

# La civilisation du loisir sera-t-elle économique?

André Thibault, Ph.D, directeur de l'Observatoire québécois du loisir

---

Sous le titre « Vers une civilisation du loisir », Joffre Dumazedier publiait en 1962 le livre qui l'a fait connaître mondialement et qui a servi de référence à une civilisation du loisir. À cette époque, le Québec vivait sa révolution tranquille, les heures de travail diminuaient, les ménages s'enrichissaient, les grands mouvements du « Peace and Love » se préparaient, une partie de l'humanité croyait encore au « Grand soir communiste » et, au Québec, « C'est le début d'un temps nouveau » servait de chant de ralliement.

Dans ce contexte, l'idée d'une civilisation où une certaine vision du loisir occupait l'avant-scène allait presque de soi. Elle portait un rêve vraisemblable de retour au paradis terrestre. On entrevoyait un monde où le travail était réduit, accompli par des machines, et en corollaire, où les obligations laissaient la place à la liberté de choix en fonction de ses goûts, de ses plaisirs et de ses désirs de détente, de divertissement et de développement. Le contexte a changé : l'économie est au cœur de notre époque avec ses fonctions de production et de consommation dans un monde de concurrence croissante. Les individus ne sont pas seuls à voir leur profit en loisir. L'économie y voit tout un champ de besoins à satisfaire ou à faire valoir, de même qu'un champ idéologique propice à la vente de produits et de services acquis « pour le plaisir » et non par nécessité.

Le présent bulletin *va aux faits* et pose la question : où en sommes-nous en civilisation du loisir?

Aujourd'hui, si le temps brut de travail reste stable, à 39 heures/semaine chez la population active, le temps libre est désormais morcelé en capsules parsemées d'obligations, déjà entrevues par Dumazedier, qui se sont amplifiées au fil du temps. Le travail est davantage valorisé et la qualité de vie au travail a fait l'objet de nombreuses interventions. En conséquence, le loisir se définit de moins en moins comme opposition au travail, mais par sa valeur propre. Une partie de cette valeur est économique : les dépenses de consommation en loisir correspondent à près du tiers du produit intérieur brut (PIB) et sont essentielles à la santé de l'économie des pays développés. Le temps de travail occupé à la production de biens et de services trouve son vis-à-vis dans le temps de consommation. Le loisir n'est pas un état paradisiaque, mais un ensemble d'expériences vécues, offertes par la société de consommation pour satisfaire l'aspiration à une qualité de vie.

---

## TEMPS HORS TRAVAIL ET TEMPS DE LOISIR : SANS ÉQUIVALENCE

Dans un bulletin précédent, Gilles Pronovost a analysé l'évolution du temps libre. Il conclut : « En 2005, le nombre d'heures de travail était de 30,2 heures. Pour ce qui est du temps de loisir, le déclin est pratiquement aussi prononcé : nous sommes revenus presque vingt ans en arrière!

Ainsi, parmi la population active (celle qui occupe un emploi), entre 1986 et 1998, le temps consacré au loisir poursuivait sa progression, passant de 28 à 32,5 heures par semaine. En 2005, il était retombé à 30,2 heures. »<sup>1</sup>.

Les parents, qui ont peine à concilier travail et famille, diront qu'« il faut oublier ça ». Les banlieusards coincés dans les bouchons de circulation plusieurs heures par jour diront

\* L'Observatoire québécois du loisir est soutenu financièrement par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport.

de même et 25 % de la population, considérée comme pauvre, dira « n'y pense même pas ». La ministre Courchesne, qui cumule les responsabilités du loisir et de la famille, affirmait « le loisir est au cœur de la problématique famille-travail »<sup>ii</sup> parce que la partie n'est pas gagnée.

*L'Academy of Leisure Sciences* déclare que le loisir devient le nouveau centre de l'économie. Cela semble contradictoire avec une notion de loisir hors travail.

White Paper # 3: Leisure: The New Center of the Economy?

Le loisir ne semble plus reposé sur un temps libre croissant et occupant de longues périodes. Le temps libéré des obligations de travail et des autres obligations sanitaires, de transport et de logistique familiale est un temps morcelé, vécu en capsules.

#### L'ÉCONOMIE DU LOISIR, AU CŒUR DE L'ÉCONOMIE MODERNE

L'économie est au cœur de la mondialisation et de la globalisation, des changements culturels, politiques et ses effets sur les individus sont considérables. Les individus sont devenus des ressources humaines ou des clients face aux pourvoyeurs de loisir et souvent face à eux-mêmes. Le dernier village gaulois, c'est le monde associatif qui considère la personne comme un acteur.

