

Vivre ailleurs

Une grande enquête inédite
sur les nouvelles mobilités résidentielles

Dispositif en souscription



Une discrète tectonique des plaques

La crise sanitaire est intervenue alors que les déterminants de ce qui fait, pour les Français, la qualité de vie étaient en pleine redéfinition. Dans toutes les sphères d'existence se fait jour depuis quelques années **une recherche pragmatique de modes de vie et rythmes alternatifs**. Des aspirations à de nouvelles manières de consommer, de travailler mais aussi d'habiter.

Deux ans de pandémie ont exacerbé les aspirations, accéléré les décisions.

Dans nos enquêtes, plus d'un Français sur deux aimeraient aujourd'hui aller « vivre ailleurs » (57%, + 9 points depuis 2017) et plus d'un quart indiquent une forte probabilité de passage à l'acte. En extrapolant, ce seraient donc 7,1 millions qui l'envisagent *certainement*. Parmi eux, plus on est urbain plus l'envie est forte.

Pour autant, nos enquêtes le montrent : loin d'être un exode urbain, il s'agit avant tout, pour chacun, de descendre d'un cran en termes de densité. Ce faisant, le territoire se complexifie entre centres et couronnes de métropoles, de grands ou petits pôles urbains. Les représentations elles aussi évoluent sensiblement, l'imaginaire de la ville moyenne semblant devoir remplacer la force d'attraction du mythique village et le petit collectif concurrencer la non moins mythique maison avec jardin. Au près de certains publics en tous cas.

Certains ont déjà sauté le pas, transformant leurs aspirations en réalité. Pour d'autres le cadre de contraintes s'est modifié : le travail apparaît globalement moins central dans la vie des Français, le télétravail dispense ceux qui en ont la possibilité de la nécessité de résider près de son lieu de travail ou au contraire souligne l'inadaptation de leurs logements, d'autres encore ont pu profiter de la crise pour se constituer une épargne. A cela s'ajoute l'exercice, revivifié avec la crise, de la birésidentialité pour près d'un Français sur cinq. **Autant de petits déplacements au sens propre comme figuré qui augurent de nouvelles manières d'habiter et signalent d'une discrète tectonique des plaques. Très loin du cliché d'un néo-ruralisme qui se révèle plus que marginal, c'est bien l'urbanité qui se réinvente.**

Quels flux et quelles logiques reconfigurent notre territoire ?

