



Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres  
"Attentes des consommateurs en centre-ville"  
Pour Centre-Ville en Mouvement

Présentation des résultats - 06 mai 2010



# Présentation de l'étude

Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres

# Aux sources de l'enquête...

- Mis en place en 2009, le Baromètre Carrefour Property - TNS Sofres a pour but de comprendre la relation que les Français entretiennent avec leur centre-ville, la place qu'y tiennent les commerces, de creuser les attentes du grand public, et de dessiner les tendances qui façonneront le centre-ville de demain.
- Plus précisément, cette nouvelle vague a pour objectifs :
  - de **mesurer l'évolution du ressenti actuel** par rapport au centre-ville.
  - **d'analyser les pratiques et attentes** des Français vis-à-vis de leur centre-ville et des commerces qui s'y trouvent, dans la perspective d'un « centre-ville durable ».
  - **d'identifier les champs d'action prioritaires** pour rendre le centre-ville plus dynamique.
  - de comprendre **l'évolution de la perception des Français à l'égard de la consommation.**

**Pour une question : quel est l'avenir du centre-ville ?**



# Un nouvel axe d'approfondissement

→ Pour cette nouvelle vague, Carrefour Property a souhaité, dans le cadre de son partenariat avec Centre-Ville en Mouvement, enrichir le baromètre d'un focus sur des « Villes en Mouvement », qui ont ou sont en train de réaliser de grands projets de dynamisation et de rénovation urbaines, afin de mesurer les différences de perception avec les résultats moyens observés au sein des agglomérations de 20 000 habitants ou plus.

→ **Cette année, les 3 villes choisies sont : Reims, Bordeaux et Nice.**

## ***Pourquoi ces trois villes ?***

- Ces villes ont entrepris, ces dernières années, des projets de transformation profonde de leur centre-ville (programmes de rénovation urbaine, construction du tramway, extension des zones piétonnières , développement des commerces de proximité, réhabilitation des bâtiments, ...),
- Elles en sont aujourd'hui à trois stades différents de renouveau de leur centre-ville : à Reims, la dynamique est enclenchée ; à Nice, elle se révèle avancée, et véritablement aboutie à Bordeaux.
- Enfin, Reims accueille la 2<sup>e</sup> journée du management durable, tandis qu'à Bordeaux, se sont tenues les Assises nationales du centre-ville en 2007, et c'est à Nice que se dérouleront les prochaines Assises en octobre 2010.

### **Les résultats présentés sont ceux obtenus auprès :**

- **des habitants des agglomérations de 20 000 habitants ou plus (grand public)**
- **des habitants de chacune des *villes en mouvement*, lorsqu'ils se distinguent de la moyenne observée en France**



# Fiche technique

Une enquête réalisée auprès de deux échantillons :



**Dates de réalisation**

Les 7 et 8 avril 2010

*(Rappel Dates Vague 1 : 27 et 28 mai 2009)*

Du 1<sup>er</sup> au 13 avril 2010



**Taille de l'échantillon**

**572 individus**

**300 individus (100 par ville)**



**Méthode**

Entretiens réalisés **en face-à-face** au domicile des répondants

Entretiens réalisés **en online**



**Structure de l'échantillon**

Echantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, vivant dans des agglomérations de 20 000 habitants ou plus.

Echantillon représentatif de la population habitant les agglomérations de Reims, Bordeaux et Nice âgée de 18 ans et plus.

*Cet échantillon est issu d'un échantillon d'ensemble de 1 026 personnes, représentatif de la population âgée de 18 ans et plus.*



# Les Français et leur centre-ville : une belle histoire qui dure

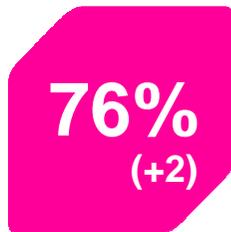
Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres

# Les Français confirment leur attachement indéfectible au centre-ville



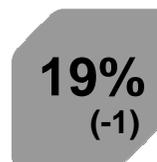
GRAND  
PUBLIC

n = 572



Ont un ressenti positif vis-à-vis  
du centre-ville

Contre...



Qui expriment un ressenti  
exclusivement négatif

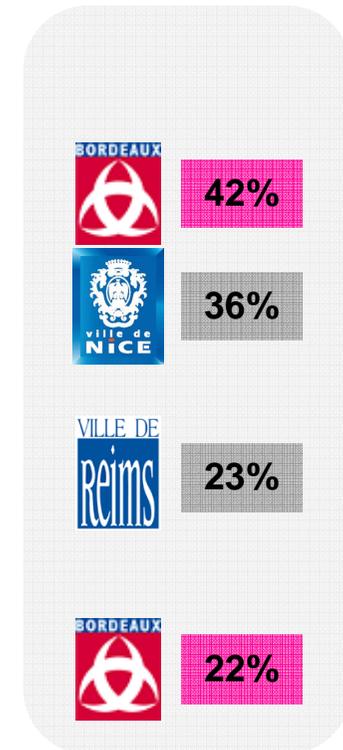
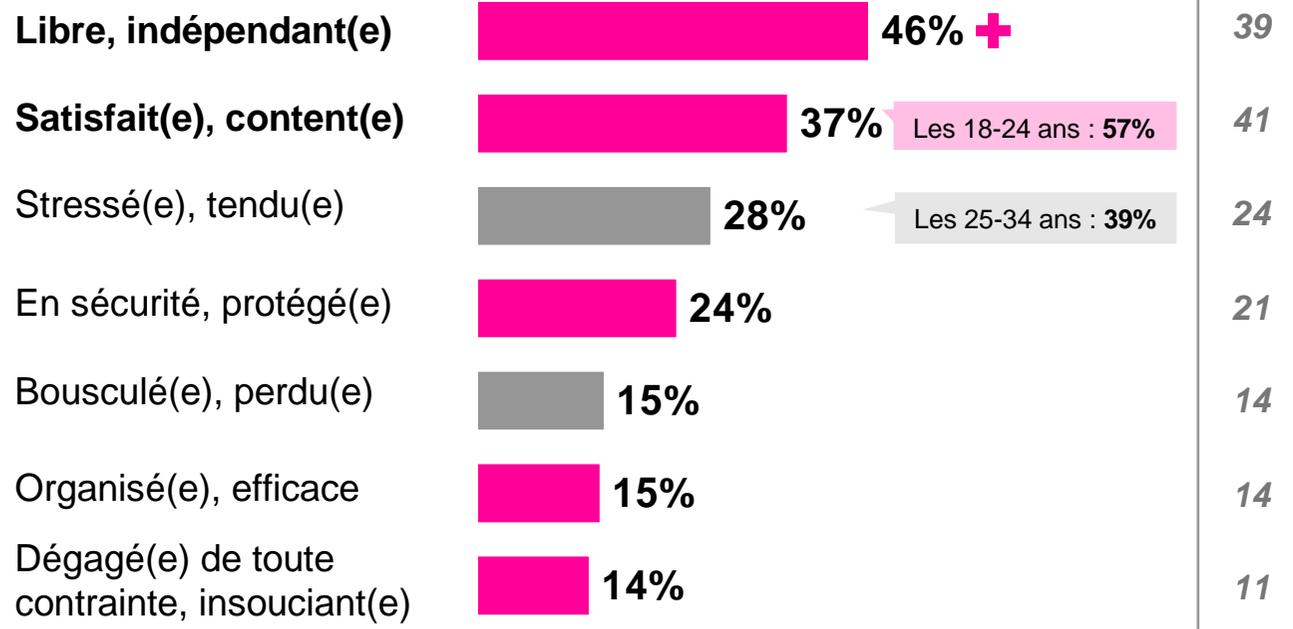
Base : ensemble de l'échantillon

