



Rapport 2026
Club Med
L'Art du Temps Libre

Et si nous avions oublié le plaisir de ne rien prévoir ?

Une exploration du bonheur, de la curiosité, de la découverte
et de ce qui se passe lorsque nous laissons davantage
de place à ce qui nous rend heureux.

Étude réalisée par Wakefield Research pour Club Med | Septembre 2026



Le Temps Libre, Réinventé

Depuis plus de 75 ans, Club Med cultive une conviction profonde : le bonheur naît de la liberté de découvrir, de créer des liens, de s'amuser et de vivre de nouvelles expériences. Une philosophie héritée de nos fondateurs, qui continue aujourd'hui de guider notre manière d'accueillir nos clients aux quatre coins du monde.

Mais au fil du temps, notre rapport au temps libre semble avoir changé. Entre responsabilités, attentes et listes de choses à faire qui n'en finissent plus, nos journées sont bien remplies. Au point que même nos loisirs finissent parfois par ressembler à des obligations.

C'est de ce constat qu'est né notre tout premier Rapport Club Med sur L'Art du Temps Libre. Nous avons voulu mieux comprendre la place qu'occupe le temps libre dans nos vies, ce qui nous procure réellement de la joie et ce qui nous empêche parfois d'en profiter pleinement.

Un résultat m'a particulièrement interpellée : 81 % des Nord-Américains regrettent davantage l'émerveillement qu'ils ressentaient enfants que le temps libre dont ils disposaient à cette époque.

Cette envie d'explorer, de laisser place à la spontanéité et de vivre l'inattendu ne nous a jamais vraiment quittés. Pourtant, nous ne nous autorisons pas toujours à lui donner libre cours.

Chez Club Med, nous avons toujours cru à la magie des premières fois : essayer un nouveau sport, partager un moment inattendu avec une personne que l'on vient de rencontrer ou simplement laisser une journée se dérouler au gré de ses envies, sans programme établi.

Car il n'existe pas une seule bonne façon de profiter de son temps libre. Et ce sont parfois les expériences les moins attendues qui deviennent nos plus beaux souvenirs.

Notre nouvelle plateforme de marque mondiale, L'Art du Temps Libre, célèbre précisément cette philosophie. Une invitation à retrouver la liberté de suivre sa curiosité, à s'ouvrir à de nouvelles possibilités et à faire davantage de place à ce qui nous rend véritablement heureux.

J'espère que ce rapport ouvrira une réflexion plus large sur la place du bonheur, du jeu et de la découverte dans nos vies. Et surtout, qu'il nous rappellera qu'il suffit parfois de laisser un peu plus de place à l'émerveillement pour retrouver le plaisir de profiter pleinement de chaque instant.

Carolyn Doyon

Présidente et cheffe
de la direction de Club Med
Amérique du Nord et Caraïbes



L'écart de *joie* (*Joy Gap*)

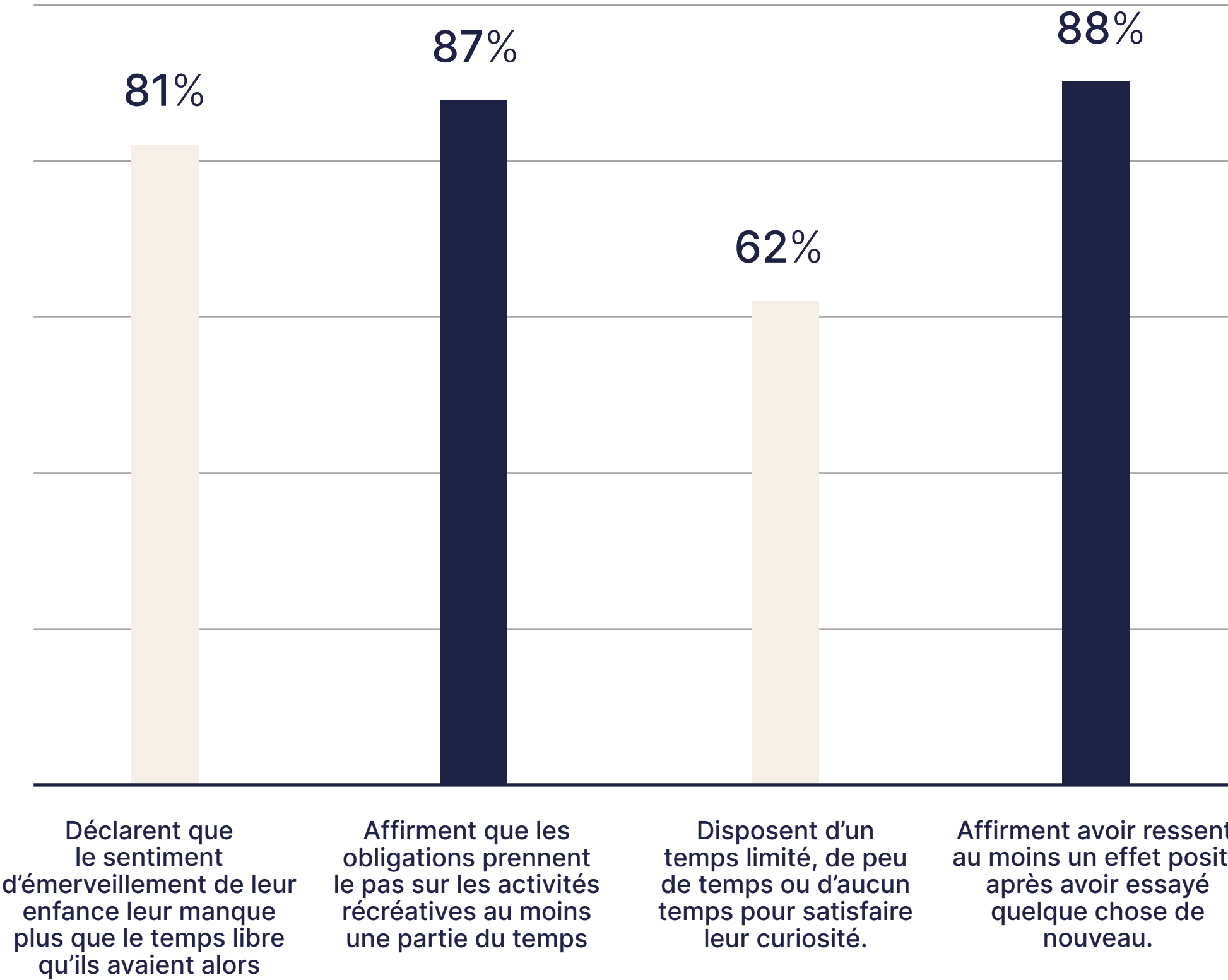
Entre l'enfance et l'âge adulte, notre temps libre s'est peu à peu rempli d'obligations, d'attentes et de toutes ces choses que nous avons l'impression de devoir accomplir.