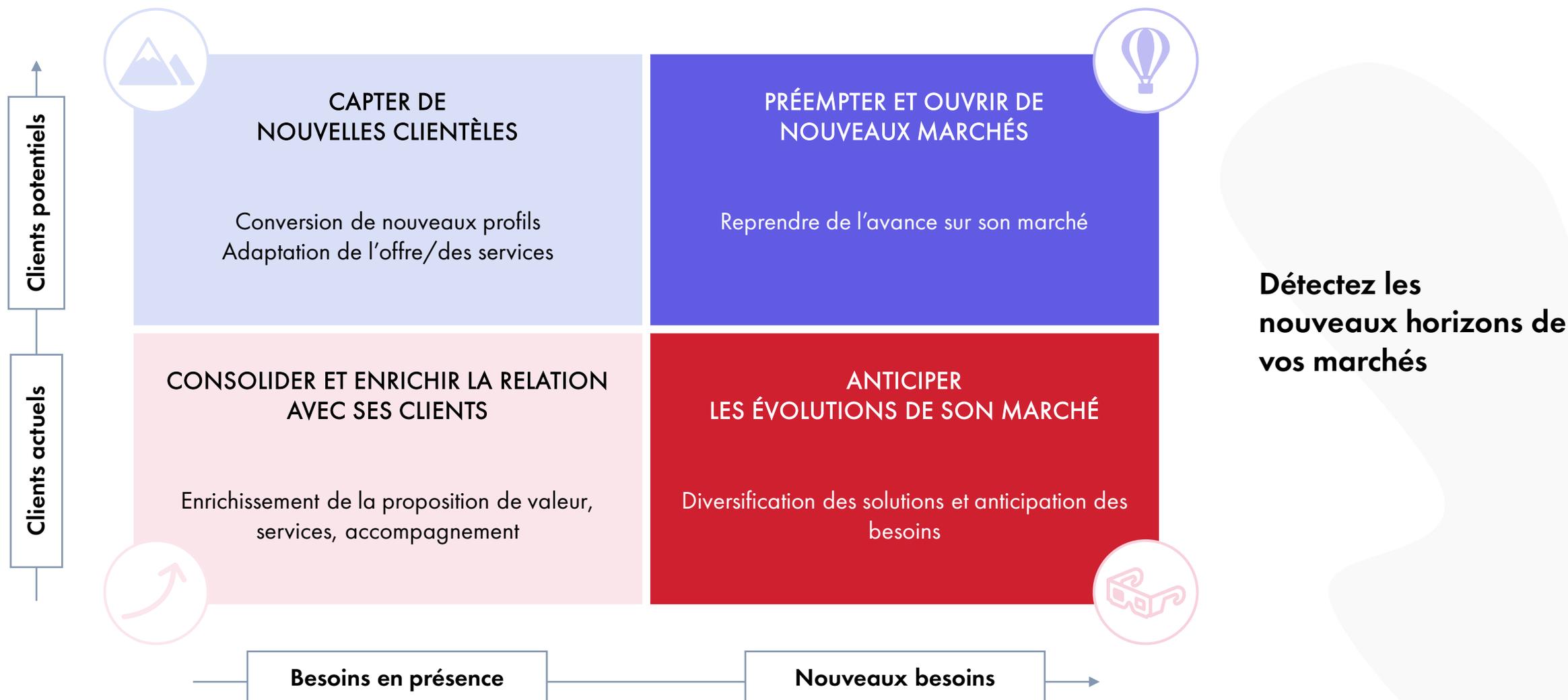
A quoi faut-il vous préparer ? Où et comment faut-il vous développer ? Où seront vos clients dans les années à venir ? Quelles attentes pour quels modes de vie ?

Comment êtes-vous perçus, par qui et où ?

Un dispositif exclusif

- Une objectivation des flux de mobilités qui d'ores et déjà ont eu lieu, une spacialisation des territoires concernés, une identification des publics et caractérisation des types de mouvements observés
- Une projection des mouvements qui pourraient avoir lieu par l'analyse des intentions pour en appréhender la durabilité et projeter l'impact sur les territoires
- Une analyse des aspirations, des attentes, des barrières à concrétiser cette mobilité et, une fois réalisée, à la vivre pleinement
- Une analyse des habitudes de consommation, du rapport aux marques des publics concernés pour mieux projeter leurs besoins

De nouveaux d'horizons d'opportunités pour les acteurs de l'offre



Méthodologie

- Une enquête en ligne (CAWI) auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans. **Un échantillon représentatif de 4 000 personnes**, pour une robustesse académique et des analyses détaillées sur une base statistique solide et une segmentation fine des consommateurs
- Un suréchantillon de télétravailleurs et de Franciliens

Au total 6 000 Français interrogés



Le Questionnement

Identification des flux de mobilités qui d'ores et déjà ont eu lieu, spacialisation des territoires concernés, caractérisation des publics et types de mouvements observés

- Date du dernier déménagement, commune d'origine et commune d'arrivée
- Contexte et causes du déménagement
- Impact sur la situation professionnelle, lieu de travail actuel et avant le déménagement (cf. page 9)
- Impact sur le lieu d'approvisionnement alimentaire principal actuel et avant

Projection des mouvements à venir par l'analyse des intentions pour en appréhender la durabilité et projeter l'impact sur les territoires

- Projets de déménagement
- Probabilité de concrétisation du projet et temporalité de réalisation
- Localisation(s) envisagée(s)
- Contexte et causes du déménagement
- Impact sur la situation professionnelle, lieu de travail actuel et après le déménagement

Une étude de la bi-résidentialité

- Communes de résidence principale / domicile secondaire (permanent ou temporaire)
- Contexte et causes de la mobilité (professionnelle, familiale, de loisirs...)

