



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



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^e 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



Taille de l'échantillon



Méthode



Structure de l'échantillon

Les 7 et 8 avril 2010

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

572 individus

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

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

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



Cible complémentaire 2010

VILLES EN MOUVEMENT



Du 1^{er} au 13 avril 2010

300 individus (100 par ville)

Entretiens réalisés **en online**

Echantillon représentatif de la population habitant les agglomérations de Reims, Bordeaux et Nice 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

76%
(+2)

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

Contre...

19%
(-1)

Qui expriment un ressenti
exclusivement négatif

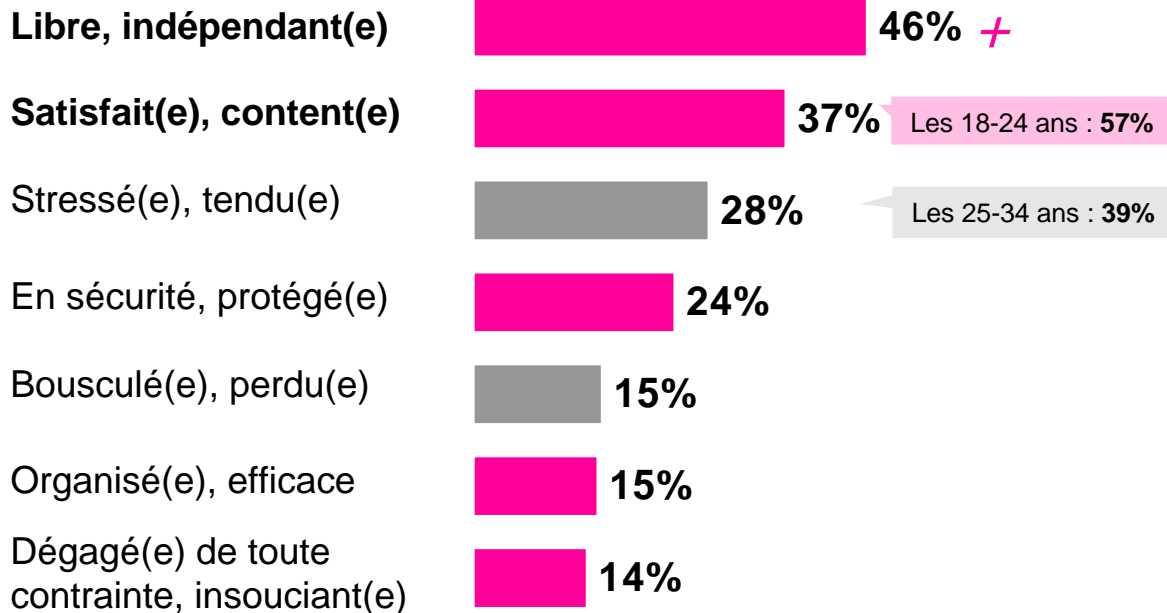
Base : ensemble de l'échantillon

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



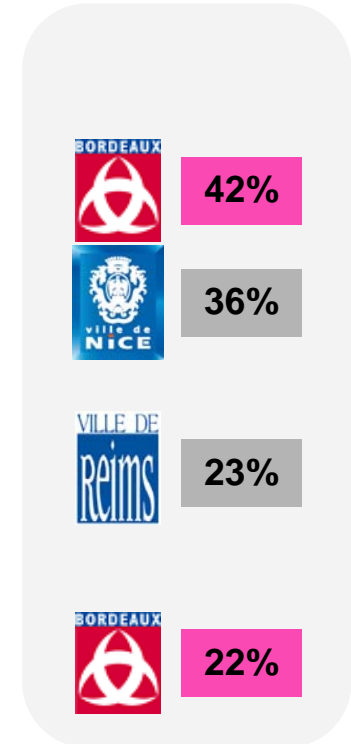
En centre-ville, les Français se sentent....



Rappel
2009

39
41
24
21
14
14
11

VILLES
EN MOUVEMENT
n = 100 (par ville)



