



ÉTUDES - OBSERVATION

FÉVRIER 2014

BAROMÈTRE DES LOISIRS DES FRANCILIENS 2012-2013

CRT PARIS ILE-DE-FRANCE
TNS SOFRES

Les Franciliens se rendent-ils dans les musées ? Quels sports pratiquent-ils ? Quel budget dépensent-ils pour leurs loisirs ? Sont-ils satisfaits ? Que leur manque-t-il ? Les enjeux soulevés par les pratiques de temps libre sont réellement multiples quand, dans le même temps, et alors que l'offre de loisirs recouvre parfois l'offre touristique, les Franciliens passent du statut de consommateurs d'activités à celui d'ambassadeurs de la destination. Le développement des loisirs de proximité leur permet de mieux connaître et d'apprécier les richesses de leur région mais également d'en être les relais de communication auprès des touristes.

EN RÉSUMÉ

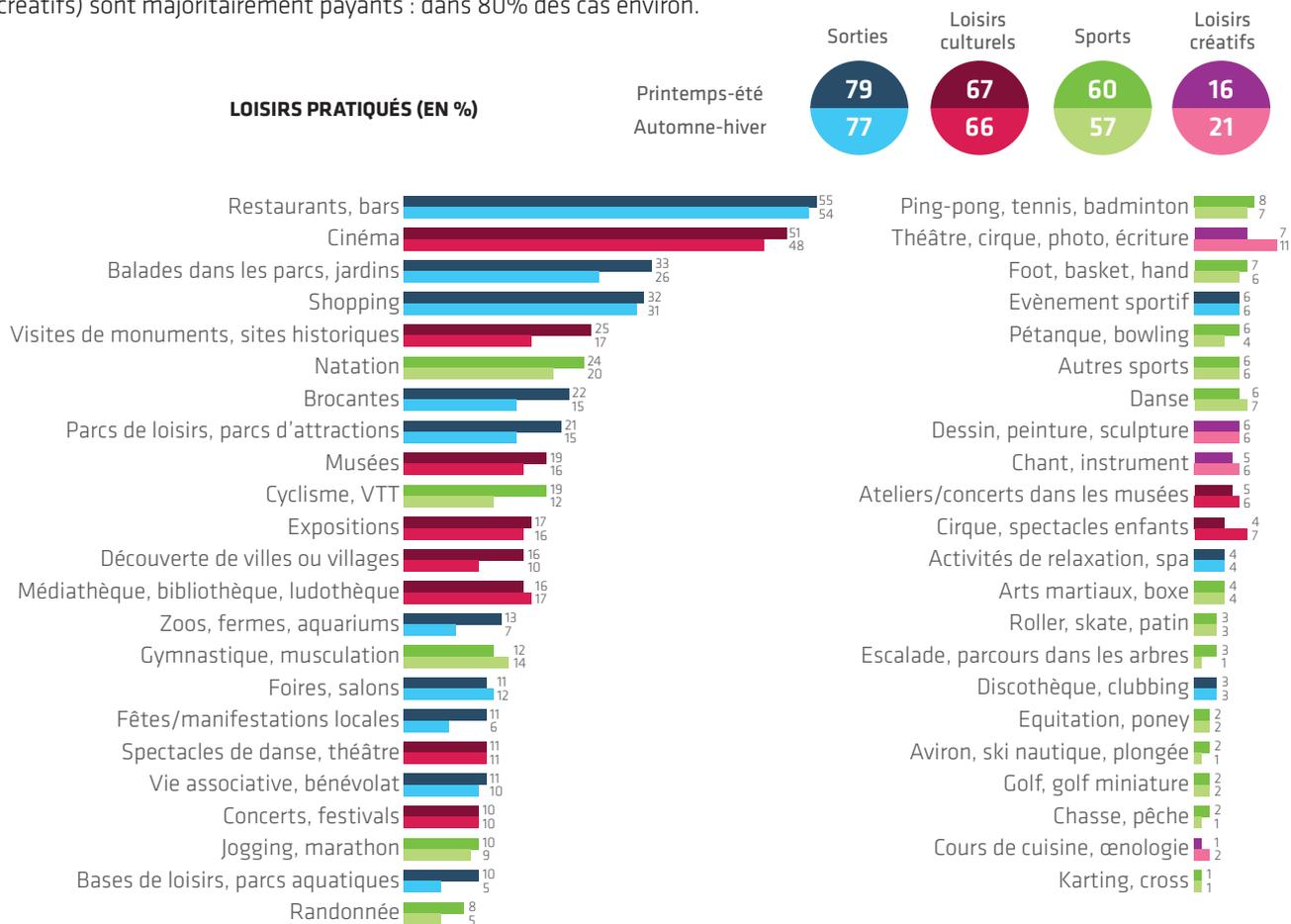
- Les activités de loisirs des Franciliens sont plurielles et concernent avant tout les sorties, les loisirs culturels, les sports et enfin, dans une moindre mesure, les loisirs créatifs.
- Ces loisirs multiples requièrent un budget non négligeable préservé malgré le contexte économique tendu.
- Coûts et horaires guident principalement le choix des activités, ainsi que la proximité du domicile et le temps de trajet pour les loisirs pratiqués régulièrement et la facilité de réservation pour les loisirs plus ponctuels.
- Le bouche-à-oreille est le 1^{er} vecteur de découverte, alors qu'une fois l'activité choisie, Internet est le média de renseignement utilisé. Les interlocuteurs privilégiés pour s'informer sont d'abord les acteurs mêmes des loisirs : les clubs, les associations et les organisateurs.
- L'offre régionale suscite un agrément assez général tandis que l'offre de loisirs du département de résidence est jugée de façon plus mitigée.
- Les facteurs d'insatisfaction ont trait aux tarifs des activités, au manque d'informations fournies et aux problématiques de transports. Les principales attentes sont à envisager en termes d'offres promotionnelles et de communication.
- L'effet de saisonnalité a logiquement une influence sur les loisirs pratiqués et les Franciliens sont globalement plus actifs aux beaux jours, que ce soit en matière de sorties, de loisirs culturels ou sportifs.