L'analyse de ces différents flux se fera selon le zonage en aires d'attraction des villes (cf. page 8)

Les populations concernées seront segmentées et étudiées selon les différents patterns (flux centre-centre / centre-couronne / couronne-couronne etc. dans le détail métropoles/grandes/moyennes/petites aires urbaines et communes hors attractivité)

Pour les mouvements passés, les évolutions des patterns sera aussi identifiées (pré/post crise sanitaire)

Les caractéristiques des lieux de résidence pré/post mobilités seront également analysées (cf. page 10)

Le Questionnement

Aspirations, attentes, barrières

- Aspirations en matière de cadre de vie
- Hiérarchisation de ces aspirations
- Contraintes / tensions identifiées, compromis réalisés ou susceptibles d'être réalisés

Habitudes de consommation, rapport aux marques des publics concernés pour mieux projeter leurs besoins

- Modes de consommation alimentaire et non alimentaires
- Fréquentation et fréquence de fréquentation des différents formats / espaces commerciaux
- Enseignes fréquentées, modalités d'accès, attentes en matière de proximité aux commerces et services, rapport aux marques

Modes de déplacement

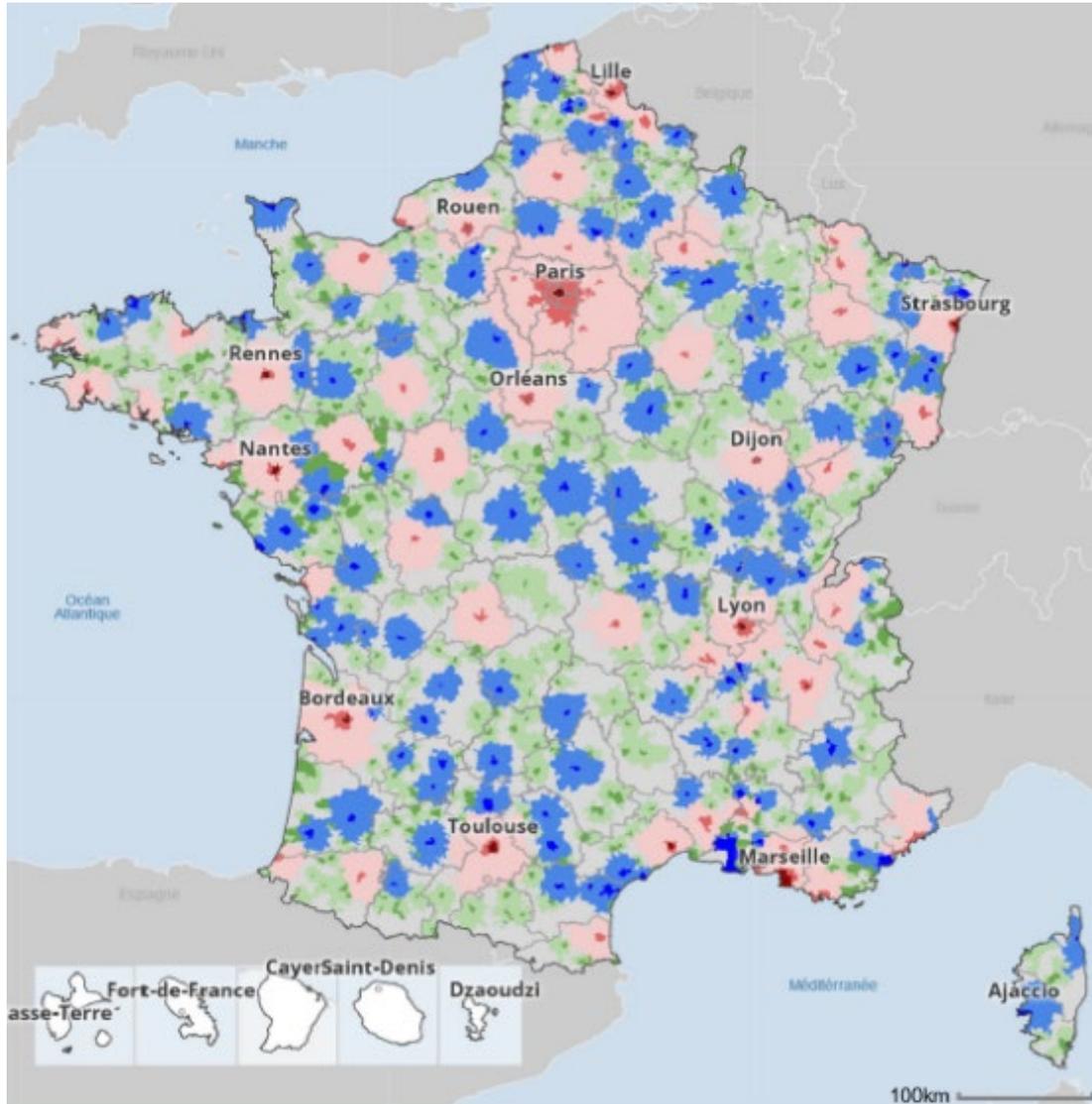
- Modes de déplacement principaux utilisés pour se rendre sur les différents lieux d'activité (lieu de travail, achats alimentaires, achats non alimentaires, loisirs) et fréquences de déplacements
- Évolution de l'usage des modes de déplacement, notamment suite au déménagement
- Aspiration en matière de mobilités

