



**Rapport de recherche**

## **Panorama des loisirs en 2025 – une étude de Brack**

**Résultats d'une enquête en ligne, représentative de la population suisse, sur les loisirs favoris, le temps à disposition et le niveau de satisfaction individuelle.**

Projet de recherche réalisé pour le compte du détaillant en ligne Brack

## Table des matières

<b>1. Résumé</b>	<b>7</b>
<b>2. Introduction</b>	<b>9</b>
2.1 Loisirs: le terme et son histoire	9
2.2 Pertinence de l'objet de recherche	9
2.3 Études disponibles sur les pratiques de loisirs en Suisse	10
2.3.1 Activités favorites	10
2.3.2 Temps libre disponible et satisfaction	10
2.4 Objectifs	11
2.5 Problématiques/hypothèses	11
2.5.1 Hypothèse de travail 1	11
2.5.2 Hypothèse de travail 2	11
2.5.3 Hypothèse de travail 3	12
<b>3. Méthode</b>	<b>12</b>
3.1 Conception de l'enquête et collecte des données	12
3.2 Population et échantillon	12
3.2.1 Structure de l'échantillon:	13
3.2.2 Autres variables socio-économiques importantes et modalités	13
3.3 Opérationnalisation	14
3.3.1 Hypothèse de travail 1: Avec son assortiment, Brack couvre 75% des activités de loisirs des Suissesses et des Suisses.	14
3.3.2 Hypothèse de travail 2: Les Suissesses et les Suisses sont insatisfaits du temps qu'ils peuvent consacrer à leurs loisirs.	14
3.3.3 Hypothèse de travail 3: Les Suissesses et les Suisses aimeraient disposer de plus de temps pour eux-mêmes.	14
3.3.4 Temps disponible	15
3.4 Analyse	15
<b>4. Résultats</b>	<b>16</b>
4.1 Activités de loisirs	16
4.1.1 Total	16
4.1.2 Réponse spontanée («top of mind»)	17
4.1.3 Différences entre les régions linguistiques	18
4.1.4 Différence entre la ville et la campagne	19
4.1.5 Différences entre les sexes	19
4.1.6 Différences selon le niveau de formation	20
4.1.7 Différences selon l'activité professionnelle	21
4.1.8 Différences selon la taille du ménage	22
4.1.9 Différences liées à la responsabilité des courses	22
4.1.10 Différences en fonction du revenu	23
4.1.11 Différences entre locataires et propriétaires	24
4.1.12 Différences entre les groupes d'âge	25

4.1.13	Différences selon les phases de la vie .....	26
4.1.14	Activités de loisirs présentant les différences les plus significatives et les moins significatives.....	28
4.1.15	Couverture par Brack .....	29
4.2	Temps disponible.....	30
4.2.1	Différences concernant les loisirs les jours de semaine.....	32
4.2.2	Différences concernant les loisirs les jours de week-end .....	36
4.2.3	Différences concernant le temps pour soi les jours de semaine .....	39
4.2.4	Différences concernant le temps pour soi les jours de week-end.....	43
4.3	Satisfaction.....	46
4.3.1	Différences significatives quant à la satisfaction.....	47
4.3.2	Différences sans signification quant à la satisfaction .....	53
<b>5.</b>	<b>Discussion/interprétation .....</b>	<b>54</b>
5.1	Réponse aux questions de recherche .....	54
5.1.1	Hypothèse de travail 1: Avec son assortiment, Brack couvre 75% des activités de loisirs des Suissesses et des Suisses.....	54
5.1.2	Hypothèse de travail 2: Les Suissesses et les Suisses sont insatisfaits du temps qu'ils peuvent consacrer à leurs loisirs.....	54
5.1.3	Hypothèse de travail 3: Les Suissesses et les Suisses aimeraient disposer de plus de temps pour eux-mêmes. ....	54
5.2	Interprétation.....	55
5.3	Besoins de recherche supplémentaires .....	56
5.3.1	La longue traîne ou l'analyse fastidieuse des champs libres .....	56
5.3.2	Moment de l'enquête .....	56
5.3.3	Interprétations individuelles de ce qui relève des loisirs ou non .....	56
5.3.4	Estimation personnelle par rapport à la mesure/l'enregistrement du temps.....	56
5.3.5	Effets liés à la désirabilité sociale .....	56
5.3.6	Lien entre temps disponible et satisfaction.....	57
5.3.7	Obtenir des résultats socialement pertinents .....	57
<b>6.</b>	<b>Annexe .....</b>	<b>58</b>
6.1	Captures d'écran du questionnaire dans le navigateur .....	58
6.2	Littérature/sources .....	69

**Liste des tableaux**

Tableau 1 – Structure de l'échantillon (source: GfK Switzerland) .....	13
Tableau 2 – Autres variables importantes de l'échantillon (source: GfK Switzerland).....	13
Tableau 3 – Total des activités de loisirs préférées (source: GfK Switzerland).....	16
Tableau 4 – Total des activités de loisirs préférées, catégories principales (source: GfK Switzerland) .....	17
Tableau 5 – Activités de loisirs préférées, réponse spontanée (source: GfK Switzerland).....	18
Tableau 6 – Activités de loisirs: différences significatives entre les régions linguistiques (source: GfK Switzerland) .....	19
Tableau 7 – Activités de loisirs: différences significatives entre la ville et la campagne (source: GfK Switzerland) .....	19
Tableau 8 – Activités de loisirs: différences significatives entre les femmes et les hommes (source: GfK Switzerland).....	20
Tableau 9 – Activités de loisirs: différences significatives selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland) .....	20
Tableau 10 – Activités de loisirs: différences significatives selon l'activité professionnelle (source: GfK Switzerland).....	21
Tableau 11 – Activités de loisirs: différences significatives selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland) .....	22
Tableau 12 – Activités de loisirs: différences significatives selon le revenu du ménage (source: GfK Switzerland) .....	23
Tableau 13 – Activités de loisirs: différences significatives entre locataires et propriétaires (source: GfK Switzerland).....	24
Tableau 14 – Activités de loisirs: différences significatives selon le groupe d'âge (source: GfK Switzerland) .....	25
Tableau 15 – Activités de loisirs: différences significatives selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland) .....	26
Tableau 15 – (suite).....	27
Tableaux 16a et b – Activités de loisirs (source: GfK Switzerland).....	28
Tableau 17 – Activités de loisirs couvertes par l'assortiment de Brack (en décembre 2024).....	29
Tableau 18 – Temps libre et pour soi moyen les jours de semaine et de week-end (source: GfK Switzerland) .....	30

Liste des graphiques

Diagramme 1 – Temps libre et pour soi moyen les jours de semaine et de week-end (source: GfK Switzerland) .....	30
Diagramme 2 – Temps libre les jours de semaine selon la taille de la localité (source: GfK Switzerland) .....	32
Diagramme 3 – Temps libre les jours de semaine selon la classe d'âge (source: GfK Switzerland) .....	32
Diagramme 4 – Temps libre les jours de semaine selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland) .....	33
Diagramme 5 – Temps libre les jours de semaine selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland) .....	33
Diagramme 6 – Temps libre les jours de semaine selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland) .....	34
Diagramme 7 – Temps libre les jours de semaine selon le revenu (source: GfK Switzerland)....	34
Diagramme 8 – Temps libre les jours de week-end selon la classe d'âge (source: GfK Switzerland) .....	36
Diagramme 9 – Temps libre les jours de week-end selon l'activité professionnelle (source: GfK Switzerland) .....	36
Diagramme 10 – Temps libre les jours de week-end selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland) .....	37
Diagramme 11 – Temps libre les jours de week-end selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland) .....	37
Diagramme 12 – Temps pour soi les jours de semaine selon l'âge (source: GfK Switzerland) ...	39
Diagramme 13 – Temps pour soi les jours de semaine selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland) .....	39
Diagramme 14 – Temps pour soi les jours de semaine selon le taux d'occupation (source: GfK Switzerland) .....	40
Diagramme 15 – Temps pour soi les jours de semaine selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland) .....	40
Diagramme 16 – Temps pour soi les jours de semaine selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland) .....	41
Diagramme 17 – Temps pour soi les jours de semaine selon le revenu brut (source: GfK Switzerland) .....	41
Diagramme 18 – Temps pour soi les jours de week-end selon l'âge (source: GfK Switzerland).43	
Diagramme 19 – Temps pour soi les jours de week-end selon l'âge (source: GfK Switzerland).43	
Diagramme 20 – Temps pour soi les jours de week-end selon le taux d'occupation (source: GfK Switzerland) .....	44
Diagramme 21 – Temps pour soi les jours de week-end selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland) .....	44
Diagramme 22 – Temps pour soi les jours de week-end selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland) .....	45
Diagramme 23 – Satisfaction quant au temps libre et temps pour soi (source: GfK Switzerland) .....	46
Diagramme 24 – Satisfaction par région linguistique (source: GfK Switzerland).....	47

Diagramme 25 – Satisfaction selon le sexe (source: GfK Switzerland).....	47
Diagramme 26 – Satisfaction selon l’âge (source: GfK Switzerland) .....	48
Diagramme 27 – Satisfaction selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland).....	48
Diagramme 28 – Satisfaction selon le taux d’occupation (source: GfK Switzerland) .....	49
Diagramme 29 – Satisfaction selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland).....	49
Diagramme 30 – Satisfaction selon le rapport de propriété (source: GfK Switzerland).....	50
Diagramme 31 – Satisfaction selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland).....	51
Diagramme 32 – Satisfaction selon la tranche de revenu (source: GfK Switzerland) .....	52
Diagramme 33 – Satisfaction selon le nombre d’habitants du lieu de résidence (source: GfK Switzerland) .....	53
Diagramme 34 – Satisfaction en tenant compte de la responsabilité des courses (source: GfK Switzerland) .....	53
Illustration A1 – Démarrage du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	58
Illustration A2 – Captcha du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland) .....	58
Illustration A3 – Essai du son du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland) .....	59
Illustration A4 – Questions introductives du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland) .....	59
Illustration A5 – Transition vers le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	60
Illustration A6 – Question sur les activités de loisirs préférées dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland) .....	60
Illustration A7 – Question sur le temps libre disponible dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland) .....	61
Illustration A8 – Question sur le temps pour soi disponible dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland) .....	62
Illustration A9 – Question sur la satisfaction quant au temps libre disponible dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	63
Illustration A10 – Question sur la taille du ménage dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	63
Illustration A11 – Question sur la détermination de la phase de la vie dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	64
Illustration A12 – Question sur la responsabilité des achats dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland) .....	64
Illustration A13 – Question sur l’activité professionnelle dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	64
Illustration A14 – Question sur le taux d’occupation dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	65
Illustration A15 – Question sur le statut professionnel dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	65
Illustration A16 – Question sur le niveau de formation dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	66
Illustration A17 – Question sur le rapport de propriété du logement dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	66
Illustration A18 – Question sur le revenu dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland) ..	67
Illustration A19 – Champ de texte libre dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	67
Illustration A20 – Fin du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland).....	68

## 1. Résumé

Le présent rapport de recherche explore les loisirs de la population suisse, le temps qu'elle y consacre et le niveau de satisfaction à cet égard. Dans ce cadre, l'institut d'études de marché GfK Switzerland a interrogé en ligne un échantillon représentatif de plus de 1000 personnes pour le compte de Brack, le plus grand site de vente en ligne indépendant de Suisse.

La population suisse consacre son temps libre principalement à trois activités:

- la consommation de médias (avec une prédilection pour la lecture),
- les activités physiques (notamment la randonnée) et
- les activités créatives (par exemple cuisiner).

Grâce à son assortiment, Brack est en mesure de couvrir environ trois quarts des activités listées, du moins dans la mesure où les articles nécessaires ou utiles à leur pratique peuvent être achetés.

En semaine, les personnes vivant en Suisse disposent en moyenne d'un peu plus de quatre heures de temps libre, dont deux heures et demie pour elles seules. Le samedi ou le dimanche, ce temps s'élève à sept heures et quart, dont près de quatre heures uniquement pour soi.

Si la population suisse se dit globalement satisfaite de son temps libre, cette satisfaction est plus nuancée lorsqu'il s'agit du temps qu'elle peut consacrer exclusivement à elle-même, le fameux «*me time*». L'étude révèle en outre d'importantes disparités dans la répartition du temps libre et dans le niveau de satisfaction selon les caractéristiques sociodémographiques des individus.

L'étude met également en évidence des tendances communes: certaines activités sont autant appréciées ou aussi peu appréciées dans tous les segments (par exemple les activités de bien-être), tandis que d'autres sont nettement plus prisées par certaines catégories sociodémographiques (par exemple la danse). Parmi les critères influençant ces préférences, la «phase de vie» – qui regroupe à la fois la tranche d'âge et la situation familiale – apparaît comme un facteur déterminant. Parmi tous les critères, la phase de la vie est celui qui fait ressortir les différences les plus significatives, qu'il s'agisse des activités préférées, du temps libre disponible et du niveau de satisfaction correspondant. Sans surprise, les parents d'enfants âgés de zéro à onze ans sont ceux qui disposent du moins de temps libre et de temps rien que pour eux. Selon leurs déclarations, ce «*me time*» se réduit à l'équivalent d'un film, soit une heure de moins que la moyenne générale. Par conséquent, les personnes de l'échantillon classées dans cette phase de la vie sont aussi de loin les moins satisfaites.



## 2. Introduction

### 2.1 Loisirs: le terme et son histoire

Ce que nous entendons par «loisirs» ou «temps libre» a connu plusieurs évolutions au cours de l'histoire du monde. Remontons à la Grèce antique, où l'économie reposait sur l'esclavage (Ritschel 2021, p. 24). Seuls les citoyens libres échappaient aux tâches économiques et utilitaires, ce qui leur permettait de se consacrer à ce qui était alors jugé «plus noble»: la philosophie, la culture et la politique. Mener une telle vie était considéré comme un idéal de vertu à l'époque (Martin 1984, 1<sup>re</sup> partie).

Dans l'Europe médiévale, le travail acharné devient au contraire une valeur essentielle. «L'oïveté est la mère de tous les vices», proclame un dicton influencé par l'éthique protestante du travail. Cette conception place le travail au cœur de la vie, reléguant les loisirs au second plan. À l'ère de l'industrialisation, les ouvriers luttent pour plus de droits et une réduction du temps de travail. L'augmentation de la productivité dans les usines de l'époque ouvre la voie au développement des loisirs comme on les conçoit de nos jours.

Le Larousse définit aujourd'hui les loisirs comme: «Temps libre dont on dispose en dehors des occupations imposées, obligatoires, et qu'on peut utiliser à son gré» («loisirs», 2024). Les loisirs correspondent au temps de notre vie que nous ne sommes pas contraints de consacrer au travail, à l'école ou à d'autres obligations. Les activités essentielles, telles que l'alimentation, la gestion du foyer, le soin du corps et le sommeil n'en font généralement pas partie. C'est ainsi que les loisirs sont aujourd'hui le terme complémentaire de «travail».

Les Nations unies ont consacré le droit aux loisirs comme un droit humain au milieu du siècle dernier (Nations unies, 1948, art. 24). Depuis, le temps de travail a continué de diminuer, bien que la charge de travail se soit intensifiée sur les heures restantes. Les loisirs sont donc devenus le temps durant lequel les individus récupèrent pour restaurer leur force de travail. Une véritable industrie des loisirs s'est développée: du parc d'attractions aux accessoires de golf, l'argent durement gagné est dépensé en services et produits permettant de profiter au maximum de son temps libre. La pandémie de Covid-19 a quant à elle généralisé le télétravail, réduisant les trajets pendulaires et augmentant le temps libre disponible.

### 2.2 Pertinence de l'objet de recherche

Le temps est un des biens les plus précieux. Et tout le monde le sait: il vient souvent à manquer. Si nous voulons accomplir quelque chose, il nous faut prendre le temps de le faire. Avant qu'il ne soit trop tard. Car, inéluctablement, le temps s'épuise. Rares sont ceux qui disposent librement du temps nécessaire pour profiter pleinement des plaisirs de la vie, du moins pas durant la vie active. Notre travail accapare l'attention et, même à la maison, le temps libre n'est pas toujours synonyme de liberté, contrairement à ce que le terme suggère. Toutes les entreprises et fonctions ne permettent pas d'être totalement injoignable en dehors des heures de travail. Puis, au-delà de cela, il faut gérer le foyer, honorer des engagements associatifs... Nous devons bien répartir notre temps libre. Le niveau de satisfaction quant à nos propres loisirs dépend à la fois du temps dont on dispose et de la manière dont on l'emploie.

Comment la population suisse occupe-t-elle son temps libre? De combien d'heures dispose-t-elle réellement, et dans quelle mesure s'en estime-t-elle satisfaite? Et, surtout, de quelle part

de ce temps peut-elle profiter seule? Et, enfin, pourquoi un site de vente en ligne comme Brack s'intéresse-t-il à ces questions?

## 2.3 Études disponibles sur les pratiques de loisirs en Suisse

### 2.3.1 Activités favorites

L'Office fédéral de la statistique (OFS) réalise tous les cinq ans une enquête sur les activités de loisirs, qui est cependant clairement centrée sur les activités culturelles. En 2019, trois quarts de la population a indiqué fréquenter des sites historiques et archéologiques, des concerts ainsi que des musées et des expositions (respectivement 74%, 72% et 71%, OFS, 2020, 2<sup>e</sup> partie). Cette fréquentation varie selon le profil sociodémographique des personnes (ibid.). La photographie (25%), la peinture, le chant (21%) ou la pratique d'un instrument (18%) font partie des activités artistiques et créatives plébiscitées (ibid.). En outre, 96% des personnes interrogées ont indiqué aimer écouter de la musique en privé, 83% avoir lu au moins un livre dans les douze mois qui ont précédé l'enquête (ibid.).

L'enquête menée régulièrement pour l'Office fédéral du sport (OFSP) révèle qu'aujourd'hui plus de la moitié de la population pratique une activité physique de manière intensive. La randonnée, le cyclisme, la natation, le ski et le jogging figurent parmi les sports les plus populaires. Par ailleurs, la musculation, le yoga et la danse connaissent un engouement croissant. En moyenne, les personnes pratiquant une activité sportive s'adonnent à quatre ou cinq disciplines différentes (Bürgi et al., 2021, p. 7). Les résultats dépendent ici de caractéristiques socio-démographiques telles que l'urbanité, l'âge, le sexe, la région linguistique, la formation, les revenus, la nationalité, l'origine (ibid.).

Le comportement des enfants et adolescents de Suisse en matière de loisirs (en lien avec des médias ou non) est un aspect bien étudié dans les sciences de l'éducation et des médias.

L'étude MIKE, qui s'intéresse principalement aux habitudes de loisirs des jeunes, inclut également une section facultative basée sur un échantillon non représentatif de parents (Suter et al., 2021, p. 58). Selon cette étude, 78% des enfants et adolescents passent régulièrement du temps libre en famille et, dans une moindre mesure, avec des animaux domestiques. L'importance des activités créatives et manuelles dépend de leur fréquence de pratique (ibid.). La pratique varie selon l'âge, le sexe, la zone géographique, le degré d'urbanité, le statut socio-économique, le niveau de formation et l'origine familiale. Concernant les médias les plus régulièrement utilisés, le portable (94%) arrive en tête, suivi d'Internet (86%), de l'écoute de musique (84%), de la télévision (81%) et de la radio (76%) (ibid., p. 59). Des différences significatives sont observées en fonction de caractéristiques sociodémographiques telles que l'âge, le sexe, la zone géographique, l'opposition ville/campagne, le statut socio-économique, la formation et l'origine (ibid., p. 60–63). L'évolution dans le temps reflète avant tout le progrès technologique et ses effets sur la socialisation aux médias: par rapport à 2015, l'usage des DVD a par exemple diminué, tandis que l'importance accordée à la prise de photos et à l'enregistrement de vidéos sur téléphone a augmenté (ibid., p. 63 s.).

### 2.3.2 Temps libre disponible et satisfaction

Selon une étude de l'Institut Gottlieb Duttweiler (GDI), les individus disposent aujourd'hui de fait de 61% de temps libre en plus qu'il y a 150 ans, à l'époque de l'industrialisation (Scheidtger et al., 2023, p. 8). Pourtant un tiers de la population active souffre de stress lié à un

manque de temps (ibid., p. 9), alors que, selon l'étude, l'absence de cette pression temporelle constitue un facteur essentiel du bien-être (ibid., p. 14). Ce n'est donc pas tant le temps réellement disponible qui génère du stress, mais plutôt la perception qu'il se réduit sous le poids de diverses obligations. Parmi celles-ci figurent les tâches administratives du quotidien, mais aussi, depuis la pandémie, la porosité croissante entre travail et vie privée. Cela peut se traduire, par exemple, par un message du supérieur qui surgit sur le téléphone en dehors des heures de travail ou par une visite familiale prévue qui vient empiéter sur l'emploi du temps (Wiesner, 2024, 3<sup>e</sup> partie). Le constat est similaire chez les milléniaux (nés entre 1981 et 1996) interrogés par le réseau social XING (New Work SE, 2024, 2<sup>e</sup> partie). L'équilibre travail-vie privée semble convenir à environ la moitié des personnes interrogées, mais une personne sur sept déclare être très insatisfaite de sa charge de travail et deux tiers pointent un manque d'équilibre entre le travail et les loisirs (ibid.). «La difficulté de séparer clairement le travail et les loisirs est une source de stress psychologique pour un nombre croissant de personnes», indiquent Brügger et al. dans l'étude sur la santé menée par l'assurance CSS (2024, p. 23). Selon cette étude, la frontière de plus en plus floue entre travail et vie privée a entraîné une nette augmentation des troubles psychologiques liés au travail au cours de ces dernières années (ibid., p. 27). Désormais, trois quarts des personnes interrogées perçoivent l'intrusion du travail dans leur vie privée comme une source de tension (ibid., p. 7).