Réalisé par Wakefield Research auprès de 2 000 adultes aux États-Unis et au Canada, le Rapport 2026 Club Med L'Art du Temps Libre explore notre rapport à ces précieux moments, les obstacles qui nous empêchent d'en profiter pleinement et ce qui se passe lorsque nous choisissons de suivre notre curiosité.

Les résultats révèlent un paradoxe frappant : les Nord-Américains n'ont rien perdu de leur envie d'explorer et de faire de nouvelles découvertes. Pourtant, les responsabilités du quotidien et les contraintes pratiques les empêchent souvent de passer à l'action.

C'est ce que Club Med appelle « l'écart de joie (Joy Gap) » : ce décalage entre le désir de nous amuser, de nourrir notre curiosité et de découvrir de nouvelles choses, et la place que nous accordons réellement à ces expériences dans notre quotidien.

Ce n'est pas
seulement le *temps libre*
qui nous manque.
C'est aussi cette capacité
à nous *émerveiller*



Les résultats de cette étude suggèrent qu'un temps libre plus enrichissant ne dépend pas uniquement du nombre d'heures dont nous disposons. Il repose aussi sur les possibilités que nous nous donnons de profiter pleinement du temps que nous avons déjà.



Ce que 2 000
Nord-Américains
nous révèlent sur leur
rapport au *temps libre*

Ces résultats font ressortir six grandes tendances
étroitement liées, qui nous permettent
de mieux comprendre notre rapport au temps
libre aujourd’hui.

Les résultats
en un *coup d’œil*

Résultats de l'enquête	Nord-Américains
Regrettent davantage le sentiment d'émerveillement de leur enfance que le temps libre dont ils disposaient à cette époque	81%
Affirment que leurs obligations passent avant leur plaisir, au moins à l'occasion	87%
Ont essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité au cours de la dernière année	65%
Ont ressenti au moins un effet positif après avoir essayé quelque chose de nouveau	88%
Sont susceptibles d'essayer quelque chose de nouveau lors de leurs prochaines vacances	79%
Affirment que le coût ou l'équipement nécessaire peut les empêcher d'essayer de nouvelles activités	80%
Estiment que le luxe en voyage, c'est avant tout la liberté de choisir ce qu'ils souhaitent faire	91%
Préfèrent des vacances spontanées, sans programme trop défini	74%
Ressentent une pression à devoir accomplir quelque chose, même dans leurs loisirs ou leurs activités préférées	79%
Ont continué à pratiquer un passe-temps ou une activité découverte pour la première fois en vacances	52%

Chapitre 1

Les bienfaits du *plaisir*



La curiosité n'a pas d'âge

Vieillir ne signifie pas nécessairement perdre sa curiosité. Mais avec le temps, il peut devenir plus difficile de lui faire une place dans notre quotidien.

Près des deux tiers des Nord-Américains (65 %) ont essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité au cours de la dernière année. Pourtant, plus du tiers (35 %) n'ont rien essayé de nouveau depuis plus d'un an.

Et même si de nombreux adultes souhaitent explorer de nouveaux centres d'intérêt, une majorité (62 %) affirme disposer d'un temps limité, de peu de temps ou d'aucun temps pour nourrir leur curiosité et découvrir de nouvelles activités qui pourraient leur plaire.

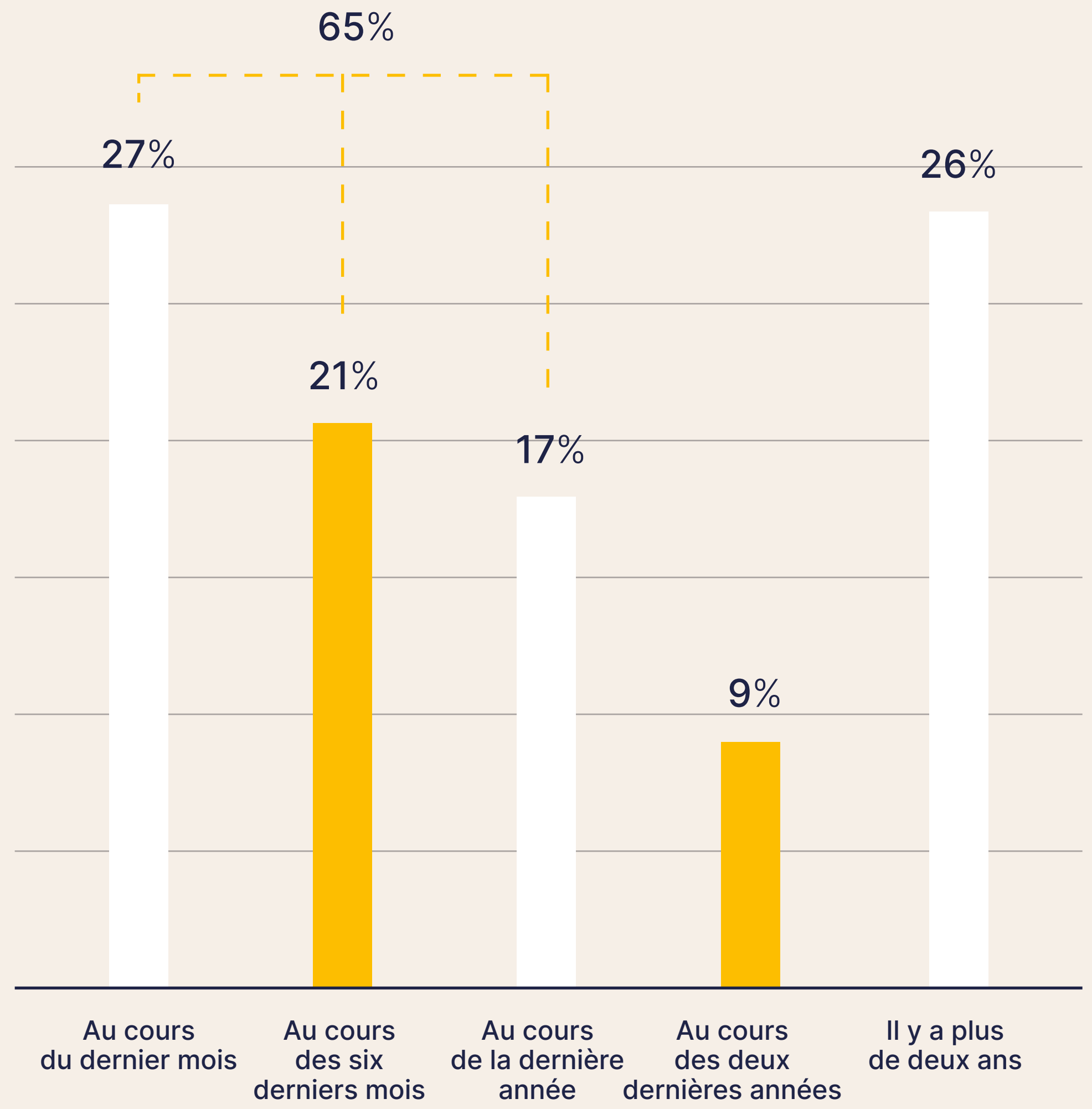
L'envie d'essayer quelque chose de *nouveau* ne disparaît jamais vraiment

