



Nobody's Unpredictable



Profils des usagers des différents espaces des Halles de Paris



Rapport de la phase quantitative exploratoire

(marché n°0660070)

Octobre 2006

Ipsos Observer

41, quai Fulchiron
69005 Lyon
Tél : + 33 (0)4 72 77 41 70
Fax : + 33 (0)4 72 77 41 71

Dossier : 26687FZ01
François de SARS / Valérie DERRIEN



Sommaire

<i>Présentation de l'étude.....</i>	<i>3</i>
<i>Partie 1 : Qui sont les usagers des Halles.....</i>	<i>9</i>
<i>Partie 2 : Habitudes de fréquentation.....</i>	<i>16</i>
<i>Partie 3 : Image, satisfaction et attentes.....</i>	<i>31</i>
<i>Partie 4 : Typologie d'usagers.....</i>	<i>45</i>



Objectifs de la phase quantitative préalable

- **Les enquêtes qui ont été réalisées sur les sites du Jardin et du Forum des Halles de Paris entre le 5 et le 7 Octobre 2006 avaient chacune pour objectif de :**
 - Mesurer la diversité et le poids des différents usages et pratiques des ces espaces**
 - Dresser un diagnostic quant à l'image globale et aux représentations associées à ces espaces**
 - Recueillir et pondérer les différentes attentes des usagers**
 - Déterminer une typologie d'usagers à partir des pratiques comportementales et attitudeles mises au jour**



Méthodologie suivie

- En terme de méthodologie, c'est le même protocole qui a été suivi pour chacune de ces enquêtes : enquête relative à la partie Jardin et enquête relative aux espaces souterrains du Forum (Nouveau et Ancien).
- La méthodologie utilisée, la plus adaptée à ce type d'étude, est celle de l'enquête en face-à-face sur site, car permettant de garantir la qualité de l'échantillon / de la cible interrogée.
- Les enquêtes en face-à-face ont été réalisées par des enquêteurs Ipsos Operations (structure certifiée ISO 9001) bénéficiant tous d'une formation et d'une expérience importante dans ce type de passation. En outre, ils avaient reçu une information spécifique sur l'étude : ses objectifs, ses exigences...
- La présence des enquêteurs couvrait une amplitude maximale : de 8h à 20h30. Une 'nocturne' (jusqu'à 22h30) a également été organisée dans la zone 'Place Carrée/cinéma'.
- Seuls les enfants de moins de 16 ans ont été exclus de la cible interrogée.



Méthodologie suivie



ECHANTILLON

Au total, **527 interviews en face à face sur site pour la partie jardin** et **519 interviews en face à face sur site pour la partie forum**.



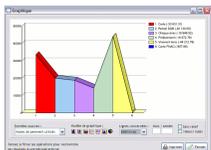
METHODOLOGIE DE RECUEIL

10 enquêteurs ont été répartis sur les 2 sites suivant un plan d'échantillonnage et de sondage élaboré en collaboration avec les commanditaires de l'étude. Le Forum était 'découpé' en 3 grandes zones et le jardin en 4 zones, au sein desquels les enquêteurs étaient mobiles.



DATES DU TERRAIN

Du 5 au 7 octobre 2006



TRAITEMENT STATISTIQUE

Les écarts significatifs constatés sur les différentes sous cibles sont quant à eux indiqués par des « bulles » :





Répartition des enquêtes - Jardin -

Zone d'enquête

Mail	25%
Jeux pour enfants	13%
Allée Saint John Perse	20%
Pelouse	15%
Place ronde devant St Eustache	27%

Jour d'enquête

Jeudi 5 octobre	27%
Vendredi 6 octobre	33%
Samedi 7 octobre	40%

Heure d'enquête

8h - 10h	13%
10h - 12h	11%
12h - 14h	20%
14h - 17h	33%
17h - 20h30	23%



Répartition des enquêtes - Forum -

Zone d'enquête

Niveau 1 et 2	26%
Place Carrée et nouveau Forum	33%
Ancien Forum (Fnac, place)	41%

Jour d'enquête

Jeudi 5 octobre	37%
Vendredi 6 octobre	33%
Samedi 7 octobre	30%

Heure d'enquête

8h - 10h	12%
10h - 12h	13%
12h - 14h	25%
14h - 17h	27%
17h - 20h30	19%
20h30 - 22h	5%



Résultats généraux



Partie 1 : Qui sont les usagers des Halles ?



Structure de l'échantillon - Jardin -

Usagers Jardin



Sexe	
Homme	54%
Femme	46%
Age	
15-24 ans	34%
25-34 ans	20%
35-44 ans	17%
45 ans et plus	29%
CSP de l'interviewé	
Aisée	28%
Moyen	30%
Modeste	42%
<i>Dont Inactifs</i>	35%
Profession du chef de famille	
Aisée	36%
Moyen	34%
Modeste	29%
<i>Dont Inactifs</i>	20%
Nombre d'enfants de moins de 15 ans	
1 enfant	15%
2 enfants	9%
3 enfants	3%
4 enfants et plus	1%
Aucun enfant	72%
Taille du foyer	
1 personne	29%
2 personnes	26%
3 personnes	17%
4 personnes et plus	29%

Population Francilienne



48%
52%
17%
21%
19%
43%
17%
35%
49%
36%
25%
30%
45%
27%
17%
11%
3%
1%
69%
18%
28%
20%
33%

Ecart

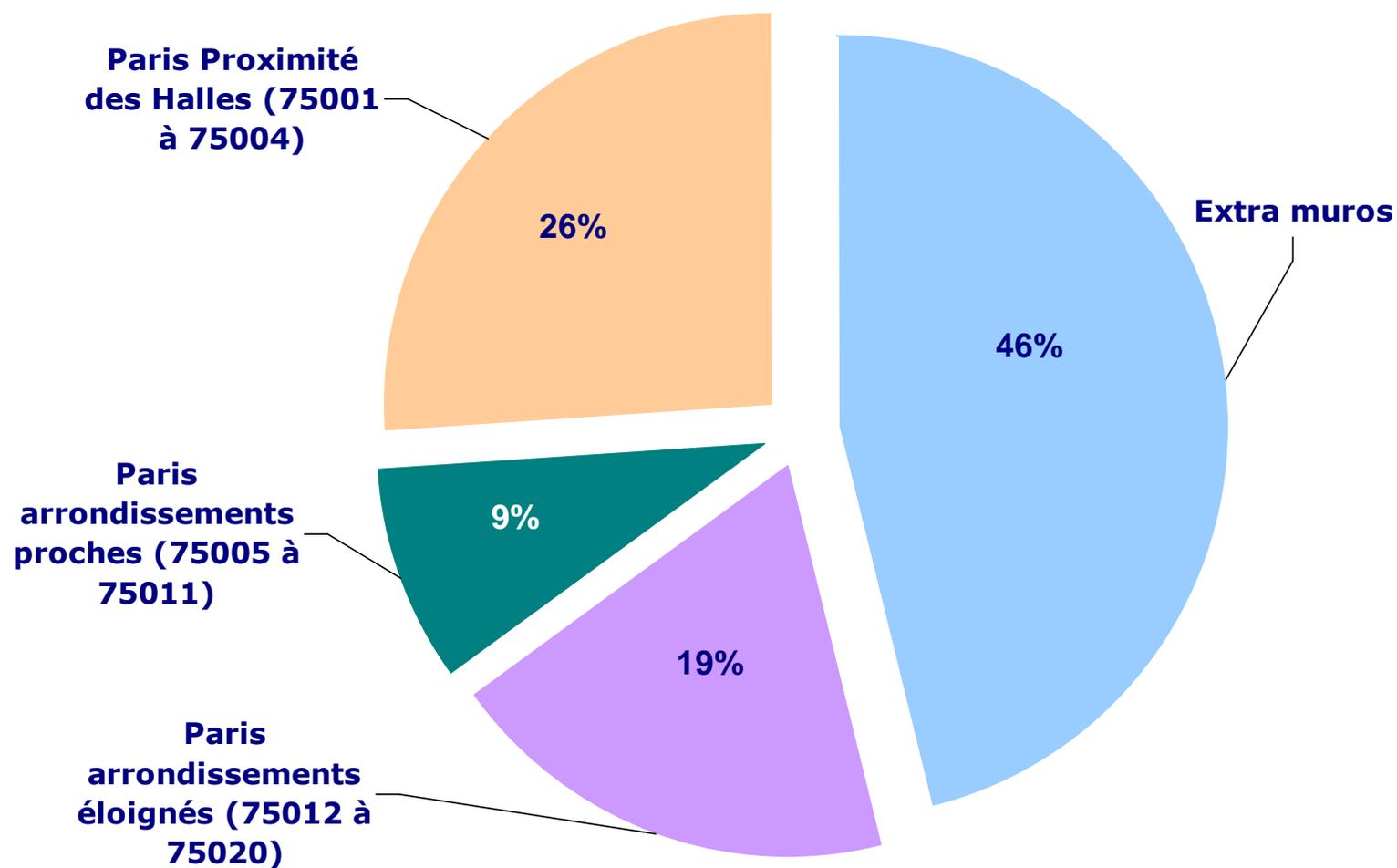


+ 6
- 6
+ 17
- 1
- 2
- 24
+ 11
- 5
- 7
- 1
+ 11
+ 4
- 16
- 7
- 2
- 2
0
0
+ 3
+ 11
- 2
- 3
- 4



Structure de l'échantillon - Jardin -

Lieu de résidence



Base : 527 personnes (ensemble) – Jardin



Structure de l'échantillon - Jardin -

La population rencontrée et interrogée sur le site du Jardin des Halles se révèle légèrement différente de la structure de la population francilienne d'un point de vue sociodémographique.

Ainsi, il est important de souligner que le profil des usagers du Jardin est sensiblement :

- ➔ plus masculin,
- ➔ plus jeune (surtout les moins de 25 ans),
- ➔ d'une CSP aisée
- ➔ et appartenant à un foyer composé d'une seule personne.

A noter également que le $\frac{1}{4}$ des usagers est constitué des riverains et près de $\frac{1}{2}$ habitent à l'extérieur de Paris.



