



Evolution des pratiques de loisirs des Français

Pascale HEBEL

Directrice du Département Consommation

26 novembre 2016

Evolution des pratiques de loisirs des Français

- ➔ La montée de la société de loisirs – favorable au développement du sport
 - ... progression de la pratique de sport

Les générations vivent des événements différents

Rationnement



1917 à 1926
87 à 96 ans
20 ans en 1942

Marshall



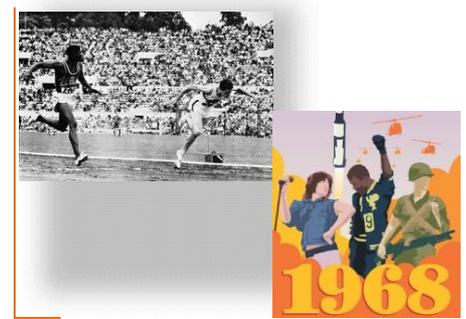
1927 à 1936
77 à 86 ans
20 ans en 1952

Electro-ménager



1937 à 1946
67 à 76 ans
20 ans en 1962

1968 - hypermarché



1947 à 1956
57 à 66 ans
20 ans en 1972

Services



1957 à 1966
47 à 56 ans
20 ans en 1982

Low Cost



1967 à 1976
37 à 46 ans
20 ans en 1992

Internet



1977 à 1986
27 à 36 ans
20 ans en 2002

Nomades



1987 à 1996
17 à 26 ans
20 ans en 2012

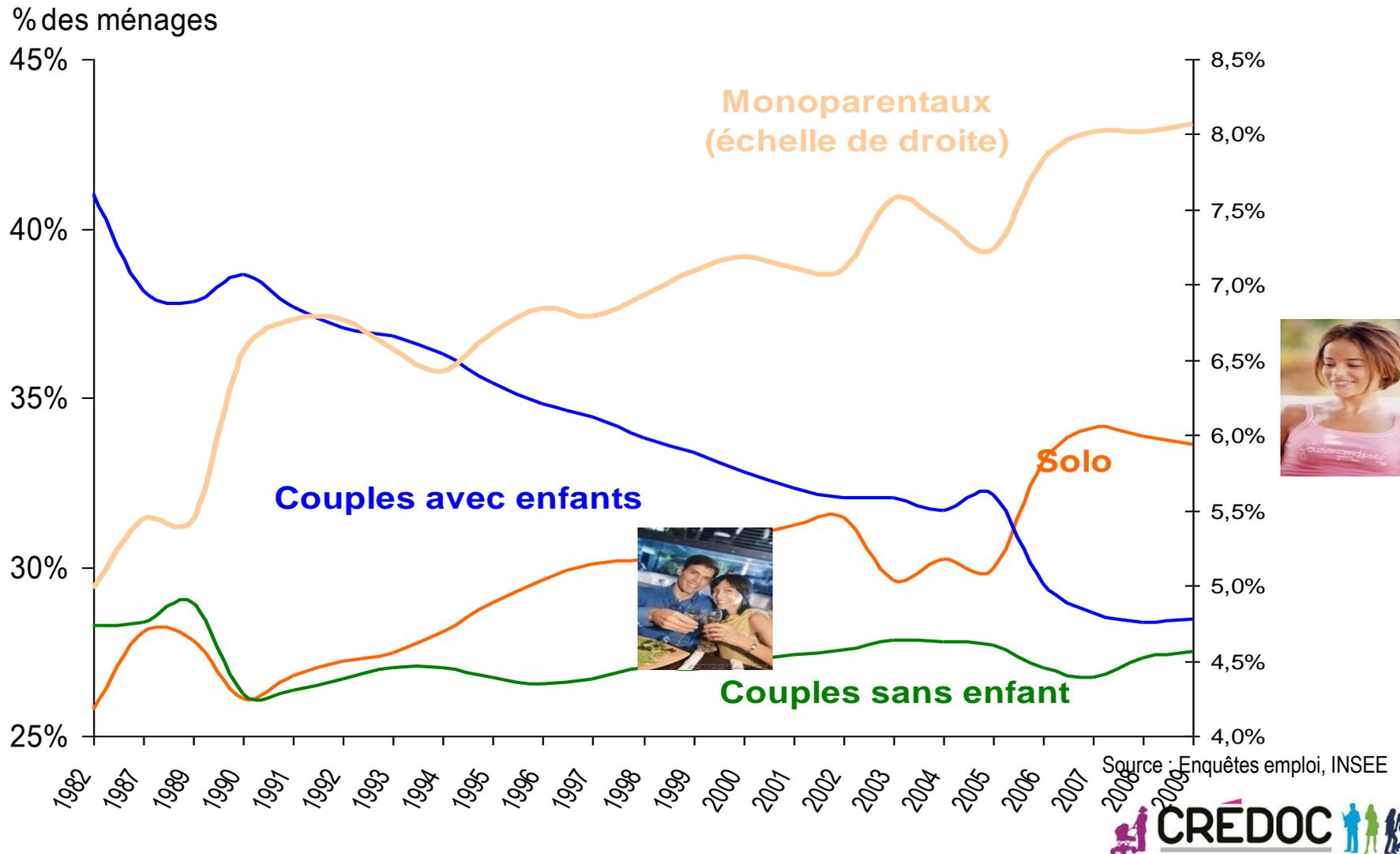
Génération

?

1997 à 2006
7 à 16 ans
20 ans en 2022

... les cellules familiales éclatent

Poids des types de ménages



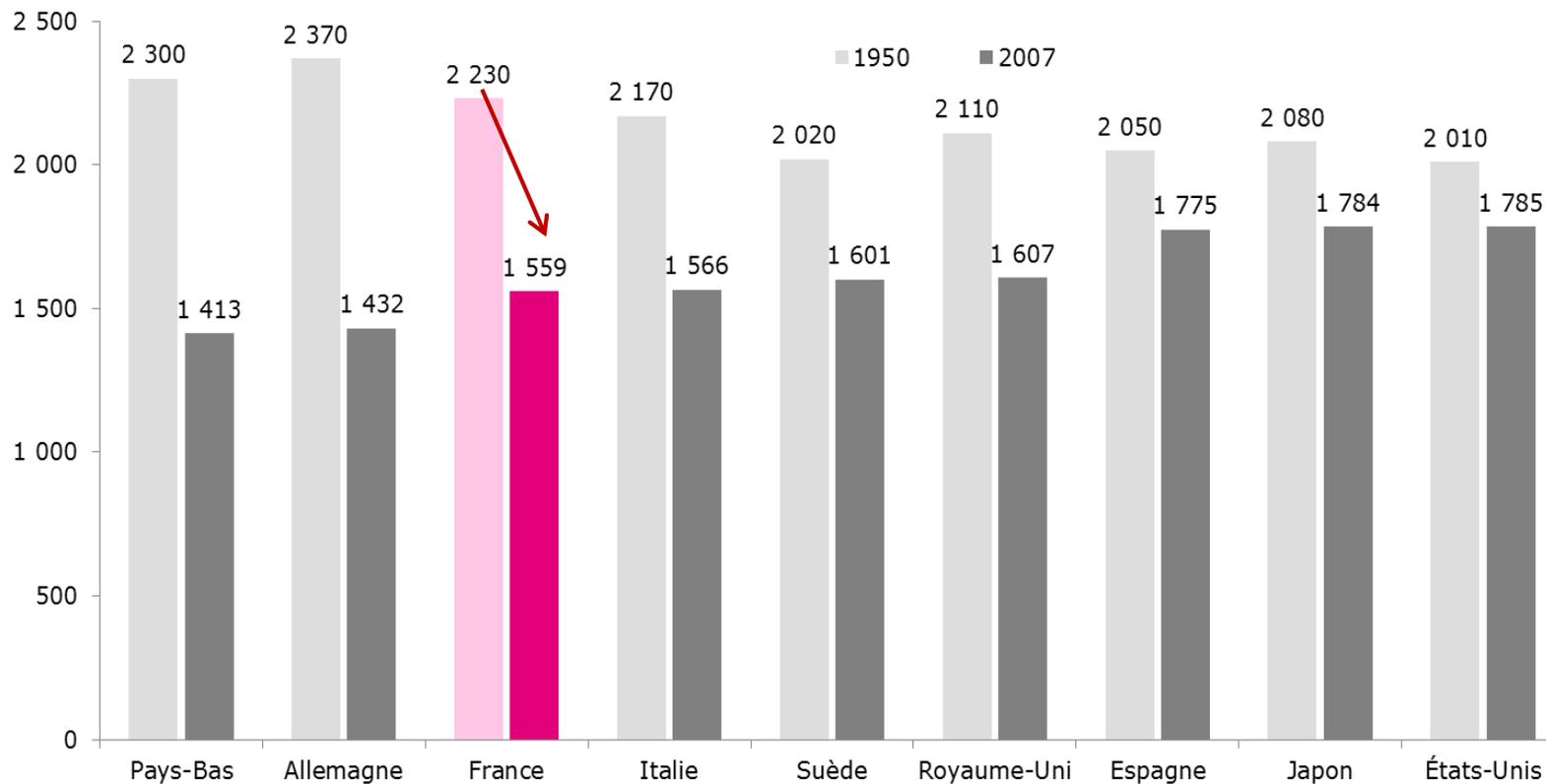
Les grandes différences générationnelles

- Valeurs : générations après 68 – hédonisme, tolérance, acceptent de consommer à crédit
- Les générations du milieu ont toute leur vie gagner plus que les générations les plus âgées et les générations les plus jeunes (descension sociale en croissance, en France, pays où l'écart des revenus jeunes / autres est le plus fort), les jeunes sont exclus du Crédit à la consommation alors qu'ils consomment plus que ce qu'ils gagnent – taux d'épargne de 1% chez les moins de 50 ans contre 30% chez les plus de 50 ans
- Des arbitrages de consommation très différents :
 - *Logement, télécommunication, restauration* pour les jeunes générations
 - *Loisirs* pour les générations du milieu
 - *Alimentation, biens durables, habillement* chez les plus âgés

Le temps de travail a diminué dans la plupart des pays développés depuis 50 ans

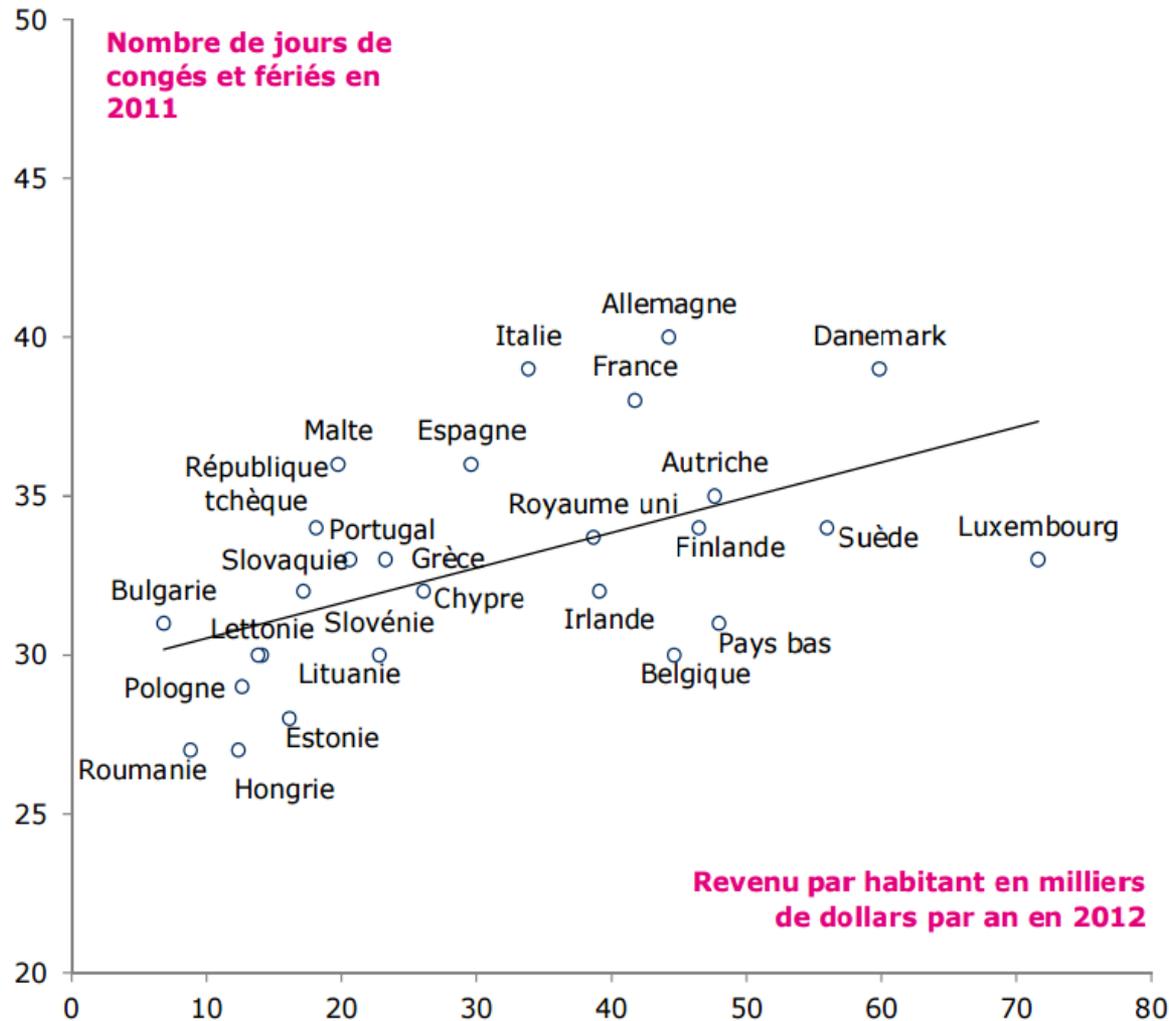
Durée annuelle du travail (en heures par an)

Champ : personnes ayant un emploi (temps plein ou temps partiel)



Source : durées annuelles et PIB / habitant : base de données du GGDC. Salarisation : base de données de l'OCDE. Taux d'emploi et temps partiel : données Eurostat pour pays de l'UE, données OCDE pour les autres.

