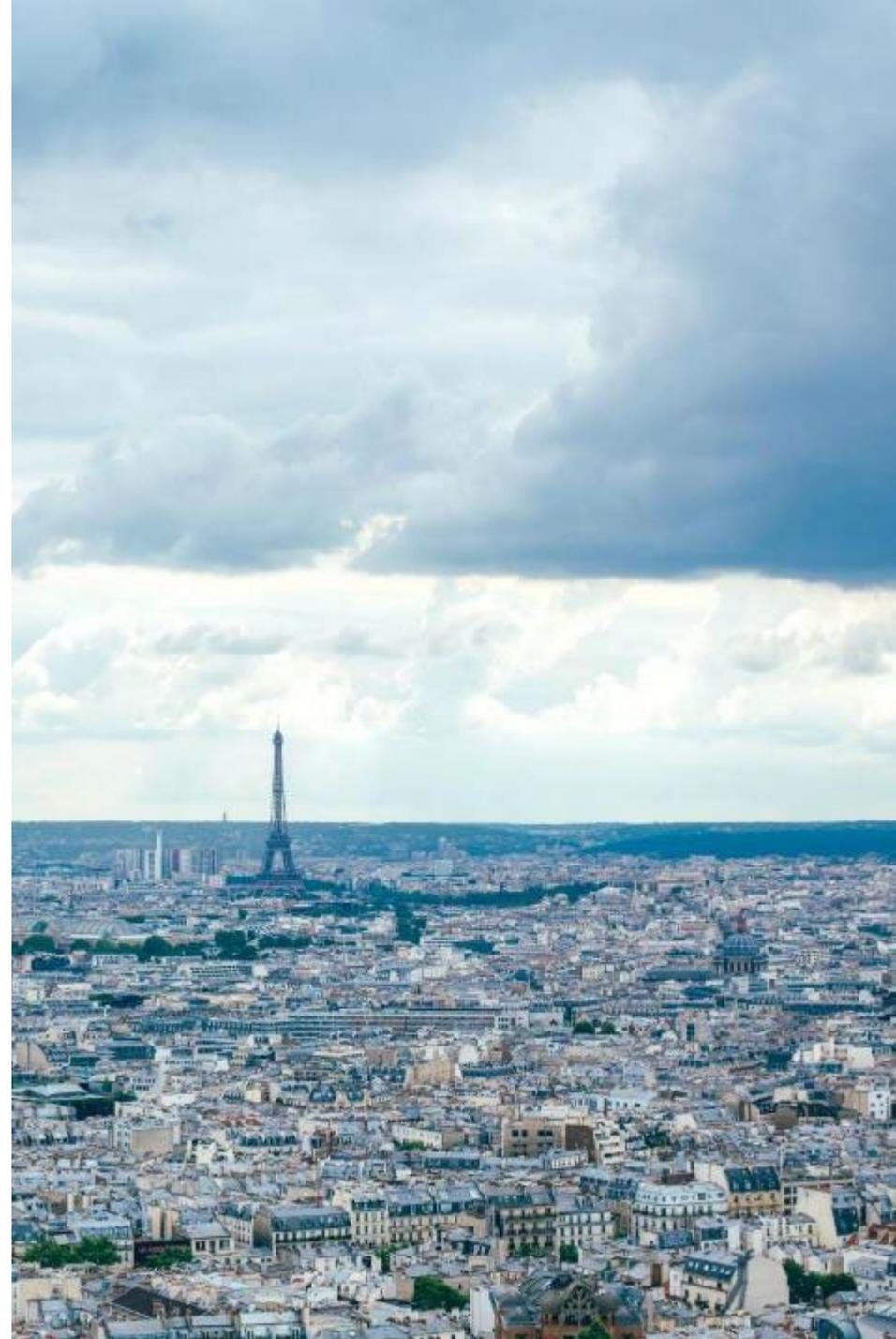


# L'Observatoire du Bassin parisien

Départs, desserrement métropolitain ou  
nouvelles dynamiques territoriales ?

---

Un dispositif partenarial



# Pourquoi un Observatoire du Bassin parisien ?

---



## Explorer les dynamiques résidentielles en cours et leur impact sur le Bassin parisien

La crise sanitaire et ses conséquences ont mis en avant une certaine « désaffection métropolitaine », tout particulièrement dans le cas du Grand Paris. Par contrecoup, on assisterait à une forme de retour en grâce d'un territoire en déshérence depuis sa désindustrialisation : le Bassin parisien. Les transformations contemporaines sont-elles l'occasion d'insuffler de nouvelles dynamiques à travers la modification des pratiques du territoire et du rapport à la proximité des ménages ?

