

PRÉSENTENT

HUBSESSION 2019

LE BAROMÈTRE DES PASSIONS

LA PASSION, UN COMPORTEMENT HORS NORME, NOUVEAU MOTEUR DES FRANÇAIS POUR DONNER UN SENS À LEUR VIE.

Près de 9 Français sur 10 sont des passionnés et 2/3 veulent en vivre. Si les passions des Français semblent banales, les motivations et les comportements des passionnés restent fascinants.

CHIFFRES CLÉS

87%

pensent qu'il est important d'avoir une passion dans sa vie

84%

déclarent que le fait d'avoir une passion donne du sens à sa vie

83%

estiment que la pratique de sa passion permet d'être soi-même

67%

veulent vivre de leur passion

58%

se passionnent pour un événement sportif

LE PORTRAIT TYPE DU PASSIONNÉ

19 ANS

Durée moyenne d'une passion (un mariage dure en moyenne 15 ans)

20H PAR MOIS

Le temps qu'ils y consacrent (ou le visionnage des 8 films de la saga Harry Potter)

AU MOINS 1 FOIS

PAR SEMAINE

La fréquence de la pratique de la passion

510 € PAR AN

Le budget moyen d'une passion - autant que le budget cadeaux moyen des Français à Noël*

INTERNET

69% des passionnés l'utilisent pour vivre leur passion

Télécharger l'infographie

Paris, le 27 mai 2019

En 2019, les Français jugent la passion importante dans leur vie (**87%**). Elle donne du sens (**84%**) et leur permet de s'affirmer (**83%**). La passion est aussi un outil de sociabilisation : s'ils aiment la faire découvrir aux autres (**66%**), ils envient aussi les passionnés (**65%**). Mais sa pratique peut devenir préjudiciable pour son entourage (**61%**) ou difficile par manque de temps (**55%**).

Engagement, temps, budget... Plus que par son objet, la passion se définit par un comportement. C'est ce que nous montre

l'étude menée par HUBSIDE avec OpinionWay auprès des Français. S'ils peuvent avoir des passions que l'on peut qualifier de banales, les motivations et les comportements des passionnés reste toujours hors normes.

HUBSIDE est une plateforme de création de site internet qui offre à l'utilisateur, du plus novice au plus expert, un espace personnalisé pour faire vivre et partager ses passions. La grande diversité des centres d'intérêts au sein de sa communauté conduit naturellement HUBSIDE à décrypter le phénomène de la passion et ses mécanismes.

LA PASSION, UN VÉRITABLE MODE DE VIE

La passion est d'abord un comportement

La passion est une émotion intense à l'égard d'une personne, d'une activité, ou d'un objet produisant un déséquilibre psychologique car elle peut occuper de manière obsessionnelle

l'esprit. Elle se traduit par un sentiment d'excitation inhabituelle, entre plaisir et souffrance. Et la personne qui la vit peut passer d'un état d'euphorie à un terrible manque.

TOP DES PASSIONS EN 2019

Activités sportives (randonnée, marche, yoga, voile, etc.) **33%**
Activités culturelles (photographie, peinture, musées, cinéma, etc.) **25%**
Autres (jeux, voyage, jardinage, bricolage, etc.) **30%**

TOP DES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS QUI PASSIONNENT LE PLUS LES FRANÇAIS

58% des Français se passionnent pour un événement sportif.
Le Tour de France - **14%**
La finale de la Ligue des Champions - **12%**
Roland Garros - **11%**

L'engagement, une question d'intensité

Avoir un loisir ne veut pas dire être passionné. La différence entre un simple centre d'intérêt et une passion, c'est l'engagement. Cette nuance la qualifie véritablement. Si les passions peuvent sembler banales, le comportement du passionné est hors normes. Pendant **19 ans en moyenne**, il y consacre **20h/mois** et lui alloue un budget de **510€/an**.

- **31%** entretiennent une passion depuis moins de 10 ans.
- **39%** depuis 10 à 25 ans.
- **29%** depuis 26 ans et plus.

Une passion dure en moyenne 23 ans pour les hommes, et 16 ans pour les femmes. De quoi remettre en cause quelques idées reçues.

La passion, le prix à payer

Si les personnes interrogées dépensent en moyenne **510€ par an** pour leur passion, la majorité n'a pas d'abonnement quelque

soit la tranche d'âge ou la catégorie socio-professionnelle (**76%**). Il n'y a pas non plus d'engouement pour les inscriptions dans les clubs ou associations puisque **74%** des personnes ne sont pas inscrites contre **25%**.

La passion crée des liens

Les passions se pratiquent autant en groupe que seul (**50% vs 49%**). Les voyages ou les activités culturelles favorisent naturellement la création de liens entre les gens. Et c'est l'engagement, la fréquence, le temps passé ou la durée de vie de la passion, qui conditionnent le tissage de nouvelles relations pour les autres activités.

