

Les loisirs des Français

par Florence Pauquay, responsable de la veille et de l'analyse à l'Observatoire québécois du loisir

De nombreuses études de firmes, observant les tendances de consommation, ont fait état des loisirs en vogue chez les Français. Le présent bulletin s'intéresse particulièrement aux loisirs qui ont trait à l'aménagement de l'espace de vie intérieur et extérieur (rénovation, bricolage, jardinage, etc.), aux loisirs reliés au bien-être comme les ateliers de création, les techniques de relaxation, le sport, etc., ainsi qu'aux voyages.

Afin de mieux approfondir ce sujet, l'Observatoire québécois du loisir s'est rendu à la Foire de Paris en mai 2005. Cette foire, qui a comme mission de « capter l'air du temps », confirme les tendances identifiées par les études en mettant de l'avant trois grandes thématiques : *le temps libre, la maison et l'envie d'ailleurs*.

La loi Aubry de 1998, à la source de la réforme portant sur la réduction du temps de travail à 35 heures en France, a-t-elle modifié les pratiques de consommation du temps libre des Français?

En 1999, Ipsos, un institut de sondages, s'est penché sur la question en réalisant une étude *post réforme* sur les pratiques de consommation des Français (Altema, 2000). Cette étude révèle que les Français veulent profiter de ce temps libre supplémentaire de diverses manières. Par ordre d'importance, ils entendent se reposer, s'occuper de leurs enfants, partir en voyage ou en fin de semaine, faire du sport, du bricolage, du jardinage, réaliser des pratiques culturelles à domicile, comme lire ou écouter de la musique, cuisiner, faire du bénévolat, s'occuper de soi ainsi que de son argent (Canal Ipsos, 2005).

Quant à Viard (2002), il avance que le gain de temps libre est surtout consacré aux relations sociales et familiales (augmentation du temps consacré aux repas en famille ou entre copains). Bref, si cette réforme n'a pas nécessairement contribué à augmenter le temps libre, elle a toutefois contribué à l'élargissement des possibilités d'activités que recèle le temps libre. Aujourd'hui chacun personnalise et définit son temps libre selon ses besoins et ses attentes.

De 5 à 10 % du budget des Français est consacré au loisir (Viard, 2002).

Afin d'approfondir la thématique du temps libre des Français, l'Observatoire québécois du loisir a assisté à la Foire de Paris en mai dernier. Cette Foire a comme mission de « capter l'air du temps, d'être à l'écoute des envies et des besoins ». Elle comporte trois volets englobant les différents loisirs qui ont la cote en France : l'aménagement de l'espace de vie intérieur et extérieur, soit l'habitat, les activités de loisir reliées au bien-être, à l'épanouissement et à l'expression de soi telles que le bricolage et autres activités créatives et, enfin, les voyages.

L'aménagement de l'espace de vie, un loisir à part entière

La tendance du *nesting* (nidification) a remplacé celle du *cocooning* (coconnage). Cette nouvelle tendance implique, tout comme le *cocooning*, une notion de repli sur soi dans sa maison, mais avec une ouverture sur le monde extérieur.

La maison devient un centre d'activités de loisir, de travail et de vie familiale plus convivial et moins cloisonné (Altema, 2005).

Selon la FNAIM (cité dans Foire de Paris, 2005), 75 % des Français rêvent de posséder un jour une maison avec un jardin de fleurs et un garage et, selon Altema (2005), ont un engouement de plus en plus important pour les résidences secondaires.

À la Foire de Paris, du côté maison, le jardin de fleurs et la piscine ont la cote.

La piscine, tout comme le jardin, sont devenus des espaces de convivialité et de détente qui s'inscrivent particulièrement bien dans le concept actuel des loisirs à domicile (Foire de Paris, 2005).

Si la pratique du jardinage était autrefois considérée comme utilitaire, aujourd'hui elle est devenue un plaisir, considérée même comme un loisir « anti-stress » (France 5, 2005).