### Qu'est-ce que le bassin parisien ?

Peuplé de 19 millions d'habitants, soit près d'un tiers de la population de la France métropolitaine, **le Bassin parisien se caractérise par l'emprise économique de l'agglomération parisienne**. Outre les sept autres départements d'Ile-de-France, cette aire d'influence s'étend à douze départements des régions voisines (Bourgogne-Franche-Comté, Centre-Val de Loire, Grand Est, Hauts-de-France et Normandie) et comprend des villes telles que Rouen, Orléans, Reims, Amiens ou encore Troyes .

**Entre Paris et le territoire du Bassin parisien qui l'entoure, des interdépendances existent, multipliant les échanges** entre le lieu où les ménages résident et ceux où ils travaillent, consomment et pratiquent leurs loisirs. Si le Bassin parisien abrite des espaces de loisirs ainsi que des résidences secondaires de ménages parisiens, l'agglomération parisienne attire des étudiants et des actifs habitant un périmètre qui dépasse les frontières de l'Ile-de-France. Ainsi, pour onze zones d'emplois situées dans la couronne autour de l'Ile-de-France, **le nombre de « navetteurs » avec les zones d'emploi d'Ile-de-France représente plus de 10% des personnes en emploi**. En 2015, cette proportion atteint 40% pour la ville de Dreux.

## Le périmètre du bassin parisien retenu pour l'étude



## Explorer les dynamiques résidentielles en cours et leur impact sur le Bassin parisien

### Un territoire en perte de vitesse...

Toutefois, l'intensité des échanges domicile-travail et les dynamiques de l'emploi associées sont contrastées. Dans l'ensemble, **le Bassin parisien peine à tirer profit de sa proximité avec Paris**. On observe depuis les années 2010 un ralentissement de la croissance de l'emploi autour de l'agglomération parisienne. Sur le plan démographique, si la croissance de la population du Bassin parisien est alimentée par le solde naturel, le solde migratoire est négatif depuis les années 1990 (- 0,3 point sur la période 2010-2015). **Le contraste est majeur avec un Sud-Est anglais tiré lui fortement par la dynamique londonienne.**

### ...mais qui pourrait bénéficier des évolutions liées à la crise sanitaire

Or, depuis le printemps de l'année 2020, la crise sanitaire et ses conséquences ont mis en avant une certaine « désaffection métropolitaine », tout particulièrement dans le cas du Grand Paris. L'étude conduite par L'ObSoCo pour le Forum Vies Mobiles sur les télétravailleurs exerçant au sein d'entreprises franciliennes révèle ainsi que **17% des télétravailleurs franciliens ont déménagé depuis le début de la crise sanitaire. Les départs de l'Île-de-France comptent pour 15% de l'ensemble de ces déménagements.** On sait que la mobilité résidentielle des Parisiens actifs n'est pas toujours synonyme de changement de lieu de travail, surtout lorsqu'elle reste dans un périmètre proche de la capitale, et le développement du télétravail faisant suite à la crise sanitaire pourrait par ailleurs contribuer à une hausse des déménagements dans le Bassin parisien.

## Nos hypothèses

- C'est donc en premier lieu la question **de la nature des mobilités résidentielles** qui se pose. S'agit-il d'un « **départ** » du Grand Paris, au sens d'une rupture des liens avec la métropole, ou à l'inverse d'un « **desserrement** » **métropolitain**, et donc d'une recomposition à distance des modes de relation à l'espace métropolitain ? Ou s'agit-il encore d'une « **mise en système** » d'un territoire depuis très longtemps structuré par Paris ?
- Dans le cas où l'enquête confirmerait la consistance de la seconde hypothèse, il conviendrait d'en **explorer les figures pour approcher au mieux la nature des liens nouveaux** qui se tissent entre le Grand Paris et le Bassin parisien d'une part et les formes induites d'intégration et d'usage du local par ces ménages « desserrés » d'autre part. A ce titre, **nous pouvons faire l'hypothèse que le déménagement ne serait qu'une des facettes contribuant à ces recompositions territoriales**. Cela nous invite à ne pas nous restreindre aux nouveaux arrivants mais à **apprécier l'évolution des modes de vie parmi des ménages déjà en prise avec le territoire** (que ce soit par exemple à travers la possession d'une résidence secondaire proche de l'Ile-de-France ou des mouvements pendulaires).
- Au-delà des mobilités résidentielles, on pourrait assister à **un renouvellement du rapport à la proximité** et des pratiques du territoire en faveur d'un écosystème plus local.