Q1 De manière générale, que ressentez-vous lorsque vous êtes en « centre-ville » ? Vous vous sentez...

# ... En premier lieu, pour l'espace de liberté qu'il offre



## En centre-ville, les Français se sentent....



Base : ensemble de l'échantillon

Q1 De manière générale, que ressentez-vous lorsque vous êtes en « centre-ville » ? Vous vous sentez...

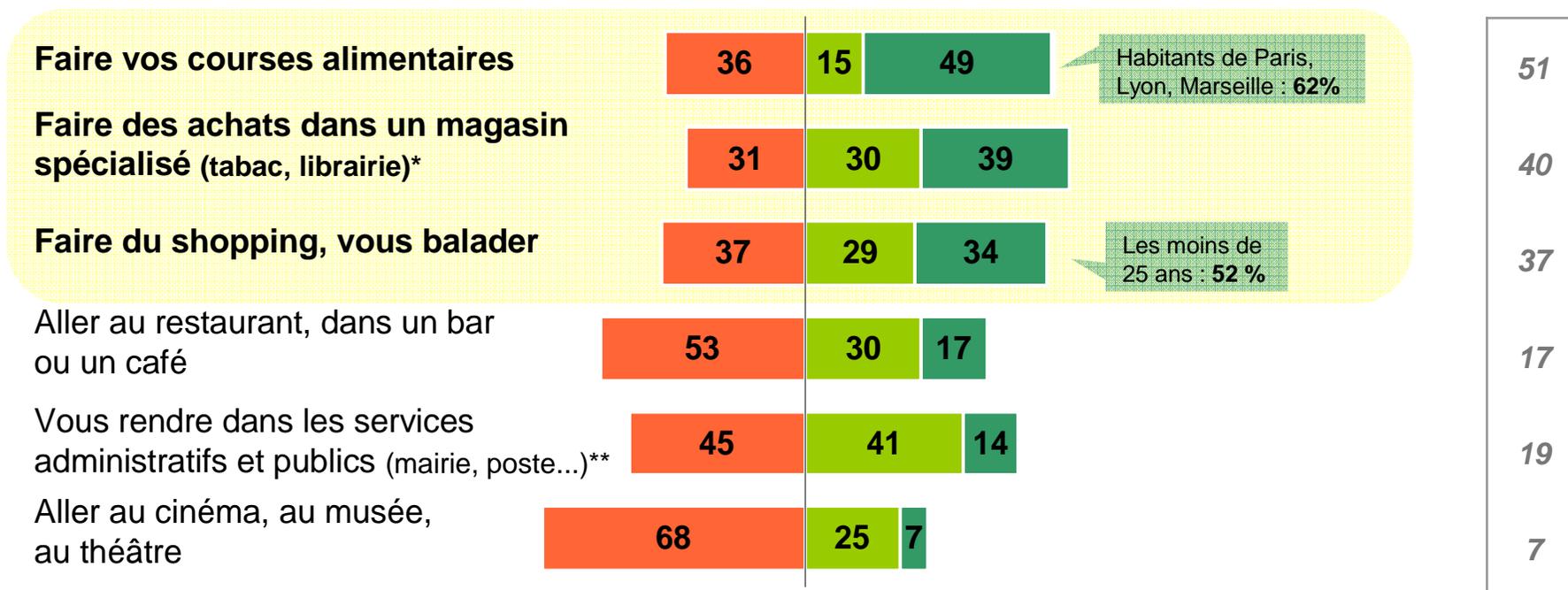
# Au sein du grand public, des pratiques stables en centre-ville



En %

■ Rarement ou jamais
 ■ Occasionnellement
 ■ Régulièrement

Rappel 2009  
% Régulièrement

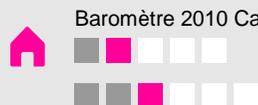


\* En 2009, le libellé de l'item était « Faire des achats dans un magasin spécialisé (tabac, librairie, bricolage, sport, électroménager) »

\*\* En 2009, libellé était « Vous rendre dans les administrations (mairie, poste...) »

Base : ensemble de l'échantillon

Q4 A propos du centre-ville de votre commune, à quelle fréquence y allez-vous pour faire chacune des choses suivantes ?



# La fréquentation du centre-ville diffère nettement entre les 'Villes en mouvement' interrogées



Rappel  
GRAND  
PUBLIC



VILLES  
EN MOUVEMENT  
n = 100 (par ville)

En %

■ Occasionnellement ■ Régulièrement

■ Régulièrement

Faire vos courses alimentaires



Faire des achats dans un magasin spécialisé (tabac, librairie)\*



Faire du shopping, vous balader



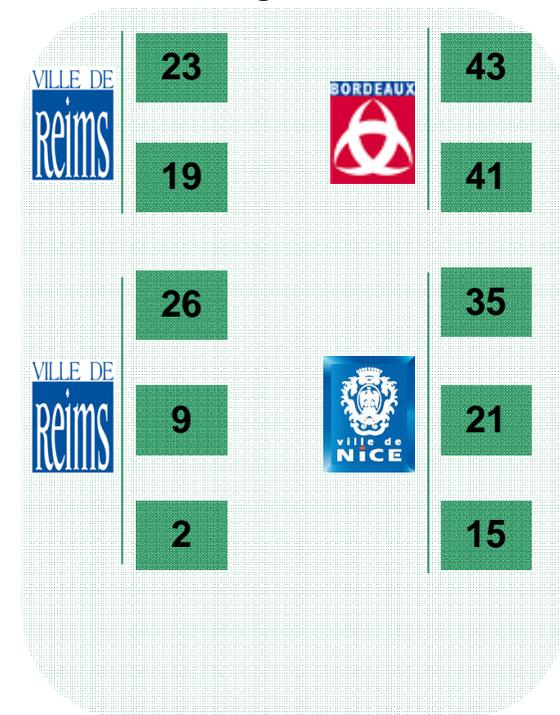
Aller au restaurant, dans un bar ou un café



