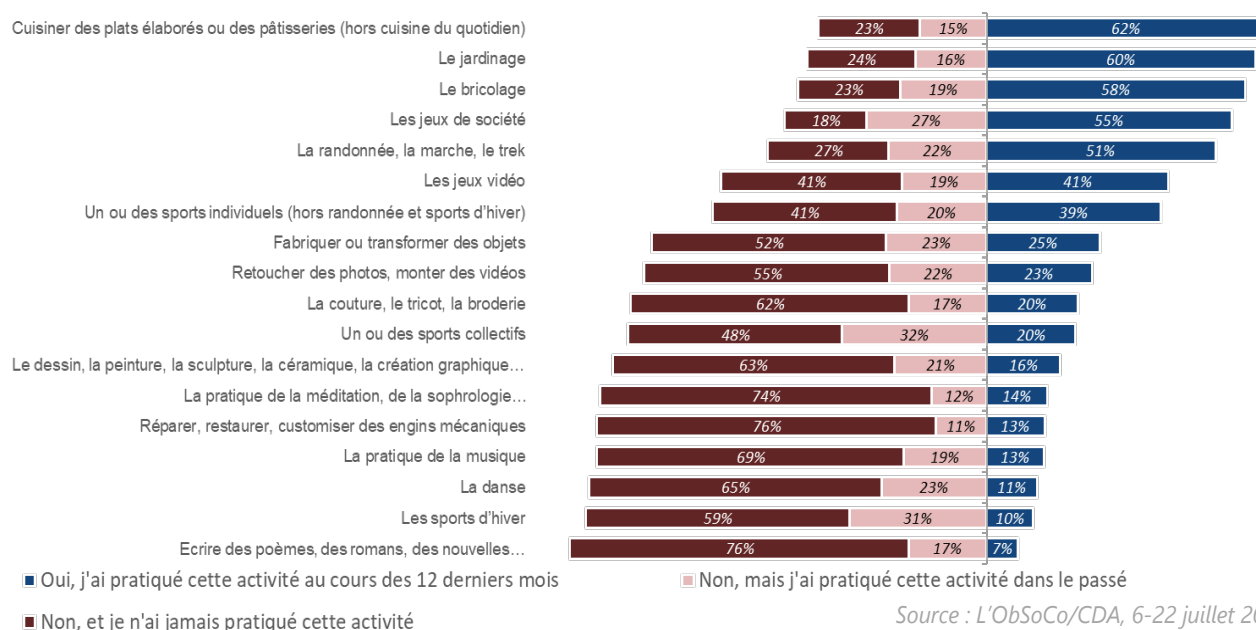
Des activités inégalement diffusées

Les différentes activités de loisirs ont une capacité très inégale à capter des pratiquants. Les plus forts taux de pénétration sont observés du côté des loisirs passifs : 79 % des Français déclarent avoir écouté de la musique au moins occasionnellement au cours des 12 derniers mois, 67 % s'être adonnés au **shopping**, et dans les mêmes proportions ils disent avoir regardé la **télévision ou des contenus vidéo**¹⁸. 64 % pratiquent la **lecture** et 51 % vont au **cinéma**. Le plus fort taux de pénétration du côté des loisirs actifs est observé pour la **cuisine** (élaborée), à 62 %, une pratique qui s'est diffusée à l'occasion du confinement comme en a témoigné l'évolution des requêtes sur Google et les échanges sur les réseaux sociaux. Près derrière, on trouve le **jardinage** (60 %) et le **bricolage** (58 %). Le taux de pénétration du jardinage est d'autant plus remarquable que, même si l'on admet qu'il puisse être pratiqué à l'échelle d'un balcon, tous les Français ne sont pas en mesure de s'adonner à cette activité. Les **jeux de société** et l'ensemble **randonnée-marche-trek**, sont les dernières activités à dépasser le seuil de 50 %. Nos enquêtes sur les mobilités des Français témoignent d'une progression régulière de la marche.

À l'opposé du spectre, la fréquentation des discothèques ne concerne que 11 % des personnes interrogées et, du côté des loisirs actifs, seulement 7 % ont pratiqué l'écriture et 10 % les sports d'hiver au cours des 12 derniers mois.

« Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué les activités [de loisirs actifs] suivantes (même occasionnellement) ? »

Base totale, n = 4000

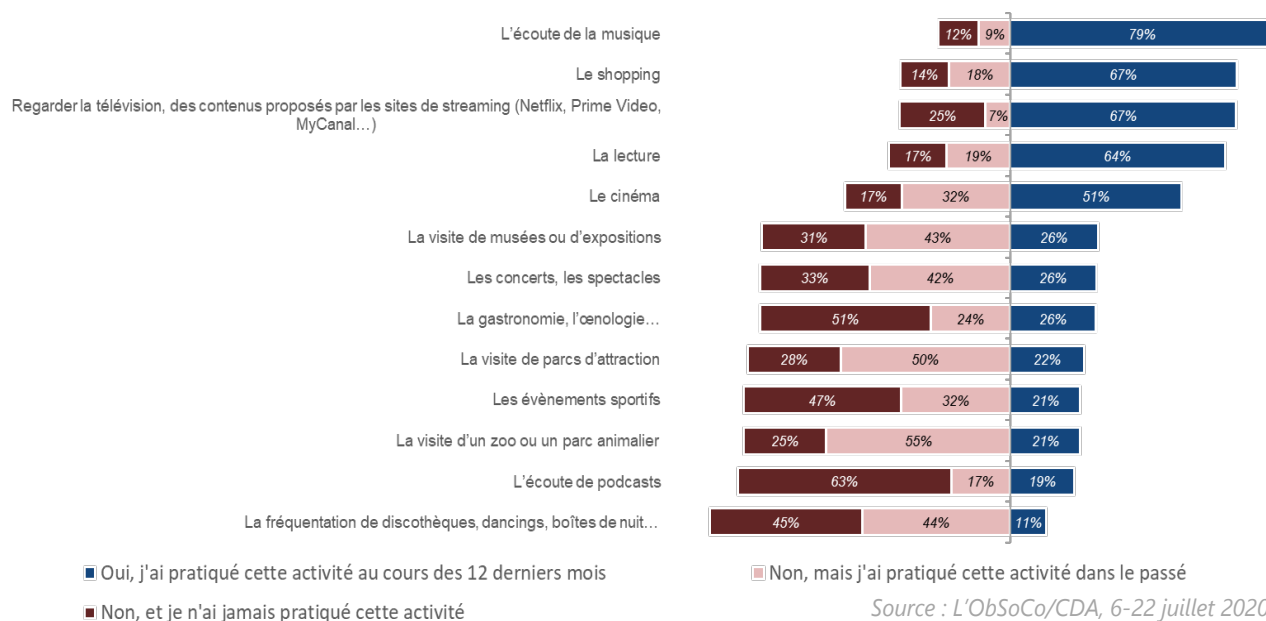


Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

¹⁸ Une proportion qui semble très en dessous de la réalité, prétendre de ne pas regarder la télévision étant probablement empreint d'un biais de désirabilité.

« **Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué les activités [de loisirs passifs] suivantes (même occasionnellement) ?** »

Base totale, n = 4000



Un engagement dans la pratique à géométrie variable

Le degré d'engagement des personnes dans les activités de loisir est très inégal : il varie considérablement d'une pratique à l'autre, mais aussi selon les individus pour une même pratique.

Une fréquence de pratique très inégale selon les activités

Une première manière d'approcher l'engagement est d'observer la fréquence à laquelle les activités sont pratiquées.

Le centre de gravité de certaines pratiques se situe clairement du côté des **pratiques occasionnelles**, la proportion de pratiquants déclarant s'y adonner plus d'une fois par semaine étant limitée. Pour des raisons évidentes, la visite de zoos, ou de parcs d'attraction et la pratique des sports d'hiver se détachent ici très nettement : 80 % environ des Français déclarant avoir pratiqué ces activités au cours des 12 derniers mois ne les ont pratiquées qu'exceptionnellement ou occasionnellement (c'est-à-dire moins que « entre 5 et 10 fois par an »). De manière beaucoup moins franche, le travail sur les engins mécaniques, le travail sur les objets, la visite de musées ou d'expositions, la fréquentation de discothèques et la participation à des spectacles sont associés à des fréquences de pratique plus variable mais dont le centre de gravité penche vers l'occasionnel. A l'inverse, les sports individuels (hors randonnée et sports d'hiver), la pratique de la musique, le jardinage, la cuisine élaborée, les jeux vidéo, et, plus encore, l'écoute de la musique, la lecture et le visionnage de contenus vidéos sont des activités qui relèvent davantage d'une **pratique assidue**, qu'une majorité des pratiquants déclarent exercer au moins une fois par semaine.

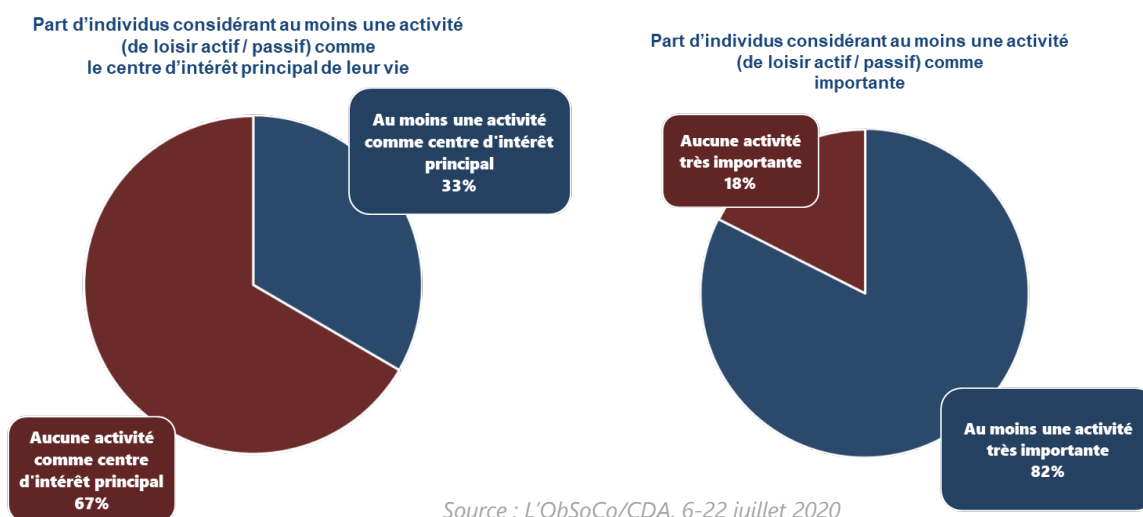
Des loisirs souvent très investis psychologiquement

Une autre manière d'approcher l'engagement des individus dans les activités de loisirs est d'observer l'intensité avec laquelle l'activité est investie psychologiquement par les pratiquants, à travers la place qu'elle tient dans leur vie ainsi que par l'expression d'une relation passionnelle à l'activité.

Les différentes activités de loisirs occupent manifestement une place inégale dans la vie de leurs pratiquants. **Une majorité des personnes qui écoutent de la musique, pratiquent la musique ou lisent, considèrent ces activités comme étant un centre d'intérêt très important dans leur vie**, voire LE principal centre d'intérêt de leur vie. Ce rapport quasi-obsessionnel à la pratique concerne plus de 10 % des répondants pratiquant la musique ou l'écriture, des adeptes de la lecture ou de l'écoute de la musique et atteint des niveaux plus élevés encore pour certains sports individuels, tels que l'équitation ou les sports mécaniques.

« Dans quelle mesure cette activité est-elle un centre d'intérêt important dans votre vie ? »

Base : individus ayant pratiqué au moins une des activités de loisirs actifs ou passifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3942



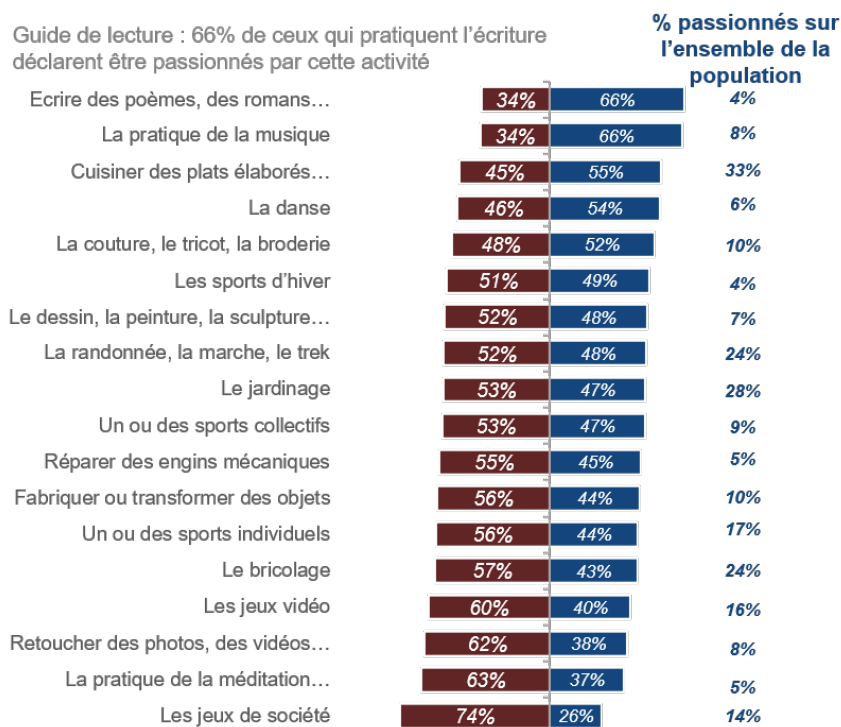
82 % de nos répondants ont désigné au moins une activité parmi celles pratiquées qu'ils considèrent comme **un centre d'intérêt très important dans leur vie**. Pour **33 %**, ce serait même leur **principal centre d'intérêt**.

Il a également été demandé aux pratiquants des différentes activités s'ils ressentent une passion pour l'une ou l'autre d'entre elles. Manifestement les personnes interrogées ont une acception généreuse de la notion de passion. En effet, **83 à 92 % des personnes déclarent avoir une passion pour au moins une des activités qu'elles pratiquent**, ce qui représente 77 % de l'ensemble de la population française de 18 à 75 ans. **Les loisirs actifs sont plus prompts à générer la passion**. 83 % des pratiquants sont passionnés par au moins une activité. Pour 5 des 18 activités de loisirs actifs étudiées, les passionnés sont majoritaires parmi l'ensemble des pratiquants : l'écriture, la pratique de la musique, la cuisine, la danse et la couture. Excepté les jeux de société, l'ensemble des activités de loisirs actifs comptent plus d'un tiers de pratiquants passionnés. Du côté des loisirs actifs, 77 % des pratiquants se passionnent pour au moins une activité. Quatre activités comptent plus de 50 % de passionnés : l'écoute de la musique, la participation aux événements sportifs, la lecture et la gastronomie/cœnologie. Excepté l'écoute de podcasts, l'ensemble des activités de loisirs passifs compte

au moins un quart de pratiquants passionnés. On retiendra notamment que 26 % des personnes ayant déclaré pratiquer le shopping se disent passionnées par cette activité. Cela ne représente pas moins de 17 % de la population française...

« **Diriez-vous que vous avez une "passion" pour cette activité ?** »

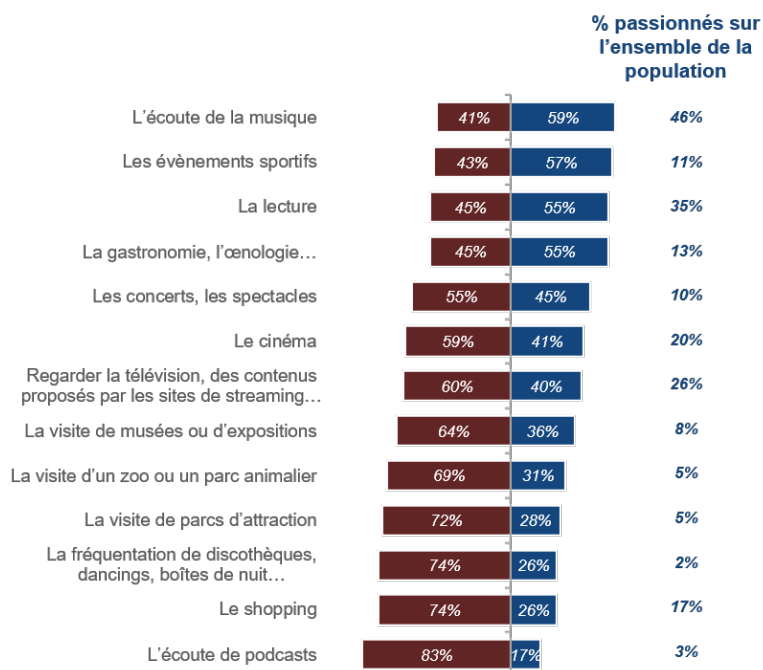
Base : totale individus ayant pratiqué au moins une des activités de loisirs actifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3812



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

« **Diriez-vous que vous avez une "passion" pour cette activité ?** »

Base : totale individus ayant pratiqué au moins une des activités de loisirs passifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3784



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les loisirs sont donc l'objet d'un fort investissement psychologique des Français. Bien loin de l'image de simple « passe-temps », on imagine qu'ils sont pour beaucoup une source de satisfaction, un facteur de sens donné à l'existence. Nous vérifierons ce point plus bas par une analyse statistique du lien entre loisirs et bien-être.

Une mesure synthétique de l'engagement des Français dans les activités de loisir

Un inégal engagement des Français dans les activités de loisir

Afin d'agrèger les deux dimensions de l'engagement dans les loisirs au sein d'un même indicateur, nous avons construit un **score d'engagement dans la pratique des loisirs**. Cet indicateur prend donc en compte, pour chaque répondant, le nombre d'activités de loisir pratiquées, la fréquence de la pratique de chacune d'entre elles, et le fait que l'activité soit déclarée comme une passion ou non¹⁹. Sa valeur s'établit à l'intérieur d'une fourchette allant de 0 à 10.

A l'échelle des 31 activités étudiées (loisirs actifs et passifs), l'indicateur s'élève en moyenne à 1,7. Il **diminue régulièrement avec l'âge**, ce qui signifie que les jeunes sont dans l'ensemble plus impliqués dans les activités de loisirs que leurs aînés (2,0 chez les 18-24 ans ; 1,5 chez les 65-75 ans) et **progresses avec le niveau de vie** du foyer et, mais de manière moins nette, **avec le niveau d'éducation** du répondant. Capital économique et capital culturel contribuent manifestement à l'intensité avec laquelle les individus s'engagent dans les loisirs.

Les personnes ayant participé à l'enquête témoignent d'un **niveau moyen d'engagement plus important dans les loisirs passifs** que dans les loisirs actifs (la moyenne de l'indicateur s'établissant respectivement à 2 et 1,5). Les loisirs passifs sont associés à la fois à une proportion significativement plus faible de pratiquants très faiblement engagés (22 % contre 32 % pour les loisirs actifs) et une proportion plus élevée de pratiquants très fortement engagés (19 % contre 9 %). Les **degrés d'engagement des répondants dans les deux catégories de loisirs sont très fortement corrélés**²⁰, ce qui signifie que les individus fortement (ou, à l'inverse, faiblement) engagés dans la pratique des loisirs actifs le sont le plus souvent également dans celle des loisirs passifs.

Un degré d'investissement dans la pratique très inégal selon les activités et les personnes

Nous avons construit un score mesurant le **degré d'investissement** de chaque répondant dans la pratique de l'activité sur laquelle il a été interrogé. Cet indicateur compile les réponses relatives à la fréquence de la pratique, au degré d'investissement psychologique du pratiquant, mais aussi au niveau d'effort engagé dans la pratique (ce point sera abordé plus bas). L'indicateur qui en résulte s'établit dans une plage de variation allant de 0 à 10.

¹⁹ À partir des questions relatives à la pratique des activités, la fréquence de cette pratique et la relation passionnelle aux activités pratiquées, nous mesurons pour chacun des répondants un *indicateur d'engagement dans les activités de loisirs*. Cet indicateur a été mesuré de la façon suivante :

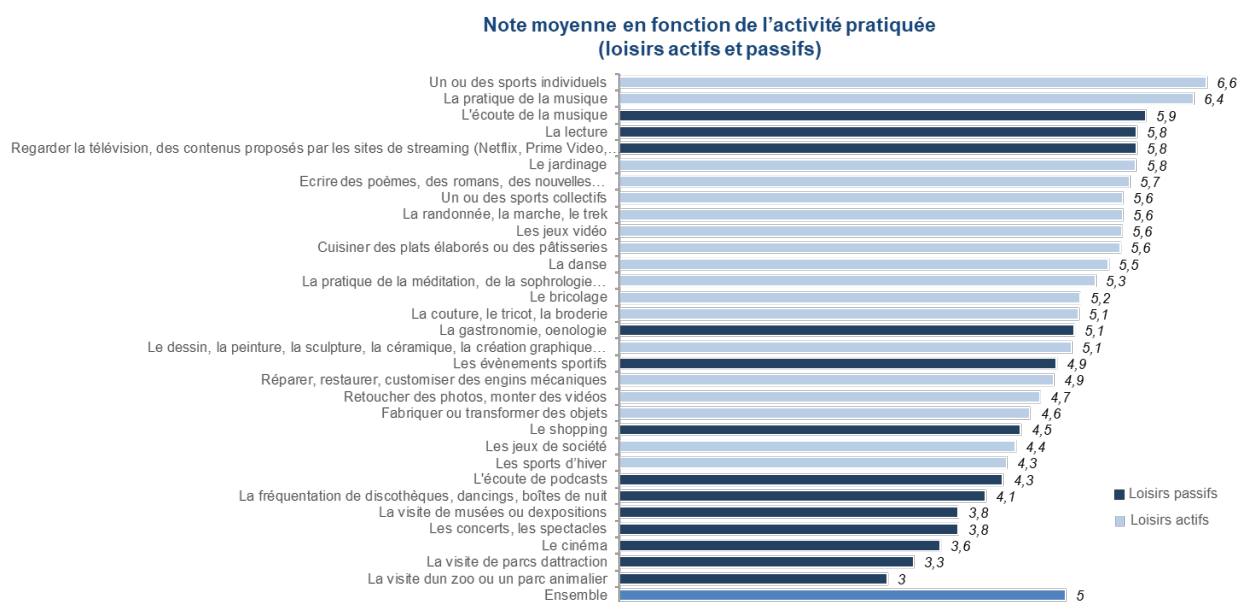
- chaque répondant s'est vu attribuer, pour chacune des 31 activités, une note selon la fréquence de pratique : 0 si l'activité n'est pas pratiquée, 0,5 si exceptionnellement ou occasionnellement, 1 si entre 5 à 10 fois par an, 2 si au moins une fois par mois, 3 si au moins une fois par semaine ou quotidiennement ou presque ;
- 2 points ont ensuite été ajoutés à ces notes si l'activité est décrite comme une passion ;
- les 31 notes sur 5 ainsi calculées, correspondant aux 31 activités, ont finalement été additionnées de sorte que chaque individu se voit attribué une unique note d'engagement dans les activités de loisirs.

Cet indicateur est ramené à une échelle de 0 à 10, avec une moyenne de 1,7.

²⁰ Coefficient de corrélation de Pearson = 0,81.

Mesure du niveau d'investissement dans la pratique de loisirs actifs et passifs

Base totale, n = 4000



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

A l'échelle de l'ensemble des pratiques de loisirs, le degré d'investissement dans l'activité pratiquée se révèle très peu sensible aux caractères socioéconomiques des pratiquants. Les écarts sont beaucoup plus francs entre les activités.

L'indicateur du degré d'investissement dans l'activité pratiquée s'établit en moyenne à 4,5 pour les loisirs passifs et 5,4 pour les loisirs actifs. La proportion de personnes très peu engagées dans l'activité (score inférieur ou égal à 3,5) est sensiblement plus forte pour les loisirs passifs (32 %) que pour les loisirs actifs (16 %), alors que l'inverse est observé quant à la proportion de pratiquants très investis (17 % vs 25 %). La comparaison de ces résultats avec ceux observés au plan de l'engagement global des Français dans les activités de loisirs vu au point précédent suggère que les loisirs passifs bénéficient globalement d'une plus grande pénétration au sein de la population, mais que les loisirs actifs sont l'objet en moyenne d'un plus fort investissement de la part de leurs pratiquants.

C'est donc au sein de la catégorie des loisirs actifs que l'on trouve les activités associées aux plus forts niveaux d'investissement dans la pratique : les sports individuels (6,6) et la pratique de la musique (6,4). 14 des 18 activités de loisirs actifs affichent un score d'investissement moyen de leurs pratiquants supérieur à 5. Aucune activité ne tombe à moins de 4,3 (les sports d'hiver).