À Londres, le loisir est un des secteurs qui connaît la croissance la plus rapide. Il fournira de plus en plus d'emploi aux londoniens de tous les arrondissements de la ville (...).

Une économie florissante du loisir améliorera la réputation de Londres comme cité internationale et destination touristique.

Greater London Authority, (2003), **Spending Time**. London's Leisure Economy. p. 3.

Dans cette économie contemporaine, imaginez l'absence des industries du tourisme, de la

culture et du divertissement, sans les dépenses du « nesting » et du « cocooning », sans les plantations de végétaux au printemps, sans la décoration intérieure, sans les jeux vidéo et sans les soupers au restaurant avant un spectacle, etc. Voyez la croissance des dépenses de communication : Internet, câblodistribution, téléphonie cellulaire. Au Québec, il n'est pas rare que ces trois postes de dépenses dépassent 150\$ par mois, soit presque autant que les dépenses de chauffage. Il serait intéressant d'inventorier les équipements de sport et de conditionnement physique qui encombrant les espaces de rangement des habitations sans avoir servi au cours de la dernière année<sup>iii</sup>.

Au-delà de cette lecture impressionniste, que sait-on de l'économie du loisir et de sa place dans la civilisation contemporaine?

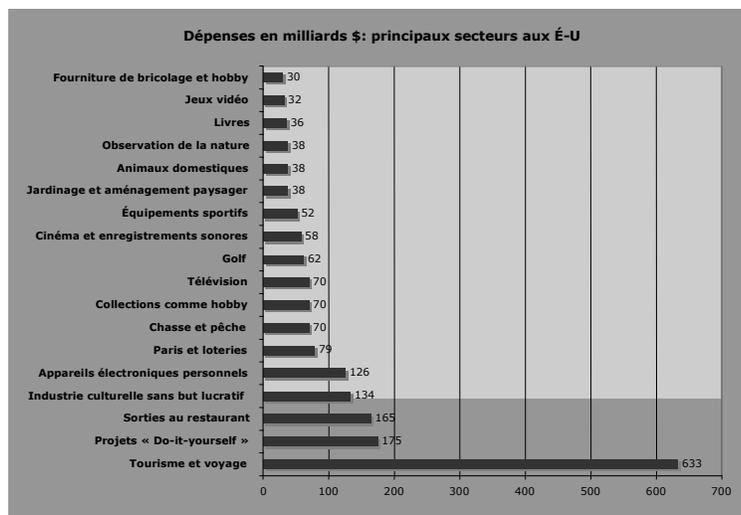
Bien sûr, il est difficile de mesurer avec précision cette économie, ce marché dont la configuration ne fait pas consensus et dont de larges dimensions sont dissimulées dans d'autres secteurs par les bureaux de statistiques. De même, plusieurs acteurs économiques sont moins conscients d'appartenir au domaine du loisir.

Par exemple, au Canada, les produits de jardinage sont souvent amalgamés aux produits de quincaillerie et de construction. Quels sont les indicateurs économiques du loisir? Il semble que ce ne soit pas les mêmes que ceux utilisés dans le secteur public et communautaire. En Angleterre, les principaux indicateurs du marché du loisir, évalué à 38 milliards de livres, sont les activités liées aux « restaurants, bars, spectacles culturels, paris, spectacles sportifs et visites ». Bref, ne sont pas incluses les activités de « nesting » ou de « cocooning ».

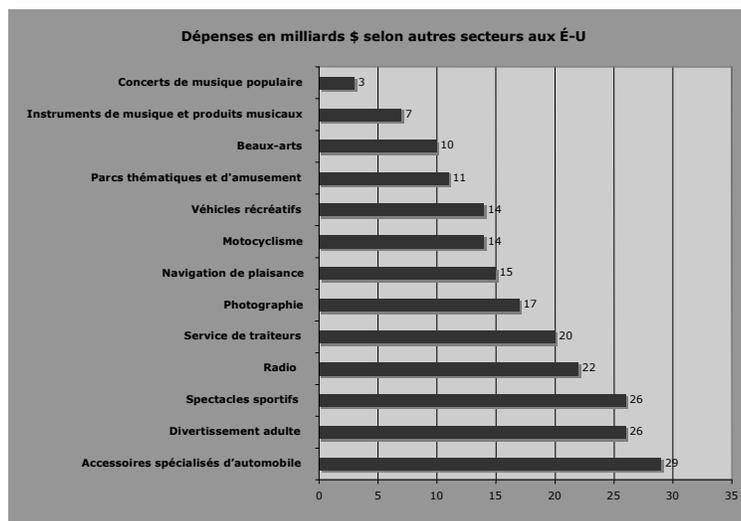
Malgré ces difficultés, nous avons choisi, à titre indicatif, de présenter certaines données du marché des États-Unis dont l'influence est majeure. Nous tâcherons, par la suite, de les extrapoler pour dresser un profil québécois.