Vous rendre dans les services administratifs et publics (mairie, poste...)\*\*



Aller au cinéma, au musée, au théâtre

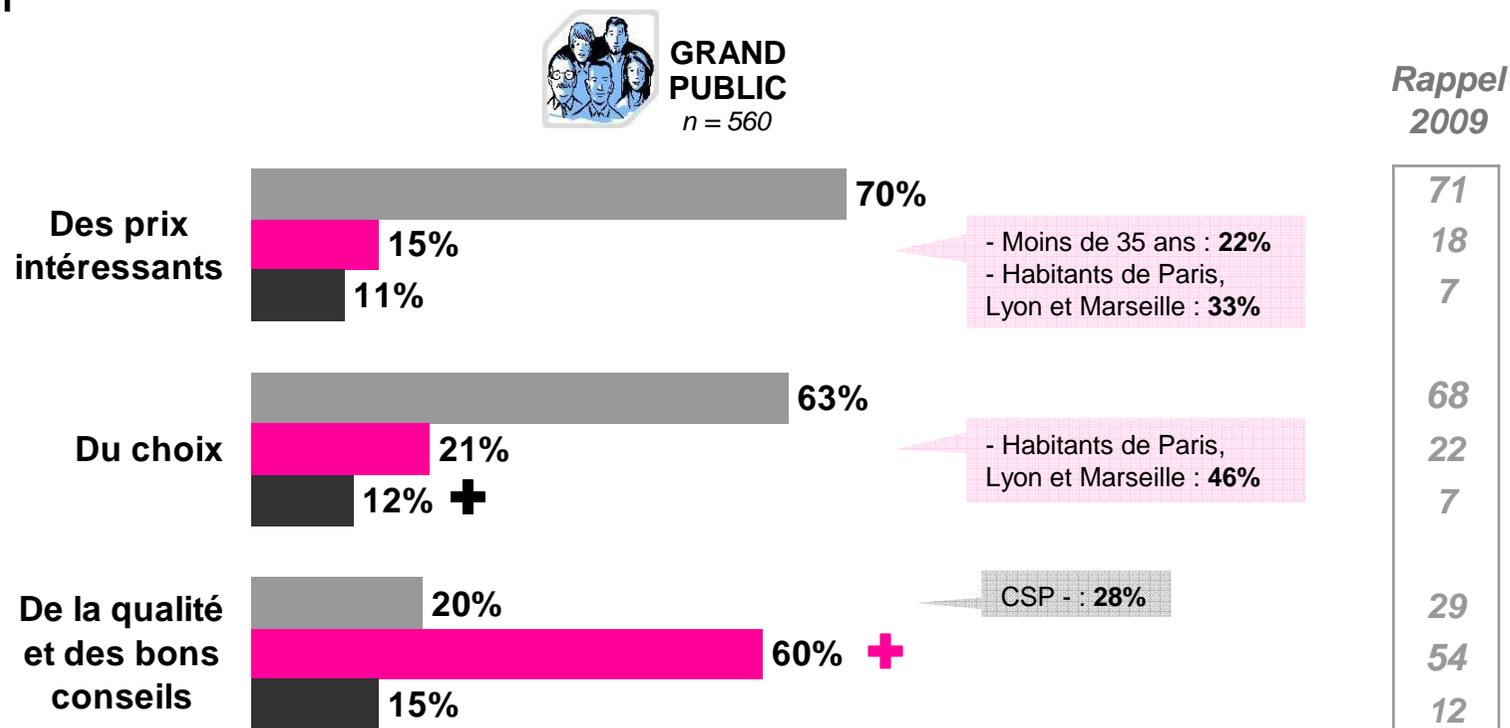


Base : ensemble de l'échantillon

Q4 A propos du centre-ville de votre commune, à quelle fréquence y allez-vous pour faire chacune des choses suivantes ?

# Au sein du grand public, un « réflexe centre-ville » en hausse pour la qualité et les conseils

- Dans les **centres commerciaux**, les zones commerciales en périphérie de la ville
- **ST "En centre ville**, dans des petits commerces de quartier ou dans des enseignes nationales"
- **C'est pareil**



Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)

Q5A/B/C Quand on veut DU CHOIX / DE LA QUALITE ET DES BONS CONSEILS / DES PRIX INTERESSANTS, où se rend-on en priorité ?

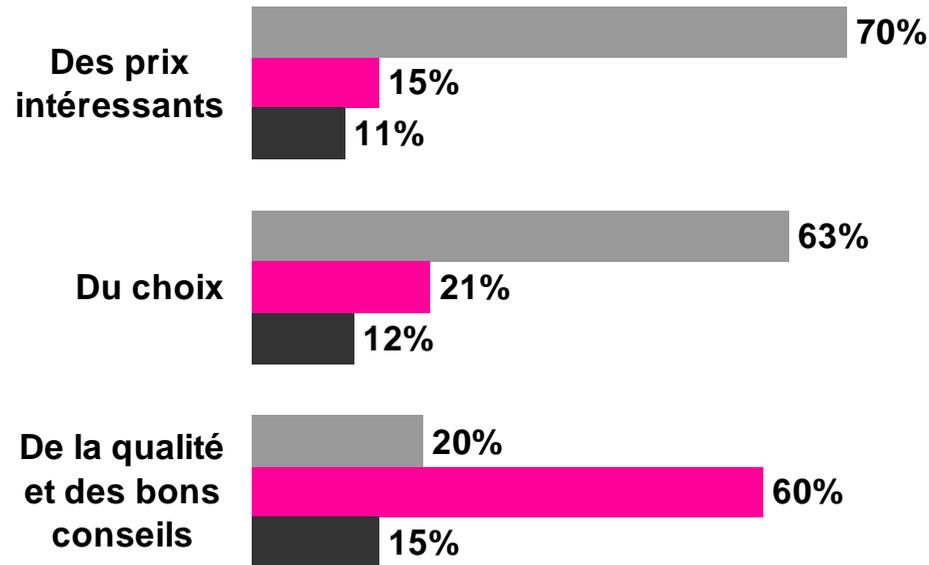


# Au sein des 'Villes en mouvement', Reims a une pratique différente du centre-ville

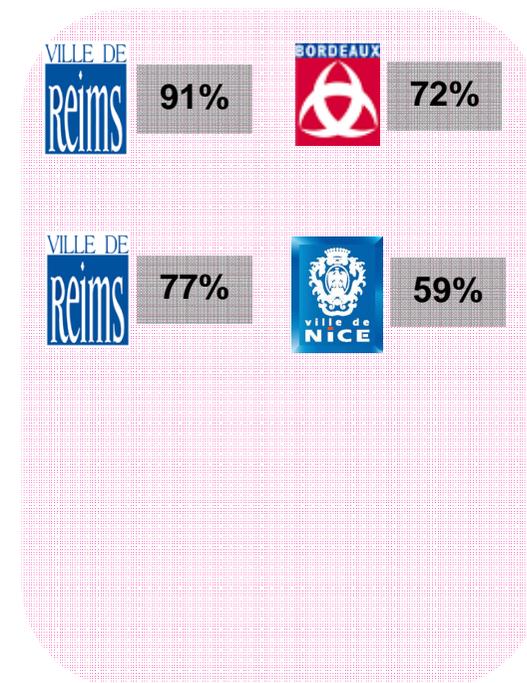
- Dans les **centres commerciaux**, les zones commerciales en périphérie de la ville
- ST "En centre ville, dans des petits commerces de quartier ou dans des enseignes nationales"
- C'est pareil