Seulement 4 des 13 activités de loisirs passifs sont associées à une moyenne de niveau d'investissement dépassant 5 : l'écoute de la musique, la lecture, la consommation de contenus vidéos et la gastronomie/œnologie. Les plus faibles niveaux sont obtenus par la visite des parcs d'attraction (3,3) et la visites de parcs animaliers (3,0).

49 % des pratiquants de loisirs actifs et 37 % de ceux de loisirs passifs expriment le désir de s'investir davantage dans l'activité pour laquelle ils ont été interrogés. En tête, très largement, on retrouve la pratique de la musique et de l'écriture (respectivement 76 % et 71 %), des activités bénéficiant pourtant déjà d'un niveau moyen d'investissement de ses pratiquants relativement élevé. Elles sont suivies de la méditation/sophrologie et des sports individuels et des sports d'hiver. Seules deux pratiques de loisirs passifs font apparaître une majorité de pratiquants désireux de s'investir davantage : la visite de musées ou d'exposition et la participation à des concerts et spectacles.

Toutes activités confondues, la proportion de pratiquants exprimant le désir de s'investir davantage recule sensiblement avec l'âge et avec l'intensité de la contrainte budgétaire. Elle progresse très fortement avec l'intensité de la sociabilité associée à la pratique (voir plus bas). Elle progresse également, de manière très forte pour les loisirs actifs, avec le niveau d'investissement du pratiquant. Les pratiquants les plus investis sont donc ceux qui les plus désireux de s'investir

davantage. Une logique cumulative est ici à l'œuvre dont la suite des résultats de l'enquête nous donnera des clés de compréhension.

— Une typologie des pratiquants

Nous avons vu que les Français interrogés pratiquent en moyenne 10 activités parmi les 31 abordées dans l'étude. Outre qu'il ne s'agit que d'une moyenne, ce chiffre ne nous dit rien du contenu des bouquets d'activités que chacun s'est confectionnés, ni de la différenciation du profil des pratiquants selon les activités pratiquées. Afin d'explorer ces questions, nous avons réalisé une typologie qui répartit l'ensemble des répondants en 5 groupes se distinguant par le contenu de leur bouquet d'activités.

Les « écrans » (28 % de l'échantillon)

Les individus appartenant à ce groupe se distinguent surtout par une pratique très supérieure à la moyenne des jeux vidéo ainsi que par une pratique relativement élevée de la consommation de contenus audiovisuels. *A contrario*, ils sont très peu tournés vers les activités les plus manuelles : le bricolage, le jardinage, le travail sur les objets ou les engins mécaniques. C'est également le groupe qui affiche le plus bas niveau de fréquentation des musées/expositions ainsi que des concerts/spectacles. Leur niveau d'engagement dans les loisirs passifs est conforme à la moyenne, alors qu'ils sont en retrait dans leur engagement dans les loisirs actifs.

Ce groupe est composé à 61 % de femmes. Les moins de 35 ans y sont largement surreprésentés. Leur proportion est un peu plus élevée parmi les CSP- que parmi les CPS+ et intermédiaires mais on ne perçoit pas de relation marquée avec le niveau de vie ou le niveau de diplôme. Ils ont un usage des applications numériques supérieur à la moyenne, en particulier les sites de partages et de streaming vidéo (YouTube, Dailymotion...).

Les « manuels » (23 % de l'échantillon)

Les « manuels » sont massivement engagés dans le bricolage, le jardinage, la cuisine ainsi que dans le travail sur les objets et la couture. A l'inverse, ils apparaissent en retrait sur la pratique des jeux vidéo et la consommation de contenus audiovisuels, et dans une moindre mesure sur la pratique des activités sportives. Ce groupe comporte 44 % des personnes associées à un niveau important ou très important d'engagement dans les loisirs actifs (28 % à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon) et c'est le groupe où l'on compte le plus grand nombre de passionnés de ce type d'activités. *A contrario*, ils se montrent collectivement moins engagés que la moyenne dans les loisirs passifs.

Dans ce groupe également, les femmes sont surreprésentées (59 %), mais les moins de 35 ans sont relativement peu nombreux, à l'inverse de 55 ans et plus, ce qui explique sans doute la surreprésentation des personnes vivant en couple sans enfants. 30 % des « manuels » vivent dans une commune rurale (23 % sur l'ensemble de l'échantillon). CSP, niveau de vie et niveau de diplôme sont peu discriminants. Les « manuels » sont globalement plus sensibles aux questions environnementales que la moyenne et plus nombreux à en tenir compte dans leurs choix de consommation, y compris en matière de vacances.

Les « peu engagés » (22 % de l'échantillon)

Ce groupe se distingue par son faible engagement global dans la pratique des loisirs, qui est particulièrement marqué à l'égard des loisirs passifs, notamment la lecture, l'écoute de la musique, le cinéma et le shopping. Ces « peu engagés » témoignent d'une relativement faible propension à se passionner pour les activités de loisirs pratiquées. C'est aussi le groupe où l'on compte la plus forte proportion de personnes qui ne sont pas parties en vacances au cours des trois dernières années (28 %).

Le profil des membres de ce groupe n'est pas très affirmé. Ce groupe est composé d'hommes à 60 %. Sa structure par âge ne se distingue pas de celle de l'ensemble de l'échantillon. Les ménages à haut niveau de vie y sont légèrement sous-représentés, de même que les CSP+. Ces « peu engagés » sont en moyenne moins diplômés que l'ensemble de l'échantillon. C'est le groupe qui se révèle le moins sensible aux questions environnementales.

Les « sorties » (17 % de l'échantillon)

Il s'agit du groupe le plus engagé dans le shopping, la fréquentation des cinémas, des concerts et spectacles, des parcs d'attraction et des zoos, des expositions et musées. Ils sont également au-dessus de la moyenne pour la pratique de la gastronomie-cœnologie. En contrepartie, ses membres affichent un grand déficit d'engagement dans les activités manuelles (bricolage, jardinage, travail sur les objets ou les engins mécaniques...) et, dans une moindre mesure, dans les activités sportives. Les « sorties » constituent le groupe qui est collectivement le moins engagé dans la pratique des loisirs actifs et aussi celui qui est le plus engagé dans les loisirs passifs.

Les femmes et les moins de 35 ans sont légèrement surreprésentés dans ce groupe à l'inverse des tranches basses de niveau de vie. On compte 42 % de titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur (soit 10 points de plus que sur l'ensemble de l'échantillon). Ce groupe est composé à 32 % de personnes vivant seules sans enfants (23 % à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon). Les critères géographiques sont assez prégnants. 28 % de ces « sorties » résident dans l'agglomération parisienne (17 % à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon), alors que les habitants des communes rurales et des petites villes, ainsi que ceux des couronnes périurbaines, sont sous-représentés. La question de l'accès aux infrastructures des types de loisirs pratiqués par les membres de ce groupe semble donc importante, ce qui fait que la proportion de « sorties » est croissante avec la densité de la commune de résidence.

Les « sportifs » (10 % de l'échantillon)

Comme son nom l'indique, ce groupe se distingue par un engagement très marqué de ses membres dans les pratiques sportives : ils sont 31 % à pratiquer les sports d'hiver (contre 10 % sur l'ensemble de l'échantillon), 84 % un ou des sports individuels (vs 30 %), 69 % un ou des sports collectifs (vs 20 %). Mais les « sportifs » constituent également le deuxième groupe le plus bricoleur et le plus jardinier. Ils sont par contre très en retrait concernant les arts graphiques, l'écriture et la couture, mais aussi les jeux vidéo et les jeux de société. Ils écoutent beaucoup de musique, vont au cinéma, fréquentent plus que la moyenne les parcs d'attraction et... fréquentent assidûment les événements sportifs. Au total, c'est le groupe le plus engagé dans la pratique des activités de loisirs. S'il est dépassé de peu par les « sorties » sur les loisirs passifs, il est en tête sur les loisirs actifs (talonné par les « manuels »). A 94 %, les « sportifs » constitue le groupe associé au plus fort taux de départ en vacances sur 3 ans.

C'est un groupe masculin à 78 % dans lequel les 18-24 sont légèrement surreprésentés et les 65-75 ans sous-représentés. Le niveau de vie moyen est significativement supérieur à la moyenne et la contrainte budgétaire en moyenne relativement faible. On y compte 37 % de personnes vivant en couple avec des enfants (31 % sur l'ensemble de l'échantillon). CSP+ et, surtout, CSP intermédiaires sont surreprésentées. C'est le groupe qui est associé à la plus forte intensité d'usage des services numériques.

— Les motivations

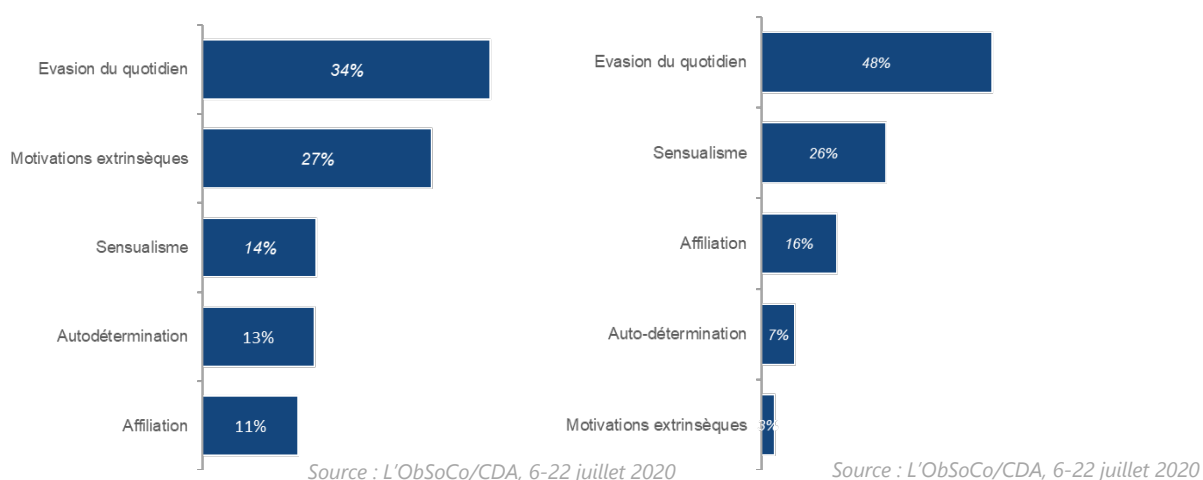
Que recherche-t-on au travers de l'exercice d'activités de loisirs ? Qu'est-ce qui motive l'engagement par les pratiquants de temps, et, souvent, d'argent, d'effort et de ressources cognitives ? Pour le savoir, nous avons demandé aux personnes ayant participé à l'enquête d'indiquer leurs trois premières motivations (sur une liste de 15) à pratiquer l'activité pour laquelle elles étaient interrogées.

Les approches théoriques des motivations distinguent généralement deux grandes orientations motivationnelles²¹ : l'orientation téléique ou extrinsèque, dans laquelle l'acteur est motivé par le résultat de l'activité, et l'orientation paratélique (ou autotélique) ou intrinsèque où c'est l'exercice même de l'activité qui motive le pratiquant. Les activités de loisirs ont par nature vocation à s'inscrire dans une orientation paratélique. Cependant, certaines activités peuvent être en tout ou partie motivées par le résultat, par exemple par la perspective de réaliser des économies, voire de générer un revenu, ou par celle d'obtenir des effets utiles plus étroitement adaptés à la spécificité du besoin ou du désir.

Afin de cerner la nature de leur motivation, nous avons dressé une liste de 15 items soumise à l'évaluation des répondants. Elle renvoie à 6 catégories de motivations²².

« Quelles sont vos principales motivations à pratiquer cette activité ? »

Base totale individus ayant pratiqué au moins une des activités de loisirs actifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3812 [graphique de gauche] / Base totale individus ayant pratiqué au moins une des activités de loisirs passifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3784 [graphique de droite]



Ce sont les motivations qui relèvent de l'évasion du quotidien qui dominent la hiérarchie des motivations exprimées par les pratiquants. Cette suprématie est très marquée dans le registre des loisirs passifs, où elle constitue la catégorie de motivation principale de 48 % des pratiquants (34 % pour les loisirs actifs). Dans le détail, par exemple, « me détendre, me relaxer » a été désignée comme la première motivation par 33 % des pratiquants des loisirs passifs (56 % en cumul des trois choix possibles), loin devant l'ensemble des 14 autres items, contre 12 % pour les pratiquants des loisirs actifs (37 %). La consommation de contenus audiovisuels, la pratique des jeux vidéo et des jeux de société sont particulièrement motivées par cette recherche de l'évasion du quotidien.

Le sensualisme se classe en deuxième position pour les loisirs passifs et en troisième position pour les loisirs actifs. Par exemple, « les sentiments, les sensations ressenties pendant la pratique » a été retenu en premier choix par 10 % des pratiquants des loisirs passifs (25 % en cumul des trois choix), et par 5 % des pratiquants des loisirs actifs (15 %). Dans le champ des loisirs actifs, c'est pour la pratique des sports d'hiver que le sensualisme pèse le plus lourd dans la balance des motivations. Dans le champ des loisirs passifs, la participation à des concerts ou des spectacles se détache nettement des autres activités.

²¹ Apter M.J., *The Experience of Motivation*, Academic Press, London, 1982. Ryan R. M., Deci E. L., *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development and Wellness*, Guilford Press, 2017.

²² Salerno A., "L'expérience créative du consommateur : le rôle de l'orientation motivationnelle dans l'activité de loisir créatif", *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 24, n°2, mars 2009, pp. 69-92.

Du côté des **loisirs actifs**, les **motivations extrinsèques** font presque jeu égal avec l'évasion du quotidien. Registre de motivations principal de 27 % des pratiquants, c'est sur ce point que les deux catégories de loisirs se distinguent le plus nettement. En particulier, « *l'utilité du résultat* » a été choisi par 10 % des pratiquants de loisirs actifs en premier choix et par 34 % en cumul des trois choix ; « *faire des économies ou dégager une source de revenus* » par 7 % et 22 %. Les motivations extrinsèques pèsent particulièrement lourd pour le bricolage, et le travail sur les objets ou les engins mécaniques, mais aussi pour la pratique de la marche et des sports individuels. Ces motivations n'ont pas de raisons d'être dans le cadre des loisirs passifs. « *Maintenir ou améliorer ma forme physique ou mon mental* » n'a été retenu que par 3 % (en cumul des trois choix) des pratiquants des loisirs passifs.

Loin derrière, les motivations relatives au registre de **l'affiliation** ne sont pas pour autant négligeables. Par exemple « *faire plaisir aux autres* » a été retenu, en cumul des trois choix, par 16 % des pratiquants des loisirs actifs et 12 % de ceux des loisirs passifs, qui sont 28 % à avoir retenu « *passer un bon moment en famille ou avec mes proches* ». L'affiliation est le premier registre motivationnel pour la visite des parcs animaliers ainsi que de la pratique de la cuisine élaborée. C'est également un registre très important pour la fréquentation des discothèques et la gastronomie/cœnologie.

Enfin, le registre de **l'autodétermination** est une source de motivation de second plan, active principalement dans le champ des loisirs actifs. Par exemple, 23 % (en cumul des trois choix) des pratiquants des loisirs actifs ont retenu « *la fierté d'avoir réalisé quelque chose par moi-même* ». L'autodétermination constitue le premier registre motivationnel pour l'écriture. Il est également très important pour le travail sur les photos et les vidéos ainsi que pour les arts graphiques.

— Effort et compétences

L'exercice des activités de loisirs peut s'accompagner de l'engagement d'efforts de la part du pratiquant, qu'il s'agisse d'une dépense de force physique, de concentration, de méticulosité... Par définition, les activités de loisirs actifs ont vocation à réclamer davantage d'efforts que les activités de loisirs passifs.

Invités à donner une **note de 0 à 10 selon le niveau d'effort** que la pratique pour laquelle ils sont interrogés leur réclame en général, les pratiquants de **loisirs actifs ont donné une note moyenne de 5,3**, 28 % ayant donné une note inférieure ou égale à 4, 38 % une note supérieure ou égale à 7. **La moyenne n'est qu'à 3,9 pour les loisirs passifs**, avec 51 % de notes inférieures ou égales à 4 et 21 % de notes supérieures ou égales à 7.

Du côté des loisirs actifs, sans surprise, ce sont les **activités sportives** qui sont associées aux plus forts niveaux moyens d'effort. Plus inattendu peut-être, le **travail sur les engins mécaniques** et **l'écriture** sont associés à des niveaux d'effort significativement supérieurs à la moyenne des loisirs actifs. Les jeux (de société et vidéo), la méditation/sophrologie requièrent en moyenne un niveau d'effort relativement faible.

Du côté des loisirs passifs, les niveaux d'effort déclarés moyens les plus élevés sont relevés pour la participation à des **événements sportifs**, la **gastronomie/cœnologie** et le **shopping**. L'écoute de la musique et le cinéma sont associés à des niveaux moyens particulièrement faibles.

La différenciation des niveaux d'effort selon le profil des individus reflète pour partie la différenciation de leur engagement dans les différentes activités étudiées. De manière générale, on note que le niveau d'effort associé à la pratique des loisirs passifs croît légèrement avec l'âge. Pour les loisirs passifs comme pour les loisirs actifs, il est un peu plus élevé chez les CSP- et intermédiaires que chez les CSP+. **On note surtout que le niveau d'effort moyen est positivement fortement lié au niveau d'investissement dans la pratique de l'activité**²³.

Les loisirs actifs sont supposés réclamer un certain niveau de **compétence** pour pouvoir être pratiqués. Il a été demandé à chaque pratiquant d'autoévaluer, au moyen d'une **note allant de 0 à 10**, son niveau de compétence par rapport à

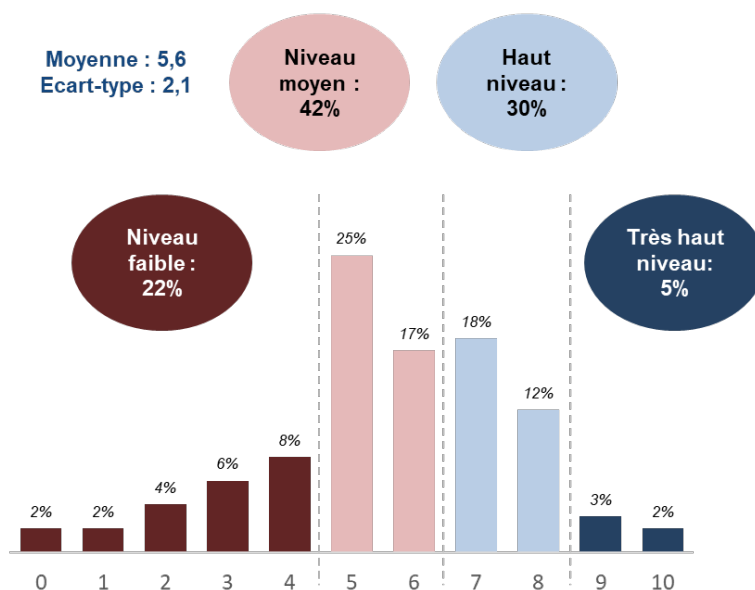
²³ L'intensité de la corrélation entre le niveau d'effort et le degré d'investissement dans la pratique tient, pour une part, au fait que le niveau d'effort entre dans le calcul de l'indicateur composite mesurant l'investissement dans la pratique.

la pratique de l'activité pour laquelle il a été interrogé. Sur les 18 activités étudiées, la note moyenne s'élève à 5,6, avec une forte concentration des notes entre 5 et 8.

« Veuillez donner une note de 0 à 10 exprimant le niveau que vous estimez avoir atteint dans la pratique de cette activité »

Base totale individus ayant pratiqué au moins une des activités de loisirs actifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3812

Répartition des notes toutes pratiques confondues



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les différentes activités de loisirs actifs se distinguent significativement par rapport au niveau moyen autoévalué de leurs pratiquants. En tête, les **sports d'hiver**, avec une moyenne à 6,3, suivis des **sports collectifs** (6,1) et la **cuisine** (6). A l'autre bout de la distribution, on trouve la pratique de la musique (5), le travail sur les photos et les vidéos (5) et la pratique de la méditation/sophrologie (4,3). Les différences de niveau renvoient également à des variables individuelles. Par exemple, le niveau moyen (toutes activités de loisirs actifs confondues) progresse avec l'âge, sans doute en raison de l'expérience accumulée. Il est surtout, lui aussi, **très lié au niveau de l'investissement dans la pratique**. Dans le champ des loisirs actifs à tout le moins, on voit ainsi se dessiner un cercle vertueux, ou une logique cumulative, entre le degré d'investissement dans la pratique, l'effort fourni et le niveau de compétence atteint. Nous verrons que ce cercle vertueux se complète par une relation avec la satisfaction tirée de la pratique.

Loisirs et sociabilité

La **sociabilité** constitue une dimension importante de la pratique d'un grand nombre d'activités de loisirs, et en particulier un **facteur de resserrement des liens familiaux**. C'est particulièrement vrai des **loisirs passifs** : **60 % des pratiquants** déclarent pratiquer l'activité pour laquelle ils ont été interrogés **avec des membres de leur famille et 33 % avec des amis**. Si 47 % déclarent la pratiquer seuls, ils ne sont **que 16 % à la pratiquer exclusivement sur un mode solitaire** (31 % pratiquent à la fois seuls et en compagnie d'autres personnes). Comparativement, **les loisirs actifs pris globalement, apparaissent comme des activités plus solitaires** : 62 % des répondants déclarent pratiquer seuls l'activité pour laquelle ils ont été interrogés, dont **50 % qui pratiquent exclusivement en solitaire**. 35 % pratiquent avec des membres de leur famille, 22 % avec des amis.

La pratique solitaire des loisirs est croissante avec l'âge, en particulier pour ce qui est des loisirs passifs. Plus nettement encore, et pour les deux catégories de loisirs, les personnes vivant seules ont une propension plus marquée à pratiquer en solo. On relève également, de manière plus inexplicable, que la pratique solitaire est d'autant plus fréquente que la contrainte budgétaire est forte.

Dans le détail, la lecture, l'écoute de podcasts et, dans une moindre mesure, de la musique, l'écriture, le travail sur les photos ou les vidéos et la couture sont les **activités qui se pratiquent pour l'essentiel en solitaire**. La visite de parcs d'attraction, de parcs animaliers, la pratique de jeux de société et des sports d'hiver sont typiquement des **activités menées en famille**. La fréquentation de discothèques et la pratique de la danse sont les activités qui sont le plus souvent **conduites avec des amis**, desquelles on est tenté de rapprocher les sports d'hivers dont 56 % des pratiquants disent les pratiquer avec des amis (76 % avec des membres de la famille).

Si les loisirs passifs renvoient globalement à des activités plus sociales que les loisirs actifs, la pratique de ces derniers est dans l'ensemble plus propice à l'**élargissement du cercle de sociabilité**. En effet, 28 % des pratiquants de loisirs actifs disent avoir fait de **nouvelles connaissances** à l'occasion de l'exercice de l'activité sur laquelle ils ont été interrogés, et 16 % de **véritables nouveaux amis**. Ces chiffres s'élèvent respectivement à 18 % et 9 % dans le cas des loisirs passifs.

Dans le détail, dans les deux catégories de loisirs, les différentes activités témoignent d'une très inégale capacité à élargir le cercle de sociabilité de leurs pratiquants. Très largement en tête, on trouve sans surprise la fréquentation des discothèques (dont 77 % des pratiquants disent avoir fait ainsi de nouvelles connaissance et 36 % de nouveaux amis) et la pratique de sports collectifs (respectivement 74 % et 41 %). A des niveaux moindres mais qui demeurent importants, assister à des spectacles vivants, s'adonner à la gastronomie/cœnologie, travailler sur des engins mécaniques, pratiquer la musique ou les sports individuels ainsi que les sports d'hiver sont des activités qui ont cette capacité d'ouvrir les réseaux sociaux d'une proportion significative de pratiquants.