Structure de l'échantillon - Forum -

Usagers Forum



Sexe	
Homme	46%
Femme	54%
Age	
15-24 ans	31%
25-34 ans	30%
35-44 ans	18%
45 ans et plus	22%
CSP de l'interviewé	
Aisée	25%
Moyen	35%
Modeste	40%
<i>Dont Inactifs</i>	32%
Profession du chef de famille	
Aisée	35%
Moyen	37%
Modeste	28%
<i>Dont Inactifs</i>	17%
Nombre d'enfants de moins de 15 ans	
1 enfant	14%
2 enfants	9%
3 enfants	2%
4 enfants et plus	1%
Aucun enfant	74%
Taille du foyer	
1 personne	28%
2 personnes	25%
3 personnes	16%
4 personnes et plus	31%

Population Francilienne



48%
52%
17%
21%
19%
43%
17%
35%
49%
36%
25%
30%
45%
27%
17%
11%
3%
1%
69%
18%
28%
20%
33%

Ecarts

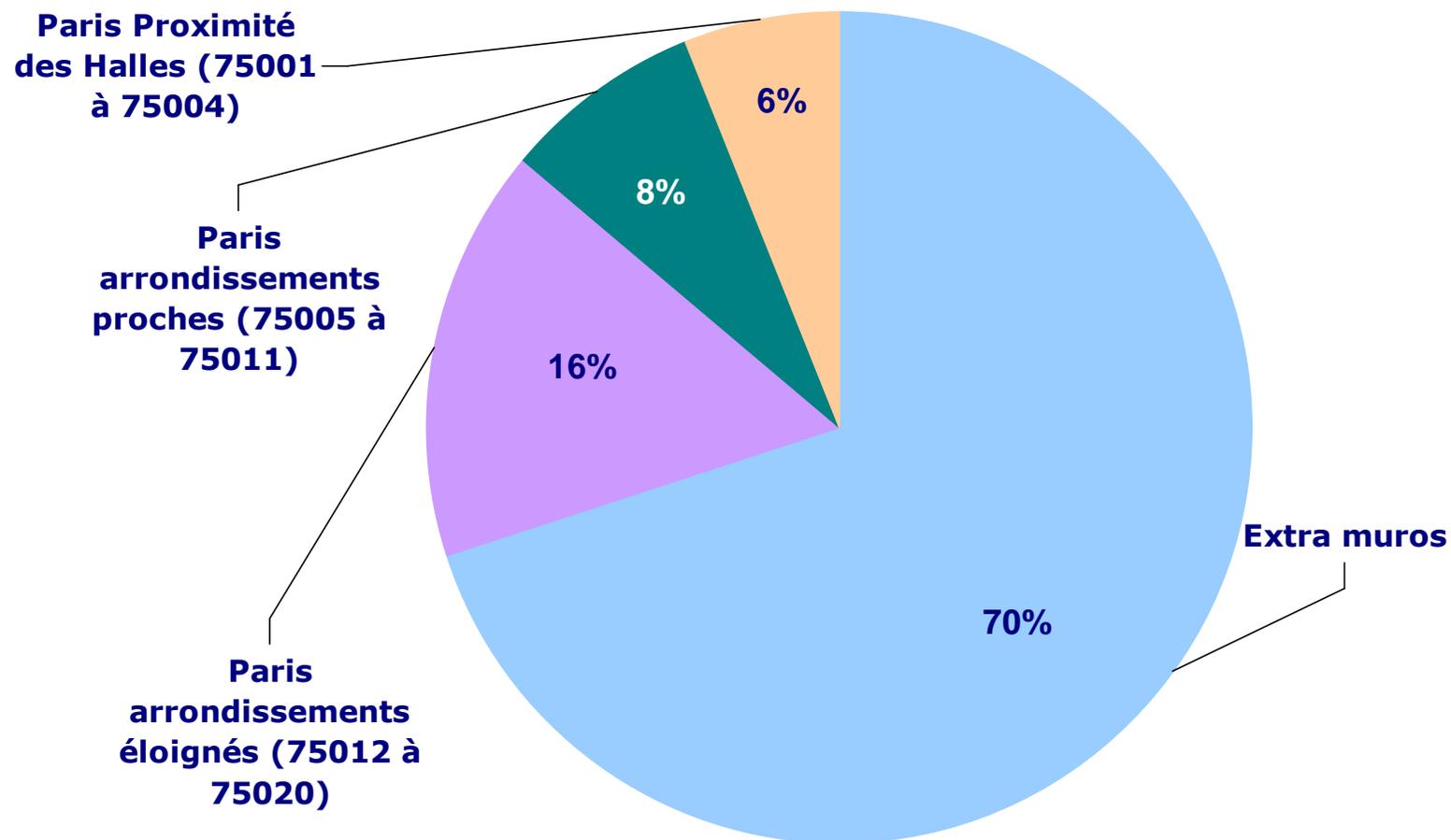


- 2
+ 2
+ 14
+ 9
- 1
- 21
+ 8
0
- 9
- 4
+ 10
+ 7
- 17
- 10
- 3
- 2
- 1
0
+ 5
+ 10
- 3
- 4
- 2



Structure de l'échantillon - Forum -

Lieu de résidence



Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Structure de l'échantillon - Forum -

La population rencontrée et interrogée sur le site du Forum des Halles se révèle également légèrement différente de la structure de la population francilienne d'un point de vue sociodémographique.

Ainsi, il est important de souligner que le profil des usagers du Forum est sensiblement :

- ➔ plus jeune (moins de 35 ans),
- ➔ d'une CSP aisée
- ➔ et appartenant à un foyer composé d'une seule personne.

En outre, les usagers du Forum habitant en banlieue parisienne représentent plus des 2/3 des "fréquentateurs" du site.



Partie 2 : Habitudes de fréquentation

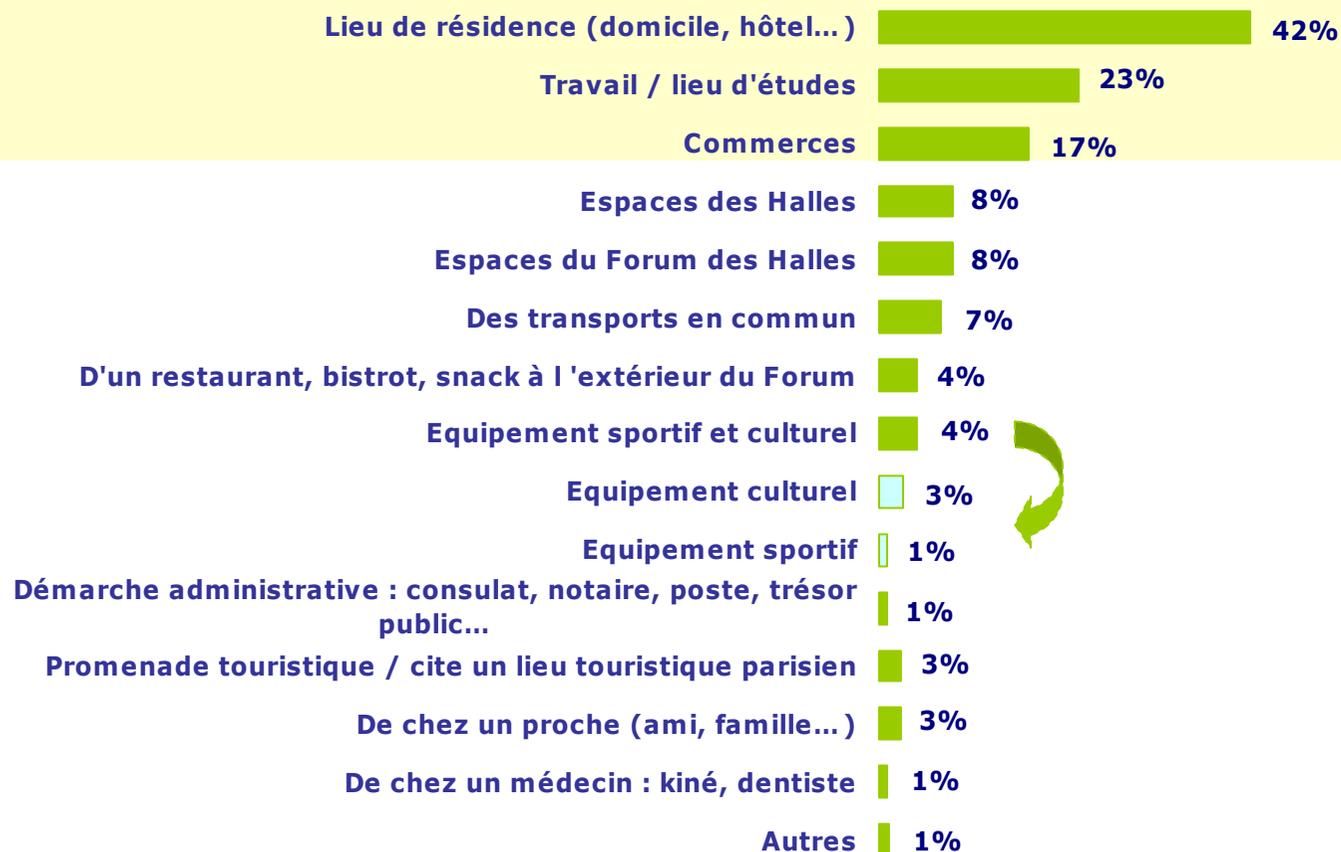


Le jardin des Halles : quels usages, quelles pratiques ?



Entre lieu de passage, de circulation et lieu de vie - Provenance -

Question 3 : De quel lieu, de quel endroit venez-vous ?