**Les transformations contemporaines accélérées par la crise sanitaire conduisent-elles à une recomposition des dynamiques territoriales à la faveur du Bassin parisien ?**

## Les objectifs de l'enquête

Au-delà d'une perception fondée sur des constats limités (indicateurs et dires des acteurs de l'immobilier essentiellement), il paraît nécessaire de :

- Objectiver et quantifier finement les pratiques résidentielles et les modes de vie des ménages composant le bassin parisien
- Comprendre les ressorts et les formes de ce changement de pratique, les motivations et les freins à la mobilité résidentielle des ménages métropolitains.
- Détecter des opportunités de développement d'un système battant en brèche le modèle concentrique actuellement dominant.

En apportant des connaissances sur des dynamiques encore peu chiffrées et objectivées, notre enquête contribuera à **anticiper des évolutions territoriales et à aider à la prise de décision stratégique d'acteurs publics ou privés** intervenant sur les espaces concernés (collectivités locales, acteurs du marché immobilier et des réseaux de transport notamment).

# Pourquoi devenir partenaire ?

---



## L'occasion de disposer d'un outil de décryptage approfondi des dynamiques résidentielles à l'œuvre au sein du Bassin parisien

### SAVOIR

Objectiver les mobilités résidentielles au sein du bassin parisien

Comprendre les ressorts et les freins à ces mobilités

Qualifier les relations entre les territoires qui composent le bassin parisien

Comprendre les modes de vie et les aspirations des habitants et leur impact sur les différents territoires

Mesurer les éventuels impacts de la crise sanitaire et du développement du télétravail sur la relation de ses habitants à leur lieu de vie

Identifier les attentes des habitants dans le cadre de leur mobilité résidentielle et à l'égard de leur territoire

### SAVOIR FAIRE

Nourrir vos stratégies, donner du contenu pour enrichir vos réflexions et vos positionnements et accompagner vos équipes.

Identifier et prioriser leurs leviers d'action mobilisables pour renforcer l'attractivité des territoires

Potentiellement, se doter de nouveaux indicateurs de pilotage.

### FAIRE SAVOIR

Nourrir votre communication / positionnement, vous doter de moyens de décliner accompagnement, prises de paroles et de position sur le sujet.

Vous positionner en pointe sur des sujets encore peu objectivés

Mettre en avant et en valeur vos actions dans ce domaine

## Les avantages du partenariat



Vous participez à l'**élaboration du questionnaire**, construit en fonction de vos enjeux

Vous avez la possibilité d'ajouter des **questions ad hoc confidentielles** au questionnaire



Vous avez accès à la base de données brute, vous permettant une **exploitation personnalisée** des données de l'enquête



Vous bénéficiez d'une conférence de restitution au sein de votre entreprise, adaptée à vos enjeux



Vous êtes impliqué dans l'ensemble **opérations de communication** autour de l'Observatoire

## Installer l'Observatoire dans le paysage médiatique

Cet Observatoire est pensé pour soutenir la prise de parole des partenaires sur le temps long. L'ObSoCo dispose d'un réel savoir-faire dans la médiatisation de ses Observatoires qui constituent des sources de référence.

Dans cet esprit, en collaboration avec le service presse des partenaires et assurons :

### Des supports de communication :

- Le branding de l'ensemble des documents relatifs à l'Observatoire, indication des partenaires dans la source de l'ensemble des données
- La réalisation d'un dossier de presse et communiqué
- Une infographie des principaux résultats
- Des supports de communication pour les réseaux sociaux

### Des prises de parole:

- Organisation d'une conférence de presse avec possibilité de prise de parole pour les partenaires
- Réalisation d'un webinar à diffusion externe
- l'intervention de notre équipe sur un évènement communication / presse de votre choix

### Des reprises média :

- Prise en charge des relations média et des interviews par nos équipes

A noter également que le titre même de l'Observatoire fera partie intégrante de la stratégie de médiatisation mise en place et pourra donc être amendé en conséquence.