À retenir

L'envie de découvrir est toujours bien présente, même lorsque le quotidien nous empêche de passer à l'action. Ces résultats montrent qu'il est possible de rendre les nouvelles expériences plus accessibles, plus spontanées et, surtout, plus agréables.

Amérique du Nord | Résultats pondérés du sondage

À quand remonte la dernière fois où vous avez essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité ?



Enquête menée par Wakefield Research auprès de 2 000 adultes aux États-Unis et au Canada pour Club Med, en 2026.

Oser essayer, c'est souvent y gagner

La dernière fois qu'ils ont osé sortir de leur zone de confort pour essayer quelque chose de nouveau, de nombreux Nord-Américains en ont retiré bien plus qu'ils ne l'imaginaient. Pour certains, l'expérience s'est simplement révélée plus agréable que prévu. Pour d'autres, elle a été l'occasion de gagner en confiance, d'acquérir une nouvelle compétence, d'en apprendre davantage sur eux-mêmes ou encore de faire de nouvelles rencontres.

Résultats de l'enquête	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Ont passé un meilleur moment que prévu	48%	52%	45%
Ont acquis une nouvelle compétence	41%	43%	39%
Ont gagné en confiance	41%	41%	41%
Ont découvert quelque chose de nouveau sur eux-mêmes	34%	34%	33%
Ont suivi un élan de curiosité	29%	31%	27%
Se sont fait de nouveaux amis	29%	29%	28%
Ont ressenti au moins un effet positif	88%	88%	88%

Plusieurs réponses étaient possibles. Les pourcentages sont calculés sur l'ensemble des répondants, y compris ceux qui ne se souvenaient pas de la dernière fois où ils avaient essayé quelque chose de nouveau.

88%
ont ressenti au moins un *effet positif* après avoir essayé quelque chose de *nouveau*

Ces résultats montrent que les bienfaits d'une nouvelle expérience vont bien au-delà de l'activité elle-même. Essayer quelque chose de nouveau, c'est aussi s'ouvrir à des rencontres et à de nouvelles passions.

Parfois, essayer quelque chose de *nouveau* semble demander trop *d'engagement*

Le frein des *premiers pas*

Mais avant même de se lancer, les questions s'accumulent : faut-il acheter de l'équipement, suivre des cours, prévoir un budget important ou y consacrer beaucoup de temps ? Et surtout, est-ce que l'expérience en vaudra vraiment la peine ?

80 % des Nord-Américains affirment qu'il existe des activités qu'ils aimeraient essayer, mais auxquelles ils renoncent parce que le coût de l'expérience ou de l'équipement nécessaire leur semble trop élevé.

Il est souvent plus facile d'oser une nouvelle expérience lorsqu'elle est accessible et qu'elle ne demande aucun engagement à long terme.

Chez Club Med, les sports, les activités et les expériences font partie intégrante du séjour. Les vacanciers peuvent ainsi découvrir une nouvelle passion, renouer avec une activité qu'ils aiment déjà ou simplement se laisser tenter par ce qui éveille leur curiosité.

Parfois, le premier pas vers une nouvelle passion, c'est simplement de s'accorder le droit de débuter.



Chapitre 2
La liberté,
le nouveau *luxe*



Le *luxe* de choisir

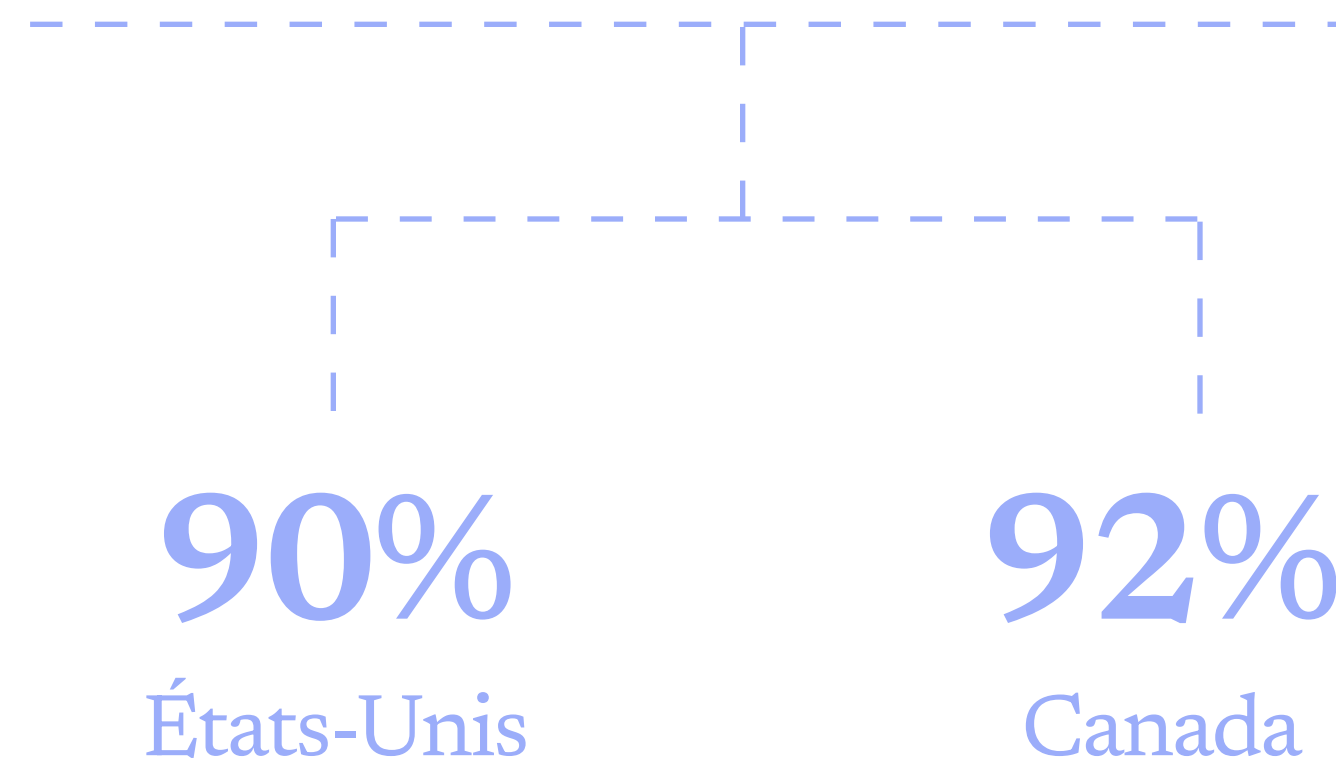
Pouvoir décider librement de son temps est peut-être l'un des plus grands luxes du voyage.