## UN MARCHÉ DE 2 MILLIONS DE MILLIONS DE DOLLARS AMÉRICAINS

Annuellement, Richard K. Miller and Kelli



D. Washington<sup>iv</sup> passent en revue le « marché du loisir » aux États-Unis et



publient les résultats de cette analyse.

En 2007, leur firme a rendu compte des résultats de l'année 2006. On a constaté que le *marché du loisir vaut 2,1 trillions de dollars* (2,1 millions de millions de dollars), alors que la valeur de tous les biens et services produits (PIB) aux États-Unis en cette année 2007 était de 13 trillions de dollars<sup>v</sup> ou 13 201 819 millions de dollars.

Les tableaux qui suivent comprennent 31 secteurs qui, selon Miller et Washington, circonscrivent le marché du loisir. Bien sûr, on peut questionner certains secteurs, toutefois l'ensemble décrit bien les intérêts en temps libre. Ce regard est aussi utile aux gestionnaires du loisir public et communautaire dans la mesure où il montre toute l'ampleur du champ et ouvre des horizons non encore explorés.

### AU CANADA ET AU QUÉBEC

Au Canada, le PIB valait, en 2007, 1,2 trillions de dollars soit 10 % du marché des États-Unis<sup>vi</sup> et « les ventes (au détail) atteignaient 390,6 milliards de dollars, soit l'équivalent de 11 974 \$ pour chaque Canadien en une année »<sup>vii</sup>.

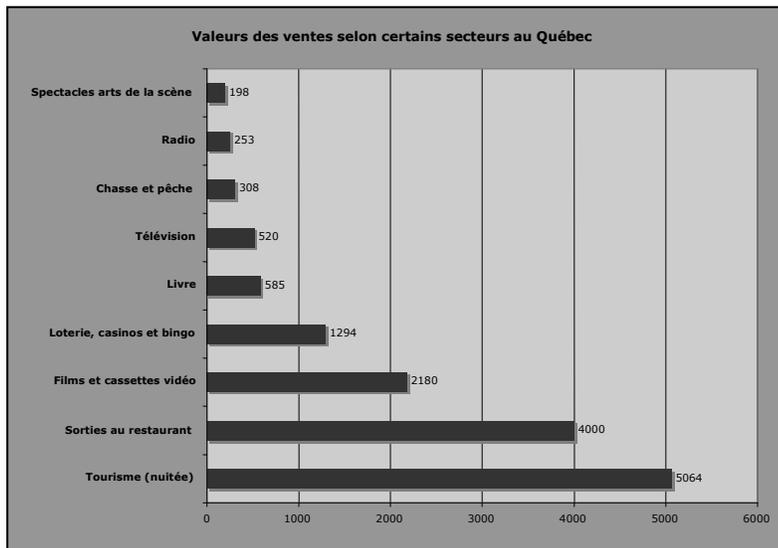
Au Québec, les dépenses en loisir des ménages représentent près de 10 milliards de dollars<sup>viii</sup>.

Ce chiffre inclut l'ensemble des postes de dépenses répertoriés aux États-Unis et présentés dans les tableaux ci-dessus, sauf les dépenses de jeux et de loteries qui s'élèvent à 700 millions. Bref, les dépenses de loisir et de jeux représentent plus de 12 % des dépenses courantes des Québécois en hausse de 13 % de 2001 à 2005<sup>ix</sup>. Dans certains secteurs du loisir, il est possible de mesurer l'activité économique en termes de revenus.<sup>x</sup>

Que retenir de ces statistiques ? Que les Québécois, malgré un morcellement du temps libre, se paient du loisir et que l'économie québécoise gagne à continuer à leur offrir produits et services. D'autres données indiquent aussi la croissance de cette économie du loisir, notamment avec l'arrivée des baby-boomers à la retraite.

Il faut envisager le loisir, non plus comme une utopie paradisiaque ou un état d'être général caractérisant les individus, mais comme une dimension d'une civilisation beaucoup plus

complexe dont le moteur principal est économique et où la qualité de vie s'applique autant au travail qu'au loisir.