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



GRAND PUBLIC
n = 572

En %

■ Rarement ou jamais
 ■ Occasionnellement
 ■ Régulièrement

*Rappel 2009
% Régulièrement*

Faire vos courses alimentaires

36 15 49

Habitants de Paris,
Lyon, Marseille : 62%

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

31 30 39

Faire du shopping, vous balader

37 29 34

Les moins de
25 ans : 52 %

Aller au restaurant, dans un bar ou un café

53 30 17

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

45 41 14

Aller au cinéma, au musée, au théâtre

68 25 7

51

40

37

17

19

7

* 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

En %

■ Occasionnellement ■ 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



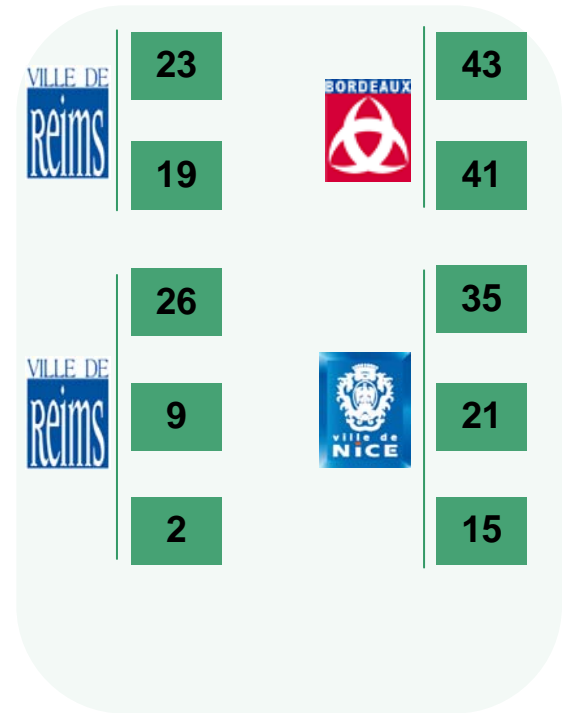
Base : ensemble de l'échantillon

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



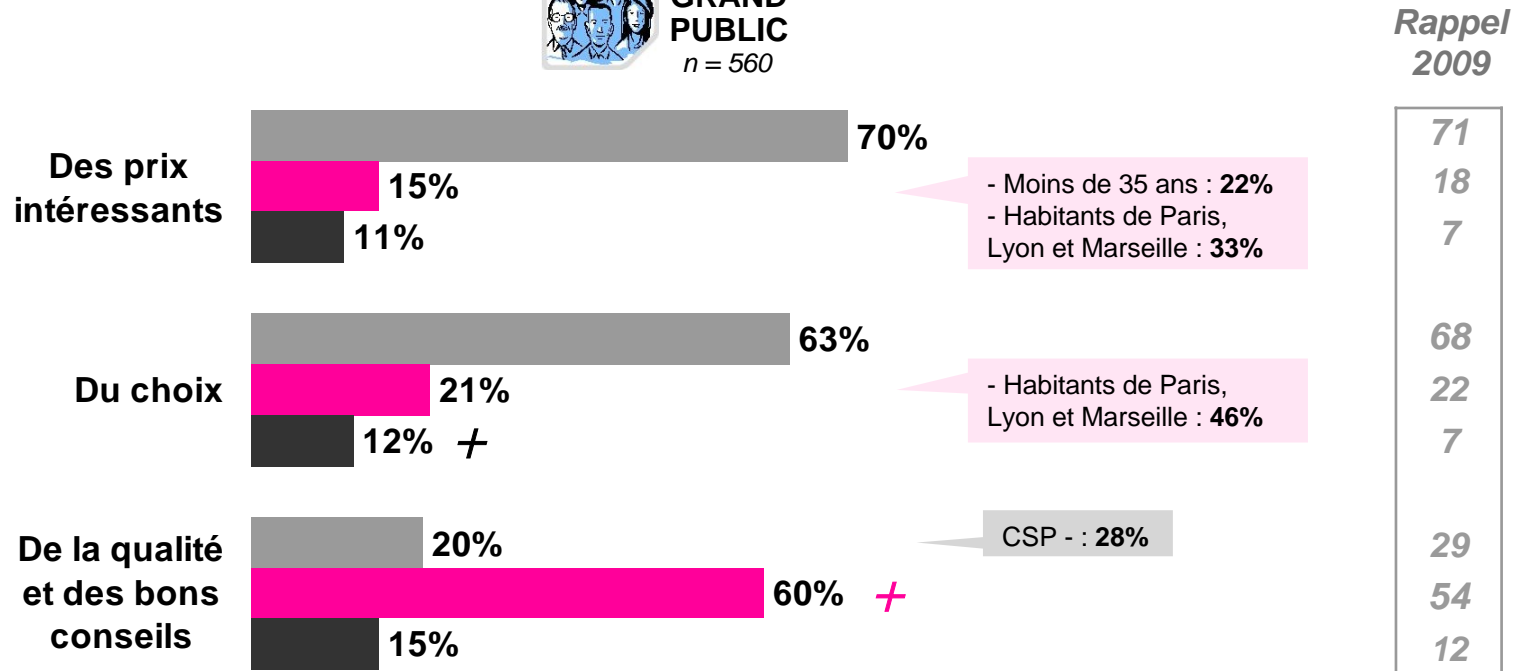
VILLES
EN MOUVEMENT
n = 100 (par ville)

■ Régulièrement



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

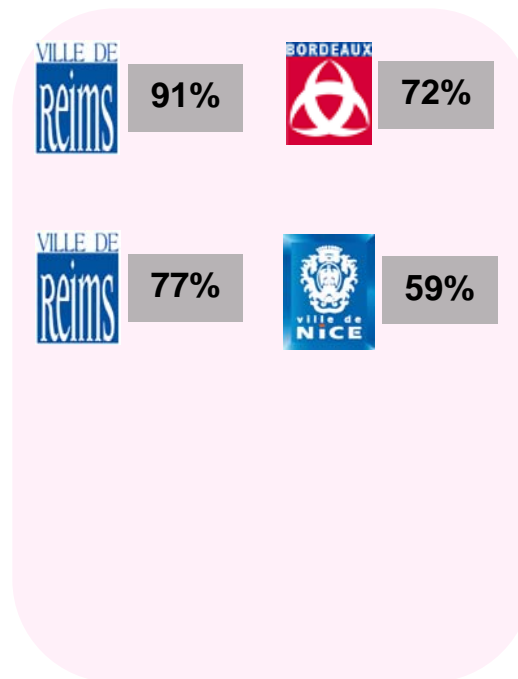
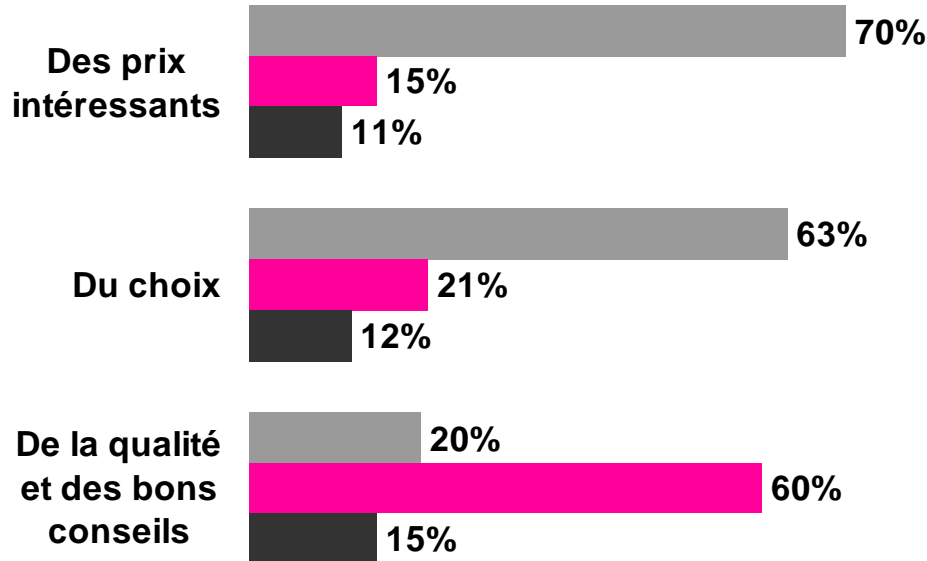
- Dans les **centres commerciaux**, les zones commerciales en périphérie de la ville
- ST "En centre ville, dans des petits commerces de quartier ou dans des enseignes nationales"
- C'est pareil