Les voyages de luxe évoquent souvent la gastronomie raffinée, les décors exceptionnels et un service haut de gamme. Pourtant, cette étude révèle à quel point les voyageurs accordent aussi de l'importance à quelque chose de moins tangible : la liberté.

91 % des Nord-Américains estiment que le véritable luxe en voyage ne se résume pas aux repas gastronomiques et aux petites attentions. C'est avant tout la liberté de faire ce qu'ils veulent, quand ils le veulent.

91%

Estiment que le luxe, c'est la liberté de faire ce qu'ils veulent, quand ils le veulent.



Lorsque notre quotidien est rythmé par les responsabilités et les horaires, pouvoir suivre une envie, changer de programme ou simplement ne rien faire devient particulièrement précieux.

Ce résultat nous invite à voir le luxe autrement : une expérience où la liberté de choix et la souplesse occupent une place centrale.

Le charme des vacances sans programme

Pour la majorité des Nord-Américains, les vacances idéales laissent une place à l'imprévu.

74 % préfèrent des vacances sans programme trop défini, qui leur permettent d'explorer et de faire place à la spontanéité, contre 26 % qui privilégient un itinéraire détaillé et un horaire rempli d'activités planifiées.

Cette préférence se retrouve dans les deux pays, même si les Américains sont légèrement plus nombreux à privilégier la spontanéité.

Préférences en vacances	États-Unis	Canada
Vacances libres et spontanées	76%	73%
Itinéraire détaillé	24%	27%

Les résultats montrent que les voyageurs aiment avoir plusieurs possibilités à leur portée, sans nécessairement devoir tout prévoir à l'avance.

Chez Club Med, L'Art du temps libre incarne cette liberté : le temps devient une toile vierge, et chaque vacancier est libre d'en faire ce qu'il souhaite.

Les plus *belles vacances* ne sont pas toujours celles qu'on a *planifiées*



Chapitre 3

Le bonheur, la nouvelle façon de prendre soin de soi



Et si nous avions transformé le plaisir en performance ?

Même nos passe-temps peuvent finir par ressembler à du travail.

Les activités que nous choisissons pour le plaisir ne sont pas toujours exemptes d'attentes.

Selon l'étude, 79 % des Nord-Américains ressentent une pression à obtenir au moins un résultat précis lorsqu'ils pratiquent leurs passe-temps ou des activités qu'ils aiment.

Certains se sentent obligés d'améliorer leur santé. D'autres éprouvent le besoin d'être productifs, d'atteindre un objectif, de maîtriser une compétence ou même de transformer un passe-temps en source de revenus.

Attentes liées aux loisirs	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Améliorer leur santé	38%	37%	40%
Être productif	36%	38%	34%
Atteindre un objectif précis	34%	34%	33%
Maîtriser une compétence	32%	34%	30%
En tirer un revenu ou en faire une activité rémunérée complémentaire	21%	23%	20%
Ne ressentir aucune de ces pressions	21%	20%	21%

Plusieurs réponses étaient possibles.

Ces attentes ne sont pas nécessairement négatives. Apprendre, progresser et atteindre ses objectifs peuvent être très gratifiants. Mais ces résultats soulèvent une question intéressante : à quand remonte la dernière fois où nous nous sommes permis de faire quelque chose simplement pour le plaisir, sans chercher à en retirer quoi que ce soit d'autre ?



Chapitre 4

Les vacances *où tout commence*

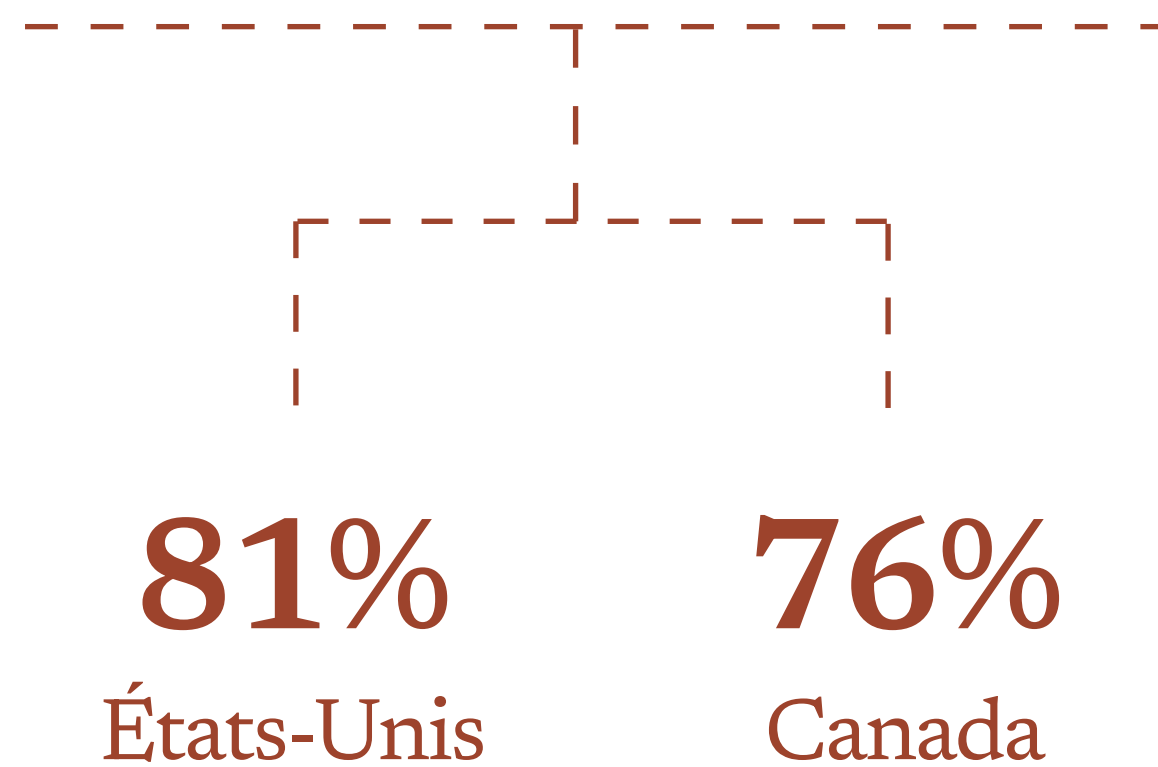


Et si les *vacances* étaient le moment idéal pour se lancer ?