# Quelques exemples de reprises presse de nos récents Observatoires

## ● Observatoire des mobilités émergentes – Hors série spécial crise sanitaire *Janvier 2022*

RMC

[Covid : moins de la moitié des Français disent avoir repris le cours de leur vie normale](#)

La lettre du cheminot

[Les Français se déplacent moins](#)

La revue des transitions

[La voiture de moins en moins utilisée en 2021](#)

AEF Info

[La stratégie d'évitement des transports collectifs perdue](#)

LSA

[Mobilité: les Français roulent moins et marchent davantage](#)

BFM

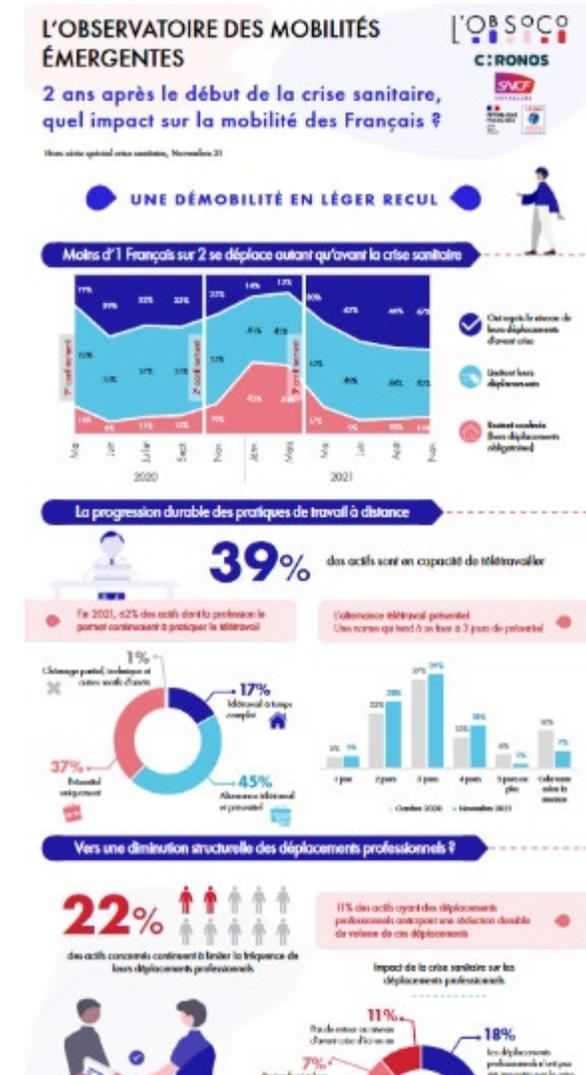
[En 2021, les Français ont continué à moins utiliser leur voiture et à éviter les transports](#)

Ville, Rail & Transports

[Les déplacements en voiture ont reculé de 7% en un an](#)

Futuroscopie

[Tendances 2022 : T. comme Temps libre et Temps de travail, des temporalités paradoxales](#)



# Quelques exemples de reprises presse de nos récents Observatoires

- Observatoire des usages et représentations des territoires – Vague 3  
*Novembre 2021*

Stratégies

[Comment donner l'envie d'ailleurs ?](#)

La Tribune

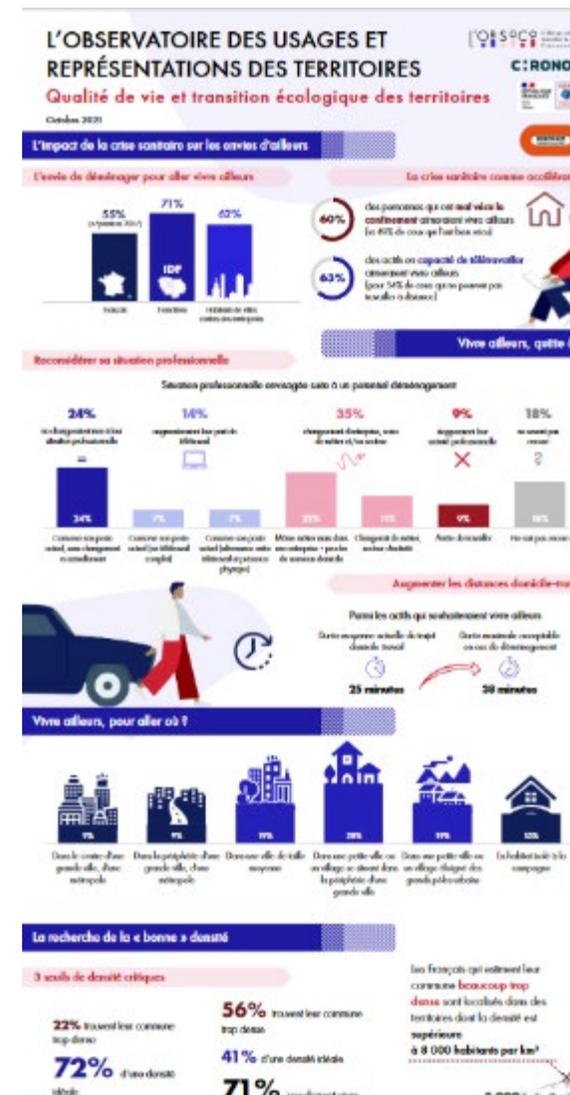
[Un quart des Français prêts à changer de métier pour avoir un autre cadre de vie](#)