Le jardin de fleurs, source de liberté et de valorisation personnelle, fait partie à part entière de l'habitat, même hors saison, et ce, grâce à toute une série d'équipements (parasols chauffants, lampes à gaz, etc.) (Foire de Paris, 2005).

La piscine, quant à elle, est devenue un moyen de socialisation et de valorisation de la propriété (Foire de Paris, 2005).

④ 83 % des foyers français disposent d'un espace de jardinage lié à leur habitation principale : 50 % d'entre eux ont un jardin et 33 % ont des rebords de fenêtres pouvant être fleuris (Foire de Paris, 2005).

④ On estime la dépense moyenne des Français à 250 € (350 \$ CAN) par an pour leurs jardins et 90 € pour décorer les terrasses et balcons (France 5, 2005).

La réduction du temps de travail, l'accès plus facile à une retraite anticipée et à la propriété sont autant de facteurs qui incitent les Français à passer plus de temps à leur domicile. D'ailleurs, le loisir préféré des Français est le bricolage. On appelle bricolage tout ce qui touche à l'aménagement de l'espace de vie, la décoration de la maison (papier peint et peinture), la rénovation de l'habitat pour le protéger, le sécuriser et donner plus de confort à son espace de vie (Carboni, 2004).

L'équipement et la rénovation de la maison sont considérés comme la deuxième dépense prioritaire des Français après les voyages (Gueroux & Fairbank, 2002).

Depuis les années 70, la popularité du bricolage n'a pas cessé de croître. Selon une étude menée par le Cabinet IFOP, 67 % des Français bricolent et seulement 1 Français sur 10 se dit récalcitrant à cette activité (Carboni, 2004).

Le marché de la rénovation est devenu le premier secteur d'équipements domestiques et représente, en France, un chiffre d'affaires de 6 milliards d'euros (8,4 milliard \$ CAN) (Eurostat, 2003, cité dans Foire de Paris, 2005).

Les Français personnalisent et améliorent leur logement pour se faire plaisir et se sentir mieux chez eux. Mais la rénovation est aussi motivée par une raison économique. Un tiers des activités de rénovation, qui pourraient être réalisées par les entreprises et artisans du secteur, est exécuté par les particuliers eux-mêmes (Carboni, 2004).

S'occuper de soi, se faire plaisir et décompresser : les trois leitmotifs des Français

Stressés, agressés par les pressions de la vie quotidienne et professionnelle, les Français aspirent au « bien-être ». On assiste, dès lors, à un retour des valeurs traditionnelles et à une consommation de produits plus sains. Cette tendance a pu être confirmée par la diversité des kiosques proposant des produits cosmétiques et diététiques naturels ainsi que des équipements de massage.

La montée de la culture zen s'inscrit dans cette quête du bien-être en opposition à la culture de l'avoir, du paraître, de la vitesse et du rendement (Musset, 2003). Afin de mieux profiter de leur temps libre, les Français privilégient de plus en plus les services à domicile puisqu'ils permettent de mieux vivre chez soi tout en se simplifiant la vie. Ces services se regroupent dans trois principaux domaines : d'abord les *services divers à la vie quotidienne* comme le coiffeur, le masseur ou le traiteur à domicile, ensuite les *services multiples à la famille* pour permettre aux parents de relaxer comme la garde d'enfants, le soutien scolaire et, enfin, les *services relatifs à la santé, au maintien à domicile des personnes âgées* tels que les soins à domicile, l'aide à la préparation des repas, etc.

La vente directe séduit depuis quelques années une forte proportion de femmes actives. Ce système de vente à domicile permet de magasiner chez soi dans une atmosphère plus relaxante. La durée et les horaires des sessions se sont adaptés à leurs rythmes de vie : entre 12 h et 14 h en entreprise et le soir ou la fin de semaine à domicile (Foire de Paris, 2005).

Ce nouveau mode de consommation touche aussi bien les femmes actives, les jeunes retraités ou célibataires. Les trois grands avantages de ce concept sont de gagner du temps, de se faire plaisir et de se simplifier la vie.