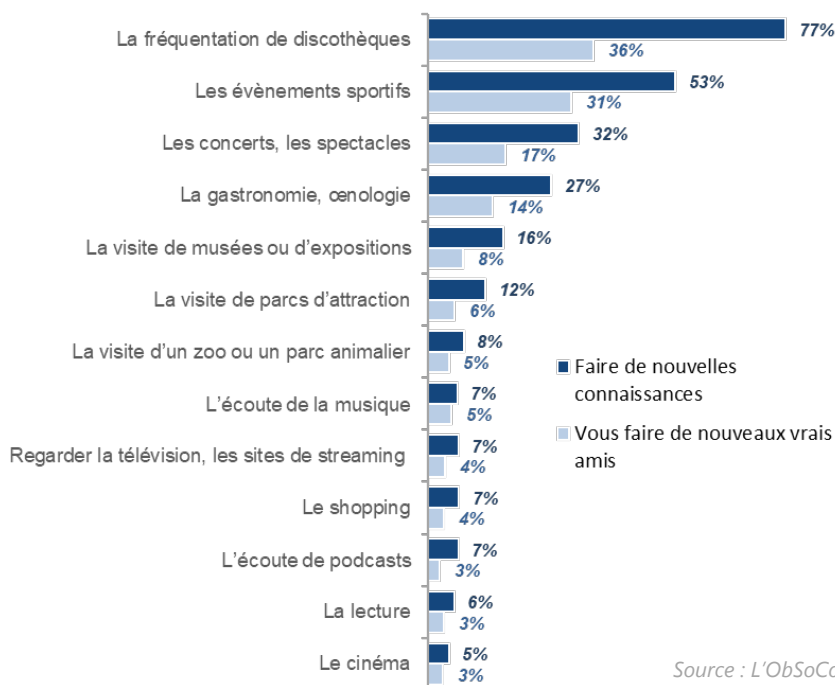
« Est-ce que la pratique de cette activité vous a permis de... »

Base totale individus ayant pratiqué au moins une des activités de loisirs actifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3812



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

« **Est-ce que la pratique de cette activité vous a permis de...** »
Base totale individus ayant pratiqué au moins une des activités de
loisirs passifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3784



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Cette capacité (inégal) des loisirs à nourrir la sociabilité des pratiquants ne s'exprime pas uniquement au moment de la pratique. L'exercice d'une activité peut conduire à l'établissement de **liens avec d'autres pratiquants, dans le cadre de communautés en ligne ou hors-ligne**. Dans le champ des loisirs actifs, 31 % des pratiquants déclarent fréquenter des forums ou des réseaux sociaux spécialisés autour de la pratique pour laquelle ils ont été interrogés (mais seulement 5 % « souvent » ou « très souvent »). En tête, avec 57 %, la réparation/restauration/customisation des engins mécaniques, suivie de la pratique de la musique (46 %) et des arts graphiques (45 %). La fréquentation des forums ou réseaux sociaux spécialisés ne concernent que 19 % des pratiquants des loisirs passifs (dont 3 % de « souvent » ou « très souvent »), avec néanmoins trois activités qui se détachent : la participation à des événements sportifs (37 %), la gastronomie/œnologie (32 %) et la participation à des spectacles vivants (30 %), des activités qui comptent une proportion particulièrement importante de passionnés.

Enfin, seulement 5 % des pratiquants des loisirs actifs et 3 % de ceux des loisirs passifs déclarent **avoir un blog, un compte Instagram, une page YouTube... dédiés à la pratique** de l'activité pour laquelle ils ont été interrogés. Toutefois, cette part atteint 18 % parmi les personnes pratiquant le travail sur les photos et les vidéos et 14 % parmi celles qui pratiquent l'écriture.

A partir de la compilation des réponses aux questions relatives aux thèmes qui viennent d'être abordés, un **score de sociabilité associé à la pratique** a été calculé, qui exprime de manière synthétique la propension de chaque activité à nourrir la vie sociale des pratiquants. Ce score s'inscrit sur une plage de variation allant de 0 à 10.

En moyenne, **ce score de sociabilité s'établit à un niveau proche à l'échelle de l'ensemble des loisirs actifs et de celui de loisirs passifs** (respectivement, 1,4 et 1,3), celui des loisirs actifs étant tiré par une propension plus forte à l'élargissement du cercle de sociabilité, celui des loisirs passifs à une plus grande fréquence de la pratique collective. Dans le détail, **d'importants écarts distinguent les activités**. Les plus hauts niveaux de sociabilité sont observés, logiquement, pour la pratique des sports collectifs, la fréquentation des discothèques et la pratique de la danse. Le score de sociabilité est également élevé pour la fréquentation d'événements sportifs, les sports d'hiver, la pratique de la

musique et, plus étonnamment, le travail sur les engins mécaniques. A l'inverse, la sociabilité est à des niveaux très faibles pour la couture, le jardinage, le visionnage de contenus audiovisuels ou vidéo, l'écoute de podcasts, le record allant logiquement à la lecture.

Toutes activités confondues, le score de sociabilité décroît avec l'âge des pratiquants. Il décroît également avec l'intensité de la contrainte budgétaire, en particulier pour ce qui est des loisirs passifs, et progresse avec l'évolution du pouvoir d'achat au cours des dernières années, ainsi qu'avec le degré de sensibilité environnementale.

— Les états émotionnels associés à la pratique

Durant l'exercice des activités de loisirs, le pratiquant est susceptible de ressentir des sensations, des émotions, de se trouver plongé dans un état psychologique spécifique. Autrement dit, la pratique des loisirs est de nature à générer des affects, *a priori* positifs, dont la recherche peut constituer une des motivations à s'engager dans la pratique (voir plus haut). La recherche académique invite à considérer trois catégories d'états émotionnels :

- Le plaisir hédonique ;
- Le sentiment d'expression de soi, qui renvoie à l'approche eudémonique du bien-être ;
- L'état de *flow*. La notion de *flow*, initialement élaborée par le psychologue M. Csikszentmihalyi²⁴, désigne un état émotionnel caractérisé par un fort niveau de concentration et d'absorption dans une activité qui sollicite les compétences du pratiquant tout en lui donnant un sentiment de maîtrise de la situation²⁵. La capacité des personnes à atteindre cet état de *flow* participerait de leur bien-être psychologique.

Nous nous sommes attachés à appréhender ces trois catégories d'états émotionnels au travers d'un ensemble de questions permettant au répondant de décrire ce qu'il ressent généralement lorsqu'il pratique l'activité pour laquelle il a été interrogé. Les différents items associés à ces questions ont été ensuite répartis entre les trois catégories d'états émotionnels en suivant les préconisations de publications académiques²⁶.

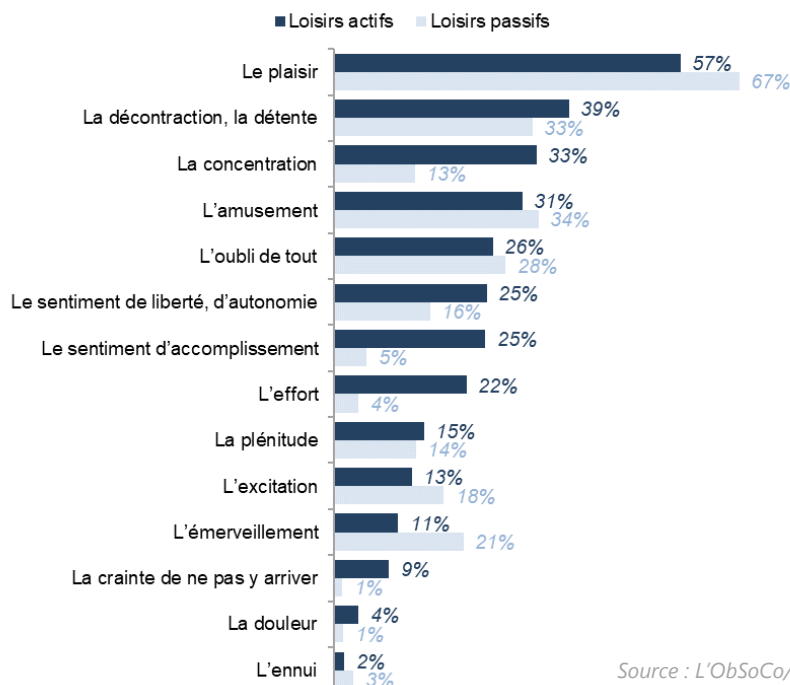
24 Voir, par exemple, Csikszentmihalyi (2004).

25 Peterson et al. (2005) décrivent l'état de flow de la manière suivante : « Le temps passe vite. L'attention est concentrée sur l'activité. Le sens de soi est perdu. Les retombées de l'expérience du flow sont revigorantes (...). Si le flow peut produire de la jouissance, elle n'est pas immédiatement présente durant l'activité. Le flow diffère ainsi de l'hédonisme dans lequel l'expérience émotionnelle positive est centrale. Au moins à certains moments, le flow et le plaisir peuvent même être incompatibles » (p. 27)

26 En particulier, Waterman (1993), Waterman et al. (2008), Salerno (2009).

« **Quels sont les états émotionnels qui correspondent le mieux à ce que vous ressentez lorsque vous pratiquez cette activité ?** »

Base : pratiquants de loisirs actifs/passifs, n = 3812/3784



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les différentes activités de loisirs apparaissent comme inégales dans leur capacité à générer ces affects. Elles se révèlent par ailleurs souvent complémentaires en ce qu'elles sont plus ou moins propices à la génération de chacune des trois catégories d'affects.

Le plaisir hédonique

Les loisirs passifs, pris dans leur ensemble révèle une capacité importante et légèrement supérieure à celle des loisirs actifs à générer du plaisir hédonique auprès de leurs pratiquants. Par exemple, 57 % des pratiquants de loisirs actifs et 67 % de ceux de ceux de loisirs passifs disent ressentir du plaisir durant l'exercice de l'activité pour laquelle ils ont été interrogés et, respectivement 39 % et 33 %, de la décontraction. 79 % des pratiquants des loisirs passifs et 75 % de ceux des loisirs actifs sont d'accord avec l'affirmation « *cette activité me procure les plus grands plaisirs* ».

La visite des parcs d'attraction et la fréquentation des spectacles vivants sont les deux activités associées aux plus hauts niveaux de plaisir hédonique. Elles sont suivies de la visite de parcs animaliers, de la pratique des sports d'hiver, des jeux de société, de la fréquentation des discothèques, des cinémas et de la pratique de la musique. Les activités les moins gratifiantes sur le plan du plaisir hédonique sont le bricolage, le shopping, l'écoute de podcasts, la couture et le travail sur les engins mécaniques, des activités qui, pour la plupart, requièrent de la concentration et/ou de l'application et relèvent largement de motivations extrinsèques.

L'expression de soi

Les activités de loisirs actifs, prises globalement, se révèlent être de plus puissants générateurs du sentiment d'expression de soi que les loisirs passifs. Par exemple, 25 % des pratiquants des loisirs actifs disent ressentir durant la pratique un sentiment d'accomplissement, quand cette proportion n'est que de 5 % parmi les pratiquants de loisirs passifs.

66 % des pratiquants des loisirs actifs approuvent l'affirmation « cette activité me donne le sentiment d'être ce que je suis vraiment » ; c'est 50 % parmi les pratiquants des loisirs passifs.

Les activités qui ont le plus fort potentiel d'affects d'expression de soi sont l'écriture, la pratique de la méditation/sophrologie, de la musique, le travail sur les objets ainsi que la randonnée/marche/trek. A l'inverse, la consommation de contenus audiovisuels/vidéos, l'écoute de podcasts, le cinéma, le shopping... sont des activités à très faible potentiel d'expression de soi.

Le flow

La capacité de la pratique à générer l'état de flow est plus importante du côté des loisirs actifs que de celui des loisirs passifs. Par exemple, 33 % des pratiquants des loisirs actifs affirment être en état de concentration durant la pratique, 22 % engager un effort, pour, respectivement, 13 % et 4 % du côté des loisirs passifs. 84 % des pratiquants de loisirs actifs se disent d'accord avec l'affirmation « je suis très concentré(e), complètement absorbé(e) par ce que je fais » et 73 % avec « je n'ai plus la notion de temps », contre respectivement 73 % et 68 % pour les pratiquants de loisirs passifs.

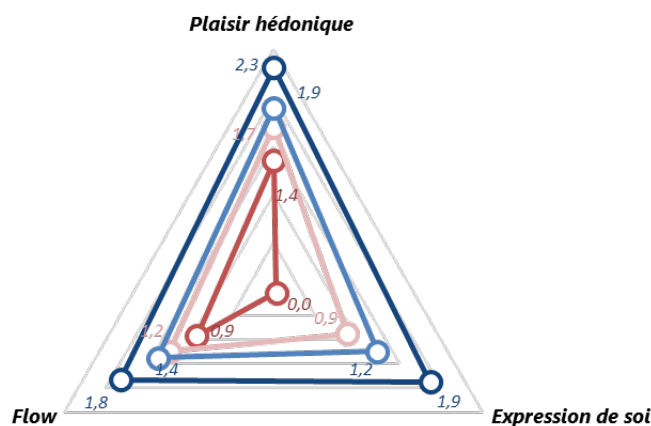
Les différentes activités sportives, l'écriture, la pratique de la musique, des arts graphiques, de la méditation/sophrologie et de la lecture sont les activités les plus propices au ressenti du flow, à l'inverse du shopping, de la visite de parcs animaliers, de la consommation de contenus audiovisuels ou vidéos, de l'écoute de podcasts, ainsi que de l'écoute de la musique.

Des états émotionnels plus influencés par l'activité et le niveau d'investissement dans la pratique que par le profil du pratiquant

Les trois catégories d'états émotionnels générés par la pratique ne sont pas exclusives les unes des autres. **Certaines activités ont la vertu de pouvoir les générer à haut niveau simultanément.** Il s'agit d'activités soit **créatives**, soit **pratiquées collectivement**, voire qui réunissent les deux caractéristiques. Du côté des loisirs actifs : la pratique de la musique, l'écriture, la danse, les sports collectifs, les sports d'hiver. Du côté des loisirs passifs : la participation à des concerts ou des spectacles, la fréquentation des discothèques, la lecture. *A contrario*, le bricolage, le jardinage, la cuisine, mais aussi l'écoute de podcasts, la visite de zoos, et le shopping apparaissent comme des activités relativement peu gratifiantes sur le plan émotionnel. Ce sont pour la plupart des activités associées à un niveau élevé de motivations extrinsèques. De manière générale, **les loisirs actifs se révèlent plus favorables au ressenti d'affects positifs que les loisirs passifs.** On retrouve là un résultat déjà observé dans la littérature selon lequel ce sont les loisirs « sérieux » (en opposition aux loisirs « dilettantes ») qui sont les plus susceptibles de produire des émotions positives. On relèvera que cette supériorité des loisirs actifs est vérifiée pour les trois catégories d'états émotionnels, dont le plaisir hédonique – qu'on associe souvent aux loisirs dilettantes.

Notes moyennes du plaisir hédonique, de l'expression de soi et du flow
Base : pratiquants de loisirs actifs / passifs, n = 3812/3784

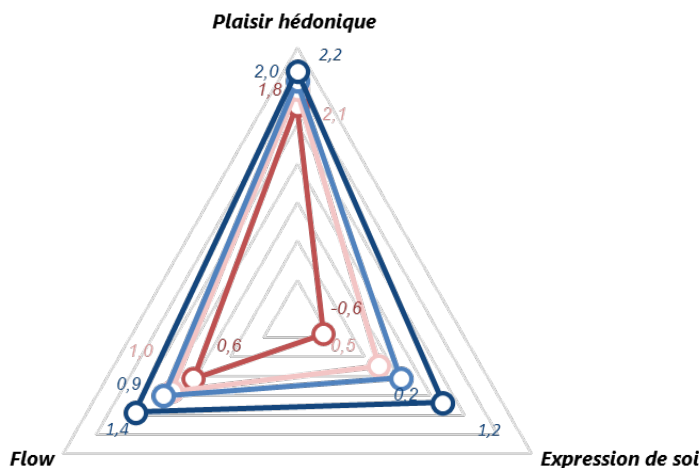
**Variations des notes moyennes
en fonction du niveau d'investissement dans l'activité de loisirs
actifs pratiquée**



Très peu investis Assez peu investis Assez investis Très investis

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

**Variations des notes moyennes
en fonction du niveau d'investissement dans l'activité de loisirs
passifs pratiquée**



Très peu investis Assez peu investis Assez investis Très investis

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les indicateurs synthétiques du ressenti des trois catégories d'états émotionnels sont **peu sensibles aux variables caractérisant les pratiquants**. Ils sont beaucoup plus liés au **degré d'investissement du pratiquant dans l'activité**. Un niveau d'investissement élevé dans l'activité s'accompagne d'un niveau significativement plus élevé d'états émotionnels

positifs, toutes catégories confondues. Ce lien est particulièrement marqué pour ce qui est des affects relevant de l'expression de soi. Autrement dit, plus on pratique, plus on bénéficie d'affects positifs durant l'exercice de la pratique. Ce qui contribue à expliquer pour ce sont les pratiquants les plus investis qui déclarent le plus souvent vouloir s'investir davantage.

— Les loisirs et la valorisation de soi

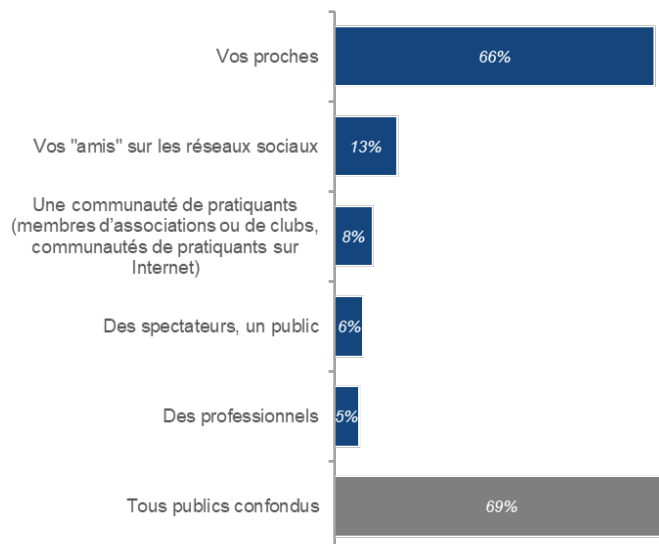
Au rang des bénéfices psychologiques associés à la pratique des activités de loisirs figure la valorisation de soi par la révélation et l'exploitation de ses potentialités au travers de ce que la pratique produit. Il y a potentiellement là une source de renforcement de l'identité et de confiance en soi. Ce processus passe notamment par l'image de soi que la pratique, et ce qui en est issu, transmet aux autres. Par principe ce sont les loisirs actifs qui sont les plus susceptibles de produire de ce type de bénéfices.

72 % des pratiquants de loisirs actifs disent ressentir un sentiment de fierté par rapport à leur pratique, leurs réalisations ou performance. Ce sentiment de fierté est particulièrement répandu parmi les pratiquants d'activités débouchant sur la **production d'artefacts physiques**. Il touche ainsi jusqu'à 94 % des pratiquants du travail sur les objets et dépasse 80 % parmi les pratiquants de la cuisine, de la couture, des arts graphiques et du bricolage. *A contrario*, ce sentiment n'est déclaré que par une minorité des pratiquants des jeux de société et des jeux vidéo.

Toutes activités confondues, **le ressenti de la fierté est fortement croissant avec le degré d'investissement dans la pratique**, en particulier avec l'auto-évaluation que les pratiquants font de leur niveau dans l'exercice de l'activité. Il l'est également avec l'intensité du ressenti d'expression de soi au travers de la pratique. Le cercle vertueux qui lie les gratifications tirées de l'exercice de l'activité au degré d'investissement dans la pratique se confirme ici.

Ce sentiment de fierté a d'autant plus de chance d'être ressenti que le résultat de l'activité fait l'objet d'un partage. **Près de 70 % des pratiquants des loisirs actifs affirment avoir l'habitude de partager le résultat de leur pratique. Le premier « public » est constitué des proches** (66 % des pratiquants partagent leurs réalisations avec leurs proches), loin devant les « amis » sur les réseaux sociaux (13 %). La cuisine est assez logiquement l'activité qui fait le plus fréquemment l'objet de partages (pour 91 % de ses pratiquants). Elle est suivie du travail sur les photos ou les vidéos (89 %), du travail sur les objets (87 %) et des arts graphiques (83 %). Le partage sur les réseaux sociaux ne concerne une part importante des pratiquants que pour le travail sur les photos et les vidéos (38 %). Le partage au sein de communautés (réelles ou virtuelles) de pratiquants, qui ne concerne que 8 % des personnes à l'échelle des loisirs actifs, dépasse le seuil des 15 % de pratiquants concernés pour le travail sur les engins mécaniques et l'écriture.

« De manière générale, avez-vous l'habitude de partager le résultat de votre pratique avec... »
Base totale individus ayant pratiqué au moins une des activités de loisirs actifs étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 3812



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

La propension à procéder au partage de ses réalisations est elle-aussi **corrélée au degré d'investissement dans la pratique**, au niveau atteint par le pratiquant, ainsi logiquement qu'à l'intensité de la sociabilité associée à la pratique.

Une autre gratification susceptible de renforcer l'image de soi peut venir du **sentiment d'avoir réussi à transmettre son goût** pour une activité de loisir à d'autres personnes. Ce sentiment est éprouvé par un pratiquant de loisir actif sur deux et par 45 % des pratiquants de loisirs passifs. Des écarts importants distinguent les différentes activités de loisirs sur ce point. Plus de 60 % des pratiquants des sports d'hiver (qui détiennent le record avec 70 %), de la fréquentation des concerts et spectacles, des sports collectifs et de la visite de parcs d'attraction estiment avoir transmis leur goût pour cette activité. Les couples avec enfants et les personnes ayant des petits enfants sont associés à une propension à transmettre supérieure à la moyenne. Dans le champ des loisirs actifs, cette propension est très corrélée au degré d'investissement dans la pratique de l'activité, ce qui n'est pas le cas dans le champ des loisirs passifs. Pour les deux catégories de loisirs, la propension à transmettre est très fortement liée du degré d'engagement général de la personne dans l'ensemble des loisirs.

— L'évaluation générale de la pratique

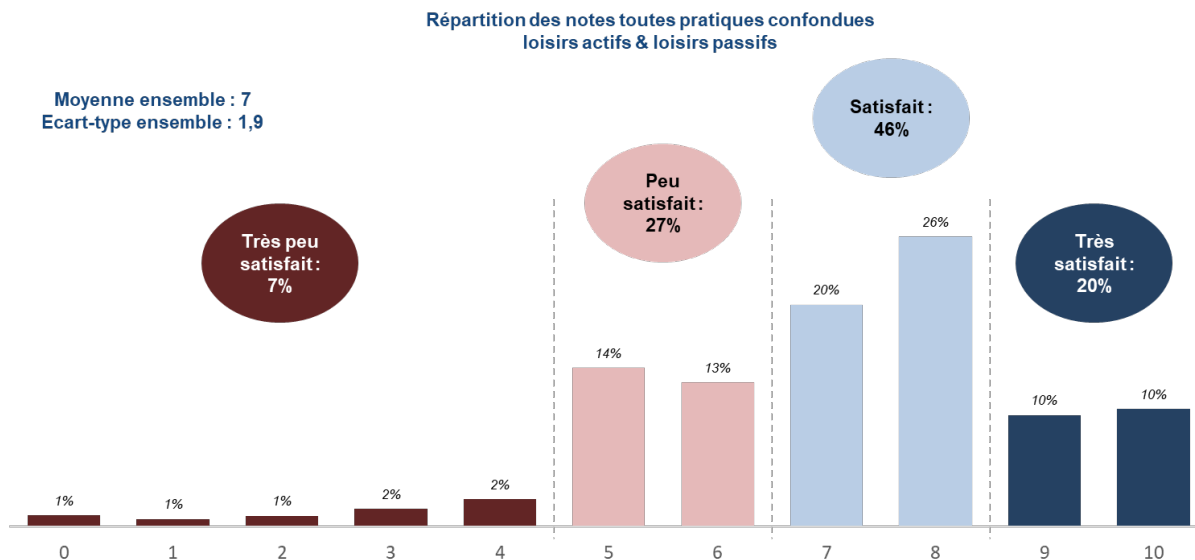
Chaque personne engagée dans les pratiques de loisirs étudiées a été invitée à donner une note de 0 à 10 en fonction du degré de satisfaction que lui procure la pratique de l'activité pour laquelle elle a été interrogée.

La note moyenne s'établit à **7,1 pour les loisirs actifs et 7,0 pour les loisirs passifs**, soit des niveaux relativement « standards » par rapport aux notes de satisfaction généralement observées dans les enquêtes. 4 activités de loisirs actifs et 3 de loisirs passifs recueillent une note moyenne supérieure ou égale à 7,5 (sans jamais atteindre 8) : les sports collectifs, la pratique de la musique, les sports individuels et les sports d'hiver, la lecture, l'écoute de la musique et la participation à des concerts ou des spectacles. Les notes moyennes les plus faibles sont obtenues par le shopping (6,0), l'écoute de podcasts (6,2), la consommation de contenus audiovisuels ou vidéo (6,4), les jeux de société (6,6), les jeux vidéo (6,7), le bricolage (6,7) ... Pour l'ensemble des activités, la proportion de notes égales à 9 ou 10 dépasse le plus souvent les 25 %, la lecture décrochant la palme en la matière avec **40 % de très bonnes notes**. Notons la très faible

proportion de notes inférieures à la moyenne (6 % pour les loisirs actifs, 8 % pour les loisirs passifs), ce qui est cohérent avec le fait que les activités de loisirs résultent le plus souvent de comportements volontaires.