## 2.4 Objectifs

L'objectif est d'obtenir une image fidèle et représentative des habitudes de loisirs en Suisse. Que font les habitants de la Suisse durant leur temps libre, combien de temps peuvent-ils y consacrer et quel est leur niveau de satisfaction?

## 2.5 Problématiques/hypothèses

### 2.5.1 Hypothèse de travail 1

Brack, leader du commerce en ligne en Suisse en termes de chiffre d'affaires, est détenu par son fondateur Roland Brack et est entièrement indépendant des deux grands distributeurs. Depuis son propre centre logistique de Willisau, Brack expédie plus de 250 000 produits. Son ambition est d'offrir la meilleure expérience d'achat possible, en alliant fiabilité et qualité, tout en simplifiant le quotidien de sa clientèle. Brack souhaite notamment se démarquer de la concurrence par son expertise, un critère où l'assortiment proposé joue un rôle clé. En tant que généraliste, l'entreprise aspire à devenir un fournisseur incontournable dans la plupart des aspects du quotidien et donc à couvrir les besoins liés à un maximum d'activités de loisirs. Cela nous mène à poser l'hypothèse suivante:

***Avec son assortiment, Brack couvre 75% des activités de loisirs des Suissesses et des Suisses.***

### 2.5.2 Hypothèse de travail 2

Aussi enrichissante et gratifiante que puisse être une activité professionnelle, travail et vie privée entrent en conflit dans les sociétés occidentales modernes façonnées par l'industrialisation (voir chap. 2.1). De nombreux individus voient leur équilibre entre travail et vie privée fragilisé par une charge de travail élevée, des horaires rigides (ou au contraire très irréguliers) ainsi

que les répercussions psychosociales du stress. Les avancées technologiques rendent chacun joignable en permanence, ce que les employeurs imposent consciemment en fonction des exigences du poste ou inconsciemment en franchissant certaines limites. Cela entraîne souvent, soit une impression subjective, soit un constat objectif de manque de temps pour les proches, pour soi-même ou pour se reposer. L'hypothèse repose sur des témoignages récurrents de personnes se plaignant d'un manque de temps. Pourtant, l'étude du GDI (voir chap. 2.3.2) révèle que malgré une augmentation objective du temps libre, des facteurs de stress engendrent un sentiment d'insatisfaction.

*Les Suissesses et les Suisses sont insatisfaits du temps qu'ils peuvent consacrer à leurs loisirs.*

### 2.5.3 Hypothèse de travail 3

Tout le monde le sait: une grande partie du temps libre est minutieusement planifiée et souvent dictée par des obligations privées. Qu'il s'agisse de prendre soin d'un proche, de suivre un cours de danse, de s'occuper de ses enfants ou de les déposer quelque part ou de s'engager dans une association ou une activité bénévole: tout cela exige du temps et des efforts en plus des contraintes professionnelles, alors même qu'il semble toujours plus difficile d'empêcher le travail d'empiéter sur les loisirs. Même les personnes les plus altruistes finissent par atteindre leurs limites psychologiques: les personnes avec une vie sociale bien remplie doivent s'accorder du temps pour elles afin de se détendre ou de se ressourcer. La gestion du temps et l'écoute de soi deviennent essentielles (voir étude GDI, chap. 2.3.2). Le besoin de temps pour soi nécessaire varie d'un individu à l'autre.

*Les Suissesses et les Suisses aimeraient disposer de plus de temps pour eux-mêmes.*

## 3. Méthode

### 3.1 Conception de l'enquête et collecte des données

Les données ont été collectées entre le 5 et le 10 septembre 2024 dans le cadre d'une enquête en ligne («Computer Assisted Web Interviewing»). L'institut d'études de marché GfK Switzerland a mené l'enquête, collecté les données et réalisé l'analyse primaire pour le compte de Brack. Les questions de l'étude faisaient partie d'une des enquêtes omnibus (multithématique) que GfK Switzerland a l'habitude de réaliser.



Remarque: Brack est le client et le commanditaire de la présente étude, GfK agit en tant que prestataire. Il ne s'agit pas d'une étude commune entre GfK Switzerland et Brack.

### 3.2 Population et échantillon

La population étudiée comprend l'ensemble des personnes âgées de 16 à 74 ans vivant en Suisse alémanique et en Suisse romande. L'échantillon comprend 1010 questionnaires en ligne et est représentatif de la population.

### 3.2.1 Structure de l'échantillon:

Sexe	Femmes 49%		Hommes 51%		
Âge	16 à 29 ans 22%		30 à 49 ans 40%		50 à 74 ans 38%
Revenu du ménage	Faible < CHF 7000.- 31%	Moyen CHF 7000.- à CHF 12 000.- 29%	Élevé CHF 12 000.- et plus 15%		(Non indiqué) 25%
Taille du ménage	1 à 2 personnes 47%		3 à 4 personnes 41%		5 personnes ou plus 12%

Tableau 1 – Structure de l'échantillon (source: GfK Switzerland)

### 3.2.2 Autres variables socio-économiques importantes et modalités

Taille de la localité	Campagne Zone d'habitation de moins de 10 000 habitants		Localité Zone d'habitation de 10 000 habitants ou plus				
Rapport de propriété	Locataire			Propriétaire			
Niveau de formation	Faible École primaire, école générale, école secondaire, école d'orientation scolaire, école d'orientation professionnelle, 10 <sup>e</sup> année		Moyen École professionnelle, école moyenne, gymnase, école de culture générale, école normale		Élevé Formation spécialisée/professionnelle supérieure, haute école spécialisée, HWW, école d'ingénieurs, université, haute école, EPF/polytechnique		
Activité professionnelle	Temps plein >36 h/semaine		Temps partiel <36 h/semaine		Aucune		
Responsabilité des achats	Oui			Non			
Phase de la vie dans le ménage	Jeune famille Jeune famille, au moins deux personnes dans le ménage et enfants de 0 à 11 ans	Famille avec adolescents Famille avec enfants, au moins deux personnes dans le ménage et enfants de plus de 11 ans	Famille adulte Famille adulte, au moins trois personnes dans le ménage, toutes de plus de 20 ans	Couple d'âge inférieur Jeune couple, deux personnes de 20 à 45 ans dans le ménage	Couple d'âge supérieur Couple plus âgé, deux personnes dans le ménage, au moins une personne de plus de 45 ans	Célibataire d'âge inférieur Jeune célibataire, une personne de 15 à 45 ans dans le ménage	Célibataire d'âge supérieur Célibataire plus âgé, une personne de plus de 45 ans dans le ménage

Tableau 2 – Autres variables importantes de l'échantillon (source: GfK Switzerland)

### 3.3 Opérationnalisation

#### 3.3.1 Hypothèse de travail 1: Avec son assortiment, Brack couvre 75% des activités de loisirs des Suissesses et des Suisses.

Pour évaluer cette hypothèse, nous avons posé la question suivante dans le questionnaire en ligne:

*Quelles sont vos activités de loisirs et de détente préférées? Veuillez les énumérer une par une.*

Les personnes interrogées disposaient de dix champs de texte. L'institut GfK Switzerland a regroupé chaque réponse par thème (p. ex. «sport») et sous-thème (p. ex. «jogging/marche sportive»). Les données du premier champ ont fait l'objet d'une analyse spécifique, considérées comme la réponse spontanée principale («top of mind»). Par la suite, Brack a comparé les activités listées aux différentes catégories de produits proposées sur son site afin de mesurer le taux de couverture de son assortiment.

#### 3.3.2 Hypothèse de travail 2: Les Suissesses et les Suisses sont insatisfaits du temps qu'ils peuvent consacrer à leurs loisirs.

Pour évaluer cette perception, nous avons posé la question suivante dans le questionnaire:

*Dans quelle mesure êtes-vous satisfait·e du temps suivant?  
Temps libre*

Les personnes interrogées pouvaient alors indiquer leur niveau de satisfaction sur une échelle d'évaluation à sept niveaux (1 = pas du tout satisfait·e, 7 = très satisfait·e).

#### 3.3.3 Hypothèse de travail 3: Les Suissesses et les Suisses aimeraient disposer de plus de temps pour eux-mêmes.

Pour évaluer cette perception, nous avons posé la question suivante dans le questionnaire:

*Dans quelle mesure êtes-vous satisfait·e du temps suivant?  
Temps pour vous-même («me time»)*

Les personnes interrogées pouvaient alors indiquer leur niveau de satisfaction sur une échelle d'évaluation à sept niveaux (1 = pas du tout satisfait·e, 7 = très satisfait·e).

### 3.3.4 Temps disponible

En outre, nous avons demandé une estimation du temps disponible pour les loisirs et uniquement pour soi, durant la semaine et le week-end. Les personnes interrogées pouvaient indiquer dans un champ les heures et dans un autre les minutes.

GfK Switzerland et Brack ont défini les loisirs comme le temps libre en dehors du temps de travail, le temps de travail comprenant aussi bien le travail professionnel que les tâches domestiques. Le temps consacré aux trajets domicile-travail, à dormir, à faire le ménage et les courses n'entre pas non plus dans le temps libre. Il s'agit donc du temps dont les personnes interrogées peuvent choisir elles-mêmes de la manière d'en disposer.

Le temps pour soi désigne la part des loisirs, tels que définis précédemment, que les personnes interrogées ont uniquement pour elles et passent donc aussi seules.



Remarque: le questionnaire a été diffusé dans deux langues, l'allemand et le français. Dans le présent rapport, nous ne restituons qu'une des deux versions.

## 3.4 Analyse

L'analyse de base a été réalisée en septembre 2024 par le prestataire GfK Switzerland en appliquant des méthodes statistiques descriptives.

La liste des activités de loisirs a été analysée et les réponses ont été pondérées en conséquence en fonction de la répartition des diverses variables socio-économiques dans la population. Les comparaisons des valeurs moyennes ont permis de tester les citations en considérant les différences significatives entre les modalités des variables mentionnées.

Concernant les estimations du temps disponible des personnes interrogées, l'indicateur de dispersion a été calculé et des différences significatives entre les modalités des variables socio-économiques ont également été identifiées.

Pour ce qui est de l'évaluation de la satisfaction, l'échelle à sept niveaux a été convertie en une échelle à trois niveaux afin de simplifier l'analyse. L'indicateur de dispersion a été à nouveau calculé et une nouvelle fois des différences significatives entre les modalités des variables socio-économiques ont été identifiées. Les évaluations reposent à proprement parler sur une échelle ordinale et seule la médiane peut être utilisée en tant que valeur moyenne pour la comparaison. GfK considère toutefois que les écarts sont constants entre les points d'évaluation. L'échelle est donc une échelle d'intervalle et des moyennes arithmétiques ont été calculées.

GfK Switzerland a fixé le niveau de signification à 5% pour toutes les analyses.

## 4. Résultats

### 4.1 Activités de loisirs

#### 4.1.1 Total

Classement	Activité	%citation
1	Lecture	34,4%
2	Randonnée	32,2%
3	Travaux manuels	18,6%
4	Cyclisme	15,8%
5	Cuisine	12,2%
6	Voyages	11,8%
7	Natation	11,6%
8	Jogging/marche sportive	11,6%
9	Promenade	11,5%
10	Famille/amis (rencontres)	11,4%
11	Télévision/films/séries/Netflix (visionnage)	11,3%
12	Musique (écoute)	11,3%
13	Salle de sport (fitness/gym/musculation)	11,0%
14	Sport (en général)	10,4%
15	Jardinage	8,5%

Tableau 3 – Total des activités de loisirs préférées (source: GfK Switzerland)

Environ un tiers des personnes interrogées aiment lire ou faire de la randonnée pendant leurs loisirs, un peu moins d'une sur cinq s'adonne à des travaux manuels. Le cyclisme est aussi très populaire. Si l'on considère les catégories principales, presque 61% des personnes interrogées ont cité au moins une activité sportive. Presque autant de personnes ont mentionné des activités de la catégorie «autres», notamment la lecture, les rencontres entre amis ou le visionnage de la télévision. À peu près la moitié des personnes de l'échantillon ont indiqué des activités de la catégorie vacances/voyages/randonnée. Presque une personne sur quatre a cité des activités culturelles, telles qu'écouter ou faire de la musique, danser, aller à des concerts, fréquenter des musées, etc. Presque une personne sur cinq aime cuisiner, pâtisser ou sortir manger.

Classement	Catégorie principale	%citation
1	TOTAL SPORT	60,7%
2	TOTAL AUTRES	59,8%
3	TOTAL VACANCES/VOYAGES/RANDONNÉE	52,0%
4	TOTAL CULTURE	23,5%
5	TOTAL GASTRONOMIE	18,2%
6	TOTAL JEUX	13,2%
7	TOTAL TRAVAUX MANUELS	12,4%

Tableau 4 – Total des activités de loisirs préférées, catégories principales (source: GfK Switzerland)

#### 4.1.2 Réponse spontanée («top of mind»)

Classement	(Classement total)	Activité	%citation
1	1	Lecture	13,4%
2	2	Randonnée	12,0%
3	4	Cyclisme	5,9%
4	13	Salle de sport	4,9%
5	8	Jogging	4,7%
6	14	Sport (en général)	4,6%
7	9	Promenade	4,3%

8	7	Natation	3,2%
9	18	Football	2,9%
10	6	Voyages	2,9%
11	15	Jardinage	2,3%
12	11	Musique (écoute)	2,2%
13	19	Danse	2,1%
14	10	Famille/amis (rencontres)	2,0%
15	5	Cuisine	1,9%

Tableau 5 – Activités de loisirs préférées, réponse spontanée (source: GfK Switzerland)

Parmi les réponses spontanées, donc fournies en premier, ce sont à nouveau la lecture et la randonnée qu'on retrouve aux deux premières places. Dans le reste du top dix des activités citées spontanément en premier figurent sept activités physiques ou types de sports au sens large. Les parts relativement faibles aux premières places permettent de conclure que la variance est plus importante lorsqu'on tient uniquement compte des premières réponses par rapport à l'ensemble des citations (voir 4.1.1).



Remarque: les analyses suivantes des chap. 4.1.3 à 4.1.15 compris ne concernent pas la réponse spontanée, mais la liste *complète* de toutes les activités de loisirs citées.

### 4.1.3 Différences entre les régions linguistiques

Activité	CH-D	CH-F
Télévision/films/séries/Netflix (visionnage)	8,5%	19,6%
Promenade	9,1%	18,4%
Cyclisme	17,8%	9,9%
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	12,9%	5,3%
Sport (en général)	8,6%	15,8%
Jogging/marche sportive	13,4%	6,4%
Cinéma	2,1%	5,6%
Voyages	13,3%	7,3%
Jeux (pratique)/jeux de plateau/cartes/échecs	2,8%	7,6%
Pâtisserie	3,8%	0%

Repas chez soi/à l'extérieur	3,8%	7,3%
Bricolage	2,9%	0%
Vacances/congés	0,4%	2,9%

Tableau 6 – Activités de loisirs: différences significatives entre les régions linguistiques (source: GfK Switzerland)

Des différences statistiquement significatives s'observent entre la Suisse romande et la Suisse alémanique sur toute une série d'activités de loisirs. La télévision, la promenade, le sport en général, le cinéma, les jeux, les repas et les vacances ont été plus cités en Suisse romande qu'en Suisse alémanique, où l'on privilégie le cyclisme, la salle de sport, le jogging, les voyages, la pâtisserie et le bricolage.

#### 4.1.4 Différence entre la ville et la campagne

Activité	Localité	Campagne
Nature/être dans la nature	2,7%	8,3%
Tennis/badminton	5,0%	0,7%
Photographie	3,4%	7,3%
Ne rien faire/paresser/«chiller»	1,9%	4,7%

Tableau 7 – Activités de loisirs: différences significatives entre la ville et la campagne (source: GfK Switzerland)

Les personnes qui habitent dans de petites localités se détendent davantage dans la nature, en pratiquant la photographie ou en ne faisant rien. Le tennis et le badminton sont en revanche des loisirs plutôt «urbains».

#### 4.1.5 Différences entre les sexes

Activité	Hommes	Femmes
Lecture	21,1%	48,1%
Promenade	6,7%	16,3%
Football	10,8%	1,7%
Danse	1,2%	8,7%
Cuisine	8,6%	15,8%
Cyclisme	19,2%	12,4%
Jogging/marche sportive	8,5%	14,8%
Jeux vidéo	10,2%	4,3%
Yoga/Pilates	0,3%	5,7%
Peinture/dessin	1,8%	6,1%
Pâtisserie	0,9%	4,8%
Photographie	5,9%	2,6%
Tricot	0,2%	3,5%
Hockey sur glace/unihockey	4,0%	0,8%
Courses/shopping	0,5%	3,7%
Puzzles	0,4%	3,4%
Bricolage	0,7%	3,7%
Moto	3,9%	1,1%
Chien	0,8%	2,9%

Chant	0,6%	2,6%
Piano	0,8%	2,6%
Tir/tir sportif/tir à l'arc	1,6%	0,2%
Théâtre/opéra/ballet	1,3%	1,4%
Équitation	-	3,0%
Couture	-	3,8%

Tableau 8 – Activités de loisirs: différences significatives entre les femmes et les hommes (source: GfK Switzerland)

La lecture, la promenade, la cuisine et le jogging ou la marche sportive sont significativement plus appréciés chez les femmes que chez les hommes. Ces derniers privilégient significativement plus le cyclisme, le football et les jeux vidéo.

#### 4.1.6 Différences selon le niveau de formation

Activité	FAIBLE	MOYENNE	ÉLEVÉE
Randonnée	13,9%	33,0%	37,2%
Voyages	3,7%	9,7%	16,7%
Promenade	21,3%	10,5%	9,2%
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	20,2%	10,4%	8,6%
Pâtisserie	10,1%	2,5%	0,8%
Danse	9,7%	5,0%	3,2%
Sport (en général)	8,1%	8,3%	13,4%
Culture/art/musées	5,5%	1,1%	4,9%
Concerts (public)	-	1,7%	4,9%
Vacances/congés	3,2%	1,2%	0,2%
Pratique de la musique/d'un instrument	3,8%	1,5%	4,1%
Sports de combat/karaté/judo	2,3%	1,1%	0
Piano	2,6%	2,5%	0,4%
Plongée	-	0,2%	1,6%

Tableau 9 – Activités de loisirs: différences significatives selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland)

Les personnes de l'échantillon titulaires d'un diplôme de l'enseignement tertiaire ont significativement plus souvent cité la randonnée et les voyages ainsi que le sport en général, les concerts, la pratique de la musique et les activités sous-marines que les personnes avec des niveaux de formation inférieurs. Ces dernières ont davantage cité des activités telles que la promenade, la salle de sport, la pâtisserie, la danse, la culture, les vacances, les sports de combat et le piano.

#### 4.1.7 Différences selon l'activité professionnelle

Activité	TEMPS PLEIN	TEMPS PARTIEL	SANS ACTIVITÉ
Lecture	26,1%	44,3%	35,2%
Promenade	7,4%	11,9%	16,6%
Randonnée	35,2%	33,2%	26,8%
Natation	11,6%	15,5%	7,5%
Musique (écoute)	8,4%	15,5%	10,9%
Cyclisme	19,5%	14,0%	12,7%
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	11,4%	7,8%	13,8%
Repas chez soi/à l'extérieur	5,0%	7,2%	1,4%
Football	9,3%	3,7%	4,9%
Pâtisserie	0,9%	1,9%	6,5%
Jeux (pratique)/jeux de plateau/cartes/échecs	1,9%	7,2%	3,4%
Danse	2,9%	5,3%	7,1%
Ordinateur/Internet/informatique	1,8%	1,7%	5,8%
Surf/voile/wakeboard/SUP	2,1%	4,3%	0,2%
Hockey sur glace/unihockey	4,6%	0,6%	1,3%
Tennis/badminton	5,9%	3,6%	2,0%
Travaux manuels	2,0%	5,7%	5,5%
Couture	0,5%	1,8%	4,0%
Ne rien faire/paresser/«chiller»	4,0%	2,4%	0,8%
Bricolage	0,9%	4,1%	1,8%
Puzzles	0,7%	2,2%	3,1%
Piano	-	1,7%	4,0%
Crochet	0,2%	1,6%	2,0%
Tir/tir sportif/tir à l'arc	1,8%	-	0,8%

Tableau 10 – Activités de loisirs: différences significatives selon l'activité professionnelle (source: GfK Switzerland)

Les personnes travaillant à temps partiel aiment davantage lire, nager et écouter de la musique. Celles qui n'ont pas d'activité professionnelle se ressourcement plutôt en se promenant et fréquentant une salle de sport. Pour leur part, les personnes travaillant à temps plein se dé-tendent en pratiquant la randonnée, le cyclisme et le football significativement plus que celles des autres groupes.