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 ?





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

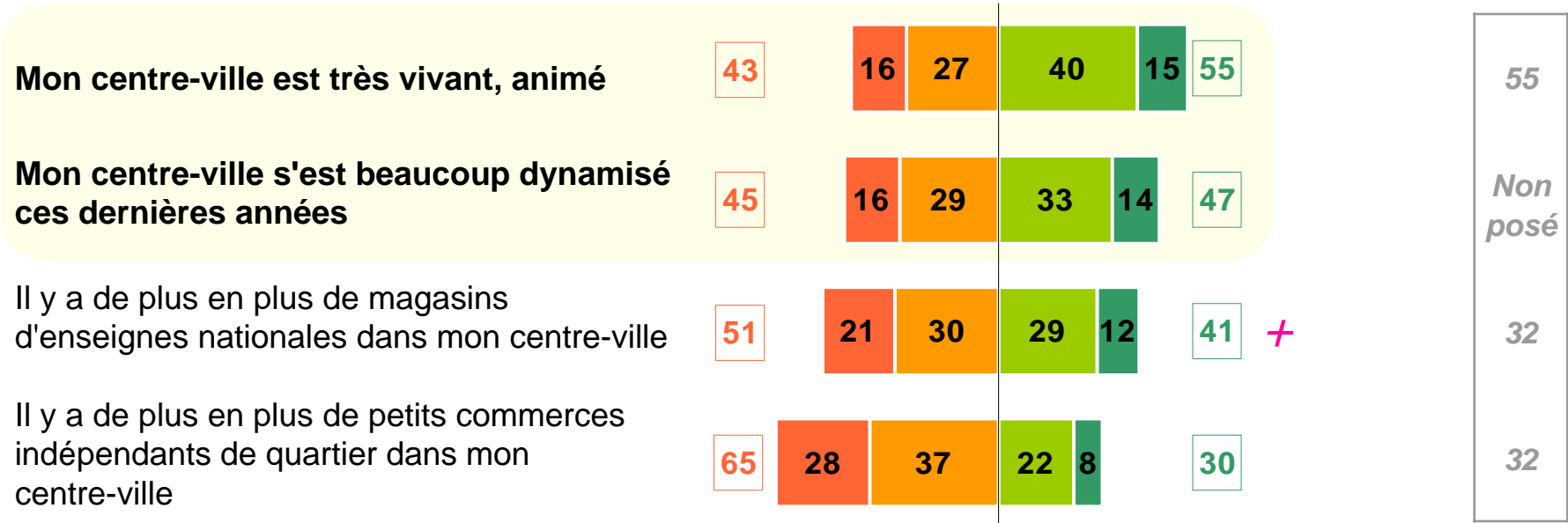
■ Pas du tout
 ■ Plutôt pas
 ■ Plutôt
 ■ Tout à fait

