

Club Med 



LES FRANÇAIS
OSERAIENT-ILS
ENFIN LÂCHER PRISE ?



PRÈS DE 90% DES FRANÇAIS RECONNAÎT LÂCHER PRISE SANS CULPABILISER

À peine rentrés de vacances, les Français ont dû affronter le moment fatidique de la rentrée, et avec elle, son cortège de bonnes résolutions scolaires, sociales, politiques... et le retour pour chacun à la réalité du quotidien « métro, boulot, dodo ». Pour évaluer la place du lâcher-prise dans le quotidien des Français, Club Med, accompagné de l'Institut CSA, a voulu sonder les différentes formes d'expression que prend aujourd'hui cette notion dans la société.

Le lâcher-prise est plébiscité par plus de 8 Français sur 10 qui déclarent en ressentir le besoin tout au long de l'année, comme un moment de pause nécessaire, et 89% d'entre eux qui avouent le pratiquer sans culpabilité. Le lâcher-prise serait-il en train de faire un pied de nez à la tyrannie de l'urgence et du stress, remède imparable pour affronter nos vies agitées ?

LE LÂCHER-PRISE POUR LES FRANÇAIS : SE LIBÉRER DU QUOTIDIEN, SORTIR DU CADRE... MAIS AUSSI NE RIEN FAIRE DU TOUT !

À en croire les Français, lâcher-prise rime avant tout avec un désir de sortir de la routine. Ainsi, parmi les mots qui reviennent le plus spontanément, on retrouve « partir », « lire », « faire du sport », mais aussi plus surprenant, « ne rien faire », « ne pas penser », « se retrouver seul »...

Si le lâcher-prise prend ainsi une multitude de visages pour les Français, il reste surtout associé à un besoin de souffle et d'évasion qui a le pouvoir de ressourcer et de se « libérer des contraintes quotidiennes » (54%).

Fait intéressant, le besoin de lâcher-prise est de plus en plus ressenti tout au long de l'année, voire plusieurs fois par semaine pour plus d'un Français sur cinq. Pour les catégories socio-professionnelles dites supérieures le lâcher-prise fait vraiment partie intégrante de la vie puisque 72% d'entre elles en ressentent le besoin plusieurs fois par mois. D'ailleurs, neuf Français sur dix lâchent prise sans culpabiliser.

« Nous assistons à une véritable révolution dans les mentalités des Français, puisque s'accorder du temps pour soi, faire des coupures régulières, se faire plaisir se fait désormais sans culpabiliser, ce qui était inconcevable il y a encore quelques années. Lâcher-prise est devenu incontournable si l'on veut résister à la pression sociale, professionnelle, familiale. C'est une nouvelle façon de vivre qui rappelle avec sagesse, que la vie est une course d'endurance et non un sprint : il est donc important de se ménager ».

Elsa Godart,
philosophe et psychanalyste



ont besoin de souffle
et d'évasion
pour pouvoir se
ressourcer et se
libérer des contraintes
quotidiennes

EN VACANCES OU LORS D'UNE SIMPLE PAUSE, LES FRANÇAIS SE LIBÈRENT DU QUOTIDIEN

Lâcher prise ne signifie pas pour autant tout envoyer promener et perdre pied. En effet, quand il s'agit de lâcher prise : il y a des « petits » lâcher-prise (gourmandise, shopping, etc.) et des « grands » lâcher-prise qui sont des projets (vacances, etc.).

Le lâcher-prise serait finalement un geste assez simple, l'important étant de s'évader, que ce soit en partant loin ou en se retrouvant avec soi-même et en s'imposant des coupures régulières. En trio de tête pour lâcher prise, on retrouve : « partir en vacances » (44%), « se retrouver en pleine nature » (39%) ou « rêver, faire le vide » (37%). Près d'un tiers des Français évoquent également « un moment privilégié en famille » et « ne rien faire du tout ».