« Tout bien considéré, veuillez donner une note de 0 à 10 pour exprimer le degré de satisfaction que vous procure la pratique de cette activité »

Base : pratiquants de loisirs actifs / passifs, n = 3812/3784

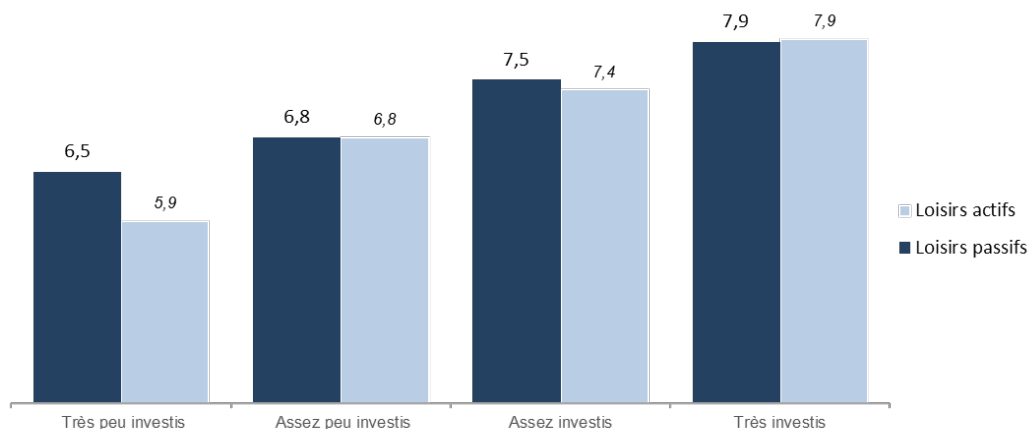


Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Le niveau de satisfaction exprimé à l'égard de la pratique est **fortement corrélé à l'intensité du ressenti des états émotionnels positifs** durant l'exercice de l'activité. La relation est très marquée, pour les loisirs actifs comme pour les loisirs passifs, et se retrouve pour les trois catégories d'états émotionnels (le plaisir hédonique, l'expression de soi, le *flow*). La satisfaction à l'égard de la pratique est également **très liée au degré d'investissement du pratiquant** dans l'activité, en particulier dans le champ des loisirs actifs (où la note moyenne de satisfaction passe de 5,9 pour les pratiquants très peu investis à 7,9 pour les pratiquants très investis). On retrouve une nouvelle fois cette idée de cercle vertueux : **plus on s'investit dans l'activité, plus on est satisfait de sa pratique et donc encouragé à s'investir davantage...**

Degré de satisfaction que procure la pratique de l'activité en fonction du niveau d'investissement dans la pratique

Base : pratiquants de loisirs actifs / passifs, n = 3812/3784



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les budgets consacrés aux loisirs

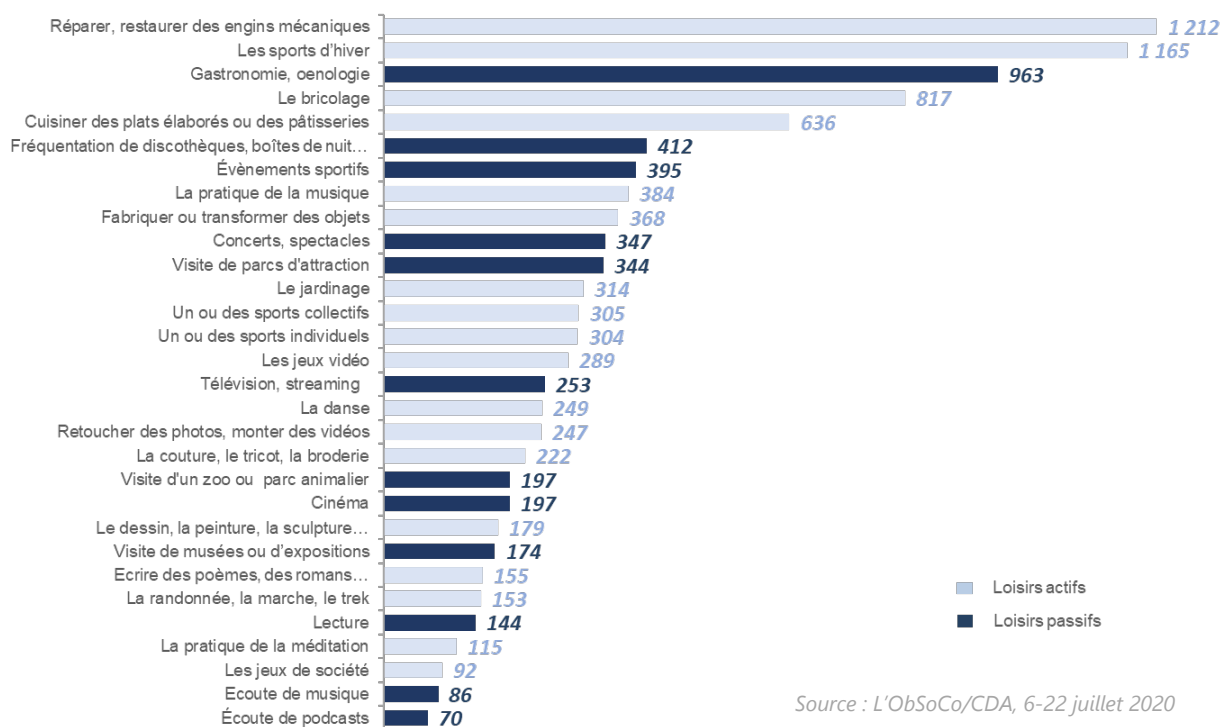
Les résultats de l'*Observatoire* confirment que la pratique des activités de loisirs est génératrice d'une diversité de gratifications qui incitent les pratiquants à s'investir davantage et contribuent au plaisir de la vie et au sens donné à l'existence. Mais les loisirs comportent aussi une dimension économique et sont le support de différents marchés. La pratique de la plupart des activités requiert des dépenses de la part de ceux qui s'y adonnent : achat d'équipements, de fournitures, paiement de cotisations ou d'abonnements pour accéder à des infrastructures, consommation de services de formation, d'assistance... Par là même, l'accès à certaines activités (ou la fréquence à laquelle elles sont pratiquées) peut se trouver entravé pour des raisons financières. Nous avons d'ailleurs relevé que les motifs financiers figuraient en bonne place parmi les raisons d'abandon des pratiques ou de non-engagement dans des activités pourtant *a priori* appréciées et désirées.

Afin de tenter d'approcher cette dimension économique des loisirs et d'évaluer la taille des marchés associés à chaque pratique, nous avons demandé aux pratiquants de chaque activité d'indiquer, même approximativement, **le montant du budget annuel consacré à l'exercice de l'activité** pour laquelle ils ont été interrogés. Il s'agit évidemment d'estimations extrêmement grossières qui ne doivent être considérées que comme de **simples ordres de grandeur**. De même pour les extrapolations auxquelles nous nous sommes livrés afin d'**estimer le montant des marchés associés**. Afin de simplifier la tâche pour les répondants, 7 tranches de dépenses leur ont été proposées, allant de « moins de 100 € » à « plus de 10 000 € ». L'extrapolation a été réalisée à partir des centres de chaque tranche (par exemple 750 € pour la tranche « entre 500 et 1 000 € »), en fixant 50 € pour la première tranche et 12 000 € pour la dernière. Notons que cette procédure peut avoir pour effet de gonfler artificiellement les dépenses attribuées à des activités ne réclamant qu'un très faible engagement monétaire. On pense notamment à l'écriture ou à la pratique des jeux de société.

« A combien estimez-vous le budget annuel que vous consacrez à cette activité, tout compris (équipements, fournitures, cotisations, formations...) ? »

Base : pratiquants de loisirs actifs / passifs, n = 3812/3784

Budget moyen par activité en euro



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Toutes activités confondues, **près de la moitié des pratiquants consacrent moins de 100 € à leur activité**. Une petite minorité y engage des montants importants : 7 % des pratiquants des loisirs actifs et 4 % de ceux des loisirs passifs ont déclaré dépenser plus de 1000 €. Au total, le **budget annuel moyen alloué à l'ensemble des activités de loisirs s'élève à quelque 750 €, se répartissant entre 420 € pour les loisirs actifs et 330 € pour les loisirs passifs**. L'écart-type est très important. Le montant moyen dépensé est **fortement corrélé au degré d'investissement dans la pratique** (et donc à la satisfaction retirée, à l'intensité du ressenti des affects positifs durant la pratique...). Par exemple, dans le champ des loisirs actifs, si 59 % des personnes les moins investies dépensent moins de 100 € par an pour la pratique de leur activité, ce n'est le cas que de 36 % des pratiquants les plus investis.

Les écarts entre activités sont considérables. Plus de 90 % des pratiquants de l'écoute de musique et de l'écoute de podcasts ont déclaré dépenser moins de 100 € par an. C'est également le cas de plus de 70 % des pratiquants de la lecture, de l'écriture, des jeux de société et de la randonnée/marche/trek. A l'inverse, cette part tombe à moins de 20 % pour les sports d'hiver, le bricolage et la gastronomie/oenologie. Ces écarts conduisent naturellement à des estimations de budgets moyens très inégaux, **les plus hauts montants (plus de 1 000 €) allant au travail sur les engins mécaniques et aux sports d'hiver**. L'extrapolation à l'ensemble de la population française de ces budgets annuels par pratique conduit à **estimer le marché des loisirs** (selon le périmètre retenu dans l'*Observatoire*, qui ne prend pas en compte notamment les vacances) à quelques **105 milliards d'euros**. Si ce montant ne constitue qu'une approximation, un simple ordre de grandeur, il souligne que les loisirs sont associés à **un enjeu économique considérable**.

Dans cette enveloppe, **les loisirs actifs se taillent la part du lion, avec 95 milliards d'euros environ**. Cela est imputable notamment au fait qu'ils intègrent deux activités qui, à la fois, sont largement diffusées au sein de la population et sont associées à des budgets moyens relativement importants : le **bricolage**²⁷ et la **cuisine**. A elles seules, ces deux activités représenteraient un marché d'environ 39 milliards d'euros. Le sport est également associé à un montant de transactions marchandes non négligeables : l'addition des budgets déclarés pour la pratique des sports d'hiver, des sports collectifs, des sports individuels et de la danse conduit à un marché de près de 15 milliards d'euros.

— Les obstacles à la pratique

La proportion de **personnes déclarant ne pas avoir pratiqué** les activités considérées au cours des 12 derniers mois **mais les avoir pratiquées dans le passé** est le plus souvent loin d'être négligeable, au point parfois de dépasser la proportion de pratiquants. Pour certaines activités, cela reflète une relation avec le cycle de vie (jeux de société, sports collectifs, arts graphiques...). Pour d'autres, cela renvoie au caractère généralement sporadique, voire exceptionnel, de la pratique (bricolage, sports d'hiver, visite de zoos ou de parcs d'attraction...). Pour en savoir plus, les « abandonnistes » des 18 pratiques de loisirs actifs ont été interrogés sur les raisons de l'arrêt de leur pratique.

27 Notre méthodologie conduit à estimer le marché du bricolage à 21,4 milliards d'euros. La Fédération des magasins de bricolage l'évalue à 26 milliards. Notre estimation fournit donc un ordre de grandeur cohérent avec celle obtenue à partir de méthodes plus précises.

Les réponses sont très dispersées et différenciées selon la nature de l'activité. Pour autant, deux raisons dominent, citées l'une et l'autre par 28 % des abandonnistes : **la perte du goût pour cette activité et le manque de temps.**

« **Pour quelles raisons n'avez-vous pas pratiqué les activités suivantes au cours des 12 derniers mois ?** »

Base : activités non pratiquées au cours des 12 derniers mois mais pratiquées dans le passé, n = 6381 (couples abandonnistes/activités)



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

La perte du goût pour l'activité serait un facteur particulièrement puissant d'abandon (plus d'un tiers des abandonnistes) de la pratique de l'écriture, des jeux vidéo et des jeux de société, ainsi que de la couture et des arts graphiques. L'évocation du manque de temps est particulièrement fréquente concernant l'écriture, le travail sur les photos ou les vidéos, la pratique de la musique et de la cuisine élaborée.

12 % des abandonnistes ont mis en avant la **perte de l'énergie nécessaire à la pratique**. Naturellement, cet obstacle à la pratique a surtout été mis en avant concernant l'abandon de pratiques impliquant un effort physique (25 % pour la randonnée/marche/trek, 21 % pour les sports collectifs, 20 % pour les sports individuels, 10 % pour les sports d'hiver, mais également 17 % pour le bricolage et 13 % pour le jardinage).

Seulement 10 % ont justifié l'arrêt de pratiques pour des **raisons financières**. Les sports d'hiver constituent la seule activité pour laquelle le manque de moyens financiers a été mis en avant par une proportion très significative (42 % d'abandonnistes).

Enfin, la pratique d'un loisir actif peut être abandonnée car apparaissant comme **trop difficile, impliquant un apprentissage trop long** (8 %) ou parce qu'on a été déçu du résultat de cette pratique (5 %). L'argument de la difficulté a été évoqué par 15 % des abandonnistes de la pratique de la musique, 15 % de ceux du bricolage, 13 % de ceux du travail sur les engins mécaniques, 12 % de ceux des arts graphiques...

Toujours dans l'idée d'explorer les obstacles à la pratique, nous avons demandé aux personnes interrogées d'indiquer, parmi les activités de loisirs actifs n'ayant jamais été pratiquées ou n'ayant pas été pratiquées au cours des 12 derniers mois, celles dans lesquelles elles seraient tentées de s'engager dans l'avenir. Un quart des répondants concernés n'en ont retenu aucune. Les autres – autrement dit les trois quarts de la population - ont exprimé des désirs de pratique, relativement bien répartis sur l'ensemble des activités de loisirs actifs considérées. Sept activités ont réuni plus de 10 % des répondants concernés, la pratique de la méditation/sophrologie et la fabrication/transformation d'objets se plaçant en tête. Avec seulement 5 % et 3 %, les jeux de société et les jeux vidéo sont en queue de classement.

« Dans la liste des activités de loisirs suivantes, dans lesquelles seriez-vous tenté(e) de vous engager dans l'avenir, en supposant l'absence de toutes contraintes ? »

Base, individus n'ayant pas pratiqué au moins une activité de loisir actif au cours des 12 derniers mois, n = 4000



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Comme pour les abandonnistes, c'est le manque de temps qui est le premier motif mis en avant pour justifier de ne pas pratiquer une activité que l'on déclare pourtant être tenté de pratiquer. Pour la plupart des activités, ce motif concerne plus de 30 % des pratiquants potentiels, avec un record à 61 % pour les jeux vidéo. Le manque de motivation (qui exprime sans doute, en négatif, l'intensité du désir d'engagement) est le deuxième motif le plus cité, allant jusqu'à 43 % pour la pratique de l'écriture. Les autres motifs jouent de manière très inégale selon les pratiques. Par exemple, l'obstacle que constitue le coût de la pratique n'est significativement mis en avant que pour les sports d'hiver (64 % !), le travail sur les engins mécanique (32 %) et la pratique de la musique (31 %). La crainte de ne pas disposer des qualités nécessaires pour réussir est un frein non négligeable à la pratique de l'écriture (32 %), du bricolage (24 %), des arts graphiques (24 %), de la musique (23 %) ... Dans un registre proche, la difficulté de l'apprentissage des compétences requises est mise en avant pour la pratique de la musique (22 %) et de la couture (15 %) ... On mesure là l'importance de l'accompagnement des candidats à la pratique lors de leurs premiers pas dans le processus d'acquisition des compétences de base permettant d'avoir confiance en soi et plaisir à pratiquer.

Les vacances

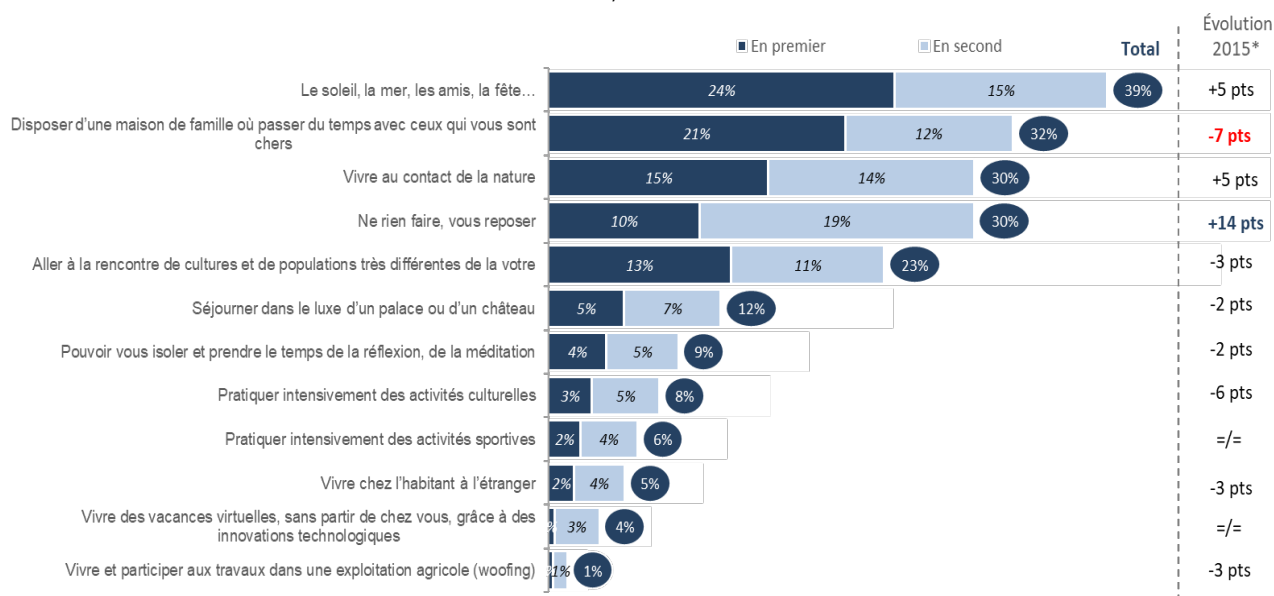
— Les vacances idéales des Français

Nous avons d'abord cherché à cerner la manière dont les Français se représentent les vacances idéales selon trois axes complémentaires.

Le premier axe a consisté à demander aux personnes ayant participé à l'enquête de se placer dans un **monde sans contrainte** et de déclarer ce qu'elles rechercheraient alors **en priorité pour vivre leurs vacances idéales**. Elles pouvaient choisir jusqu'à 2 items parmi les 12 qui leur étaient proposés.

« Si vous disposiez d'une baguette magique vous rendant totalement libre de vivre vos vacances idéales, que rechercheriez-vous en priorité ? »

Base totale, n = 4000



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les réponses sont relativement dispersées, ce qui témoigne d'une certaine **fragmentation des représentations relatives aux vacances idéales**. 4 items parviennent cependant à réunir plus de 30 % des répondants (mais sur la base du cumul des deux choix). En première position, avec 39 % : « **le soleil, la mer, les amis, la fête...** », soit une conception ludique et hédoniste des vacances. Les 18-25 ans se montrent particulièrement sensibles à cette conception des vacances (52 % et même 60 % chez les étudiants). Les CSP- et intermédiaires sont plus enclines que les CSP+ à adopter cette représentation des vacances idéales (respectivement, 42 % et 33 %), de même que les peu diplômés et les personnes appartenant à un foyer soumis à une forte contrainte budgétaire. La propension à avoir retenu cet item décroît sensiblement avec le degré de sensibilité environnementale des répondants.

En deuxième position se place « **disposer d'une maison de famille où passer du temps avec ceux qui vous sont chers** » (32 % en cumul des deux choix). Cette évocation des vacances idéales a été relativement moins citée par les plus jeunes (24 % chez les 18-24 ans), alors qu'elle recueille 36 % chez les 45-64 ans, à rapprocher des 40 % observés parmi les couples avec enfants et les 38 % parmi les répondants ayant des petits-enfants.

En troisième position, *ex-aequo* à 30 %, on trouve « **vivre au contact de la nature** » et « **ne rien faire, vous reposer** », ces deux visions des vacances idéales rassemblant des publics relativement différenciés. L'attrait pour le *farniente* est croissant avec l'âge (22 % chez les plus jeunes - 15 % chez les étudiants -, 38 % chez les plus âgés). Il est sensiblement plus faible parmi les individus appartenant à un foyer bénéficiant d'un très haut niveau de vie et chez les répondants titulaires d'un diplôme de niveau supérieur ou égal à bac+3. A l'inverse, il est significativement plus fort chez ceux qui expriment un très fort niveau de contrainte budgétaire. La pénétration de cette représentation des vacances idéales recule avec le niveau d'engagement des répondants dans les loisirs actifs et passifs. L'association des vacances idéales au contact avec la nature est, elle aussi, croissante avec l'âge (21 % chez les plus jeunes, 34 % chez les plus âgés). Elle est peu sensible aux CSP et au niveau de revenu et d'éducation. Elle est par contre très fortement liée au degré de sensibilité environnementale des répondants.

« **Aller à la rencontre de cultures et de populations très différentes de la vôtre** » est le dernier item à franchir le seuil des 20 % de suffrages (toujours sur la base du cumul des deux choix). La fréquence de cette vision des vacances idéales est croissante avec le niveau de diplôme et le niveau de vie, et décroissante avec celui de la contrainte budgétaire. Elle est davantage présente chez les CPS+ (35 %) que chez les CSP intermédiaires (27 %) et les CSP- (20 %) et elle progresse avec le degré d'engagement dans les loisirs passifs.

La tonalité générale qui ressort des réponses à cette question est que les **Français semblent majoritairement adhérer à des représentations des vacances idéales qui s'inscrivent dans un mode plutôt passif**, ce que confirment les faibles scores enregistrés par les items évoquant explicitement une forme ou une autre d'activité. Ce diagnostic sera conforté plus bas lors de l'étude des activités pratiquées durant les vacances.

La deuxième manière d'aborder les idées dont les Français se font des vacances idéales est **projective**. Elle a consisté à présenter aux répondants une douzaine de photos représentant des formes très différenciées de vacances et à leur demander de les noter de -5 à +5 selon leur proximité avec leur propre conception des vacances idéales. Les réponses convergent avec celles de la question précédente.

Sur les 12 photos, 6 obtiennent une moyenne positive, les 6 autres une moyenne négative, avec en général un écart-type important, témoignant là encore de la dispersion des positions individuelles.

Parmi les représentations obtenant une **moyenne positive**, deux sortent du lot avec une moyenne dépassant le seuil de +2 (sur une échelle, rappelons-le, allant de -5 à +5).

La première (avec +2,8, et 48 % de notes supérieures ou égales à 4) représente des chaises longues campées sur une plage déserte paradisiaque. Cette représentation somme toute très classique des vacances illustre à la fois **les plaisirs de la mer et le farniente**. Elle séduit plus encore les femmes (55 % lui ont attribué les notes +4 ou +5) que les hommes. On retrouve l'effet d'âge et l'influence des CSP observés précédemment. Le fait de vivre avec des enfants accroît l'attraction pour cette conception des vacances. Avec seulement 8 % de notes négatives à l'échelle de l'ensemble des répondants, cette représentation des vacances idéales apparaît comme relativement consensuelle, voire comme une composante d'une forme d'inconscient collectif.

La seconde met en scène **une réunion d'amis** dans un jardin, autour d'un verre ou d'un barbecue. La proportion de notes supérieures à +3 tombe ici à 33 %. On retrouve là sans doute l'appétence pour **la maison qui permet passer du bon temps avec ses proches**. La force de l'attrait pour cette représentation des vacances idéales décroît avec l'âge. Elle est très marquée parmi les moins de 35 ans, dont plus de 40 % l'ont notée +4 ou +5. Elle est également corrélée au degré de l'engagement des personnes dans la pratique des loisirs (actifs et passif).

Les deux images suivantes ont obtenu toutes deux une moyenne de +1,7. La première, qui met en scène un randonneur dans un paysage de montagne, incarne **le désir de proximité avec la nature**. La seconde, où l'on voit une famille en balade à vélo sur fond de paysage campagnard, cumule l'évocation du contact avec la nature et le temps de loisirs passé en famille.