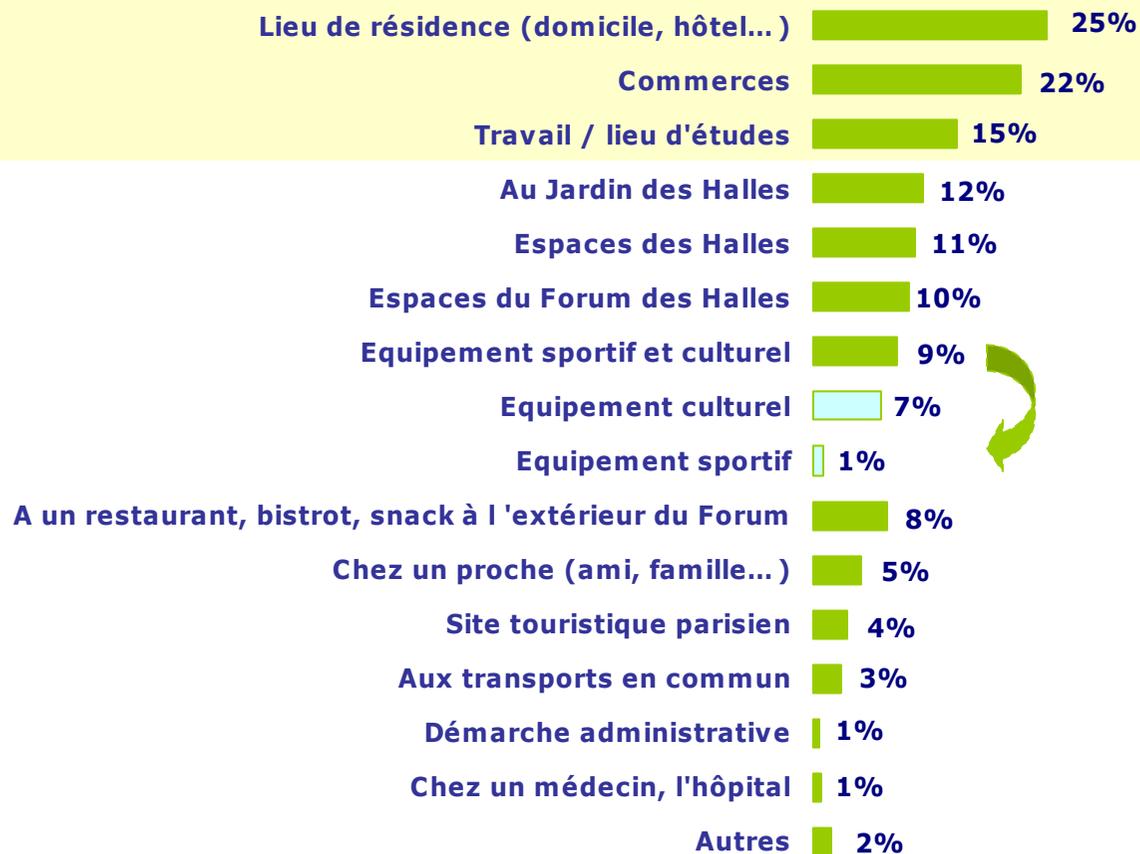


Base : 527 personnes (ensemble) – Jardin



Entre lieu de passage, de circulation et lieu de vie - Destination -

Question 4 : A quel endroit vous rendez-vous ?



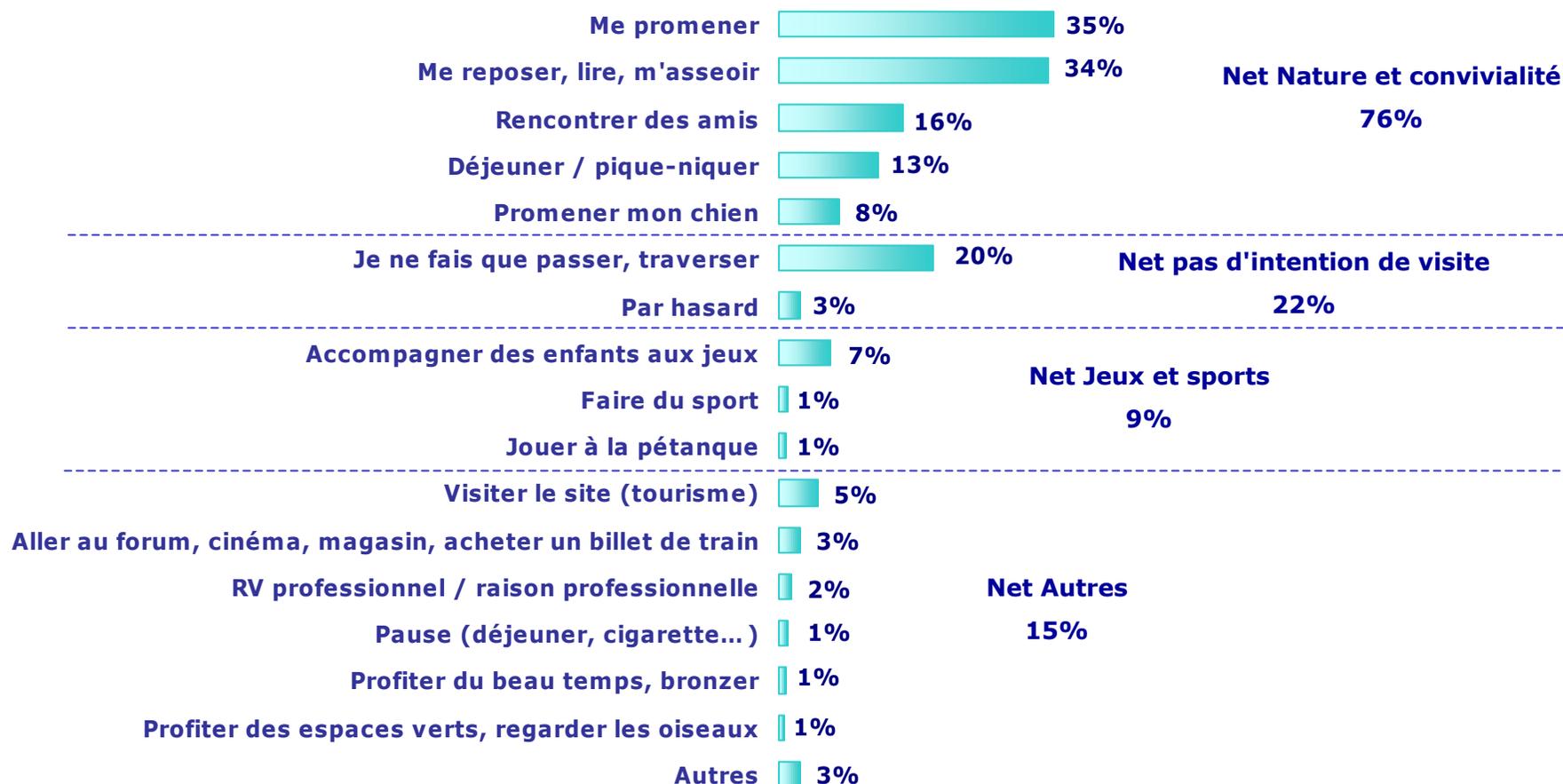
**3 lieux principaux
entre lesquels le
jardin se trouve inséré**

Base : 527 personnes (ensemble) – Jardin



Un espace vert aux multiples facettes

Question 1 : Pour quelles raisons êtes-vous dans ce jardin aujourd'hui ?
(multi-réponses)

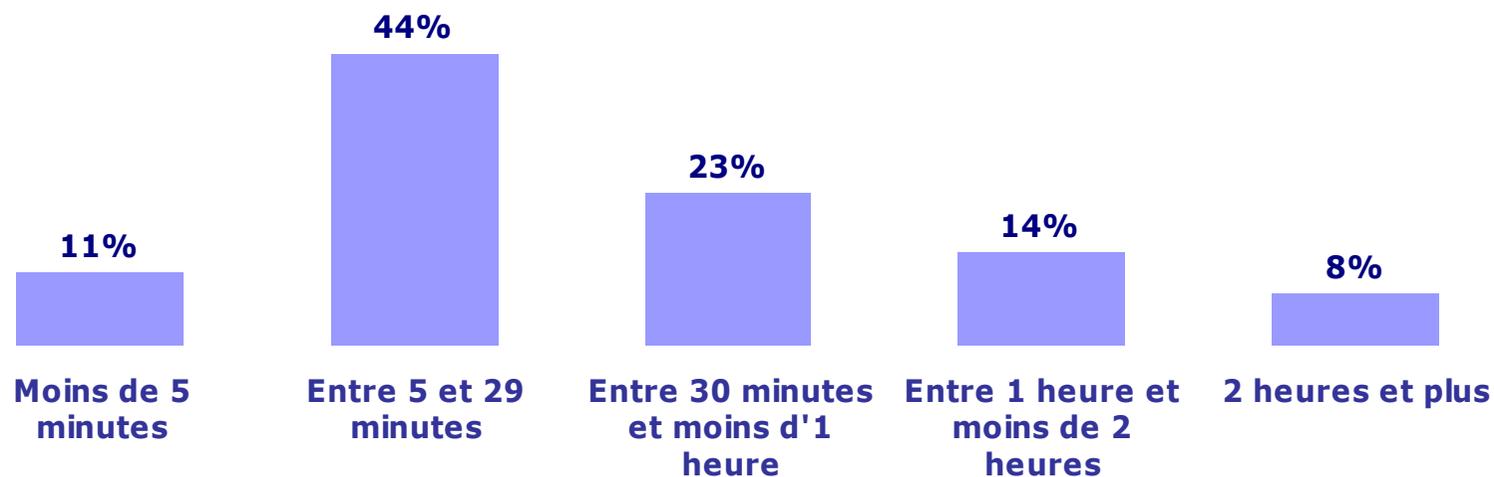


Base : 527 personnes (ensemble) – Jardin



Entre lieu de passage, de circulation et lieu de vie - Durée de visite -

Question 2 : Au total, combien de temps avez-vous passé ou allez-vous passer dans le jardin des Halles ?