#### 4.1.8 Différences selon la taille du ménage

Activité	1 à 2 PERSONNES	3 à 4 PERSONNES	5 PERSONNES OU PLUS
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	9,4%	14,4%	5,8%
Jardinage	9,8%	9,1%	1,7%
Danse	3,6%	4,5%	11,5%
Piano	0,2%	2,1%	6,3%
Puzzles	1,2%	1,4%	6,1%
Snowboard	1,0%	0,2%	5,0%
Pratique de la musique/d'un instrument	1,8%	4,8%	0,6%
Hockey sur glace/unihockey	1,0%	4,2%	1,8%
Tricot	3,2%	0,3%	1,3%
Courses/shopping	0,9%	3,7%	1,5%
Concerts (public)	4,0%	1,3%	3,6%
Sorties/fêtes	1,3%	3,8%	3,0%
Volontariat/travail social	1,4%	0	0

Tableau 11 – Activités de loisirs: différences significatives selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland)

Les personnes vivant dans un petit ménage jardinent significativement plus du point de vue statistique que les personnes vivant dans un ménage comprenant au moins trois personnes. Les personnes qui vivent dans des ménages avec au moins quatre autres personnes dansent davantage. Celles qui vivent dans des ménages de trois ou quatre personnes se dépensent significativement plus souvent dans une salle de sport que les autres.

#### 4.1.9 Différences liées à la responsabilité des courses

L'enquête n'a pas révélé de différences significatives du point de vue statistique entre les personnes responsables des achats et celles qui ne le sont pas quant aux activités de loisirs.

#### 4.1.10 Différences en fonction du revenu

Activité	MOINS DE CHF 4500.-	DE CHF 4500.- À MOINS DE CHF 7000.-	DE CHF 7000.- À MOINS DE CHF 9000.-	DE CHF 9000.- À MOINS DE CHF 12 000.-	DE CHF 12 000.- À MOINS DE CHF 15 000.-	CHF 15 000.- OU PLUS
Sport (en général)	5,4%	7,9%	5,9%	22,9%	17,1%	15,6%
Cyclisme	5,8%	15,5%	22,0%	14,3%	15,9%	17,9%
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	3,8%	11,5%	8,9%	13,6%	16,9%	9,4%
Tennis/badminton	0,4%	2,2%	9,5%	3,9%	1,6%	13,1%
Promenade	14,2%	17,7%	9,4%	10,1%	5,4%	5,5%
Repas chez soi/à l'extérieur	7,9%	3,8%	4,2%	4,3%	2,1%	13,6%
Concerts (public)	1,4%	1,4%	0,4%	1,4%	11,0%	3,0%
Ski de descente/ski de fond/luge	2,0%	6,4%	6,8%	11,3%	6,5%	3,5%
Danse	9,8%	6,5%	3,4%	0,6%	6,2%	0,7%
Moto	1,5%	1,2%	1,6%	1,6%	4,7%	7,7%
Cinéma	3,6%	2,1%	0,6%	3,9%	6,7%	5,0%
Sports de combat/karaté/judo	0,3%	0,6%	-	0,5%	-	5,7%
Chant	2,2%	2,6%	0,5%	-	5,5%	-
Jogging/marche sportive	12,7%	8,5%	9,5%	11,2%	9,5%	7,8%
Escalade	3,6%	0,2%	0,9%	1,3%	5,1%	-
Culture/art/musées	5,1%	2,4%	0,4%	2,9%	3,8%	3,8%
Bricolage	2,6%	2,7%	4,8%	0,5%	2,1%	-
Volleyball	0,5%	-	0,4%	2,7%	0,7%	4,4%
Excursions	1,5%	2,1%	4,4%	-	4,9%	4,5%
Snowboard	0,3%	1,7%	1,2%	-	3,4%	3,0%
Tir/tir sportif/tir à l'arc	0,3%	-	0,9%	1,4%	-	2,9%
Piano	-	-	2,8%	2,5%	1,4%	2,3%
Golf	0,7%	1,0%	0,6%	1,5%	-	1,3%

Tableau 12 - Activités de loisirs: différences significatives selon le revenu du ménage (source: GfK Switzerland)

Le jogging ou la marche sportive, la promenade et la danse ont été significativement plus cités par les personnes vivant dans un foyer ayant moins de CHF 7000.- à disposition. La salle de sport, le tennis, les concerts et les repas ont été cités plus fréquemment par les personnes vivant dans un ménage dont le revenu est supérieur à CHF 12 000.-. Les personnes avec des revenus intermédiaires ont mentionné significativement plus le sport en général, le cyclisme et les sports d'hiver.



Remarque: un nombre particulièrement important de personnes de l'échantillon n'ont pas voulu indiquer leurs revenus et les résultats doivent donc être interprétés avec prudence quant à leur représentativité, en dépit de leur caractère significatif du point de vue statistique.

#### 4.1.11 Différences entre locataires et propriétaires

Activité	LOCATAIRES	PROPRIÉTAIRES
Randonnée	27,7%	37,7%
Jardinage	5,0%	13,0%
Cyclisme	12,4%	20,1%
Football	7,9%	4,2%
Piano	0,6%	3,1%
Couture	1,0%	3,1%

Tableau 13 – Activités de loisirs: différences significatives entre locataires et propriétaires (source: GfK Switzerland)

Les participants à l'étude propriétaires de leur logement ont indiqué significativement plus fréquemment pratiquer la randonnée, le jardinage, le cyclisme, le piano ou la couture pendant leurs loisirs, alors que les locataires ont eux mentionné significativement plus souvent la pratique du football.

#### 4.1.12 Différences entre les groupes d'âge

Activité	16 à 29 ans	30 à 49 ans	50 à 74 ans
Randonnée	18,6%	30,8%	41,3%
Football	14,8%	6,2%	1,6%
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	21,1%	8,4%	8,0%
Lecture	28,2%	32,3%	40,1%
Jardinage	1,1%	8,5%	12,8%
Voyages	3,5%	13,4%	14,8%
Danse	11,8%	3,4%	2,5%
Jeux vidéo	12,1%	7,6%	4,3%
Natation	6,1%	13,6%	12,7%
Pâtisserie	8,4%	1,4%	1,1%
Sport (en général)	14,0%	11,6%	7,2%
Piano	6,8%	0,5%	-
Divers types de sports	6,9%	2,2%	1,5%
Télévision/films/séries/Netflix (visionnage)	11,9%	13,6%	8,6%
Tennis/badminton	6,7%	4,3%	2,3%
Concerts (public)	1,0%	1,3%	5,4%
Yoga/Pilates	5,6%	3,1%	1,3%
Photographie	2,4%	2,9%	6,7%
Peinture/dessin	7,1%	3,3%	2,8%
Sorties/fêtes	5,0%	2,5%	1,2%
Culture/art/musées	0,7%	3,7%	4,2%
Repas chez soi/à l'extérieur	4,9%	6,3%	2,9%
Jeux de société/cartes/échecs	3,4%	5,8%	2,4%
Courses/shopping	3,9%	2,5%	0,6%
Sports de combat/karaté/judo	3,0%	0,2%	0,1%
Golf	1,4%	0,1%	2,5%
Tricot	1,1%	0,8%	3,2%
Snowboard	3,4%	1,1%	-
Surf/voile/wakeboard/SUP	2,4%	3,3%	1,0%
Volleyball	2,9%	0,7%	-
Escalade	1,0%	2,5%	0,4%
Tir/tir sportif/tir à l'arc	2,2%	0,1%	1,1%
Bricolage	-	2,6%	3,0%

Tableau 14 – Activités de loisirs: différences significatives selon le groupe d'âge (source: GfK Switzerland)

Les plus de 50 ans ont cité significativement plus fréquemment la randonnée, la lecture, les voyages et le jardinage, ainsi que, dans une proportion moindre, la photographie, les concerts, la culture, l'art ou les musées, le tricot, le bricolage et le golf. Les 30–49 ans privilégient significativement plus que les autres classes d'âge la natation et la télévision, puis les repas à l'extérieur, les jeux, les sports aquatiques et l'escalade. Dans l'enquête, les moins de 30 ans ont mentionné significativement plus souvent la salle de sport, le sport en général, le football, les jeux et la danse, puis la pâtisserie, le piano, le tennis, le yoga ou le Pilates, la peinture ou le

dessin, les sorties ou les fêtes, les courses ou le shopping, les sports de combat, le snowboard, le volleyball et le tir.

#### 4.1.13 Différences selon les phases de la vie

Activité	JEUNES FAMILLES	FAMILLES AVEC ADOLESCENTS	FAMILLES ADULTES	COUPLES D'ÂGE INFÉRIEUR	COUPLES D'ÂGE SUPÉRIEUR	CÉLIBATAIRES D'ÂGE INFÉRIEUR	CÉLIBATAIRES D'ÂGE SUPÉRIEUR
Randonnée	18,8%	33,5%	37,6%	31,5%	40,1%	29,7%	34,4%
Lecture	33,0%	28,2%	39,6%	33,6%	39,5%	26,0%	39,4%
Jardinage	8,3%	6,6%	6,7%	2,8%	13,9%	2,3%	12,7%
Jeux vidéo	6,8%	8,5%	6,8%	14,9%	3,3%	14,0%	4,4%
Sport (en général)	12,0%	11,4%	13,6%	16,4%	6,9%	8,1%	5,3%
Promenade	16,2%	13,3%	9,3%	8,1%	10,1%	5,2%	9,4%
Jogging/marche sportive	6,7%	15,5%	10,7%	17,5%	10,0%	8,5%	14,2%
Football	6,6%	8,5%	7,8%	11,6%	2,3%	10,2%	1,1%
Natation	17,7%	11,7%	8,9%	8,5%	9,1%	12,2%	10,2%
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	10,0%	13,8%	13,4%	13,1%	9,3%	12,4%	4,8%
Cyclisme	14,8%	18,4%	11,8%	14,8%	18,8%	17,7%	9,9%
Voyages	11,0%	7,7%	11,5%	11,5%	15,4%	14,3%	13,7%
Danse	7,2%	3,8%	8,8%	4,6%	1,6%	3,3%	6,4%
Culture/art/musées	1,6%	2,1%	3,6%	1,9%	3,7%	4,6%	8,1%
Pâtisserie	0,4%	6,7%	2,7%	2,7%	1,0%	4,6%	2,2%
Tricot	0,8%	0,8%	1,0%	2,2%	1,7%	1,4%	7,0%
Concerts (public)	0,3%	1,6%	5,0%	1,1%	4,7%	1,7%	6,0%
Travaux manuels	4,8%	3,0%	2,7%	1,2%	5,6%	6,8%	4,7%
Chien	-	1,9%	0,8%	6,1%	2,0%	1,0%	3,3%
Repas chez soi/à l'extérieur	7,2%	5,1%	4,0%	6,2%	1,9%	4,9%	4,0%
Théâtre/opéra/ballet	0,6%	1,1%	1,0%	-	1,4%	5,8%	2,0%
Piano	0,6%	5,7%	1,7%	-	-	1,2%	-
Photographie	3,7%	2,3%	4,5%	2,6%	7,3%	2,4%	5,6%
Puzzles	3,2%	0,3%	5,0%	1,9%	0,3%	-	3,4%
Snowboard	1,0%	-	4,2%	3,7%	0,2%	1,6%	-
Hockey sur glace/unihockey	4,6%	4,1%	0,7%	1,3%	1,0%	0,9%	0,8%
Équitation	0,7%	1,5%	1,6%	4,4%	1,6%	1,6%	-

Tableau 15 – Activités de loisirs: différences significatives selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland)

Activité	JEUNES FAMILLES	FAMILLES AVEC ADOLESCENTS	FAMILLES ADULTES	COUPLES D'ÂGE INFÉRIEUR	COUPLES D'ÂGE SUPÉRIEUR	CÉLIBATAIRES D'ÂGE INFÉRIEUR	CÉLIBATAIRES D'ÂGE SUPÉRIEUR
Sorties/fêtes	2,1%	4,5%	4,1%	1,7%	0,8%	1,9%	2,0%
Sports de combat/karaté/judo	-	0,9%	3,4%	-	0,2%	1,7%	0,6%
Bricolage	4,1%	-	1,4%	-	3,5%	1,9%	3,2%
Golf	-	1,4%	-	-	3,5%	0,9%	1,7%
Couture	-	2,8%	1,4%	2,2%	2,6%	0,6%	3,1%
Cinéma	2,8%	4,7%	3,1%	-	2,9%	2,3%	2,5%
Voiture (conduite)	0,5%	2,5%	1,4%	1,5%	-	2,8%	2,1%
Volleyball	0,5%	2,0%	-	2,2%	-	1,9%	0,6%
Escalade	2,4%	2,5%	-	2,2%	-	2,7%	-

*Tableau 15 – (suite)*

Les travaux manuels, le théâtre, l'opéra ou les ballets ainsi que la conduite automobile sont les activités de loisirs les plus populaires chez les célibataires d'âge inférieur. Les célibataires d'âge supérieur privilégient de manière significative la culture, l'art ou les musées, le tricot, les concerts et la couture. Les jeunes d'âge inférieur préfèrent le jogging ou la marche sportive, le sport en général, les jeux vidéo, le football, les activités avec un chien, les sports équestres et le volleyball. La randonnée, le cyclisme, les voyages, le jardinage, la photographie et le golf ont été cités significativement plus fréquemment par les personnes formant un couple d'âge supérieur. Les jeunes parents ont principalement indiqué la natation, la promenade, les sorties repas, le hockey ou encore le bricolage, alors qu'on trouve davantage la fréquentation d'une salle de sport, la pâtisserie, la pratique du piano, les fêtes ou le cinéma au sein des familles avec des adolescents. Au sein des familles dans lesquelles les enfants sont adultes, ce sont la lecture, la danse et les puzzles, puis les sports de combat et le snowboard qui ont le vent en poupe.

#### 4.1.14 Activités de loisirs présentant les différences les plus significatives et les moins significatives

Activité	Classement
Danse	1
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	2
Randonnée	2
Cyclisme	4
Football	4
Piano	4
Bricolage	4
Concerts (public)	8
Repas chez soi/à l'extérieur	8
Sport (en général)	10
Pâtisserie	10

Activité	Classement
Plongée	55
Volontariat/travail social	55
Nature/être dans la nature	55
Théâtre/opéra/ballet	55
Cuisine	55
Quilles/bowling	60
Baignade	60
Pêche	60
Écriture	60
Bien-être	60
Énigmes/mots croisés	60

Tableaux 16a et b – Activités de loisirs (source: GfK Switzerland)

Les nombreuses différences significatives permettent de rattacher les activités du tableau 16a à gauche à certaines combinaisons de caractéristiques. Ainsi, la danse est statistiquement pratiquée davantage par des femmes de moins de 30 ans, sans formation supérieure et avec de faibles revenus mensuels.

Les activités du tableau 16b à droite sont difficilement rattachables à des segments précis de l'échantillon. En d'autres termes, les activités de bien-être ou la cuisine sont à peu près autant appréciées ou aussi peu appréciées dans toutes les couches de la population et indépendamment du sexe, de la taille du ménage ou encore de l'âge des personnes interrogées.

## 4.1.15 Couverture par Brack

Activité	Couverte par Brack	Activité	Couverte par Brack
Cyclisme	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Cuisine	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Natation	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Repas chez soi/à l'extérieur	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Jogging/marche sportive	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Pâtisserie	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Salle de sport (fitness/gym/musculation)	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Jeux vidéo	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Football	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Jeux (pratique)/jeux de plateau/cartes/échecs	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Tennis/badminton	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Puzzles	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Yoga/Pilates	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Énigmes/mots croisés	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Surf/voile/wakeboard/SUP	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Travaux manuels	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Escalade	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Peinture/dessin	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Volleyball	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Bricolage	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Sports de combat/karaté/judo	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Couture	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Plongée	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Tricot	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Lecture	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Crochet	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
Télévision/films/séries/Netflix (visionnage)	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Snowboard	<input checked="" type="checkbox"/> Oui (pas de planches)
Jardinage	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Ski de descente/ski de fond/luge	<input checked="" type="checkbox"/> Oui (pas de skis)
Photographie	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Hockey sur glace/unihockey	<input checked="" type="checkbox"/> Minimale
Ordinateur/Internet/informatique	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Équitation	<input checked="" type="checkbox"/> Minimale
Ne rien faire/paresser/«chillier»	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Golf	<input checked="" type="checkbox"/> Minimale
Courses/shopping	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Moto	<input checked="" type="checkbox"/> Minimale
Chien	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Culture/art/musées	<input checked="" type="checkbox"/> Minimale
Voiture (conduite)	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Tir/tir sportif/tir à l'arc	<input checked="" type="checkbox"/> Non
Baignade	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Quilles/bowling	<input checked="" type="checkbox"/> Non
Écriture	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Pêche	<input checked="" type="checkbox"/> Non
Bien-être	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Danse	<input checked="" type="checkbox"/> Non
Randonnée	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Famille/amis (rencontres)	Non applicable
Voyages	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Cinéma	Non applicable
Promenade	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Sorties/fêtes	Non applicable
Vacances/congés	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Volontariat/travail social	Non applicable
Musique (écoute)	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Nature/être dans la nature	Non applicable
Pratique de la musique/d'un instrument	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Excursions	Non applicable
Piano	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Concerts (public)	Non applicable
Chant	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	Théâtre/opéra/ballet	Non applicable

Tableau 17 – Activités de loisirs couvertes par l'assortiment de Brack (en décembre 2024)

Sur les 64 activités citées (hors catégories principales, «autres»/«divers»), l'assortiment de Brack en couvre correctement 45, soit 70%. Si on y ajoute les deux activités que Brack couvre en grande partie et les cinq activités pour lesquelles Brack dispose de divers articles ou groupes de marchandises, sans oublier ceux étant adaptés à diverses activités, on atteint une

couverture de 81%. Pour quatre activités, l'assortiment de Brack ne propose rien de spécifique, et huit activités peuvent, en principe, être pratiquées sans nécessiter d'articles vendus par Brack. Par exemple, les «rencontres en famille/entre amis», soit la dixième activité de loisirs préférée selon le tableau 3 au chap. 4.1.1, ne peuvent être couvertes qu'indirectement par un assortiment. Cela dépend de ce que les personnes font lorsqu'elles se retrouvent, un point que les répondants n'ont naturellement pas précisé (par exemple, si elles boivent ensemble une bière sur le balcon, Brack fournit la bière). Si elles se retrouvent au bord du lac pour échanger les dernières nouvelles, peut-être que l'une d'entre elles porte les chaussettes qu'elle a commandées chez Brack il y a un an et demi. Mais dans ce cas, dire que Brack «couvre» cette activité de loisirs serait tout de même un peu exagéré.

## 4.2 Temps disponible

Total	Un jour de semaine (du lundi au vendredi)	Un jour de week-end (le samedi et le dimanche)
Plage de temps libre en minutes	248 4 heures, 8 minutes	434 7 heures, 14 minutes
Plage de temps pour soi («me time») en minutes	156 2 heures, 36 minutes	233 3 heures, 53 minutes

Tableau 18 – Temps libre et pour soi moyen les jours de semaine et de week-end (source: GfK Switzerland)

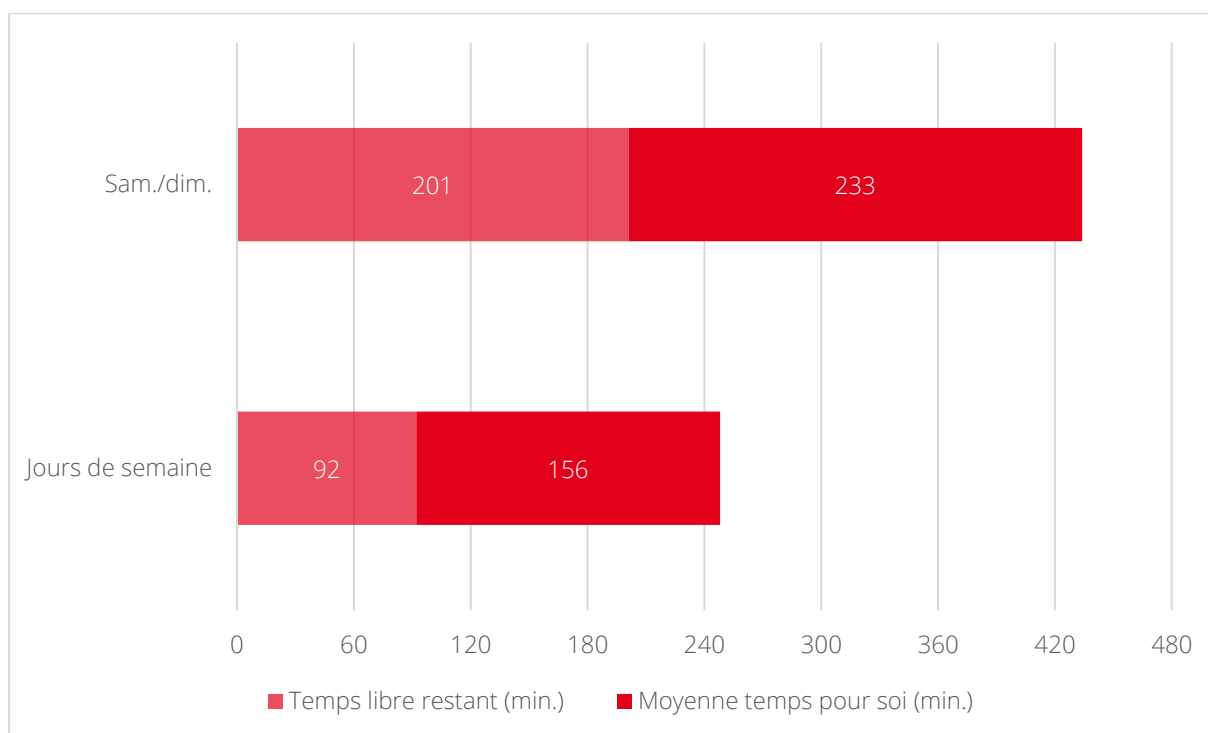


Diagramme 1 – Temps libre et pour soi moyen les jours de semaine et de week-end (source: GfK Switzerland)

Selon la propre estimation des participants à l'étude, la population suisse dispose en moyenne les jours de semaine de quatre heures et huit minutes de temps libre, dont environ 63% sont

du temps pour soi seul, soit deux heures et 36 minutes. Les jours de week-end, ces chiffres montent respectivement à sept heures et quatorze minutes et presque quatre heures (54%). Ces deux résultats pour le week-end varient de manière significative par rapport aux résultats pour la semaine du point de vue statistique.