Rappel  
GRAND  
PUBLIC



VILLES  
EN MOUVEMENT  
n = 100 (par ville)



Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)

Q5A/B/C Quand on veut DU CHOIX / DE LA QUALITE ET DES BONS CONSEILS / DES PRIX INTERESSANTS, où se rend-on en priorité ?



Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres pour Centre-Ville en Mouvement > Les Français et leur centre-ville : une histoire qui dure





# Le diagnostic des Français au sujet de leur centre-ville : une volonté de dynamisation

Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres

# Considérés dans leur ensemble, les Français sont toujours partagés sur le dynamisme de leur centre-ville...



**GRAND PUBLIC**  
n = 572

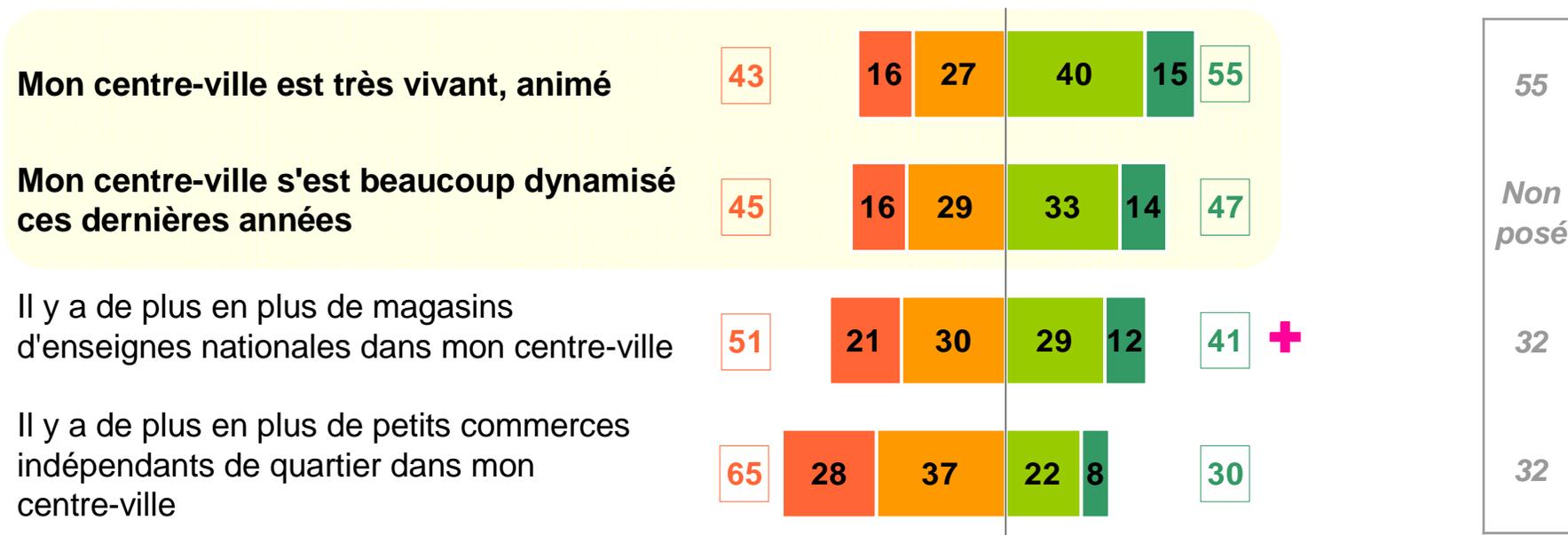
■ Pas du tout  
 ■ Plutôt pas  
 ■ Plutôt  
 ■ Tout à fait

En %

**Sous Total**  
« Ne correspond pas »

**Sous Total**  
« Correspond »

*Rappel 2009*  
ST « Correspond »



Base : ensemble de l'échantillon

Q2 Comment décririez-vous votre centre-ville aujourd'hui ? Je vais vous citer plusieurs propositions et vous me direz si ça correspond à ce que vous pensez de votre centre-ville.

# ... Mais dans les 'Villes en mouvement', on note une vraie longueur d'avance

% Sous Total « Correspond »



Rappel  
GRAND  
PUBLIC

Focus sur les  
habitants de Paris,  
Lyon, ou Marseille  
*n = 84*



VILLES  
EN MOUVEMENT  
*n = 100 (par ville)*

Mon centre-ville est  
très vivant, animé

55

73



77



82

Mon centre-ville s'est beaucoup  
dynamisé ces dernières années

47

58



81



75

Base : ensemble de l'échantillon

Q2 Comment décririez-vous votre centre-ville aujourd'hui ? Je vais vous citer plusieurs propositions et vous me direz si ça correspond à ce que vous pensez de votre centre-ville.