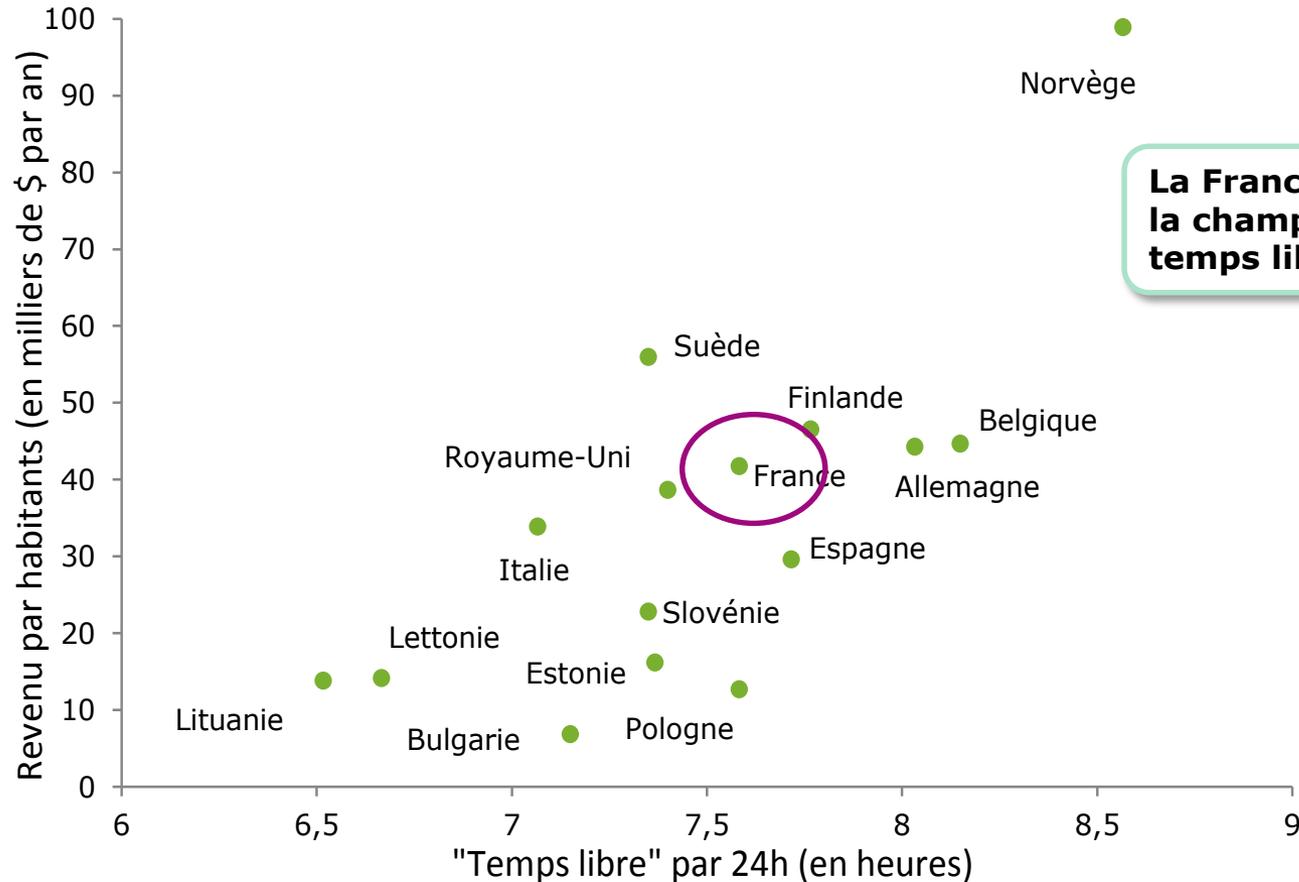
Plus un pays est riche, plus la durée moyenne du travail est faible



Source : pour le nombre de jours de congés et fériés Eurofound, Working time developments – 2011, aout 2012. Nota : Le nombre de jours de congés correspond au nombre moyen annuel de jours de congés des différentes conventions collectives ou selon l'ancienneté du salarié . Le nombre de jours fériés n'intègre pas ceux tombés un dimanche (soit 3 en France en 2011) et figurent une moyenne (en Allemagne par exemple, les jours fériés varient d'une région à une autre). Source pour le revenu par habitant : Banque Mondiale, 2012.

Le temps libre augmente avec le niveau de richesse

Temps consacré au « temps libre » (loisirs, sociabilité, repas, bricolage, jardinage, soins aux enfants), selon le niveau de vie de chaque pays

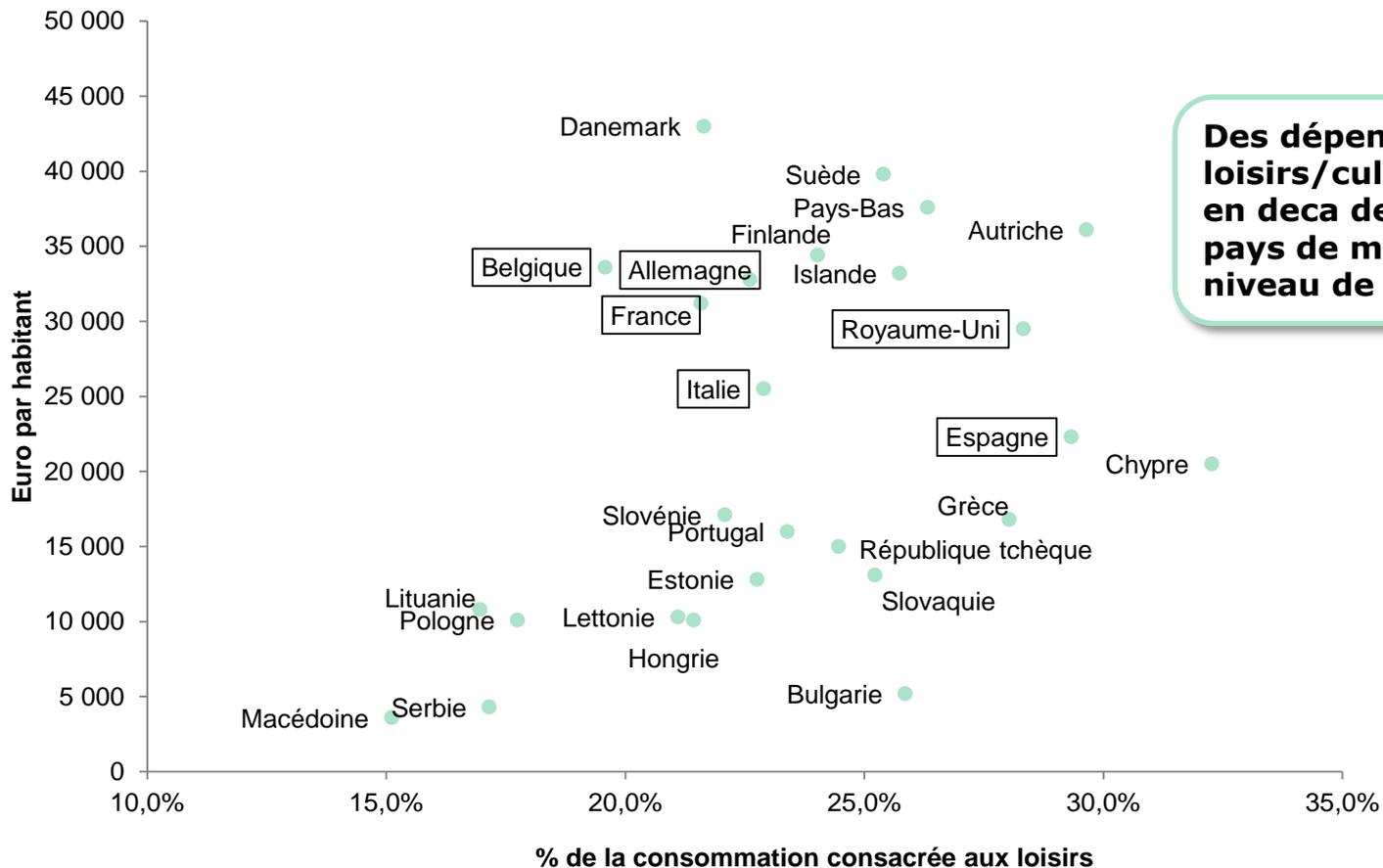


La France n'est pas la championne du temps libre !!!

Source : Durée consacré aux loisirs, à la sociabilité, aux repas, au bricolage, au jardinage et soins aux enfants: HETUS (Harmonised European Time Use Survey) ; Revenu par habitant : Banque Mondiale, 2012.

Budget consacré aux loisirs : croissant avec le niveau de vie du pays

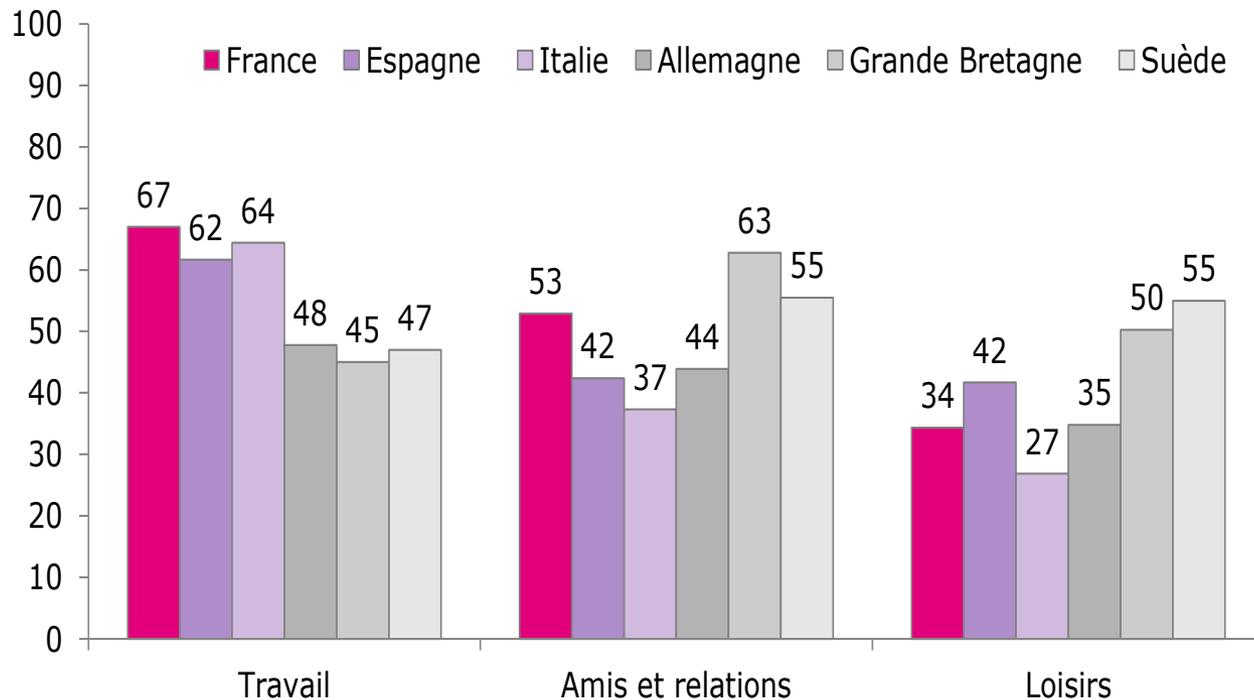
Budget consacré aux loisirs et à la culture, selon le niveau de vie des pays