Les vacances nous offrent ce que le quotidien ne permet pas toujours : changer d'environnement, sortir de la routine et prendre le temps d'explorer de nouveaux centres d'intérêt.

79%

des Nord-Américains affirment être susceptibles d'essayer un passe-temps ou une activité qu'ils n'ont jamais pratiqué lors de leurs prochaines vacances.



Cette envie de découverte est particulièrement intéressante lorsqu'on la compare aux obstacles rencontrés dans la vie de tous les jours.

Huit Nord-Américains sur dix affirment que le coût ou l'équipement nécessaire peut les décourager d'essayer une nouvelle activité. En vacances, toutefois, ces expériences peuvent sembler beaucoup plus accessibles, surtout lorsque l'équipement, l'encadrement et les occasions de les découvrir sont déjà à leur disposition.

Les résultats suggèrent ainsi que les voyages peuvent offrir un cadre idéal pour oser de nouvelles expériences et découvrir ce qui nous passionne, sans avoir à décider dès le départ si l'on souhaite s'y consacrer à long terme.

Le souvenir qui ne rentre pas dans une valise

Certaines découvertes de vacances nous accompagnent bien après le retour.

Toutes les expériences vécues en vacances ne prennent pas fin avec le voyage.

Plus de la moitié des Nord-Américains (52 %) affirment avoir découvert un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité pendant leurs vacances, qu'ils ont ensuite continué à pratiquer une fois de retour à la maison.

Activités découvertes en vacances et poursuivies au retour	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Oui, plusieurs passe-temps ou activités	17%	22%	13%
Oui	34%	33%	35%
Non	48%	45%	52%
Oui, au moins un (total)	52%	55%	48%

Les totaux peuvent varier d'un point de pourcentage en raison de l'arrondissement.

Les Américains sont plus nombreux que les Canadiens à poursuivre une activité découverte en vacances. L'écart est particulièrement marqué chez ceux qui ont continué à pratiquer plusieurs activités.

Ces résultats montrent que les vacances peuvent être le point de départ de découvertes qui trouvent ensuite leur place dans notre quotidien.

Un nouveau sport, un intérêt inattendu ou une compétence acquise pour la première fois en voyage peut devenir une passion que l'on cultive longtemps après être rentré à la maison.



Chapter 5

Le plaisir de découvrir à travers les générations



Essayer de nouvelles activités, à tout âge

L'étude révèle un écart entre la proportion d'Américains ayant récemment essayé une nouvelle activité et leur envie d'en découvrir une lors de leurs prochaines vacances.

Génération	Ont essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité au cours de la dernière année	Sont susceptibles d'essayer quelque chose de nouveau lors de leurs prochaines vacance
Génération Z	84%	87%
Milléniaux	83%	89%
Génération X	61%	81%
Baby-boomers	45%	67%

À retenir

La curiosité ne disparaît pas avec l'âge, mais les occasions que nous saisissons pour la nourrir évoluent au fil du temps.

Si la génération Z et les milléniaux sont les plus nombreux à avoir récemment essayé de nouvelles activités, l'envie de faire de nouvelles découvertes en vacances demeure bien présente chez les quatre générations.

C'est chez la génération X et les baby-boomers que l'on observe les écarts les plus importants entre les activités récemment essayées et l'intention d'en découvrir de nouvelles en vacances, soit 20 à 22 points de pourcentage.

Pour Club Med, ces résultats confirment l'attrait des vacances qui offrent une grande diversité d'expériences, où chaque génération peut découvrir de nouvelles activités et en profiter à sa façon.



Quatre *générations*, quatre façons de *vivre* la découverte



Génération Z *Les explorateurs dans l'âme*

Les répondants de la génération Z comptent parmi les plus enclins à explorer de nouveaux centres d'intérêt.

Aux États-Unis, 84 % des membres de la génération Z ont essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité au cours de la dernière année, et 95 % affirment avoir ressenti au moins un effet positif la dernière fois qu'ils ont essayé quelque chose de nouveau.

De plus, 87 % se disent susceptibles de tenter une nouvelle expérience lors de leurs prochaines vacances.



Milléniaux *La nostalgie de l'émerveillement*

Les milléniaux ressentent un attachement particulièrement fort à l'émerveillement de leur enfance.

89 % affirment regretter davantage ce sentiment d'émerveillement que le temps libre dont ils disposaient à cette époque.

Ils sont également les plus nombreux à vouloir essayer quelque chose de nouveau lors de leurs prochaines vacances (89 %), tandis que 92 % déclarent avoir ressenti un effet positif après leur dernière nouvelle expérience.



Génération X *Entre responsabilités et envie de découvrir*

Aux États-Unis, seulement 61 % des membres de la génération X ont essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité au cours de la dernière année.

Pourtant, 81 % se disent susceptibles de tenter une nouvelle expérience lors de leurs prochaines vacances, et 82 % affirment avoir ressenti un effet positif après leur dernière découverte.

Ce contraste montre que l'envie d'explorer peut demeurer bien présente, même lorsque les occasions de passer à l'action se font plus rares au quotidien.



Baby-boomers *Retrouver le goût de la découverte*

Aux États-Unis, 45 % des baby-boomers ont essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité au cours de la dernière année, tandis que 55 % n'ont rien essayé de nouveau depuis plus d'un an.

Mais leur envie de vivre de nouvelles expériences est loin d'avoir disparu.

67 % se disent susceptibles d'essayer quelque chose de nouveau lors de leurs prochaines vacances, et 83 % affirment avoir ressenti un effet positif la dernière fois qu'ils ont osé sortir de leur zone de confort.

Le potentiel des vacances *multigénérationnelles*

Les résultats de l'étude sur les différentes générations mettent en lumière une réalité importante des voyages en groupe ou en famille.

Selon leur étape de vie, les voyageurs peuvent avoir des intérêts, des niveaux d'expérience et des façons bien différentes de définir une journée de vacances réussie.