Variables détaillées quant aux profils socio-démographiques des enquêtés

Variables détaillées quant aux territoires (cf. page 10)

[La possibilité pour chaque souscripteur d'ajouter jusqu'à 5 questions](#)

Découpages territoriaux utilisés dans l'étude



Le dispositif utilisera le zonage en aires d'attraction des villes
 L'aire d'attraction d'une ville est un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, qui définit l'étendue de l'influence d'un pôle de population et d'emploi sur les communes environnantes.

Le zonage en aires d'attraction des villes succède en 2020 au zonage en aires urbaines de 2010.

Une aire est constituée d'un pôle et d'une couronne.

Les pôles sont déterminés principalement à partir de critères de densité et de population totale, suivant une méthodologie cohérente avec celle de la grille communale de densité. Un seuil d'emplois est ajouté de façon à éviter que des communes essentiellement résidentielles, comportant peu d'emplois, soient considérées comme des pôles.

	Ville-centre d'une métropole
	Centre d'une grande aire urbaine
	Couronne d'une grande aire urbaine
	Centre d'une moyenne aire urbaine
	Couronne d'une moyenne aire urbaine
	Centre d'une petite aire urbaine
	Couronne d'une petite aire urbaines
	Commune hors attraction des villes

Une mesure des distances et temps de trajet par le biais des applications GPS

Paris

Brétigny-sur-Orge, 91220

Ajouter une destination

Partir maintenant

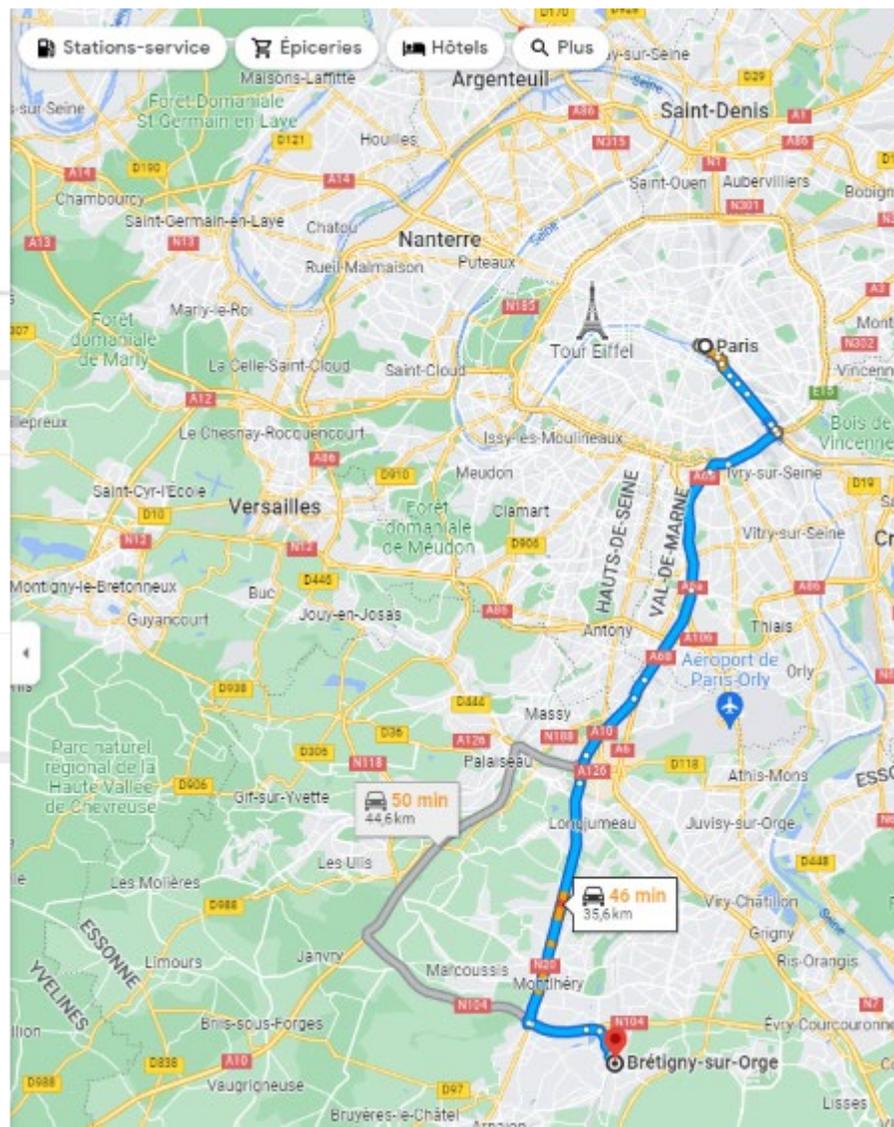
Options