Source : Coefficient budgétaire du poste loisirs et culture dans le budget des ménages : Eurostat, 2013 Revenu par tête : Eurostat, 2013

Les Français surinvestissent la sphère professionnelle

- « Pour chacune des choses suivantes, dites-moi si, dans votre vie, cela est très important, assez important, pas très important ou pas important du tout? »,
- % très important



Source : exploitation CRÉDOC, à partir de l'enquête World Values Survey, période 2008-2010

La place des loisirs et du travail chez les jeunes

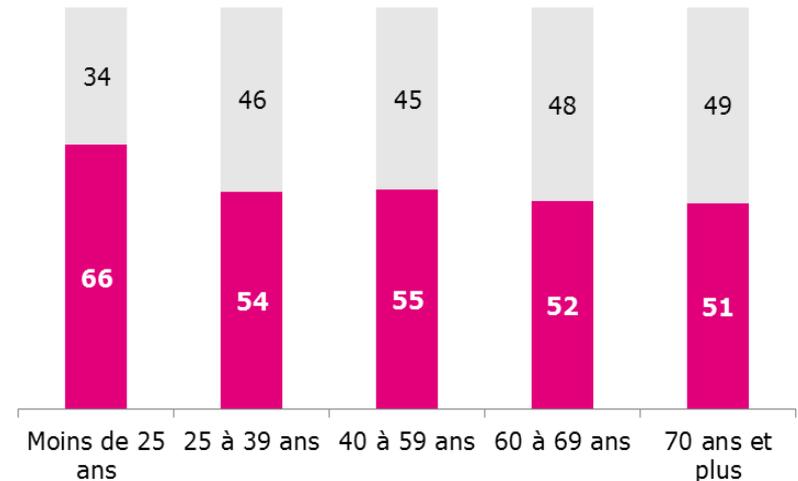
Les jeunes de moins de 25 ans accordent une place plus importante au temps libre que les autres : pas encore actifs?

Les 25-39 ans accordent la même place que les plus âgés.

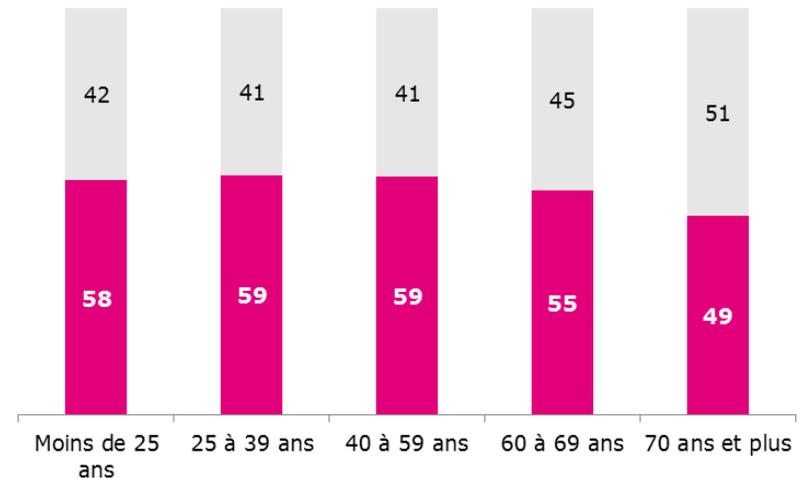
Le travail est une valeur forte chez les Français, quel que soit leur âge !

« Le temps libre et la détente »

Pouvez-vous attribuer une note de 1 à 7 à ce domaine ?



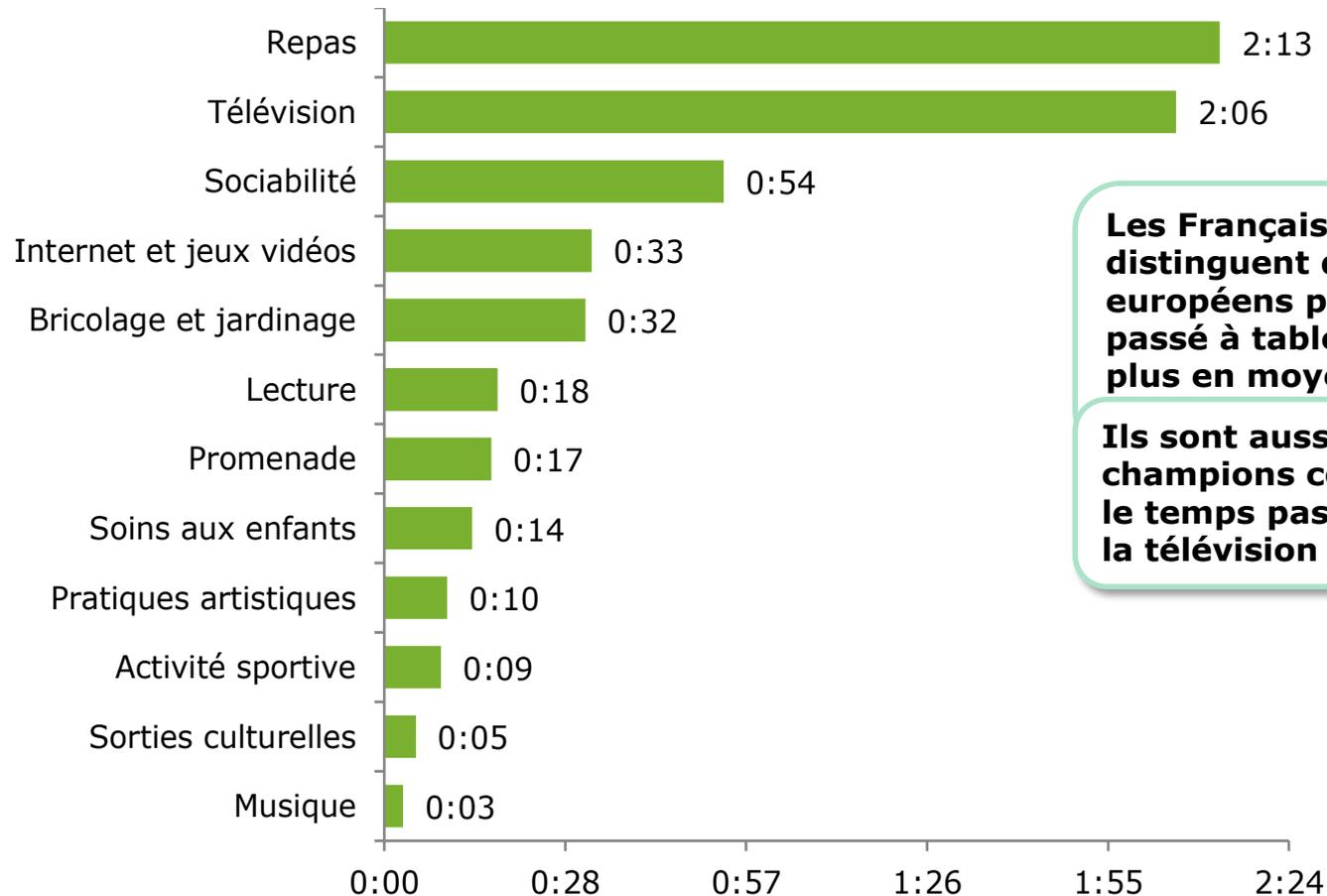
«La profession et le travail »



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations », jan 2015

Le temps libre se répartit entre repas, télévision, et sociabilité

Détail du temps passé intégré dans le « temps libre »



Les Français se distinguent des autres européens par le temps passé à table : 1h de plus en moyenne par

Ils sont aussi champions concernant le temps passé devant la télévision

Source : CREDOC, enquête emploi du temps 1999

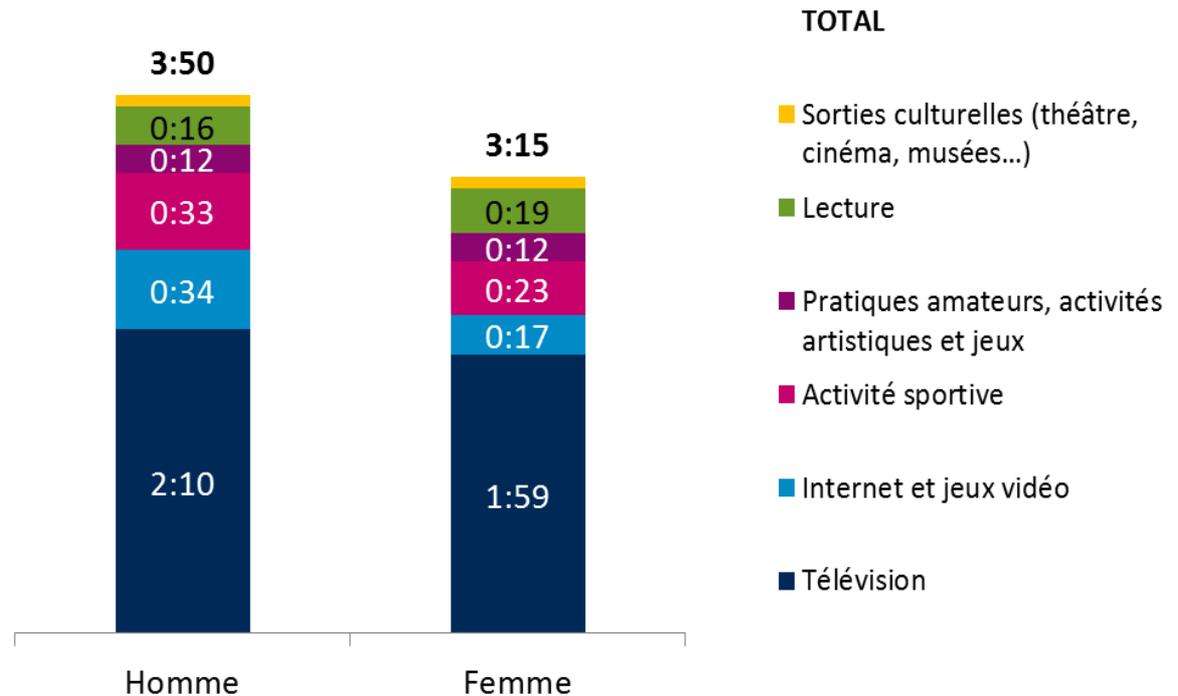
Les femmes font moins de sport que les hommes

Les femmes ont 35 minutes de loisir en moins que les hommes...

Elles regardent moins la télé, surfent moins sur internet, font moins de sport... mais lisent plus que les hommes.

Temps moyen passé par sexe

-Champ : individus de 11 ans et plus en France métropolitaine et dans 3 DOM (la Martinique, la Guadeloupe et la Réunion), en minutes par jour-



Source : Insee, enquête Emploi du temps 2009-2010.

Le temps maximal accordé au sport (48') se situe chez les enfants

Le temps libre se réduit considérablement entre 30 et 60 ans

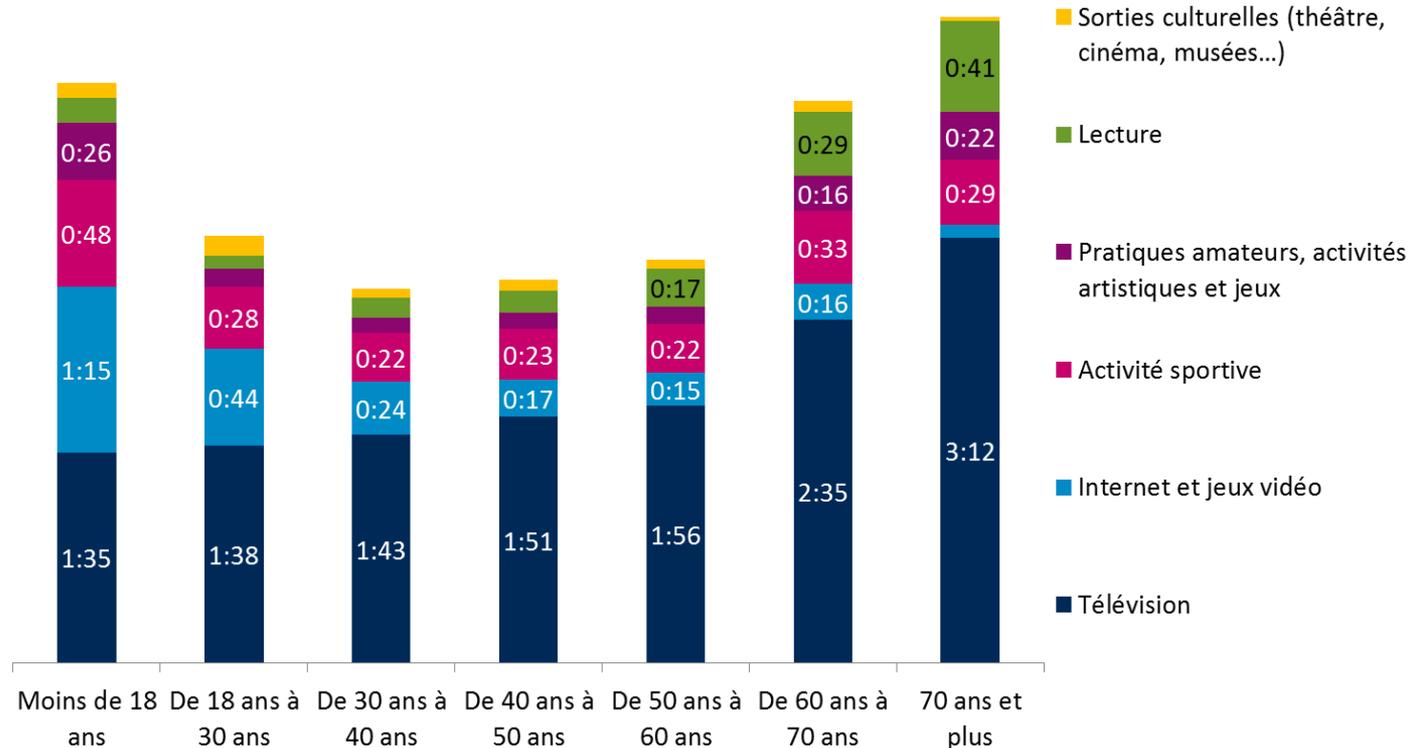
Plus on vieillit, plus on passe de temps de devant la télévision