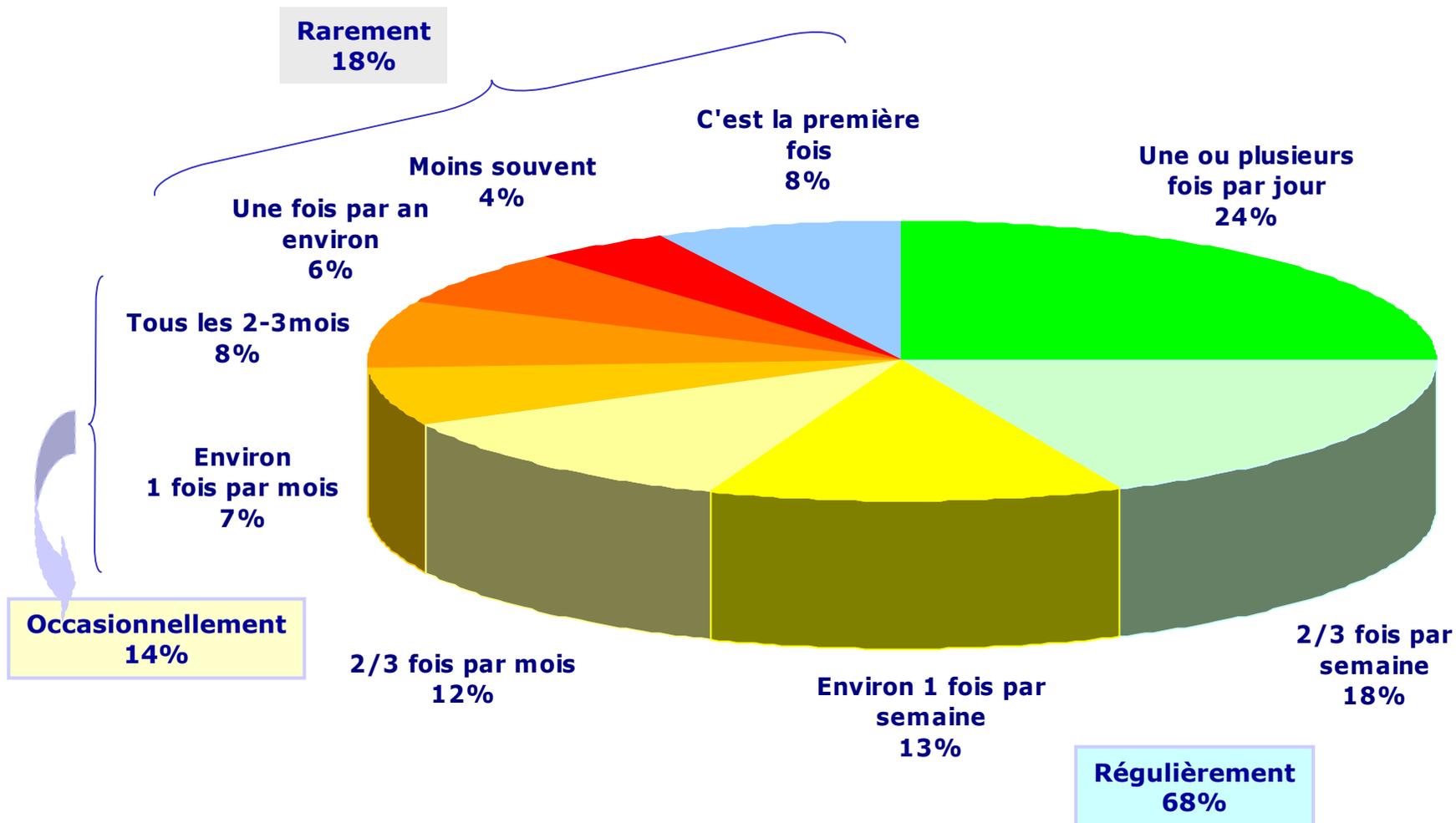


Base : 527 personnes (ensemble) – Jardin



Un espace partagé entre fidèles et occasionnels

Question 5 : En moyenne, vous venez ou passez au jardin des Halles ?

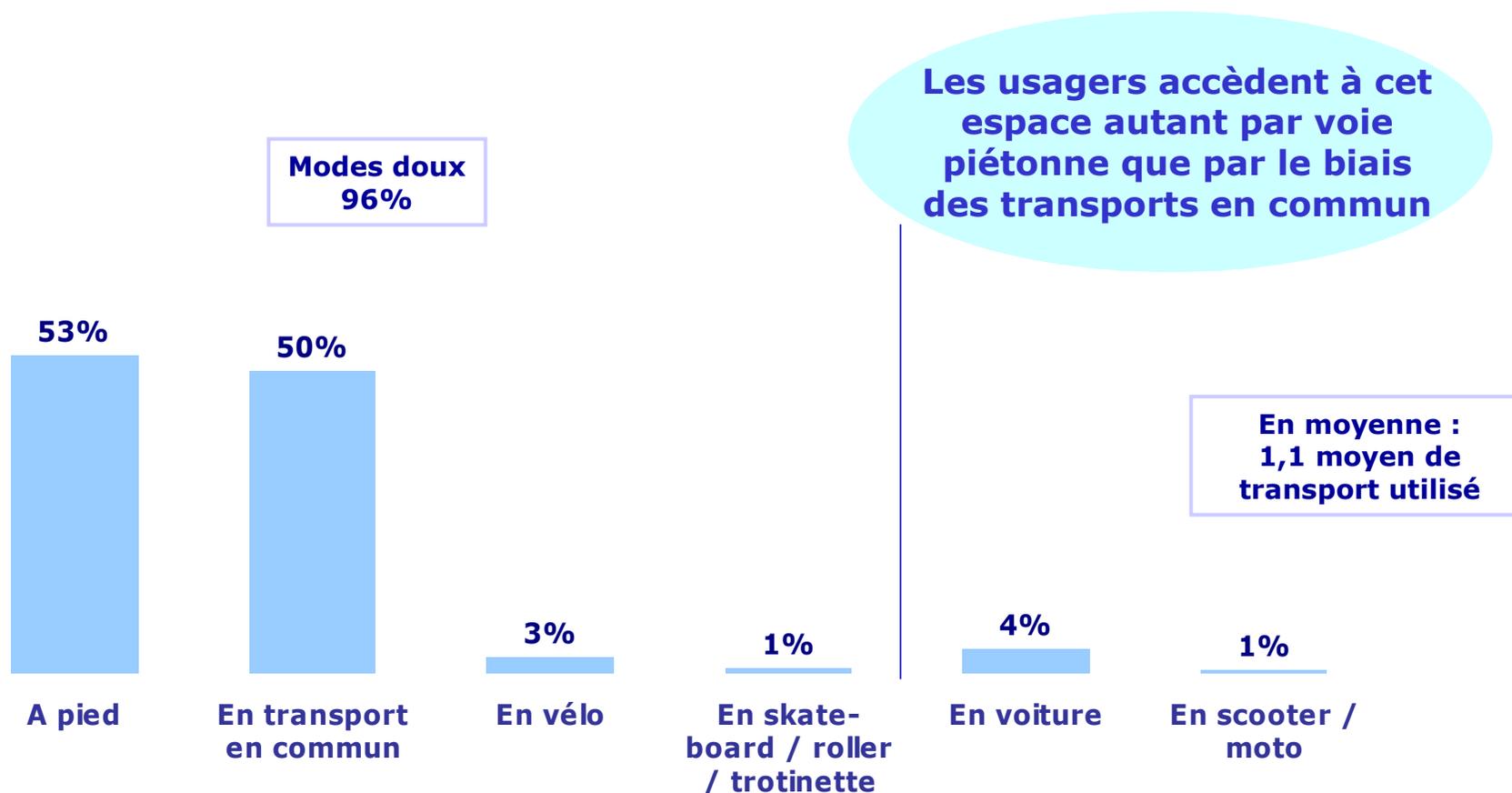


Base : 527 personnes (ensemble) – Jardin



Un espace piéton

Question 6 : Quel(s) moyen(s) de transport avez-vous utilisé aujourd'hui pour venir au jardin des Halles ?
(multi-réponses)



Base : 527 personnes (ensemble) – Jardin

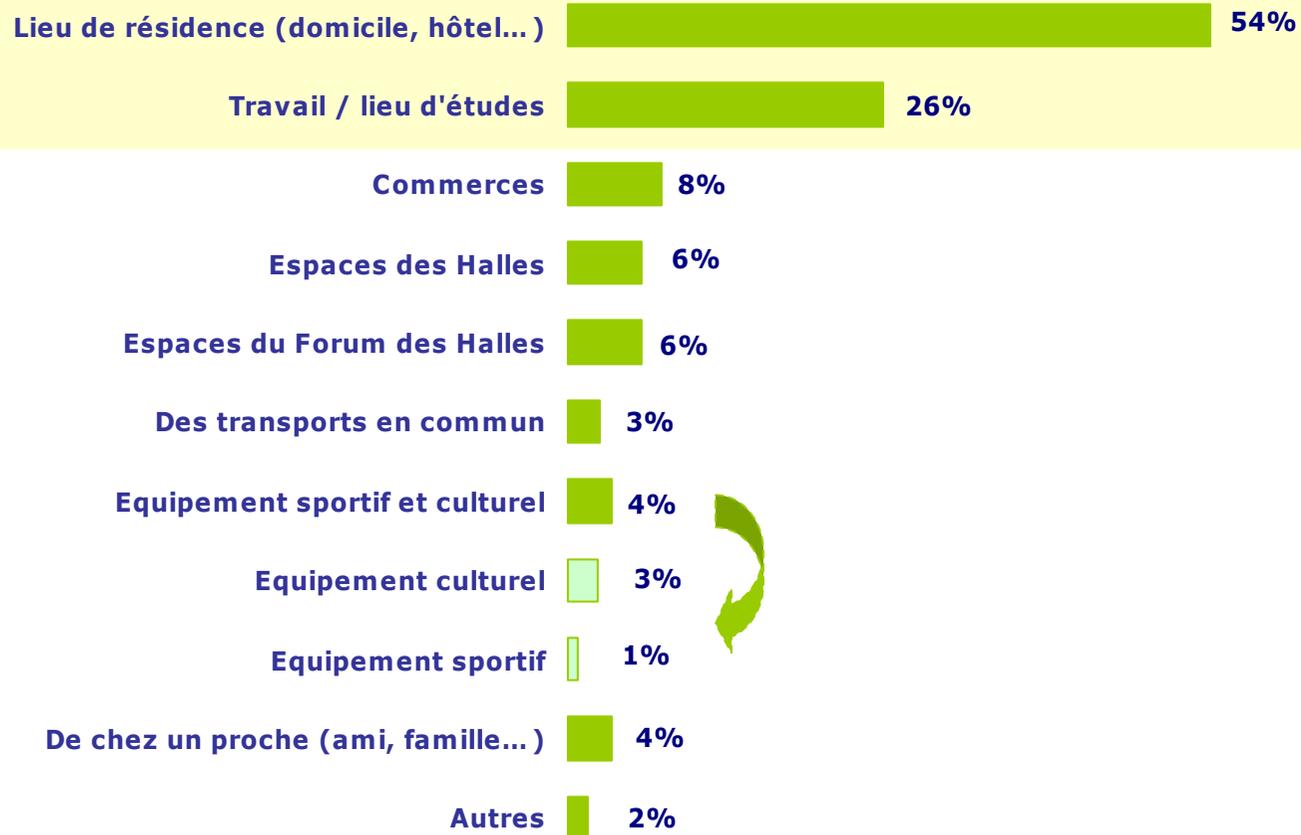


Le Forum des Halles : quels usages, quelles pratiques ?