« Veuillez noter de -5 à +5 chacune des images qui suivent selon qu'elles se rapprochent plus ou moins de l'idée que vous vous faites, en dehors de toute contrainte, des vacances idéales. »
Base totale, n = 4000 /



2,8/
2,3

Moyenne
/Écart-
type

Note comprise entre -5 et -4 : 3%
Note comprise entre 4 et 5 : 48%



2,3/
2,2

Note comprise entre -5 et -4 : 3%
Note comprise entre 4 et 5 : 33%



1,7/
2,6

Note comprise entre -5 et -4 : 6%
Note comprise entre 4 et 5 : 29%



1,7/
2,5

Note comprise entre -5 et -4 : 5%
Note comprise entre 4 et 5 : 25%



1,0/
2,9

Note comprise entre -5 et -4 : 11%
Note comprise entre 4 et 5 : 22%



0,3/
3,2

Note comprise entre -5 et -4 : 19%
Note comprise entre 4 et 5 : 20%



- 0,3/
2,9

Moyenne
/Écart-
type

Note comprise entre -5 et -4 : 20%
Note comprise entre 4 et 5 : 11%



-0,3/
3,1

Note comprise entre -5 et -4 : 23%
Note comprise entre 4 et 5 : 11%



-0,5/
3,1

Note comprise entre -5 et -4 : 26%
Note comprise entre 4 et 5 : 12%



- 0,6/
3,1

Note comprise entre -5 et -4 : 26%
Note comprise entre 4 et 5 : 11%



-0,9/
2,7

Note comprise entre -5 et -4 : 22%
Note comprise entre 4 et 5 : 6%



- 1,3/
2,6

Note comprise entre -5 et -4 : 25%
Note comprise entre 4 et 5 : 4%

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les deux dernières photos à recueillir une moyenne positive mettent également en scène le contact avec la nature, mais manifestement dans le cadre d'une **destination lointaine**, la première à travers un camping-car planté dans un paysage semblable à un désert américain, la seconde au moyen d'un petit groupe en balade à dos d'éléphant dans un paysage tropical.

Les images ayant obtenu une **moyenne négative** partagent de mettre en scène une forme ou une autre de **vacances actives**. Celle montrant une **séance d'aquagym dans la piscine d'un club de vacances** témoigne du peu d'attrait que semble exercer aujourd'hui une forme de vacances de masse qui a pu hier être en résonance avec les imaginaires des consommateurs. C'est la représentation des vacances idéales qui est la plus clivée socialement : les CSP+ lui ont attribué une note moyenne de -1,6, les CSP-, 0.

La valeur absolue des notes des photos évaluées négativement est relativement faible et les écart-types importants, ce qui implique qu'il **existe des minorités de répondants qui se sont manifestement reconnues dans ces représentations des vacances idéales**. Par exemple, 11 % des répondants ont noté +4 ou +5 la photo incarnant des vacances consacrées à une action humanitaire. Cette part atteint même 14 % chez les répondants se positionnant « à gauche » (7 % et 5 % chez ceux se classant respectivement « à droite » et très à droite), 19 % parmi ceux qui témoignent d'un très fort engagement dans la pratique à la fois des loisirs actifs et des loisirs passifs. L'image représentant les sports d'hiver

a obtenu 12 % de notes supérieures ou égales à 4. Cette part se monte jusqu'à 16 % chez les 18-24 ans (18 % chez les étudiants) et les habitants de l'agglomération parisienne, 18 % chez les personnes associées à un très fort engagement dans les loisirs passifs et 20 % chez les plus engagées dans les loisirs actifs. Dernier exemple, 11 % ont noté 4 ou 5 l'image de la séance d'aquagym dans la piscine d'un hôtel-club et cette part atteint 18 % parmi les habitants de la Normandie et 17 % pour ceux des Hauts de France. 14 % des CSP- (et 18 % des sans diplôme) l'ont bien noté contre seulement 5 % des CSP+.

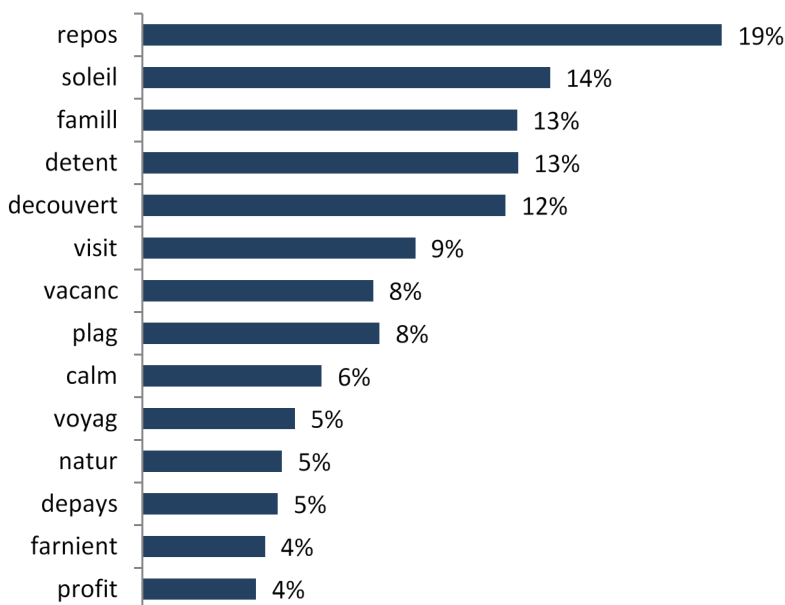
On notera que l'image représentant un **parc d'attraction** est celle pour laquelle les écarts d'appréciation selon l'âge sont les plus importants : les 18-25 ans l'ont noté en moyenne +1 (avec 23 % de +4 et de +5) contre, à l'autre bout, -1,9 pour les 65-75 ans (avec 39 % de notes à -4 et -5).

Enfin, la troisième manière d'aborder les manières dont les Français rêvent leurs vacances idéales a consisté tout simplement à leur demander de **répondre librement, en quelques mots, à la question « en quoi consisteraient pour vous des vacances idéales ? »**.

Les réponses confirment que **les Français privilégient l'image de vacances relaxantes, au soleil**. En effet, ils sont 19% à parler de « repos » et 13 % à parler de « détente ». Ils sont aussi 14 % à utiliser le mot « soleil », 8 % le mot « plage ». On retrouve l'appétence pour les vacances à la mer.

Proportion des verbatim comportant les mots les plus fréquemment utilisés au sein du corpus complet

(Base totale, nombre de verbatim dans corpus après « nettoyage », n = 3802)



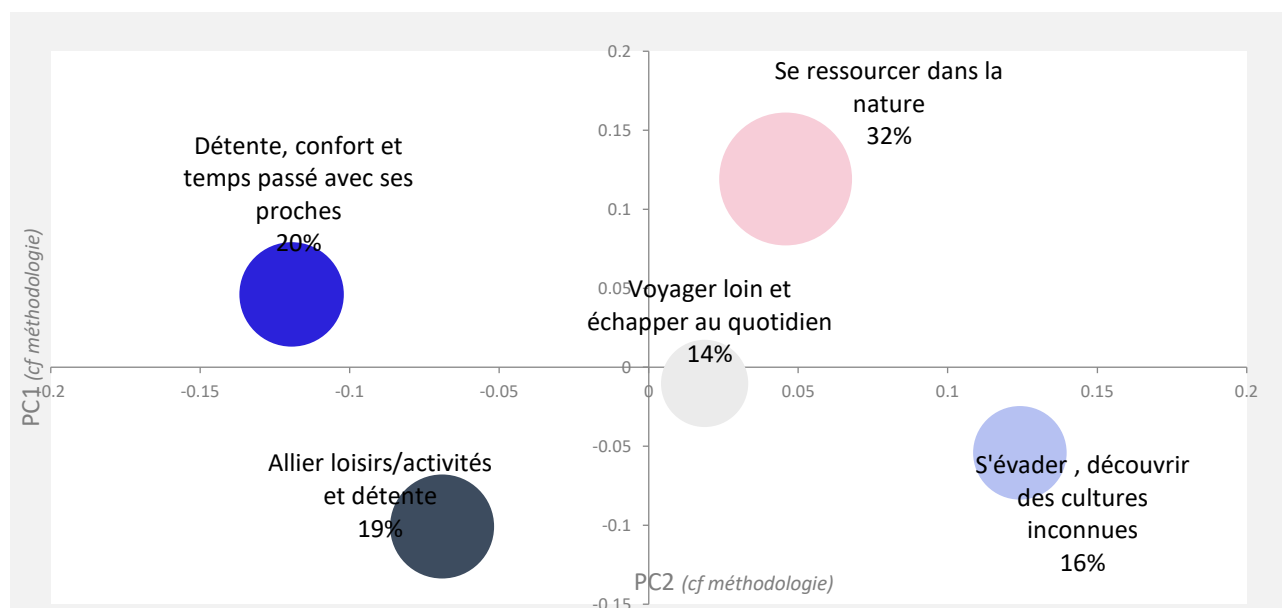
Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

L'observation plus fine des réponses à travers un algorithme d'analyse sémantique fait émerger **cinq thématiques principales** qui caractérisent la façon qu'ont les Français de *penser* les vacances idéales. Elles mettent à la fois en évidence les *bienfaits* attendus des vacances idéales, ainsi que le *contenu* (type d'activités, cadre...) attendu des vacances idéales.

Cartographie des divergences inter-thématiques, et poids des thématiques

(Base totale, nombre de verbatim dans corpus après « nettoyage », n = 3802)



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Thématique 1 / 20 % : Des vacances « détente » où l'on se fait plaisir et on profite de ceux qu'on aime

Les vacances idéales sont ici avant tout **des vacances « faciles »** – sans stress ou problèmes - qui procurent **un sentiment de détente**. Ce sont des vacances au rythme lent, où l'on vit au fil de ses envies : lire un livre, lézarder au bord de la plage, profiter d'un bon repas... La **présence de ceux qu'on aime**, famille, amis... est ici indispensable et vient compléter ces moments de détente.

Leurs mots :

« Un chalet grand luxe avec une méga baie vitrée qui donne sur un lac et des montagnes enneigées, **moi devant l'ordi surfant sur des sites de généalogie**, et **ma petite famille qui s'amuse** soit au tour du lac soit ailleurs ; Le soir un bon repas autour d'une bonne cheminée... »

« **Pas de prise de tête**, des **occupations calmes**, une bonne dose de culture par la lecture, quelques visites, de moments de conversation avec les amis, un bon apéritif le soir et la confection de bons repas à plusieurs... »

« Des **vacances détente**, où la **bonne humeur est le maître**, **pas de stress ni de problème**, aucun souci. S'amuser tous ensemble, faire des activités, parfois seuls et parfois ensemble, et s'adonner chacun à ce que l'on aime faire. »

« **Se faire plaisir**, aller dans un endroit qui nous plaît sans contrainte financière. Manger au restaurant, ramener des souvenirs **et profiter de notre temps libre**. »

Thématique 2 / 16 % : S'évader en faisant l'expérience de cultures inconnues (gastronomie, mœurs...)

Les vacances idéales sont ici des **vacances, de préférence à l'étranger, immergé dans une région/pays que l'on ne connaît pas**, et qui va permettre de s'évader *via* la découverte d'une culture qui nous est étrangère. Cette immersion culturelle passe par la rencontre des populations locales, des coutumes, **et surtout de la gastronomie locale !**

Leurs mots :

« *Des vacances à l'étranger pour connaître le pays, les gens, leurs traditions, la façon de manger et la beauté du pays et toutes ses valeurs. Pour le dépaysement et tout oublier.* »

« *Pouvoir partir dans un pays étranger qu'il me plairait de visiter, me familiariser avec la culture, pouvoir parler aux gens, visiter.* »

« *La découverte d'une culture inédite, manger de nouvelles choses, expérimenter de nouveaux sports locaux Et surtout le faire avec ma copine.* »

« *Des vacances où je vis beaucoup à l'extérieur, où je découvre de nouveaux sites dans des conditions confortables, où je peux découvrir la gastronomie locale* »

Thématique 3 / 19 % : Allier loisirs/activités et moments de détente

Les vacances idéales sont ici un bon **équilibre entre des moments de détente, et des moments plus actifs (loisirs, activités...)** et de découverte (visites, voyages...). L'idéal est de se rendre dans un endroit aux conditions de logement confortables (hôtel, spa, au bord de la mer, maison au calme...) qui permet à la fois d'assouvir des envies d'excursions, de visites, ou autres loisirs.

Leurs mots :

« *Entre le farniente, les promenades en pleine nature ou près de l'eau, la possibilité de pouvoir aussi m'adonner aux loisirs que j'aime, de préférence en famille ou avec d'autres proches* »

« *Se partager entre les vacances dans ma résidence secondaire avec famille, enfants, amis et la découverte d'une autre région* »

« *Beau temps, moments de partages et de loisirs avec amis ou famille, cocon dans une maison, piscine, pas de voisins* »

« *Des vacances reposantes avec un accès privé à la baignade (piscine), mais aussi la découverte d'une région/lieu/pays à travers des ballades, musées, visites... Etc.* »

Thématique 4 / 32 % : Se ressourcer dans la nature

Les vacances idéales sont ici des **vacances qui permettent, via le contact avec la nature et le calme spirituel qu'il procure, de se ressourcer et de se déconnecter des tracas et de la routine quotidienne.** Perdu à la montagne, à la mer, seul avec soi-même afin de se recentrer sur l'essentiel...

Leurs mots :

« *Des vacances au calme mais pas trop isolé non plus, dans la nature, au bord d'un lac avec une forêt à proximité, dans un beau chalet en bois avec toutes commodités et très confortable.* »

« *Vacances reposantes avec quelques activités diverses, dans un cadre permettant de s'évader du quotidien type nature ou mer à proximité immédiate.* »

« *A la montagne, calme, randonnées, famille, déconnecté de la technologie envahissante...* »

« *Des vacances où se mêlent la rencontre de l'humain et de la nature. J'aime me perdre, ne pas prendre des chemins définis.* »

« Un beau paysage, du temps pour se reposer et déconnecter, de nouvelles choses à découvrir. »

Thématique 5 / 14 % : Échapper au quotidien via des vacances actives à l'étranger

Les vacances idéales sont ici à l'étranger. Il s'agit de partir le plus loin possible, la distance du domicile étant perçue comme corrélée à la capacité de chacun à se **déconnecter de son quotidien**. Il s'agit aussi de **vacances** relativement **actives** par rapport aux autres thématiques. Les visites et excursions sont privilégiées.

Leurs mots :

« Voyager pendant une durée importante (trois mois) avec ma famille dans tous types de destination, en dehors des sentiers battus, avec des hébergements divers, des modes de transports variés. »

« Vacances en famille ou entre amis, **loin de mon domicile**, sans téléphone portable et ordinateur pour couper vraiment avec le travail. Donc souvent à l'étranger c'est parfait ! Avec des activités sportives, des petits restos, des visites de patrimoine pour apprendre sur les autres cultures »

« **Voyage à l'autre bout du monde** en couple avec visites de sites incroyables et de lieux sauvages »

« Dans un **pays étranger, loin des lieux touristiques**, avec des beaux paysages et des activités en pleine nature ; avec la famille ou les amis. »

En complément de ces interrogations croisées sur le contenu des vacances idéales, nous avons demandé aux personnes ayant participé à l'enquête d'indiquer quel serait pour elles **le lieu de vacances idéal**. Il ressort de leurs réponses que les Français sont divisés en **deux blocs de taille équivalente**, l'un rassemblant ceux qui le voient **en France** (pour la plupart, en dehors de leur propre région), l'autre dans lequel le lieu de vacances idéal se trouve **à l'étranger**. Au sein de ce bloc, ce sont **les pays lointains géographiquement** (voire culturellement) qui exercent la plus forte séduction. La même question avait été posée à un échantillon représentatif de Français en 2015. La répartition des réponses entre France et étranger ne s'est pas significativement modifiée. Au sein du bloc étranger, on note **un accroissement de l'attrait pour les destinations lointaines géographiquement et culturellement**.

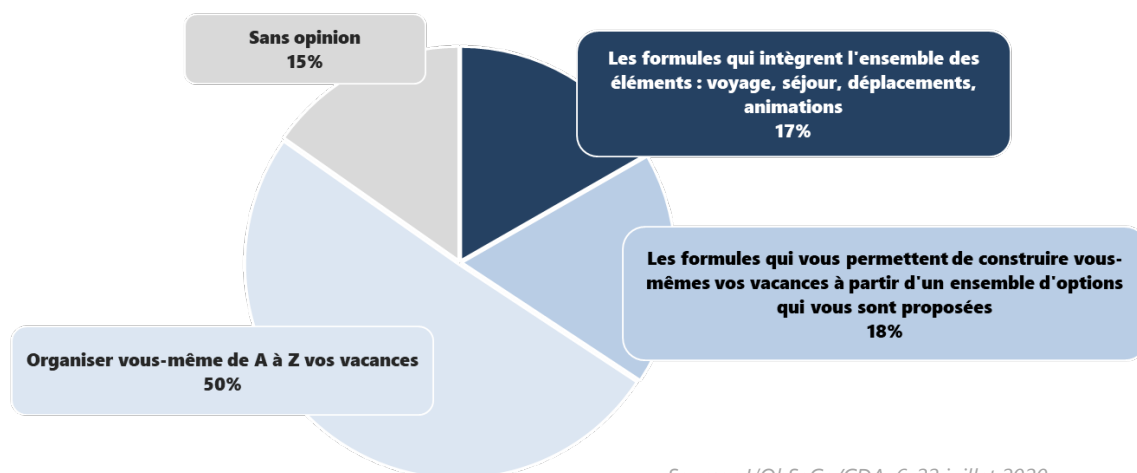
La propension à choisir l'étranger comme lieu de vacances idéal diminue avec l'âge (à l'inverse, naturellement, de la propension à choisir la France). Ainsi, les 18-24 ne sont pas moins de 67 % à considérer que leur lieu de vacances idéal se situe à l'étranger (dont 40 % dans un pays éloigné géographiquement et culturellement), contre seulement 38 % des plus de 55 ans. Les répondants situés dans la tranche la plus élevée de niveau de vie ont eux aussi retenu l'étranger à 67 %. Les CSP+ ont choisi l'étranger à 63 %, les CSP- la France à 55 %, et la préférence pour l'étranger croît fortement avec le niveau de diplôme. La sensibilité politique des répondants affecte peu leurs préférences en la matière. Notons toutefois que c'est parmi les personnes se situant « très à droite » que la préférence pour la France est la plus marquée. On relèvera également que, en dépit de la condamnation croissante des voyages lointains en raison de leur impact écologique, la répartition des préférences des personnes se disant proches des mouvements écologistes est très proche de celle observée à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon : 50 % associent leur lieu de vacances idéal à l'étranger, dont 42 % dans des pays éloignés géographiquement... Dans le même esprit, le degré de sensibilité aux questions environnementales est sans lien significatif avec les préférences quant au lieu pour des vacances idéales.

Enfin, il a été demandé aux personnes enquêtées d'indiquer leurs **préférences en matière de modes d'organisation des vacances**.

Seulement 17 % déclarent préférer les formules qui intègrent l'ensemble des éléments, à la manière des offres des tour-opérateurs. **68 % préfèrent organiser eux-mêmes leurs vacances**, dont 50 % seuls de A à Z et 18 % en jouant sur un jeu d'options qui leur serait proposé.

« En matière de vacances, préférez-vous... »

Base totale, n = 4000



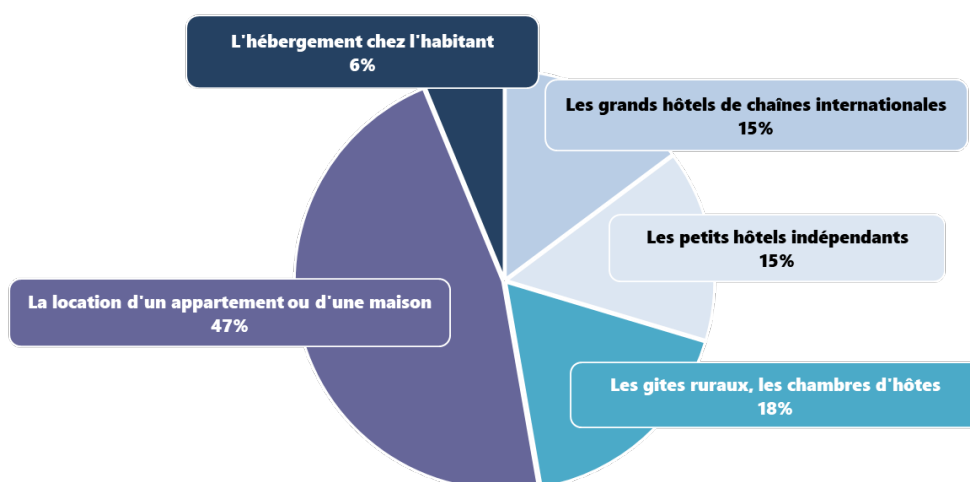
Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les caractéristiques des individus sont généralement peu corrélées avec leurs préférences en la matière. C'est chez les plus âgés que l'on trouve la proportion la plus forte (mais à seulement 22 %) de personnes exprimant une préférence pour les formules intégrées. Cette part, qui n'est que de 15 % chez les 18-24 ans, tombe à 10 % parmi les étudiants.

Le peu d'attrait exercé par les formules intégrées exprime en creux un rejet de ce qui pourrait passer pour une forme de standardisation, de massification, en opposition avec le désir de personnalisation et d'autonomie observé de manière générale dans la consommation, couplé à une quête d'authenticité. Cela se retrouve au plan des préférences exprimées par les Français enquêtés quant aux modes d'hébergement durant les vacances. Seulement 15 % ont choisi les grands hôtels de chaînes internationales, soit autant que les petits indépendants et moins que les gîtes ruraux et les chambres d'hôtes (18 %). C'est clairement la location d'un appartement ou d'une maison qui réunit les préférences du plus grand nombre de répondants (47 %), une formule qui fait donc à peu près jeu égal avec l'ensemble des formes d'hébergement organisées (48 %). Le profil des individus ne semble affecter qu'à la marge les préférences en la matière.

« En matière d'hébergement durant les vacances, préférez-vous... »

Base totale, n = 4000



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Cartographie des vacances des Français

Les personnes ayant participé à l'enquête ont été invitées à retenir, parmi les formes de vacances qui leur étaient proposées, celles qu'elles ont pratiquées au cours des trois dernières années. S'agissant d'un appel à la mémoire et non d'un relevé au fil de l'eau, les réponses obtenues doivent être considérées comme des ordres de grandeur.

82 % des Français interrogés déclarent être partis en vacances au moins une fois au cours des trois dernières années (y compris escapade de week-end). Un effet d'âge est perceptible : si 22 % des 55 ans et plus ne sont pas partis en vacances, ce n'est le cas que de 12 % des 18-24 ans. L'effet du niveau de revenu est beaucoup plus marqué : cette part passe de 5 % à 26 % de la plus haute à la plus basse tranche de niveau de vie. On ne s'étonne pas, dans ces conditions, du lien observé également avec les CSP et le niveau de diplôme. Le lien à l'intensité de la contrainte budgétaire est plus marqué encore : 32 % des répondants ayant déclaré « avoir du mal à s'en sortir » ne sont pas partis en vacances, et c'est le cas de 43 % de ceux qui disent « ne vraiment pas s'en sortir ». Ne pas être parti en vacances accroît les chances d'être également très peu engagé dans la pratique des loisirs (en particulier les loisirs passifs), alors que seulement 7 % des répondants très engagés dans la pratique des loisirs ne sont pas partis en vacances.

« Au cours des trois dernières années, pour vos vacances, avez-vous effectué : »

Base totale, n = 4000

	Oui, en France	Oui, à l'étranger	Sous-total « Oui » (en France OU à l'étranger)	Non, dans le passé mais pas au cours des 3 dernières années	Non, jamais
Une escapade pour des week-ends ou des week-ends prolongés	51%	15%	56%	13%	31%
Un séjour visant la fréquentation d'un festival (musique, théâtre, danse...)	11%	3%	13%	14%	74%
Un séjour de thalassothérapie, de remise en forme ou de cure	8%	2%	10%	9%	82%
Un séjour dans une ville, à des fins touristiques, d'une semaine minimum	29%	23%	43%	17%	40%
Un séjour au bord de la mer d'une semaine minimum	48%	20%	59%	17%	24%
Un séjour à la montagne, associé aux sports d'hiver	18%	2%	19%	23%	58%
Un séjour à la montagne, hors sports d'hiver	23%	3%	25%	25%	50%
Un séjour à la montagne, associé aux sports d'hiver et/ou non	31%	4%	33%	34%	42%
Un séjour à la campagne d'une semaine minimum	38%	5%	40%	20%	40%
Un circuit touristique (organisé ou non)	8%	14%	20%	16%	64%

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Retenu par 56 % des répondants, les séjours au bord de la mer, d'une semaine minimum, apparaissent comme le type de vacances le plus diffusé au sein de la population. Ici comme pour la plupart des autres formes de vacances, les 18-24 ans sont en pointe (66 %), mais les écarts avec les autres tranches d'âge sont ici relativement limités, la proportion de personnes ayant déclaré être parties au bord de la mer étant systématiquement majoritaire.

56 % des personnes interrogées déclarent avoir effectué au cours des dernières années au moins une escapade pour une week-end ou un week-end prolongé, dont 15 % à l'étranger. L'effet d'âge est ici beaucoup plus marqué et c'est pour cette forme de vacances que l'on observe l'effet revenu le plus net.