Les jeunes compensent en surfant sur internet, mais aussi en faisant plus de sport

Le temps de lecture augmente aussi avec l'âge

Temps moyen passé par âge

-Champ : individus de 11 ans et plus en France métropolitaine et dans 3 DOM (la Martinique, la Guadeloupe et la Réunion), en minutes par jour-

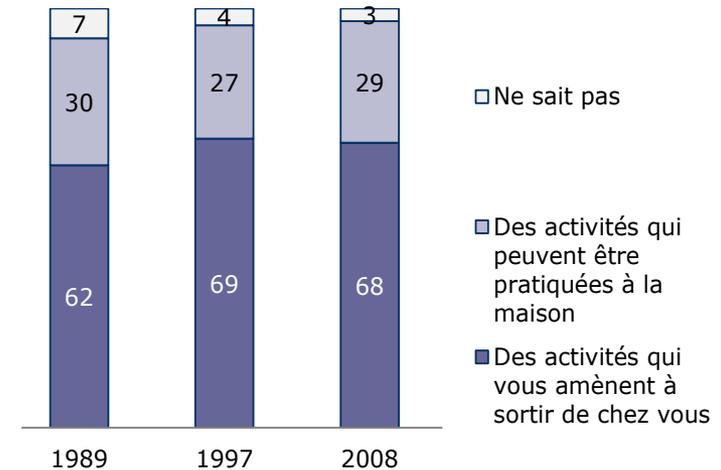
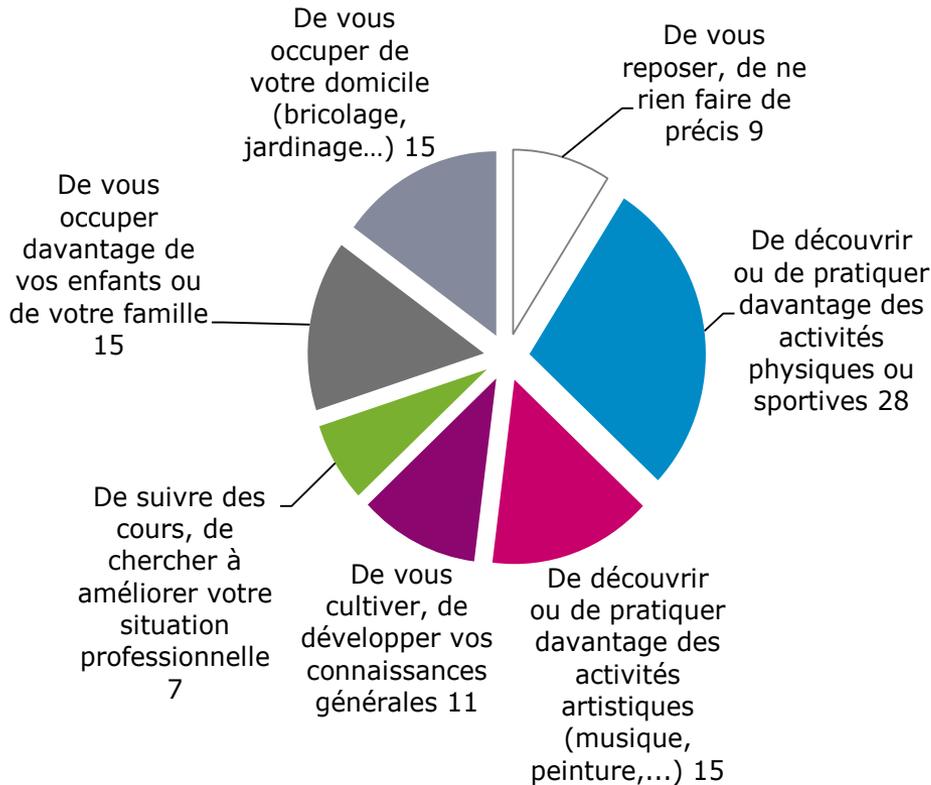


Source : Insee, enquête Emploi du temps 2009-2010.

Les envies des Français en matière de loisir : plus de sport avant tout

« Si vous disposiez de plus de temps, que choisiriez-vous plutôt... ? »

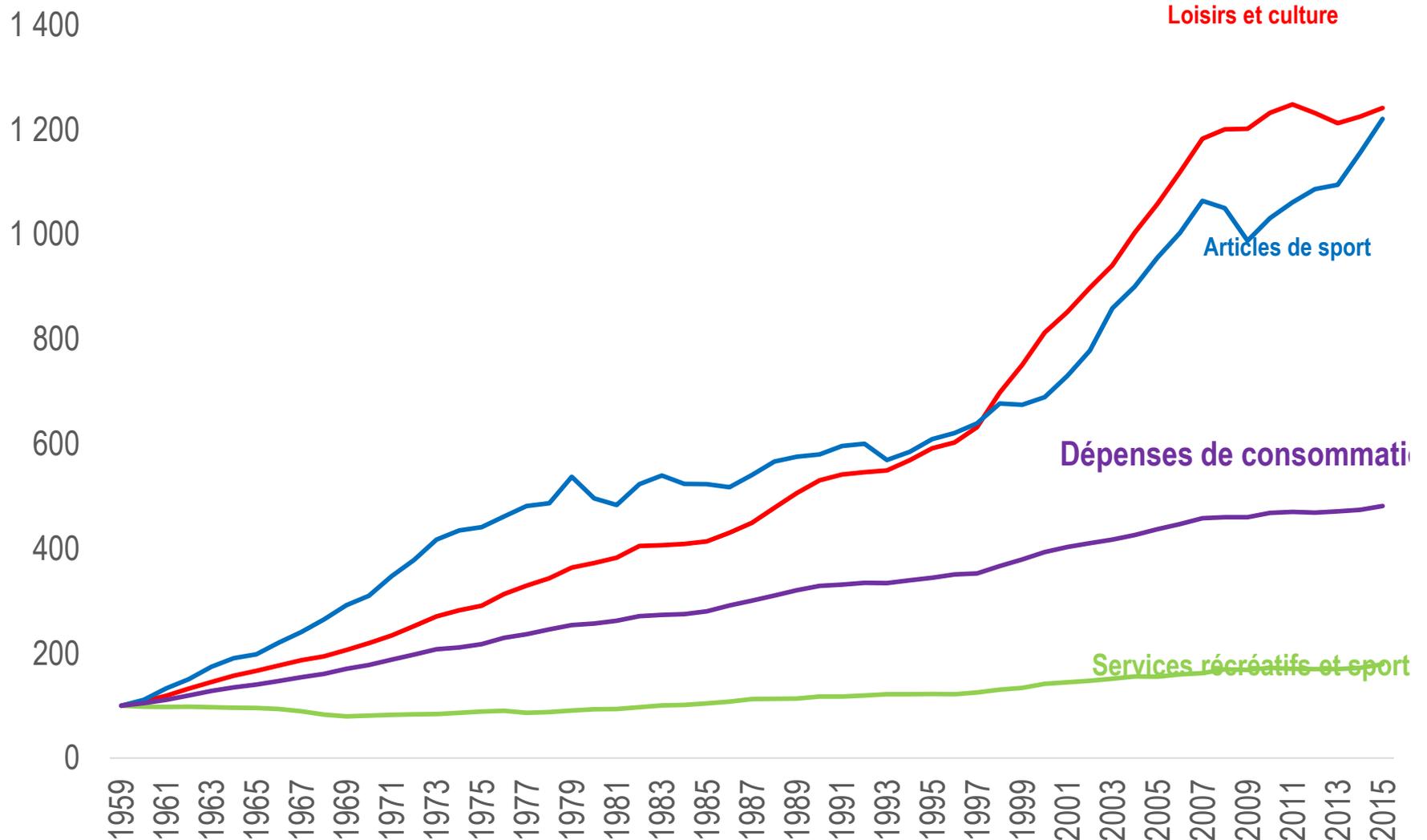
Champ : les personnes déclarant manquer de temps souvent ou de temps en temps pour faire ce dont elles ont envie (64% des Français)



Source : Enquête Les pratiques culturelles des Français, DEPS ministère de la Culture et de la Communication, 2008

Forte croissance des articles de sport après la crise

Evolution en indice 100 en 1959 des dépenses en euros constants 2010

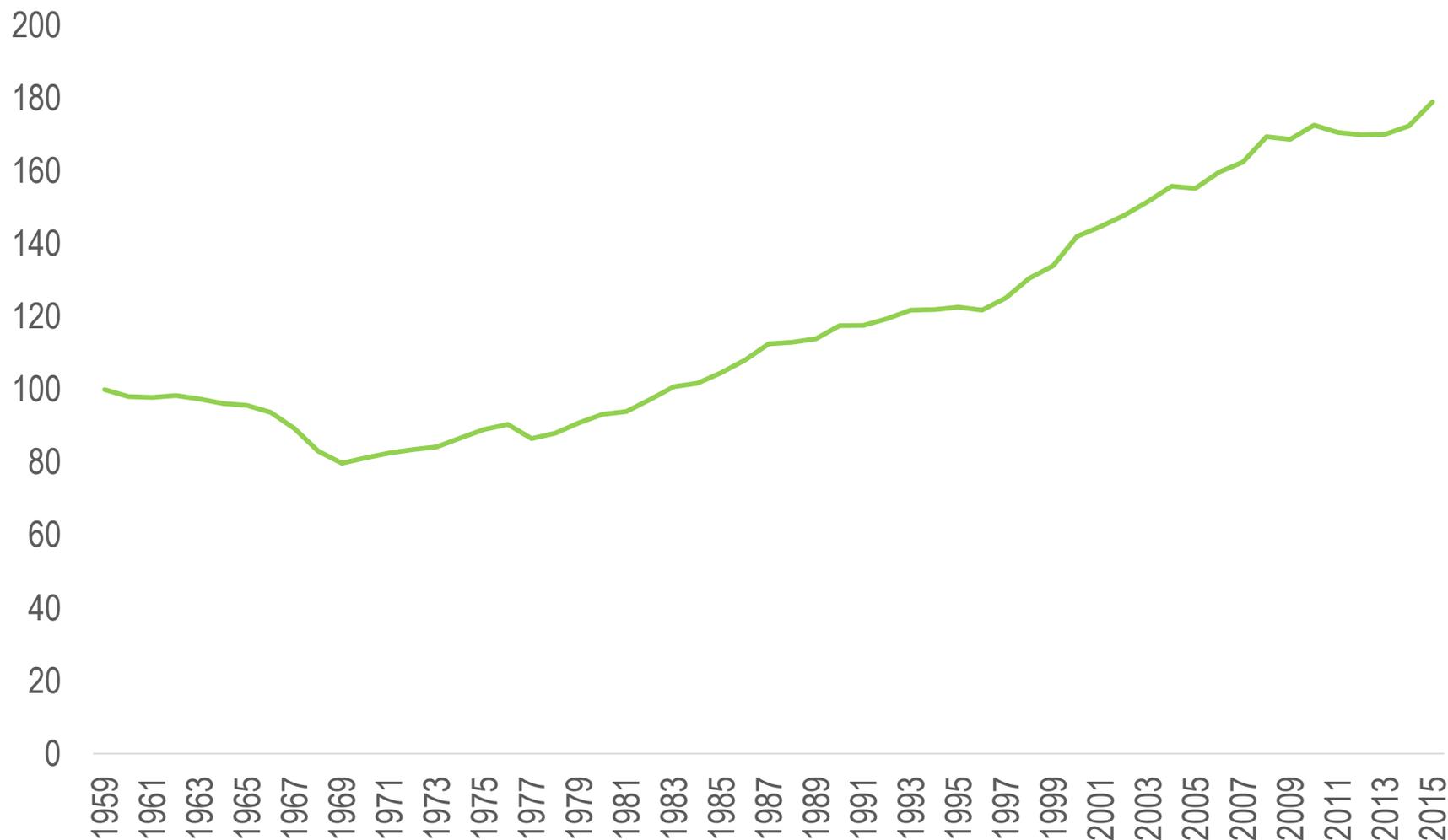


Source : Comptabilité Nationale, INSEE



Chute des services récréatifs en 2011 et 2012

Evolution en indice 100 en 1959 des dépenses en euros constants 2010



Evolution des pratiques de loisirs des Français

- La montée de la société de loisirs – favorable au développement du sport

 ... progression de la pratique de sport

Assez peu d'enquêtes sur le sport

- **1967:** Insee, *Les comportements de loisir des français.*
- **1985:** Insep, *Pratiques sportives des français.*
- **1994:** Credoc, *Les comportements des consommateurs d'articles de sport.*
- **2000:** MJS et Insep, *Les pratiques sportives aujourd'hui en France.*
- **2002:** FPS/Ipsos, Observatoire du sport, *Sports et sportifs en France.*
- **2003:** Insee et MJSVA, *Enquête permanente sur les conditions de vie des ménages.*
- **2010:** CNDS, Direction des sports, Insep et MEOS, *Enquête pratique sportive 2010.*