#### 4.2.1 Différences concernant les loisirs les jours de semaine

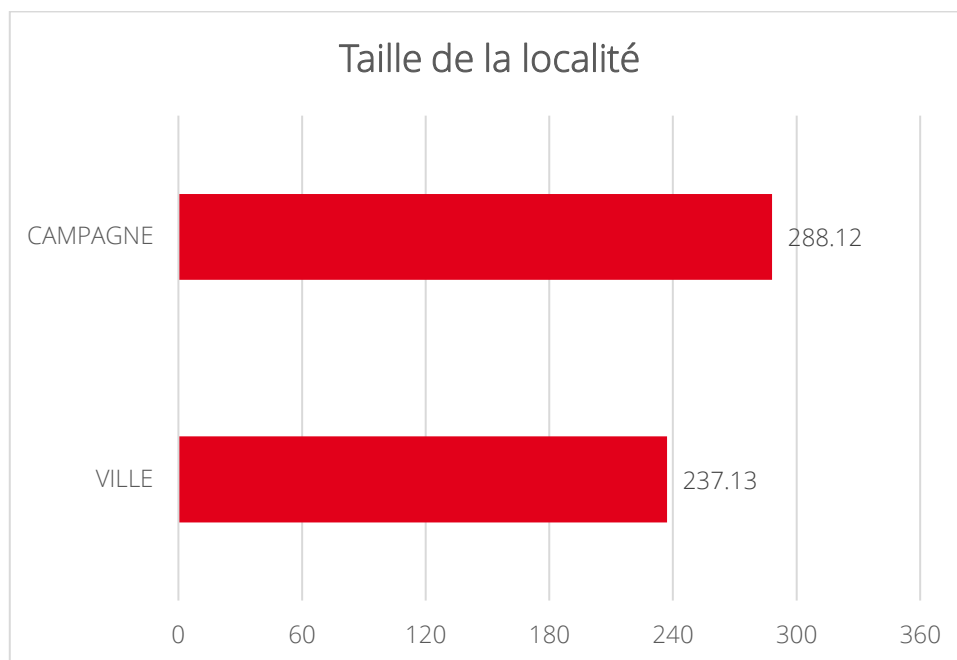


Diagramme 2 – Temps libre les jours de semaine selon la taille de la localité (source: GfK Switzerland)

Les personnes interrogées qui habitent en zone rurale ont en moyenne significativement plus de temps libre en semaine que celles qui habitent en ville et qui doivent composer avec 51 minutes de moins par jour.

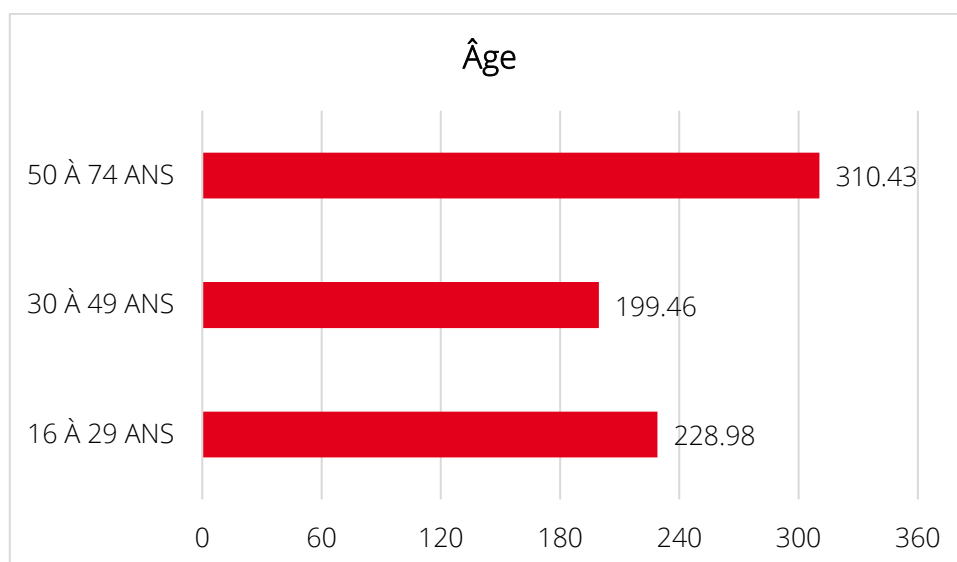


Diagramme 3 – Temps libre les jours de semaine selon la classe d'âge (source: GfK Switzerland)

Chaque jour un film en plus: les 50 ans et plus indiquent avoir en semaine en moyenne 82 minutes de temps libre en plus par jour que les moins de 30 ans et il faut ajouter encore presque une demi-heure par rapport aux 30–49 ans.

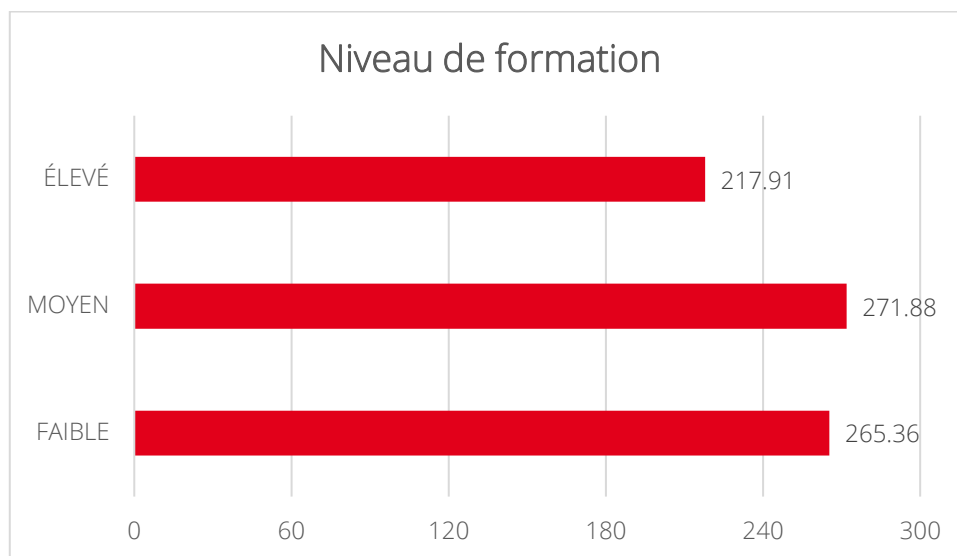


Diagramme 4 – Temps libre les jours de semaine selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland)

Les personnes interrogées moyennement et faiblement qualifiées disposent de presque une heure de temps libre en plus que les personnes diplômées du degré tertiaire en moyenne les jours de semaine.

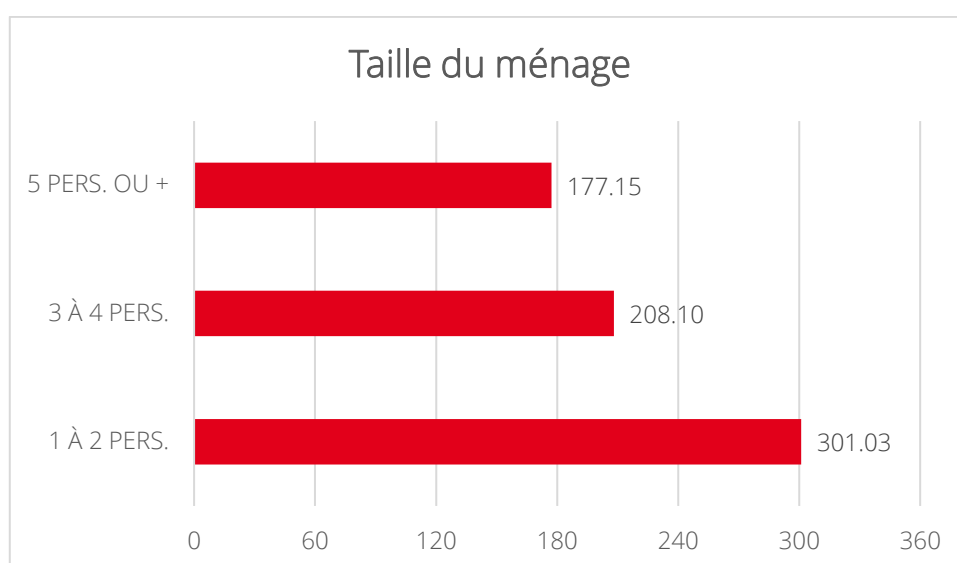


Diagramme 5 – Temps libre les jours de semaine selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland)

On observe aussi des différences significatives du point de vue statistique dans le temps libre en semaine selon la taille du ménage. Il ne reste plus qu'à peine trois heures aux personnes vivant dans des ménages d'au moins cinq personnes, tandis que celles vivant dans des ménages de trois ou quatre personnes disposent d'environ une demi-heure de plus et celles vivant dans des ménages d'une ou deux personnes d'environ deux heures de plus par jour de semaine, soit en tout cinq heures.

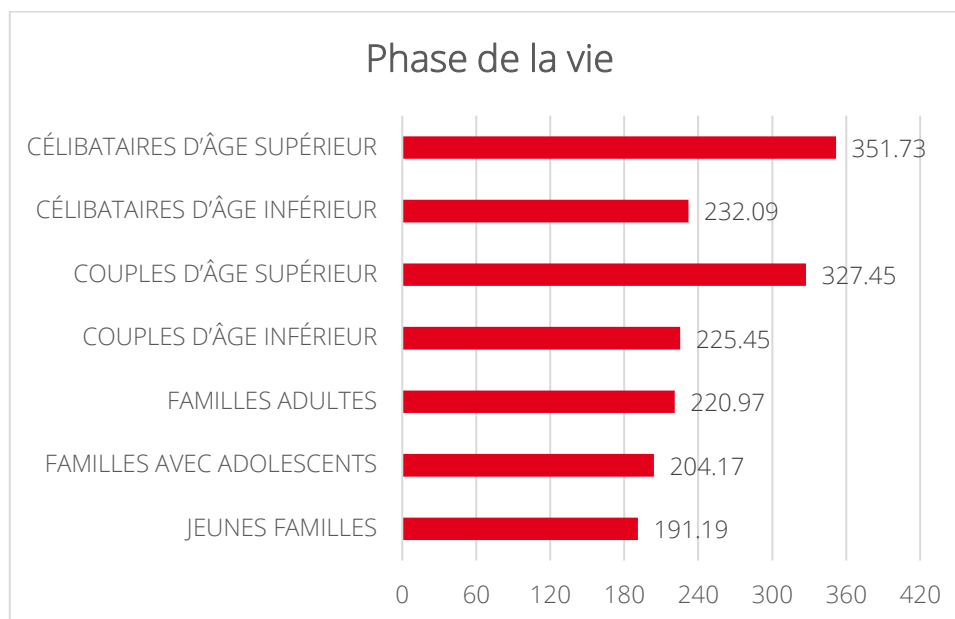


Diagramme 6 – Temps libre les jours de semaine selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland)

Il existe des différences significatives quant au temps disponible d'une phase de la vie à l'autre (une phase étant le résultat d'une combinaison entre l'âge et la situation familiale des personnes interrogées), notamment chez les célibataires et les couples d'âge supérieur. Les célibataires d'âge supérieur disposent de deux heures de temps libre en plus que les célibataires d'âge inférieur par jour de semaine, tandis que les couples d'âge supérieur sans enfants jouissent de plus de 100 minutes de temps en plus que les couples d'âge inférieur sans enfants, mais d'environ une demi-heure en moins que les célibataires d'âge supérieur. Comme on pouvait s'y attendre, les jeunes parents («jeunes familles»), les parents d'adolescents et les parents d'enfants adultes sont ceux qui ont le moins de temps libre les jours de semaine.

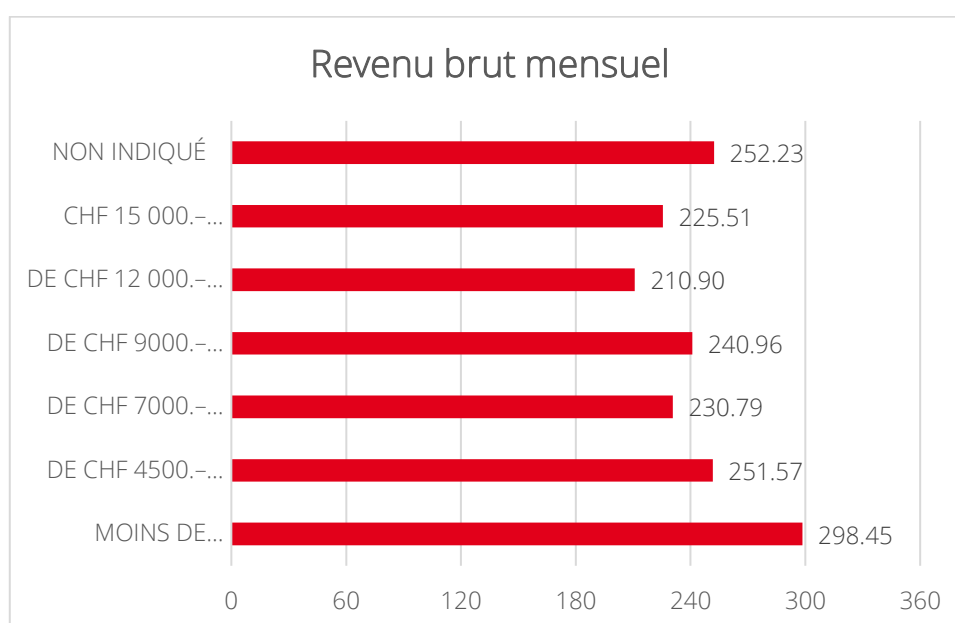


Diagramme 7 – Temps libre les jours de semaine selon le revenu (source: GfK Switzerland)

Concernant les revenus bruts des ménages, la seule différence significative du point de vue statistique s'observe entre les ménages à revenus confortables (entre CHF 12 000.– et moins de CHF 15 000.–) et ceux aux revenus plus modestes (moins de CHF 4500.– par mois). Les personnes qui gagnent le mieux leur vie indiquent disposer de presque une heure et demie de temps libre en moins par jour de semaine.



Remarque: on observe aussi des différences liées à la région linguistique, au sexe, à la responsabilité des achats et au rapport de propriété du logement concernant le temps libre disponible par jour de semaine. Toutefois, ces différences n'atteignent pas un niveau de signification exploitable sur le plan statistique par rapport aux caractéristiques déjà mentionnées en comparant les valeurs moyennes. Cela signifie qu'il n'est pas à exclure que ces différences ne soient que le fait du hasard.

#### 4.2.2 Différences concernant les loisirs les jours de week-end

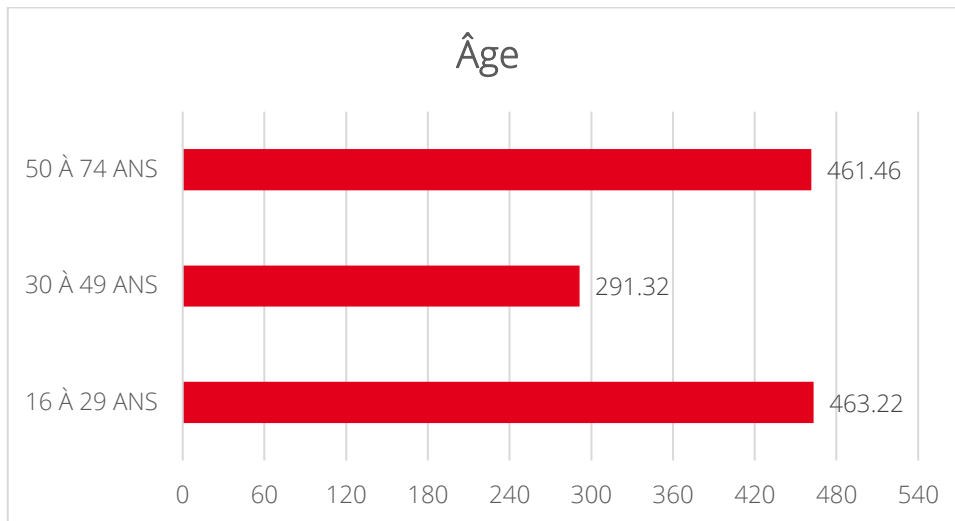


Diagramme 8 – Temps libre les jours de week-end selon la classe d'âge (source: GfK Switzerland)

Un jour moyen de week-end, les 30–49 ans disposent d'à peu près 70 minutes de temps libre en moins que les personnes des deux autres classes d'âge.

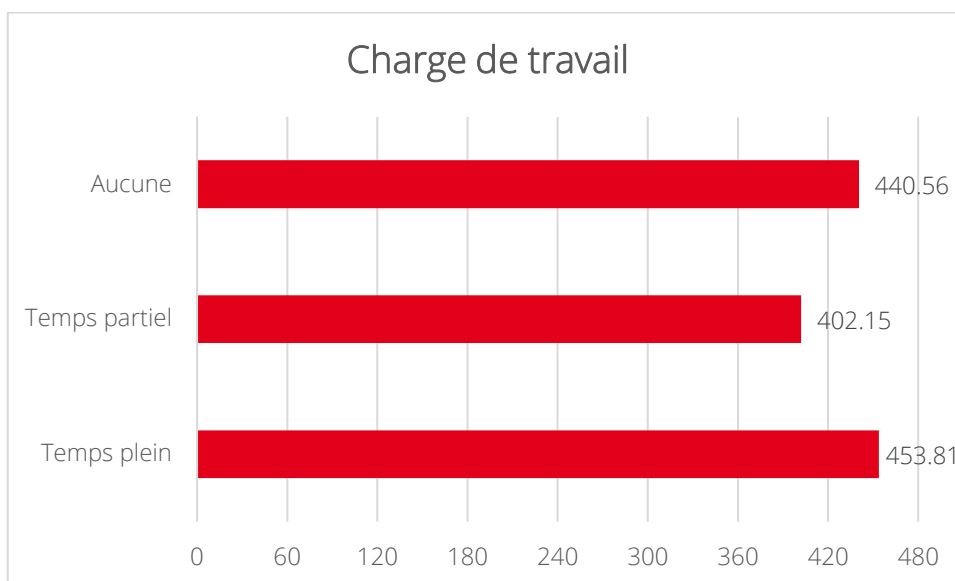


Diagramme 9 – Temps libre les jours de week-end selon l'activité professionnelle (source: GfK Switzerland)

Les personnes travaillant à temps partiel ont significativement moins de temps libre le week-end que celles à temps plein (+51 min.) ou sans activité professionnelle (+38 min.).

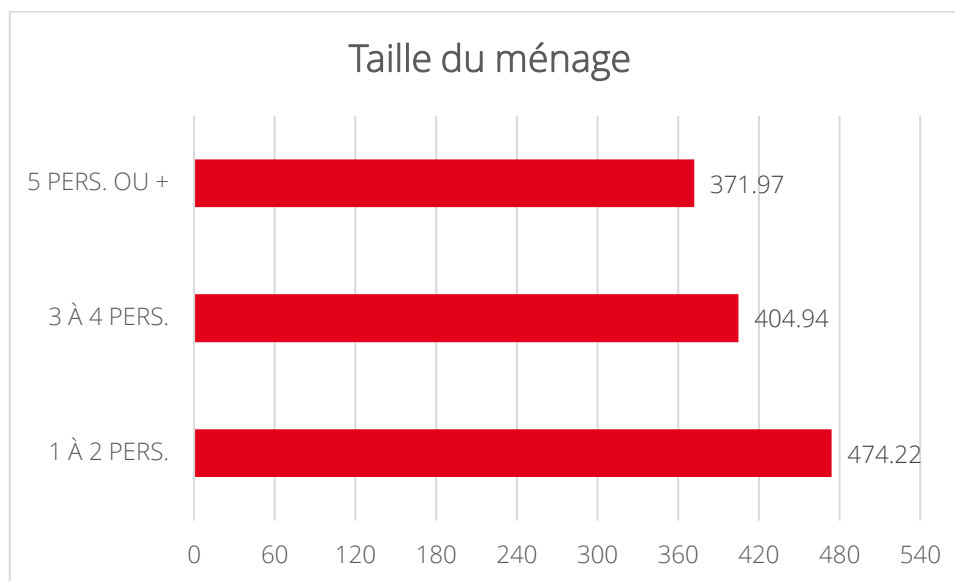


Diagramme 10 – Temps libre les jours de week-end selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland)

Concernant la taille du ménage, le tableau est similaire à celui observé en semaine (diagramme 5, chap. 4.2.1), mais avec des valeurs absolues évidemment bien plus élevées. Les personnes vivant dans de petits ménages ont indiqué disposer de près de huit heures de temps libre par jour de week-end, tandis que celles vivant dans de grands ménages ont déclaré disposer de plus de 100 minutes de moins.