# Le maire et les commerçants perçus comme les moteurs incontestés du centre-ville

NOUVELLE QUESTION



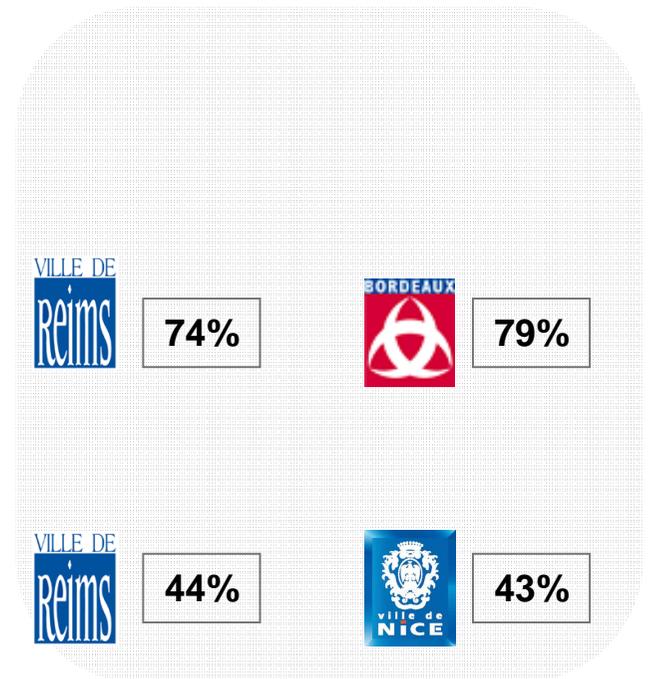
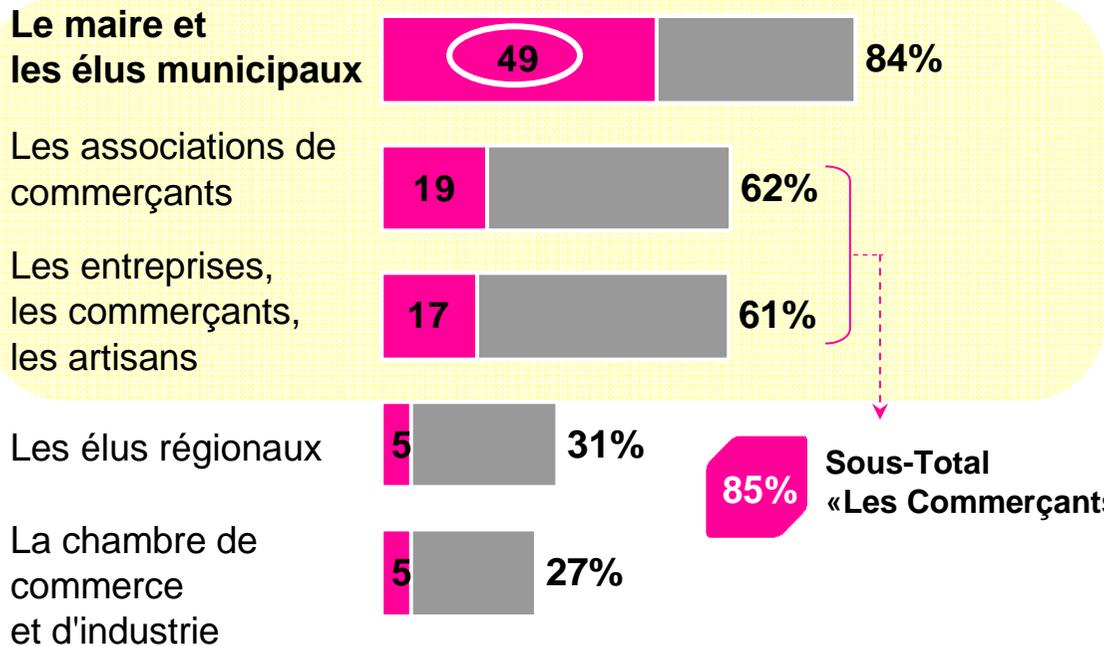
GRAND PUBLIC  
n = 572



VILLES EN MOUVEMENT  
n = 100 (par ville)

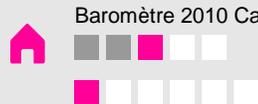
■ Cité en 1er   ■ Cité en 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup>   % Total cité

% Total cité

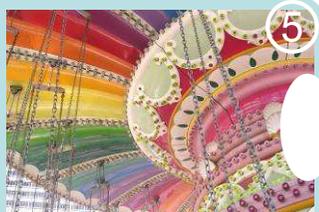


Base : ensemble

Q3 Selon vous, quel(s) acteur(s) DOIVENT s'impliquer dans l'animation du centre-ville ?



# Les leviers de dynamisation du centre-ville priorités par les Français



**Des animations  
de quartier**



**Des commerces  
de proximité**



**Des espaces  
de loisirs**



**Un accès aux services  
(banques, administrations...)**



**Un marché**



**Des espaces  
pour sortir**



**Un cœur historique**



**Des commerces  
pour le shopping**

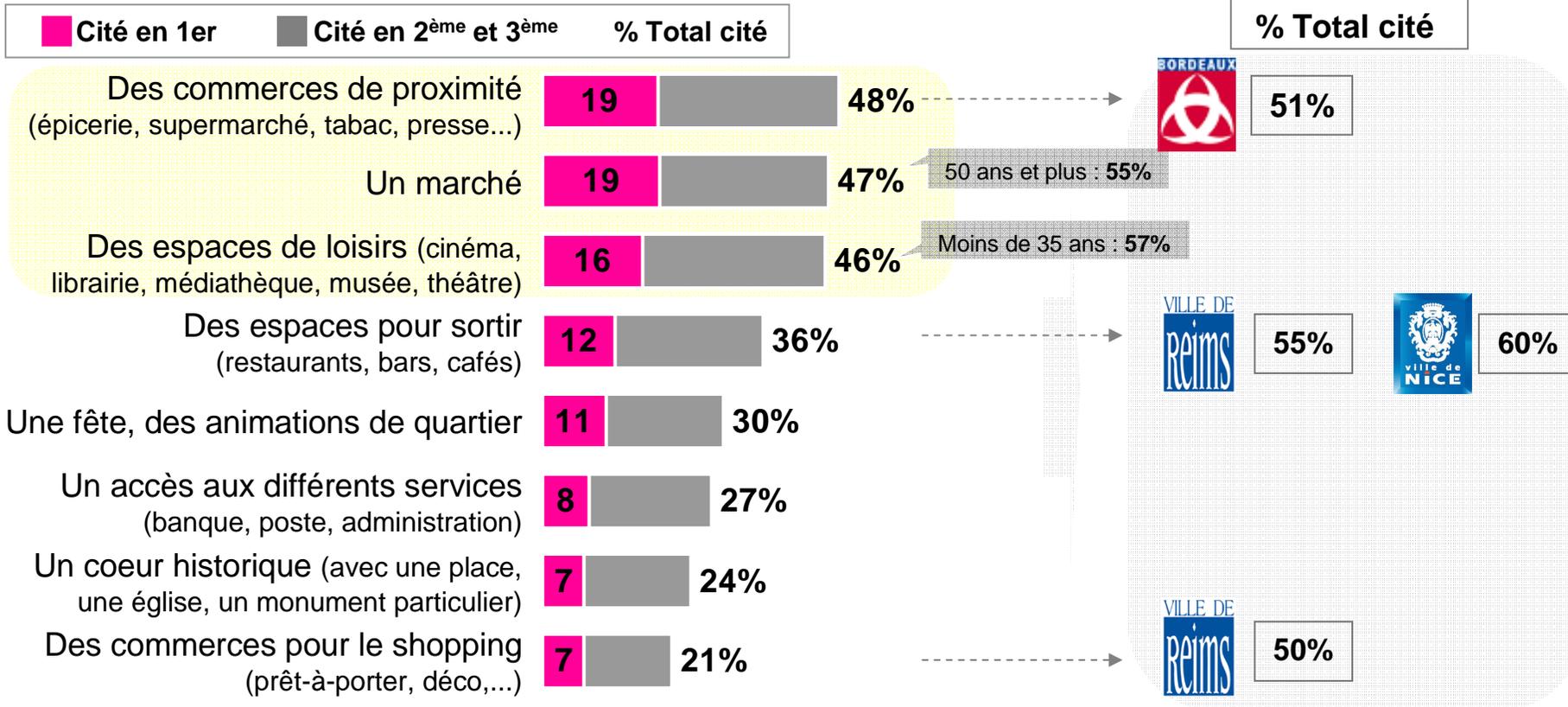
# Des commerces de proximité et des espaces de loisirs : les atouts maîtres d'un centre-ville dynamique

**NOUVELLE QUESTION**

Pour rendre un centre-ville *dynamique*, il faut...