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



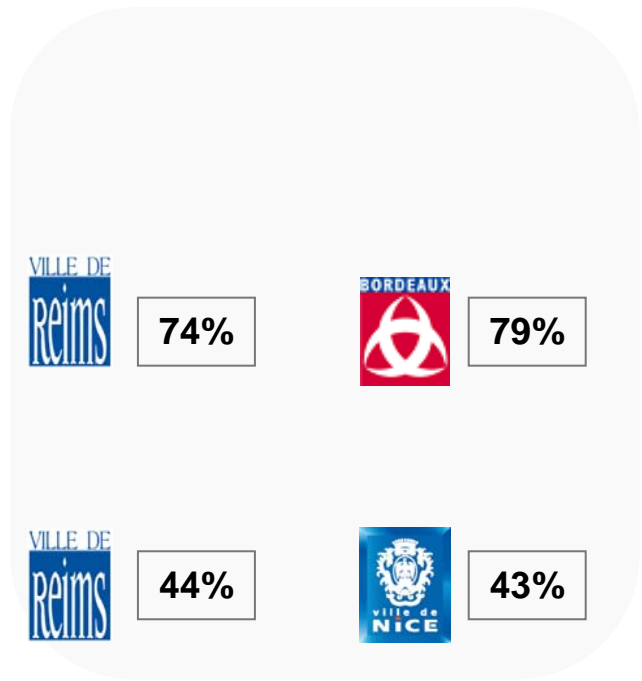
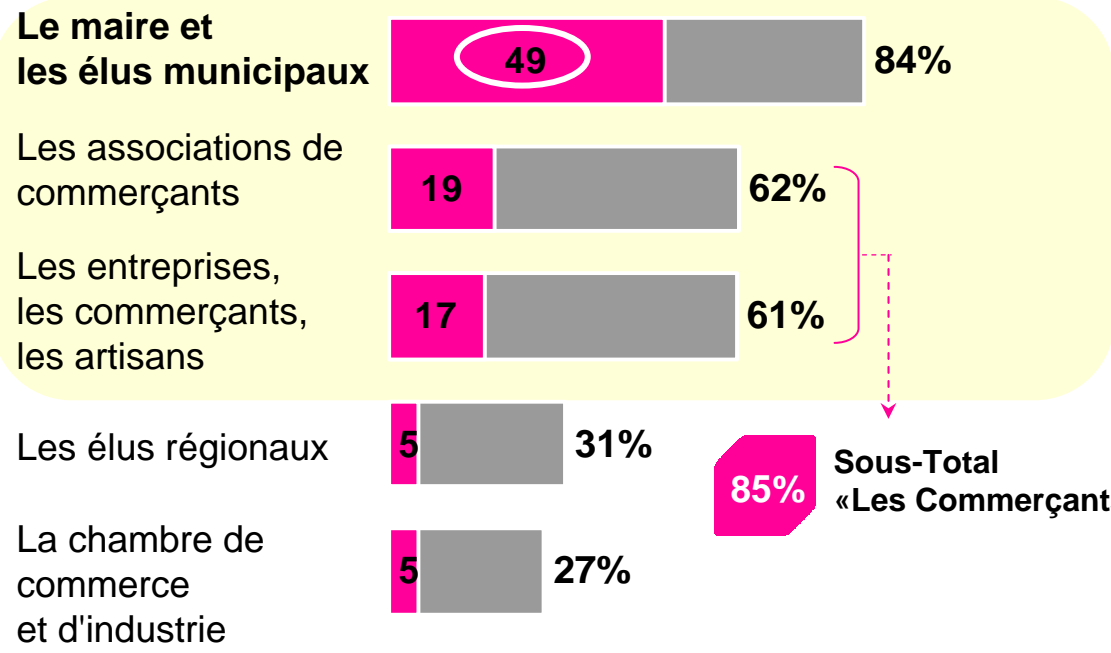
GRAND PUBLIC
n = 572



VILLES EN MOUVEMENT
n = 100 (par ville)

Cité en 1er
 Cité en 2^{ème} et 3^{ème}
% 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 priorisés par les Français



**Des animations
de quartier**



**Des commerces
de proximité**



**Des espaces
de loisirs**



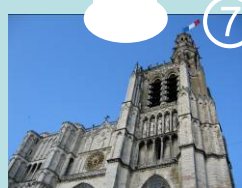
**Un accès aux services
(banques, administrations...)**



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

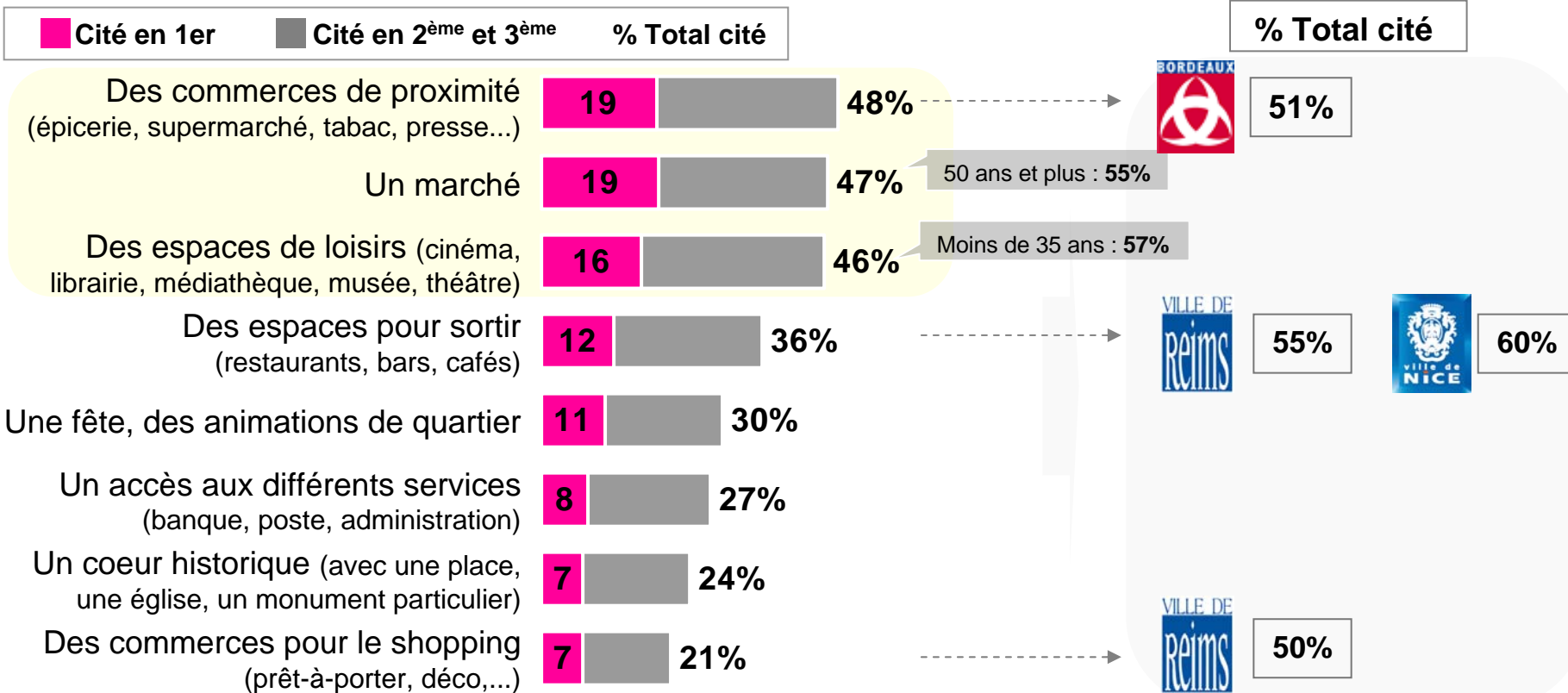
Pour rendre un centre-ville *dynamique*, il faut...