Dans l'optique de sortir de la routine et du stress quotidien, différentes activités sont offertes aux Français. Si certains misent sur les techniques de relaxation ou les médecines douces, d'autres choisissent la pratique d'un sport (27 % des Français interrogés pratiquent la gymnastique ou encore des activités de musculation et de mise en forme (Ipsos, 2005).

Les sports les plus pratiqués aujourd'hui sont, par ordre décroissant :

- le vélo (54 %) ;
- la natation (46 %) ;
- les jeux de boules (pétanque, etc.) ou bowling (34 %) ;
- la randonnée pédestre et le trekking (30 %) ;
- le ski alpin (23 %) (Foire de Paris, 2005).

Les deux tiers des Français, dont 80 % de femmes, fréquentent des ateliers créatifs tels que des ateliers de poterie, de tricot, verre soufflé, etc. Leur budget d'achat moyen pour ce type de loisir créatif est de 449,39 € (629,15 \$ CAN) par an (Foire de Paris, 2005).

Les loisirs créatifs préférés des Français :

- la couture, le dessin, le tricot ;
- la décoration ;
- la broderie ;
- le crochet ;
- les activités manuelles liées à la fête ;
- les miniatures et les maquettes (Rigaudeau, 2002).

D'après une étude de Alterma, les motivations à la base de ces activités créatives seraient la volonté de créer, d'améliorer son cadre de vie en y apportant une touche personnelle ainsi que le besoin de « passer le temps » et de se faire plaisir. Le besoin de réaffirmer son identité par la création engendre un engouement pour le « fait main » et la création du produit unique (Rigaudeau, 2002).

L'envie d'ailleurs

Les voyages étaient d'actualité à la Foire de Paris. Les dépenses pour les voyages sont d'ailleurs en première position des dépenses prioritaires des Français en matière de loisir (Carboni, 2004). Les trois espaces qui exploraient ce thème s'intitulaient : la terre des tropiques, la terre de France et d'Europe, ainsi que le camping caravaning.

Selon l'enquête Ipsos/Bates (Brémont, 2000), 77 % des Français interrogés souhaiteraient consacrer une partie de leur temps libre à voyager. C'est pourquoi les voyageurs créent de plus en plus de formules « longue fin de semaine », en Europe principalement.

On constate également une montée des séjours de type *découverte, évasion* ou *forme-santé* jumelant activités sportives et intellectuelles : un phénomène encouragé par l'engouement des Français pour le sport et la nature.

Une étude d'Ipsos (Canal Ipsos, 2003) distingue deux catégories de voyageurs français qui prennent de plus en plus d'ampleur :

① les « Éclectiques » représentent une catégorie de la population jeune (entre 18 et 34 ans). Ils apprécient, comme leur nom l'indique, la diversité dans leur consommation de loisirs. C'est pourquoi, ils privilégient de nombreux courts séjours. Ils sont aussi friands de nouveautés et de nouvelles rencontres sociales;

② les « Globe-trotters » sont quant à eux, âgés entre 45 et 65 ans. Également à l'affût de nouveautés et de découvertes, ils privilégient toutefois la qualité de vie et la recherche de l'épanouissement personnel (entretenir son corps et son apparence, etc.). Plus à l'aise financièrement, ils voyagent en privilégiant également les courts séjours. Ils sont en quête de liberté, de plaisirs et de connaissances.

Conclusion

Les trois thématiques développées à la Foire de Paris de cette année, soit la maison, le temps libre et l'envie d'ailleurs, représentent bien les tendances en loisir chez les Français : la rénovation et la décoration de la maison pour se sentir bien chez soi, la relaxation et le bien-être pour décompresser, ainsi que les voyages pour s'évader.