Une progression de la pratique de sport

- Les enquêtes statistiques et les taux de pratique sportive
 - ▶ 1967 (Insee) : 39 %
 - ▶ 1985 (Insep) : 73 %
 - ▶ 1994 (Credoc) : 68 %
 - ▶ 2000 (MJS et Insep) : 83 %
 - ▶ 2010 (Insep/Meos): 88 %

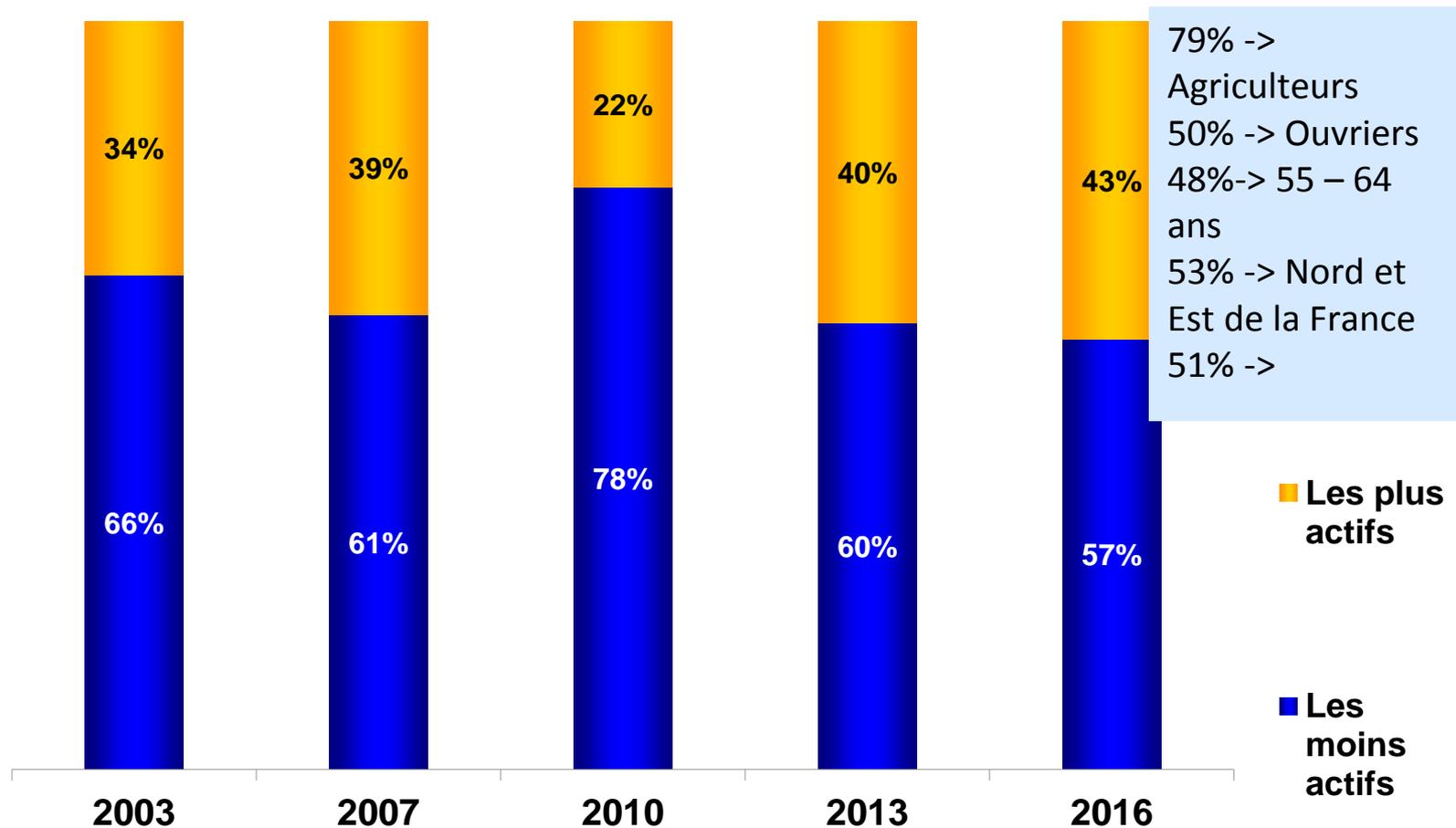
- Une augmentation sensible des pratiquants parmi les groupes sociaux qui pratiquaient le moins en 1967
- Une augmentation de la pratique féminine
- Un allongement du cycle de vie sportif.

Une massification de la pratique sportive

La hausse de l'activité physique se confirme chez les adultes ...

Activité physique en 2 tranches (moins de 2h pour les adultes les moins actifs)

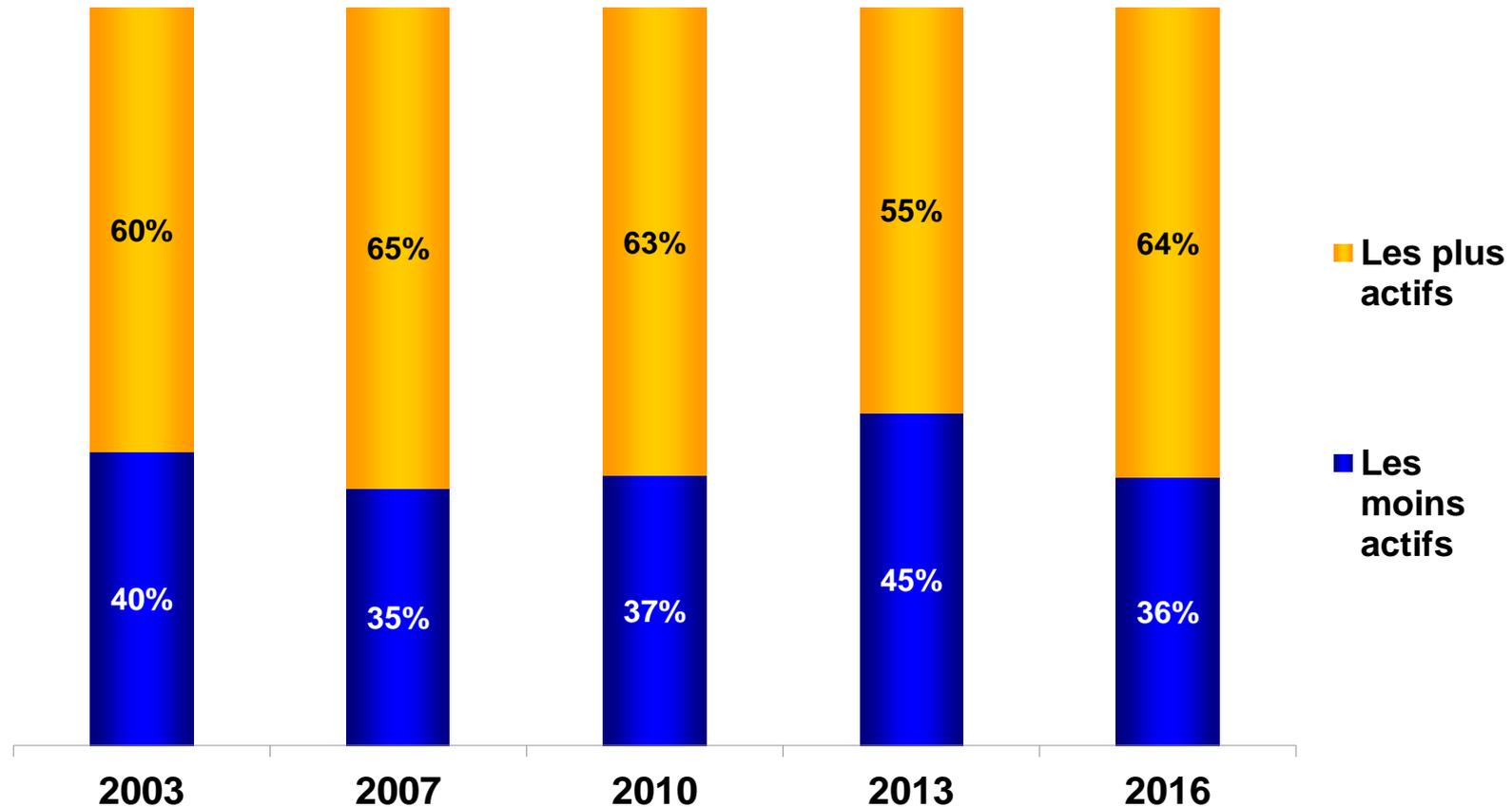
Base : Adultes (N=2456 individus en 2016)



Source : CRÉDOC, Enquêtes CCAF 2004, 2007, 2010, 2013 et 2016

Activité physique en 2 tranches (moins de 4h pour les enfants les moins sportifs)

Base : Enfants (N=588 individus en 2013)



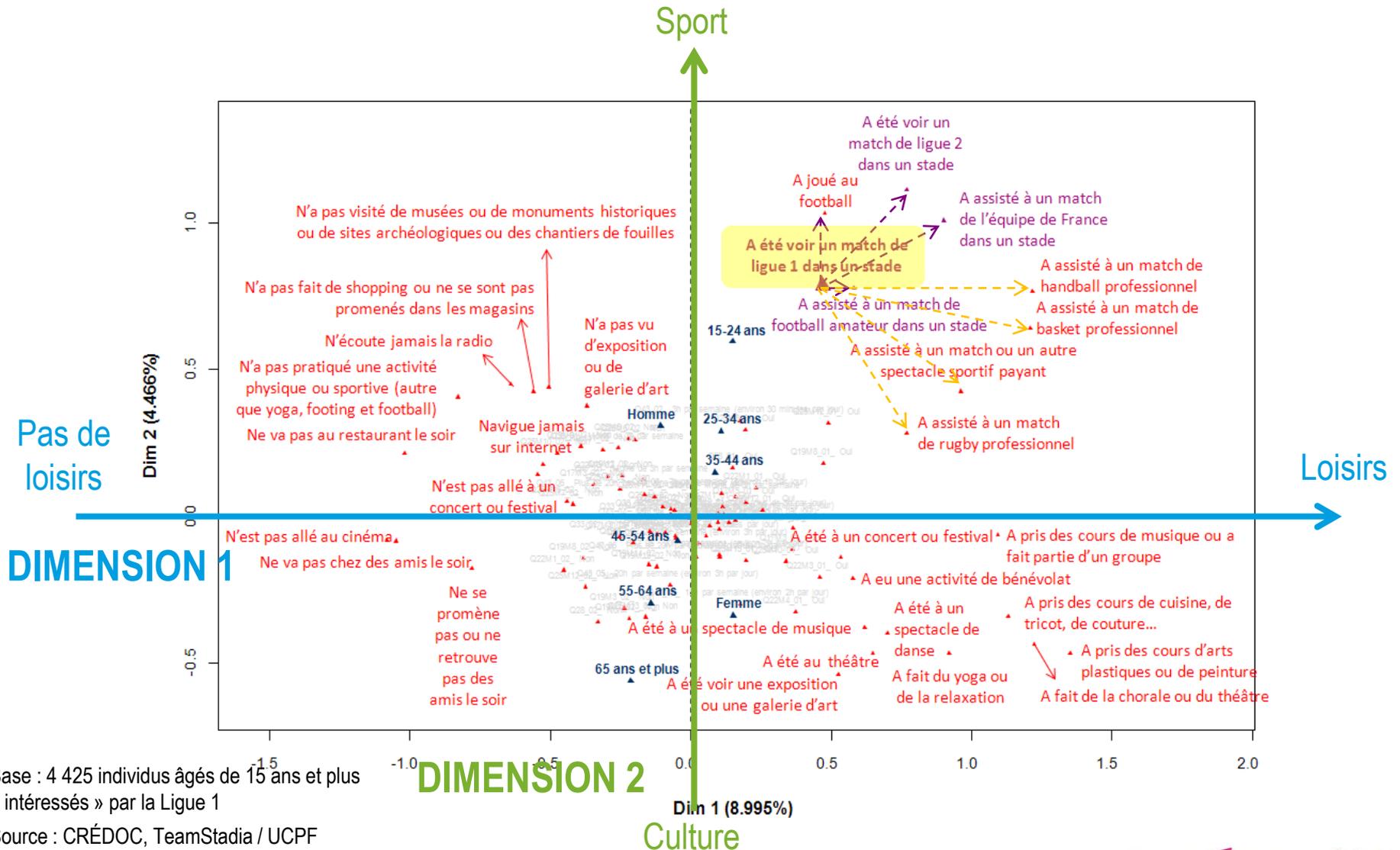
Source : CRÉDOC, Enquêtes CCAF 2004, 2007, 2010, 2013 et 2016