GRAND PUBLIC
n = 560



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

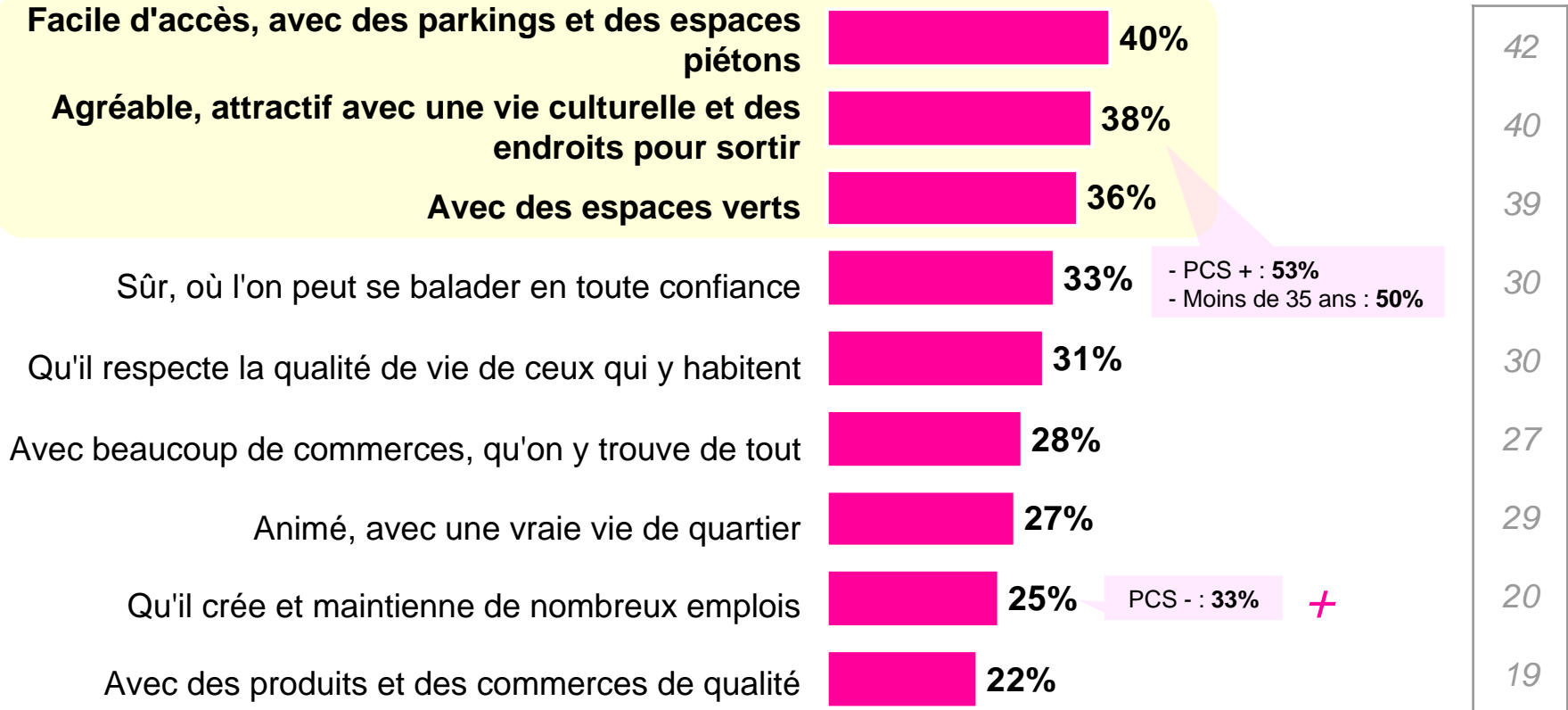
Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres

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



GRAND PUBLIC
n = 560

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 ?