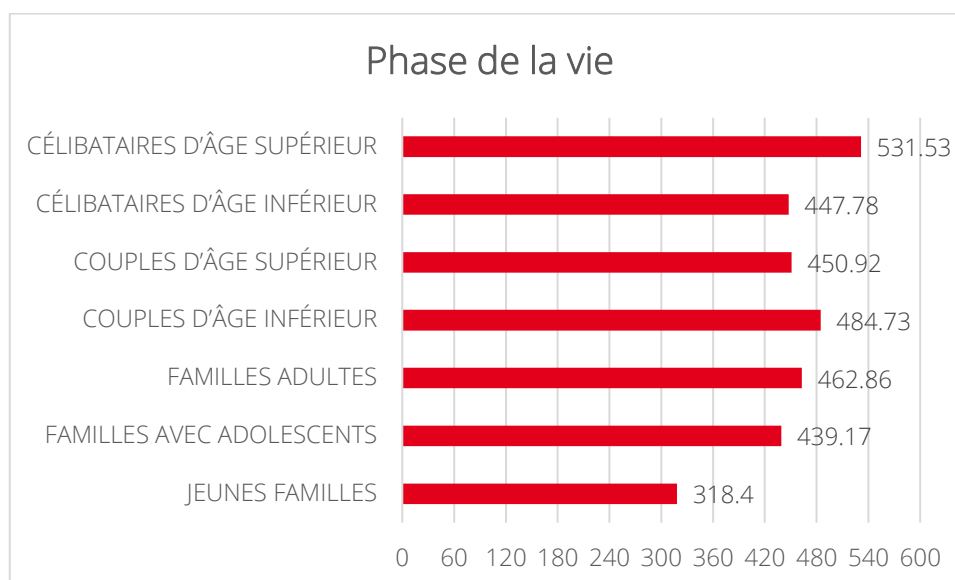


Diagramme 11 – Temps libre les jours de week-end selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland)

Les célibataires d'âge supérieur ont en moyenne presque neuf heures de temps libre le samedi ou le dimanche. Les célibataires d'âge inférieur et les couples d'âge supérieur ont trois quarts d'heure en moins. Les personnes interrogées vivant dans des familles avec des adolescents ou de jeunes enfants sont celles qui disposent du moins de temps libre le week-end: sept heures et 19 minutes pour les premières et deux heures de moins chez les secondes, soit

cinq heures et 18 minutes, ce qui fait presque moitié moins que pour les célibataires d'âge supérieur (presque neuf heures).



Remarque: on observe aussi des différences liées à la région linguistique, à la taille de la localité, au sexe, à la responsabilité des courses, au niveau de formation et au rapport de propriété du logement concernant le temps libre disponible par jour de week-end. Toutefois, ces différences n'atteignent pas un niveau de signification exploitable sur le plan statistique par rapport aux caractéristiques déjà mentionnées en comparant les valeurs moyennes. Cela signifie qu'il n'est pas à exclure que ces différences ne soient que le fait du hasard.

### 4.2.3 Différences concernant le temps pour soi les jours de semaine

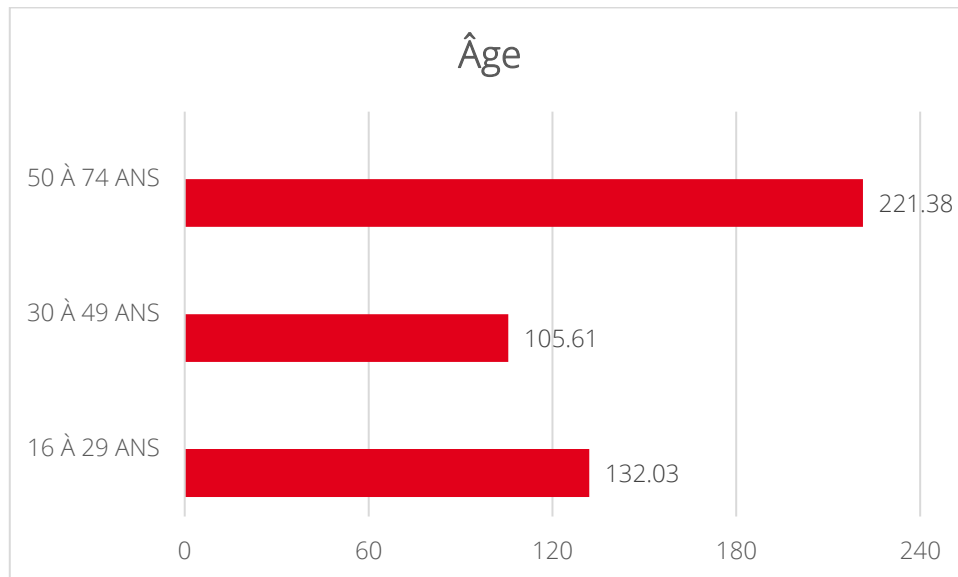


Diagramme 12 – Temps pour soi les jours de semaine selon l'âge (source: GfK Switzerland)

Le tableau est ici similaire à celui du temps libre disponible en semaine (diagramme 3, chap. 4.2.1). Statistiquement, les 30–49 ans disposent de significativement moins de temps pour eux seuls en semaine que les autres classes d'âge, soit de seulement tout juste 106 minutes (53% de leurs 199 minutes de temps libre). Les moins de 30 ans n'ont pas non plus beaucoup de temps pour eux avec 132 minutes (57% de leurs 229 minutes de temps libre). Les 50 ans et plus peuvent profiter de 221 minutes pour eux seuls les jours de semaine (71% de leurs 310 minutes de temps libre).

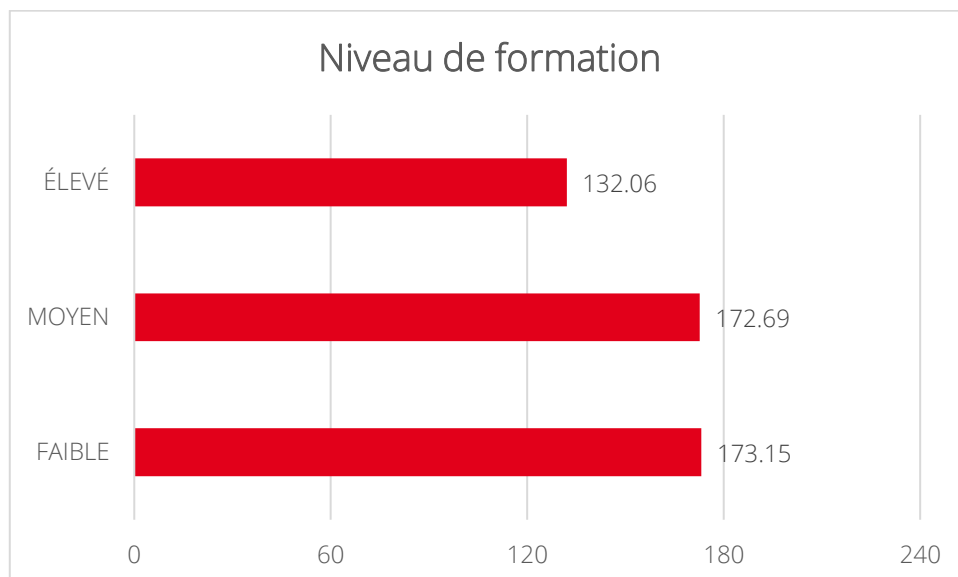


Diagramme 13 – Temps pour soi les jours de semaine selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland)

Les personnes interrogées diplômées du degré tertiaire ont significativement moins de temps pour elles les jours de semaine que celles moins diplômées (132 minutes, soit environ 40 minutes de moins que les autres).

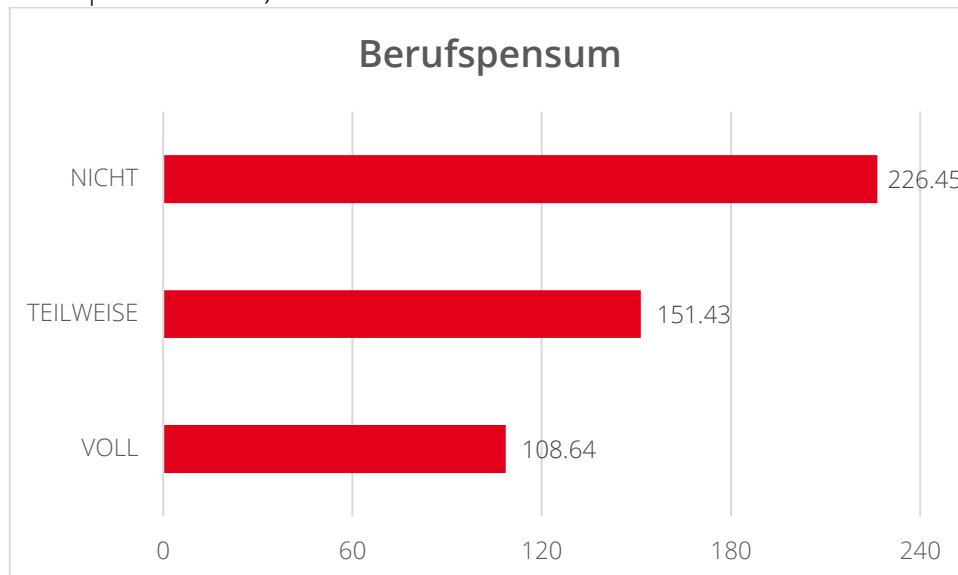


Diagramme 14 – Temps pour soi les jours de semaine selon le taux d'occupation (source: GfK Switzerland)

Les personnes travaillant à temps plein ont indiqué ne jouir que de seulement un peu plus d'une heure et demie pour elles seules par jour de semaine. Les personnes travaillant à temps partiel disposent d'environ trois quarts d'heure de plus, alors que les personnes sans activité professionnelle peuvent profiter en moyenne de près de quatre heures pour elles seules par jour de semaine.

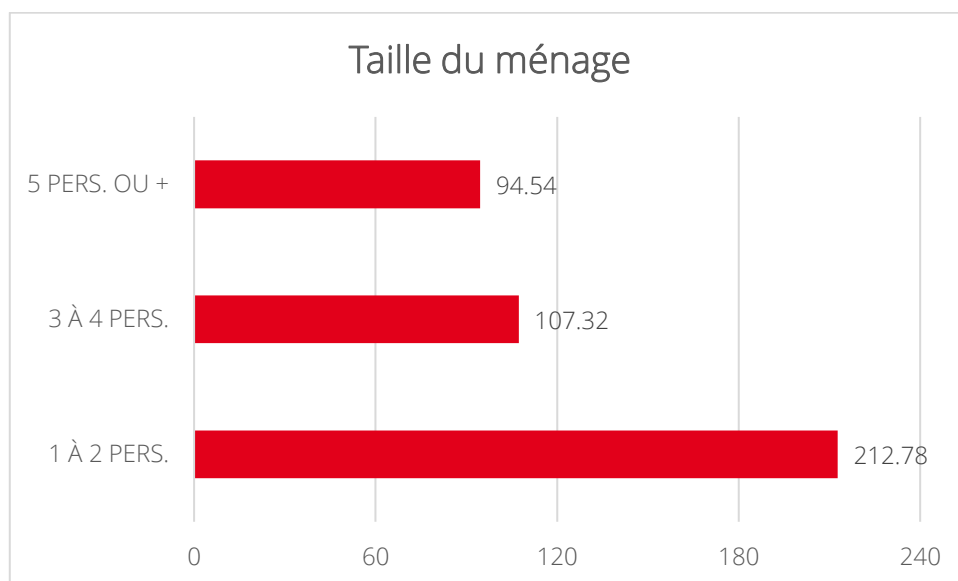


Diagramme 15 – Temps pour soi les jours de semaine selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland)

Une heure et demie par jour pour les personnes vivant dans de grandes familles ou grands ménages, deux heures de plus dans les ménages ne comprenant qu'une personne célibataire ou un couple: le temps pour soi en semaine dépend probablement fortement des tâches et

obligations ménagères. Il faut aussi ajouter qu'il est plus difficile dans les ménages comprenant un nombre important de personnes de passer du temps seul.

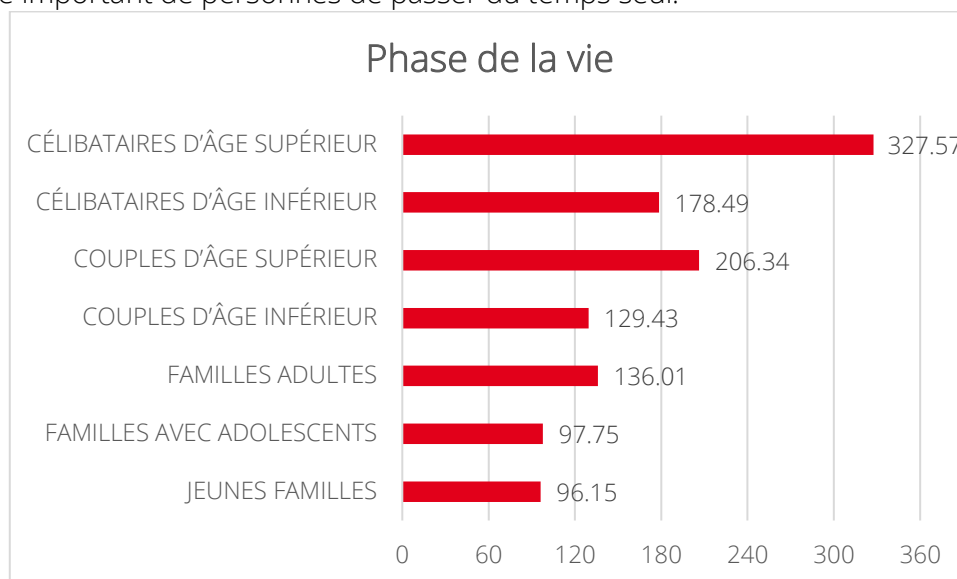


Diagramme 16 – Temps pour soi les jours de semaine selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland)

Les personnes interrogées issues de familles avec des enfants pas encore adultes disposent de la durée d'un film pour s'occuper d'elles les jours de semaine. Dans les familles avec des enfants adultes et les couples d'âge inférieur, cette durée est supérieure d'environ 30 minutes. Les célibataires d'âge inférieur ont près de trois heures pour eux seuls, les personnes vivant au sein d'un couple d'âge supérieur presque trois heures et demie. Tout en haut, on retrouve les célibataires d'âge supérieur, qui jouissent de cinq heures et demie de temps rien que pour eux par jour de semaine.

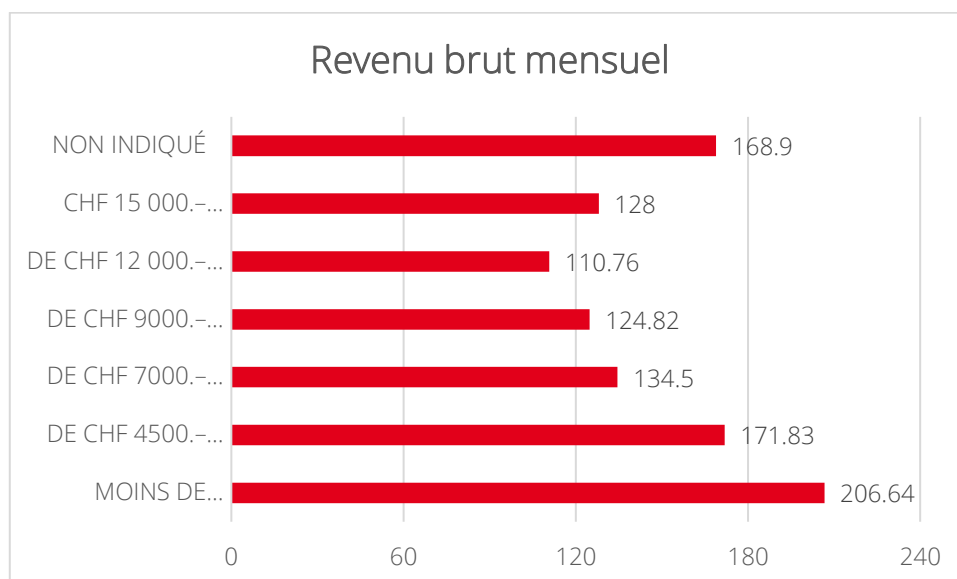


Diagramme 17 – Temps pour soi les jours de semaine selon le revenu brut (source: GfK Switzerland)

Le temps pour soi diminue à mesure que le revenu brut du ménage augmente dans un premier temps. Les personnes qui gagnent bien leur vie avec un revenu compris entre

CHF 12 000.– et CHF 15 000.– disposent d'une heure et 51 minutes pour elles seules. C'est chez les personnes ayant de faibles revenus que le temps pour soi est le plus important, avec trois heures et demie par jour de semaine. Le temps pour soi réaugmente à partir de CHF 15 000.– par mois (deux heures et huit minutes).



Remarque: on observe aussi des différences liées à la région linguistique, à la taille de la localité, au sexe, à la responsabilité des courses et au rapport de propriété du logement concernant le temps pour soi disponible par jour de semaine. Toutefois, ces différences n'atteignent pas un niveau de signification exploitable sur le plan statistique par rapport aux caractéristiques déjà mentionnées en comparant les valeurs moyennes. Cela signifie qu'il n'est pas à exclure que ces différences ne soient que le fait du hasard.

#### 4.2.4 Différences concernant le temps pour soi les jours de week-end

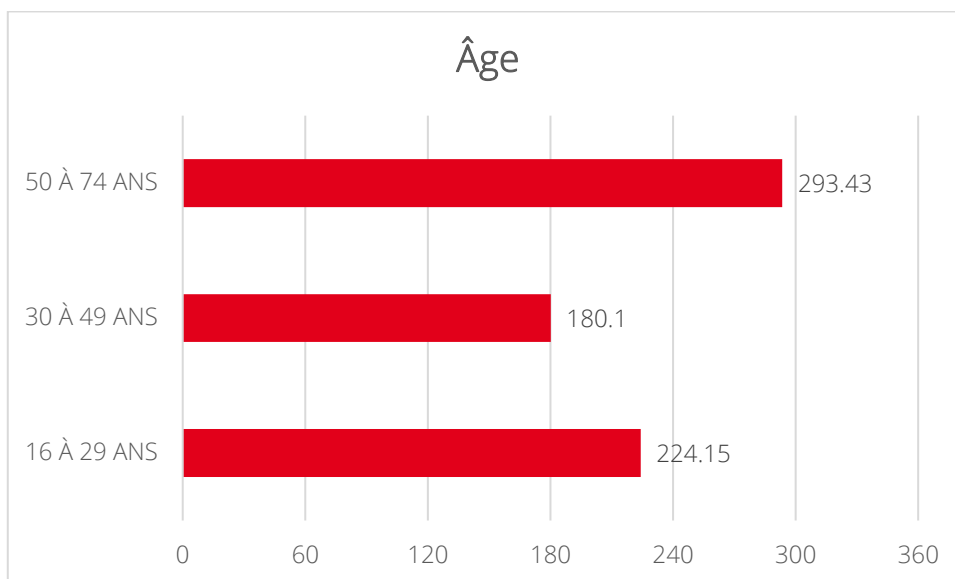


Diagramme 18 – Temps pour soi les jours de week-end selon l'âge (source: GfK Switzerland)

Les 30–49 ans disposent par jour de week-end de tout juste trois heures de temps pour eux seuls (46% de l'ensemble de leur temps libre par jour de week-end selon le diagramme 7, chap. 4.2.2). Les moins de 30 ans ont à peu près trois quarts d'heure de plus pour s'occuper uniquement d'eux (48% de leur temps libre). Les personnes interrogées de 50 ans et plus jouissent de presque cinq heures de temps pour elles seules (64% de leur temps libre).