Envoyer l'itinéraire vers votre téléphone

via N20	46 min
Le plus rapide selon l'état actuel de la circulation	35,6 km
Détails	
via A10 et N104	50 min
Trafic fluide, comme d'habitude	44,6 km

Découvrir Brétigny-sur-Orge

Restaurants Hôtels Stations-service Stationnements Plus



Afin d'éviter les biais déclaratifs sur les mobilités réalisées ou projetées, nous utilisons des requêtes automatisées auprès des applications GPS (Google Maps, Mappy...) et nous mesurons pour chacun des répondants les distances et les temps de trajet induits par leur mobilité résidentielle (voire pour leurs activités du quotidien).

Il est par exemple possible de reconstituer de manière extrêmement précise pour chaque répondant :

- La distance et le temps de trajet entre son ancien et son nouveau lieu d'habitation
- La distance et le temps de trajet induits par sa mobilité domicile-travail (et, en cas de déménagement, comparer l'ancien trajet domicile-travail et le nouveau)
- La distance et le temps de trajet pour se rendre dans son lieu de courses le plus fréquenté

Les distances et les temps de trajet peuvent être abordés selon différents angles (distances à vol d'oiseau, par la route, en utilisant les transports collectifs ; temps de trajet à pied, en vélo, en voiture, en train...). Leur mesure est faite de commune à commune (et fonctionne donc de manière moins précise pour les activités restreintes à un périmètre proche du domicile) à partir de l'analyse des codes postaux des lieux concernés.