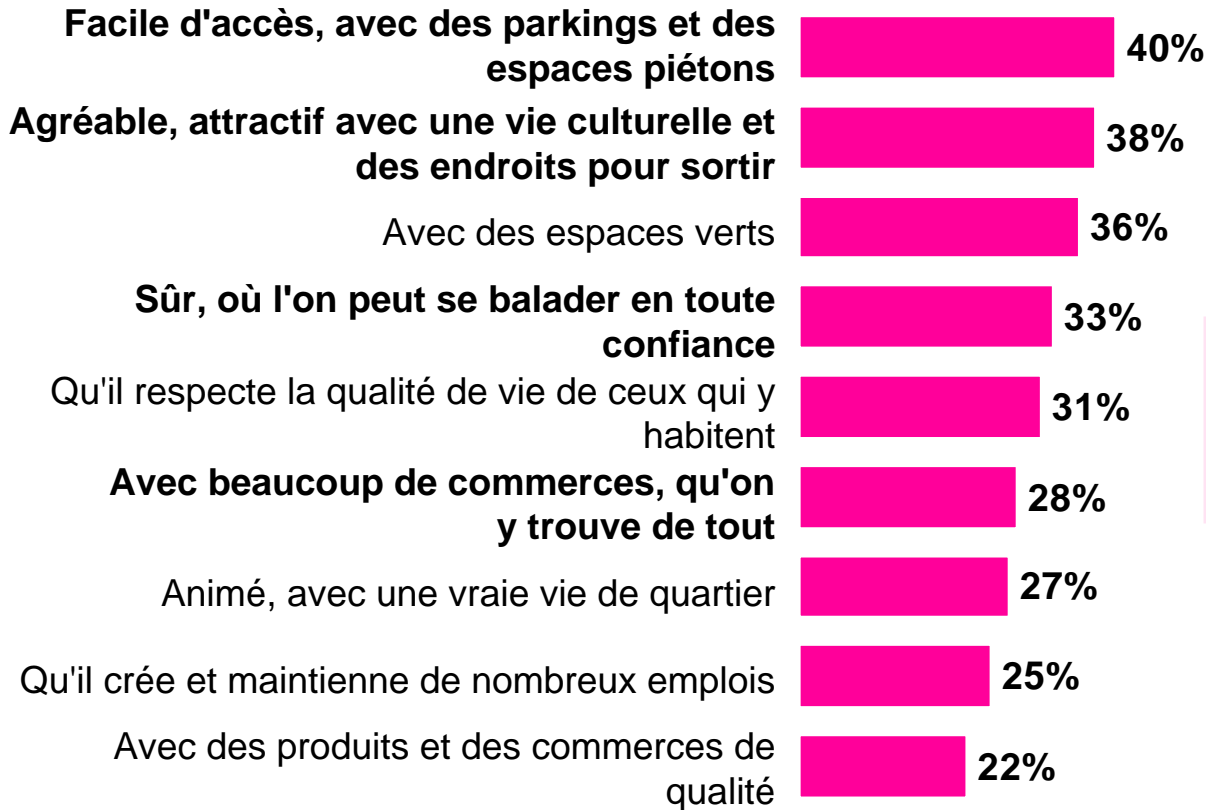
Un point de vue partagé par les 'Villes en mouvement'



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 ?

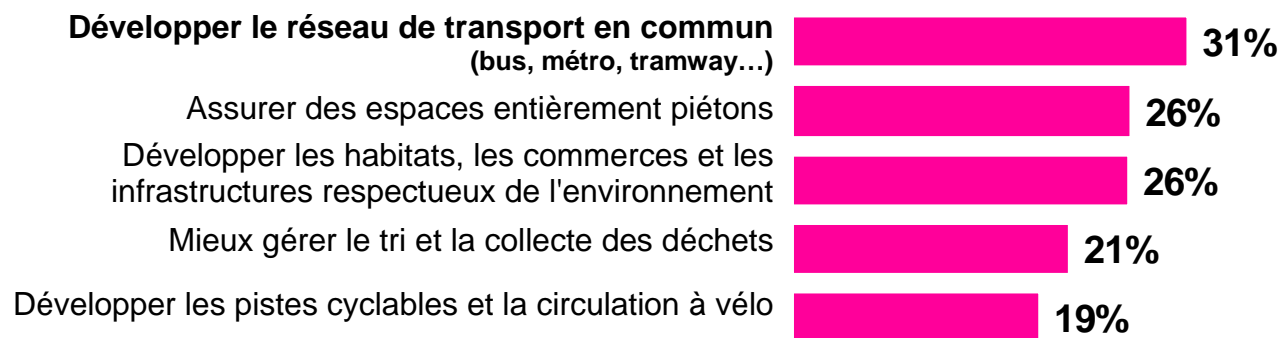
Priorité du cahier des charges des villes qui aspirent à la durabilité : la mobilité...