DE QUELLE FAÇON LES FRANCIENS OCCUPENT-ILS LEUR TEMPS LIBRE ?

Des loisirs multiples, avec un léger effet de saisonnalité

Seuls 10% des Franciliens n'ont réalisé aucun des loisirs proposés et les activités pratiquées sont très diverses : il s'agit d'abord des sorties (en bleu dans le graphique), suivies des loisirs culturels (en rouge), des sports (en vert) et enfin des loisirs créatifs (en violet). Pour chaque loisir pratiqué, le graphique indique les résultats printemps-été puis automne-hiver¹, ce qui permet de constater en toute logique plus d'activités en extérieur (balades dans les parcs et jardins, brocantes, parcs de loisirs et d'attractions...) et de sports de plein air en été ; plus de loisirs créatifs en hiver. Par ailleurs, les loisirs (hors sports et loisirs créatifs) sont majoritairement payants : dans 80% des cas environ.



Des profils spécifiques selon les loisirs pratiqués

Parmi les loisirs particulièrement pratiqués par les femmes, on trouve les visites de musées et monuments, d'expositions, les sorties en médiathèque, le shopping, et du côté des activités sportives, la gymnastique et la danse. Par ailleurs, on constate que les hommes sont davantage attirés par le football, le basketball, le handball, le ping-pong, le tennis et le badminton. Les enfants, quant à eux, font plus de sports (natation, danse, ping-pong, tennis, badminton, football, basketball, handball, roller, skate, patin), de sorties (balades, sorties dans les parcs de loisirs et d'attractions, les zoos...) et se rendent davantage dans les médiathèques ainsi qu'à des spectacles de cirque. Enfin, les seniors montrent un intérêt marqué pour les loisirs culturels, les foires et salons, les brocantes, la randonnée ainsi que la vie associative et le bénévolat.