**VILLES EN MOUVEMENT**  
n = 100 (par ville)



Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)

Q7 Qu'est-ce qui est selon vous le plus important pour rendre un centre-ville dynamique ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?





# Le centre-ville durable : un idéal accessible

Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres

# Un centre-ville idéal doit être d'abord facile d'accès...



Rappel 2009



Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)

Q6 Si vous deviez définir et construire le centre-ville idéal, quels sont les 3 critères qui seraient les plus importants pour vous ?

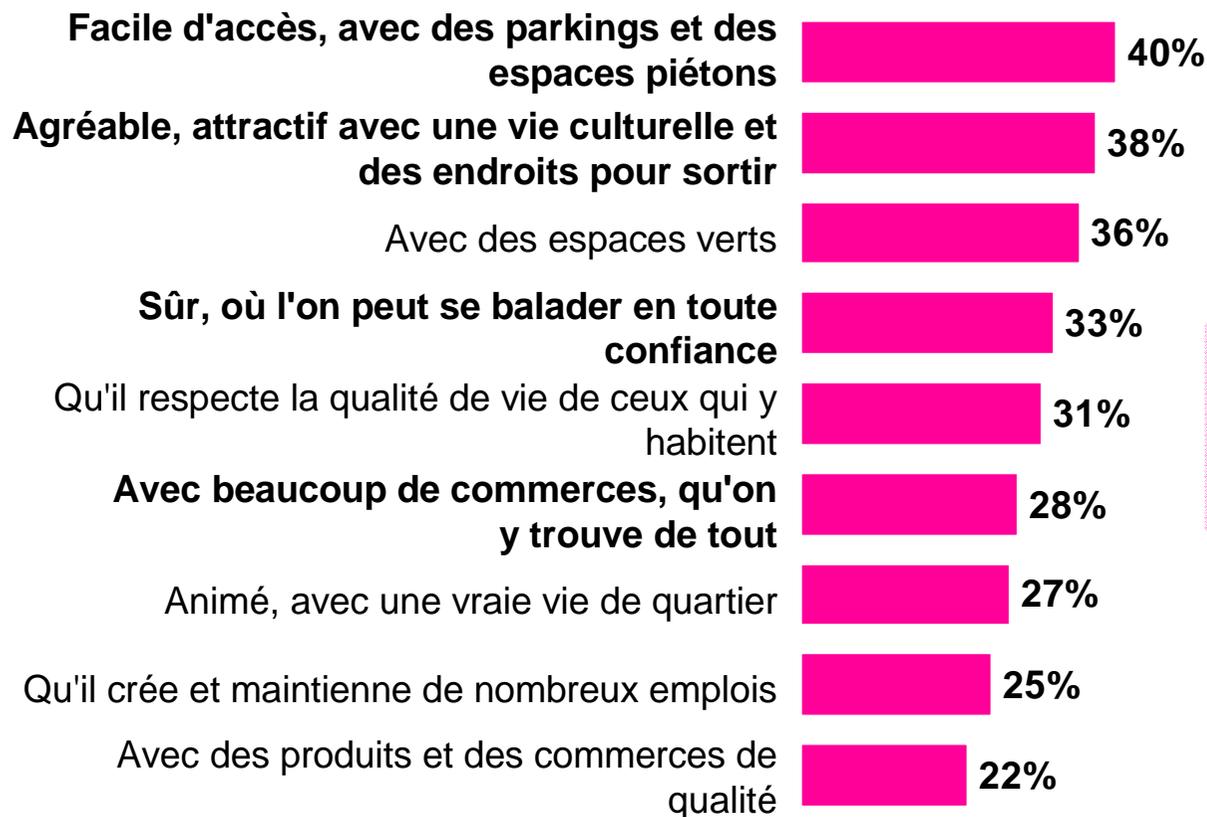
# Un point de vue partagé par les 'Villes en mouvement'



Rappel  
GRAND  
PUBLIC



VILLES  
EN MOUVEMENT  
n = 100 (par ville)



Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)

Q6 Si vous deviez définir et construire le centre-ville idéal, quels sont les 3 critères qui seraient les plus importants pour vous ?

# Le respect de l'environnement au cœur de la notion de « centre-ville durable »

NOUVELLE QUESTION



## Attributs environnementaux

**Dont : Développer le réseau de transport en commun (bus, métro, tramway...)**



## Attributs sociaux

**Dont : Faciliter l'accès des personnes handicapées aux commerces**



## Attributs économiques

**Dont : Favoriser la création d'emplois à l'échelle locale et notamment dans les commerces**

*Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)*

*Q8 Si vous deviez définir et construire un centre-ville durable, quels sont les 3 critères qui seraient les plus importants pour vous ?*

# Priorité du cahier des charges des villes qui aspirent à la durabilité : la mobilité...

NOUVELLE QUESTION



**GRAND PUBLIC**  
n = 560



**Attributs environnementaux**

**Développer le réseau de transport en commun (bus, métro, tramway...)** **31%**

Assurer des espaces entièrement piétons **26%**

Développer les habitats, les commerces et les infrastructures respectueux de l'environnement **26%**

Mieux gérer le tri et la collecte des déchets **21%**

Développer les pistes cyclables et la circulation à vélo **19%**



**Attributs sociaux**

**Faciliter l'accès des personnes handicapées aux commerces** **28%**

Développer la formation des jeunes **19%**

Faciliter l'accès des personnes défavorisées aux infrastructures (transports, services, sport...) et aux logements **17%**

Mettre en place une politique d'accès à la culture **10%**



**Attributs économiques**

**Favoriser la création d'emplois à l'échelle locale et notamment dans les commerces** **22%**

Renforcer l'attractivité du centre-ville et assurer son développement sur le long terme **18%**

Faire participer les citoyens aux orientations économiques et sociales du centre-ville **16%**

Assurer des débouchés aux produits et services locaux dans les commerces de centre-ville **13%**



