

Les Français passent un tiers de leur temps libre devant la télévision

Article rédigé par Ipsos, le 07 février 2003

Regarder la télévision constitue la première activité de temps libre de la population française : sa part représente 32% devant les loisirs à domicile qui représentent 24% (du type bricolage, jardinage, la lecture ou les jeux vidéo), les sorties 16%, les activités sociales 14% (dont les visites chez des amis, dans la famille, les activités associatives.

), les autres médias 9% et les activités avec les enfants 5%.

C'est l'un des principaux enseignements de l'analyse conduite par Ipsos Observer pour le compte du SNPTV (le Syndicat National de la Publicité Télévisée), à partir de l'Observatoire du Temps Libre Ipsos Club Med.

Cette étude, menée en partenariat avec le Club Méditerranée et commercialisée en souscription, a été réalisée pour mieux comprendre les évolutions de la population française en termes de comportements (activités effectuées) et d'attitudes en matière de Temps Libre en France : devenu un enjeu majeur pour de nombreux acteurs du secteur du marketing des services, le temps libre par l'augmentation sensible de son offre ces dernières années contraint les consommateurs à faire de plus en plus de choix entre les services proposés. Cette étude barométrique annuelle se proposera de suivre les évolutions dans le temps et d'apporter un éclairage complet sur ces questions.

Les autres grands enseignements de cette analyse montrent combien la télévision est une activité transversale et ce quel que soit les nombreuses différences de comportements observées auprès des Français en matière de temps libre. De plus les perspectives offertes à l'avenir par la réduction du temps de travail auprès des actifs bénéficiera largement au média audiovisuel par les qualités d'accessibilité et de richesse de contenu qui lui sont attribuées.

Pour en savoir plus sur l'étude Ipsos, cliquez [ici](#) !

> D'accord, pas d'accord ? Envoyez votre avis à [Décryptage](#)

>