Une enquête augmentée de données objectives sur les territoires

Afin de confronter les usages et les perceptions des personnes interrogées à la réalité des territoires dans lesquels elles résident, nous compléterons les réponses à l'enquête de données sur les territoires issues de l'OpenData.

Nous serons ainsi en mesure de caractériser le lieu d'habitation de chaque répondant (à partir du code postal de sa commune de résidence) au regard de différents indicateurs (densité, dynamisme économique et démographique du territoire, taux de chômage, niveau de vie moyen, niveau de desserte en transports en commun, accessibilité des différents types de services publics, densité de l'offre commerciale, etc.).

Nous pourrions ainsi mettre en perspective le ressenti exprimé dans l'enquête et le jugement que les Français portent sur différentes caractéristiques de leur territoire avec des données descriptives.

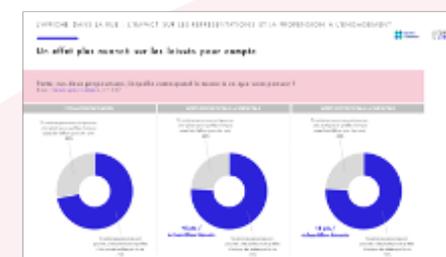
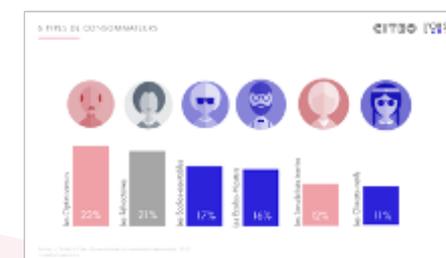
Au-delà de cette mise en perspective, la qualification des profils de territoires nous apportera des facteurs explicatifs objectifs (en sus des réponses subjectives apportées par les personnes interrogées) aux résultats de l'enquête.

Exemple d'indicateurs susceptibles d'être mobilisés pour caractériser les territoires

- Densité de population
- Evolution de la population
- Solde migratoire
- Indice de vieillissement / de jeunesse
- Revenu médian
- Ecart de revenus
- Taux de chômage
- Evolutions du nombre d'emplois et du nombre d'entreprises
- Densité commerciale selon les types de commerces
- Accessibilité des différents types de services publics ou privés (éducation, santé, culture, loisirs, etc.)
- Infrastructures (desserte routière et en TC, police et gendarmerie, etc.)
- Atteintes aux biens et aux personnes
- Présence de zones naturelles, humides, agricoles
-

Différents formats de livrables

- Un **rapport complet** comportant l'analyse de l'ensemble des résultats
- Un **support de présentation** (format ppt) des principaux enseignements de l'étude
- La **base de données de l'enquête** (format spss et/ou excel) et le tableau des tris croisés des réponses avec un ensemble de variables descriptives du répondant
- Une **présentation des résultats**



Planning & investissement



Investissement : 22 000 euros HT

Présentation de L'ObSoCo



Vision & conviction

L'ObSoCo est une société de recherche et de conseil en stratégie née en 2011 de la conviction que nous sommes en train de vivre une période de transformation profonde de la société et de l'économie.

Aspiration des individus à vivre et consommer « autrement », fragmentation croissante de l'espace public et des marchés, défiance généralisée à l'égard des entreprises et des institutions, défi de la contrainte écologique, disruptions technologiques, tensions durables sur le pouvoir d'achat des ménages...

Le modèle de développement capitaliste est en mutation.