AEF Info

[La crise sanitaire a accentué la crise de la ville et surtout de l'hyper-ville](#)

Construction 21

[Les Français et la transition écologique](#)



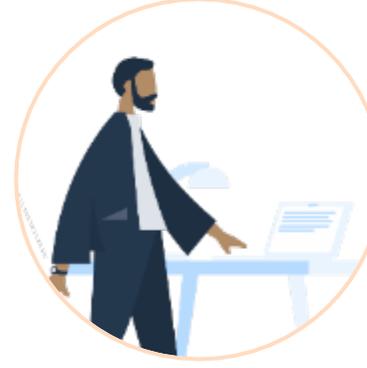
# Conditions de réalisation

---



# Méthodologie

- Phase de recherche préalable : travaux académiques, benchmark d'études existantes
- Co-construction du questionnaire final avec nos partenaires
- Enquête en ligne (CAWI) auprès d'un échantillon représentatif de la population résidant au sein du Bassin parisien âgée de plus de 18 ans. **Un échantillon représentatif de 6000 personnes résidant en Ile-de-France et au sein des 20 départements limitrophes**, pour des analyses détaillées sur une base statistique solide et une segmentation fine des répondants en fonction de leur lieu de résidence, leur situation professionnelle et familiale, leurs modes de vie et leurs aspirations.



# Le Questionnement

### Le parcours résidentiel des répondants

- Date du dernier déménagement, commune d'origine et commune d'arrivée
- Contexte et motivation au déménagement
- Impact sur la situation professionnelle
- Identification des mouvements entre l'Île-de-France et le reste du bassin parisien

### Motivations et freins à la mobilité résidentielle

- Projets de déménagement, probabilité de concrétisation et temporalité de réalisation
- Localisation(s) envisagée(s) et impact sur la situation professionnelle
- Contexte et motivations au projet déménagement
- Freins à la mise en œuvre du projet de déménagement et difficultés éventuellement rencontrées lors de la mobilité

### Qualification des relations entre les territoires via l'analyse des modes de vie

- Lieu(x) de **travail** et fréquence de fréquentation
- Lieux de **loisirs** et fréquence de fréquentation
- Localisation des **proches** (amis, famille (proche et élargie) et fréquence de visites
- Lieux de **consommation** et fréquence de fréquentation
- Lieux de **vacances / week-ends** régulièrement fréquentés (résidence secondaire, logement familial ou d'amis, logement loué dans la durée, etc.) et fréquence de visite
- Impact du déménagement passé sur la localisation et la fréquentation de ces différents espaces

### Sociabilité et ancrage au territoire

- Pratique d'activités sportives, culturelles, de loisirs ou associatives au sein du territoire
- Relations avec les autres habitants du territoire (degré d'intimité, fréquence des échanges)
- Implication dans la vie associative, militante ou politique locale

### Identification des besoins non couverts sur le territoire habité

- Attentes en matière de services, commerces, transports, activités, etc.
- Bilan pour ceux qui ont déménagé : éventuelles déceptions ou satisfactions non anticipées

### Variables détaillées quant aux profils socio-démographiques des enquêtés

### Variables détaillées quant aux territoires (cf. page suivante)

# 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 répondants portent sur différentes caractéristiques de leur territoire avec des données descriptives.