NOUVELLE QUESTION

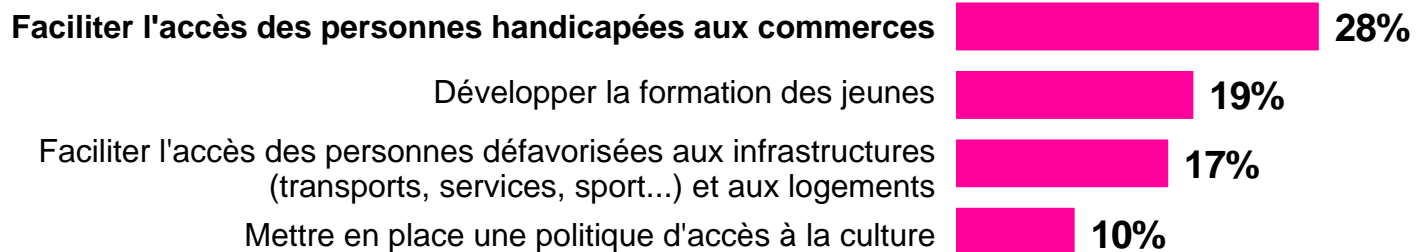
 **GRAND PUBLIC**
n = 560



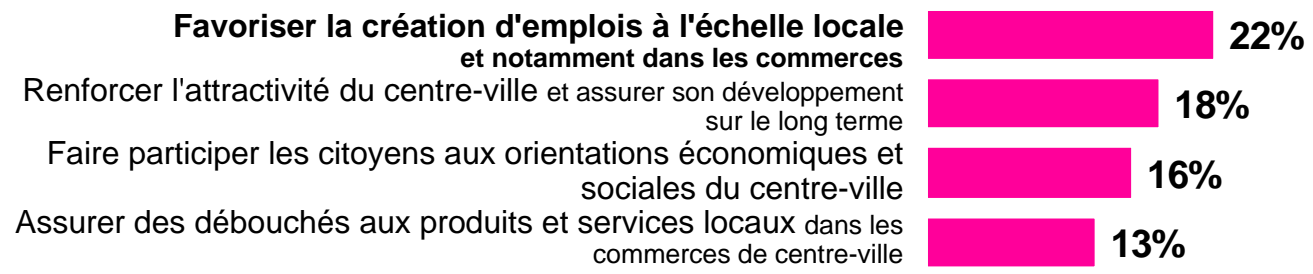
Attributs environnementaux



Attributs sociaux



Attributs économiques



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

NOUVELLE QUESTION



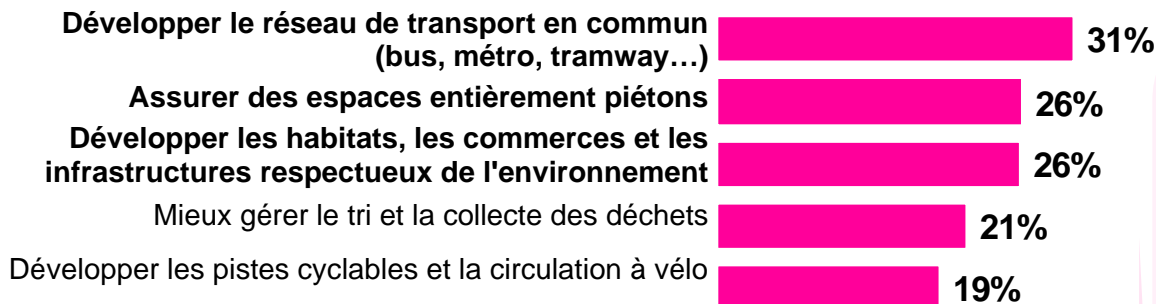
Rappel
GRAND
PUBLIC



VILLES
EN MOUVEMENT
n = 100 (par ville)