Entre lieu de passage et lieu de détente - Provenance -

Question 3 : De quel lieu, de quel endroit venez-vous ?

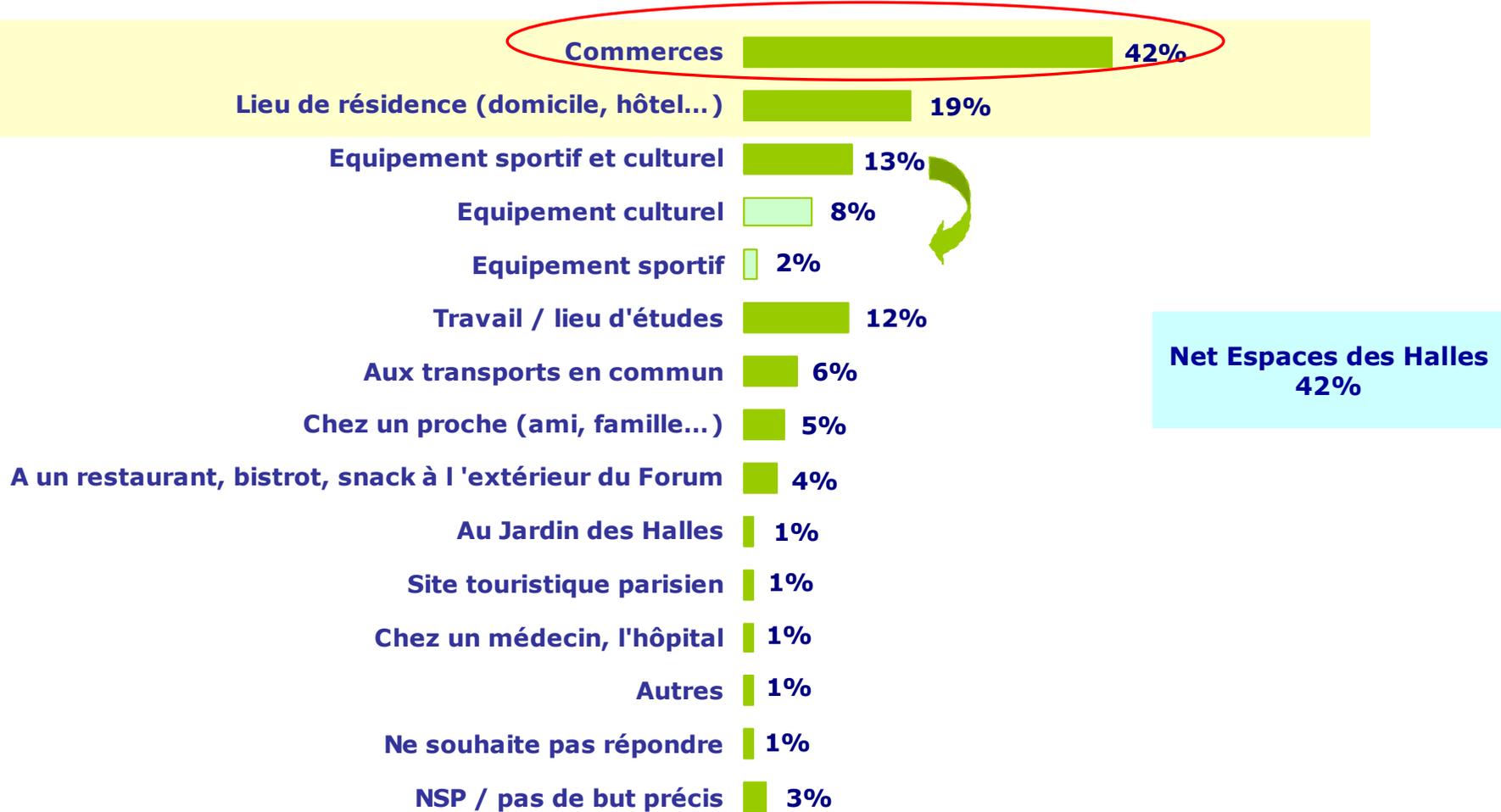


Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Entre lieu de passage et lieu de détente - Provenance -

Question 4 : A quel endroit vous rendez-vous ?

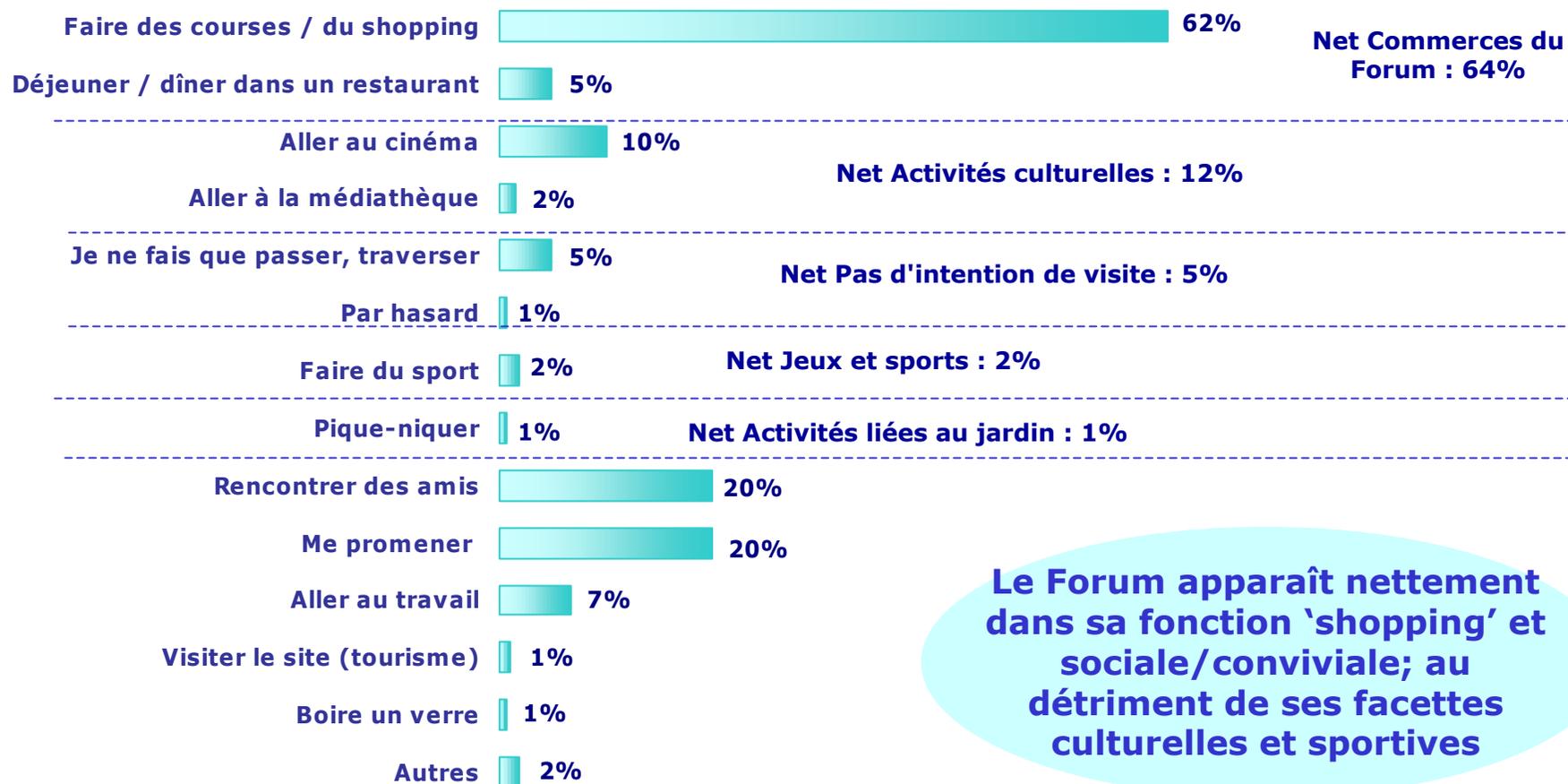


Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Une prédominance sans appel de l'activité commerciale vs culturelle et sportive

Question 1 : Pour quelles raisons êtes-vous aux Halles aujourd'hui ?
(multi-réponses)

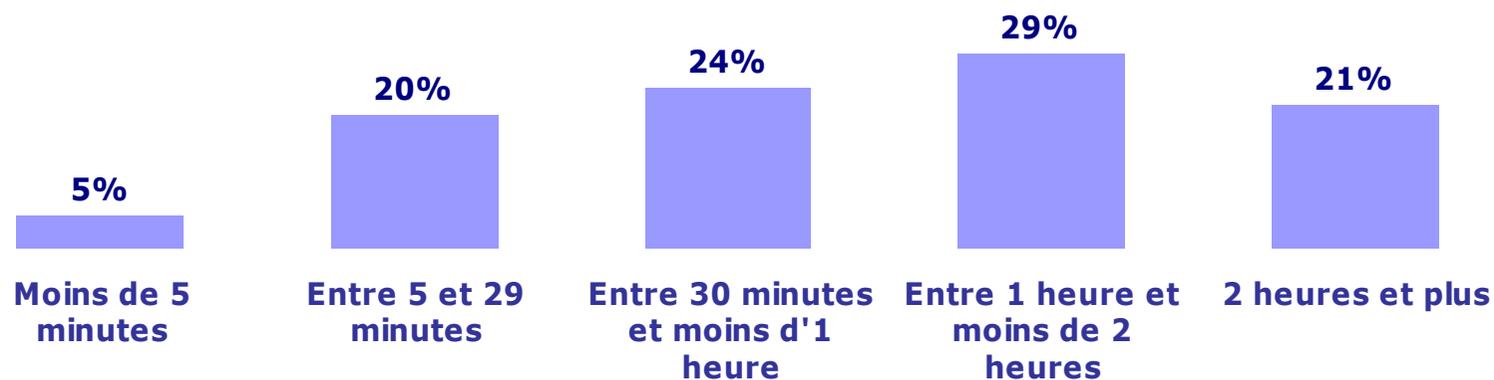


Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Entre lieu de passage et lieu de détente - Durée de visite -

Question 2 : Au total, combien de temps avez-vous passé ou allez-vous passer aux Halles ?