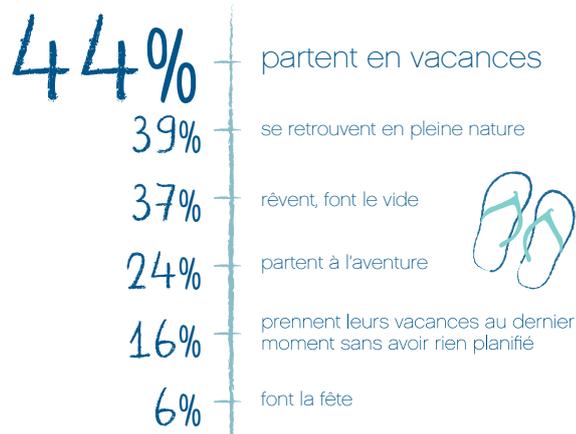
Notons toutefois que ces préférences peuvent varier selon le genre et la génération, ainsi les femmes cherchent davantage à se changer les idées, que ce soit en faisant le vide, ou encore en se faisant dorloter en institut de beauté, tandis que les hommes et les plus jeunes sont plus enclins à pratiquer une activité qui sorte du quotidien.

Le fait de « partir à l'aventure » (24%) n'arrive qu'en quatrième position, juste devant « prendre ses vacances au dernier moment sans avoir rien planifié » (16%). Il semble donc que pour lâcher prise en vacances, des plaisirs simples comme se reposer ou passer du temps en famille, loin des contraintes quotidiennes, soient plus recherchés que les sensations fortes.



des Français lâchent prise sans culpabiliser

POUR LÂCHER PRISE...



POUR LES FRANÇAIS, L'IMPORTANT
C'EST DE ...

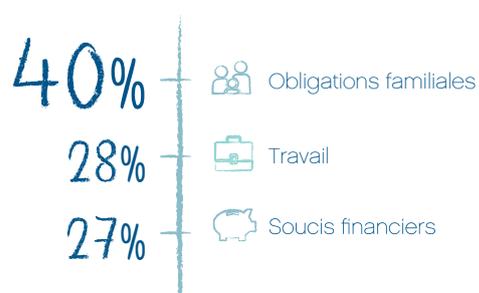
- ✓ CHANGER D'AIR
- ✓ LIRE
- ✓ FAIRE DU SPORT
- ✓ NE RIEN FAIRE, NE PAS PENSER
- ✓ SE RETROUVER SEUL
- ✓ SORTIR DE LA ROUTINE

SACRÉE FAMILLE ! À LA FOIS OBSTACLE ET CONDITION SINE QUA NON AU LÂCHER-PRISE

Si pour la majorité des Français le meilleur moyen de lâcher prise est de partir en vacances, on constate l'émergence d'une nouvelle tendance : pour près d'un Français sur trois, partager un moment privilégié en famille devient synonyme de lâcher-prise et gage de « vraies » vacances. Autres ingrédients indispensables en vacances : ne rien faire et ne rien avoir à organiser une fois sur place.

Dans le même temps, les contraintes associées à la famille, apparaissent quant à elles comme un véritable frein au lâcher-prise, avec 40% des Français n'arrivant pas à lâcher prise en raison des obligations familiales, loin devant le travail (28%) et les soucis financiers (27%). A noter que cette notion d'organisation familiale pèse nettement sur les femmes, tandis que le stress du travail et des études semble occasionner une grande inquiétude chez les plus jeunes et les cadres.

LES FREINS AU LÂCHER-PRISE



« Conscient de cette ambivalence, Club Med a été précurseur dans le domaine du tout-compris, notamment avec la création des Mini Club dès 1967. Car d'une manière générale, les Français cherchent avant tout à se libérer de leurs contraintes familiales logistiques pour pouvoir se recentrer sur l'essentiel : de vrais moments de reconnexion en famille. Une valeur qui prend de plus en plus d'ampleur dans notre société aujourd'hui : rationaliser le temps passé ensemble pour en extraire le meilleur ».

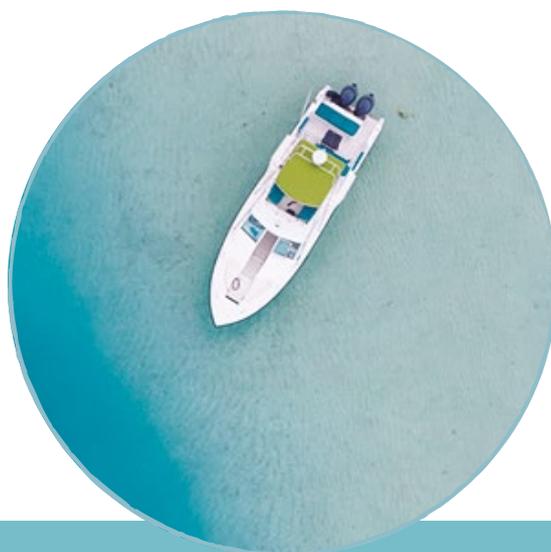
Sylvain Rabuel,

Directeur Général France, Benelux, Suisse &
Nouveaux Marchés Europe-Afrique du Club Méditerranée



