



SOCIÉTÉ DES LOISIRS

FICHE VARIABLE

COLLÈGE DE PROSPECTIVE
CHANTIER CENTRE-VILLE



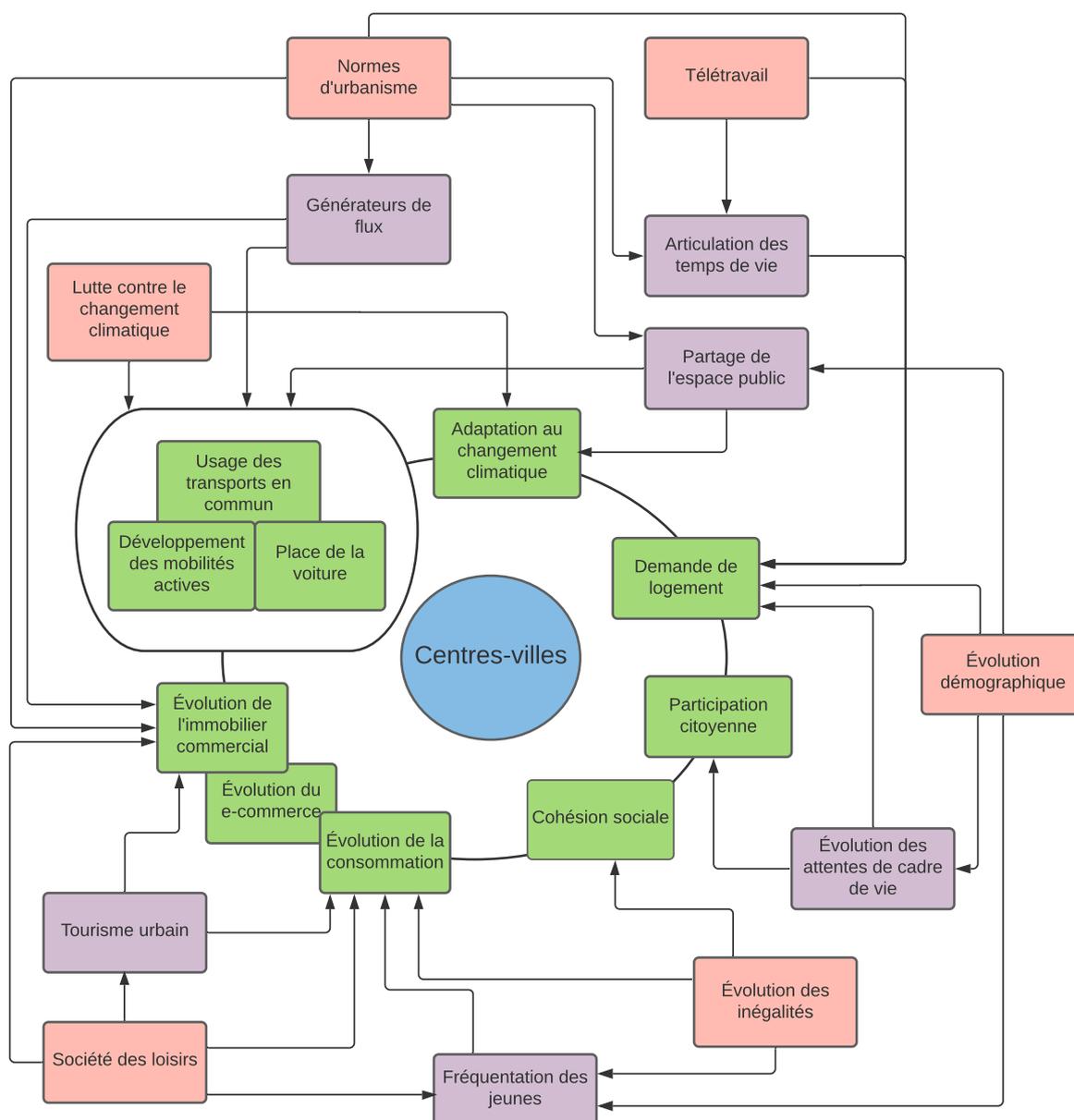
SYSTÈME DE VARIABLES

Cette fiche s'inscrit dans un système global de variables.

Les variables faisant l'objet d'une fiche sont celles identifiées lors des ateliers prospectifs s'étant tenus au premier trimestre 2020. Elles sont porteuses d'évolutions majeures ayant un impact direct ou indirect sur les centres-villes. Les relations mises en évidence dans le système présenté ci-dessous correspondent aux influences principales identifiées dans les fiches ; **elles ne prétendent pas à l'exhaustivité**. Ces relations d'influence peuvent évoluer dans le temps et dans l'espace.

Centré sur les centres-villes, ce système ne cherche pas à mettre en évidence les autres relations qui peuvent exister entre les variables présentées quand le centre-ville n'en est pas l'objet final.

Note de lecture : les variables roses sont des variables externes faiblement influençables par les acteurs régionaux. Les variables vertes sont des variables qui ont une influence directe sur les centres-villes, elles sont aussi susceptibles de s'influencer entre elles (par exemple, le sous-système transports a des influences réciproques avec la variable demande de logement). Les variables violettes sont des variables intermédiaires, qui influencent et sont influencées.





TRAJECTOIRE DE LA VARIABLE

DÉFINITION ET ENJEUX

La notion de société des loisirs renvoie au gain de temps libre obtenu à la fois par la réduction du temps de travail et la réduction du poids des corvées ménagères sur longue période ainsi que grâce aux gains d'espérance de vie. Il s'agit du temps dont on dispose en dehors des occupations habituelles, celui pendant lequel il est permis de faire ce qu'on l'on désire. Ce temps de loisirs disponible se retrouve en partie affecté à des activités culturelles et récréatives.