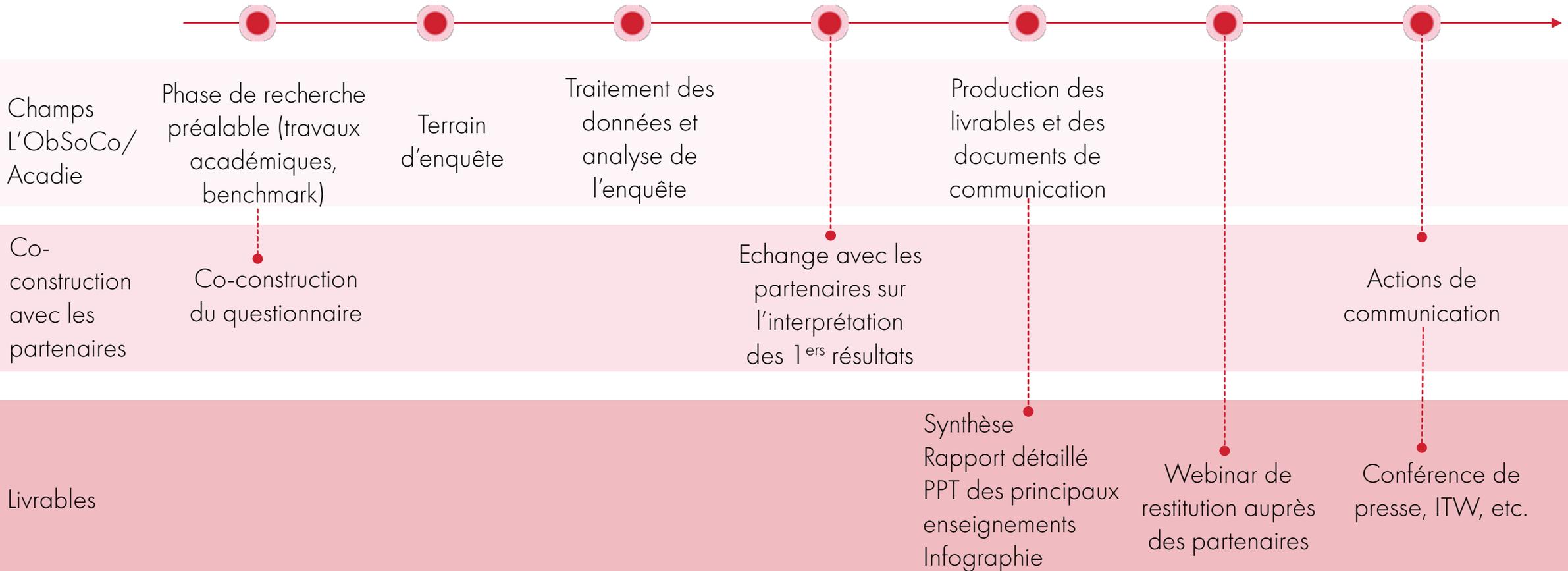
Au-delà de cette mise en perspective, la qualification des profils de territoires nous apportera des facteurs explicatifs objectifs (en sus des réponses subjectives apportées par les personnes interrogées) aux résultats de l'enquête.

### 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
- ....

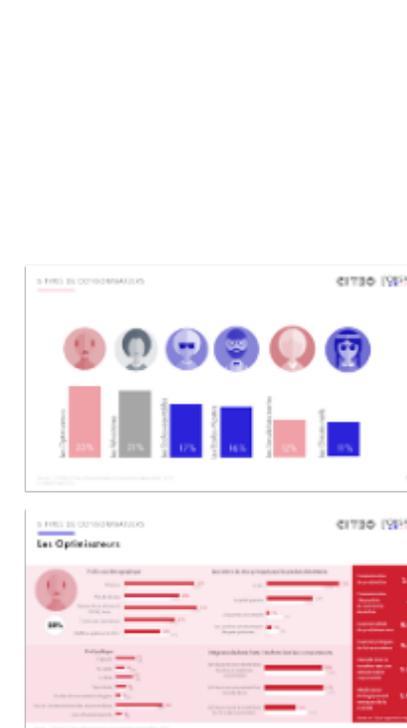
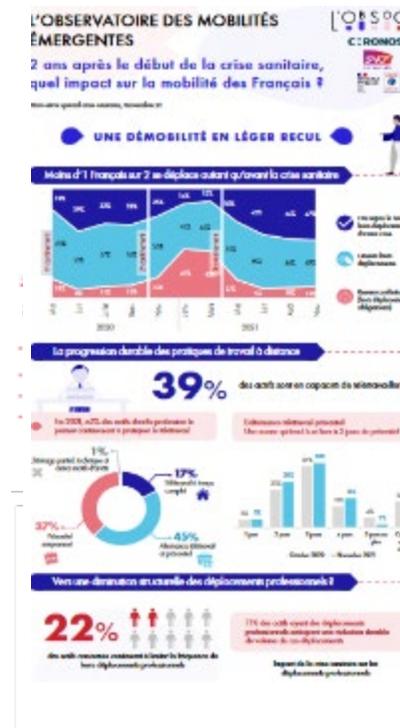
# Les différentes étapes de la construction de l'Observatoire : une adaptation à vos questionnements et vos enjeux

Une co-construction du projet avec les partenaires : questionnaire d'enquête, interprétation des résultats et communication autour des enseignements de l'Observatoire.

