

## Communiqué de presse

Embargo 30 Juin 2015

### **Les Américains, les Canadiens et les Britanniques sont les plus satisfaits de leur temps disponible pour les loisirs**

- **Seulement 16% de la population de la planète est entièrement satisfaite du temps disponible pour les loisirs.**
- **Les États-Unis, le Canada et le Royaume-Uni affichent les plus forts taux de satisfaction, tandis que la Russie et le Japon les plus faibles**
- **Les Français sont parmi les pays les plus satisfaits de leur temps de loisirs mais sont seulement en 11<sup>ème</sup> place avec l'Espagne en termes de personnes entièrement satisfaites.**

**Suresnes, le 30 Juin 2015 - Le rythme soutenu de la vie est une source fréquente d'insatisfaction pour beaucoup d'individus. Les conclusions publiées par GfK montrent toutefois que la majorité de la population mondiale, soit 58%, s'estime entièrement ou assez satisfaite du temps qu'elle peut consacrer aux loisirs.**

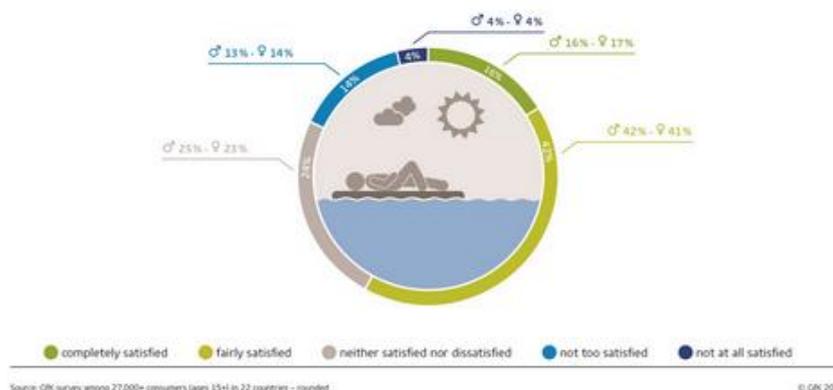
Sur l'ensemble des 22 pays étudiés, 16% des personnes âgées de 15 ans et plus se disent entièrement satisfaites du temps qu'elles consacrent aux loisirs, tandis que 42% sont assez satisfaites. Globalement, seulement 18% des personnes interrogées font part d'une insatisfaction à cet égard, parmi lesquelles 4% ne sont pas du tout satisfaites.

Les résultats s'avèrent très utiles pour toutes les entreprises dont l'offre de produits ou de services est axée sur les loisirs et les moments de détente des individus en leur permettant de personnaliser leur message en fonction des différentes cibles. En effet, les personnes les moins satisfaites de leur temps de loisirs sont aussi les plus susceptibles de s'intéresser à des offres qui leur permettent de tirer le meilleur parti de leur peu de temps libre, ou bien à des activités compatibles avec des plages horaires irrégulières.

GfK France  
40, rue Pasteur  
CS 90004  
F92150 SURESNES CEDEX  
Tél. +33 (0)1 74 18 60 02  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

DG : Bruno Botton  
N° TVA : FR 30 702 004 235  
SARL au capital de 76 368,00 €  
APE 7320Z  
R.C.S. Nanterre B 702 004 235  
SIRET : 702 004 235 00041

## SATISFACTION WITH THE AMOUNT OF LEISURE TIME



### Infographie : [Satisfaction à l'égard du temps de loisirs](#)

#### Les Américains sont les plus satisfaits de leur temps disponible pour les loisirs

La définition des « loisirs » varie d'une culture à l'autre, voire d'une personne à l'autre. Mais indépendamment de l'idée qu'elles se font des loisirs, les insights qui émergent de l'étude sont semblables d'un pays à l'autre.

Il est bien connu que les Américains disposent de peu de jours de congés par an ; malgré cela, ils comptent parmi les plus satisfaits du temps consacré aux loisirs. Près de sept individus sur dix (69%) se disent entièrement ou assez satisfaits. Ils sont suivis de près par les Canadiens et les Britanniques (67% chacun), ainsi que par les Belges et les Allemands (66% chacun). En tête du classement des pays dont les habitants sont les moins satisfaits du temps disponible pour les loisirs figure la Russie avec près d'un tiers (31%) de la population qui s'estime pas du tout satisfaite, ou pas très satisfaite, suivie de près par le Japon (30%) et le Brésil (28%).

Les Français, qui disposent généralement d'un nombre supérieur de jours de congés que les habitants de beaucoup de pays, ne comptent que 18% de personnes entièrement satisfaites (11ème place avec l'Espagne), le rythme quotidien, en dehors des congés, ne facilitant pas toujours la pratique d'activités de loisirs régulière. Pour autant, la France compte une des plus fortes proportions de personnes assez ou très satisfaites de leur temps disponible (64%).

## SATISFACTION WITH THE AMOUNT OF LEISURE TIME



### Infographie : Classement par pays de l'indice de satisfaction à l'égard du temps de loisirs

#### La retraite - source de satisfaction quant au temps consacré aux loisirs

Il n'est pas surprenant de constater que les personnes âgées de 60 ans et plus sont les plus susceptibles d'être satisfaites du temps consacré aux loisirs : près d'un tiers (31%) s'estiment entièrement satisfaites et un peu moins de la moitié (46%) sont assez satisfaites. Cependant, les autres groupes d'âge suivent de près, s'estimant assez satisfaits du temps de loisirs, avec des pourcentages oscillant entre 40 et 43%. En revanche, lorsqu'il s'agit d'une satisfaction entière, ces groupes d'âge sont davantage distancés par rapport aux personnes âgées de 60 ans et plus.

#### À propos de l'étude

Pour cette étude, GfK a interviewé plus de 27 000 personnes âgées de 15 ans et plus dans 22 pays, en ligne (en face à face en Ukraine), durant l'été 2014. Dans les pays concernés par l'enquête en ligne, les données ont été redressées pour les rendre représentatives de la composition démographique de la population âgée de 15 ans et plus sur chaque marché. Pour ce qui est de l'Ukraine, l'étude est représentative de la population urbaine des classes supérieures (tier 3) âgée de 15 ans et plus, à l'exception des milieux socio-économiques les plus pauvres. Les pays inclus dans ce communiqué de presse sont l'Allemagne, l'Argentine, l'Australie, la Belgique, le Brésil, le Canada, la Chine, la Corée du Sud, l'Espagne, les États-Unis, la France, Hong Kong, l'Italie, le Japon, le Mexique, la Pologne, le Royaume-Uni, la Russie, la Suède, Taïwan, la Turquie et l'Ukraine.



### **Contacts Presse :**

#### **GfK Consumer Experiences**

Frédérique Bonhomme, Tel : +33 (0) 1 74 18 67 36 /

[Frederique.Bonhomme@gfk.com](mailto:Frederique.Bonhomme@gfk.com)

Patricia Schmied, Tél : +33 (0)1 74 18 66 99 / [Patricia.Schmied@gfk.com](mailto:Patricia.Schmied@gfk.com)

### **A propos du Groupe GfK**

GfK est la source d'informations de référence sur les marchés et les consommateurs, qui permet à ses clients de prendre des décisions stratégiques. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs.

Pour plus d'information, visitez <http://www.gfk.com> ou suivez-nous sur Twitter: [https://twitter.com/GfK\\_en](https://twitter.com/GfK_en)