Attributs
environnementaux



42%

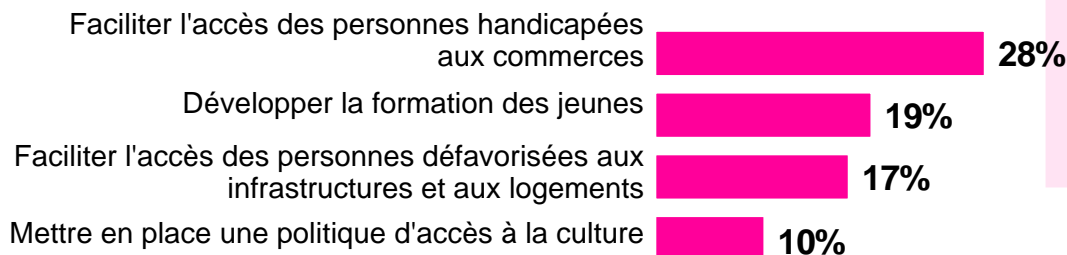


48%

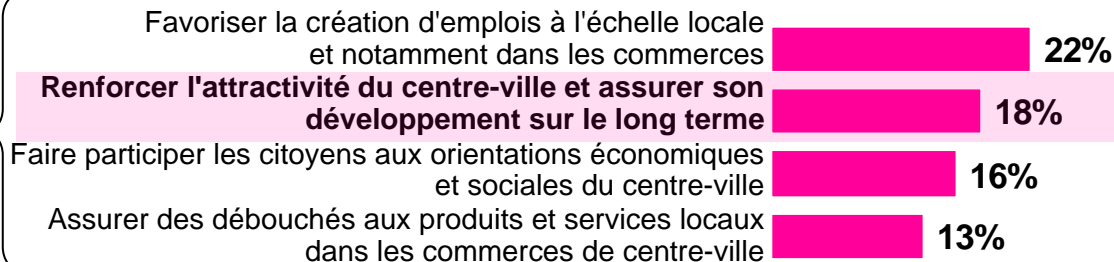
42%



Attributs
sociaux



Attributs
économiques



37%



31%



30%



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

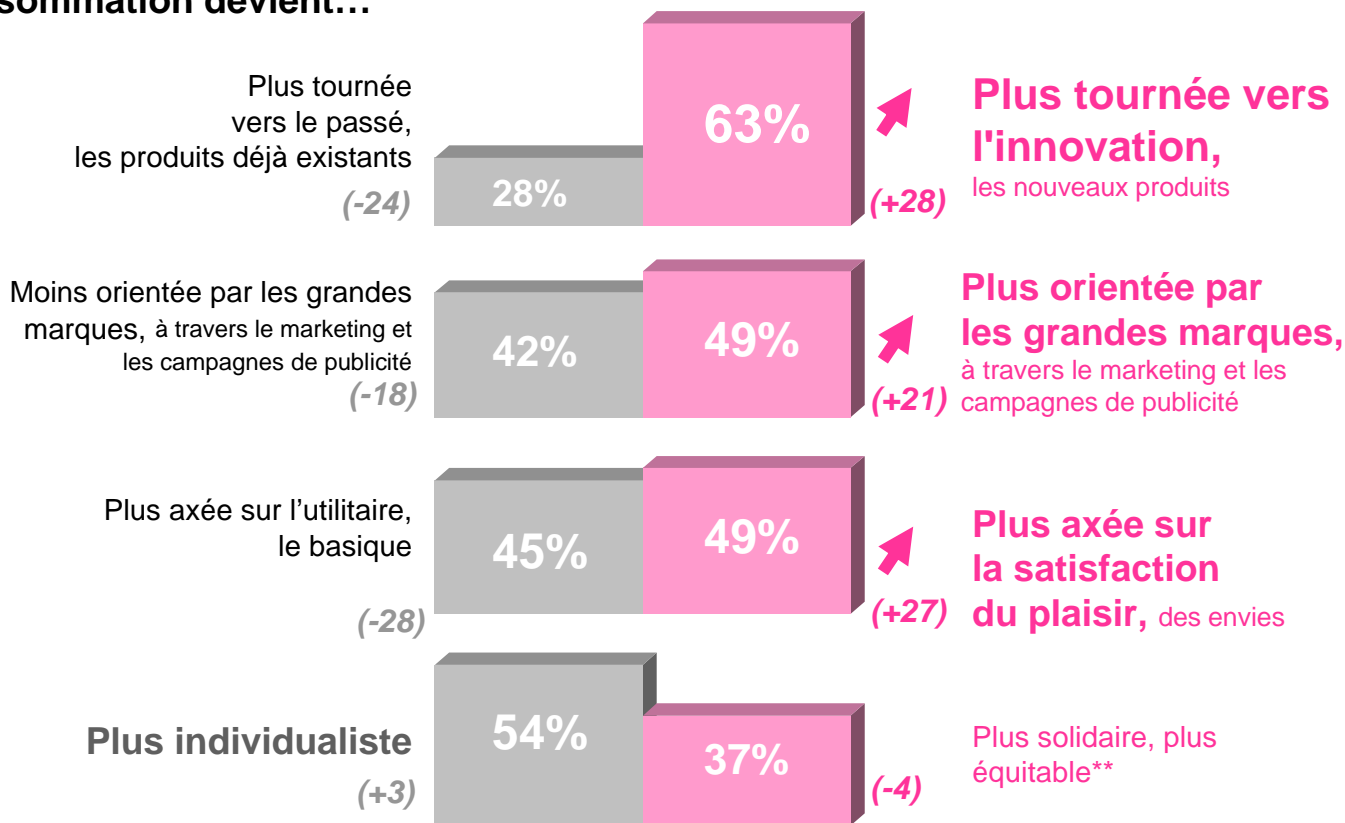
Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres

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)

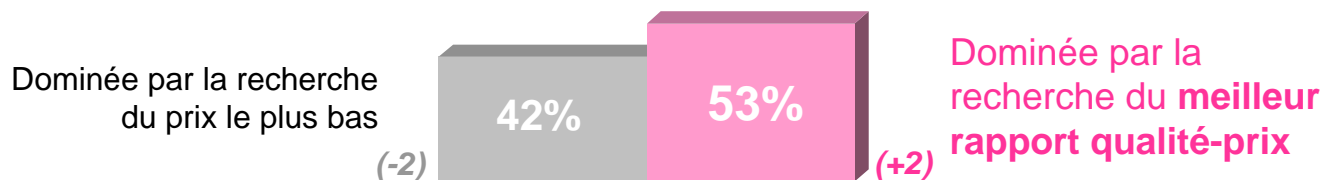
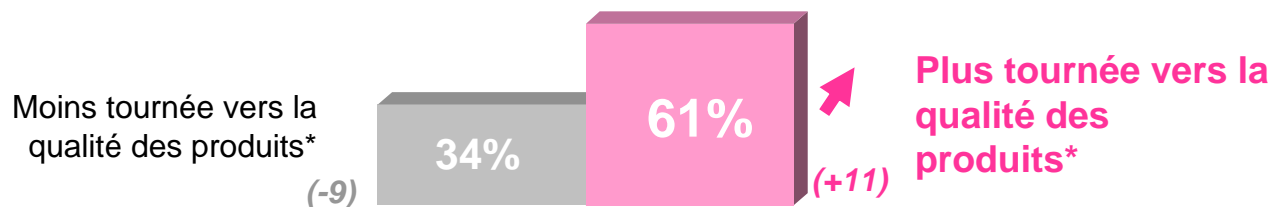
Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres pour Centre-Ville en Mouvement > Le regard des Français sur la consommation se réchauffe

... Qui arbitre en faveur du rapport qualité prix



GRAND PUBLIC
n = 560

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

Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres pour Centre-Ville en Mouvement > Le regard des Français sur la consommation se réchauffe

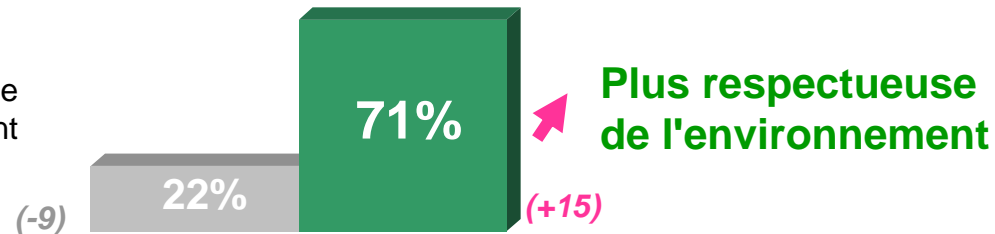


La tendance verte perçue par le grand public s'accroît

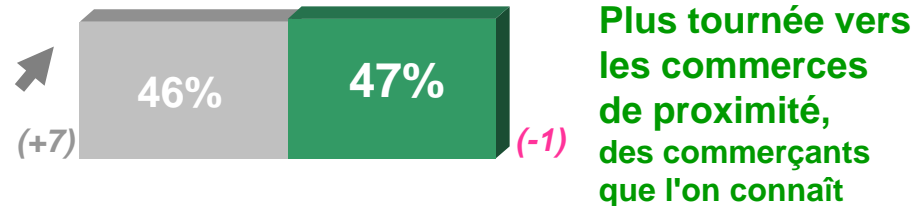


La consommation devient...

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

Baromètre 2010 Carrefour Property - TNS Sofres pour Centre-Ville en Mouvement > [Le regard des Français sur la consommation se réchauffe](#)

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.