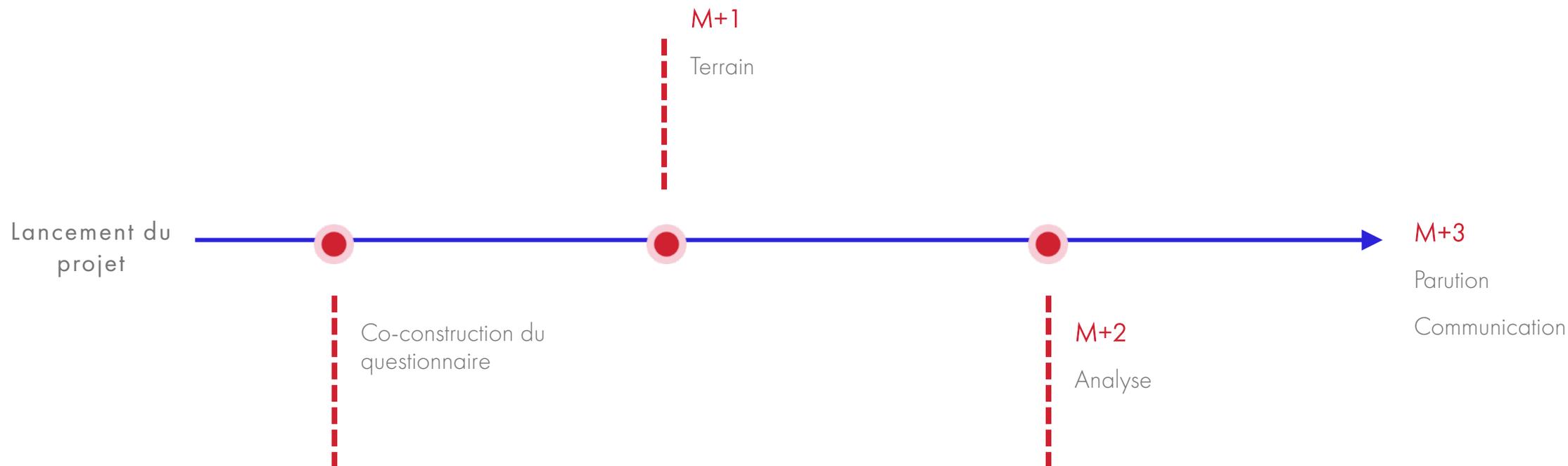


# Différents formats de livrables vous permettant de vous approprier et de communiquer sur les résultats de l'étude

- Un rapport complet comportant l'analyse de l'ensemble des résultats
- Une synthèse designée des enseignements de l'étude
- Une infographie
- Un workshop de restitution et appropriation de l'ensemble des éléments
- Le 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



## Planning & investissement



## INVESTISSEMENT

- **Nous recherchons 4 partenaires pour pouvoir lancer l'Observatoire, l'investissement de chaque partenaire s'élevant à 30 000 € HT.**
- **Pour un partenariat unique, le montant de l'investissement s'élève à 100 000 € 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 unes de nos analyses récentes



Perspectives utopiques  
(3 vagues)

Mars 2022



Télétravail et mobilités  
résidentielles

Mars 2022



Ancrages & arbitrages sur les  
lieux de vie

Mars 2022



Usages et représentations des  
territoires (2 vagues)

Novembre 2021



Rapport à la proximité

Janvier 2022



Mobilités émergentes  
(5 vagues)

Janvier 2022



Nouvelles Vies Françaises

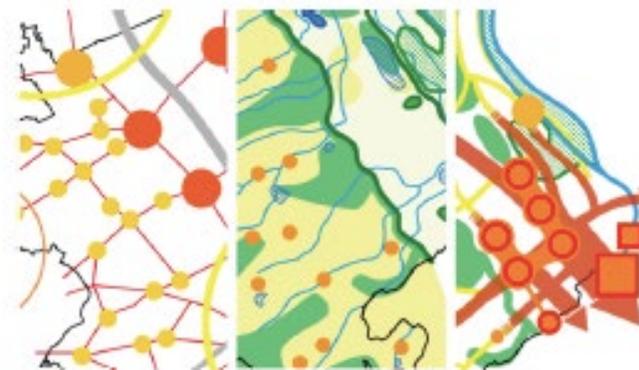
Décembre 2021



Rapport aux loisirs

Mars 2021

## Présentation d'Acadie



## Acadie, coopérative conseil

Acadie est une coopérative d'une dizaine de collaborateurs fondée en 1978. Acadie regroupe des géographes, urbanistes, sociologues et politistes et est spécialisée dans l'accompagnement des politiques publiques territoriales.