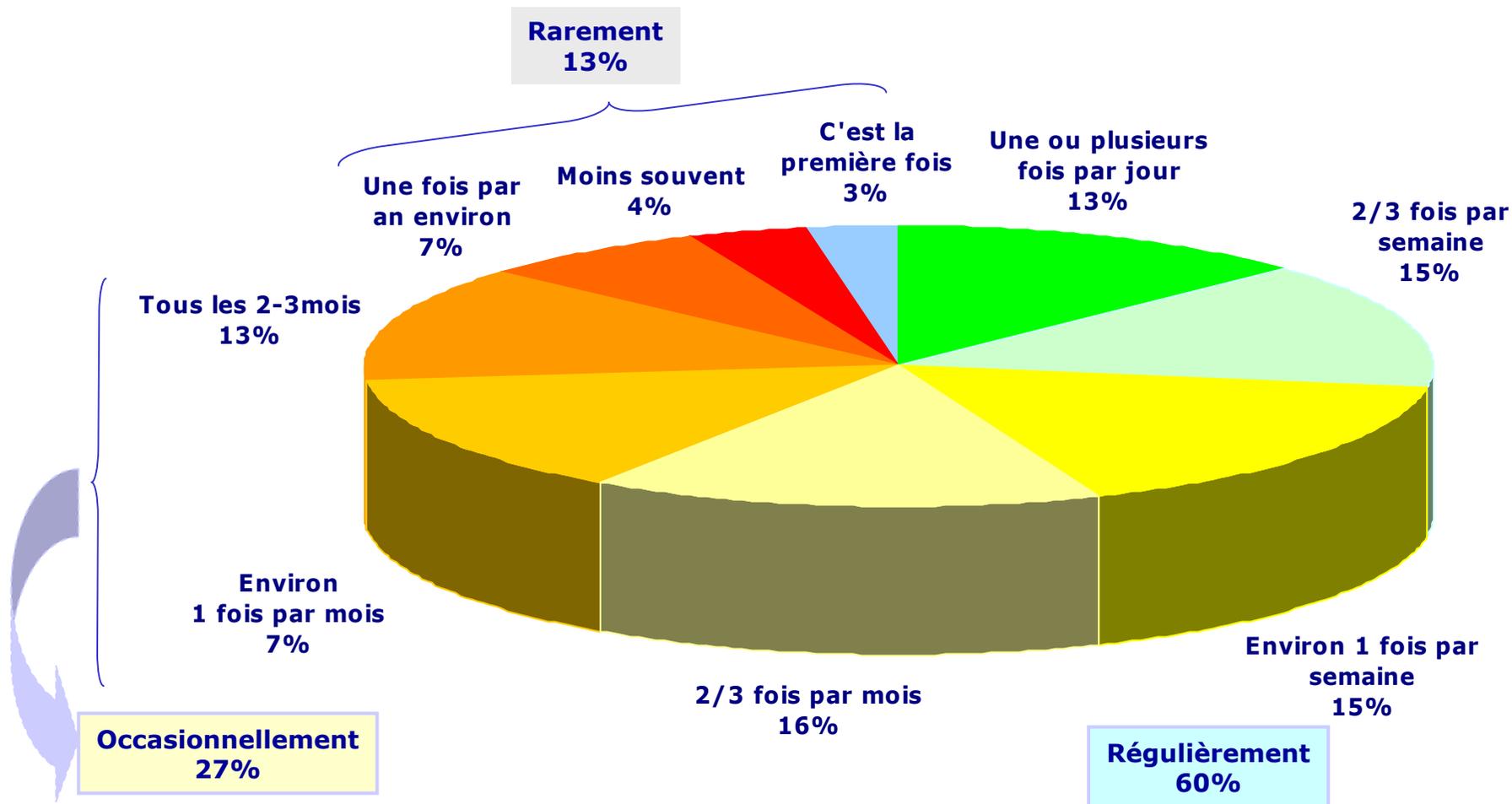


Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Un espace partagé entre fidèles et occasionnels

Question 5 : En moyenne, vous venez ou passez aux Halles ?

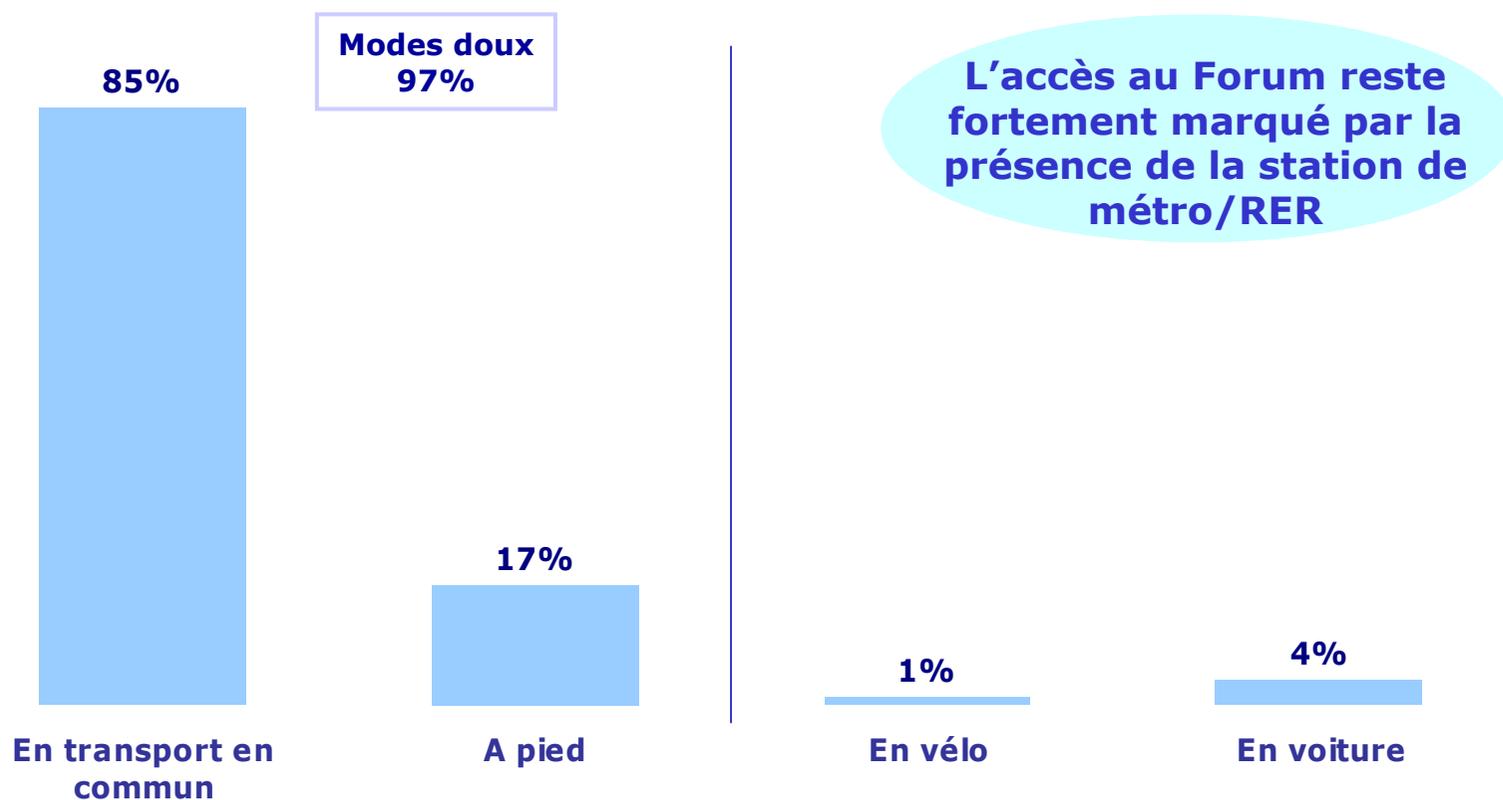


Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Un accès quasi exclusif par les TC

Question 6 : Quel(s) moyen(s) de transport avez-vous utilisé aujourd'hui pour venir aux Halles ?
(multi-réponses)



Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Partie 3 : Image, satisfaction et attentes vis à vis des différents espaces des Halles

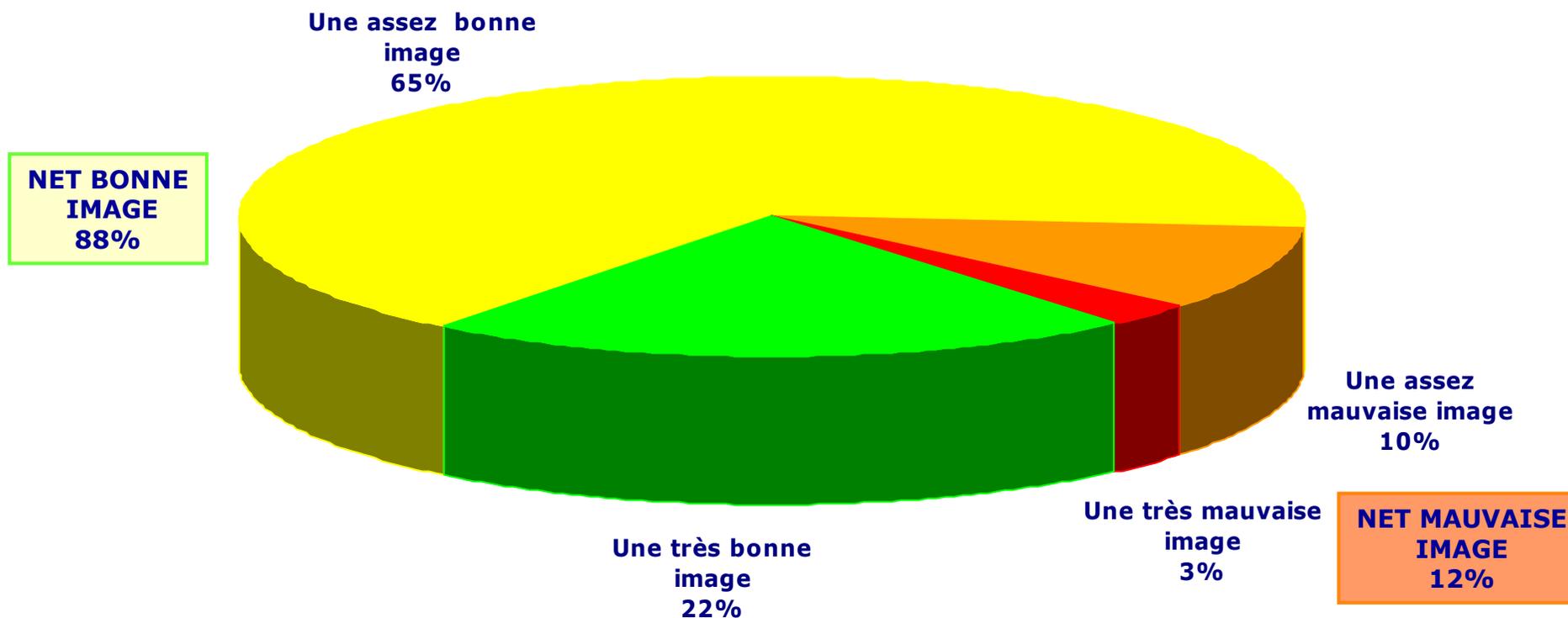


Le jardin des Halles



Les usagers apprécient très nettement le jardin

Question 7 : D'un point de vue global, diriez-vous que vous avez une très bonne, une assez bonne, une assez mauvaise, une très mauvaise image du jardin des Halles ?