Certains auront envie d'apprendre à faire de la voile. D'autres seront tentés par le pickleball, la cuisine ou la randonnée. Et pour d'autres encore, le bonheur sera simplement de profiter d'un après-midi tranquille, sans rien prévoir.

L'étude suggère ainsi que des vacances offrant une grande variété de possibilités peuvent plaire à des voyageurs aux envies et aux préférences différentes.

Pour une marque multigénérationnelle comme Club Med, L'Art du temps libre célèbre cette liberté : permettre à chacun de suivre ses propres envies et de vivre des expériences à son rythme, tout en partageant le bonheur de voyager ensemble.

Partir en *vacances*
ensemble ne signifie
pas nécessairement *vivre*
les *mêmes expériences*



Chapitre 6
*Ceux qui vivent
l'écart de joie*



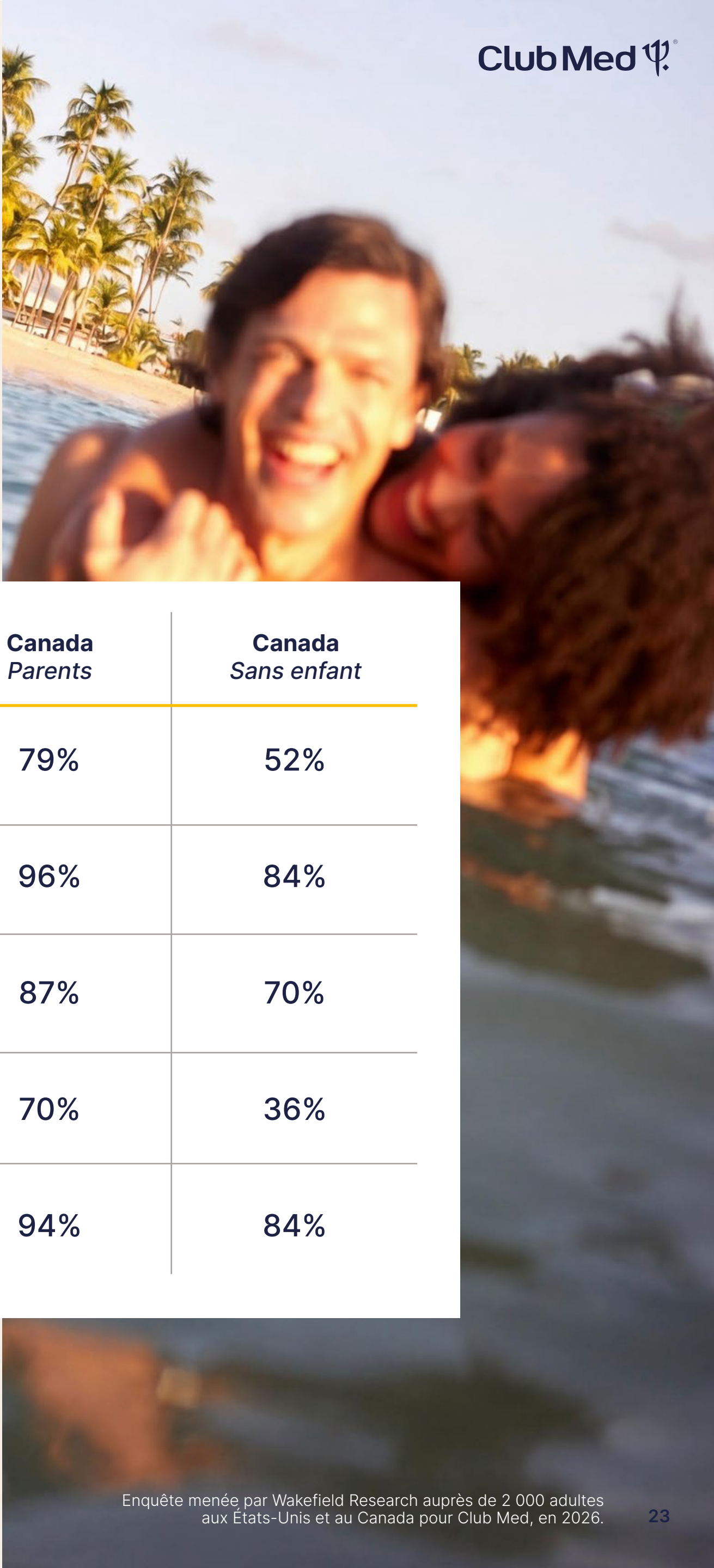
Être *parent* n'empêche pas de vivre de *nouvelles aventures*

Les parents aussi ont soif d'aventure.

Devenir parent peut transformer notre rapport au temps libre, mais cela ne fait pas disparaître notre curiosité.

Les résultats de l'étude révèlent un contraste intéressant entre les parents et les personnes sans enfant.

Les parents sont plus nombreux à affirmer que leurs obligations quotidiennes passent avant leur plaisir. Pourtant, ils sont aussi plus susceptibles d'avoir essayé quelque chose de nouveau récemment, d'en avoir retiré une expérience positive et d'avoir découvert en vacances des activités qu'ils ont ensuite continué à pratiquer à la maison.



Résultats de l'enquête	Amérique du Nord Parents	Amérique du Nord Sans enfant	États-Unis Parents	États-Unis Sans enfant	Canada Parents	Canada Sans enfant
Ont essayé quelque chose de nouveau au cours de la dernière année	80%	56%	80%	60%	79%	52%
Ont ressenti au moins un effet positif	94%	84%	92%	85%	96%	84%
Sont susceptibles d'essayer quelque chose de nouveau lors de leurs prochaines vacances	88%	73%	89%	77%	87%	70%
Ont continué à pratiquer une activité découverte en vacances après leur retour	73%	40%	76%	43%	70%	36%
Affirment que leurs obligations passent avant leur plaisir, au moins à l'occasion	93%	83%	93%	82%	94%	84%

Ces résultats suggèrent qu'avoir davantage de responsabilités ne signifie pas nécessairement perdre l'envie de découvrir. Pour les parents, les voyages peuvent être une occasion de renouer avec leurs propres centres d'intérêt, tout en passant du temps en famille.



La vie de couple, une invitation à la découverte

Partager du temps ensemble peut ouvrir la porte à de nouvelles découvertes.

L'étude révèle également des différences entre les adultes mariés ou en couple et ceux qui ne le sont pas.

Les personnes mariées ou en couple sont plus nombreuses à avoir essayé quelque chose de nouveau récemment, à en avoir retiré un effet positif et à avoir continué de pratiquer, une fois de retour à la maison, une activité découverte en vacances.