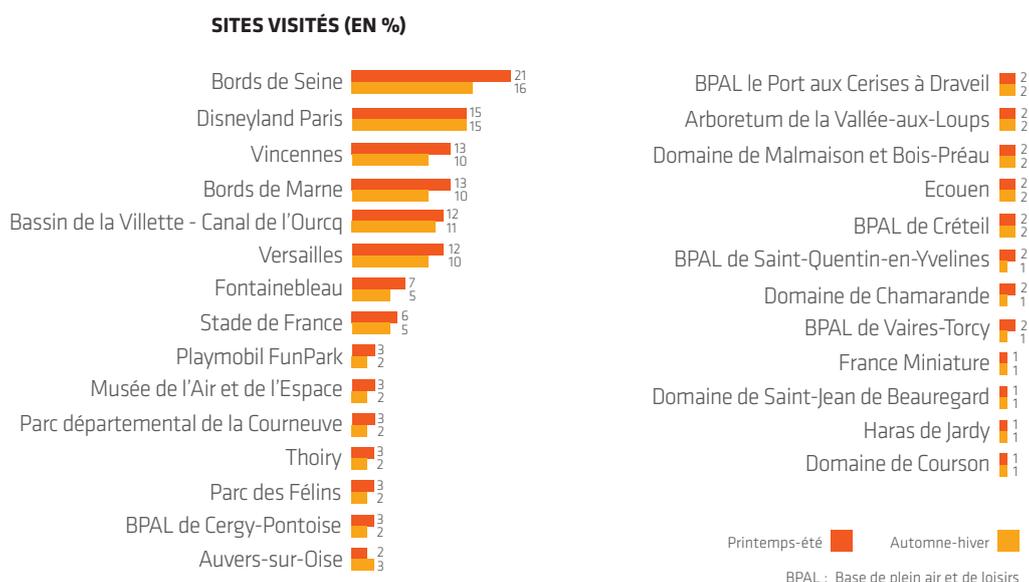
Des Franciliens très actifs

Ils pratiquent un nombre moyen de loisirs important, variant de 6,1 au printemps et en été à 5,3 en automne et en hiver. Ceux qui réalisent de nombreuses activités (plus de 10 loisirs) sont davantage présents aux beaux jours (14% vs 9% en automne-hiver). On constate par ailleurs une intensification des activités liées aux facteurs socio-économiques en comptant parmi ces "très gros pratiquants" davantage de personnes ayant des niveaux d'études supérieurs. Quant aux loisirs plus spécifiquement réalisés chez soi, il apparaît que la télévision, la radio et la musique occupent quotidiennement le temps libre d'une très large part de Franciliens. Près de 6 personnes sur 10 surfent quotidiennement sur Internet (et quasiment 9 jeunes de 25-34 ans sur 10) tandis qu'une proportion quasi-équivalente se consacre à la lecture.

¹ Correspondant aux 2 vagues d'enquête : voir méthodologie en dernière page

Les Franciliens, visiteurs de leur région

La majorité des Franciliens ont déclaré s'être rendus dans au moins un des 30 lieux cités. En moyenne, plus de 2 sites ont été visités. Les bords de Seine ont attiré près de 1 Francilien sur 5, tandis que 10% à 15% se sont rendus à Disneyland Paris, autour du bassin de la Villette, à Vincennes, sur les bords de Marne ou encore au château de Versailles. Près de la moitié des Franciliens déclarent pratiquer également des loisirs en dehors de l'Île-de-France. Ce chiffre est plus élevé au printemps et en été (54%) qu'en automne et en hiver (46%). Dans près des trois quarts des cas, ces déplacements sont aussi l'occasion de passer une nuitée hors du domicile, le plus souvent en hébergement non-marchand, chez des amis ou de la famille.



"Les loisirs créent plus de travail. La qualité de vie attire le développement économique. Cette pulsion est extraordinaire"
(Jean Viard)

*"Le consommateur est devenu de plus en plus malin, à la recherche du **bon plan**"* (Disneyland Paris)

Un budget relativement élevé, qui ne souffre pas de la crise

En moyenne, les Franciliens consacrent près de 80 € par mois et par foyer aux loisirs qu'ils pratiquent régulièrement et un peu plus de 60 € aux activités réalisées de manière plus occasionnelle. La part des foyers consacrant 100 € et plus par mois aux loisirs "réguliers" est d'environ 25%. D'une année sur l'autre, ce budget est préservé pour plus de la moitié des foyers tandis que près de 3 foyers sur 10 le déclarent en hausse. Malgré tout, les professionnels des loisirs affirment que la négociation tarifaire est devenue une pratique plus courante qu'il y a quelques années.

Et les vacances des Franciliens ?



En 2012, les Franciliens ont été à l'origine de 24% des voyages effectués par les Français (53,6 millions) et de 28% des nuitées (343,7 millions). Leur taux de départ (85%) est supérieur à la moyenne nationale (76%). Les Parisiens, qui représentent 16% de la population d'Île-de-France, génèrent 21% des voyages devant les habitants des Hauts-de-Seine (16% des voyages).

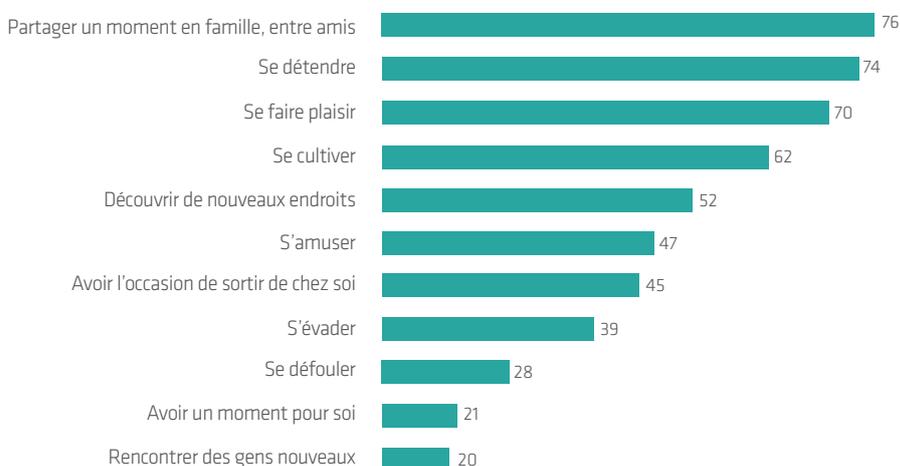
Les principales destinations de ces séjours, effectués pour motifs personnels dans plus de 9 cas sur 10 et d'une durée supérieure à la moyenne française (6,4 nuits), sont les Pays de la Loire, Rhône-Alpes et Bretagne. Les voyages à l'étranger concernent 14% des cas (11% au niveau national). Les Franciliens séjournent principalement en hébergement non-marchand (65%) et se déplacent d'abord en voiture (60%). Ils préfèrent les séjours en milieu urbain mais se rendent plus en milieu rural que l'ensemble des Français. Ils ont un taux de réservation plus élevé que la moyenne (54% vs 48%) notamment sur Internet (70% vs 66%).