Aucune des autres formes de vacances ne dépasse le seuil symbolique d'un taux de pénétration (sur trois ans) de 50 %. 43 % affirment avoir réalisé un séjour dans une ville, à des fins touristiques, d'au moins une semaine et, parmi eux, 23 % une ville à l'étranger. C'est pour ce type de vacances que l'effet d'âge, mesuré en termes absolus, est le plus fort : 57 %

chez les 18-24 ans contre 35 % chez les 65-75 ans. L'effet revenu est très marqué et l'effet du niveau de diplôme est particulièrement élevé.

Seulement un répondant sur trois déclare avoir séjourné à la montagne au cours des trois dernières années. La montagne hors sports d'hiver draine un public un peu plus large (25 %) que les séjours associés aux sports d'hiver (19 %).

La réalisation d'un **circuit** (organisé ou non) ne concerne que 20 % de nos répondants, une forme de vacances davantage prisée à la fois par les plus jeunes et les plus âgés mais qui est associée à un très fort effet revenu.

Ce sont les séjours de **thalassothérapie, de remise en forme et de cure** qui ferment le ban, avec une pénétration de seulement 10 %.

Parmi les personnes ayant déclaré ne pas avoir pratiqué telle ou telle forme de vacances au cours des trois dernières années, il est possible de distinguer celles qui les ont pratiquées dans un passé plus lointain de celles qui ne les ont jamais pratiquées. Ainsi, avec 82 % de répondants déclarant ne les avoir jamais pratiqués, les séjours de thalassothérapie, de remise en forme et de cure confirment leur position de pratique de vacances la moins diffusée. Ils sont talonnés par les séjours visant la fréquentation d'un festival (74 %) eux-mêmes suivis des circuits touristiques (64 %). **42 % des Français ne seraient jamais partis en vacances à la montagne et 58 % aux sports d'hiver.** Notons également que c'est pour les vacances à la montagne que l'on observe le niveau le plus élevé de la part des personnes (près d'un quart) déclarant ne pas avoir effectué de séjour au cours des trois dernières années mais qui en ont effectué dans un passé plus lointain.

— L'usage des technologies numériques associées aux vacances

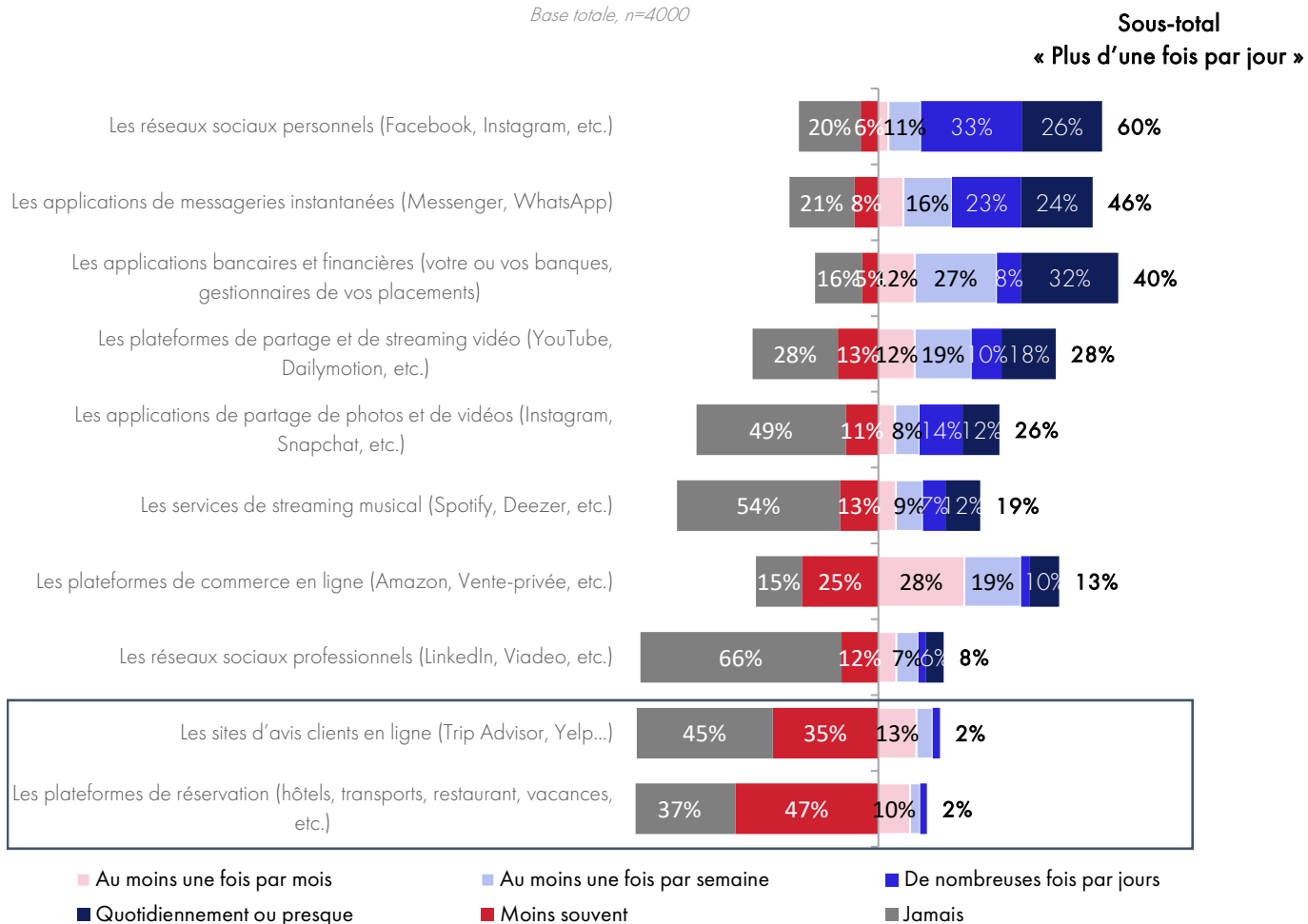
Le questionnaire de l'enquête comporte une batterie de questions relatives à l'usage de différentes catégories d'applications numériques. La compilation des réponses permet de construire un indicateur synthétique d'intensité d'usage des applications numériques. Parmi les catégories d'applications abordées, deux sont en relation avec le tourisme et les vacances : les **plateformes de réservation**²⁸ et les **sites d'avis clients en ligne**²⁹. Avant de commenter les résultats, rappelons que les questions ont été posées en ligne ; les répondants sont donc tous des internautes, dont on peut supposer qu'ils ont un usage général du numérique supérieur à la moyenne de l'ensemble des Français.

²⁸ Pour les personnes interrogées, ce terme était accompagné de la précision « (hôtels, transports, restaurant, vacances, etc.) ».

²⁹ Avec la précision « (Trip Advisor, Yelp...) ».

« A quelle fréquence utilisez-vous les applications suivantes ? »

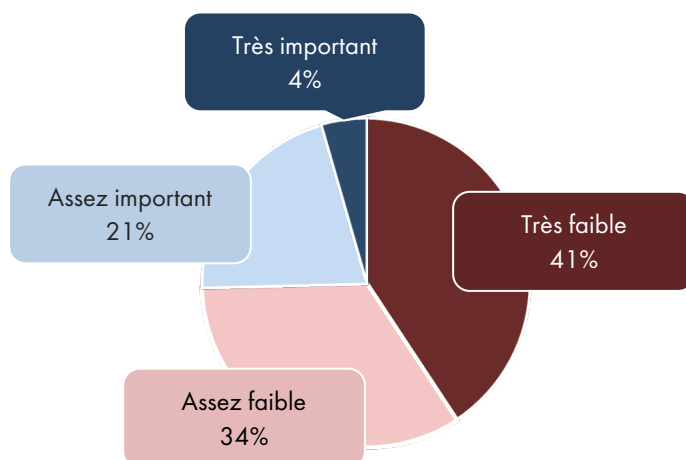
Base totale, n=4000



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Intensité d'usage des applications numériques

Base totale : n = 4000

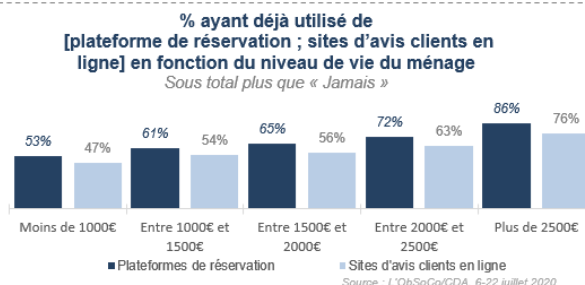
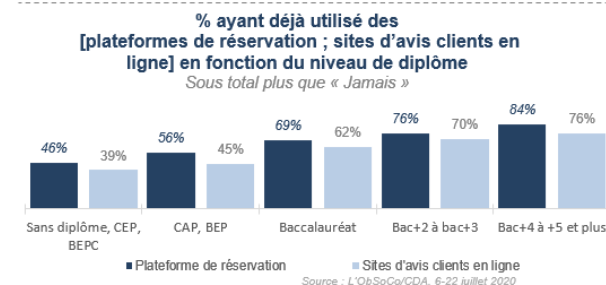
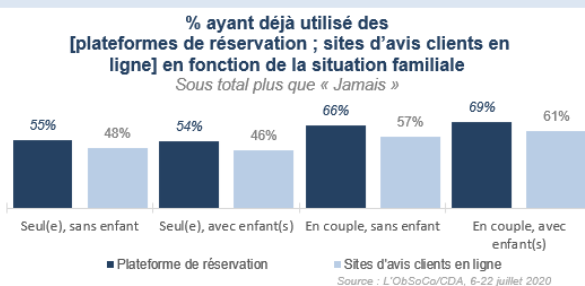
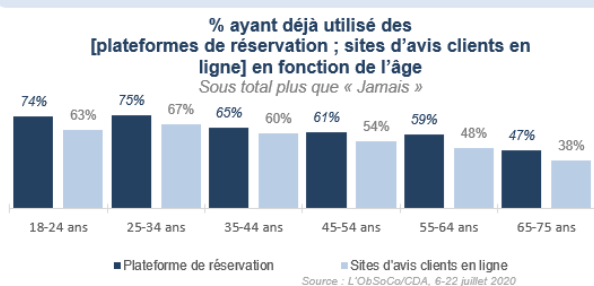


Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

63 % des personnes interrogées déclarent utiliser les plateformes de réservation et 55 % les sites d'avis en ligne. Ce sont des proportions importantes. Inférieures cependant à celles relevées, par exemple, pour l'usage des plateformes de commerce en ligne (85 %) ou des réseaux sociaux personnels (80 %), mais supérieures à celles des applications de partage de photos ou de vidéos (51 %). La très grande majorité des utilisateurs de ces applications n'en font, on s'en doute, qu'un **usage occasionnel**. L'usage de ce type d'applications numériques **contribue à la capacitation des utilisateurs**, à les rendre plus autonomes. Il est à mettre en relation avec l'engouement pour l'autoproduction de l'organisation des vacances (cf supra).

Ici, comme pour l'ensemble des applications numériques, un fort effet d'âge est observé, l'usage de ces deux applications culminant auprès des 25-34 ans. Les personnes appartenant à un foyer à haut niveau de vie sont particulièrement promptes à utiliser ce type d'applications (jusqu'à 86 % dans la tranche de niveau de vie la plus élevée pour les applications de réservation). Corrélativement, les CSP+ sont en pointe et les CSP- en retrait. Ces traits participent à ce que **le taux d'usage de ces applications est très fortement corrélé au degré d'engagement des répondants dans la pratique des loisirs**.

Intensité d'usage des applications numériques Base totale : n = 4000



— Quelles activités de loisirs en vacances ?

Les réponses données par les Français interrogés concernant les activités qu'ils pratiquent durant les vacances sont convergentes avec leurs conceptions des vacances idéales telles que mises en lumière plus haut.

L'**activité pratiquée en vacances la plus souvent citée** par les répondants ayant effectué au moins un séjour aux cours des trois dernières années est... **le repos** ! Il ne concerne pas moins de trois personnes sur quatre. Viennent ensuite, avec des scores très proches, **la visite de sites naturels, profiter de la plage et de la mer et profiter de sa famille et de ses proches**, des items retenus par au moins deux répondants sur trois. On retrouve bien là les principaux axes autour desquels les Français pensent les vacances idéales.

« **Quelles sont les activités que vous pratiquez lors de vos séjours de vacances ?** »

Base : individus ayant effectué au moins un séjour de vacances au cours des trois dernières années, n = 3305



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les femmes sont plus pressées encore que les hommes à mettre en avant le repos (78 % vs 71 %), profiter de la plage et de la mer (72 % vs 63 %) et profiter de la famille ou des proches (70 % vs 60 %). Profiter de la page et de la mer est massivement retenu par les moins de 35 ans (74 %), en net contraste avec les plus de 55 ans (59 %). La propension à visiter des sites naturels est nettement croissante avec le niveau de vie, passant de 65 % à 81 % de la tranche la plus basse à la tranche à la plus haute, ce que l'on retrouve au plan des CSP et du niveau de diplôme. 81 % des personnes proches politiquement des mouvements écologistes déclarent visiter des sites naturels durant leurs vacances, ce que l'on retrouve dans la relation avec le degré de sensibilité environnementale.

Trois autres pratiques ont été **déclarées par une majorité** des répondants partant en vacances : **randonner à pied** (56 %), **la gastronomie, les repas partagés** (52 %) et **la visite de musées, d'expositions, de monuments...** (51 %). La pratique de ces activités est marquée socialement, en particulier, on s'en doute, la visite de lieux culturels : elle est positivement liée au niveau de capital économique et/ou culturel des individus. Par exemple, la pénétration de la visite de lieux culturels passe de 28 % à 70 % entre la tranche de niveau de diplôme la plus basse et la plus haute ; la pénétration de la pratique de la gastronomie s'élève à 47 % dans la tranche de niveau de vie la plus basse, mais à 65 % dans la plus haute, celle de la randonnée à pied respectivement à 51 % et à 62 %.

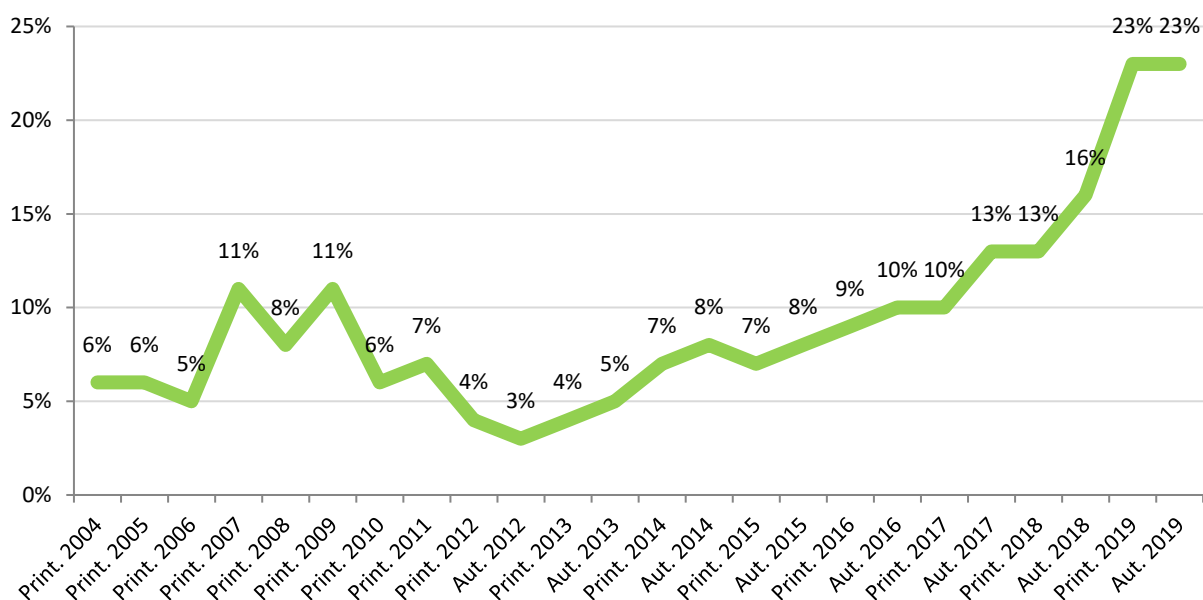
Sur le plan de l'âge, on observe un « chassé-croisé » entre les pratiques du sport, des jeux de plein air et, plus généralement, des « *activités de loisirs préférées* » et celle de la lecture, les premières déclinant fortement avec l'âge (par exemple, pour le sport, de 33 % chez les 18-24 ans à 11 % chez les 65-75 ans) quand la seconde fait apparaître un mouvement inverse (29 % chez les 18-24 ans, 42 % à partir de la tranche des 45-54 ans). Si les jeunes sont manifestement fortement engagés dans les loisirs actifs durant leurs vacances, ce sont eux qui sont aussi les plus nombreux (23 % chez les 18-24 ans) à déclarer regarder la télévision ou des sites de streaming vidéo.

Enfin, **26 %** des personnes étant parties en vacances au cours des trois dernières années déclarent **visiter des parcs d'attraction** à cette occasion. En réalité, c'est même plus d'un vacancier sur trois de moins de 45 ans, les aînés étant clairement moins en appétit de cette activité.

— Le poids des impacts environnementaux dans les choix en matière de vacances

Il est banal de dire que la conscience environnementale des Français s'est fortement renforcée au cours des années récentes, comme l'illustre le graphique ci-dessous retraçant l'évolution de la part des Français ayant choisi « l'environnement » comme l'un des deux problèmes qu'ils considèrent comme importants pour la France en ce moment.

"A votre avis, quels sont les deux problèmes les plus importants auxquels doit faire face la France en ce moment (deux réponses maximum) ?"
- Réponse "l'environnement" -



Source : Eurobaromètre, Commission Européenne

76 % des personnes ayant participé à l'enquête se disent préoccupées à l'égard des enjeux environnementaux, dont 20 % « très ». Le lien entre les enjeux environnementaux et nos modes de vie et de consommation est désormais largement compris et, afin d'agir à son niveau, de nombreux consommateurs tentent d'intégrer l'impact environnemental dans leurs actes de consommation. Les Français interrogés ont été invités à noter de 0 à 10 la mesure dans laquelle ils estiment **prendre en compte les enjeux environnementaux dans leurs comportements de consommation**. La moyenne s'élève à 6,4. 54 % ont donné une note supérieure ou égale à 7, dont 13 % supérieure ou égale à 9. Rappelons qu'il s'agit ici d'un simple déclaratif...

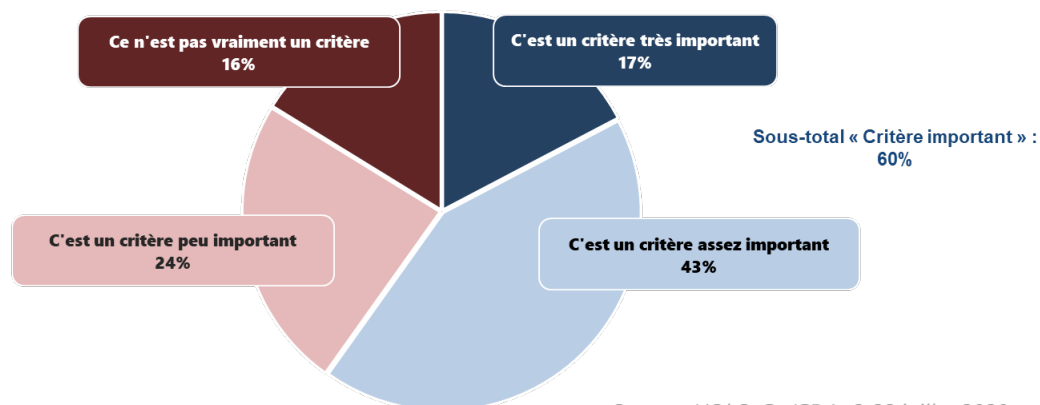
Avec 81 %, c'est parmi les 18-24 ans que la proportion de personnes se disant préoccupées à l'égard des enjeux environnementaux est la plus élevée. Les plus jeunes sont cependant un peu en-dessous de la moyenne quant au passage à l'acte au travers des comportements de consommation, où ce sont les plus âgés qui se montrent les plus vertueux. Dans l'ensemble, les réponses à ces deux questions sont relativement peu sensibles aux caractères sociodémographiques des répondants. Elles sont par contre, comme attendu, très fortement influencées par la sensibilité politique. Plus inattendu,

tant la fréquence de la préoccupation que celle de sa traduction dans les actes de consommation est croissante avec l'intensité de la pratique religieuse. Et pour ce qui nous intéresse plus directement, on relèvera la forte **corrélation avec le degré d'engagement des répondants dans la pratique des activités de loisirs**. Ainsi, par exemple, la part des répondants disant avoir intégré significativement les questions environnementales dans leurs comportements de consommation (note supérieure ou égale à 7) passe de 43 % parmi les personnes très faiblement engagées dans la pratique des loisirs à 67 % pour celles qui sont très fortement engagées.

60 % des Français interrogés affirment que la question des impacts environnementaux constitue un critère important dans leurs choix en matière de vacances. Il s'agirait même d'un facteur « très important » pour 17 % d'entre eux. Le niveau important de ces chiffres doit être rapproché du fait qu'une telle question est naturellement entachée d'un biais de désirabilité. Mais le jeu même de ce biais témoigne d'un changement culturel en cours, condition d'un changement graduel des comportements effectifs.

« Dans quelle mesure la question des impacts environnementaux entre-t-elle en compte dans vos choix en matière de vacances (destination, transport, hébergement, activités...) ? »

Base totale, n = 4000



Bien évidemment, ces pourcentages sont étroitement corrélés au degré de sensibilité environnementale des répondants. Les impacts environnementaux seraient un facteur important dans les choix en matière de vacances de 83 % de ceux qui se disent très préoccupés par les questions environnementales et écologiques... Ce pourcentage atteint le niveau record de 98 % parmi les personnes se disant politiquement proches des mouvements écologiques (avec un minimum à 63 % parmi celles se classant « très à droite »).

Les variables sociodémographiques les plus liées au fait accorder de l'importance aux impacts environnementaux dans les choix en matière de vacances sont donc logiquement très proches de celles associées au degré de sensibilité environnementale. Ainsi, les femmes ont été un peu plus nombreuses que les hommes (62 % vs 57 %) à déclarer les impacts environnementaux importants dans leurs choix. Les écarts par rapport à l'âge sont assez peu sensibles. On notera cependant l'écart entre les 63 % observés chez les 18-24 ans et les 56 % chez les 25-34, une fracture entre les deux tranches voisines déjà observée dans d'autres enquêtes de l'ObSoCo sur des thèmes relatifs à l'environnement et à l'écologie. Mais, comme nous l'avons vu plus haut, les plus jeunes sont doute la sous-population pour laquelle l'écart entre la pétition de principe et le passage à l'acte est le plus important.

L'impact de la crise sanitaire sur la manière d'envisager les vacances idéales

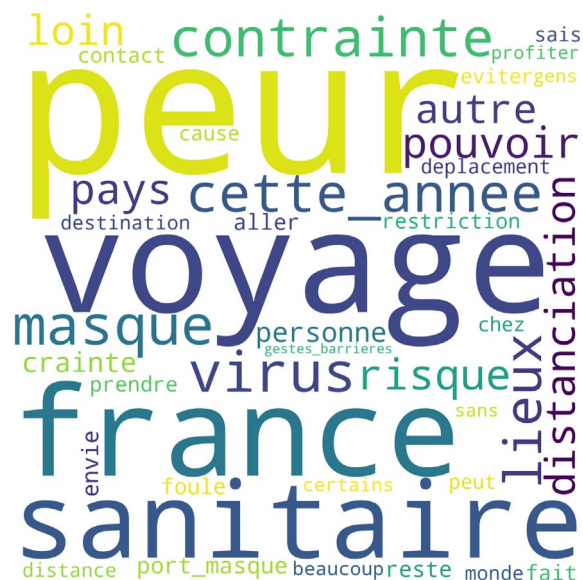
46 % des Français ayant participé à l'enquête estiment que la crise sanitaire a modifié leur manière d'envisager les vacances idéales. Les caractéristiques sociodémographiques des répondants affectent peu leur position sur ce sujet. Tout au plus note-t-on que ce pourcentage est légèrement croissant avec l'âge (jusqu'à 50 % chez les 65-75 ans). Il est significativement plus faible chez les CSP+ (39 %) que chez les CSP- (50 %). Il croît également avec le niveau de la sensibilité environnemental des répondants.

De quelle manière la crise sanitaire affecte-t-elle le rapport des Français aux vacances ? Pour le savoir, nous avons demandé aux 46 % des répondants ayant déclaré, face à la crise sanitaire, avoir modifié leur manière d'envisager les vacances idéales d'exprimer libre de quelle manière.