Pourquoi les français font ils du sport ? (FPS/IPSOS, 2007): vertus du sport et multiplicité des motivations

- Recherche d'un état général de bien être: entre 74,5 et 96,6 % selon critères
- Préoccupations corporelles et hygiéniques: entre 76 et 57 % selon critères
- Partage un moment de convivialité entre amis ou en famille: 88,3 %
- Jouer, s'amuser: 89,3 %
- Profiter de la nature, de l'environnement naturel: 86 %
- Éprouver des sensations fortes: 41,4 %
- Se dépasser, rechercher la performance: 37,2 %
- Se mesurer aux autres: 23,5 %



Dimensions 1 et 2 : les Français s'opposent sur la fréquence et le type de leurs loisirs



Base : 4 425 individus âgés de 15 ans et plus
« intéressés » par la Ligue 1

Source : CRÉDOC, TeamStadia / UCPF

Pratiques et consommation de sport : changements générationnels

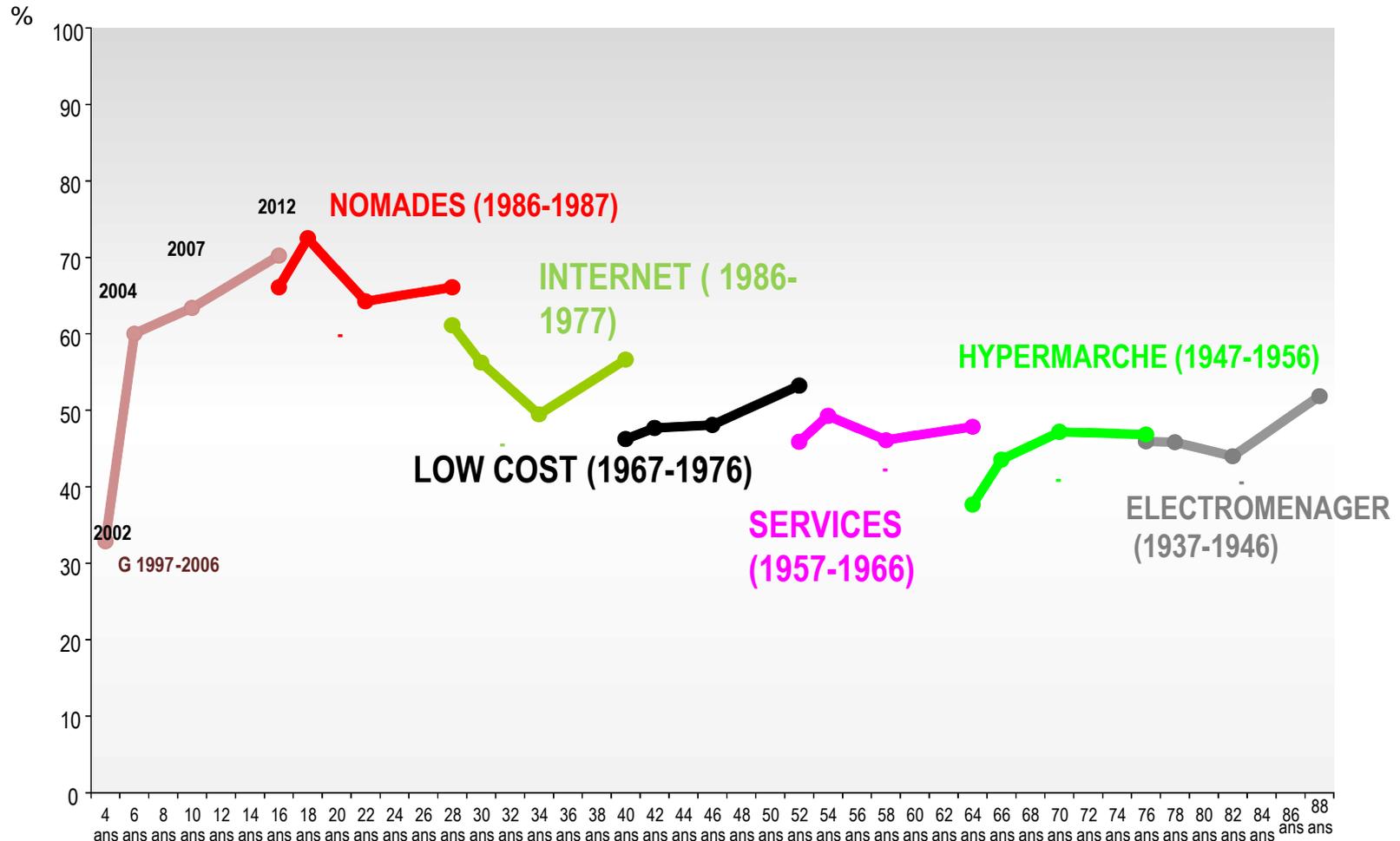
- De la discipline aux loisirs
 - ▶ Avènement des loisirs et place du sport
 - ▶ Evolution de l'image et de la pratique du sport au travers des générations

- Du sport nature au sport performance
 - ▶ Des générations seniors conciliant santé et nature
 - *Sport nature*
 - *Sport santé*
 - ▶ Des jeunes générations portées sur la performance et la plaisance
 - *Sport performance*
 - *Sport de plaisance*

- Consommation de sport portée par un effet générationnel positif
 - ▶ Place dorée dans une consommation en berne
 - *Arbitrages de consommation en faveur du loisirs : un effet de génération*
 - *Consommation d'articles de sports en croissance*
 - *Consommation des vêtements et chaussures de sports – effet de mode passager*
 - ▶ Bel avenir pour internet et les magasins spécialisés
 - *Arbitrages de consommation en faveur du loisirs : un effet de génération*
 - *Consommation d'articles de sports en croissance*
 - *Consommation des vêtements et chaussures de sports – effet de mode passager*

Des jeunes générations de plus en plus sportives

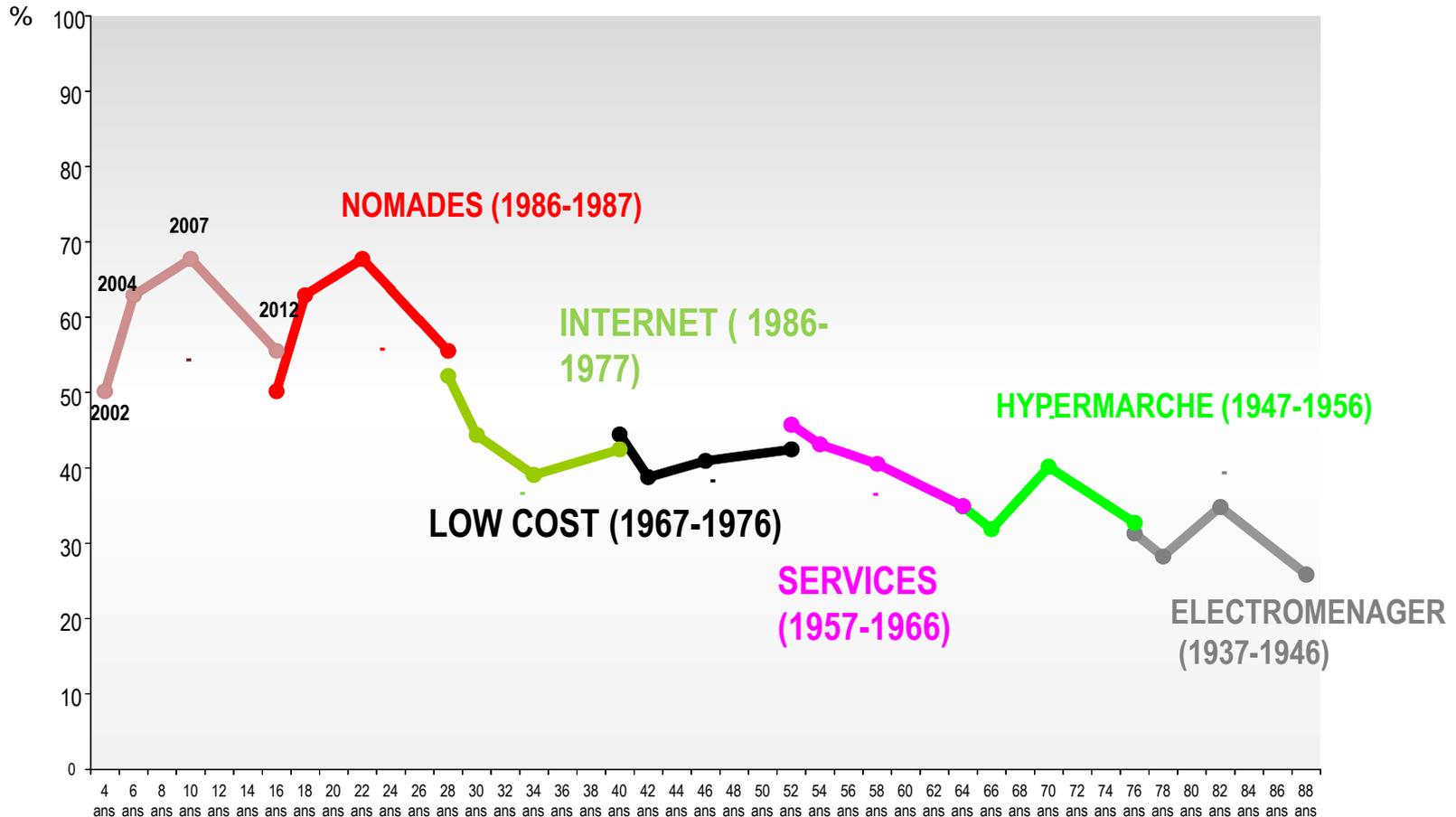
Quelles sont les activités que vous pratiquez ? Pratiquer une activité physique ou sportive (réponse « oui » recodée) *Base : 22 032 individus âgés de 4 ans et plus*



Source : Observatoires du sport FPS-IPSOS, 2002, 2004, 2007, 2012 retraitement CREDOC

Effet d'âge négatif sur la pratique du vélo

Voici une liste d'activités physiques ou sportives, et de loisirs sportifs. Pour chaque activité ou loisir, veuillez indiquer... ceux que vous pratiquez ? Vélo (réponses pratiques « occasionnelle » + « régulière » recodée) *Base : 22 032 individus âgés de 4 ans et plus*



Source : Observatoires du sport FPS-IPSOS, 2002, 2004, 2007, 2012 retraitement CREDOC