- **47%** des Français ont tissé des liens dans le cadre de leur passion.
- **50%** cherchent à rencontrer d'autres personnes.
- **32%** arrivent à créer des liens alors qu'ils pratiquent seuls leur passion.

- **20%** appartiennent à un club ou une association.
- **17%** participe à des événements regroupant d'autres passionnés.

Si **66%** des Français souhaitent faire découvrir leur passion à d'autres personnes, certains passionnés en ont honte (**9%**), et la cachent (**12%**). Assumer sa passion est à double-tranchant sur le plan sociable. Elle s'avère parfois écrasante pour l'entourage (**61%**).

PAS DE PASSION SANS LOISIR

Métro, boulot, dodo... et le temps des loisirs

Les Français ont des vies bien remplies avec un emploi du temps toujours plus chargé. Travail, vie personnelle, loisirs : ils jonglent entre contrainte et liberté.

- **33%** travail
- **29%** vie de famille
- **23%** loisirs

Quand loisir rime avec plaisir et satisfaction

Le loisir, c'est le temps dont les individus disposent librement. Ce qui le rend précieux, c'est qu'en plus de définir l'identité, il procure plaisir et satisfaction.

- **42%** sont motivés par l'activité en elle-même.
- **34%** cherchent à se réaliser et s'épanouir.
- **28%** apprécient avant tout de partager avec d'autres.
- **16%** sont en quête de progrès et de perfection.

Internet au coeur de la passion

Internet joue un rôle central pour 69% des passionnés :

- **61%** l'utilisent pour trouver des conseils.
- **44%** pour se perfectionner.
- **31%** pour échanger avec d'autres passionnés.
- **22%** pour montrer leurs réalisations.
- **12%** se servent des réseaux sociaux pour contacter d'autres passionnés
- **10%** font partie de forums spécialisés.

Les deux inégalités femmes-hommes

Les hommes (**29%**) sont plus nombreux à s'accorder plus de temps de loisirs que les femmes (**18%**), sans disparité dans le temps alloué à la vie de famille ou au travail.

Les femmes (**17%**) sont plus nombreuses que les hommes à passer plus de temps (**6%**) à effectuer les tâches ménagères.

Le sport, le loisir préféré des Français

Le sport, plus pratiqué chez les 35-49 ans (**52%**), reste privilégié par les hommes. Tous âges confondus, ce sont ceux qui s'y adonnent le plus (**46%**).

4 freins à la pratique des loisirs

- **45%** le manque de temps
- **41%** le manque d'argent
- **16%** la solitude dans la pratique de l'activité
- **16%** le manque de volonté

HUBSESSION 2019 : LE BAROMÈTRE DES PASSIONS

HUBSIDE lance le premier rapport national sur la passion, intitulé "HUBSESSION 2019 : le baromètre des passions". Consacré aux comportements hors normes des passionnés, le rapport apporte un éclairage sociologique et ethnographique sur les passions des Français. Document vivant et mis à jour régulièrement, il constitue une source unique de témoignages, de données et d'analyses pour appréhender pleinement les mécanismes de la passion.

"Il est aujourd'hui certain que les Français sont des passionnés mais il reste beaucoup à découvrir du comportement de la passion dans le temps", déclare Alexandre Hampe, COO d'HUBSIDE, "Offrir un outil de création de site simple et accessible aux Français et les accompagner dans leur épanouissement personnel est l'ambition d'HUBSIDE. La première édition d'HUBSESSION 2019 : le baromètre des passions, veut explorer tous les mécanismes de la passion. "

***Méthodologie du sondage OpinionWay pour HUBSIDE**

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 000 personnes représentatif de la population française âgées de 18 ans et plus, constitué selon la méthodologie des quotas, au regard des critères de sexe,

d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisés du 25 au 26 mars 2019.

À PROPOS DE HUBSIDE

Hubside est un service de création de site web qui offre à l'utilisateur, du plus novice au plus expert, un espace à personnaliser pour faire vivre et partager ses passions, ses projets ou ses événements, en ligne avec sa tribu. Créé en France en 2018, Hubside est aujourd'hui présent dans 750 points de vente en France, dont un flagship à la Fnac CNIT-La Défense. Pour être au plus près des utilisateurs

et leur apporter un accompagnement sur-mesure, Hubside s'appuie sur une équipe de 1000 téléconseillers et un large réseau de distributeurs partenaires, dont Fnac-Darty, en France et à l'international. Depuis mars 2019, la société est également présente en Espagne. Hubside est une marque de SFAM Group qui prévoit de réaliser 740 M de volume d'affaires en 2019.

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

[Linkedin](#)

www.hubside.com

CONTACT PRESSE HUBSIDE

Rumeur Publique

Anne-Lise Ibrahimoff, Hugues Morette, Lucie Daudigny, Isabelle Rohmer

Hubside@rumeurpublique.fr

01 55 74 52 00