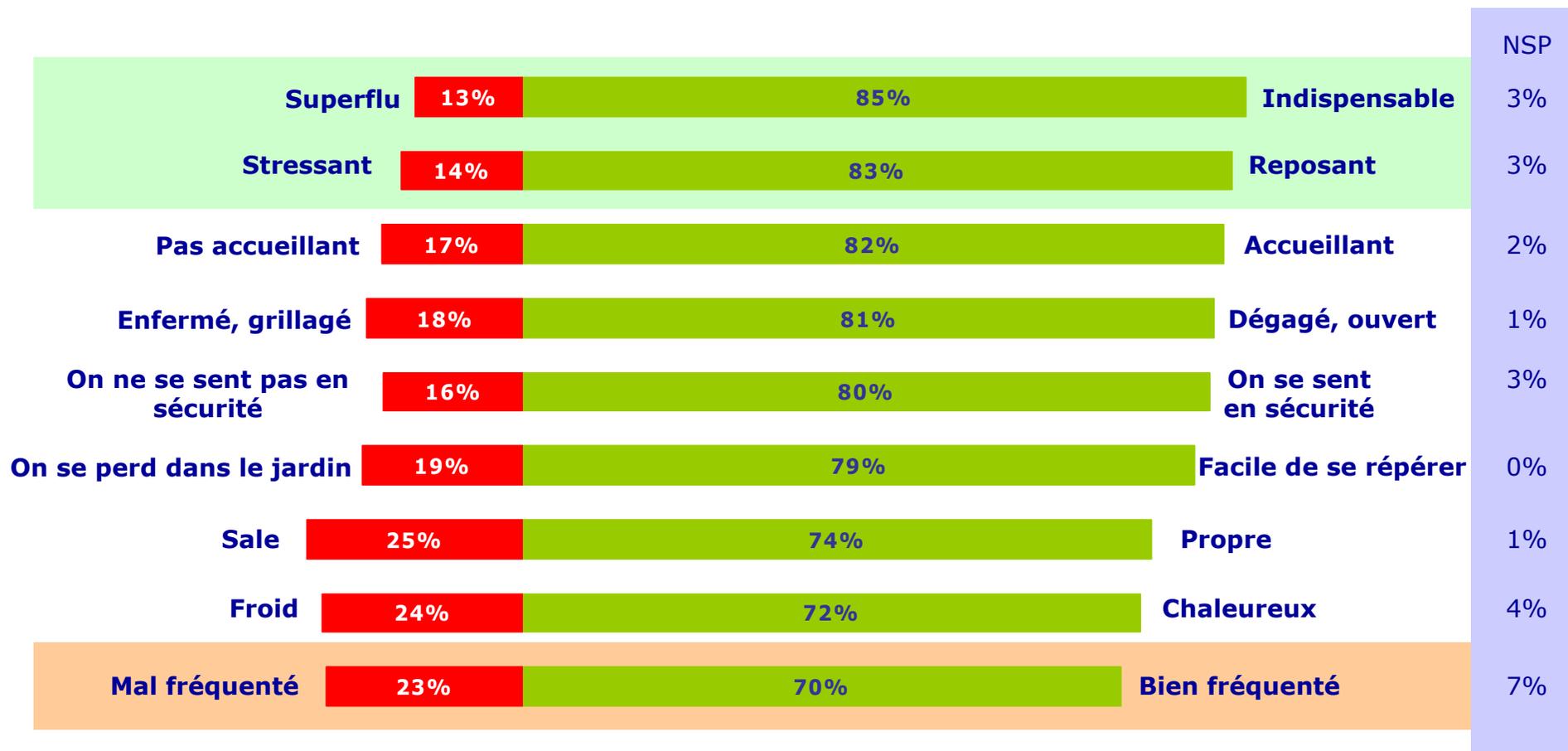


Base : 527 personnes (ensemble) - Jardin



Des caractéristiques valorisées

Question 9 : Selon l'image que vous avez du jardin des Halles, vous diriez que ce jardin vous semble plutôt... ?

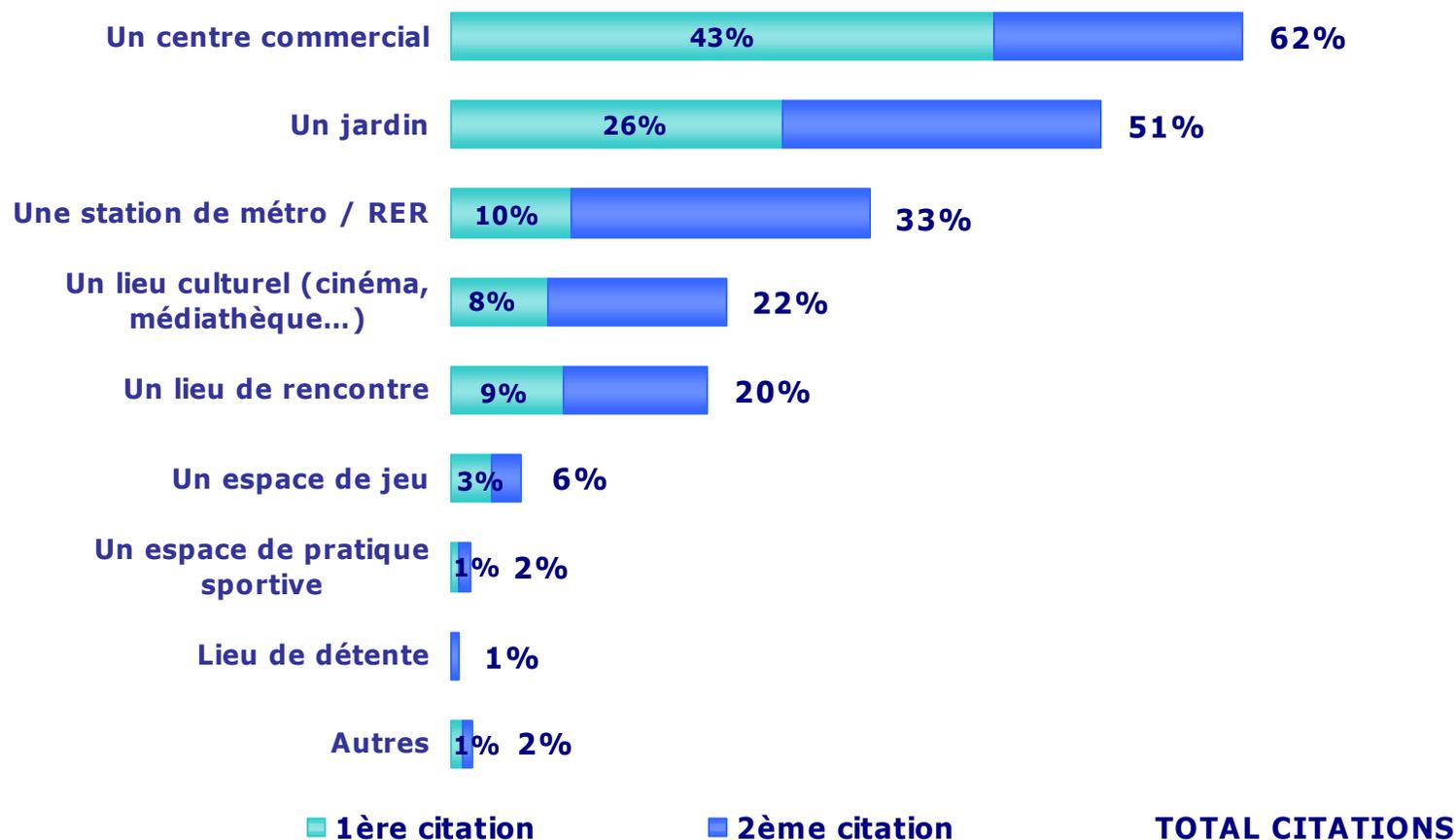


Base : 527 personnes (ensemble) - Jardin



Une identité propre, même si le jardin reste en retrait derrière l'espace commercial

Question 8 : Pour vous, les Halles au global (c'est à dire les espaces intérieurs et extérieurs), c'est surtout... ? Et ensuite ?



Base : 527 personnes (ensemble) - Jardin



Les lieux préférés

Question 10 : Quels sont les 2 lieux du jardin que vous aimez le plus, en premier et ensuite ?