L'analyse des réponses à cette question ouverte met en évidence différentes approches et niveau de résilience face à la situation actuelle et aux contraintes qu'elle implique. Le sentiment qui domine les réponses est la peur, du fait que tout contact humain génère de la méfiance. Certains parviennent à surmonter cette peur afin de s'assurer des vacances tout de même, là où d'autres semblent immobilisés par la peur. En effet, une part des Français apparaît comme complètement déstabilisée et frustrée par les nouvelles contraintes vacancières. Couplées à une méfiance envers autrui, ces Français restent chez eux... Une autre part des Français, plus résiliente et plus confiante, accepte de voyager, tout en respectant les gestes barrières, dans un rayon plus limité – en France – et entourée d'un groupe de personnes plus restreint. Il s'agit ainsi, pour ces derniers, d'une opportunité pour redécouvrir à la fois son pays, ainsi que de profiter de ses proches.

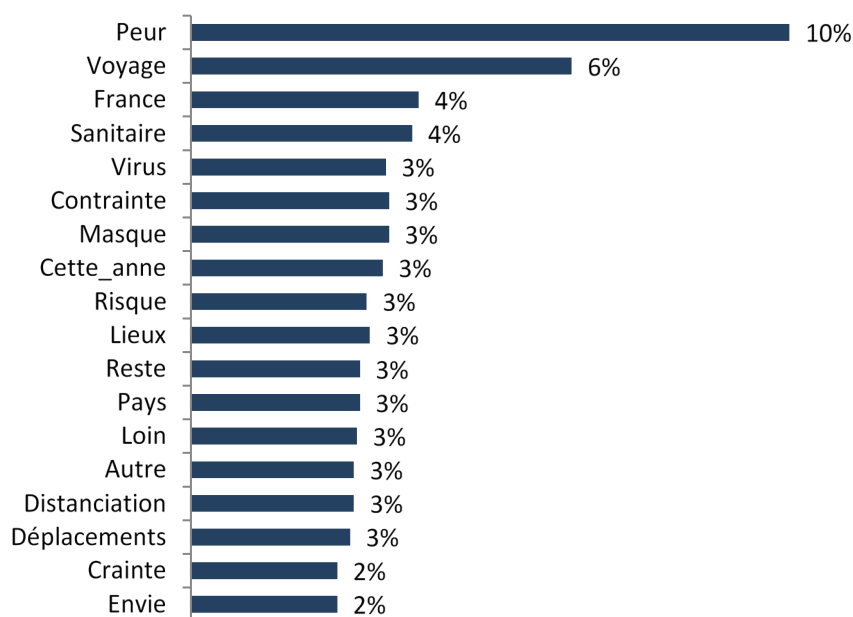
Nuage de mots - Comptage des mots les plus fréquemment utilisés au sein du corpus complet

(Base partielle : personnes considérant que la crise sanitaire a impacté leur perception des vacances idéales, nombre de verbatim dans corpus après « nettoyage », n = 1841)



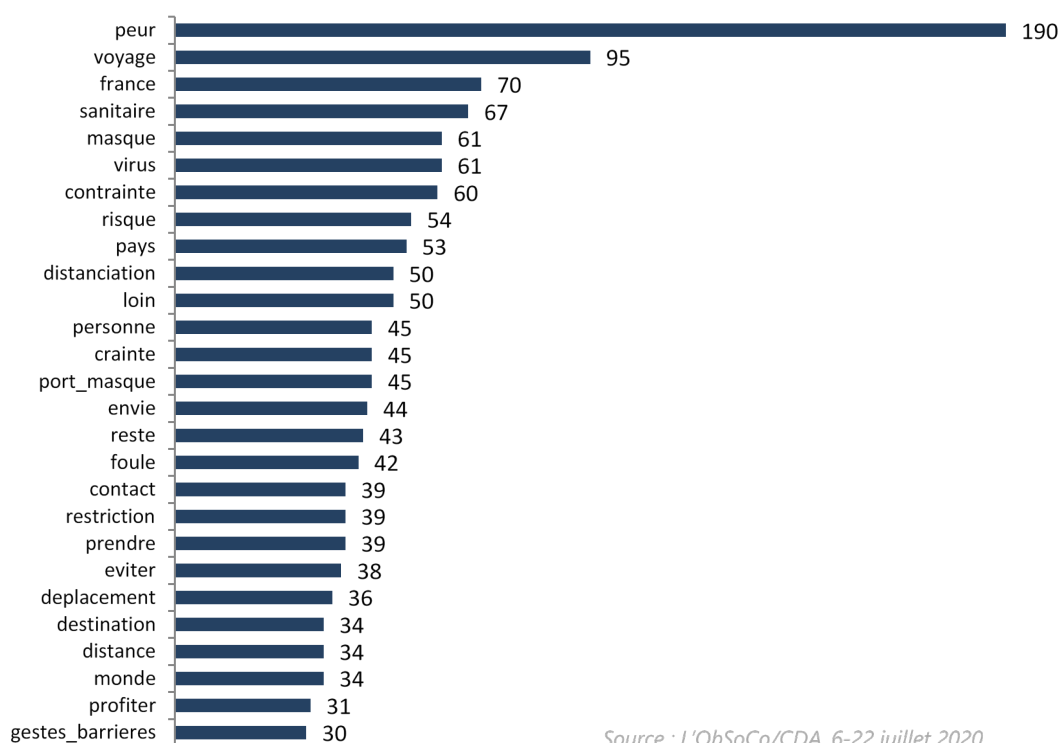
Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Proportion des verbatim comportant les mots les plus fréquemment utilisés au sein du corpus complet
(Base partielle : personnes considérant que la crise sanitaire a impacté leur perception des vacances idéales, nombre de verbatim dans corpus après « nettoyage », n = 1841)



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Comptage des mots les plus fréquemment utilisés au sein du corpus complet
(Base partielle : personnes considérant que la crise sanitaire a impacté leur perception des vacances idéales, nombre de verbatims dans corpus après 'nettoyage', n = 1841)

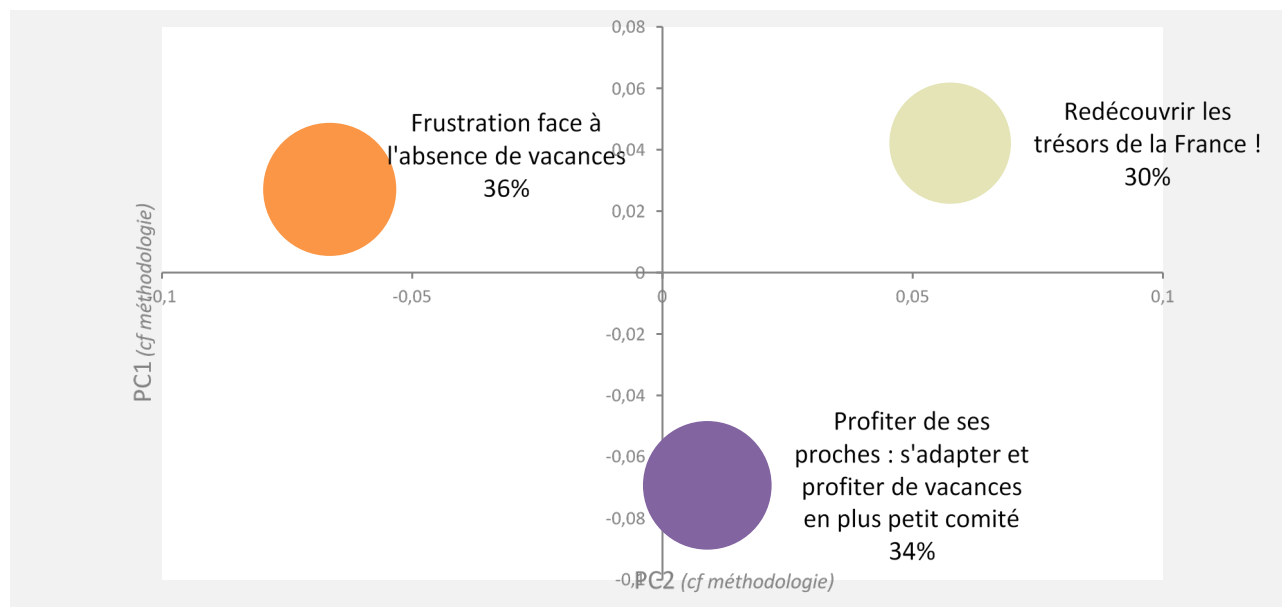


Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

L'analyse sémantique des réponses rédigées par les répondants fait émerger **trois thématiques principales** qui pèsent d'un poids équivalent parmi les répondants concernés.

Cartographie des divergences inter-thématiques, et poids des thématiques

(Base partielle : personnes considérant que la crise sanitaire a impacté leur perception des vacances idéales, nombre de verbatim dans corpus après « nettoyage », n = 1841)



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Thématique 1 / 36 % : Frustration face à l'absence de vacances

Cette thématique met en évidence une approche peu flexible face à la situation sanitaire et l'impact qu'elle a sur **les vacances**. En effet, les Français sont ici frustrés du fait de ne pas pouvoir partir en vacances. La peur et le manque de confiance qu'ils ressentent envers autrui les empêchent d'adapter leurs plans de vacances, afin de partir moins loin ou avec moins de monde... Ils sont immobilisés par ce tiraillement entre forte envie de partir et peur face à tout éventuel déplacement et contact humain, résultant en un fort sentiment de frustration.

Leurs mots :

« Vu que le virus n'est pas contrôlé, **je ne pourrai pas partir en vacances**. Malgré les mesures prises, **les gens sont irresponsables et ne respectent rien**, ils ne portent pas de masques et se comportent comme si de rien n'était, je trouve cela très irrespectueux donc je ne pourrai pas aller en vacances... »

« Le fait de **ne pas pouvoir effectuer librement** toutes les activités qui nous font envie sans **contrainte**. Cela fait indirectement une petite source de stress. »

« Être **restreint** de pas mal de choses et le fait de **ne pas se sentir libre** de faire tout ce qu'on voudrait à **cause des protocoles et consignes mis en place** »

« Je ne partirai pas en vacances de sitôt. Les personnes ne mettent plus leurs masques, les gestes barrières sont abandonnés. Le virus circule toujours »

Thématique 2 / 34 % : Des vacances en plus petit comité pour profiter de ses proches, à la campagne/montagne

Cette thématique met en évidence une certaine résilience et capacité d'adaptation face aux contraintes imposées par la crise sanitaire. Ces Français ne sont pas tant frustrés et comprennent l'importance des gestes barrières. Notamment, il s'agit de limiter les déplacements dont les voyages à l'étranger, de respecter les distances de sécurité, de porter son masque, etc. Ils privilégient ainsi des vacances avec peu de personnes, seulement leurs proches, et dans des endroits plus reculés et moins denses, comme la campagne et la montagne.

Leurs mots :

- « Êtes plus proche de la nature, s'éloigner du monde urbain pour pouvoir profiter plus de la nature »
- « Les gestes barrières doivent être pris en compte pour chaque sortie sinon je ne préfère pas risquer »
- « Moins envie de groupe, plutôt sortir des sentiers battus et me concentrer sur ma famille »
- « Je vais éviter la foule, les endroits trop fréquentés, privilégier la montagne »
- « On va revenir à des valeurs plus terre à terre, la simplicité nous suffira et l'entraide sera plus grande »
- « Le port du masque, la distanciation sociale et la méfiance, m'a contraint à choisir une destination à très faible densité humaine »

Thématique 3 / 30 % : Redécouvrir la France !

Cette thématique met en évidence l'opportunité que présentent pour certaines personnes les nouvelles contraintes de déplacement liées au Covid 19. En effet, une part des Français, bien que conscients et non réjouis des contraintes, voient cette nouvelle situation comme une opportunité pour redécouvrir leur pays, les recoins inconnus et petits trésors régionaux. Ce faisant, il s'agit aussi de soutenir son pays, les écosystèmes touristiques et de production locaux, etc.

Leurs mots :

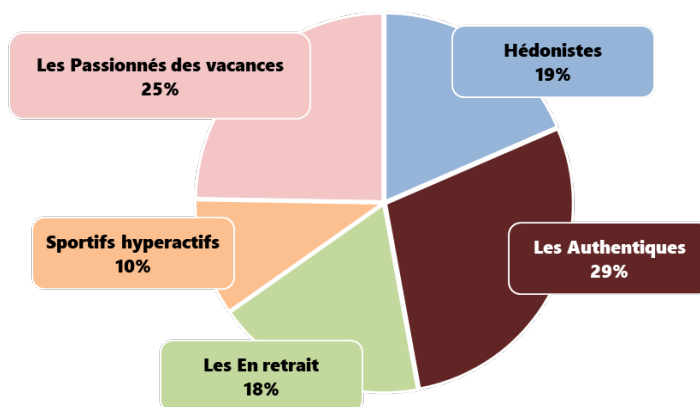
- « Cette année, nous resterons en Alsace et profiterons des plaisirs qu'offre notre belle région ! Nous sommes déjà adeptes de beaucoup d'activités, mais cet été, nous allons privilégier les artisans, les balades, les restaurants... ALSACIENS ! :) »
- « Je n'envisage pour le moment pas de partir à l'étranger et je pense donc visiter notre magnifique pays et profiter de nos régions toutes plus belles les unes que les autres »
- « Encore plus envie d'un retour aux sources. Au rythme de la nature. De proximité. Découverte des régions proches de chez nous. Sans chercher les sites ultra touristiques, avec une foule de monde »

— Une typologie des vacanciers

Une typologie des vacanciers a été construite à partir des réponses relatives aux types de vacances pratiquées au cours des trois dernières années et aux activités généralement pratiquées durant les vacances, ainsi que des réactions aux visuels incarnant différentes conceptions des vacances idéales. Cette typologie se compose de 5 groupes.

Le poids des cinq groupes dans la population française

Base totale : n= 4000



Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Les authentiques (29 % de l'échantillon)

Les « authentiques » se définissent surtout par leur peu d'appétence pour les modalités de vacances associées au tourisme de masse.

Ils forment le groupe qui montre la plus faible propension à partir en vacances au bord de la mer (même si elle reste élevée), en particulier à l'étranger. A l'inverse, ils sont un peu plus enclins que la moyenne à séjourner dans des villes et à effectuer des circuits à l'étranger, à pratiquer des escapades en France ou à l'étranger lors de week-ends ou de week-ends prolongés. Les « authentiques » se démarquent plus encore des autres groupes à l'échelle de leurs représentations des vacances idéales, où ils témoignent d'une appétence relativement forte pour la rencontre de cultures et de populations différentes de la leur, pour la vie au contact de la nature, voire pour l'expérience de vivre chez l'habitant à l'étranger. *A contrario*, ils se montrent beaucoup moins attirés par « le soleil, la mer, les amis, la fête... », rejettent assez massivement l'image de l'aquagym dans un club de vacances, celle du parc d'attraction, ainsi – mais dans une moindre mesure – que celle des sports d'hiver, alors que l'image de la randonnée en montagne est appréciée par une majorité d'entre eux. C'est le groupe qui a le moins souvent cité « les grands hôtels de chaînes internationales » comme mode d'hébergement préféré (7 %). Ils ne sont que 5 % à préférer les formules intégrées alors que 73 % déclarent avoir une préférence pour une organisation des vacances par soi-même de A à Z.

En vacances, 82 % des « authentiques » disent visiter des sites naturels et 68 % randonner à pied (56 % à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon), visiter les lieux culturels (63 %). Ils pratiquent également plus que la moyenne la lecture et ne détestent pas s'adonner à la gastronomie. Par contre, ils ne sont que 14 % à profiter des vacances pour visiter des parcs d'attraction.

Le groupe des « authentiques » affiche un taux de départ en vacances très élevé (96 % sont partis en vacances au cours des trois dernières années, contre 82 % à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon).

Ce groupe est marqué par un déficit des moins de 35 ans, compensé par une surreprésentation des plus de 55 ans, ce qui est à rapprocher de la surreprésentation des personnes vivant en couple sans enfants (au détriment de celles vivant en couples avec enfants) ainsi, sans doute, que d'une intensité d'usage des applications numériques un peu plus faible que la moyenne. Les tranches basses de niveau de vie y sont très sous-représentées, de même que les CSP-, à l'inverse des diplômés du supérieur. Les « authentiques » font montre d'une sensibilité environnementale très supérieure à celle de l'ensemble des personnes interrogées, sans qu'ils se distinguent par une plus grande prise en compte de l'impact environnemental dans leur choix en matière de vacances. Leur degré d'engagement dans la pratique des loisirs est

proche de la moyenne. On observe parmi eux une surreprésentation des « manuels » de la typologie des pratiquants (32 % pour 23 % dans l'ensemble de l'échantillon).

Les passionnés des vacances (25 % de l'échantillon)

Ce groupe se distingue moins par des orientations spécifiques que prendrait la manière dont ses membres pensent et vivent les vacances que par une forte appétence générale pour les vacances, quelle qu'en soient les formes. Ils ont donné à chacun des visuels évoquant différentes conceptions des vacances idéales une note supérieure à celle calculée à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon, l'écart étant particulièrement important pour ce qui est du visuel de la plage. 94 % d'entre eux sont partis en vacances au cours des 3 dernières années. Ils se montrent collectivement éclectiques dans le choix des modes de vacances pratiquées si bien qu'ils sont surreprésentés dans quasiment chacun des modes de vacances. Ils se détachent tout particulièrement sur la pratique des circuits à l'étranger (22 %, qu'ils sont également 27 % à avoir pratiqué dans le passé). Ce que confirme le fait qu'ils ont particulièrement bien noté les visuels de vacances faisant référence à des horizons lointains. Ils sont 28 % à être partis aux sports d'hiver et 36 % à avoir séjourné à la montagne (hors sports d'hiver). Il se distinguent également par un taux de fréquentation des festivals et de séjour en cure ou thalassothérapie très supérieur à la moyenne. Ils sont relativement moins attirés par les vacances à l'étranger et composent le groupe qui se montre le plus appétant aux formules intégrées ou permettant de composer ses vacances à partir d'un jeu d'options. C'est aussi le groupe qui est le moins attaché à la location, alors qu'il affiche une préférence supérieure à la moyenne pour les grands hôtels de chaînes internationales et les gîtes ruraux/chambres d'hôtes. Leurs manières d'occuper leurs vacances se distinguent peu de la moyenne de l'échantillon, ce qui témoigne d'une certaine hétérogénéité des membres de ce groupe en la matière. Cependant, dans leurs représentations des vacances idéales, ils se montrent collectivement plus sensibles aux vacances actives (ils ont mieux noté que la moyenne les visuels de yoga et de chorale).

Le profil sociodémographique de ce groupe se distingue peu également de celui de l'ensemble de l'échantillon. On relève cependant une surreprésentation des actifs et des CSP-. Ils se montrent surutilisateurs des applications numériques, et notamment des plateformes de réservation et des sites d'avis. Les « passionnés des vacances » sont également très actifs dans le champ des loisirs : ils constituent le deuxième groupe de la typologie sur le critère du niveau de degré d'engagement dans la pratique des loisirs actifs et passifs.

Les tranquilles (19 % de l'échantillon)

Le rapport aux vacances des « tranquilles » est assez conventionnel. Leurs représentations des vacances idéales sont ancrées sur la mer, la famille et les amis, au sein d'une maison de famille ou d'une location. Ils témoignent d'une meilleure disposition en moyenne que les membres des autres groupes à l'égard des clubs de vacances, des grands hôtels de chaînes internationale, voire des hôtels de luxe. Ce sont donc plutôt des adeptes de vacances passives, centrées sur le repos, ces « tranquilles » apparaissant en retrait sur quasiment toutes les autres activités pratiquées en vacances, excepté la visite de parcs d'attraction. Les horizons lointains exercent pour eux peu d'attrait. De fait, les vacances qu'ils ont vécues au cours des trois dernières années sont très concentrées sur les séjours au bord de la mer, avec un franc déficit en matière de circuits, de séjours à la montagne, d'escapades de week-ends...

Les « tranquilles » constituent le groupe le plus féminin de notre typologie (60 % de femmes). On y relève une légère surreprésentation des moins de 45 ans ainsi que des familles, et de CSP- alors que les titulaires d'un diplôme du supérieur sont sous-représentés. C'est le groupe de la typologie qui se montre le moins préoccupé par les questions environnementales et donc qui les intègre le moins dans les choix en matière de vacances. Les « tranquilles » sont globalement peu engagés dans la pratique des loisirs, le déficit d'engagement étant particulièrement fort en matière de loisirs actifs. On trouve parmi eux 40 % de membres du groupe des « écrans » de la typologie des pratiquants (28 % à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon).

Les « en retrait » (18 % de l'échantillon)

Ce groupe se distingue avant tout par un très faible taux de départ en vacances : seuls 21 % des membres de ce groupe ont déclaré être partis en vacances au cours des 3 dernières années. Si on note bien un déficit des moins de 45 ans au sein de ce groupe, les plus de 55 ans n'y sont que modérément surreprésentés (40 % contre 33 % dans l'ensemble de l'échantillon). On y trouve une part importante de personnes appartenant aux tranches basses de revenu et aux tranches hautes de contrainte budgétaire. Les demandeurs d'emplois et les autres sans activité professionnelle sont relativement nombreux. CSP+ et CSP intermédiaires sont très sous-représentées. On est donc en présence ici d'une population pour laquelle l'accès aux vacances peut être difficile pour des raisons physiques et économiques. Un tiers des « en retrait » vit seul, et les couples avec enfants sont sous-représentés. Mais au-delà de ce profil général (ou, peut-être, à cause de lui) les « en retrait » semblent pouvoir être associés à une moindre appétence aux vacances que les autres groupes de la typologie. Leurs évaluations de l'ensemble des visuels incarnant différentes conceptions des vacances idéales sont systématiquement en-dessous des notes moyennes données par l'ensemble des répondants. Lorsqu'ils sont contraints de choisir entre différentes propositions pour désigner leurs vacances idéales, c'est « ne rien faire » qui polarisent la plus grosse part de leurs suffrages. En arrière-plan, on entrevoit une certaine appétence pour le contact avec la nature.

Les « en retrait » le sont également des activités de loisirs en général : ils se révèlent collectivement très peu engagés dans la pratique, à la fois des loisirs actifs et des loisirs passifs. Logiquement, les « peu engagés » de notre typologie des pratiquants sont surreprésentés parmi eux.

Les sportifs hyperactifs (10 % de l'échantillon)

Ce dernier groupe constitue une image quasiment inversée du précédent. 100 % de ses membres sont partis en vacances au cours des 3 dernières années. Ce que ses membres nous livrent de leurs représentations des vacances idéales, révèle un appétit tous azimuts : bord de mer, vacances sportives, rassemblement familial et amical, découverte d'horizons lointains. Il n'y a guère qu'à l'égard de l'image du club de vacances ou des vacances à thème (yoga, chorale) qu'ils témoignent d'une certaine réserve, moins forte cependant que celle manifestée par le reste de l'échantillon. Invités à hiérarchiser leurs préférences en matière de vacances idéales, leurs choix se révèlent plus hétérogènes, mais c'est sur la pratique intensive des activités sportives et la pratique intensive des activités culturelles que leurs préférences se distinguent le plus nettement de celles des membres des autres groupes. Sur le plan du lieu de vacances idéal, il s'agit du groupe qui affirme la préférence la plus marquée pour l'étranger, en particulier pour les pays culturellement et géographiquement éloignés de la France. En matière d'organisation des vacances, ils préfèrent à 59 % les organiser par eux-mêmes de A à Z.

Leurs pratiques des vacances sont à l'avenant de leurs représentations des vacances idéales. Ils sont plus nombreux que dans les autres groupes de la typologie à avoir pratiqué la plupart des différents types de vacances abordés dans l'étude. Ils se distinguent notamment très fortement des autres groupes par un taux de vacances à la montagne en France pour les sports d'hiver à 39 %, quand il n'est que de 18 % à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon. 75 % ont effectué au moins une escapade en France, contre 51 % sur l'ensemble de l'échantillon... Jusqu'au taux de fréquentation des festivals, qui est près du double de celui de l'ensemble des répondants (mais là, ils sont talonnés par les « passionnés des vacances »). Il n'y a que sur les cures et les séjours de thalasso que leurs pratiques sont proches de celles de l'ensemble.

En vacances, ils sont hyperactifs, tous azimuts. Pour 6 des 16 activités pratiquées pendant les vacances abordées dans l'étude, plus de 3 sur 4 disent les pratiquer et 14 sont pratiquées par plus d'un sur deux. Il n'y a guère que sur la consommation de contenus audiovisuels et la prise de leçons ou le suivi de stages que les pratiquants sont minoritaires. Mais, même là, leur taux de pratique dépasse de beaucoup celui observé dans les autres groupes.

Avec 55 % d'hommes, ce groupe est le plus masculin de notre typologie. C'est aussi, de loin, le plus jeune, avec 41 % de moins de 35 ans (30 % dans l'ensemble de l'échantillon), compensé par une très nette sous-représentation des plus de 55 ans. Les « hyperactifs » dispose en moyenne d'un bon niveau de capital économique et de capital culturel. Ils affichent un niveau de sensibilité environnementale très élevé, équivalent à celui des « authentiques », avec une forte propension à déclarer à faire de l'impact environnemental un critère dans leurs choix en matière de vacances. Ils ont,

comme on pouvait s'en douter, un très fort usage des applications numériques, y compris des sites d'avis et des plateformes de réservation.