COMMENT CHOISISSENT-ILS ET PRÉPARENT-ILS LEURS LOISIRS ?

Objectifs ? Détente et partage !

Les Franciliens associent avant tout leurs activités de loisirs à des moments de convivialité, de détente et de plaisir. Cet objectif de bien-être est d'ailleurs encore plus marqué (80%) chez les personnes issues des PCS+. Les notions de curiosité culturelle et de découverte viennent dans un second temps. Ce sont les Parisiens, les personnes ayant fait des études supérieures et appartenant aux PCS+ qui sont les plus nombreuses à vouloir se cultiver au travers de leurs loisirs. Enfin, les jeunes cherchent plus à s'amuser quand, pour les seniors, les loisirs sont également davantage l'occasion de sortir de chez soi.

OBJECTIFS DES LOISIRS (EN %)



Le prix et les horaires : des critères de choix incontournables

Qu'il s'agisse de loisirs effectués de manière régulière ou ponctuelle, le prix et les horaires sont les 1^{ers} critères de choix. La proximité au domicile et la durée du trajet sont également des éléments importants pour décider d'une activité lorsqu'elle est pratiquée régulièrement. Pour un loisir plus ponctuel, les Franciliens accordent davantage d'importance aux facilités de réservation ainsi qu'à la durée du trajet.

"Aujourd'hui, les visites de musées deviennent davantage une pratique familiale. C'est intéressant car les enfants qui accompagnent leurs parents seront les visiteurs de demain" (Paris Musées)

*"On observe un **phénomène de fin de journée** auprès des personnes qui vivent en hyper proximité du parc et qui viennent pour s'aérer la tête après le travail. Ils se rendent au cinéma à Disney Village et dans nos restaurants-bars" (Disneyland Paris)*

Le rôle primordial de l'entourage dans la découverte des loisirs

Pour découvrir les activités à pratiquer, le bouche-à-oreille est sans conteste le 1^{er} moyen utilisé (dans 55% des cas). Les médias traditionnels sont consultés par 4 Franciliens sur 10 environ et Internet par près du tiers. Les Franciliens ont recours aux Offices de Tourisme, aux Comités Départementaux de Tourisme (CDT) ou au Comité Régional du Tourisme (CRT) à hauteur de 11% environ. Les seniors passent davantage par les Mairies (38%), la presse écrite (28%) et les Offices de Tourisme (environ 15%) tandis que les jeunes sont plus nombreux à se tourner vers Internet (52% environ) et les réseaux sociaux (aux alentours de 10%).

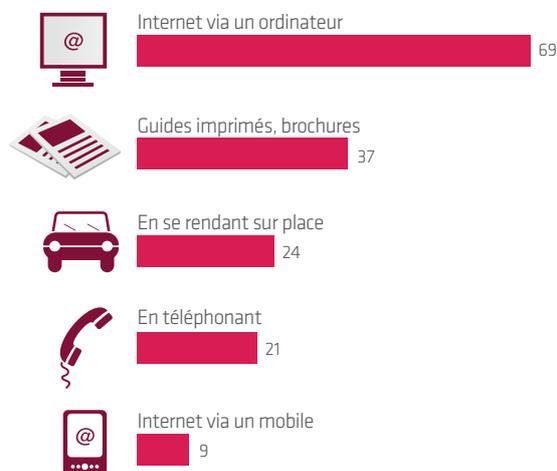
Top 10 des moyens de découverte des loisirs

- 55% par le bouche-à-oreille
- 28% par les guides de la Mairie
- 23% par les quotidiens, les magazines et la presse
- 22% par les affiches
- 19% par les moteurs de recherche sur Internet
- 19% par les publicités
- 16% par la télévision et la radio
- 12% par les lieux de travail et les Comités d'Entreprises (CE)
- 10% par les Offices de Tourisme
- 9% par les sites Internet spécialisés dans les loisirs

Sollicitation en direct des acteurs des loisirs, le plus souvent par Internet

Les organismes contactés pour s'informer sont les clubs ou les associations (plus du tiers), les Mairies (près du tiers et davantage encore pour les seniors) ainsi que les organisateurs des activités (près du tiers également). Les CE sont sollicités à hauteur de 14% tandis que les CDT ou le CRT le sont à hauteur de 13%. Internet est par ailleurs le média principal pour se renseigner sur une activité (dans 70% des cas environ) loin devant les guides et brochures. Logiquement, il l'est particulièrement par les jeunes et les foyers issus de PCS+. Un peu moins du quart des Franciliens se rendent sur place ou téléphonent, ce qui est davantage le fait d'un public plus âgé.