Les loisirs sont intimement liés au tissu urbain : ils transforment l'espace public. Ainsi un loisir de masse comme le cinéma, plus précisément les lieux qui accueillent ce loisir (les salles de cinéma), a une influence sur l'équilibre ou le déséquilibre entre centre et périphérie (Éric Blin). Au-delà du bâti, ils influencent largement les espaces urbains via la création de promenades, de jardins, de parcs. Les achats d'équipements destinés aux loisirs font également évoluer les commerces et ont donc un effet sur les activités pré-

sentes dans les centres-villes. La dimension loisirs du centre-ville s'exerce également sur des plages horaires étendues, incluant la vie nocturne des villes et ayant des implications en matière de politiques temporelles. Pourtant, si le besoin de « se divertir » peut *in fine* être considéré comme un besoin humain essentiel, la fonction ludique et récréative des villes n'est pas toujours mise en avant, effacée derrière les enjeux majeurs du logement et du commerce.

Les enjeux de cette variable sont donc multiples : transformation du tissu commercial des centres-villes, développement d'activités récréatives dans les zones commerciales, création et mise en place d'animations dans les villes au sens large pour renforcer la dimension loisirs de la ville (festivals, manifestations diverses, animations commerciales type marchés de Noël...) qui transforment le vécu du centre-ville et donc son attractivité.

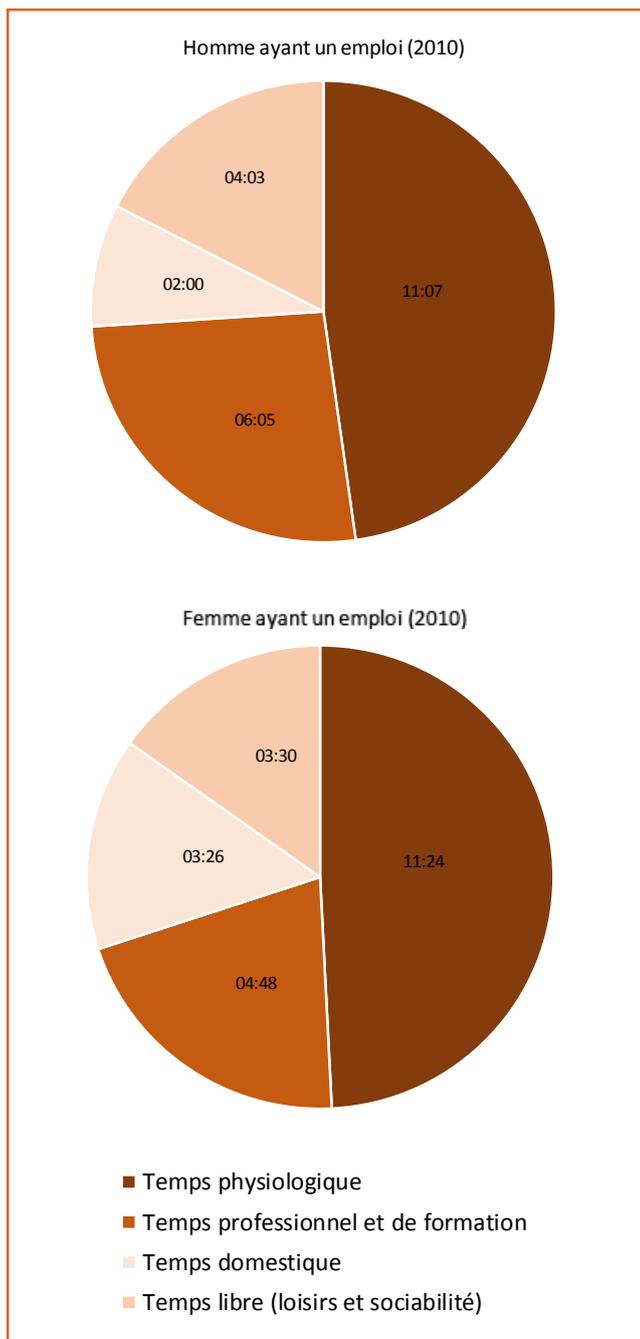
PASSÉ > PRÉSENT > FUTURS POSSIBLES

QUELLE A ÉTÉ L'ÉVOLUTION PASSÉE DE LA VARIABLE ?

La question des loisirs peut être appréhendée sous trois aspects : d'une part le temps consacré aux loisirs par les individus, d'autre part le budget, et, enfin, l'importance, la valeur attachée aux loisirs.

L'INSEE définit le temps libre comme un temps de loisirs et de sociabilité (hors repas), un temps qui n'est consacré ni aux besoins physiologiques (sommeil, repas, toilette), ni à l'activité professionnelle ou éducative, ni aux tâches domestiques (qui incluent les enfants).