Sa devise : « Écrire les territoires, dessiner la chose publique ».

La coopérative se nourrit d'un lien permanent entre recherche et action : tous ses membres sont à la fois consultants et chercheurs, professeurs des Universités, intervenants dans des formations ou doctorants. Elle accompagne les acteurs publics nationaux et territoriaux, et de grandes entreprises, depuis plus de quarante ans.

Les activités de la coopérative Acadie se déploient sur plusieurs registres : analyse et prospective territoriales, réflexion stratégique sur le développement des territoires, cohésion sociale, transitions écologiques et énergétiques.

## Notre expertise

### Comprendre

#### Les territoires

Acadie a constitué un savoir-faire d'analyse spatiale, fondé sur la compréhension des systèmes, liant les enjeux sociaux et environnementaux aux mécanismes économiques qui structurent un territoire.

### Articuler

#### Les échelles

Acadie a développé au fil des années une très bonne connaissance de l'ensemble de la chaîne de l'action publique, du local au central. Notre conviction est que toute intervention gagne à être territorialisée et que l'action d'une collectivité ne peut être efficace qu'en saisissant sa place dans l'action publique.

### Animer

#### Des démarches prospectives

Acadie a assuré de nombreuses missions de réflexion prospective aux échelles nationale, régionale et locale. Acadie pratique une prospective par scénarios, mais aussi une prospective par enjeu ou objet de politique publique.

### Aider

#### A la formulation de stratégies territoriales

Acadie apporte méthodes et données permettant de formuler des orientations stratégiques et des déclinaisons opérationnelles adaptées aux spécificités de chaque territoire. Acadie travaille dans tous les types de territoires : métropolitains, ruraux, périurbains, littoraux, montagnards...

## Notre équipe



**Cécile Altaber**  
Directrice d'études,  
urbaniste



**Daniel Béhar**  
Directeur d'études et co-gérant,  
professeur à l'Ecole d'Urbanisme de  
Paris, co-titulaire de la Chaire  
« Aménager le Grand Paris »



**Sacha Czertok**  
Chargé d'études



**François Déalle-Facquez**  
Directeur d'études, urbaniste



**Christine Delcroix**  
Assistante de direction



**Xavier Desjardins**  
Directeur d'études et co-gérant,  
professeur de géographie à Sorbonne  
Université



**Philippe Estèbe**  
Directeur d'études et chercheur en  
sciences politiques et en  
géographie



**Jules Peter-Jan**  
Chargé d'études, géographe et  
cartographe



**Martin Vanier**  
Directeur d'études, professeur à  
l'Ecole d'Urbanisme de Paris



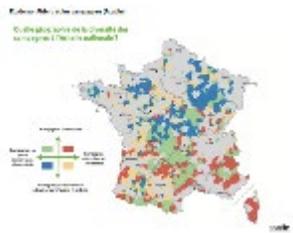
**Louna Villain**  
Chargée d'études, politiste

## Quelques références récentes



Etude prospective sur le télétravail dans l'Est francilien

En cours (EPAMARNE)



Etude sur la diversité des ruralités : « typologie et trajectoires des territoires »

En cours (ANCT)



Observatoire de l'habitat dans les villes

2021 (IDHEAL)



Etude prospective sur les impacts du Grand Paris Express en région Centre-Val de Loire

2021 (DREAL Centre-Val de Loire)



Projet de territoire de la Communauté d'agglomération Paris-Saclay

2021 (CA Paris-Saclay)



L'Yonne et le Grand Paris : quelles interactions ?

2019 (DDT de l'Yonne)



Ateliers des territoires 2016-2017 : « Mieux vivre ensemble dans le périurbain caennais »

2017 (DDTM du Calvados)



Mission de recherche-action : « Habiter la campagne au XXIe siècle »

2012 (CAUE Loir et Cher)

# Contacts

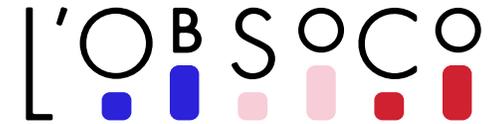
---

**Agnès CROZET**

Secrétaire générale

[a.crozet@lobsoco.com](mailto:a.crozet@lobsoco.com)

09 81 04 57 85



**Xavier DESJARDINS**

Directeur d'études et co-gérant,  
professeur de géographie à  
Sorbonne Université

[desjardins@acadie-cooperative.org](mailto:desjardins@acadie-cooperative.org)

01 43 79 93 79

**acadie**