Ces résultats ne permettent pas d'affirmer que le fait d'être en couple favorise directement la pratique de nouvelles activités. Ils suggèrent toutefois que les expériences partagées et la curiosité occupent une place importante dans la façon dont les personnes en couple profitent de leur temps libre.

Les voyages offrent ainsi aux couples l'occasion de faire de nouvelles découvertes, que ce soit en explorant une destination, en essayant une activité ou même en apprenant à se découvrir autrement.

Résultats de l'enquête	Amérique du Nord <i>En couple</i>	Amérique du Nord <i>Sans enfant</i>	États-Unis <i>Parents</i>	États-Unis <i>Sans enfant</i>	Canada <i>Parents</i>	Canada <i>Sans enfant</i>
Ont essayé quelque chose de nouveau au cours de la dernière année	68%	57%	69%	62%	67%	52%
Ont ressenti au moins un effet positif	90%	82%	90%	83%	91%	81%
Sont susceptibles d'essayer quelque chose de nouveau lors de leurs prochaines vacances	80%	75%	83%	77%	77%	73%
Ont continué à pratiquer une activité découverte en vacances après leur retour	56%	41%	59%	46%	54%	37%

Chapitre 7

Deux pays, une même *envie* *de s'émerveiller*



Le portrait nord-américain

Le décalage entre envie et plaisir ne connaît pas de frontières.

L'étude révèle des attitudes remarquablement similaires à l'égard du temps libre, de la curiosité et de la découverte aux États-Unis et au Canada.

Dans les deux pays, **81 % des répondants regrettent davantage le sentiment d'émerveillement de leur enfance que le temps libre dont ils disposaient à cette époque.** Et dans les deux marchés, **88 % affirment avoir ressenti au moins un effet positif après avoir essayé quelque chose de nouveau.**

Si l'envie de découvrir est commune aux deux pays, certaines différences se dessinent dans la façon dont les Américains et les Canadiens abordent les nouvelles expériences, la liberté en vacances et les obstacles qui peuvent les freiner.

Comparaison entre les États-Unis et le Canada

Principaux résultats de l'étude | Résultats pondérés du sondage

Résultats de l'enquête	États-Unis	Canada
Ont essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité au cours de la dernière année	67%	62%
Sont susceptibles d'essayer quelque chose de nouveau lors de leurs prochaines vacances	81%	76%
Estiment que le coût ou l'équipement nécessaire peut les empêcher d'essayer de nouvelles activités	78%	81%
Estiment que le luxe, c'est la liberté de faire ce qu'ils veulent, quand ils le veulent	90%	92%
Ont continué à pratiquer une activité découverte pour la première fois en vacances	55%	48%
Regrettent davantage l'émerveillement de leur enfance que le temps libre dont ils disposaient	81%	81%
Ont ressenti au moins un effet positif après avoir essayé quelque chose de nouveau	88%	88%

Ce que révèlent les résultats

Les répondants américains sont légèrement plus nombreux à avoir récemment essayé de nouveaux passe-temps ou de nouvelles activités, à vouloir tenter une nouvelle expérience lors de leurs prochaines vacances et à poursuivre une activité découverte en voyage une fois de retour à la maison.

De leur côté, les répondants canadiens sont un peu plus nombreux à considérer que le véritable luxe réside dans la liberté de choisir comment profiter de leur temps. Ils sont également légèrement plus susceptibles de percevoir le coût ou l'équipement nécessaire comme un obstacle à la découverte de nouvelles activités.

Mais les similitudes sont tout aussi révélatrices. Dans les deux pays, une très grande majorité des répondants regrettent le sentiment d'émerveillement de leur enfance, reconnaissent les bienfaits des nouvelles expériences et accordent une grande importance à la liberté de vivre leurs vacances à leur façon.

À retenir

Le décalage entre envie et plaisir est une réalité partagée à travers l'Amérique du Nord. Si les habitudes et les obstacles peuvent varier d'un pays à l'autre, le désir de découvrir, de nourrir sa curiosité et de profiter de sa liberté dépasse les frontières.

Pour Club Med, ces résultats confirment la pertinence de L'Art du temps libre sur les deux marchés. Une vision des vacances qui permet à chacun d'explorer de nouveaux centres d'intérêt, de renouer avec ce qui leur fait plaisir, et surtout, de profiter pleinement de leur temps.

Chapitre 8

L'Art ^{du}
temps libre
Club Med



Le temps comme *page blanche*

Depuis plus de 75 ans, Club Med repose sur une conviction simple : le bonheur naît de la liberté de découvrir, de créer des liens, de s'amuser et de vivre de nouvelles expériences.

Le Rapport 2026 Club Med sur L'Art du Temps Libre apporte un regard actuel sur cette philosophie.

L'étude montre que les adultes ont toujours envie de s'émerveiller. Ils souhaitent essayer de nouvelles choses, accordent de l'importance à la liberté de choisir comment profiter de leur temps et retirent souvent quelque chose de positif lorsqu'ils sortent de leur routine.

Mais les obligations, les attentes et les contraintes du quotidien peuvent rendre ces occasions plus difficiles à saisir.

L'Art du Temps Libre, c'est l'invitation à redécouvrir tout ce que notre temps peut nous offrir.

Au Club Med, cela peut vouloir dire : essayer un sport pour la première fois, découvrir une nouvelle saveur, passer du temps avec ses proches, ou simplement ne rien faire du tout.

Il n'existe pas de recette unique pour des vacances réussies, et chaque instant n'a pas besoin d'être productif.

Le temps est une page blanche. À chacun de choisir ce qu'il souhaite en faire.

À nous d'explorer toutes les *possibilités*





Annexe de recherche

Résultats détaillés, question par question

Les tableaux suivants présentent la répartition complète des réponses aux questions du sondage Wakefield, pour l'Amérique du Nord, les États-Unis et le Canada. Ils accompagnent le rapport et permettent aux journalistes de consulter les résultats au-delà des principaux constats présentés.

Tous les chiffres sont des pourcentages pondérés, arrondis à l'unité. Les totaux regroupés sont calculés à partir des résultats pondérés non arrondis et peuvent donc différer légèrement de la somme des catégories affichées.