figure 1 : Répartition des temps journaliers des actifs en emploi

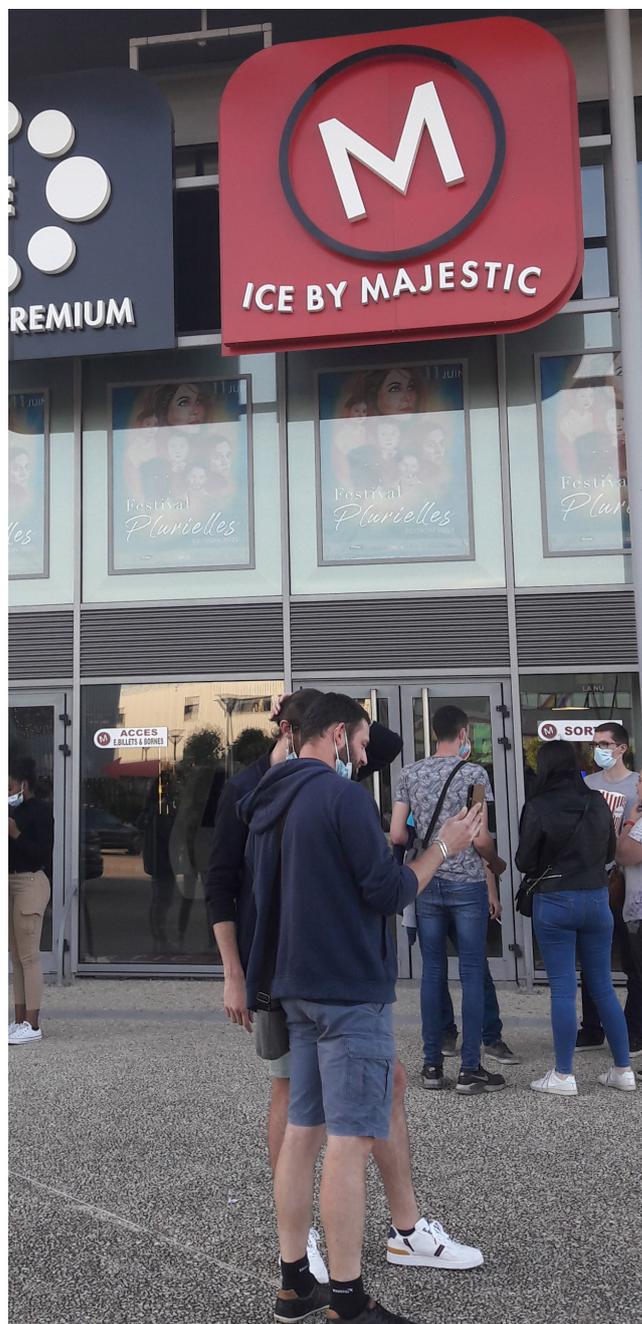


Source : Insee, enquêtes Emploi du temps 2009-2010 (dernière édition disponible) Il s'agit de moyennes par jour, y compris samedi, dimanche et vacances ; il faut multiplier par 7 pour obtenir la durée hebdomadaire de travail.
 Lecture : en 2010, les actifs occupés masculins consacrent 11h07 à priori de leur journée à des activités physiologiques.
 Champ : personnes de 15 ans et plus en France métropolitaine.

Selon le Crédoc, le temps libre des Français a augmenté de 47 minutes par jour entre 1986 et 2010, passant de 7h19 à 8h06. Ce gain s'est effectué sur le temps consacré au sommeil et à la toilette (-12 minutes), sur le temps de travail ou d'études (-25 minutes) et sur celui des travaux ménagers (-23 minutes). Ce temps disponible a notamment bénéficié aux loisirs, les Français y consacrant 37 minutes de plus par jour. Le temps disponible n'est cependant pas égal entre les femmes et les hommes : celles-ci consacrent davantage de temps aux tâches domestiques que les hommes, et bien que ce temps dévolu aux corvées ménagères soit en diminution, elles disposent toujours de moins de temps de loisirs que les hommes.

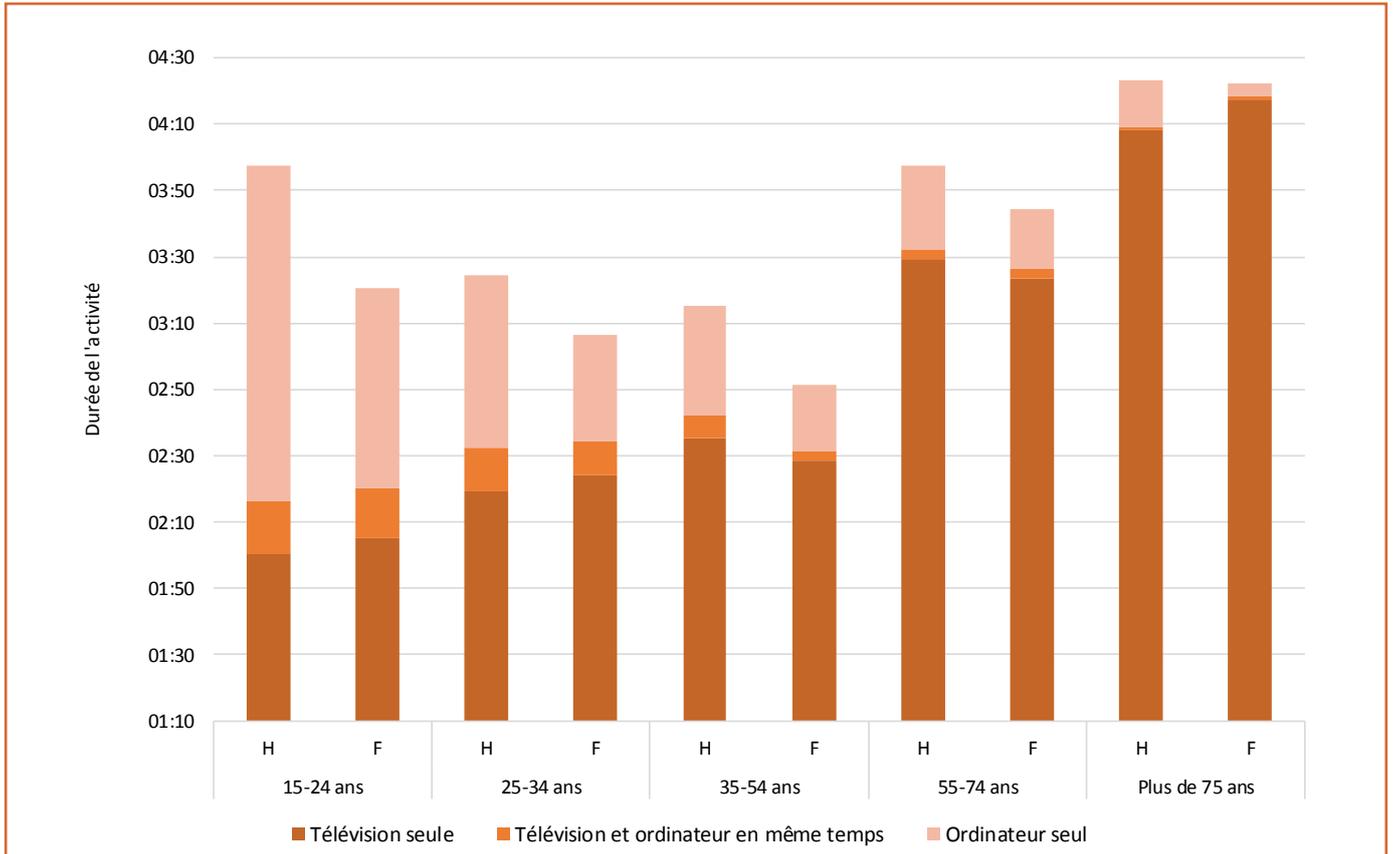
Cette évolution vers un plus grand temps de loisirs s'inscrit dans une tendance mondiale plus générale : au fur et à mesure que le niveau de vie s'élève dans un pays, la population aspire à davantage de loisirs et de temps libre. Ainsi selon le Crédoc, « les pays avec un fort niveau de de vie sont à la fois ceux où la durée du travail est la plus faible et le budget loisirs le plus important ».