OSER LÂCHER PRISE : UN PARI RÉUSSI POUR LES FRANÇAIS

Le besoin de lâcher-prise est inhérent à tous mais chacun a sa façon de le vivre : éphémère ou durable, ponctuel ou récurrent, individuellement ou collectivement. Cette diversité de traitements s'explique par la pluralité de perceptions des bénéfices associés au lâcher-prise : prise de recul pour les uns, regain de contrôle sur les choses pour les autres, lenteur assumée, retour à l'essentiel...



Sylvain Rabuel,

Directeur Général France, Benelux, Suisse &
Nouveaux Marchés Europe-Afrique
du Club Méditerranée

« C'est précisément l'ambition du Club Med depuis sa création: explorer toutes les formes du lâcher-prise avec bienveillance. Cette conviction a permis d'aboutir aujourd'hui à des offres qui combinent expérience inoubliable et décontraction. Le concept du tout-compris Club Med est une offre pionnière qui a révolutionné notre manière de concevoir les vacances, une réponse aux aspirations d'une population qui veut avoir le choix de tout faire ou de ne rien faire, sans aucune contrainte ».

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

- Interrogation : échantillon national représentatif de 1001 personnes âgées de 18 ans et plus
- Constitution de l'échantillon : méthode de quotas basée sur les critères de sexe, d'âge et de profession du répondant après stratification par régions et catégories d'agglomérations.
- Mode de recueil : interrogation par Internet (système CAWI)
- Dates terrain : 28 au 30 juillet 2015

LE DÉCRYPTAGE DE LA PHILOSOPHE, ELSA GODART

Lâcher prise c'est accepter de renoncer à de nombreuses contraintes qui, habituellement, dans le quotidien, paraissent aussi bien incontournables qu'insupportables. Au vue de cette étude, le lâcher-prise peut prendre plusieurs formes :

Profiter sans culpabiliser

Il n'y a plus aucune forme de culpabilité à vouloir s'accorder un moment de détente. Au contraire, lâcher-prise n'est pas vécu comme un plaisir coupable, mais comme une démarche vitale, voire quasi « médicale » : « *Si j'étais médecin, conseille le philosophe Bertrand Russell, je prescrirais des vacances à tous les patients qui considèrent que leur travail est important* ».

Se déconnecter par le voyage

Changer de lieu, surtout lorsqu'on a la possibilité de découvrir des lieux d'exception, c'est laisser le poids de nos soucis et de nos contraintes derrière nous et s'offrir l'occasion d'un vrai ressourcement, tant physique que spirituel. C'est aussi l'occasion du changement et des nouvelles rencontres qui souvent remettent en cause nombre de nos préjugés.

Ainsi, « *le voyage est une espèce de porte par où l'on sort de la réalité comme pour pénétrer dans une réalité inexplorée qui semble un rêve* » (Guy de Maupassant).

Ne rien faire, c'est aussi faire

Lâcher prise c'est aussi savoir faire le vide, accepter de ne rien faire ; de ne plus être, pour un temps, classé dans le registre de l'utilité : n'être plus rien pour être à nouveau. Et même si Rivarol pensait que « *rien n'est plus fatigant que la paresse* », l'envie actuelle de ne rien faire, lui donne tort. Aujourd'hui s'accorder le temps d'une sieste - dernier phénomène à la mode, en témoignent les bars dédiés à la farniente - devient un luxe !

Être libre avec ou sans la famille

Enfin, que vaut le lâcher-prise, s'il n'est pas vécu dans le partage de ceux qu'on aime ? Comment imaginer s'accorder des moments de répit, de détente, de joie, si l'on est loin de nos proches ? La paix de l'âme passe aussi par le partage et l'échange d'émotions ... mais point trop n'en faut : parfois la famille peut être aussi envahissante que rassurante. Le tout est alors de trouver une « juste mesure » ou encore une « bonne distance » pour précisément rester libre tout en partageant ce sentiment de liberté.

En somme, apprendre à lâcher prise, c'est accepter de renoncer à tout pour tout gagner : sa liberté.