MODES DE RENSEIGNEMENTS (EN %)



Bonne notoriété du dézouage du forfait Navigo

CONNAISSANCE DU DISPOSITIF

39% des Franciliens possèdent un forfait Navigo

- 65% des Parisiens
- 54% des 25-34 ans
- 44% des 35-49 ans
- 49% des actifs
- 51% des PCS+
- 51% des hommes

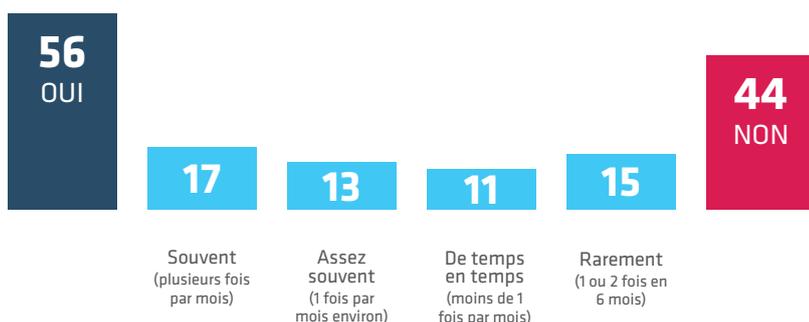
61% des Franciliens connaissent le dispositif

- 73% des Parisiens
- 71% des 25-34 ans
- 67% des 50-64 ans
- 69% des actifs
- 70% des PCS+
- 70% résidant à proximité d'une station de métro
- 74% résidant à proximité d'une station de tramway
- 73% ne possédant pas de véhicule

86% des Franciliens sont détenteurs d'un forfait Navigo et connaissent le dispositif

Une majorité de Franciliens sont informés de l'existence du dispositif de dézouage et près de 9 détenteurs sur 10 de forfait Navigo le connaissent. Parmi eux, plus de la moitié l'ont déjà utilisé, particulièrement les jeunes (près des trois quarts) et logiquement les personnes ne possédant pas de véhicule. Près de 2 détenteurs sur 10 de forfait Navigo y ont même souvent recours.

UTILISATION DU DÉZONAGE PAR LES POSSESSEURS DE FORFAIT NAVIGO CONNAISSANT LE DISPOSITIF (EN %)

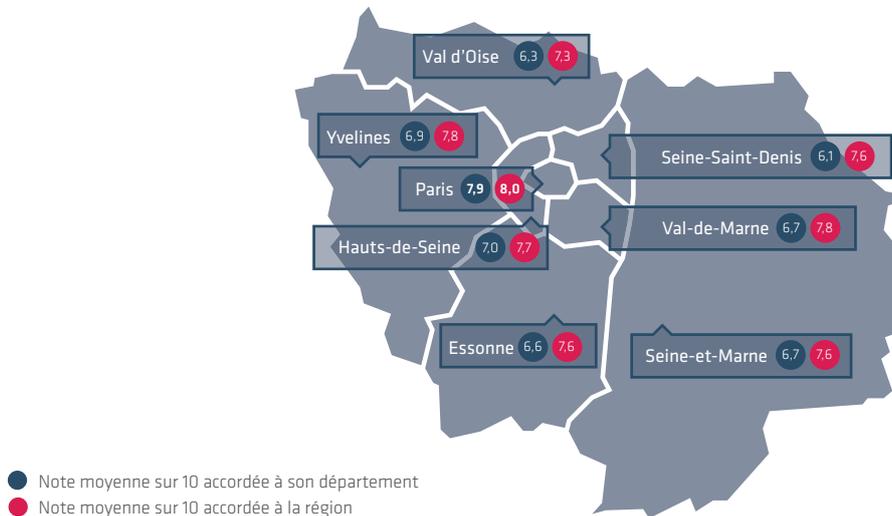


"La région Ile-de-France est si riche en patrimoine culturel, sites historiques et musées, que nul ne peut prétendre avoir déjà découvert et visité tous ces trésors"
(Un Francilien)

"J'ai de la chance de vivre dans une ville où beaucoup d'activités sont offertes"
(Un Parisien)

QUELLE PERCEPTION DE L'OFFRE DE LOISIRS À PARIS ILE-DE-FRANCE ?