Au niveau des activités possibles pour occuper ce temps libre, les choix sont vastes et les préférences très individuelles, mais la majeure partie des occupations se font à domicile, dans la sphère privée. La télévision et les écrans en général occupent ainsi la majeure partie du temps disponible des individus. Les Français passent ainsi en 2010 2h30 par jour devant un écran pour des raisons non professionnelles (la télévision pour les plus âgés, les ordinateurs et internet en général pour les plus jeunes). Internet et l'ordinateur sont des activités plus masculines (au moins jusqu'en 2010), avec 30 min de plus pour les hommes que pour les femmes, quel que soit l'âge.



© Région Hauts-de-France

figure 2 : Temps passé devant un écran selon l'âge et le sexe et par jour

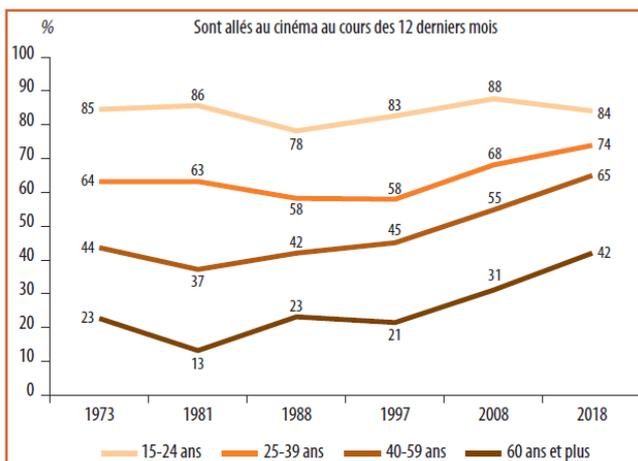


Source : Insee, enquête Emploi du temps 2009-2010

Lecture : Les hommes de 15 à 24 ans passent en moyenne par jour 2h02 minutes devant la télé, 16 minutes devant la télévision mais en utilisant aussi un ordinateur, et 1h23 devant un ordinateur uniquement.

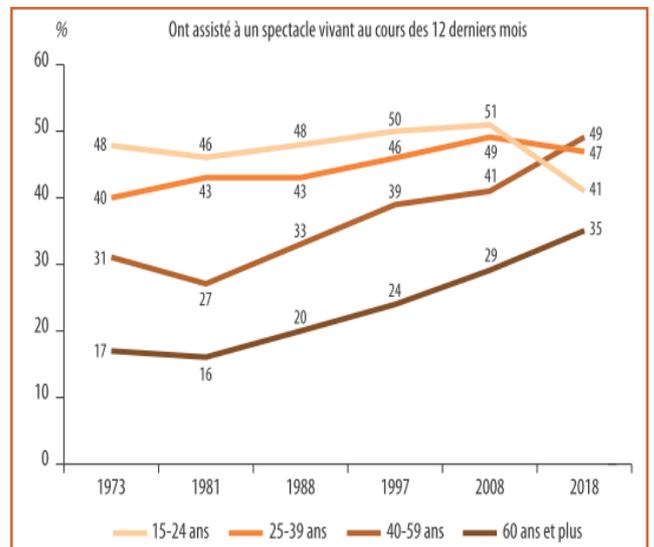
L'évolution des pratiques culturelles et récréatives (source : Enquête sur les pratiques culturelles) illustre la place prise par les loisirs dans le mode de vie français : sur longue période, les pratiques culturelles se sont diffusées à l'ensemble des classes d'âge. Dans les années 70, les jeunes (moins de 25 ans) avaient une fréquentation significativement plus élevée des lieux culturels (cinémas, spectacles vivants, etc.). À partir de la fin des années 90, cette pratique s'étend aux groupes plus âgés, notamment les plus de 60 ans. Si en 1974, seulement 17 % des plus de 60 ans avaient assisté à un spectacle vivant contre 48 % des moins de 25 ans, ce taux a doublé pour atteindre les 35 % en 2018, soit plus que 6 points d'écart avec les moins de 25 ans.