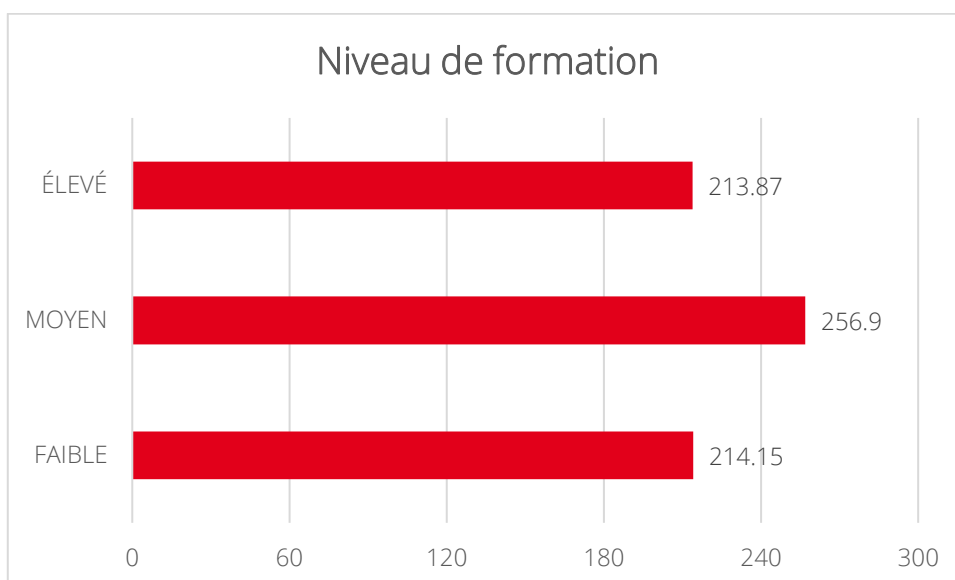


Diagramme 19 – Temps pour soi les jours de week-end selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland)

Les personnes de l'échantillon possédant un niveau de formation intermédiaire disposent de quatre heures et 17 minutes de temps pour elles les jours de week-end, soit presque trois quarts d'heure de plus que les personnes des deux autres groupes.

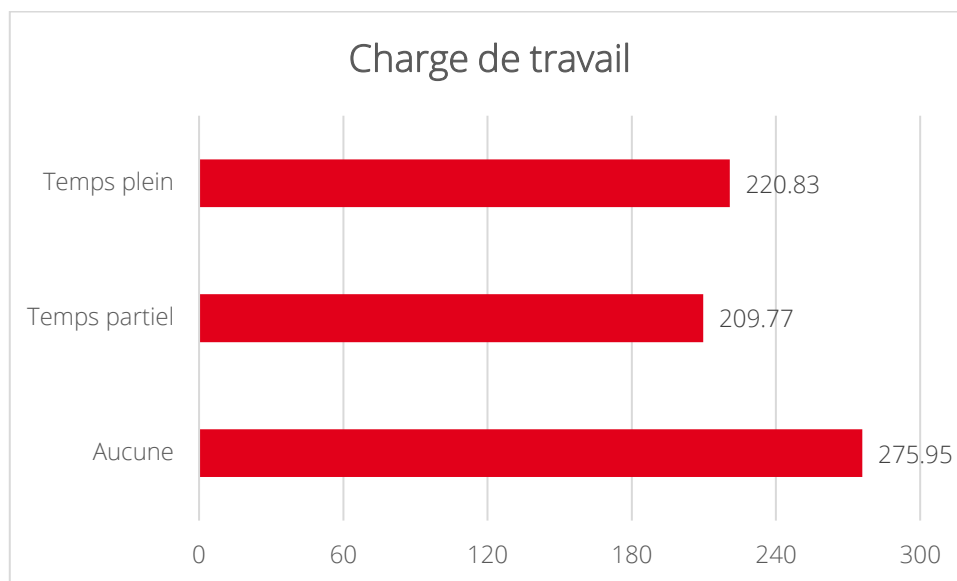


Diagramme 20 – Temps pour soi les jours de week-end selon le taux d'occupation (source: GfK Switzerland)

Les personnes travaillant à temps partiel sont celles qui ont le moins de temps pour elles le week-end: en moyenne trois heures trente par jour. Les personnes travaillant à temps plein ne disposent toutefois que de onze minutes de plus, contre plus de quatre heures et 40 minutes pour les personnes sans activité professionnelle, ce qui constitue un écart significatif.

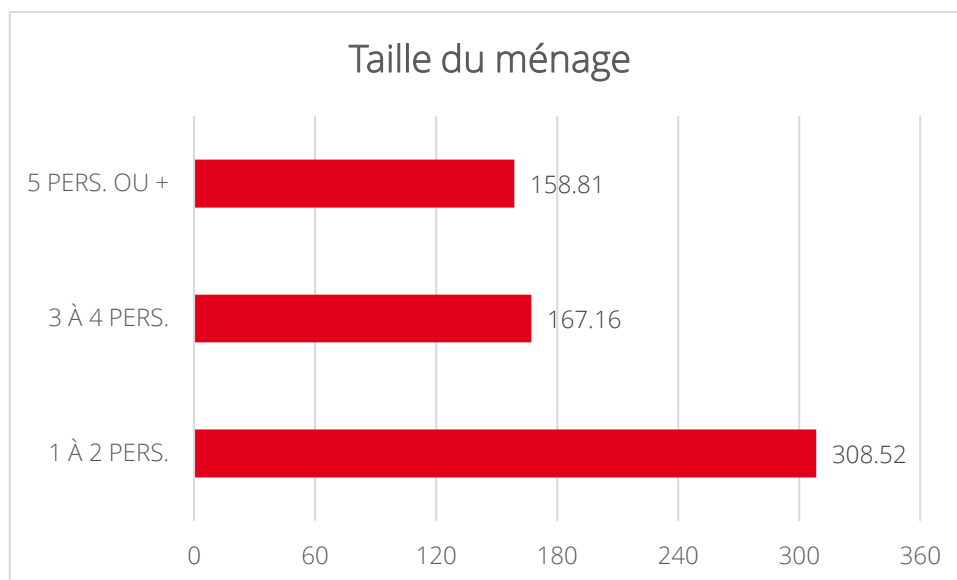


Diagramme 21 – Temps pour soi les jours de week-end selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland)

Les personnes issues d'un ménage constitué d'un célibataire ou d'un couple disposent par jour de week-end d'en moyenne cinq heures et neuf minutes de temps pour elles seules. Ce chiffre est significativement plus important que dans les ménages comptant trois ou quatre personnes (deux heures et 47 minutes) et ceux en comptant au moins cinq (deux heures et 39 minutes).

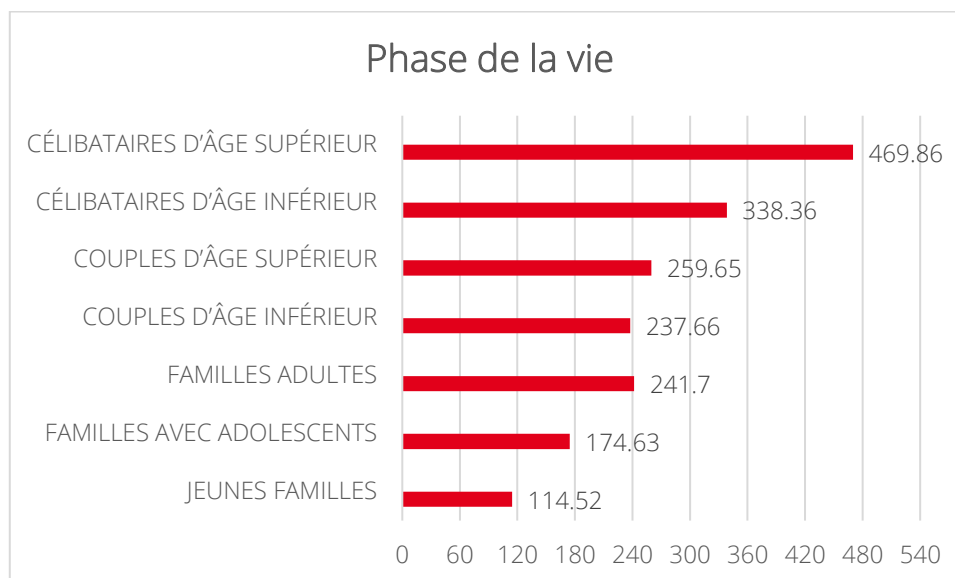


Diagramme 22 – Temps pour soi les jours de week-end selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland)

Les personnes vivant dans des familles jeunes ne disposent même pas de deux heures de temps pour elles seules le samedi ou le dimanche. Les personnes issues de familles avec des adolescents jouissent en revanche de presque trois heures de temps pour elles les jours de week-end et ce chiffre atteint quatre heures au sein des familles avec des enfants adultes. Les personnes vivant au sein d'un couple d'âge inférieur disposent de presque autant de temps et il faut rajouter 20 minutes au sein des couples d'âge supérieur. Ce sont les célibataires qui ont le plus de temps pour eux: cinq heures et 38 minutes pour les plus jeunes, sept heures et 50 minutes pour les plus âgés.



Remarque: on observe aussi des différences liées à la région linguistique, à la taille de la localité, au sexe, à la responsabilité des courses, au revenu brut et au rapport de propriété du logement concernant le temps pour soi par jour de week-end. Toutefois, ces différences n'atteignent pas un niveau de signification exploitable sur le plan statistique par rapport aux caractéristiques déjà mentionnées en comparant les valeurs moyennes. Cela signifie qu'il n'est pas à exclure que ces différences ne soient que le fait du hasard.

### 4.3 Satisfaction

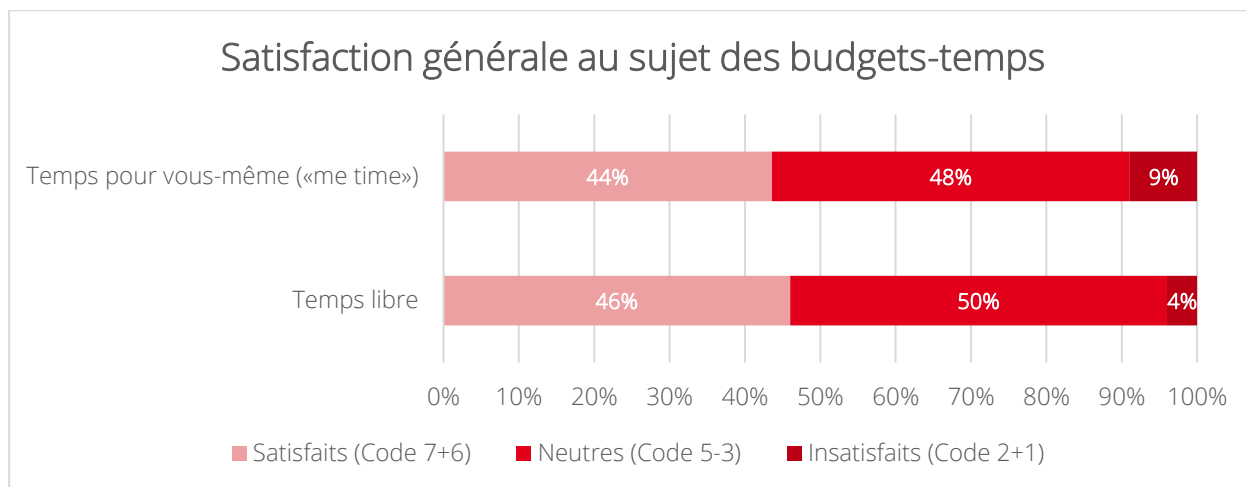


Diagramme 23 – Satisfaction quant au temps libre et temps pour soi (source: GfK Switzerland)

Les personnes de l'échantillon ont évalué leur degré de satisfaction quant à leur temps libre de manière générale et au temps pour elle en particulier sur une échelle de 1 (= pas du tout satisfait-e) à 7 (= très satisfait-e). Dans ce graphique, nous avons regroupé les évaluations 1 et 2 dans la catégorie «insatisfaction», les évaluations 6 et 7 dans la catégorie «satisfaction» et les évaluations 3, 4 et 5 dans la catégorie «neutre». Il en ressort le tableau suivant: la moitié des personnes ne sont ni satisfaites ni insatisfaites de leur temps libre (50%) ou du temps pour elles (48%). La quantité de personnes satisfaites n'est que légèrement plus faible: 46% et 44% des personnes interrogées sont respectivement satisfaites quant au temps libre et au temps pour elles dont elles disposent. Tandis que seulement 4% de l'échantillon est insatisfait quant à son temps libre, ce chiffre atteint 9% pour le temps pour soi. Cette différence de satisfaction entre les deux types de temps est statistiquement significative. La moyenne pour le temps libre est de 5,24 points, celle pour le temps pour soi de 5 points. Cette différence aussi est significative. Les deux valeurs se situent dans la partie supérieure de la catégorie neutre. En d'autres termes, une importante partie de la population suisse n'est de manière générale pas insatisfait quant à son temps libre ou au temps pour elle, mais presque une personne sur dix en Suisse a l'impression d'avoir trop peu de temps pour elle.

### 4.3.1 Différences significatives quant à la satisfaction

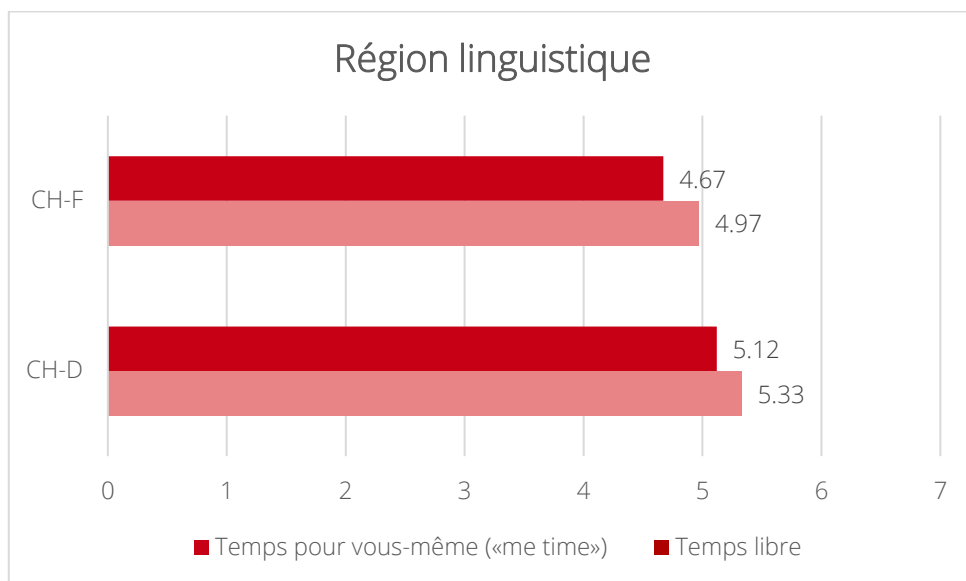


Diagramme 24 – Satisfaction par région linguistique (source: GfK Switzerland)

Les personnes vivant en Suisse alémanique sont en moyenne significativement plus satisfaites aussi bien quant à leur temps libre que quant au temps pour elles.

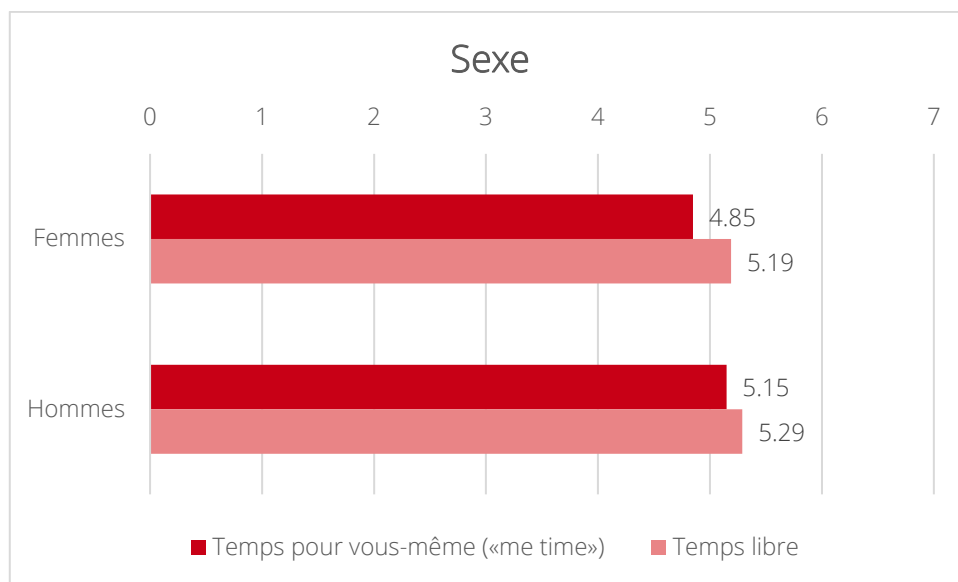


Diagramme 25 – Satisfaction selon le sexe (source: GfK Switzerland)

Les hommes sont plus satisfaits aussi bien quant à leur temps libre qu'au temps pour eux. Les femmes sont significativement moins satisfaites que les hommes quant au temps pour elle.

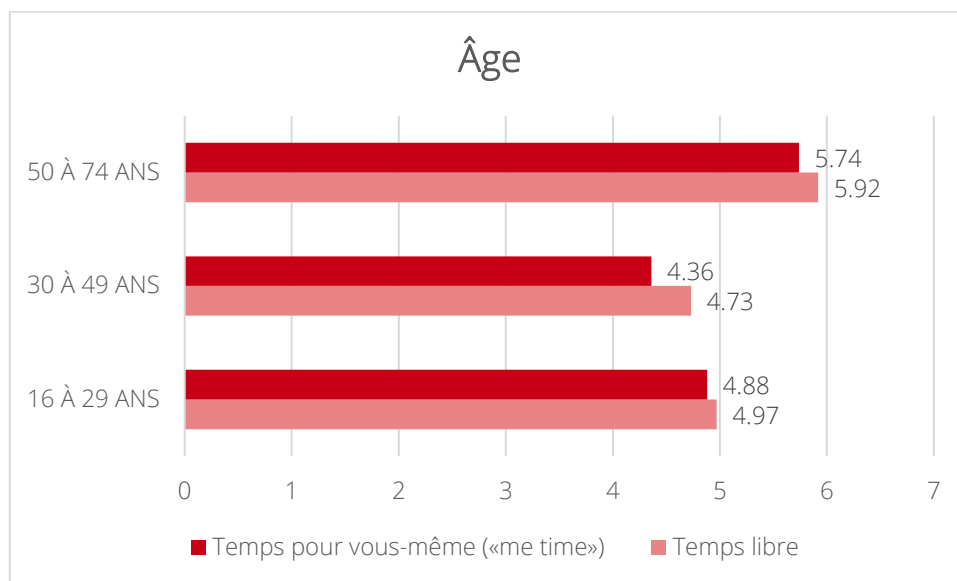


Diagramme 26 – Satisfaction selon l'âge (source: GfK Switzerland)

Les 50 ans et plus sont significativement plus satisfaits que les personnes des deux autres classes d'âge aussi bien quant à leur temps libre qu'au temps pour eux. Les 30–49 ans sont les moins satisfaits aussi bien quant à leur temps libre qu'au temps pour eux. Les moins de 30 ans sont par ailleurs significativement plus satisfaits que les 30–49 ans quant au temps pour eux.

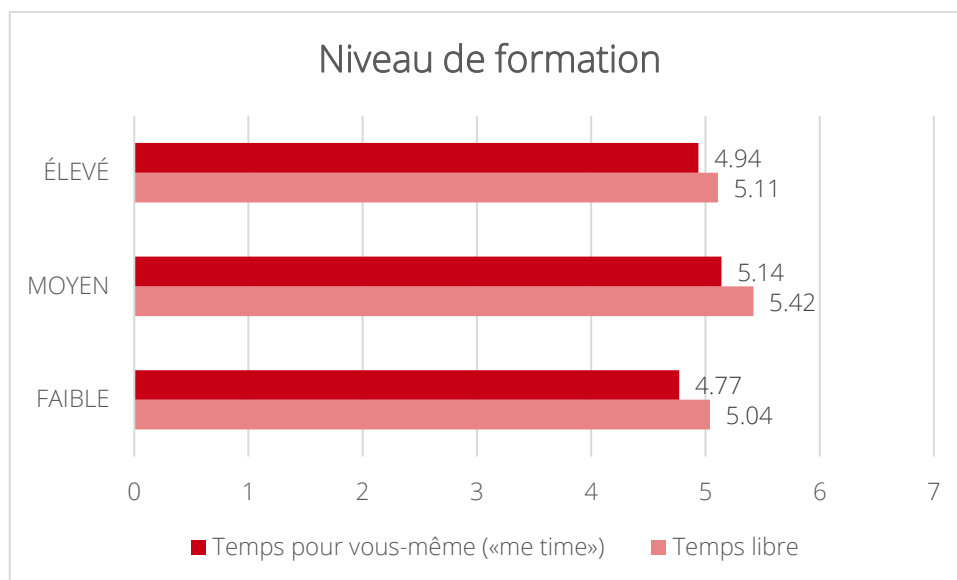


Diagramme 27 – Satisfaction selon le niveau de formation (source: GfK Switzerland)

Les personnes moyennement qualifiées sont les plus satisfaites aussi bien quant à leur temps libre qu'au temps pour elles. La différence au niveau du temps libre entre les personnes moyennement qualifiées et les plus qualifiées est statistiquement insignifiante. Les personnes les moins qualifiées tendent à être les plus insatisfaites.