PERCEPTION GLOBALE DE L'OFFRE DE LOISIRS DE LA RÉGION



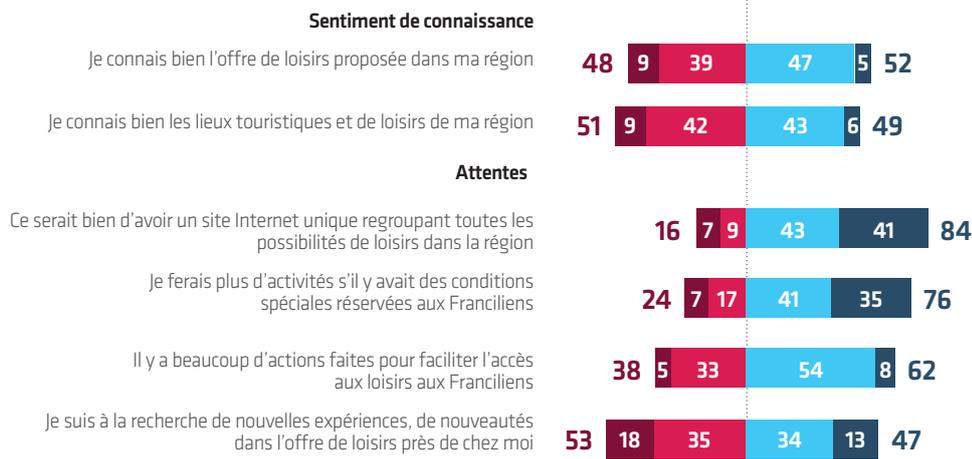
Une bonne perception de l'offre régionale

L'offre de loisirs du département de résidence est bien perçue par les Parisiens tandis que le jugement des habitants du Val d'Oise et de Seine-Saint-Denis est moins positif. L'offre d'activités de la région satisfait l'ensemble des Franciliens, ceci étant un peu moins marqué dans le Val d'Oise. Les plus satisfaits sont les Parisiens, les personnes issues de foyers PCS+ et pratiquant plus de 10 loisirs. Cette satisfaction est portée par la richesse de l'offre (une note moyenne de 7,9 est attribuée au fait que les activités de loisirs sont nombreuses et de 7,7 au critère "on ne risque pas de s'ennuyer") ainsi que par l'attrait touristique de la région (jugée attrayante pour les touristes : note de 7,0 ; que les Franciliens seraient fiers de faire découvrir aux touristes : note de 6,8). En revanche, les critiques portent sur le manque d'informations, les horaires inadaptés aux actifs et les prix.

De fortes attentes en termes d'informations

S'estimant insuffisamment informés et ayant le sentiment de mal connaître à la fois l'offre de loisirs ainsi que les lieux touristiques et de loisirs de leur région, les Franciliens plébiscitent la création d'un site Internet unique. Ceux qui souhaitent le plus la création de ce site sont les familles, les moins de 35 ans ainsi que les personnes pratiquant un grand nombre de loisirs. En termes d'offres, des conditions spéciales réservées aux Franciliens motiveraient la pratique d'activités, surtout, de nouveau, pour les familles et les jeunes (les moins de 35 ans). Enfin, ceux qui estiment le mieux connaître les lieux touristiques et de loisirs de la région sont les seniors, les Parisiens, ceux qui pratiquent un grand nombre de loisirs et qui se disent par ailleurs très satisfaits de l'offre. Ces derniers sont aussi ceux qui déclarent davantage connaître les possibilités de loisirs offertes par la région.

ATTENTES ET SENTIMENT DE CONNAISSANCE (EN %)



Des exigences au niveau des tarifs

Parmi les pistes proposées par les Franciliens pour améliorer l'offre de loisirs, se trouve sans surprise celle des prix. On l'a vu, l'un des principaux critères d'insatisfaction concernait les tarifs des activités de loisirs. Les attentes se concentrent donc autour de réductions ciblées et d'offres promotionnelles. On retrouve par ailleurs ce besoin d'être mieux informé, ce qui pourrait passer par la création d'un site Internet unique. Les autres axes d'amélioration touchent à l'accessibilité, à la variété et à la qualité de l'offre (par ailleurs jugée assez diversifiée mais qui doit continuer d'être élargie) ainsi qu'aux plages horaires d'ouverture à allonger.