figure 3 : Fréquentation des salles de cinéma selon l'âge, 1973-2018



Source : Enquête sur les pratiques culturelles, 1973-2018, DEPS, Ministère de la Culture, 2020

figure 4 : Fréquentation des spectacles vivants selon l'âge, 1973-2018



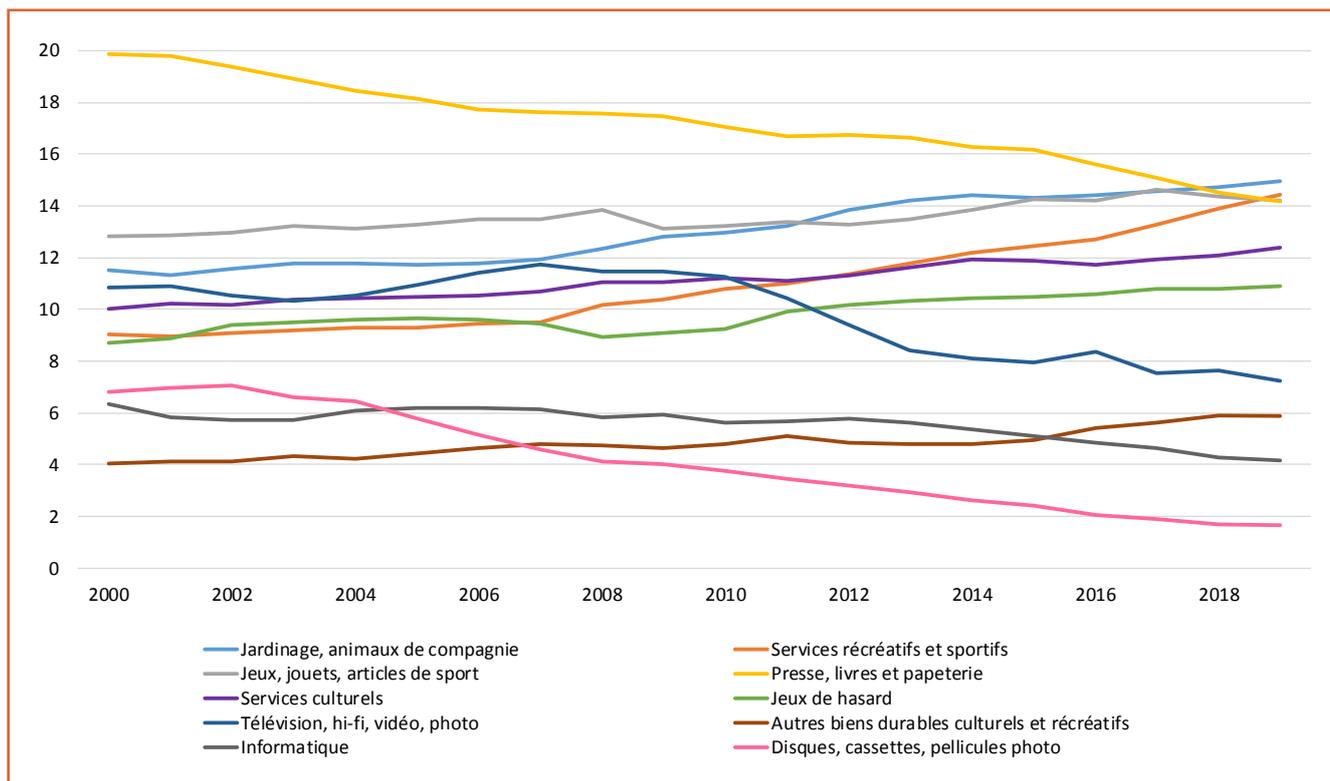
Source : Enquête sur les pratiques culturelles, 1973-2018, DEPS, Ministère de la Culture, 2020

Les dépenses consacrées aux loisirs (y compris la culture) sont également en augmentation, avec la part du budget des ménages passant de 6,5 % en 1959 à 8,1 % en 2012. Sur la période récente, le budget consacré aux livres a fortement diminué, en lien avec la baisse de la lecture, notamment chez les hommes. De premier poste budgétaire en 2000, la part des dépenses livre/presse/papeterie a diminué de plus de 5 points, passant derrière le poste jardinerie/animaux de compagnie, le poste services récréatifs et sportifs (sport, location de matériel sportif, fêtes foraines,

parcs d'attractions, week-ends, etc.) pour atteindre le niveau du poste jeux/jouets/articles de sport. La baisse de

la part des budgets matériel électronique, hi-fi et informatique est à rapprocher plutôt d'un effet-prix trompeur.

figure 5 : Dépenses culturelles et de loisirs (en % des dépenses culturelles et de loisirs totales)