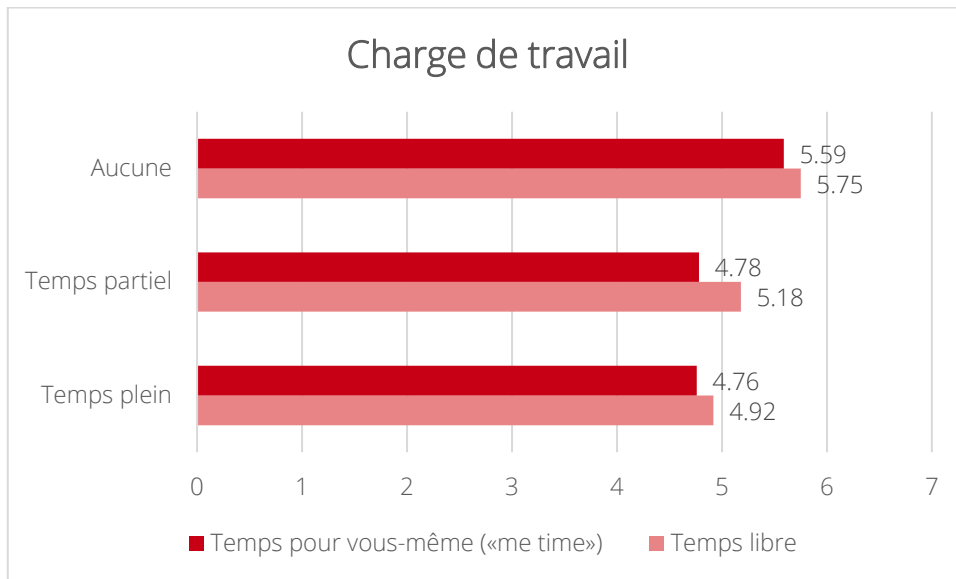


Diagramme 28 – Satisfaction selon le taux d'occupation (source: GfK Switzerland)

Les personnes sans activité professionnelle de l'échantillon sont significativement plus satisfaites que les autres aussi bien quant à leur temps libre qu'au temps pour elles. Les personnes travaillant à temps partiel sont par ailleurs significativement plus satisfaites que celles travaillant à temps plein concernant le temps libre, alors qu'elles tendent à n'être plus satisfaites qu'elles que de manière marginale quant au temps pour elles.

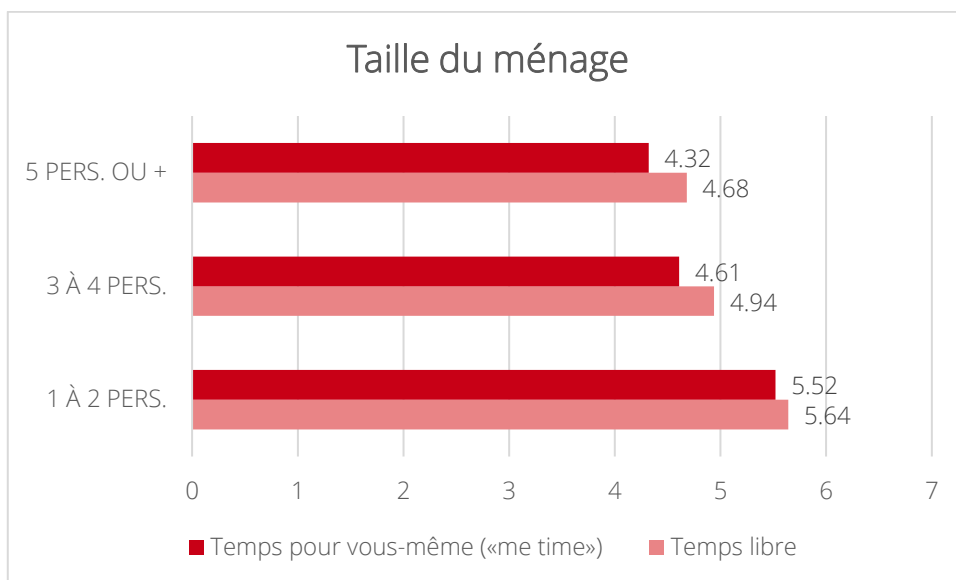


Diagramme 29 – Satisfaction selon la taille du ménage (source: GfK Switzerland)

Les personnes vivant dans les plus petits ménages sont significativement plus satisfaites que les personnes vivant dans des ménages moyens ou de grands ménages, aussi bien quant à leur temps libre qu'au temps pour elles. Les personnes qui partagent leur ménage avec en tout au moins quatre autres personnes sont les plus insatisfaites quant aux deux types de temps.

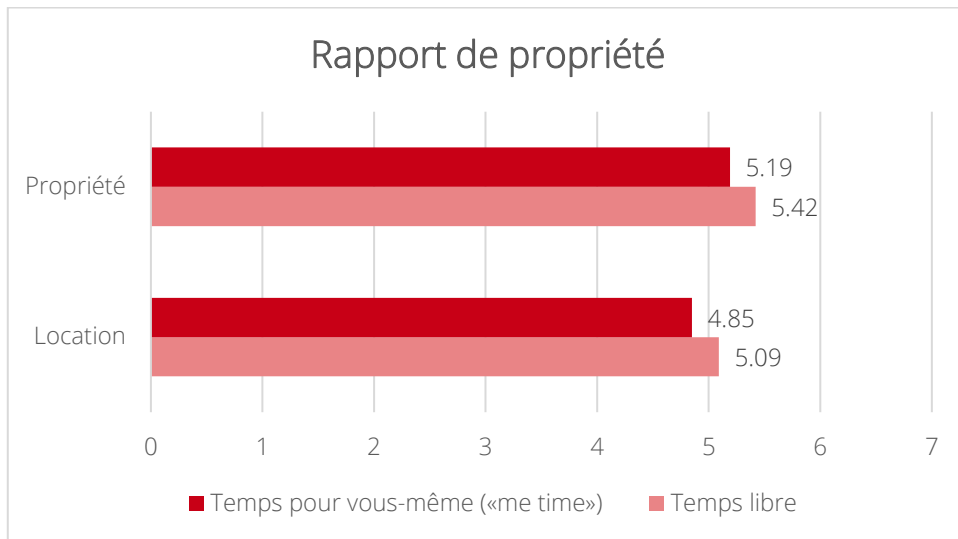


Diagramme 30 – Satisfaction selon le rapport de propriété (source: GfK Switzerland)

Les propriétaires sont significativement plus satisfaits que les locataires aussi bien quant à leur temps libre qu'au temps pour eux.

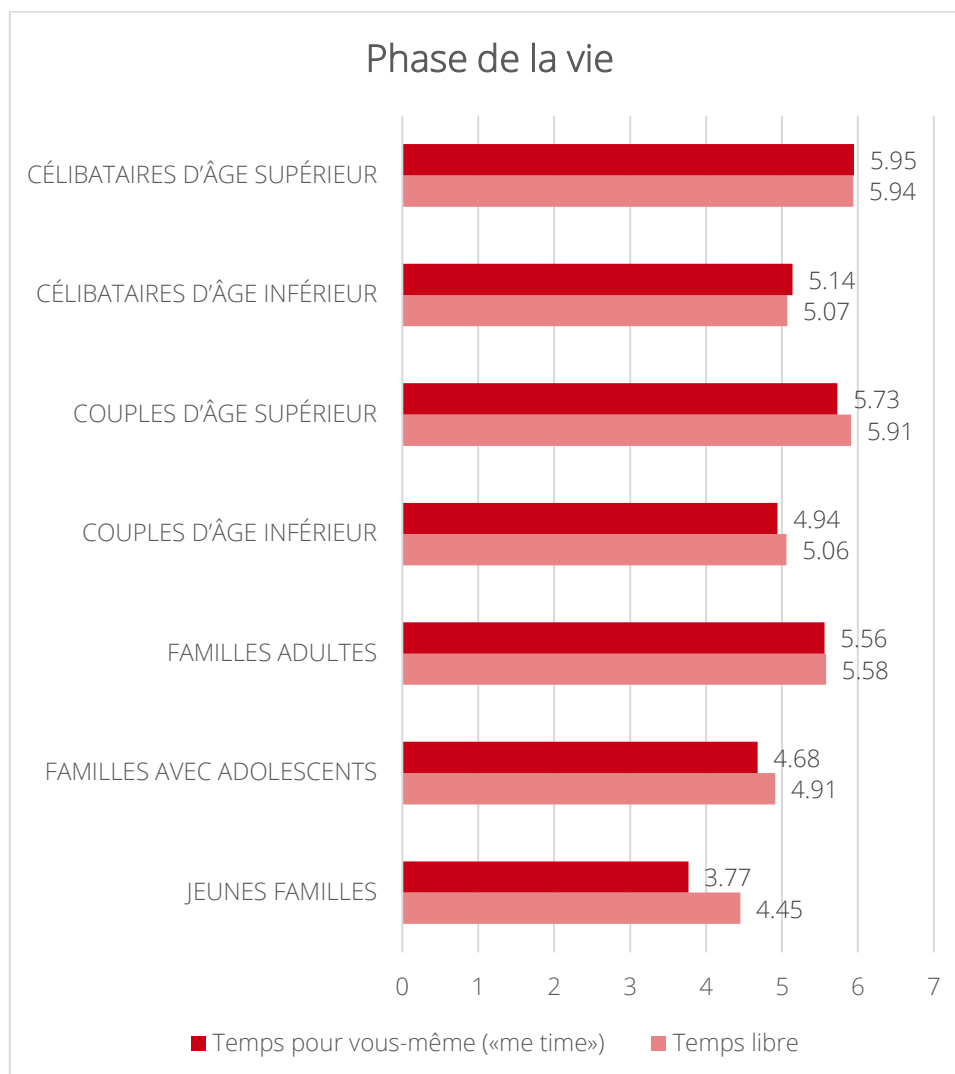


Diagramme 31 – Satisfaction selon la phase de la vie (source: GfK Switzerland)

Les personnes interrogées appartenant à des familles jeunes sont significativement moins satisfaites que celles dans tous les autres segments de phase de la vie aussi bien quant à leur temps libre qu'au temps pour elles. Les célibataires d'âge supérieur, les couples d'âge supérieur et les familles avec des enfants adultes sont significativement plus satisfaites que les jeunes familles, les familles avec des adolescents, les couples d'âge inférieur et les célibataires d'âge inférieur quant aux deux types de temps.

Les particularités suivantes ressortent au niveau de la variable «phase de la vie»:

- En considérant l'ensemble des modalités de toutes les variables importantes (comparaison aux chapitres 3.2.1 et 3.2.2), les «célibataires d'âge supérieur» sont en moyenne les plus satisfaites aussi bien quant à leur temps libre (5,94 sur 7) qu'au temps pour eux (5,95 sur 7).
- De manière analogue, donc en considérant toujours l'ensemble des modalités de toutes les variables importantes, les personnes au sein de «jeunes familles» sont en moyenne les moins satisfaites aussi bien quant à leur temps libre (4,45 sur 7) qu'au temps pour elles (3,77 sur 7). Le niveau de satisfaction (ou plutôt d'insatisfaction) des

personnes vivant dans de jeunes familles quant au temps pour elles est même la seule valeur moyenne en dessous de quatre de l'étude concernant la satisfaction.

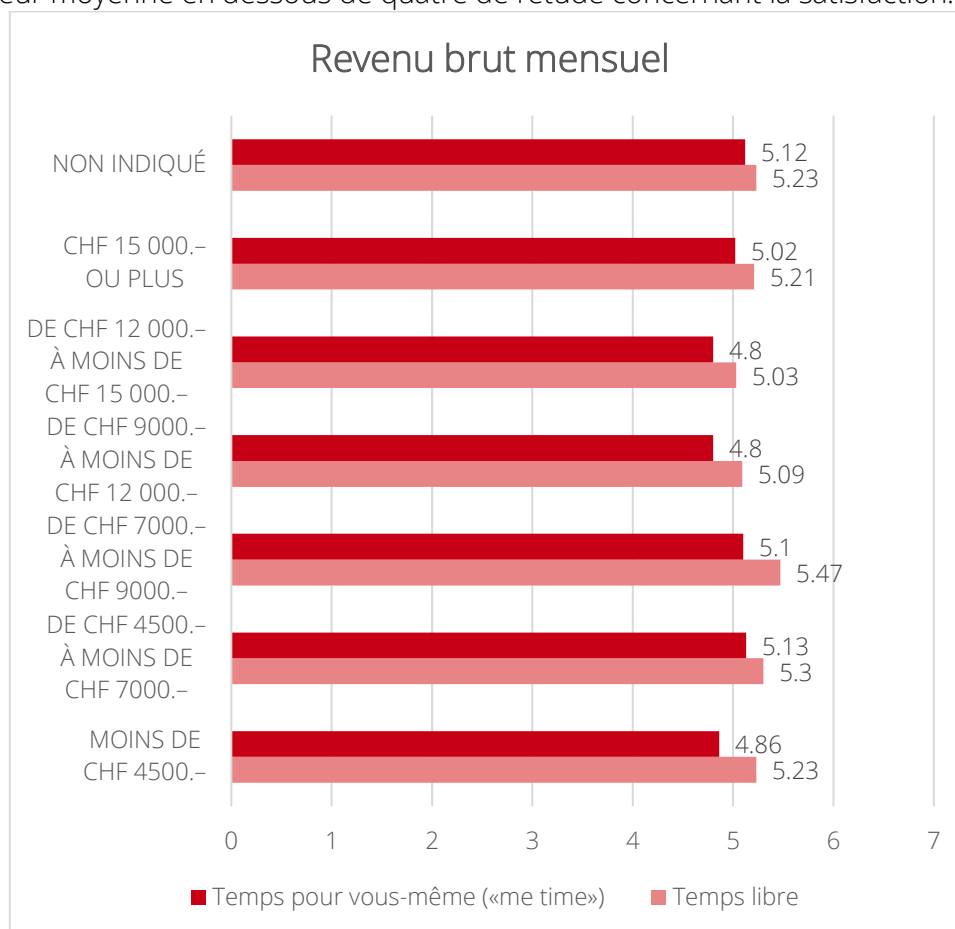


Diagramme 32 – Satisfaction selon la tranche de revenu (source: GfK Switzerland)

Les personnes de la tranche de revenu comprise entre CHF 7000.- et CHF 8999.- sont les plus satisfaites quant au temps libre dont elles disposent et sont significativement plus satisfaites sur ce point que les personnes avec un revenu mensuel brut compris entre CHF 9000.- et CHF 14 999.-. Les personnes ayant un revenu allant de CHF 4500.- à CHF 6999.- sont les plus satisfaites quant au temps pour elles seules. Les personnes dont le revenu brut moyen du ménage par mois est compris entre CHF 9000.- et CHF 14 999.- tendent à être les moins satisfaites.

### 4.3.2 Différences sans signification quant à la satisfaction

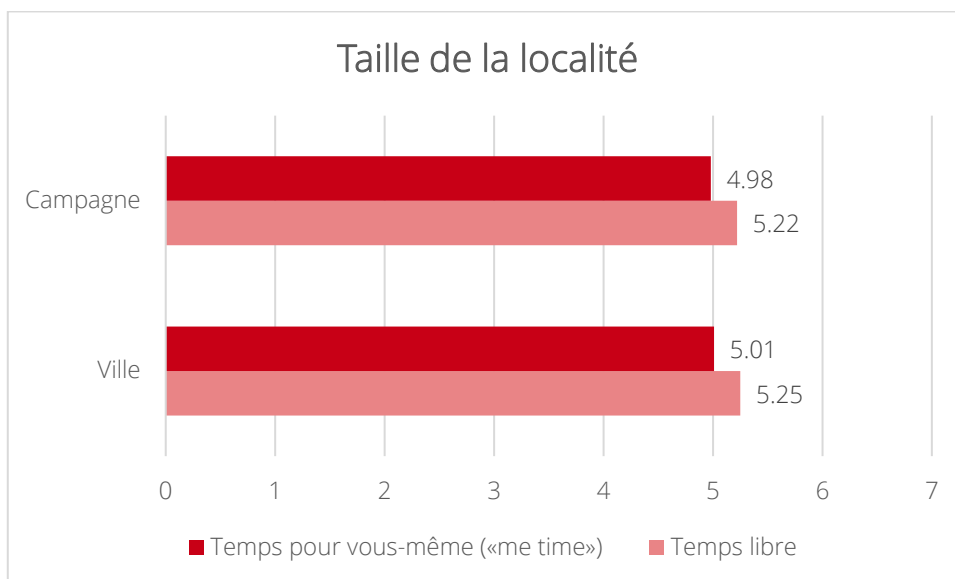


Diagramme 33 – Satisfaction selon le nombre d'habitants du lieu de résidence (source: GfK Switzerland)

Les citadins tendent à être légèrement plus satisfaits du temps libre dont ils disposent que les personnes habitant de plus petites localités.

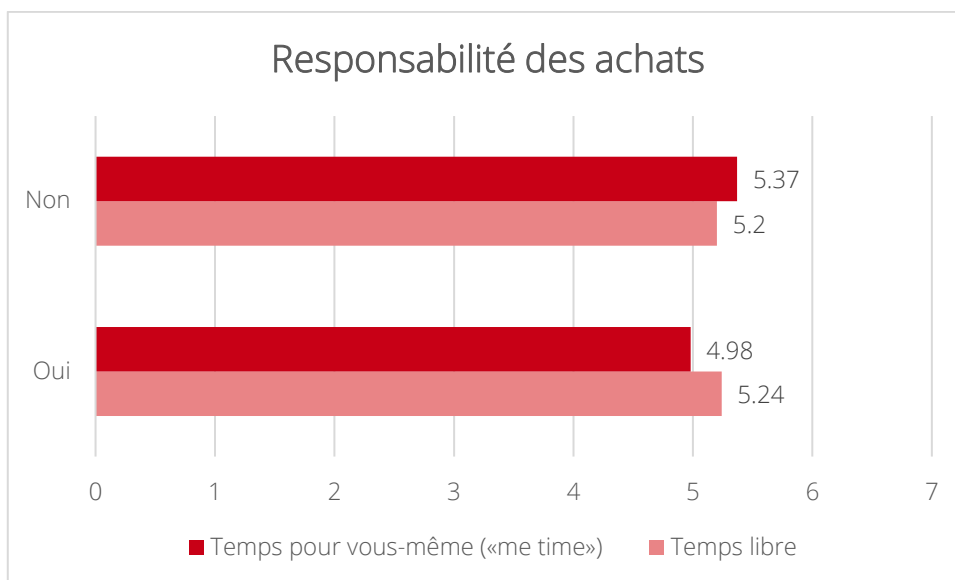


Diagramme 34 – Satisfaction en tenant compte de la responsabilité des courses (source: GfK Switzerland)

Les personnes ayant la responsabilité des achats au sein de leur ménage tendent à être très légèrement plus satisfaites quant au temps libre dont elles disposent. En revanche, les personnes non responsables des courses tendent à être plus satisfaites quant au temps pour elles seules.

## 5. Discussion/interprétation

### 5.1 Réponse aux questions de recherche

#### 5.1.1 Hypothèse de travail 1: Avec son assortiment, Brack couvre 75% des activités de loisirs des Suissesses et des Suisses.

L'étude n'a pas permis d'infirmer cette hypothèse. Plus de 75% des activités de loisirs recensées statistiquement sont plus ou moins bien couvertes par l'assortiment de Brack. Bien entendu, il faut aussi garder à l'esprit que par exemple la fréquentation d'événements culturels ou la visite de sites culturels ne nécessite guère d'acheter des articles pouvant être rattachés à une activité précise, mais plutôt des articles très généraux, tels que des vêtements, un appareil photo ou des jumelles de théâtre.

#### 5.1.2 Hypothèse de travail 2: Les Suissesses et les Suisses sont insatisfaits du temps qu'ils peuvent consacrer à leurs loisirs.

L'étude a permis d'infirmer cette hypothèse. Au total, 96% des personnes interrogées soit sont satisfaites de leur taux de loisirs soit ont fourni une réponse neutre à la question. Au total, 91% des personnes interrogées soit sont satisfaites du temps pour elles soit ont fourni une réponse neutre à la question. Il existe toutefois d'importants écarts de temps libre disponible entre les divers segments, qui se répercutent en conséquence sur le niveau de satisfaction. Les célibataires d'âge supérieur et les couples d'âge supérieur, soit dans l'ensemble les plus de 50 ans, sont les plus satisfaits du temps dont ils disposent. Les jeunes familles, les grands ménages ainsi que les 30-49 ans sont en moyenne les moins satisfaits quant à leur temps libre. La différence d'évaluation est à peu près comprise entre un point et un point et demi.

#### 5.1.3 Hypothèse de travail 3: Les Suissesses et les Suisses aimeraient disposer de plus de temps pour eux-mêmes.

L'étude a permis d'infirmer cette hypothèse. Au total, 91% des personnes interrogées soit sont satisfaites du temps pour elles soit ont fourni une réponse neutre à la question. Il convient toutefois d'indiquer qu'une personne sur dix se dit très insatisfaite et que la moyenne de cinq points est significativement plus faible que celle du taux de loisir (5,24 points). Comme pour le temps libre (5.1.2), la moyenne dans certains segments atteint ici aussi des niveaux plus faibles, surtout chez les personnes vivant dans des familles avec des enfants de moins de douze ans (3,77). Les personnes issues de grands ménages (4,32) et les 30-49 ans (4,36) sont aussi significativement moins satisfaits en moyenne que les personnes issues de ménages plus petits ou des autres classes d'âge.