"Je crois qu'il faut réconcilier le Parisien et le touriste" (Réseau des Musiques Actuelles)

"Nos meilleurs ambassadeurs sont les Franciliens qui accueillent leur famille" (Les Etoiles du Rex)

PISTES D'AMÉLIORATION

80%

ONT CITÉ UN AXE D'AMÉLIORATION DE L'OFFRE DE LOISIRS DE LA RÉGION

38%

TARIFS

Diminuer les tarifs / Proposer des prix plus attractifs / Prix trop élevés	28%
Tarifs / Réductions ciblées (pour les Franciliens, les familles...)	10%
Offres promotionnelles	4%

33%

INFORMATION

Un site Internet, un journal qui centralise toutes les activités	19%
Meilleure information, plus d'informations	14%
Plus de publicités, meilleure diffusion	3%

22%

ACCESSIBILITÉ / TRANSPORTS

Transports en commun (moins chers, amplitude plus large)	16%
Accessibilité (offre de proximité)	4%

12%

VARIÉTÉ / QUALITÉ DE L'OFFRE

Continuer d'améliorer la diversité / Élargir l'offre	4%
Trop de monde dans les ateliers / cours / visites / piscines	3%
Manque d'équipements, d'infrastructures	2%

6%

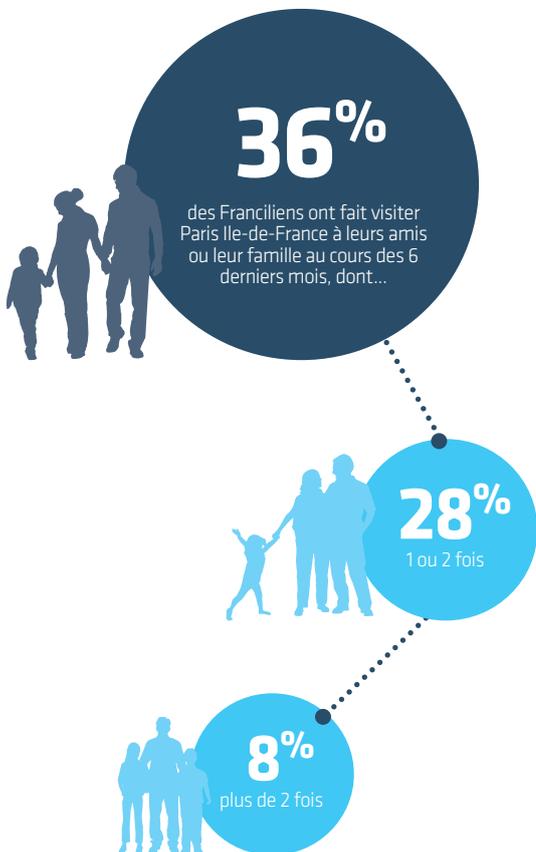
HORAIRES / PÉRIODES D'OUVERTURE

Proposer des horaires adaptés, spectacles / activités plus tôt	4%
Plus d'horaires en nocturne	2%

1%

SÉCURITÉ

Améliorer la sécurité	1%
-----------------------	----



Les Franciliens, ambassadeurs de la destination

Plus du tiers des Franciliens ont fait visiter la région Ile-de-France à leurs amis ou à leur famille : 39% au printemps et en été, 34% en automne et en hiver. Pour la plupart, il s'agit d'une ou deux opportunités de visites, la proportion de Franciliens ayant "joué les guides" plus de 2 fois variant entre 9% et 6%, selon la saison considérée. Il s'agit avant tout de foyers résidant en Ile-de-France depuis moins de 10 ans et de Parisiens.

Les opportunités offertes par le domaine des loisirs



Dans un secteur véhiculant de réels enjeux sociaux, d'importants défis économiques et des attentes fortes, le CRT a un rôle essentiel à jouer, en tant que relais d'information et en tant qu'initiateur de découvertes en tenant compte :

- du rôle majeur de la qualité de l'accueil, de l'information et des services : l'importance du bouche-à-oreille comme vecteur de découverte des loisirs est une bonne illustration de la nécessité d'offrir des prestations de qualité ;
- de l'évolution du secteur des loisirs : la désacralisation de l'institution muséale, l'adaptation des structures de loisirs au phénomène d'hyperproximité démontrent que les lieux de loisirs se convertissent aussi en lieux de vie ;
- de l'image positive de la région : la bonne perception de l'offre régionale doit pouvoir servir de levier de communication auprès des Franciliens ;
- des publics prioritaires auxquels s'adresser : les familles, les femmes qui ont un rôle prescripteur important... tout en gardant à l'esprit que la question territoriale nécessite de ne pas s'adresser à tous les Franciliens de la même façon.

QUI SONT LES FRANCILIENS CONSOMMATEURS DE LOISIRS À PARIS ILE-DE-FRANCE ?

Sur la base des répondants communs aux 2 vagues d'enquête, 5 groupes de Franciliens ont été identifiés, selon les objectifs qu'ils assignent aux loisirs.