Source : Insee, comptes nationaux - base 2014

PASSÉ > PRÉSENT > FUTURS POSSIBLES

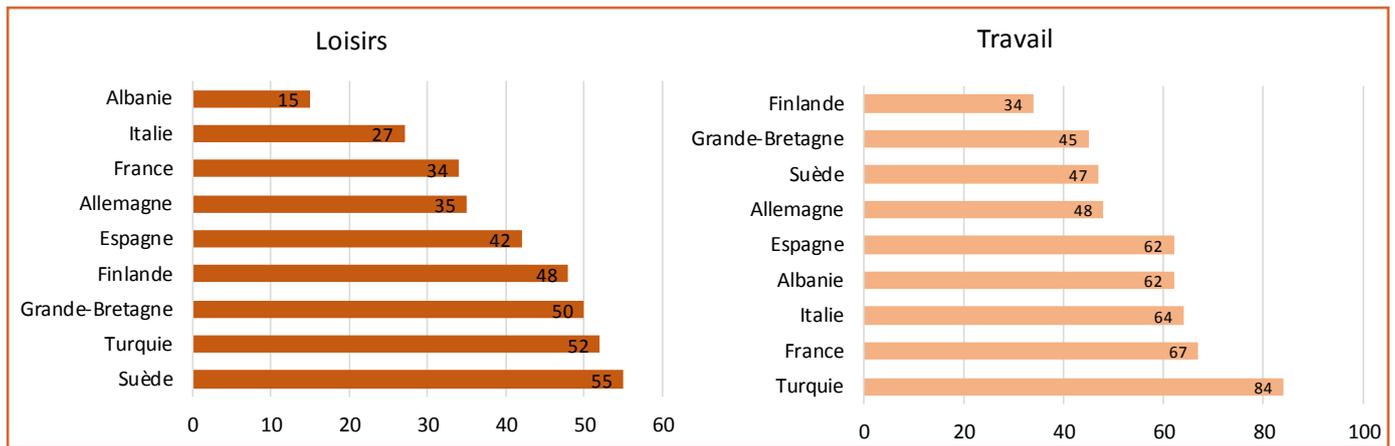
QUELLES SONT LES DYNAMIQUES À L'ŒUVRE ?

La place des loisirs en France est dans la moyenne européenne, en dessous de ce qu'elle est dans les pays nordiques, au Royaume-Uni et en Allemagne, où les dépenses de loisirs s'élèvent plutôt à 10 % du budget des ménages. Par ailleurs, toujours selon le Credoc, les Français se distinguent par un surinvestissement de la sphère professionnelle : « *contrairement à une idée reçue, ce ne sont pas le temps libre et les loisirs qui occupent une place prépondérante dans la vie des Français, mais plutôt le travail. [...] La France arrive dans ce domaine parmi les dix pays les plus attentifs à la vie professionnelle sur les quarante-sept étudiés.* » Pour le Crédoc, cette place prépondérante du travail dans les valeurs françaises freine le développement des loisirs en France et la convergence avec les autres pays développés.



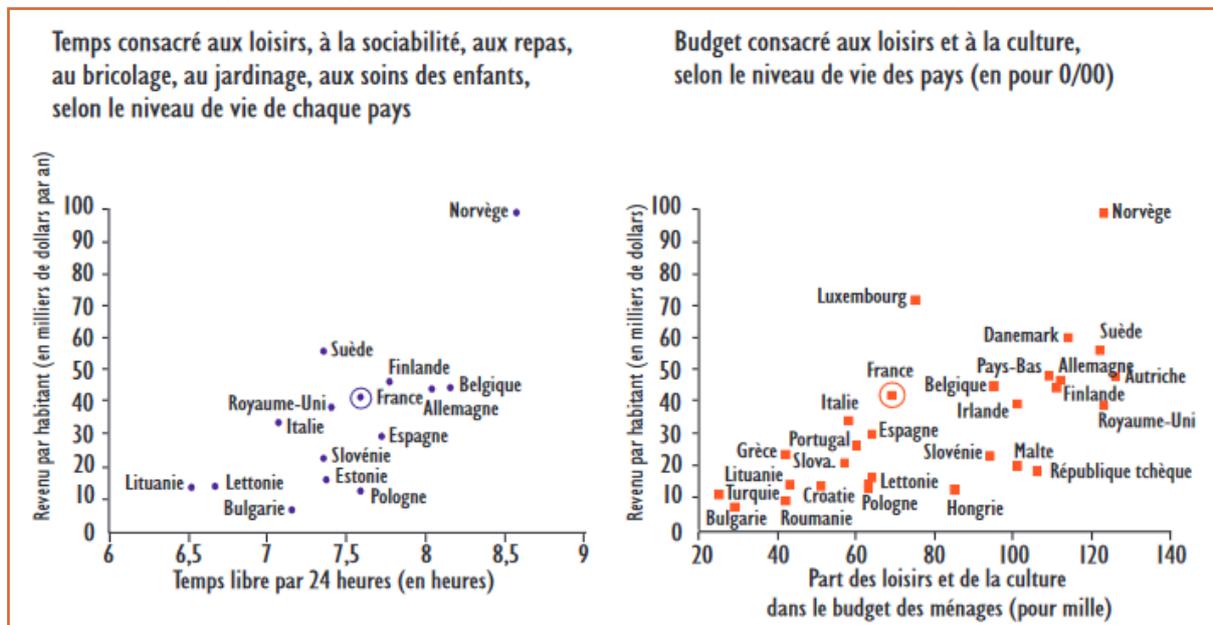
© Région Hauts-de-France

Figure 6 : Pouvez-vous me dire si, dans votre vie, le travail, les loisirs sont très importants, assez importants, peu importants, ou pas importants du tout (% très ou assez importants)



Source : Exploitation CRÉDOC de l'enquête European Values Survey vague 2008-2010 ; Les loisirs dans l'ombre de la valeur travail en france, CRÉDOC

Figure 7 : Temps libre et budget consacré aux loisirs : la France dans la moyenne



Source : Exploitation CRÉDOC de l'enquête European Values Survey vague 2008-2010 ; Les loisirs dans l'ombre de la valeur travail en france, CRÉDOC