Elsa Godart,
philosophe et psychanalyste

A PROPOS DU CLUB MÉDITERRANÉE

Inventeur du concept de club de vacances, le Club Méditerranée est le leader mondial des vacances haut de gamme, Tout Compris, au savoir-faire français. Le Club Med exploite aujourd'hui un parc de 66 Villages constitué aux 2/3 de Villages 4 et 5 Tridents. L'offre est également constituée des croisières sur le voilier 5 Mats Club Med 2 et des Circuits Découverte by Club Med. L'ensemble de ces prestations se décline pour les professionnels avec une offre adaptée grâce au Club Med Business. Toujours plus innovante, l'entreprise propose par ailleurs à ses clients d'acquérir en pleine propriété des Villas ou des Chalets Luxe à proximité des Villages. Présent dans 26 pays répartis sur 4 continents, le groupe emploie 12 800 GO et GE de 100 nationalités différentes. Son offre Tout compris Premium inclut un niveau de confort répondant aux standards des plus grands hôtels internationaux, un design original, une table de qualité, un encadrement enfant professionnel, une offre sport unique, et des partenariats prestigieux pour une proposition SPA inédite. Ciment de l'Esprit Club Med, alliance de professionnalisme et de convivialité, les équipes G.O et G.E sont au cœur de la politique RH du groupe.

A PROPOS DE L'INSTITUT CSA

Spécialiste des études de marché et d'opinion, CSA accompagne depuis près de 30 ans entreprises et institutions dans le pilotage de leurs choix stratégiques grâce à des solutions d'études sur-mesure et immédiatement opérationnelles. CSA est structuré autour de pôles d'expertise : Banque Finance Assurance, Services Mobilité Telecom, Consumer, Santé, Media Publicité Nouvelles Technologies, Opinion Corporate, et d'activités transversales: Conseil, Planning stratégique Nouvelles Tendances et Quali. L'Institut CSA maîtrise toute la chaîne de production, garantissant ainsi l'efficacité des études au service de la décision. Pour en savoir plus : www.csa.eu

A PROPOS DE SYLVAIN RABUEL

Diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris et de l'ESCP, Sylvain Rabuel a débuté en assumant différentes responsabilités chez Kraft Foods France puis chez Tiscali France. En 2005, il entre au Club Méditerranée en tant que directeur marketing France puis directeur commercial et marketing Europe. En 2007, il devient directeur général de la business unit nouveaux marchés Europe-Afrique, avant d'être nommé Directeur Général France BeNeLux Suisse en 2012 puis Directeur Général France BeNeLux Suisse & Nouveaux Marchés Europe-Afrique en 2015. Il est par ailleurs Membre du Comité de Direction Générale depuis 2012.

A PROPOS D'ELSA GODART

Essayiste Française, docteur en philosophie et en psychologie, elle enseigne à l'université, les deux disciplines, depuis 2001 (Université de Paris Est, Paris III-Sorbonne, Nanterre). Depuis quelques années, elle est spécialisée en éthique médicale et dirige un D.U. d'éthique à l'hôpital de Ville-Evrard. Elle a également créé un groupe « d'éthique Psy » à l'hôpital de la Salpêtrière (2004). Elle collabore depuis 2005 à plusieurs médias (Psychologies magazine, Le Monde des religions, Nouvelles Clés, Soins Psychiatrie, Europe 1...). Elle a publié différents ouvrages comme Être mieux avec soi-même - Comment faire la paix avec soi et les autres (Ed. Michel Laffont, 2012), Ce qui dépend de moi, ce qui ne dépend pas de moi (Ed. Albin Michel, 2011) ou encore Je veux donc je peux ! : oser être heureux (Ed. Pocket, 2009).

CONTACTS

CLUB MED

Caroline Bruel
Directrice de la Communication

Julie-Marlène Pélissier
Responsable des Relations Presse
julie-marlène.pelissier@clubmed.com
+33 1 53 35 35 08

Sophie Reinach
Attachée de presse
sophie.reinach@clubmed.com
+33 1 53 35 35 87

ELAN-EDELMAN

Juliette Jacovidis
juliette.jacovidis@elanedelman.com
+33 1 86 21 56 64

Camille Percepied
camille.percepied@elanedelman.com
+33 1 86 21 50 40

Club Med 

11 rue de Cambrai - 75019 Paris