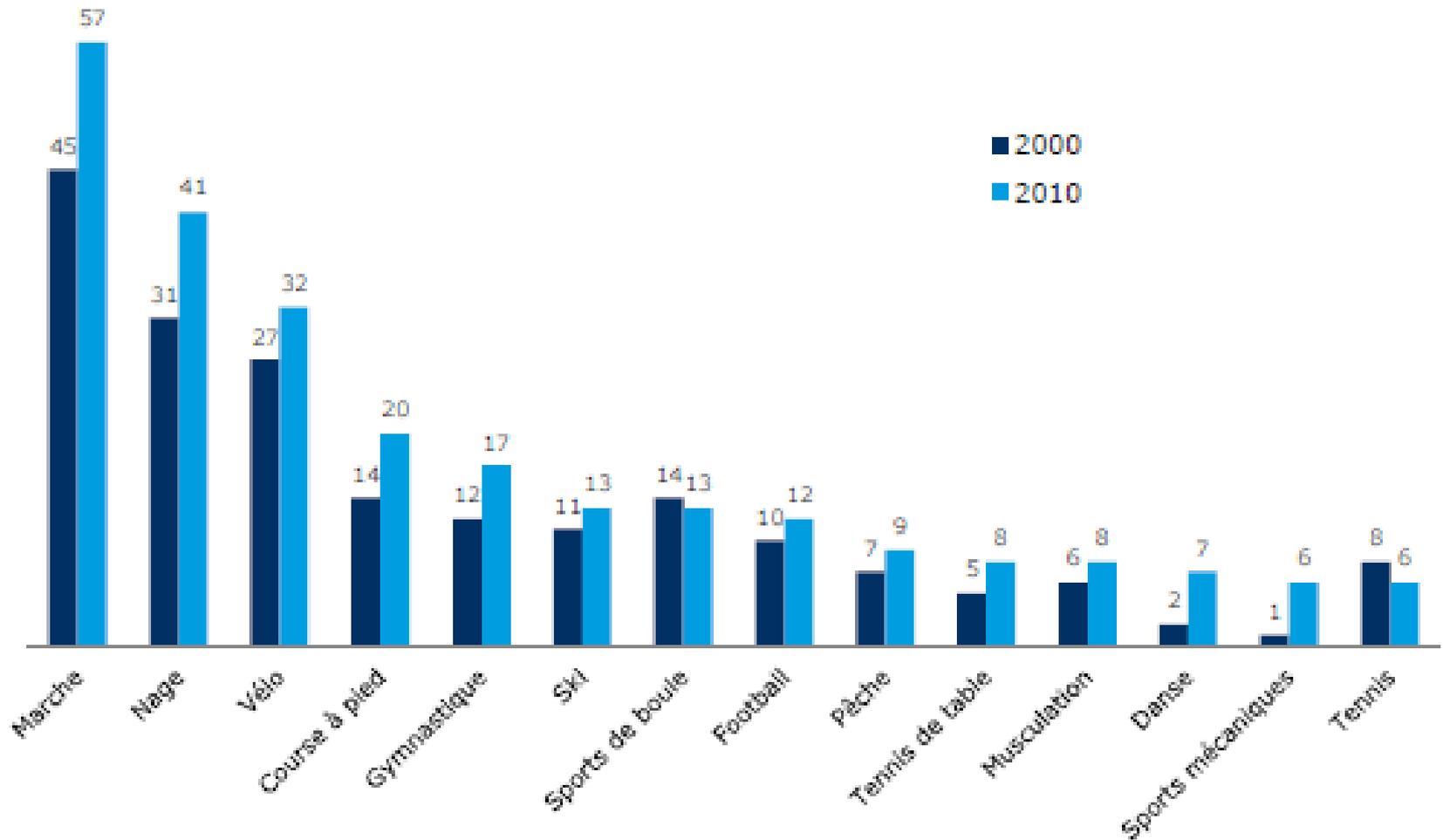
Les pratiques portées favorablement : fitness, musculation et jogging

	Génération	Age	Prospective
Pratique sportive	+++	---	+
Fitness	+++	++	+++
Jogging	+++	---	+
Musculation	+++	---	+
Pêche	+	NS	+
Football	++	---	0
Pétanque	++	---	0
Natation	NS	---	---
Vélo	NS	---	--
Badminton	---	---	---
Gymnastique	---	---	---
Randonnée	---	---	---
Ski	---	---	---
Tennis	---	---	---

Source : Observatoires du sport FPS-IPSOS, 2002, 2004, 2007, 2012 retraitement CREDOC

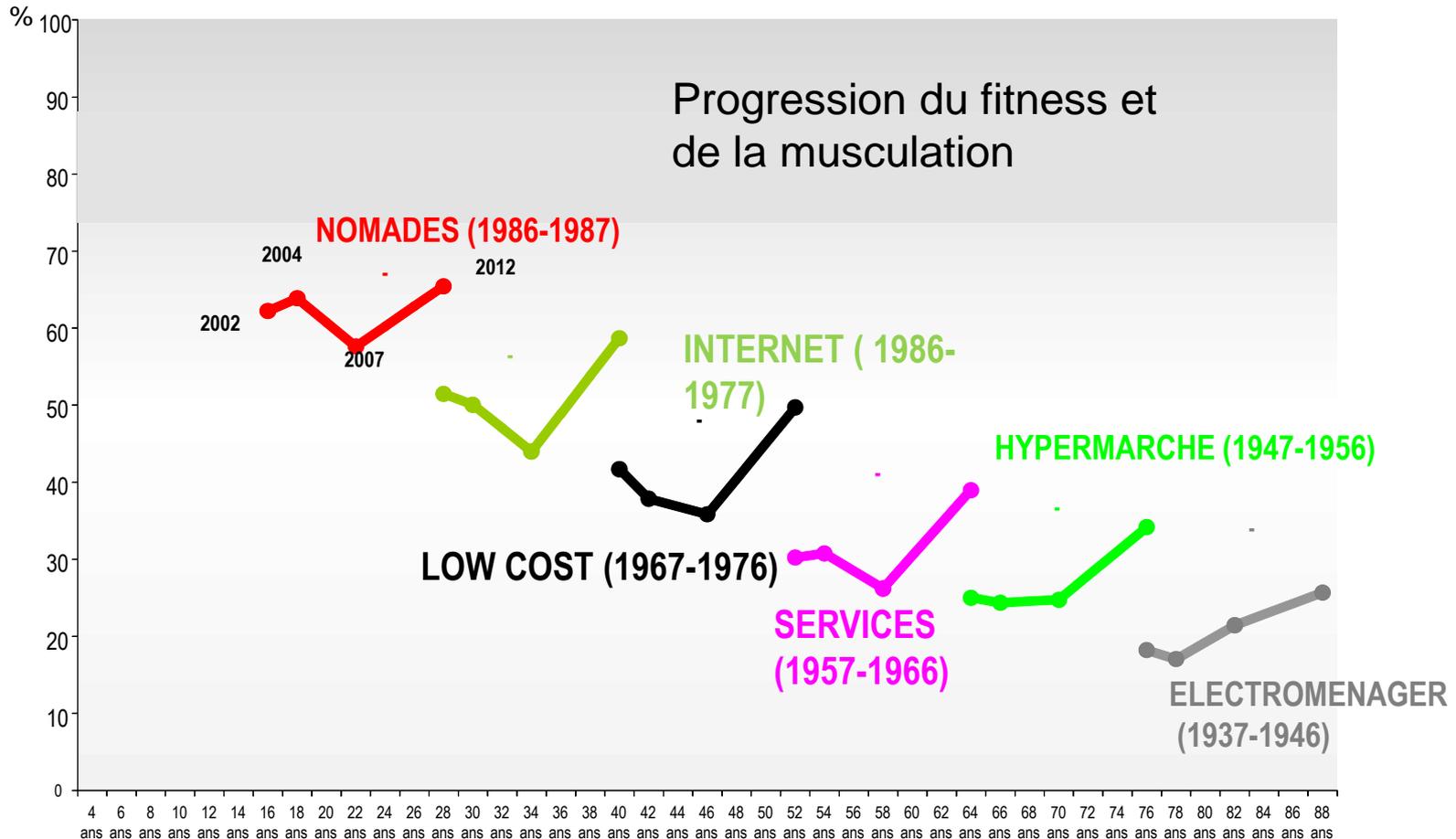
En hausse : marche, natation, vélo

Taux de pratique (15 à 75 ans)



Des jeunes générations axées sur la performance individuelle

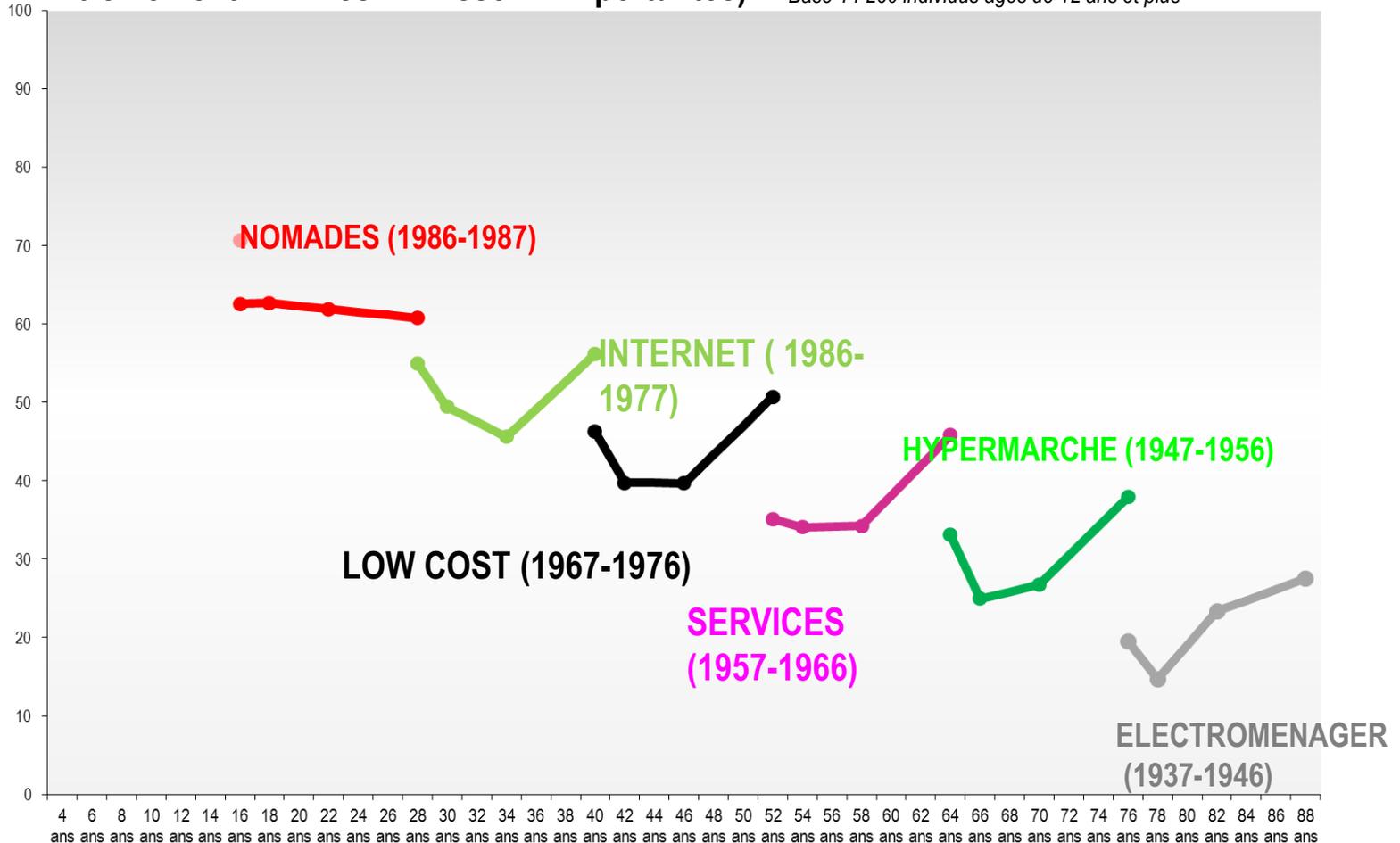
Les raisons suivantes de pratiquer un sport sont-elles pour vous extrêmement, très, assez, peu ou pas du tout importantes lorsque vous pratiquez un sport ? Se dépasser, c'est-à-dire chercher la performance (réponses « Extrêmement »+« Très»+« Assez » importantes) *Base 14 260 individus âgés de 12 ans et plus*



Source : Observatoires du sport FPS-IPSOS, 2002, 2004, 2007, 2012 retraitement CREDOC