## 5.2 Interprétation

L'analyse des activités de loisirs favorites aboutit à des résultats proches de ceux des études présentées au chapitre 2.3. La consommation de médias, les activités physiques ainsi que les activités créatives et socioculturelles arrivent en tête sur plus de 60 activités citées. Il s'agit ici plus précisément de la lecture, de la randonnée, des travaux manuels, du cyclisme, de la cuisine, des voyages, de la natation, du jogging, de la promenade et des rencontres entre amis/en famille ainsi que du visionnage de la télévision, de l'écoute de musique, de la fréquentation d'une salle de sport, du sport en général et du jardinage.

Certaines activités sportives, telles que la fréquentation d'une salle de sport, le jogging ou le football, ont été citées plus souvent en premier (spontanément) que le reflète leur place effective dans le classement complet. Ce décalage suggère que les répondants cherchent à renvoyer l'image d'un mode de vie actif lorsqu'ils participent à ce type d'enquête.

Quelques activités, telles que la danse, sont significativement plus appréciées dans certains segments sociodémographiques que dans d'autres, tandis que d'autres, telles que celles liées au bien-être, sont à peu près autant appréciées ou aussi peu appréciées partout. La phase de la vie est le facteur qui permet le mieux de prédire les activités pratiquées pendant les loisirs. Il est probable que la pratique d'une activité dépende souvent de son coût. Les sports de raquette sont significativement plus populaires chez les personnes qui vivent au sein des ménages appartenant à la classe de revenu supérieur, qui travaillent à plein temps et/ou qui habitent dans un environnement urbain, alors que les promenades, qui ne nécessitent ni investissement matériel ni frais d'accès, sont significativement plus appréciées par les personnes sans activité professionnelle, par les femmes, en Suisse romande et/ou par les personnes au niveau d'études plus faible. La popularité du jardinage dépend probablement de l'accès à un jardin, ce qui explique que les propriétaires aient indiqué cette activité significativement plus souvent que les locataires. Étant donné que l'on ne devient généralement pas propriétaire au début de sa carrière, cette activité est aussi significativement plus pratiquée par les personnes plus âgées. Cependant, cela peut tout aussi bien relever de la nature «contemplative» du jardinier, c'est-à-dire du fait qu'il s'agisse d'une activité physique au grand air, dénuée de toute notion de performance, un aspect qui semble plus important dans les premières phases de la vie. Le football et les jeux vidéo sont plutôt rattachés à un public jeune et masculin, la lecture à un public âgé et féminin. La télévision est bien plus regardée au sein des générations X et Y, qui ont effectué leur socialisation à une époque où la télévision était encore le média de référence. La télévision a aussi été citée significativement plus souvent en Suisse romande qu'en Suisse alémanique.

Dans l'ensemble, il est permis de conclure qu'une grande partie des Suisses sont satisfait·e·s, ou du moins pas insatisfait·e·s de leur temps libre et de leurs moments pour elles/eux. Le fait que nettement plus de personnes se déclarent insatisfaites quant au temps pour elles que quant à leur temps libre est significatif statistiquement. Le niveau de satisfaction est plus élevé en Suisse alémanique qu'en Suisse romande dans les deux catégories. En outre, les hommes sont plus satisfaits que les femmes. Les personnes les moins satisfaites sont celles issues de jeunes familles avec un bébé ou des enfants de moins de 12 ans. Nous pensons qu'il est ici nécessaire d'agir pour améliorer le niveau de satisfaction, notamment quant au temps pour soi.

### **5.3 Besoins de recherche supplémentaires**

#### **5.3.1 La longue traîne ou l'analyse fastidieuse des champs libres**

La limitation du questionnaire à dix activités, l'absence de différenciation fine (par exemple entre la lecture de BD et de littérature) ainsi que le regroupement de certaines citations dans la catégorie «autres» font partie des lacunes que nous avons identifiées dans la conception de l'enquête. Ce choix répond aux objectifs de l'étude: limiter autant que possible la charge de travail des répondants au moment de remplir le questionnaire en ligne, ainsi que celle des responsables de l'étude lors de l'analyse des données. La longue traîne aurait évidemment été particulièrement intéressante pour permettre au client de vérifier la première hypothèse de travail, puisque le commerce en ligne, et notamment Brack, qui dispose d'un assortiment de plus d'un quart de million de produits, vivent aussi en partie de la couverture des besoins de la longue traîne, c'est-à-dire des produits moins fréquemment demandés qui couvrent des niches.

#### **5.3.2 Moment de l'enquête**

L'enquête a été réalisée début septembre, sous un climat de fin d'été<sup>i</sup>, ce qui a pu influencer aussi bien la mention de certaines occupations que l'ordre de citation des activités (par exemple pour la randonnée). Une étude longitudinale basée sur la réalisation de plusieurs enquêtes en différentes saisons permettrait d'éliminer ce biais.

#### **5.3.3 Interprétations individuelles de ce qui relève des loisirs ou non**

Par ailleurs, l'équipe de recherche a clairement exclu les activités telles que le ménage et les courses de la définition des loisirs ou du temps libre, bien qu'elle reconnaisse que certaines personnes apprécient le shopping ou le rangement et les considèrent comme des activités de détente. D'un autre côté, faire la cuisine et manger ont été inclus dans les loisirs, bien que certaines personnes perçoivent au moins une de ces activités comme un passage obligatoire contraignant.

#### **5.3.4 Estimation personnelle par rapport à la mesure/l'enregistrement du temps**

Il est possible que des méthodes d'analyse un peu plus exigeantes basées sur un groupe de personnes expérimental et une application de calcul du temps fournissent des résultats encore plus précis que l'auto-évaluation par questionnaire dans un objectif de représentativité. Des personnes pourraient, à titre expérimental, enregistrer l'ensemble de leurs activités du lever au coucher dans une application pendant une semaine factice.

#### **5.3.5 Effets liés à la désirabilité sociale**

Les réponses peuvent être biaisées par des effets de désirabilité sociale, comme le suggère par exemple l'absence totale de mention d'activités sexuelles. Ce type de sujet reste délicat à aborder, même dans un questionnaire en ligne. L'équipe de recherche pourrait limiter ce biais en formulant les questions avec davantage de subtilité ou en sensibilisant les participants en amont.

### **5.3.6 Lien entre temps disponible et satisfaction**


Par ailleurs, il pourrait être intéressant de vérifier s'il n'existe pas une relation stochastique entre le temps disponible et le niveau de satisfaction indiqué. Il serait possible de chiffrer et estimer l'intensité de la relation linéaire supposée avec un coefficient de corrélation.

### **5.3.7 Obtenir des résultats socialement pertinents**

Il serait particulièrement intéressant de répéter l'ensemble de l'étude sur le même panel une fois par an ou par semestre. Une étude longitudinale permettrait d'analyser les variations de comportement en matière de loisirs, de temps disponible et de niveau de satisfaction au cours des prochaines années. Elle pourrait aider le client Brack à adapter durablement et de manière optimale son offre aux besoins ainsi qu'aux habitudes de la population. En outre, une enquête sur plusieurs années augmenterait les capacités à dépasser ce cadre initial et mettre en lumière des changements ou des effets de cohorte en matière de loisirs, qui pourraient faire ressortir des évolutions importantes également dans l'ensemble de la société et au niveau politique.

## 6. Annexe

### 6.1 Captures d'écran du questionnaire dans le navigateur



In which language would you like to be interviewed?


German – Switzerland

French – Switzerland

Italian – Switzerland


© 2024 GfK

Illustration A1 – Démarrage du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)



GfKaptcha

Welche Art von Tier sehen Sie?



Schmetterling

Fisch

Kuh

Hund

Zebra

Vogel

Tiger

keines der genannten

© 2024 GfK

Illustration A2 – Captcha du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)



## SoundCheck

In dieser Befragung wird Ihnen mindestens ein Spot / Film unseres Kunden angezeigt. Damit Sie diesen 100%ig beurteilen können ist es wichtig, dass Sie den aktuellen Ton/Sound korrekt hören und auch identifizieren können. Bitte schalten Sie Ihre Tonwiedergabe jetzt ein und klicken Sie auf den nachfolgenden "▶" Knopf.

▶ 0:04 / 0:04

Sie sollten ein Geräusch gehört haben - können Sie uns sagen welches?

Sie können sich das Geräusch jederzeit erneut anhören, indem Sie auf den "▶" Knopf klicken.

- Ein Telefon
- Wasser
- Eine Kuh
- Ein Baby
- Bowling-Kegeln
- Keiner von diesen



© 2024 GfK

Illustration A3 – Essai du son du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)



## Intropage

Bitte geben Sie die Postleitzahl Ihres Wohnortes an.

Ihr Geschlecht?

- Männlich
- Weiblich

Wie alt sind Sie?



© 2024 GfK

Illustration A4 – Questions introductives du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

Jetzt paar Fragen zum Thema Hobbys und Freizeitaktivitäten ...



© 2024 GfK

Illustration A5 – Transition vers le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

Welchen **Hobbys und Freizeitaktivitäten** gehen Sie persönlich am **liebsten** nach?  
Bitte schreiben Sie Ihre liebsten Hobbys und Freizeitaktivitäten einzeln auf.


© 2024 GfK

Illustration A6 – Question sur les activités de loisirs préférées dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

Wie viel Zeit steht Ihnen **durchschnittlich** an folgenden Tagen **zur freien Verfügung**?

Hinweis: Es geht um die freie Zeit ausserhalb der Arbeitszeit, wobei Arbeit sowohl Erwerbs- als auch Hausarbeit bedeutet, über deren Nutzung Sie selbst frei entscheiden.

Darin enthalten ist die Zeit zu Ihrer freien Verfügung wie z.B. Lesen, Sport, Kultur, TV schauen, Ausflüge usw.

**Folgende Tätigkeiten** sollten Sie von Ihrer Zeitschätzung **ausschliessen**: Arbeit, Arbeitsweg, Schlafen, Putzen, Einkaufen. Bitte überlegen Sie sich diese Frage in Ruhe und geben Sie eine möglichst genaue Angabe ab.

Geben Sie die freie Zeit in Stunden und Minuten in das jeweilige Feld ein.

Sollten Sie überhaupt keine Zeit zur freien Verfügung haben, dann geben sie bei Stunden und Minuten null (0) ein.

An einem Wochentag Montag bis Freitag (durchschnittlich pro Tag in Std. und Min.):

Std.

Min.

Am Wochenende Samstag und Sonntag (durchschnittlich pro Tag in Std. und Min.):

Std.

Min.



© 2024 GfK

Illustration A7 – Question sur le temps libre disponible dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

Wie viel Zeit steht Ihnen durchschnittlich pro Tag für **Sie allein** zur freien Verfügung also «Me-Time»?

Hinweis: Hier geht es um die gleiche Definition der freien Zeit. Einziger Unterschied ist, dass hier explizit die Zeit für Sie persönlich, **welche Sie allein verbringen**, gemeint ist. Bitte überlegen Sie sich auch diese Frage in Ruhe und geben Sie eine möglichst genaue Angabe ab.

Geben Sie die «Me-Time» in Stunden und Minuten in das jeweilige Feld ein.

Sollten Sie überhaupt keine «Me-Time» haben, dann geben sie null (0) ein.

An einem Wochentag Montag bis Freitag (durchschnittlich pro Tag in Std. und Min.):

Std.

Min.

Am Wochenende Samstag und Sonntag (durchschnittlich pro Tag in Std. und Min.):

Std.

Min.



© 2024 GfK

*Illustration A8 – Question sur le temps pour soi disponible dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)*

Wie **zufrieden** sind Sie mit ihren folgenden Zeiten?

▼ Zeit zu Ihrer freien Verfügung

7. Sehr zufrieden

6

**5**

4

3

2

1. Überhaupt nicht zufrieden

▼ Zeit für Sie allein, «Me-Time»

7. Sehr zufrieden

6

5

4

3

2

1. Überhaupt nicht zufrieden



© 2024 GfK

Illustration A9 – Question sur la satisfaction quant au temps libre disponible dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S3. Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

2 ▼



© 2024 GfK

Illustration A10 – Question sur la taille du ménage dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S4. Wie viele der **2** Personen in Ihrem Haushalt sind ...?

jünger als 12 Jahre	<input type="text" value="0"/>
zwischen 12 und 19 Jahre alt	<input type="text" value="0"/>
zwischen 20 und 45 Jahre alt	<input type="text" value="1"/>
46 Jahre und älter	<input type="text" value="1"/>



© 2024 GfK

Illustration A11 – Question sur la détermination de la phase de la vie dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S10. Jetzt eine Frage zur Haushaltsführung, das heisst, wer entscheidet bei Ihnen im Haushalt in der Regel über den Einkauf von Lebensmitteln, Getränken und täglichen Verbrauchsartikeln? Sind das ...

- Sie alleine
- Sie mit jemand anderem zusammen
- oder ist das jemand anderes



© 2024 GfK

Illustration A12 – Question sur la responsabilité des achats dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S5. Sind Sie berufstätig?

*Als Berufstätigkeit zählt auch unentgeltliche Mitarbeit im Familienbetrieb, nicht aber Hausarbeit. Berufstätig heisst, dass Sie mindestens 1 Stunde pro Woche arbeiten und dies Ihre Hauptbeschäftigung ist.*

- Ja
- Nein



© 2024 GfK

Illustration A13 – Question sur l'activité professionnelle dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S6. Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich pro Woche?

Durchschnittliche Anzahl Stunden

pro Woche:  Stunden



© 2024 GfK

Illustration A14 – Question sur le taux d'occupation dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S7. Welchen Beruf üben Sie aus?

Bitte beziehen Sie Ihre Angaben auf die **Haupttätigkeit**

- Freie Berufe (z.B. Arzt, Rechtsanwalt, Architekt)
- Selbständige bzw. Unternehmer (Handwerker, Handel)
- Landwirte
- Leitende Angestellte, Direktoren, höhere Beamte
- übrige Angestellte, Beamte, Vertreter
- gelernte Arbeiter
- ungelernete Arbeiter
- Lehrlinge



© 2024 GfK

Illustration A15 – Question sur le statut professionnel dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S9. Welche Schule haben Sie zuletzt besucht und auch abgeschlossen?

- Primarschule
- Real-, Sekundar-, Bezirks-, Orientierungsschule
- 10. Schuljahr, 1jährige Vorlehre, 1jährige Berufswahlschule
- Diplommittelschule, Verkehrsschule, Fachmittelschule
- Berufslehre, Berufsschule, Berufsmaturität
- Mittelschule, Gymnasiale Maturität, Seminar
- Höhere Fach-/Berufsausbildung, Höhere Fachschule
- Fachhochschule, HWV, Technikum
- Universität, Hochschule, ETH / Poly



© 2024 GfK

Illustration A16 – Question sur le niveau de formation dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S12. Leben Sie ...

- in einer gemieteten Wohnung
- in einem gemieteten Haus
- in einer Eigentumswohnung
- in einem eigenen Haus



© 2024 GfK

Illustration A17 – Question sur le rapport de propriété du logement dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)

S13. Wie hoch ist das gesamte Einkommen von allen Personen, die in Ihrem Haushalt leben, pro Monat? Das heisst das Einkommen von allen 2 Personen zusammengezählt? Geben Sie bitte den Brutto-Betrag an!

- Weniger als CHF 4'500.-
- CHF 4'500 bis unter CHF 7'000.-
- CHF 7'000 bis unter CHF 9'000.-
- CHF 9'000 bis unter CHF 12'000.-
- CHF 12'000 bis unter CHF 15'000.-
- CHF 15'000 und mehr
- Dazu möchte ich keine Angaben machen



© 2024 GfK

*Illustration A18 – Question sur le revenu dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)*

Somit wären wir **fast** am Ende des Interviews.

Vielleicht haben Sie noch Ideen, Beiträge, Kritik, die Sie bisher nicht äussern konnten. Sie haben an dieser Stelle Gelegenheit, alles, was Sie auch noch beschäftigt, zu notieren. Jegliche Beiträge sind willkommen. Ihre Kommentare werden nur in zusammengefasster Form weitergegeben, was Ihre Anonymität sicherstellt.

Da dieser Kommentar anonym ist, können wir darauf nicht antworten.

Möchten Sie Ihr Anliegen nicht anonym mitteilen, schreiben Sie uns eine Mail an [askgfk.ch@gfk.com](mailto:askgfk.ch@gfk.com)



© 2024 GfK

*Illustration A19 – Champ de texte libre dans le questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)*

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen und diesen Fragebogen ausgefüllt haben.  
Um den Fragebogen zu beenden, rufen Sie entweder eine andere Website auf, oder schließen Sie dieses Fenster.

© 2024 GfK

*Illustration A20 – Fin du questionnaire en ligne (© GfK Switzerland)*

## 6.2 Littérature/sources

---

Brügger, L., Hermann, M. et Wenger, V. (2024): Comment allez-vous? Étude sur la santé CSS 2024. <https://cssversicherung.scene7.com/is/content/csskrankenversicherung/css-hallo-leben-studie-2024-frpdf>

Office fédéral de la statistique (2020): Activités de loisirs. Office fédéral de la statistique. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/pratiques-culturelles/activites-loisirs.html>

Bürgi, R., Lamprecht, M. et Stamm H.P. (2021): Sport Suisse 2020: Les sports en chiffres. Macolin: Office fédéral du sport OFSPO. <https://backend.baspo.admin.ch/fileservice/sdweb-docs-prod-baspoch-files/files/2023/10/31/a495d463-dcbd-42b5-bc7a-f0f628fe3940.pdf>

Graefe, L. (2024): Statistiken zum Thema Freizeitverhalten in der Schweiz. Statista. <https://de.statista.com/themen/5101/freizeitverhalten-in-der-schweiz>

Lamprecht, Markus, Rahel Bürgi et Hanspeter Stamm (2020): Sport Suisse 2020: Activité et consommation sportives de la population suisse. Macolin: Office fédéral du sport OFSPO. <https://backend.baspo.admin.ch/fileservice/sdweb-docs-prod-baspoch-files/files/2023/10/31/f4764fb9-8adc-4ec4-8321-4ce0f61853f1.pdf>

Martin, Norbert (1984): «Muße», in: J. Ritter/K. Gründer (éd.): Historisches Wörterbuch der Philosophie, Bâle: Schwabe Verlag. DOI: <https://doi.org/10.24894/HWPh.2628>

New Work SE (2024, 8 avril): XING Millennials Report 2024 - Die Millennials am Arbeitsmarkt: Eine Generation zwischen Kindern und Karriere [communiqué de presse]. <https://new-work.se/de/newsroom/pressemitteilungen/2024-pm-xing-die-millennials-am-arbeitsmarkt>

Perret, Roger (2024, 1<sup>er</sup> octobre): Grosse Temperaturkontraste – der September 2024. Meteonews.ch. <https://meteonews.ch/fr/News/N14188/Grosse-Temperaturkontraste-%E2%80%93-der-September-2024>

Ritschel, Gregor (2021). 2. Die Idee der Muße von der Antike bis zur frühen Neuzeit. In: Gregor Ritschel/, *Freie Zeit* (23-40). Bielefeld: transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839455722-002>

Scheidegger, G., Bauer, J. et Bieser, J. (2023): Ausgebummelt – Wege des Handels aus der Spass- und Sinnkrise. Étude du GDI n° 53. DOI: <https://doi.org/10.59986/ECYW5885>

Page «Muße». In: Wikipédia – L'encyclopédie libre. Date et heure de la dernière édition avant consultation: 9 août 2024, 15:40 UTC. URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Mue%C3%9C&oldid=247542117>

Page «Freizeit». In: Wikipédia – L'encyclopédie libre. Date et heure de la dernière édition avant consultation: 4 décembre 2024, 09:41 UTC. URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Freizeit&oldid=250944216>

Suter, L., Bernath, J., Willemse, I., Külling, C., Waller, G., Skirgaila, P. et Süss, D. (2023). MIKE – Medien, Interaktion, Kinder, Eltern: Ergebnisbericht zur MIKE-Studie 2021. Zurich: Haute école zurichoise de sciences appliquées.

Nations unies (1948, 10 décembre): Résolution 217 A (III) de l'Assemblée générale: Déclaration universelle des droits de l'homme. Nations unies | Paix, dignité et égalité sur une planète saine. <https://gdi.ch/medien/medienmitteilung-30-prozent-der-erwerbsfaehigen-schweizer-bevoelkerung-leiden-oft-unter-zeitstress>. [http://undocs.org/fr/A/RES/217\(III\)](http://undocs.org/fr/A/RES/217(III))

Wiesner, Franziska (2024, 26 janvier): 30% der erwerbsfähigen Schweizer Bevölkerung leiden oft unter Zeitstress, obwohl sie soviel Freizeit haben wie nie zuvor – GDI-Studie [communiqué de presse]. <https://gdi.ch/medien/medienmitteilung-30-prozent-der-erwerbsfaehigen-schweizer-bevoelkerung-leiden-oft-unter-zeitstress>