Leur hyperactivité se retrouve dans leur rapport aux activités de loisirs. Les « hyperactifs » constituent en effet le groupe le plus engagé dans les activités de loisirs, qu'il s'agisse de loisirs actifs ou passifs. Ils sont surreprésentés dans le groupe des « sportifs » de la typologie des pratiquants.

Loisirs et bien-être

Le bien-être est une notion complexe, multidimensionnelle, difficile à appréhender dans le cadre d'une enquête. Pour autant, au cours des 20 dernières années, un grand nombre de recherches académiques, principalement en psychologie et en économie, se sont attachées à identifier les facteurs les plus susceptibles d'affecter, positivement ou négativement, le bien-être des personnes. Elles s'appuient le plus souvent sur des mesures du bien-être subjectif issues de réponses à des questions posées dans le cadre d'enquêtes quantitatives. Cette méthodologie comporte d'évidentes limites qu'il ne s'agit pas de détailler et discuter ici³⁰. Pourtant, et pour autant qu'un minimum de précautions méthodologiques soient prises, ce type de méthodes est considéré comme acceptable par la communauté scientifique et a d'ores et déjà débouché sur des résultats importants dont la répétition conforte la robustesse.

Les chercheurs se sont parfois penchés sur la relation entre loisirs et bien-être. Ils ont pour la plupart mis en lumière une relation positive entre les deux³¹. Cependant, jamais à notre connaissance une étude de ce type n'a été menée sur la base de l'observation d'un si grand nombre d'activités de loisirs, ni à partir d'un ensemble aussi vaste de questions permettant de cerner avec une certaine précision le profil des pratiquants, les modalités de leur pratique, leurs motivations³²...

Le niveau de bien-être des personnes ne saurait dépendre que de leur seul engagement dans les activités de loisirs. La jeune « science du bonheur » a mis en évidence les variables les plus influentes sur le niveau de bien-être subjectif ou d'équilibre psychologique des individus. C'est la raison pour laquelle, après l'observation de relations simples entre engagement dans les activités de loisirs et différents indicateurs de bien-être, nous procéderons à une analyse économétrique qui permet de mesurer l'influence des loisirs sur le bien-être, compte tenu de l'influence d'un certain nombre d'autres variables. Il convient enfin de rappeler que l'observation d'une corrélation entre deux variables n'implique pas nécessairement une relation de cause à effet entre elles. En particulier, si nous sommes amenés à confirmer la relation entre le degré d'engagement des personnes dans les loisirs et différentes mesures de leur bien-être, le type de méthodologie suivie ici ne permet pas d'affirmer avec certitude qu'il s'agit d'une relation de causalité et non d'une simple concomitance, car d'autres facteurs peuvent être à l'origine à la fois de l'engagement dans les loisirs et d'un bon niveau de bien-être. On pense en particulier aux traits de caractère qui peuvent à la fois prédisposer au bonheur et favoriser un engagement vers les loisirs.

L'étude de la relation entre loisirs et bien-être se fonde sur trois mesures de bien-être construites à partir de questions spécifiques posées dans l'enquête. Si ces mesures sont assez fortement corrélées entre elles, elles abordent la notion complexe de bien-être sous des angles différents et complémentaires.

³⁰ Voir Kahneman et Krueger (2006), Davoine (2012), Sénik (2014).

³¹ Voir la revue de la littérature proposée par Newman et al. (2014).

³² L'Observatoire du « Faire », l'ObSoCo/La Maif, publié en 2017 avait déjà constitué une importante avancée dans cette direction. Le champ des loisirs traités se limitait cependant aux loisirs actifs.

La satisfaction à l'égard de la vie

Une première manière de mesurer le bien-être subjectif des personnes dans le cadre d'une enquête est de leur demander d'évaluer, de manière générale, dans quelle mesure elles se considèrent comme heureuses, ou bien quel est leur niveau de satisfaction à l'égard de leur existence. Nous avons retenu la seconde option et demandé aux personnes interrogées de donner **une note de 0 à 10 en réponse à la question : « Tout bien considéré, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de la vie que vous menez ? »**.

La réponse moyenne s'établit à 6,7/10, 49 % des répondants ayant choisi 7 ou 8. Classiquement, on trouve assez peu d'individus aux deux extrémités de l'échelle : avec une note inférieure à la moyenne (de 0 à 4), les personnes faiblement satisfaites de leur existence ne composent que 12 % de l'échantillon, soit un ordre de grandeur proche des 14 % de très satisfaites (9 ou 10). Conformément à ce qui est communément observé dans les recherches sur le sentiment subjectif de bonheur, on observe que la note moyenne progresse avec l'âge et, surtout, avec le niveau de revenu ; il est plus faible parmi les demandeurs d'emploi, les personnes vivant seules ou à la tête de foyers monoparentaux. On notera également une très forte surreprésentation des individus très satisfaits de leur existence parmi ceux caractérisés par un très fort engagement religieux.

Un lien direct entre la satisfaction à l'égard de la vie et le degré d'engagement dans la pratique des loisirs est observable, la moyenne passant de 6,1 à 7,3 de la classe la plus basse à la classe la plus haute d'engagement et la proportion de note supérieures ou égales à 7, de 48 % à 74 %. **La relation est légèrement moins marquée pour les loisirs passifs que pour les loisirs actifs**. Le coefficient de corrélation entre le degré d'engagement dans les loisirs et la note de satisfaction à l'égard de la vie est statistiquement significatif mais relativement faible (+0,17), la satisfaction à l'égard de l'existence dépendant, bien sûr, de nombreux autres facteurs que la seule l'intensité de l'engagement dans des pratiques de loisirs.

La note moyenne de satisfaction à l'égard de la vie est de **6,9 pour les personnes qui sont parties en vacances au moins une fois au cours des trois dernières années, contre 5,8 pour celles qui ne sont pas parties**.

Le bien-être eudémonique

La notion de bien-être eudémonique vise à dépasser une conception du bonheur uniquement fondée sur la balance entre les plaisirs et les peines, pour tenir compte de la réalisation personnelle, de l'image de soi, du sentiment d'autonomie, du sens donné à la vie. Nous avons vu que, au cours de la pratique d'activités de loisirs, les individus sont susceptibles de ressentir des gratifications hédoniques et eudémoniques. La relation entre loisirs et bien-être eudémonique est abordée ici à un niveau général, au travers des réponses à une batterie de questions visant à évaluer le niveau global de bien-être eudémonique de chaque personne interrogée. Un score synthétique a été construit à partir du degré d'accord ou de désaccord exprimé par les répondants à 11 propositions (voir encadré) au travers d'une note de 0 à 10. La valeur moyenne du score résultant de la compilation des réponses s'élève à 5,9, avec 13 % de notes inférieures ou égales à 4 et 10 % de notes supérieures ou égales à 9.

Les liens entre la mesure du bien-être eudémonique et les caractéristiques sociodémographiques des individus sont proches de ceux observés pour la satisfaction à l'égard de la vie. **On retrouve également un lien direct entre le score de bien-être eudémonique et le niveau d'engagement dans la pratique des loisirs, plus marqué dans le cas des loisirs actifs, ainsi qu'avec le fait d'être parti en vacances au cours des trois dernières années**.

Les propositions ayant contribué à la construction du score de bien-être eudémonique

1. J'ai le sentiment d'être reconnu(e) à ma juste valeur
2. Je me sens bien dans mon corps
3. Je me sens épanoui(e)
4. Je me sens entouré(e), aimé(e)
5. Je me sens utile
6. Ma vie à un sens
7. Je suis plutôt optimiste quant à mon avenir
8. Je me sens libre de décider comment vivre ma vie
9. En général, j'ai plutôt une bonne opinion de moi-même
10. Dans ma vie quotidienne, j'ai rarement l'occasion de montrer de quoi je suis capable
11. Quand les choses vont mal dans ma vie, je mets généralement du temps à m'en remettre

Le lien entre les indicateurs de bien-être et le degré d'engagement dans la pratique des loisirs (actifs et passifs)

	Engagement très faible (n = 810)	Engagement assez faible (n = 1777)	Engagement assez fort (n = 1021)	Engagement très fort (n = 392)	Coefficient de corrélation de Spearman
Note de satisfaction à l'égard de la vie (/10)	6,1	6,7	7,0	7,3	0,17
Score de bien-être eudémonique (/10)	5,5	5,8	6,2	6,7	0,20
Score de bien-être psychologique (/10)	5,0	5,5	5,9	6,3	0,18
Score de mal-être psychologique (/10)	4,2	4,0	3,9	3,7	0,08

Le lien entre les indicateurs de bien-être et le fait d'être ou non parti en vacances au cours des trois dernières années

	Aucun séjour sur les 3 dernières années (n = 695)	Au moins un séjour au cours des 3 dernières années (n = 3305)	Ensemble (n = 4000)
Note de satisfaction à l'égard de la vie (/10)	5,8	6,9	6,7
Score de bien-être eudémonique (/10)	5,3	6,1	5,9
Score de bien-être psychologique (/10)	4,9	5,7	5,6
Score de mal-être psychologique (/10)	4,3	3,9	4,0

Le bien-être psychologique

Une troisième manière d'appréhender le bien-être des individus est de s'intéresser aux **états émotionnels** qu'ils ressentent. Les psychologues ont développé des méthodes de collecte rigoureuses consistant à demander aux personnes interrogées de préciser les activités menées au cours d'une journée et de décrire l'état émotionnel associé. Cette méthode n'est pas applicable dans le cadre d'une enquête telle que celle à la base de cet *Observatoire*. Nous avons approché le bien-être psychologique des répondants au travers de la question suivante : « *Veillez indiquer la fréquence avec laquelle vous avez ressenti chacune des émotions suivantes durant la semaine qui vient de passer* ». Suit une liste de 12 états émotionnels, positifs ou négatifs, que les répondants devaient noter de 0 à 10. Sur la base de ses réponses, chaque répondant s'est vu attribuer **un score de bien-être psychologique et un score de mal-être psychologique**, tous deux sur 10.

La moyenne du score de bien-être psychologique s'établit à 5,6. Celle du score de mal-être psychologique à 4.

On retrouve là encore **un lien direct entre l'intensité de l'engagement dans les activités de loisirs et le niveau à la fois bien-être et du mal-être psychologiques**. Là aussi, le lien est un peu moins marqué pour ce qui est des loisirs passifs, en particulier pour ce qui est du mal-être psychologique. **Même constat concernant le fait d'être parti ou non en vacances au cours des trois dernières années**, le lien avec le bien-être psychologique étant plus manifeste que celui avec le mal-être psychologique.

Les affects ayant contribué à la construction des scores de mal-être et de bien-être psychologiques

1. Peur, inquiétude, anxiété
2. Colère
3. Nervosité, agacement, irritation
4. Surprise
5. Joie, gaité, exaltation
6. Plénitude
7. Sérénité, contentement
8. Calme
9. Fatigue
10. Ennui
11. Dégoût
12. Tristesse, mélancolie

Les enseignements des modèles économétriques

Le croisement direct de variables relatives à l'engagement des personnes dans les activités de loisir avec des indicateurs de bien-être ne permet pas de prendre en compte les influences croisées entre les variables. Par exemple, on sait que le niveau subjectif du bien-être est positivement lié au niveau de revenu. On a vu en outre que le degré d'engagement dans les loisirs était croissant avec le niveau de capital économique. Il est donc possible que le lien que nous avons observé entre l'engagement dans les loisirs et le bien-être ne soit en réalité que l'expression indirecte du lien entre le niveau de revenu et le bien-être.

Les méthodes économétriques visent à étudier le lien entre une variable à expliquer (ici, les indicateurs de bien-être) par un certain nombre de variables explicatives, en mesurant **l'influence de chaque variable compte tenu de l'influence des autres**. La littérature académique a mis en évidence un lien avec le niveau de revenu, l'âge, la situation professionnelle et familiale, le rapport à la religion... Afin d'éviter les erreurs d'interprétation, il est donc nécessaire de mesurer le lien entre l'engagement dans les loisirs et le bien-être, compte tenu des autres facteurs susceptibles d'influer sur le bien-être (et qui ont pu être appréhendés dans le cours de l'enquête).

Les modèles économétriques testés, en plus de l'indicateur d'engagement dans la pratique des loisirs, intègrent les variables suivantes : l'âge, l'intensité du ressenti de la contrainte budgétaire, la perception de l'évolution du niveau de vie, la composition du foyer, le niveau de diplôme, l'intensité de la pratique religieuse. Ils intègrent également une variable binaire spécifiant si le répondant est parti ou non en vacances au cours des 3 dernières années.

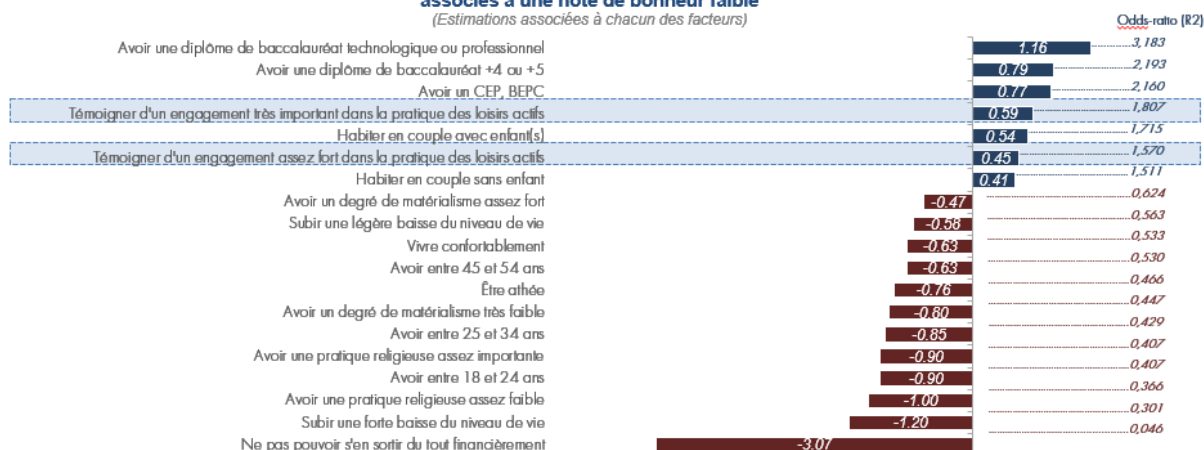
Les graphiques ci-dessous résumant les résultats des modèles économétriques testés pour chacune des 4 variables de bien-être passées en revue plus haut. **Il ressort de ces analyses que le degré d'engagement dans les activités de loisirs est positivement lié au bien-être des personnes**. Ce constat s'applique à chacune des mesures du bien-être. Le lien est hautement significatif sur le plan statistique. Le constat est plus nuancé concernant la variable exprimant **le fait d'être ou non partie en vacances au cours des trois dernières années, l'impact n'étant positif et significatif que sur le niveau de bien-être eudémonique**.

Notons que chaque modèle dans son ensemble n'explique qu'une part modeste de la variance des indicateurs de bien-être. La recette du bonheur se saurait se résoudre à la poignée de variables testée dans le modèle...

Le remplacement dans le modèle de l'indicateur du degré d'engagement dans les loisirs calculé sur l'ensemble des 31 activités abordées dans l'étude par deux indicateurs distincts, l'un pour l'engagement dans les loisirs actifs, l'autre pour l'engagement dans les loisirs passifs, révèle que **seuls les loisirs actifs exercent un effet positif et significatif sur le bien-être**. Qui plus est, cet effet est croissant avec l'intensité de l'engagement dans la pratique des loisirs actifs.

Les facteurs les plus fortement associés à une note de bonheur élevée et ceux les plus fortement associés à une note de bonheur faible

(Estimations associées à chacun des facteurs)



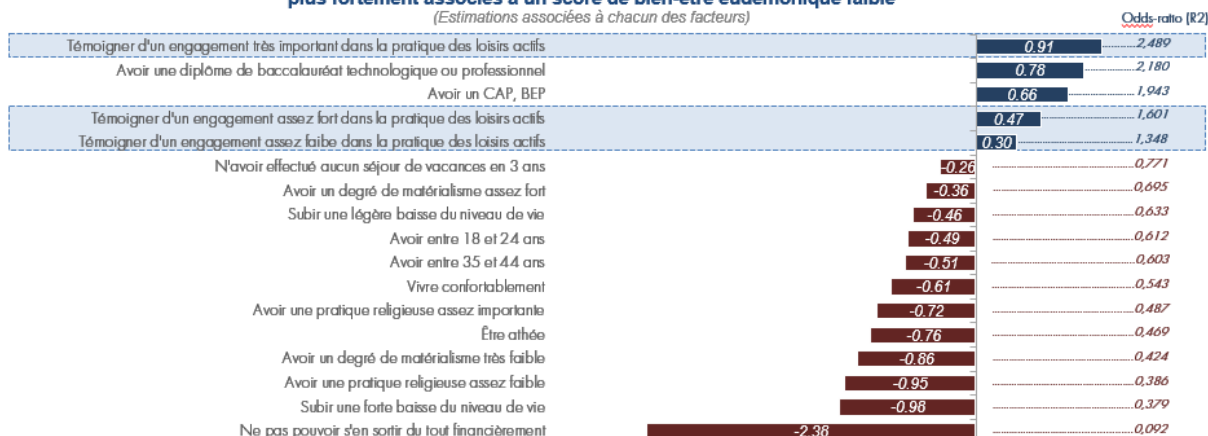
Pour chaque variable sociodémographique, la modalité ayant l'effet le plus fort et celle qui s'y oppose (lorsque c'est significatif) ont été retenues. Les valeurs correspondent aux coefficients d'estimation des facteurs.

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Guide de lecture : les coefficients d'estimation permettent d'interpréter le niveau d'influence de chaque modalité de variable, et le sens de de cette influence (positif ou négatif) sur la note de bonheur, par rapport à une autre modalité. Ainsi, lorsqu'on détient un diplôme de baccalauréat technologique ou professionnel, cela influence plus la note de bonheur que lorsqu'on détient un diplôme de niveau supérieur à bac +5, et cette influence est positive (coefficient de +1,16). À l'inverse, lorsqu'on ne s'en sort pas du tout financièrement, cela influence plus la note de bonheur que lorsqu'on vit confortablement, et cette influence est négative (coefficient de -3,07).

Les facteurs les plus fortement associés à un score de bien-être eudémonique élevé et ceux les plus fortement associés à un score de bien-être eudémonique faible

(Estimations associées à chacun des facteurs)



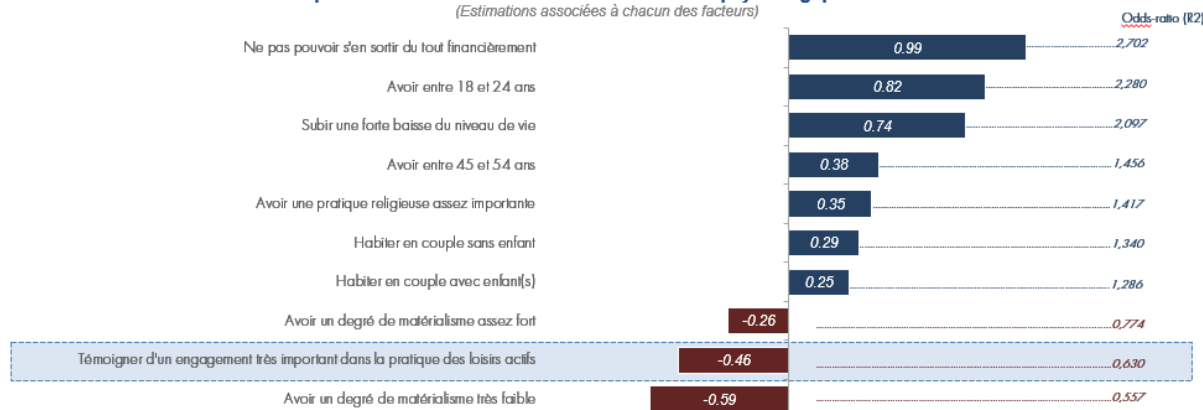
Pour chaque variable sociodémographique, la modalité ayant l'effet le plus fort et celle qui s'y oppose (lorsque c'est significatif) ont été retenues. Les valeurs correspondent aux coefficients d'estimation des facteurs.

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Guide de lecture : les coefficients d'estimation permettent d'interpréter le niveau d'influence de chaque modalité de variable, et le sens de de cette influence (positif ou négatif) sur le bien-être eudémonique, par rapport à une autre modalité. Ainsi, lorsqu'on s'engage de manière très importante dans la pratique des loisirs actifs, cela influence plus le bien-être eudémonique que lorsqu'on s'y engage très peu, et cette influence est positive (coefficient de +0,91). À l'inverse, lorsqu'on ne s'en sort pas du tout financièrement, cela influence plus le bien-être eudémonique que lorsqu'on vit confortablement, et cette influence est négative (coefficient de -2,38).

Les facteurs les plus fortement associés à un score de mal-être psychologique élevé et ceux les plus fortement associés à un score de mal-être psychologique faible

(Estimations associées à chacun des facteurs)



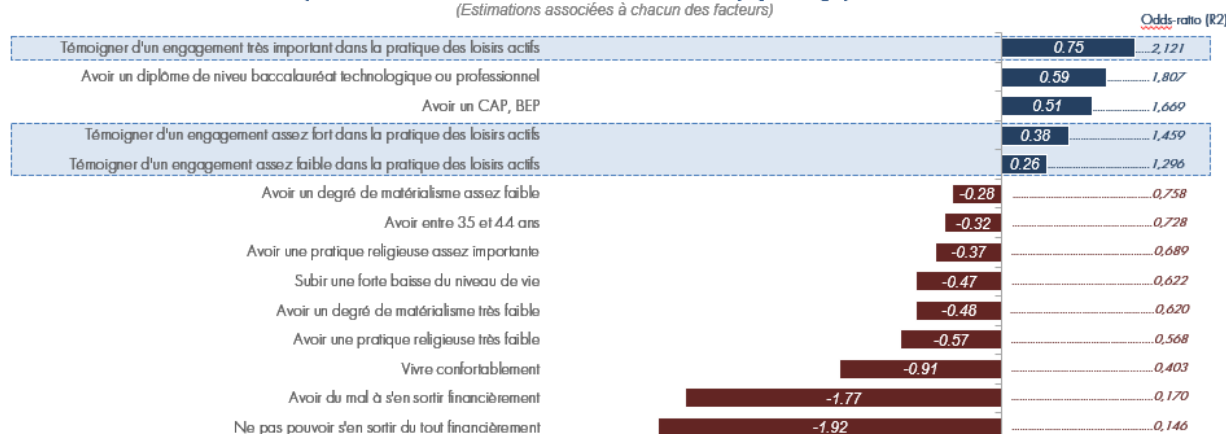
Pour chaque variable sociodémographique, la modalité ayant l'effet le plus fort et celle qui s'y oppose (lorsque c'est significatif) ont été retenues. Les valeurs correspondent aux coefficients d'estimation des facteurs.

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Guide de lecture : les coefficients d'estimation permettent d'interpréter le niveau d'influence de chaque modalité de variable, et le sens de de cette influence (positif ou négatif) sur le mal-être psychologique, par rapport à une autre modalité. Ainsi, lorsqu'on ne s'en sort pas du tout financièrement, cela influence plus le mal-être psychologique que lorsqu'on vit confortablement, et cette influence est positive (coefficient de +0,99). À l'inverse, lorsqu'on a un degré de matérialisme très faible, cela influence plus le mal-être psychologique que lorsqu'on a un degré de matérialisme très important, et cette influence est négative (coefficient de -0,59).

Les facteurs les plus fortement associés à un score de bien-être psychologique élevé et ceux les plus fortement associés à un score de bien-être psychologique faible

(Estimations associées à chacun des facteurs)



Pour chaque variable sociodémographique, la modalité ayant l'effet le plus fort et celle qui s'y oppose (lorsque c'est significatif) ont été retenues. Les valeurs correspondent aux coefficients d'estimation des facteurs.

Source : L'ObSoCo/CDA, 6-22 juillet 2020

Guide de lecture : les coefficients d'estimation permettent d'interpréter le niveau d'influence de chaque modalité de variable, et le sens de de cette influence (positif ou négatif) sur le bien-être psychologique, par rapport à une autre modalité. Ainsi, lorsqu'on s'engage de manière très importante dans la pratique des loisirs actifs, cela influence plus le bien-être psychologique que lorsqu'on s'y engage très peu, et cette influence est positive (coefficient de +0,75). À l'inverse, lorsqu'on a du mal à s'en sortir financièrement, cela influence plus le bien-être psychologique que lorsqu'on vit confortablement, et cette influence est négative (coefficient de -1,77).