A1 – À quand remonte la dernière fois où vous avez essayé un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Au cours du dernier mois	27%	30%	24%
Au cours des six derniers mois	21%	20%	22%
Au cours de la dernière année	17%	18%	16%
Au cours des deux dernières années	9%	9%	8%
Il y a plus de deux ans	26%	23%	30%
Au cours de la dernière année (total)	65%	67%	62%



A2 – Combien de temps avez-vous généralement, au quotidien, pour nourrir votre curiosité et découvrir de nouvelles choses qui pourraient vous plaire ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Tout le temps voulu	12%	14%	11%
Beaucoup de temps	25%	25%	26%
Un certain temps	41%	42%	41%
Peu de temps	17%	16%	17%
Aucun temps	4%	3%	5%
Un certain temps, peu ou aucun (total)	62%	61%	63%

A3 – À quelle fréquence vos obligations passent-elles avant les choses que vous aimeriez faire pour le plaisir ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Tout le temps	12%	14%	9%
La plupart du temps	30%	30%	29%
Parfois	45%	42%	49%
Rarement	11%	11%	10%
Jamais	2%	3%	2%
Au moins parfois (total)	87%	86%	88%
La plupart du temps ou toujours (total)	41%	44%	38%

A4 – Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec cet énoncé : « *Le sentiment d'émerveillement que j'avais enfant me manque davantage que le temps libre dont je disposais alors* » ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Tout à fait d'accord	28%	29%	28%
Plutôt d'accord	53%	52%	53%
Plutôt en désaccord	15%	14%	15%
Tout à fait en désaccord	5%	5%	4%
D'accord (total)	81%	81%	81%

A5 – Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à vos vacances idéales ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Des vacances sans programme trop défini, laissant place à l'exploration et à la spontanéité	74%	76%	73%
Un itinéraire détaillé pour chaque jour, avec un horaire complet d'activités prévues	26%	24%	27%



A6 – Le luxe en voyage, ce n’est pas la gastronomie raffinée ni le fait de se faire dorloter, mais la liberté de faire ce que je veux, quand je le veux

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Tout à fait d'accord	47%	48%	46%
Plutôt d'accord	44%	42%	46%
Plutôt en désaccord	7%	8%	7%
Tout à fait en désaccord	2%	2%	1%
D'accord (total)	91%	90%	92%

A7 – Repensez à la dernière fois où vous avez osé essayer quelque chose de nouveau. Quels effets positifs avez-vous retirés de cette expérience ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
J'ai passé un meilleur moment que prévu	48%	52%	45%
J'ai acquis une compétence	41%	43%	39%
J'ai gagné en confiance	41%	41%	41%
J'ai découvert quelque chose sur moi-même	34%	34%	33%
J'ai suivi un élan de curiosité	29%	31%	27%
Je me suis fait de nouveaux amis	29%	29%	28%
Autre	2%	2%	2%
Je ne me souviens pas de la dernière fois où j'ai essayé quelque chose de nouveau	12%	12%	12%
Au moins un effet positif (total)	88%	88%	88%

A8 — Dans quelle mesure êtes-vous susceptible d'essayer un nouveau passe-temps ou une activité que vous n'avez jamais pratiquée lors de vos prochaines vacances ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Très susceptible	30%	36%	25%
Assez susceptible	48%	45%	51%
Peu susceptible	16%	13%	19%
Pas du tout susceptible	5%	5%	6%
Susceptible (total)	79%	81%	76%

A9 — Parmi les éléments suivants, lesquels vous sentez-vous parfois obligé d'accomplir dans vos passe-temps ou activités de loisir ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Constater une amélioration de ma santé	38%	37%	40%
Être productif	36%	38%	34%
Atteindre un objectif précis	34%	34%	33%
Maîtriser une compétence	32%	34%	30%
En tirer des revenus ou en faire une activité rémunérée complémentaire	21%	23%	20%
Aucune de ces pressions	21%	20%	21%
Ressentir au moins une pression (total)	79%	80%	79%

Plusieurs réponses possibles.

A10 – Avez-vous déjà découvert un nouveau passe-temps ou une nouvelle activité pendant vos vacances et continué à le pratiquer après votre retour ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Oui, plusieurs nouveaux passe-temps	17%	22%	13%
Oui, un nouveau passe-temps	34%	33%	35%
Non	48%	45%	52%
Oui (total)	52%	55%	48%

A11 – Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec cet énoncé : « *Il y a des activités que j'aimerais essayer, mais je ne l'ai pas fait parce que leur coût ou celui de l'équipement me semble trop élevé si je ne suis pas certain de les aimer* » ?

Réponse	Amérique du Nord	États-Unis	Canada
Tout à fait d'accord	29%	31%	27%
Plutôt d'accord	51%	47%	54%
Plutôt en désaccord	14%	14%	14%
Tout à fait en désaccord	7%	8%	6%
D'accord (total)	80%	78%	81%

À propos du Club Med

Fondé en 1950 par Gérard Blitz, Club Med a été le pionnier du concept de vacances tout inclus. Aujourd'hui, Club Med accueille les voyageurs dans ses resorts haut de gamme, nichés en bord de mer, sur des îles paradisiaques ou à la montagne, partout dans le monde.

Entre sports, découvertes, gastronomie et divertissements, chaque expérience est conçue pour offrir à chacun la liberté de vivre des vacances à sa façon.

Avec *L'Art du Temps Libre*, sa plateforme de marque mondiale, Club Med met à l'honneur le plaisir, la curiosité, les liens humains et la liberté de s'ouvrir à de nouvelles expériences.

Pour en savoir plus, visitez le site [Club Med](https://www.clubmed.com).



À propos de *l'étude*

Le **Rapport 2026 Club Med L'Art Temps Libre** a été réalisé par Wakefield Research auprès de 2 000 adultes de plus de 21 ans aux États-Unis et au Canada, soit 1 000 répondants américains et 1 000 répondants canadiens.

Le sondage s'est déroulé du 11 au 23 septembre 2026, au moyen d'une invitation envoyée par courriel et d'un questionnaire en ligne. Les données ont été pondérées.

Les résultats nord-américains regroupent les réponses des participants des deux pays. Les résultats propres aux États-Unis et au Canada sont présentés séparément tout au long du rapport.

Selon les notes méthodologiques de Wakefield Research, les résultats de l'échantillon combiné présentent une variation d'échantillonnage d'environ $\pm 2,2$ points de pourcentage, à un niveau de confiance de 95 %.

Pour chaque pays, cette variation est d'environ $\pm 3,1$ points de pourcentage. Elle est plus élevée pour les sous-groupes démographiques.

Les résultats du sondage reposent sur les perceptions, les expériences et les intentions déclarées par les répondants. Ils mettent en lumière des associations et des préférences, sans nécessairement établir de liens de cause à effet. Les pourcentages peuvent ne pas totaliser 100 % en raison de l'arrondissement des données. Pour les questions permettant plusieurs réponses, le total peut dépasser 100 %.

Source de l'étude :
Rapport 2026 Club Med
L'Art du Temps Libre,
réalisé par Wakefield Research,
septembre 2026.