Les égo-centrés tranquilles (18%)

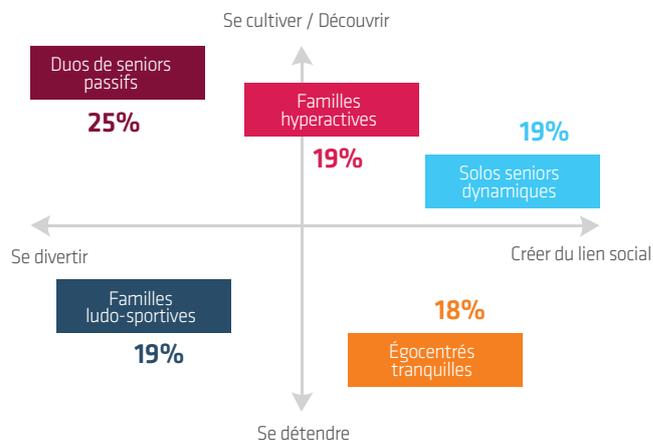
- Ce sont des hommes, célibataires, de 50-64 ans, issus de foyers sans enfant, PCS+, Parisiens et sans véhicule, ce qui fait de l'accessibilité un de leurs critères de choix essentiels.
- Leurs pratiques sont celles de l'ensemble des Franciliens (à l'exception des activités "familles"). Ils sont à la recherche d'un moment de détente et le prix est moins fortement un critère de choix. Ils accueillent rarement chez eux leur famille et leurs amis.
- Si leur satisfaction globale se situe dans la moyenne, ils sont plus enclins à critiquer l'offre par rapport aux horaires et à l'insuffisance des équipements sportifs.

Les familles ludo-sportives (19%)

- Ce sont des foyers avec enfants de moins de 12 ans, habitants en Grande Couronne (notamment en Seine-et-Marne) et des actifs âgés de 25 à 49 ans. Ils ont au moins une voiture et un équipement multimédia supérieur à la moyenne.
- Ces familles ont une préférence pour les loisirs sportifs et les visites dans les parcs de loisirs/d'attractions. L'amusement et le partage sont au cœur de leurs objectifs.
- Elles sont satisfaites de l'offre régionale mais attendent davantage d'offres pour les enfants et une plus grande diffusion de l'information.

Les familles hyperactives (19%)

- Ce sont des foyers avec un enfant de moins de 12 ans, PCS+, aisés, résidant près d'une station de métro et possédant un équipement multimédia supérieur à la moyenne.
- Ces familles pratiquent davantage les loisirs culturels (qui leur sont primordiaux), les sports et les loisirs créatifs. A l'occasion d'activités de loisirs, elles n'hésitent pas à passer la nuit en dehors de leur domicile, le plus souvent chez leur entourage. Grandes consommatrices d'activités, la facilité de réservation est un critère essentiel.
- Ces familles sont les plus satisfaites de l'offre de loisirs, tant de leur département que de la région et elles sont fières de faire découvrir la région aux touristes.



Les solos seniors dynamiques (19%)

- Ce sont des célibataires sans enfant au foyer, âgés de 65 ans et plus, inactifs, aux revenus faibles, résidant en agglomération parisienne et ne possédant pas de véhicule.
- Ils pratiquent davantage d'activités culturelles, artistiques, et participent plus à la vie associative et au bénévolat. L'accessibilité et le prix des activités sont des critères primordiaux, ainsi que la durée et la facilité de réservation. Ils cherchent à faire de nouvelles rencontres et expériences.
- Ils affichent une satisfaction dans la moyenne mais, appréciant l'anticipation, ils sont moins enclins à juger qu'il est facile d'improviser une activité au dernier moment.

Les duos de seniors passifs (25%)

- Ce sont des couples de 65 ans et plus, retraités et habitant en Grande Couronne.
- Leurs pratiques sont semblables à celles de l'ensemble des Franciliens, avec toutefois une pratique sportive moindre. Moins internautes que la moyenne, ils découvrent les loisirs par la publicité et considèrent leurs activités comme une occasion de sortir de chez eux, de partager un moment en famille ou entre amis.
- Leur satisfaction vis-à-vis de l'offre de loisirs de leur département et de celle de la région se situe dans la moyenne francilienne.

Méthodologie

Interrogation par voie postale de près de 2 000 foyers franciliens via un questionnaire papier auto-administré, à 2 reprises (en septembre-octobre 2012 puis en mars-avril 2013). La première partie du questionnaire portant sur les activités de loisirs et les modalités de consommation pouvait être remplie par 4 membres du foyer, tandis que la seconde partie était uniquement remplie par "l'individu de référence" du foyer.

En parallèle de cette interrogation, une dizaine de professionnels des loisirs ont été sollicités afin de connaître leur vision d'experts sur l'offre de loisirs de la région, les perspectives du secteur, leur expérience du comportement des Franciliens, de leurs attentes...
Qu'ils soient ici remerciés de leur précieuse contribution.