La place des loisirs en France est également étroitement liée à la vie sociale : plus qu'ailleurs selon le Crédoc, les loisirs (sport, cinéma, visite de musée ou d'un lieu de patrimoine) sont vus comme une « opportunité de passer du temps avec des proches, de tisser ou renforcer des liens d'amitié ou des liens familiaux. L'appétence pour les loisirs relationnels est particulièrement forte chez les hauts revenus et les femmes. »

La crise sanitaire et les multiples confinements et restrictions d'activités qui en ont découlé ont eu un impact sur les occupations disponibles. Les activités impliquant une forte dimension relationnelle ont été particulièrement restreintes, amenant les individus à se replier sur la sphère privée. L'année 2020 s'est ainsi caractérisée par une forte croissance des dépenses de loisirs numériques et de loisirs en ligne. La vidéo à la demande a explosé : +31 % d'abonnements pour Netflix, +29 % pour Apple. L'ObSoCo évoque ainsi de profonds « changements de modes de consommation », avec des dépenses centrées sur le foyer : équipements de cuisine (+34 % de ventes pour les robots multifonctions). Les produits culturels ont également connu une hausse des ventes : +9% pour les bandes dessinées,

+63% pour les puzzles. Les jeux de société (+10% dans un marché global du jeu/jouet en net recul), les machines à coudre (+70 % pour les machines à coudre Singer), les articles de jardinage (+8,1 % pour les jardineries) et de bricolage (+4,8 % pour les enseignes spécialisées) ont également connu des ventes records.

Les loisirs font également évoluer l'aménagement des espaces publics et privés.

Dans le secteur privé, les zones commerciales, confrontées pour certaines à une baisse d'attractivité (cf. fiche immobilier commercial), mises en difficulté par le e-commerce et anticipant de nouvelles restrictions réglementaires sur le commerce de périphérie, ont identifié les loisirs comme un des leviers principaux pour attirer la clientèle. Si les loisirs se sont installés de longue date dans la périphérie commerciale, avec notamment les cinémas ou les bowlings, la transformation des zones commerciales périphériques en zones de loisirs s'accroît, avec le développement d'une offre de loisirs plus importante et diversifiée pour différents publics et budgets (fitness, trampoline, parcours, laser-game, escape-game ou encore expérience de chute libre et simulateur de conduite...).

Les centres-villes disposent également d'une forte connotation récréative, la dimension commerciale étant souvent indissociable de la dimension loisirs, dans une relation stratégique qui bénéficie également de la présence importante des activités de restauration. Les rues piétonnes, qui allient promenade et achats de biens et services, sont emblématiques de cette complémentarité. Comme les zones commerciales, de nouveaux espaces de loisirs privés y font leur apparition, à l'image des « escape rooms » dont plus de 1900 salles ont ouvert depuis 2015 (également présent dans les zones commerciales). Les musées et les lieux patrimoniaux évoluent également pour renforcer leur dimension de loisirs, en s'appuyant notamment sur les nouvelles technologies, en particulier de réalité virtuelle, mais aussi en promouvant de nouvelles approches pédagogiques pour renforcer leur dimension ludique. C'est ainsi qu'un nouveau concept muséographique comme l'Atelier des Lumières à Paris a pu rencontrer un vif succès.

Dans la sphère publique, cette dimension loisirs est également renforcée par les choix d'aménagement des pouvoirs publics. Les aires de jeux pour enfants, un des premiers contacts des tout-petits avec les loisirs extérieurs, gagnent de l'ampleur, après une période de désinvestissement pour cause de risque juridique : à Amiens, la ville a ainsi transformé l'aire de jeux du Square Jules Bocquet autour de l'univers de Jules Verne. Ces aires de jeux sont désormais davantage perçues comme source d'espaces publics qualitatifs intéressants à développer pour la ville. La création d'un miroir d'eau (à Bordeaux, à Nantes) fait également partie de ces aménagements destinés à renforcer la dimension ludique du centre-ville, en lien avec la mise en valeur patrimoniale de la ville, spectacle de son et lumière projeté sur la cathédrale). La ville devient ainsi un « lieu d'expériences et d'attractions », comme l'illustre de façon emblématique le dragon de la ville de Calais.

Publics ou privés, les événements éphémères sont également des loisirs en forte croissance, et permettent de créer des rendez-vous autour de temps forts saisonniers (marchés de Noël, festivals, fêtes populaires...). Ils peuvent faire partie d'un dispositif d'urbanisme transitoire, occuper une friche dont la nouvelle destination n'est pas encore déterminée, à l'image du festival amiénois de BD « On a marché sur la bulle » qui a occupé une ancienne halle Sernam de la SNCF. Les loisirs peuvent aussi investir les lieux interstitiels difficiles à exploiter de façon traditionnelle : lieux souterrains, zones proches de viaducs, etc.

Cette évolution est influencée par l'essor de l'activité en ligne, et notamment le bouche-à-oreille numérique qui favorise la recherche d'expériences originales. Les réseaux sociaux jouent un rôle indéniable dans la diffusion de nouvelles pratiques de loisirs. Les restrictions de déplacement liées à la crise sanitaire semblent de leur côté renforcer la dimension locale des loisirs, qu'on cherche désormais à proximité de son domicile.



© Région Hauts-de-France

PASSÉ > PRÉSENT > FUTURS POSSIBLES

QUELLES SONT LES INFLEXIONS ET RUPTURES QUI POURRAIENT MODIFIER LES DYNAMIQUES EN COURS ?

Plusieurs facteurs peuvent jouer sur la place des loisirs dans les habitudes des Français.

La France pourrait d'abord connaître un phénomène de rattrapage vis-à-vis des autres pays européens, convergant ainsi vers un modèle de société où les loisirs tiennent une place centrale.