## ALORS LA CIVILISATION DU LOISIR?

### L'expérience Starbucks

*« Il y a vingt-cinq ans, je suis entré dans le premier magasin Starbucks et suis tombé amoureux du café que j'ai goûté, avec l'enthousiasme des gens qui y travaillaient, avec l'atmosphère, l'odeur et la sensation que je percevais. À partir de cette journée, j'ai acquis la conviction qu'un magasin peut offrir au consommateur une expérience de « bienvenue », de participation à sa communauté et devenir un troisième « chez-soi » participant à sa vie quotidienne et, enfin, offrir un café supérieur. Howard Shultz, président de Starbucks »<sup>xi</sup>*

Les faits que nous venons de constater indiquent que les Québécois vivent le loisir en capsules qu'ils « achètent » pour vivre une expérience autant qu'une activité.

*« Selon Sessoms et Henderson, les approches loisir-temps et loisir-activités tendent à effacer les aspects qualitatifs de l'expérience de loisir. Ces deux approches sont considérées trop simples pour définir la complexité du comportement humain. **L'approche du loisir en tant qu'expérience** peut combler cette lacune. Cette approche émerge de la société post-industrielle où le loisir et le travail sont d'égale importance. Elle reconnaît que le loisir et le travail ne peuvent être considérés séparément, qu'ils peuvent avoir lieu à n'importe quelle heure et qu'ils dépendent de l'attitude et de l'état d'être des personnes. Le loisir y est perçu comme une expérience personnelle conditionnée par les valeurs de la société »<sup>xii</sup>.*

Le loisir, comme le travail, porte en soi ses qualités et apporte ses satisfactions. Il n'est plus que du non-travail, il est une dimension de la vie, de la qualité de la vie. En loisir, les personnes cherchent à réaliser quelque chose (besoin de réalisation), à entrer en relation avec d'autres (besoin de filiation) et à avoir du contrôle (besoin de pouvoir) sur ce qu'ils font. Plus que dans les autres sphères de leur vie, où ils sont plus contraints, les personnes veulent vivre activement leur loisir.

*On est loin de l'activité et bien plus proche de la façon de vivre.... On est loin d'une civilisation où le loisir domine, on vit une civilisation où le loisir est toutefois une dimension personnelle, économique et sociale essentielle.*

---

<sup>i</sup> Pronovost, G. (2007). Fin de siècle, déclin du loisir? Bulletin de l'Observatoire québécois du loisir. Volume 4, numéro 7.

<sup>ii</sup> Conférence de presse de lancement du Congrès mondial du loisir, Québec, décembre 2007.

<sup>iii</sup> Si des étudiants qui lisent ce bulletin souhaitent mener cette enquête, l'OQL se fera un plaisir de publier leurs résultats.

<sup>iv</sup> Richard K. Miller and Kelli D. Washington, **THE 2007 LEISURE MARKET RESEARCH HANDBOOK**, Published by Richard K. Miller & Associates, 4132 Atlanta Highway, Suite 110-366 Loganville, GA 30052, [www.rkma.com](http://www.rkma.com).

<sup>vi</sup> Le lecteur tiendra compte que le marché de 2,1 trillions est un marché de consommation alors que le PIB est un indicateur de production. Il faut aussi savoir que les USA est un pays exportateur : il consomme plus qu'il ne produit - et le Canada un pays exportateur.

<sup>vii</sup> Abdulelah Mohammed, (2007) Les détaillants en compétition pour les parts de marché : bilan de 2006 des ventes au détail, Statistique Canada, Division de la statistique du commerce, p.3.

<sup>viii</sup> Statistique Canada, CANSIM, tableau (payant) 203-0001. Dernières modifications apportées : 2007-08-01.

<sup>ix</sup> Statistique Canada. Tableau 203-0001 : Enquête sur les dépenses des ménages (EDM), catégories de niveau sommaire, selon les provinces, territoires et certaines régions métropolitaines, données annuelles (tableau), CANSIM (base de données), [http://cansim2.statcan.ca/cgi-win/cnsmcgi.exe?Lang=F&CANSIMFile=CII\CII\\_1\\_F.htm&RootDir=CII](http://cansim2.statcan.ca/cgi-win/cnsmcgi.exe?Lang=F&CANSIMFile=CII\CII_1_F.htm&RootDir=CII) (site consulté le 9 janvier 2008)

<sup>x</sup> Ce tableau a été confectionné à partir de diverses sources dont l'Observatoire de la culture (<http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/>) et Statistique Canada (<http://www.statcan.ca/>)

<sup>xi</sup> <http://www.starbucks.com/> (site consulté le 8/01/2008)

<sup>xiii</sup> Fortier, Auger, (2006), Définitions du loisir, Laboratoire en loisir et vie communautaire et Musée de la civilisation du Québec, 9 pages.