... et de sensations fortes

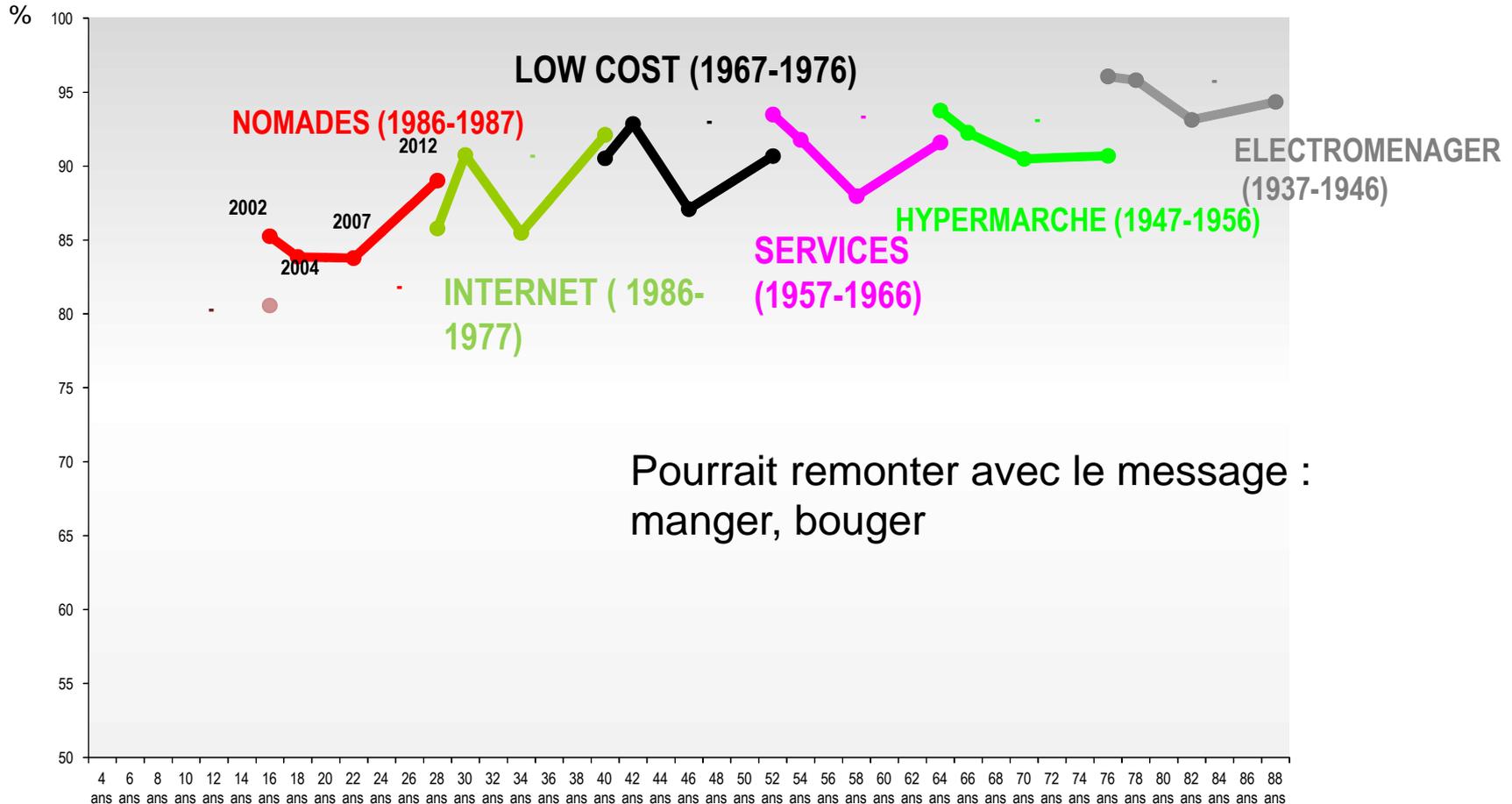
Les raisons suivantes de pratiquer un sport sont-elles pour vous extrêmement, très, assez, peu ou pas du tout importantes lorsque vous pratiquez un sport ? Se dépasser, c'est-à-dire chercher la performance (réponses « Extrêmement »+« Très»+« Assez » importantes) *Base 14 260 individus âgés de 12 ans et plus*



Source : Observatoires du sport FPS-IPSOS, 2002, 2004, 2007, 2012 retraitement CREDOC

Une motivation santé plus présente chez les anciennes générations

Les raisons suivantes de pratiquer un sport sont-elles pour vous extrêmement, très, assez, peu ou pas du tout importantes lorsque vous pratiquez un sport ? Pratiquer une activité nécessaire à la bonne santé (réponses « Extrêmement »+« Très»+« Assez » importantes) *Base 14 484 individus âgés de 12 ans et plus*



Source : Observatoires du sport FPS-IPSOS, 2002, 2004, 2007, 2012 retraitement CREDOC

Un consommateur collaboratif pour des raisons financières et par plaisir



38 % contrainte financière



40 % lien social



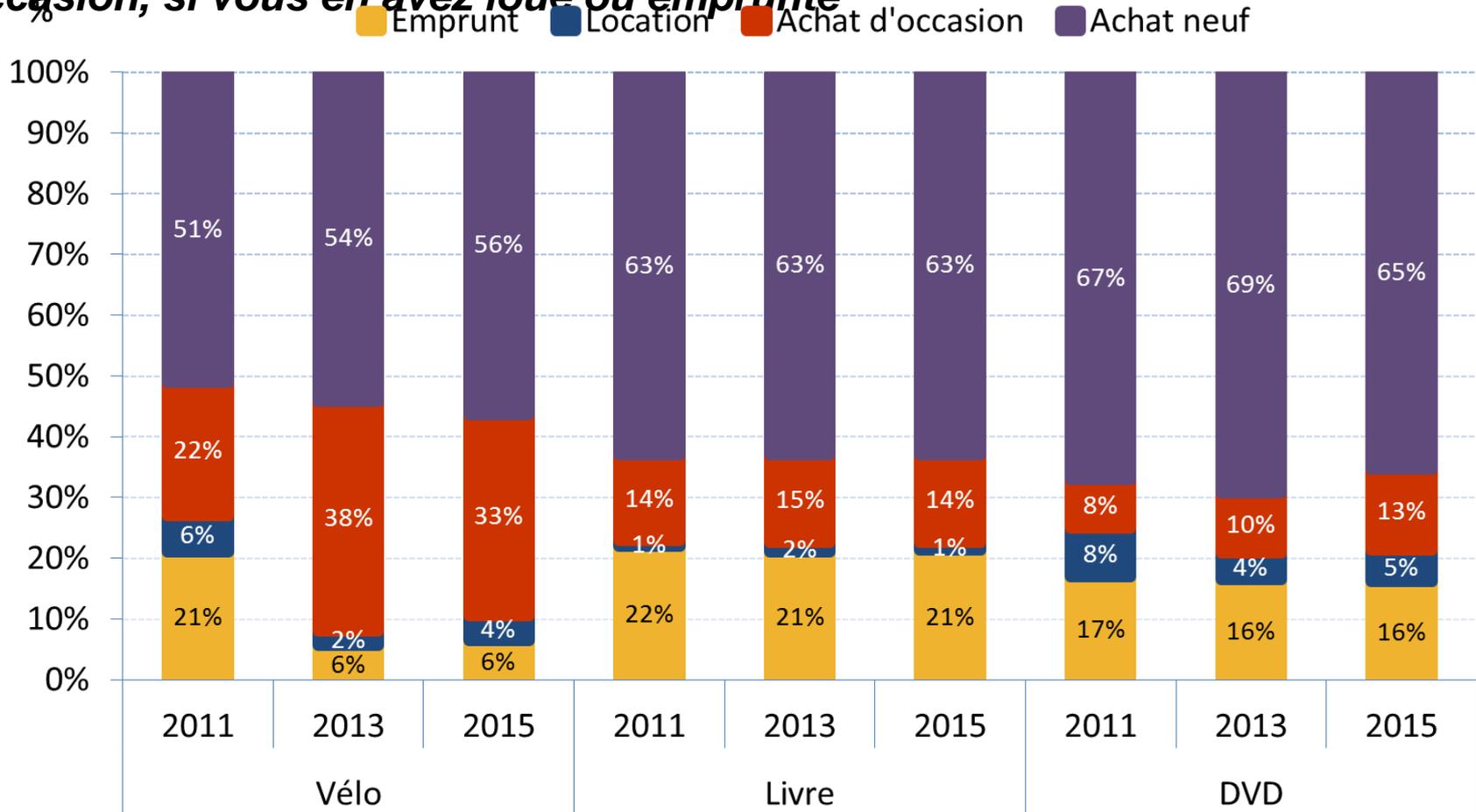
22 % développement durable - Innovation



Source : Crédoc, Enquête Consommation 2014

Hausse de la part d'achats neufs de vélos

Vous me préciserez si, depuis 6 mois, vous en avez acheté que ce soit neuf, ou d'occasion, si vous en avez loué ou emprunté



Pourquoi le consommation collaborative se développe ?

- Première raison : économique (67% disent que partager c'est pour gagner de l'argent ou faire des économies)
- Premier frein : La confiance
- Deuxième levier : générationnel, les jeunes connaissent mieux le digital – lien social
- Troisième levier : la sensibilité écologique

Le crowdfunding – financement participatif

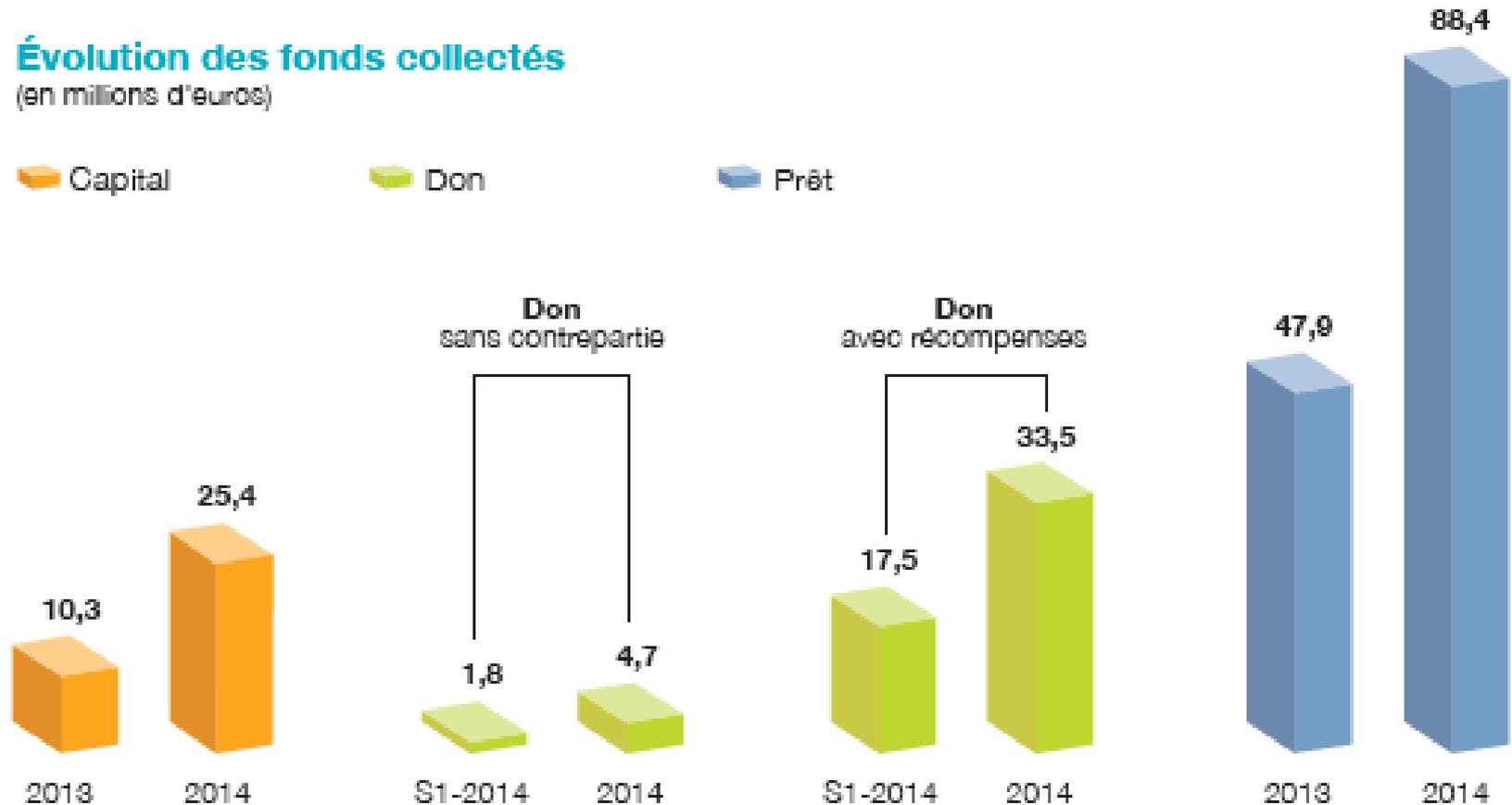
Évolution des fonds collectés

(en millions d'euros)

Capital

Don

Prêt



- Les loisirs : un développement générationnel, besoin de réalisation de soi ...
- ... la pratique sportive se développe autour des sensations fortes, de la liberté pour les jeunes générations
- Cet engouement se traduit par un fort transfert du textile-chaussures sport vers le sportswear de tous les jours
- Des efforts sont à faire pour endiguer les effets prospectifs de baisse sur les articles et équipement de sport, notamment avec les nouvelles formes de consommation et les relations à l'objet en évolution
- L'innovation, les marques sont à construire dans cet univers – les jeunes générations cherchent à s'affirmer au travers des images de RSE véhiculées par les marques ou enseignes