

Partir en vacances, pour quoi faire ?

<https://www.ipsos.com/fr-fr/partir-en-vacances-pour-quoi-faire>

Ipsos Global Advisor – septembre 2018

Les « vacances » sont une pratique assez récente, aux enjeux très différents selon les pays et les cultures. S'il existe un point commun, c'est le passage d'une civilisation agricole à une civilisation moderne dans laquelle le rapport au temps et au travail est complètement différent. Ipsos Global Advisor fait le point sur cette pratique dans 27 pays.

Dans la civilisation agricole, on est « vacant » quand on a rien à faire, tout simplement parce que le blé pousse tout seul, le temps ne permet pas de labourer, les animaux paissent, etc. À l'opposé, une élite ne travaille jamais, au sens contemporain du terme ; c'est, en particulier, la noblesse, qui perfectionne l'escrime, la danse, la poésie, la calligraphie, la composition florale, le tir à l'arc, l'art du verre, etc., selon les régions du monde. Dans les deux cas, « partir en vacances » n'a aucun sens. En revanche, on distingue bien ceux qui sont libres de leur temps, peuvent « vaquer » et vivent dans l'Otium, ceux qui s'accomplissent dans une réalisation (l'Œuvre), ceux qui ne sont pas maîtres de leur temps (les serfs et les négociants, les sans Otium).

Dans la civilisation moderne, les choses changent. Au XIX^{ème} siècle, les propriétaires qui en ont les moyens opposent deux lieux : la résidence principale, le plus souvent en ville ; la résidence secondaire, à la campagne, au bord de la mer, la « villégiature ». La première est liée aux activités professionnelles ou mondaines, la seconde est dédiée au voyage, au repos, à la nature. La relation au temps et au climat change aussi : en « partant en vacances », on pourra profiter des bienfaits du soleil, du sport, de la mer, oublier les soucis de l'agitation urbaine. Ce modèle, de plus en plus binaire avec le temps et l'industrialisation, (ici / ailleurs, travail / détente, subir / s'épanouir) structure les valeurs de la société contemporaine et parcourt la terre à la vitesse de la mondialisation. Dans la plupart des pays aujourd'hui, les salariés ont droit à des vacances annuelles, à des congés payés, une semaine à Singapour, de deux à trois aux États-Unis, cinq en France, entre autres.

Mais à quoi servent-elles ?

En France, la réponse à la question « Tu as passé de bonnes vacances ? » s'accomplit dans une remarquable synthèse : « Oui, et j'ai bien profité ». Ce mot-valise contient la raison d'être des vacances modernes. Les antonymes de « profiter » ? « Perdre », « rater », « gâcher », voire « souffrir » et « expier ». Ils en disent assez sur la perception de la vie au travail, de la routine quotidienne, de tout ce que les vacances ne doivent pas être. D'où l'importance de la météo, la nécessité absolue qu'il y ait du soleil, le bronzage étant la signature des vacances réussies : en Europe et dans les pays anglo-saxons, le farniente doit se voir.

Alors, comment « bien profiter » ?

Ipsos y répond dans l'étude internationale Ipsos Global Advisor dédiée aux congés et menée sur 27 pays. « Ne pas perdre un seul jour des vacances dont on dispose » est la première condition pour 65% des interviewés dans le monde. Les Saoudiens (81 %), les Allemands (79 %), les Belges (78 %) sont les plus persuadés qu'il ne faut pas gaspiller une miette de ce temps précieux, contre 66 % des Français, 42 % des Chinois et 34 % des Japonais. « Partir », quitter son environnement habituel, est la deuxième condition pour 61 %. Les Indiens (83 %), les Turcs (74 %) et les Suédois (72 %) en sont les plus convaincus, contre 59 % des Français. Les plus casaniers sont les Japonais avec 24 %.

« Ne jamais consulter ses mails ou ses messages » est important aussi, mais avec un score de 47 % seulement, qui ne doit pas cacher la diversité des pays. À 69 %, les Allemands désignent l'un des ennemis des vacances réussies, comme 58 % des Suédois, 56 % des Britanniques et des Français (+ 4 % par comparaison à 2017). À l'opposé, 30 % des Serbes, 32 % des Japonais et 34 % des Russes ne voient pas d'inconvénient à ce que d'autres ressentent comme une intrusion. La déconnexion géographique est prioritaire pour vivre pleinement ses vacances comme moment volé à la vie quotidienne et aux routines. C'est dire la tâche des Drh de tous les secteurs pour convaincre salariés et fonctionnaires que là où ils travaillent est « the place to be », plus que les paradis artificiels et éphémères des vacances. Les acteurs des programmes de Responsabilité Sociale et Entrepreneuriale ou les Chief Happiness Officer y parviendront-ils ?

Fiche technique

Étude Ipsos Global Advisor réalisée online, du 22 juin au 6 juillet 2018, sur 19 243 personnes dans 27 pays : Afrique du Sud, Allemagne, Arabie Saoudite, Argentine, Australie, Belgique, Brésil, Canada, Chine, Chili, Corée du Sud, Espagne, France, Hongrie, Inde, Italie, Japon, Malaisie, Mexique, Pérou, Pologne, Russie, Serbie, Suède, Turquie, UK et Usa.