La crise sanitaire et les restrictions imposées aux Français pourraient influencer de deux façons différentes les pratiques. D'une part, la frustration subie peut entraîner une forte demande de loisirs en compensation, notamment des activités sociales (restaurants, bars, tourisme). La crise sanitaire peut également, d'autre part, avoir donné goût aux Français pour des activités se déroulant dans la sphère privée (bricolage, jardinage, cuisine, couture...) ou en pleine nature (balades, randonnées, vélo...), dont beaucoup ont pu être privés pendant cette période.

La crise économique attendue après la crise sanitaire peut avoir comme effet corollaire de renforcer la valeur travail au détriment des loisirs comme cela a été le cas après la crise de 2008, la crainte de perdre son emploi jouant un rôle moteur dans l'investissement professionnel. Elle entraîne également une baisse de niveau de vie pour une partie des ménages, lesquels ne peuvent plus pratiquer d'activités de loisirs payants. La pression sur les finances des collectivités pourraient également les amener à faire des choix budgétaires les détournant du domaine des loisirs.

Les choix politiques en matière de réglementation du temps de travail joueront également un rôle majeur dans le temps libre laissé à disposition des Français.



MICRO-SCÉNARIOS

Élaborés en atelier, ces scénarios proposent des avenir **possibles** de la variable étudiée, articulés à partir de trois hypothèses :

- **L'hypothèse tendancielle** s'inscrit dans la continuité des dynamiques en cours,
- **Deux hypothèses alternatives** transformatrices du centre-ville ont été élaborées autour de ce pivot central.

LA CRISE SANITAIRE ET LA CRISE ÉCONOMIQUE ENTRAÎNENT UNE DIMINUTION DES LOISIRS, QUI SE REPLIE SUR LA SPHÈRE PRIVÉE

Les habitudes prises pendant le confinement se combinent à la crise économique (baisse du budget disponible) pour réduire la place des loisirs, et surtout des loisirs extérieurs monétarisés. La valeur travail reste mise en avant, le temps de travail ne se réduit pas volontairement. Les événements festifs et sociaux ne retrouvent pas l'ampleur d'avant crise, les Français n'apprécient plus autant la foule après plus d'une année de restriction sociale. Les centres-villes perdent de l'attractivité comme pôle commerçant et de loisirs.

LES CENTRES-VILLES SONT CONCURENCÉS PAR LES ZONES COMMERCIALES COMME LIEU DE LOISIRS

La place des loisirs retrouve son niveau d'avant la crise sanitaire, mais reste en deçà de ce qu'elle peut être dans les pays les plus avancés d'Europe. Les centres-villes restent une destination de loisirs importante, mais ils sont concurrencés par les zones commerciales qui cherchent à contrer les limites mises à leur développement commercial en déployant les activités récréatives et de loisirs.

LA CRISE SANITAIRE ET LES CONFINEMENTS ENTRAÎNENT UN EFFET REBOND QUI RENFORCE LES CENTRES-VILLES

Les valeurs françaises se rapprochent du modèle nord-européen, la place du travail diminue, à la fois par un recours choisi au temps partiel et par la poursuite de la baisse réglementaire du temps de travail. Les restrictions subies pendant la crise sanitaire ont fortement pesé sur le moral des Français, qui ressentent un fort besoin de renouer avec leur mode de vie d'avant et surtout de sortir de chez eux. On observe même un effet rebond similaire aux « années folles » d'après la Première Guerre mondiale, avec une appétence décuplée pour les activités sociales et festives. Les centres-villes sont en première ligne pour répondre à cette demande accrue.

RÉFÉRENCES DOCUMENTAIRES

- Les grands gagnants de « l'économie du confinement », Aline Leclerc, Nicole Vulser, Jean-Michel Bezat, Chloé Aeberhardt, Emeline Cazi, Alexandre Piquard, Vincent Fagot, Cécile Prudhomme et Juliette Garnier – Le Monde 6/02/2021
- Les Français accordent une part grandissante aux loisirs, Marlène Duretz Le Monde 14/07/2014
- Le « temps libre » dans cette société du divertissement fait-il notre bonheur ? Le Monde 18r/04/2018
- Les Français veulent vivre plus intensément, R.Bigot, E.Daudey, S. Hobian CREDOC 07/2014
- Commentaire sur « Divertissements et loisirs dans les sociétés urbaines à l'époque moderne et contemporaine » (Robert Beck, Anna Madœuf) Conclusion Philippe Chassaingne Open Edition Books
- Cinquante ans de pratiques culturelles en France, Philippe Lombardo, Loup Wolff, Ministère de la culture 10/07/2020
- Jeux de société et puzzles raflent la mise, Véronique Yvernault LSA 1/02/2021
- Tourisme et loisirs en milieux urbain et péri-urbain en France Joël Mirloup PERSEE 1984
- Les nouveaux lieux de loisirs urbains : vers des villes d'attractions ? (1/2) Vincent Philippe, Urba news 23/09/2019
- Les nouveaux lieux de loisirs urbains : vers des villes d'attractions ? (2/2) Vincent Philippe, Urba news 23/09/2019
- Depuis 11 ans, moins de tâches ménagères, plus d'Internet, Layla Ricroch et Benoît Roumier, division Conditions de vie des ménages, Insee 2011



Date de publication : février 2021

Rédaction : Aurore Sorin - Benoît Guinamard
Coralie Peyrot-Bégard - Stéphane Humbert

Contact : collegedeprospective@hautsdefrance.fr

Retrouvez l'actualité et les publications du collège sur le site de l'Agence Hauts-de-France 2020-2040
<https://2040.hautsdefrance.fr>