L'ensemble des modèles institutionnels et économiques et l'organisation des activités visant la satisfaction des attentes des citoyens et consommateurs sont en cours de redéfinition **vers de nouvelles formes de création de valeur.**

Ce contexte exige de se doter **de nouveaux concepts et se forger de nouvelles grilles de lecture**, permettant d'appréhender la nouveauté et d'accompagner les acteurs économiques dans **leurs stratégies d'adaptation.**

Notre expertise

Observer

Les émergences

Elaborer de nouvelles grilles de lecture afin de mieux appréhender, mesurer et comprendre les transformations sociétales, économiques, technologiques en cours.

Détecter

Les gisements d'opportunités

Aborder les marques, entreprises et institutions au regard de ces émergences, afin de les alerter sur les risques de ruptures et de dégager les opportunités qui permettront d'optimiser leur positionnement.

Accompagner

Les trajectoires de transformation

Traduire nos analyses en recommandations actionnables, guidant marques, entreprises et institutions vers la création de nouvelles formes de valeur.

Notre atout

La spécificité de l'ObSoCo est d'entretenir un lien étroit avec le monde universitaire, garantie d'un travail approfondi et structuré. Le Cercle de L'ObSoCo (loi 1901) : Think tank interdisciplinaire - économistes, sociologues, anthropologues, géographes, spécialistes en marketing... inspire et contribue au travail de L'ObSoCo.

Réflexion collective en continue // Lieu de partage et d'analyse de l'évolution des nouveaux modèles de société et de consommation // Capteur de signaux faibles et tendances structurantes.



François Attali Professeur au CNAM ■ **Olivier Badot** Doyen de la recherche, ESCP Europe, professeur de marketing ■ **Christophe Benavent** Professeur de marketing à l'Université Paris Nanterre ■ **Vincent CHABAULT** Sociologue, maître de conférences à l'Université Paris Descartes et chargé d'enseignement à Sciences Po ■ **Enrico Colla** Professeur émérite ESCP Business School ■ **Jean-Claude DAUMAS** Professeur d'Histoire Economique - Université de Franche-Comté ■ **Dominique Desjeux** Anthropologue - Professeur à la Sorbonne Université de Paris) ■ **Benoit Heilbrunn** Professeur Associé Marketing – ESCP Europe ■ **Florence Jacob** Enseignante de Marketing - Université Le Havre ■ **Nathalie Lemarchand** Professeure de géographie à l'Université de Paris 8 ■ **Philippe Moati** Professeur agrégé d'économie à l'Université Paris Diderot ■ **Adeline Ochs** Docteur ès Sciences de Gestion, Professeur affilié Marketing Dépt. à ESCP Europe ■ **Marc Prieto** – Economiste, titulaire de la Chaire ESSCA « Distribution & Services Automobiles » ■ **Dominique Roux** Professeure de de sciences de gestion à l'Université de Reims Champagne-Ardenne ■ **Valérie Sacriste** – Maître de conférences en sciences sociales à l'Université Paris-Descartes ■ **Assen SLIM** Maître de conférences HDR en économie à l'Institut national des langues et civilisations orientales (Inalco dit Langues'O) de Paris et enseignant à l'Essca ■ **Nathalie DAMERY** Présidente de l'ObSoCo ■ **Guénaëlle GAULT** Directrice générale de l'ObSoCo

Quelques uns de nos travaux récents



Télétravail et mobilités résidentielles

Mars 2022



Rapport à la proximité

Janvier 2022



Perspectives utopiques (3 vagues)

Mars 2022



Usages et représentations des territoires (2 vagues)

Novembre 2021



Consommation responsable

Janvier 2021



Nouvelles Vies Françaises

Décembre 2021



Mobilités émergentes (5 vagues)

Janvier 2022



Rapport aux loisirs

Mars 2021

Contacts

Guénaëlle GAULT

Directrice générale

g.gault@lobsoco.com

06.48.16.87.06

Agnès CROZET

Secrétaire générale

a.crozet@lobsoco.com

06.65.54.62.69