# ...Et l'attractivité économique du centre-ville à long terme

NOUVELLE QUESTION



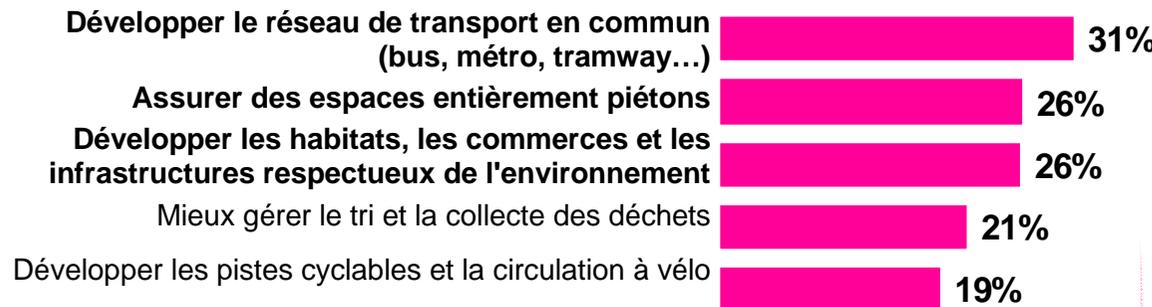
Rappel  
GRAND  
PUBLIC



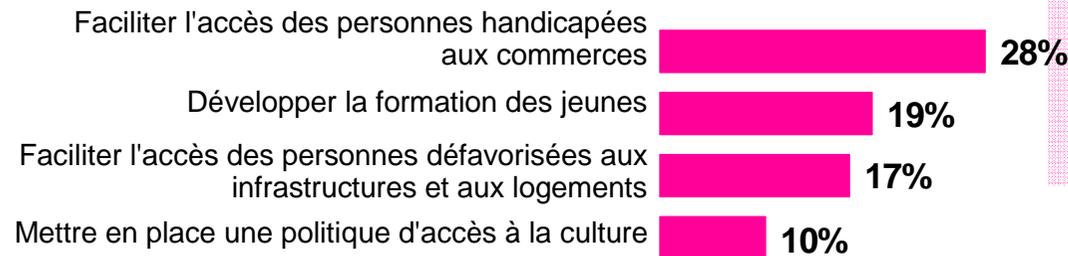
VILLES  
EN MOUVEMENT  
n = 100 (par ville)



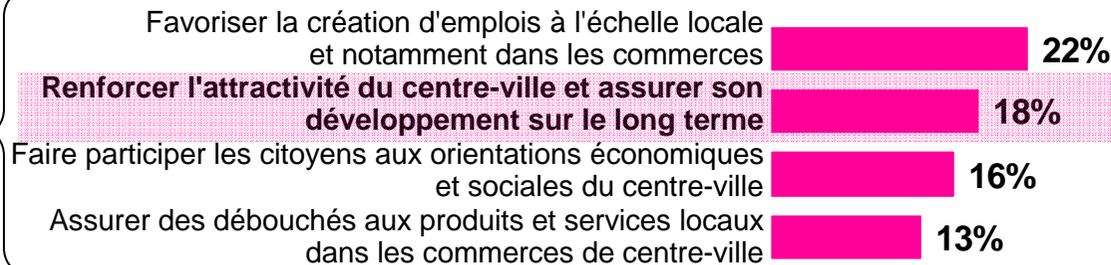
Attributs  
environnementaux



Attributs  
sociaux



Attributs  
économiques



# Au final, 3 villes en mouvement = 3 stades de transformation perçue du centre-ville



Des pratiques de consommation du centre-ville **encore limitées**

**Des attentes sur les fondamentaux** : plus de commerces de proximité, de mobilité / de facilité d'accès,...

Le centre-ville est **perçu comme un lieu de vie**, de rencontres

Les commerces, les espaces pour sortir constituent **les leviers d'une dynamique visible et appréciée**

**Des attentes réalisées** avec un centre-ville qui incarne aussi un projet de vie sociale et économique

... **Des attentes qui se tournent désormais vers l'avenir** (comme le traduit l'importance accordée aux habitats respectueux de l'environnement)





# Le regard des Français sur la consommation se réchauffe

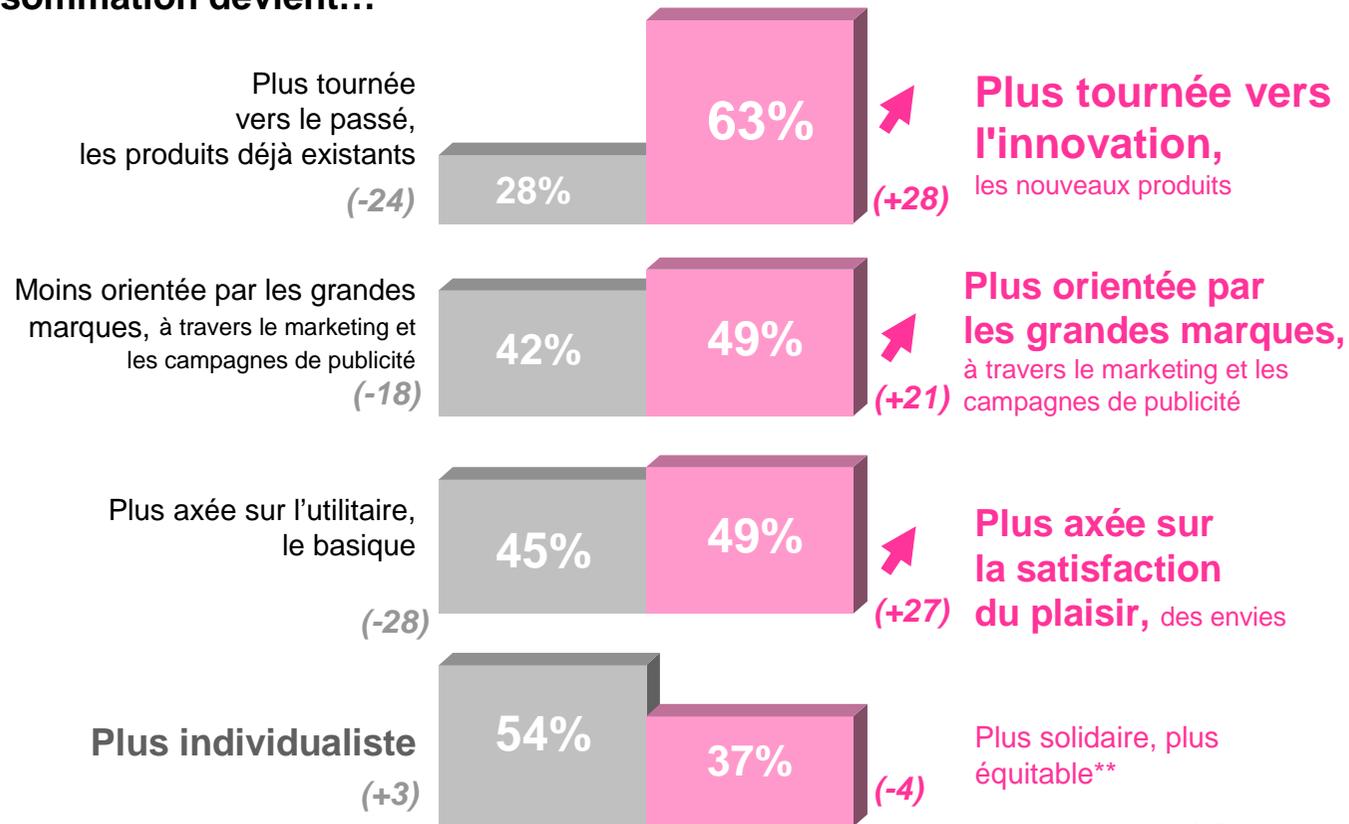
Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres

# Les Français renouent avec l'idée d'une consommation plaisir



**GRAND PUBLIC**  
n = 560

## La consommation devient...



+/- évolutions par rapport à 2009

Q9 Voici une série d'affirmations concernant la consommation\* (...). A chaque fois, dites-moi de laquelle vous vous sentez le plus proche.

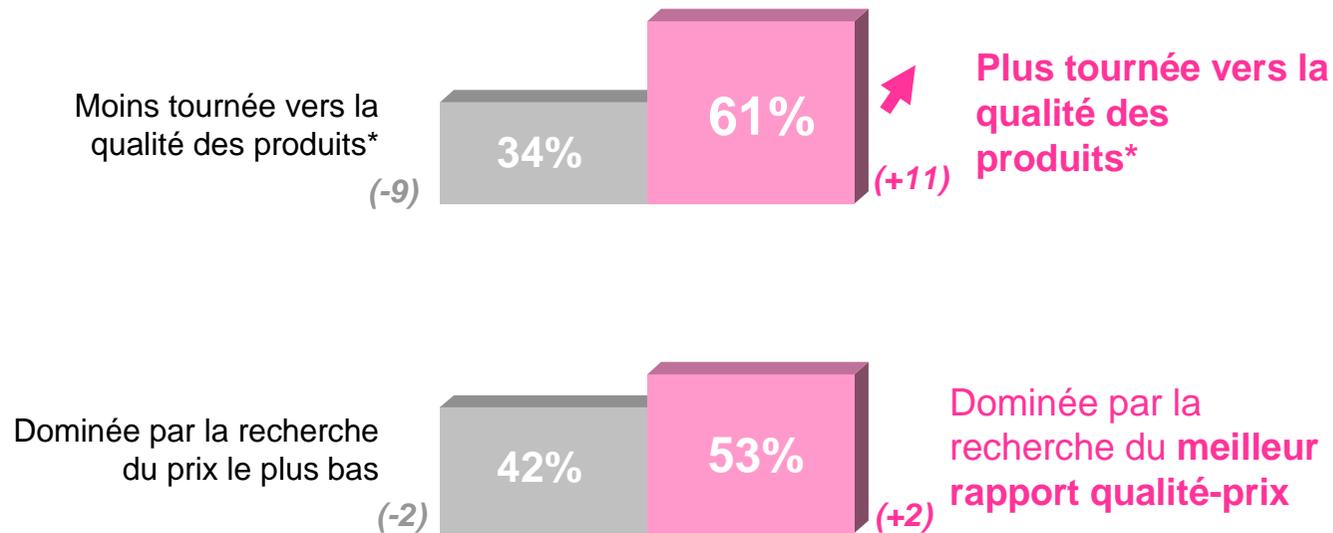
\* En 2009, les libellés étaient : «Voici une série d'affirmations concernant la consommation en cette période de crise (...)» / \*\*«Plus solidaire»

Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)

# ... Qui arbitre en faveur du rapport qualité prix



## La consommation devient...



\* En 2009, libellé de l'item était « Plus tournée vers la qualité du produit »

Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)

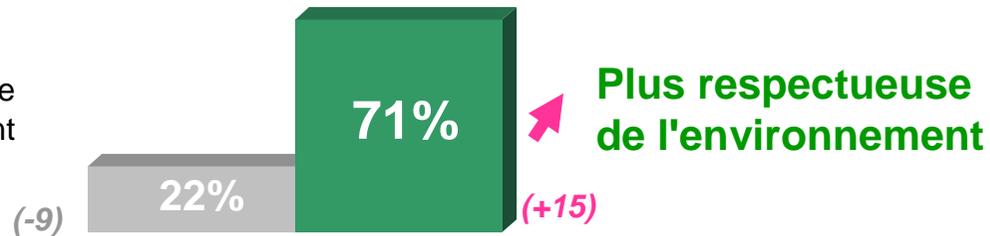
+/- évolutions par rapport à 2009

# La tendance verte perçue par le grand public s'accroît

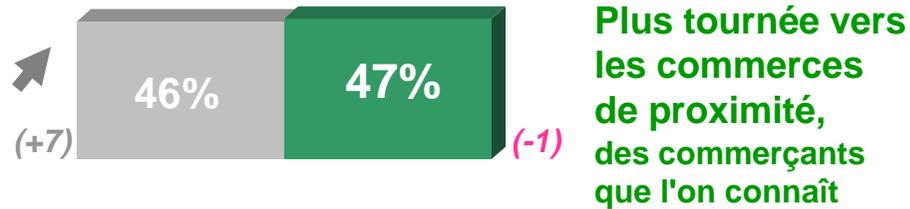


## La consommation devient...

Moins respectueuse de l'environnement



Plus dématérialisée, à travers des sites Internet marchands



Base : ensemble de l'échantillon (exclus ceux qui ne fréquentent jamais le centre-ville)

+/- évolutions par rapport à 2009

# Au final, quel avenir pour le centre-ville ?

- 1 Les Français réaffirment leur attachement au centre-ville, perçu comme un espace de vie et de liberté, et dans lequel les commerces jouent un rôle central.**
- 2 La (re)conquête du centre-ville et l'extension de son territoire constituent un pari gagnant sur l'avenir.** Les efforts de rénovation urbaine entrepris pour rendre les centres-villes dynamiques et accessibles sont largement reconnus par ceux qui y vivent et transforment en profondeur le regard qu'ils portent sur leur centre-ville.
- 3 La question de l'AVENIR du centre-ville est intimement liée à celle de la VOLONTE des acteurs du centre-ville.** Appréhendés comme responsables de l'animation du centre-ville, les élus locaux et les commerçants constituent le « binôme gagnant ».
- 4 Le centre-ville durable : une attente réelle et perçue comme réaliste par les citoyens.** Le centre-ville durable se conçoit de façon pragmatique, en plusieurs étapes. Une fois les bases acquises (transports en commun, commerces, loisirs, espaces piétons), les attentes se renouvellent et s'ouvrent vers une plus grande attractivité économique et des habitats verts.

# Merci

Cette enquête a été réalisée par



et



en partenariat avec