Soulignons que ces tendances en loisir sont sensiblement les mêmes pour les Québécois. En effet, l'Institut de la statistique au Québec (2004) met de l'avant que « ...les dépenses en meubles, en accessoires d'ameublement, en équipements ménagers et entretien du ménage (6,6 %) s'accroissent, poussées par un secteur de l'habitation vigoureux et une grande activité au chapitre des rénovations. Les consommateurs mettent ensuite l'accent sur les dépenses en loisir, en divertissement, en formation et en culture (5,1 %), en santé (4,7 %) ainsi que sur celles en biens et en services personnels (3,4 %) ». En réponse à ces tendances, les thèmes des pratiques en loisir des Québécois et du rôle des services publics et communautaires en loisir feront l'objet d'un prochain bulletin.

Références

Altema (2005, 16 juin). *L'engouement pour les résidences secondaires*. In Altema. Lettre de veille 171. www.altema.com

Brémont, E. (2000, 22 juin). *Prendre du bon temps*. In Altema, style de vie. Avec le temps. www.altema.com

Canal Ipsos (2003, 13 mai). *Temps Libre : l'Observatoire Ipsos/Club-Med*. [En ligne]

<http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/1118.asp?rubId=1118>
Page consultée le 2 juillet 2005

Canal Ipsos (2005, 21 février). *Les Français et le body fitness*. [En ligne]

<http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/1521.asp?rubId=1521>
Page consultée le 2 juillet 2005

Canal Ipsos (2005, 6 octobre). *Les Français attendent les 35 heures pour souffler*. In Ipsos. Actualité, consommation et conjoncture. [En ligne]

http://www.canalipsos.com/articles_fr/9910/rrt_loisirs.htm
Page consultée le 26 juillet 2005

Carboni, F. (2004, 29 janvier). *Les Français et le bricolage, partie 1*. In Altema. Dossiers interactifs. Univers de consommation. [En ligne]

<http://www.altema.com/Dossiers/Univers/Bricolage.html>
Page consultée le 2 juillet 2005

Centre d'analyse et de prospective de l'assurance (2002, 15 mai). *Les nouveaux modes de vie et de consommation des Français. Quels sont les leviers de la consommation des ménages?* [En ligne].

<http://www.capaweb.com/Alaune150202.htm>
Page consultée le 2 juillet 2005

Foire de Paris 2005 (2005, 12-22 mai). *Comme dans un rêve* : Presses. Foire de Paris 2005.

France 5 (2005). *Jardinage : un loisir à la mode*. In France 5. C'est notre affaire.

<http://www.france5.fr/cnotreaire/007179/22/126121.cfm>
Page consultée le 2 juillet

Gueroux, X. et Fairbank, G. (2002, 9 avril). *L'amélioration de l'habitat en France : image et pratiques*. In Ipsos. [En ligne].

<http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/936.asp?rubId=936>
Page consultée le 2 juillet 2005

Institut de la statistique du Québec (2004). *Comptes économiques du Québec, 4e trimestre 2004 - Faits saillants*. Institut de la statistique du Québec.

Musset, V. (2003, 27 mars). *Zen, soyons zen*. In Altema, Dossiers interactifs, lieux de vie. [En ligne]

www.altema.com

Musset, V. (2005, 10 mars). *Le cocooning fait place au « nesting » - 1^{ère} partie*. In Altema. Dossiers interactifs. Lieux de vie. [En ligne]

www.altema.com

Rigaudeau, A. (2002, 28 novembre). *Partie 1 - La pratique des loisirs créatifs se développe depuis quelques années : activité manuelle de création, mais qui demande aussi de l'imagination...* In Altema. Dossiers interactifs. Styles de vie. Créer de ses propres mains.

[En ligne]

www.altema.com

Viard, J. (2002). *Le sacre du temps libre : la société des 35 heures*. La Tour d'Aigues : Éditions de l'Aube.

Volume 3/Numéro 11 Février 2006

**Observatoire
québécois
du loisir**

Téléphone : (819) 376-5011 #3451

Télécopieur : (819) 373-1988

Courriel : oql@uqtr.ca

<http://oql.uqtr.ca>

3351 boul. des Forges
C.P. 500
Trois-Rivières, Québec
G9A 5H7

En collaboration avec



**Sports
Québec**