La place René Cassin / devant St Eustache / la grosse tête **38%** **55%**

Les pelouses **20%** **48%**

Les grandes allées (Saint John Perse, André Breton) **11%** **27%**

Les squares pour enfants **8%** **14%**

Le jardin d'aventures / jardin des éléphants **7%** **13%**

Autour des serres tropicales **6%** **13%**

L'espace des tables d'échec **4%** **10%**

L'espace de jeux de boules **3%** **7%**

Autres **1%** **2%**

NSP **2%** **9%**

Les espaces de convivialité recueillent les préférences

■ 1ère citation

■ 2ème citation

TOTAL CITATIONS

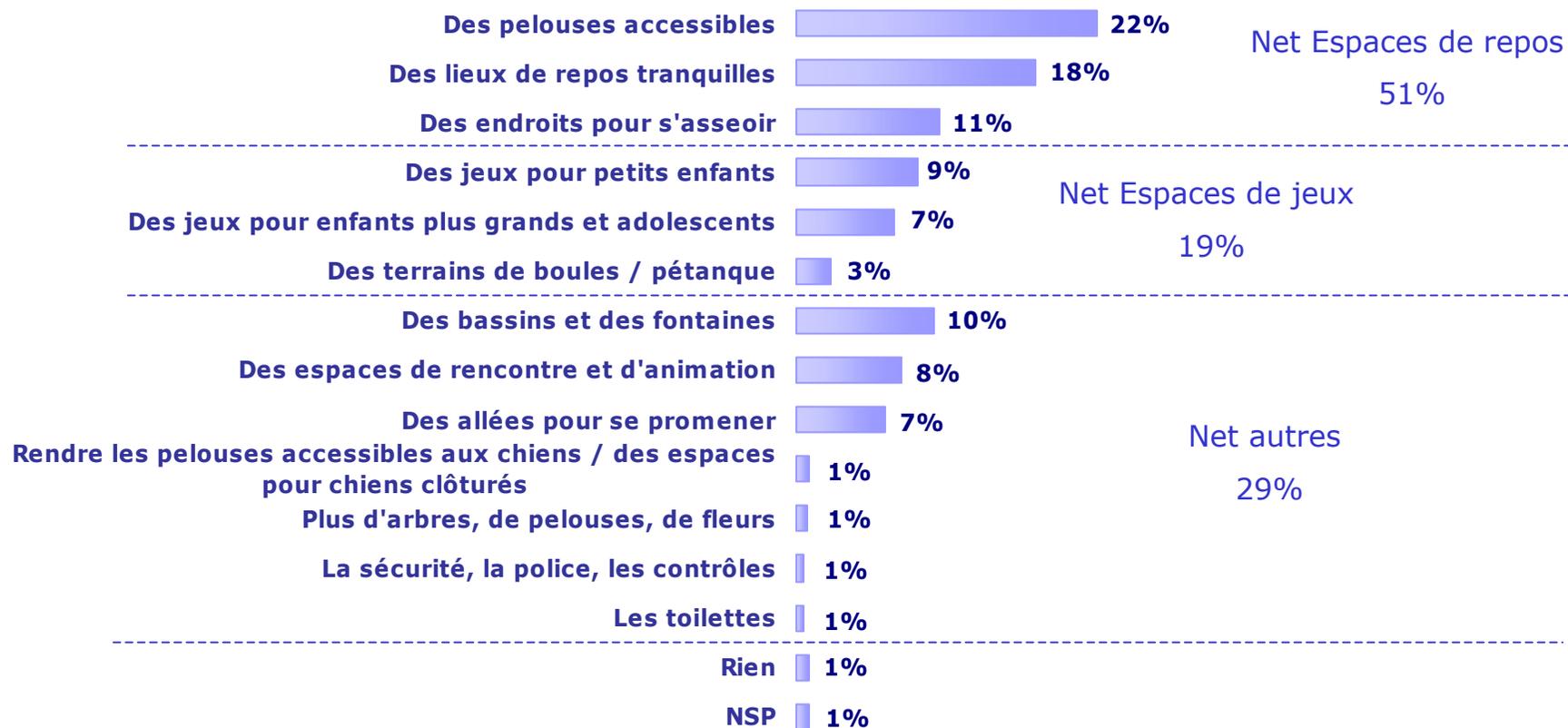
Base : 527 personnes (ensemble) - Jardin



Attentes d'améliorations (1/2)

Question 11 : Imaginons que vous ayez la possibilité de changer ce jardin. Par ordre de priorité, quels seraient pour vous les 3 éléments les plus importants à développer ?

En premier



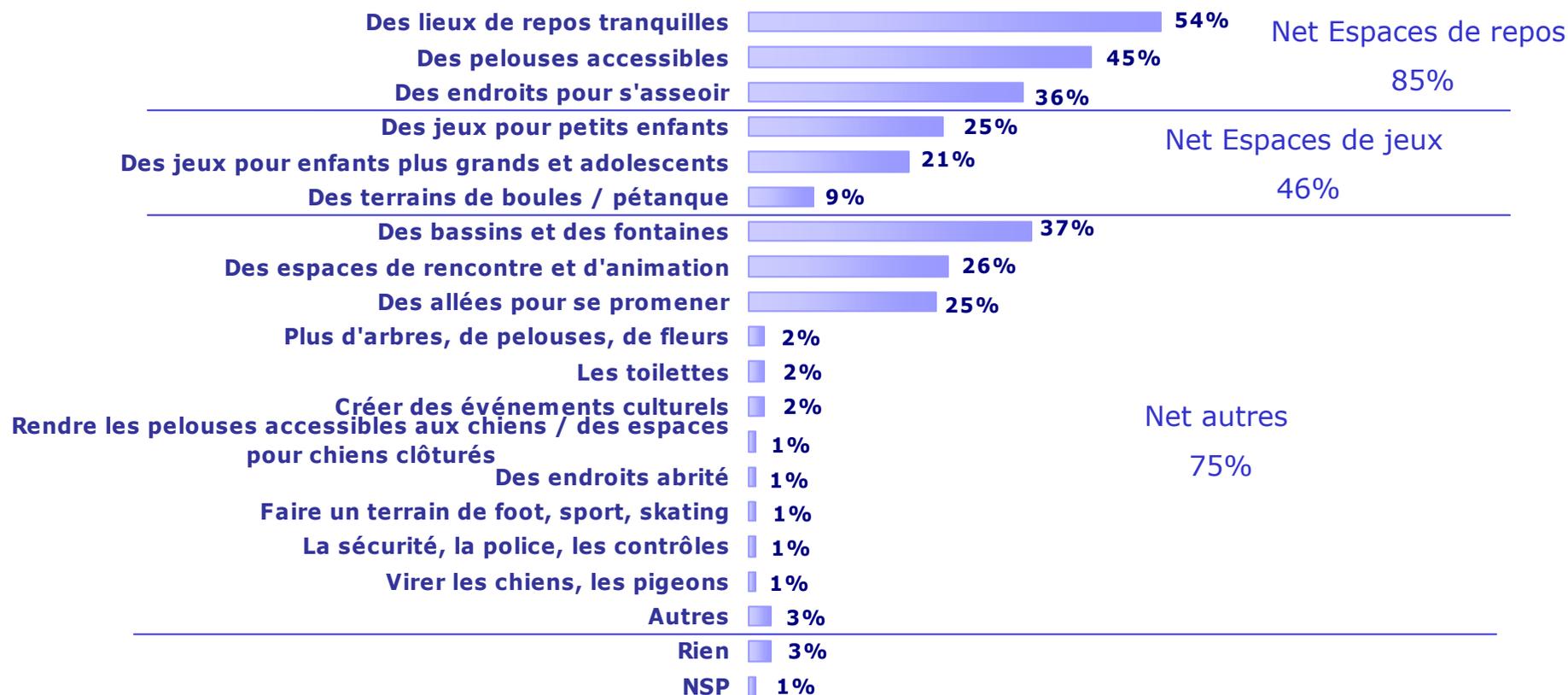
Base : 527 personnes (ensemble) - Jardin



Attentes d'améliorations (2/2)

Question 11 : Imaginons que vous ayez la possibilité de changer ce jardin. Par ordre de priorité, quels seraient pour vous les 3 éléments les plus importants à développer ?

Total citations



Base : 527 personnes (ensemble) - Jardin

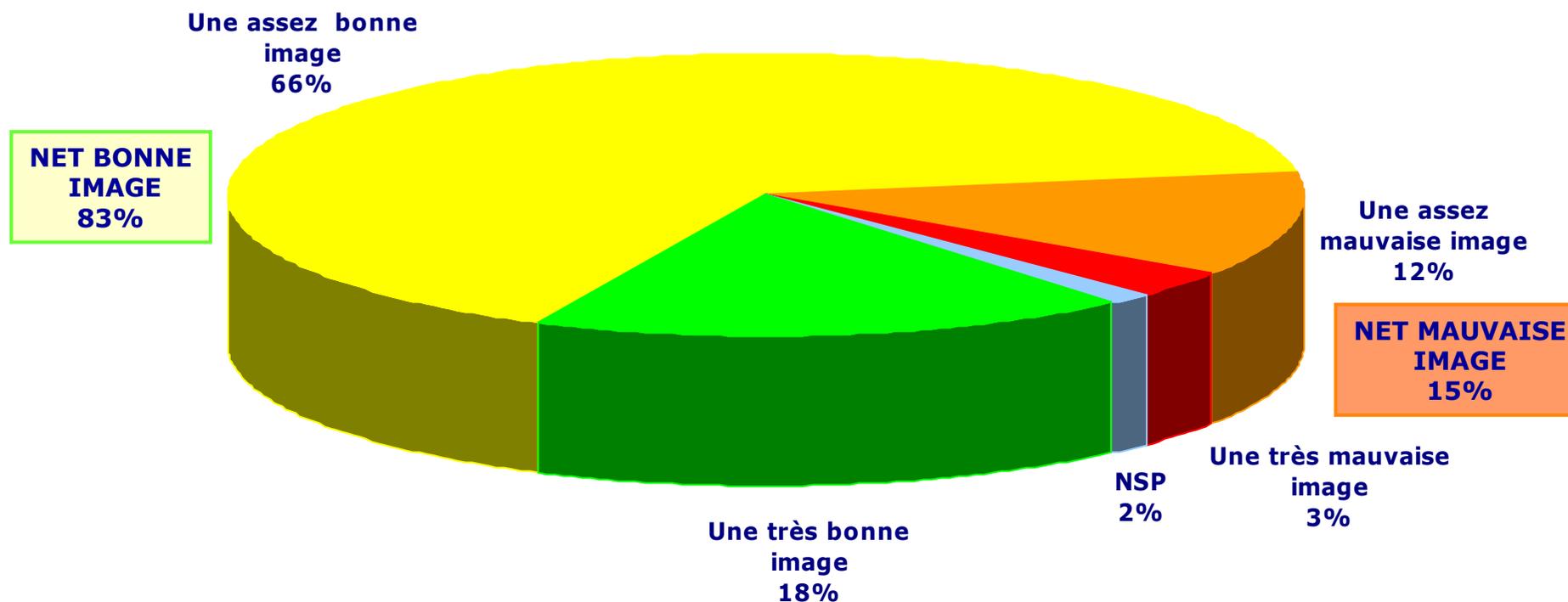


Le Forum des Halles



Les usagers apprécient très nettement le forum

Question 7 : D'un point de vue global, diriez-vous que vous avez une très bonne, une assez bonne, une assez mauvaise, une très mauvaise image du Forum des Halles ?

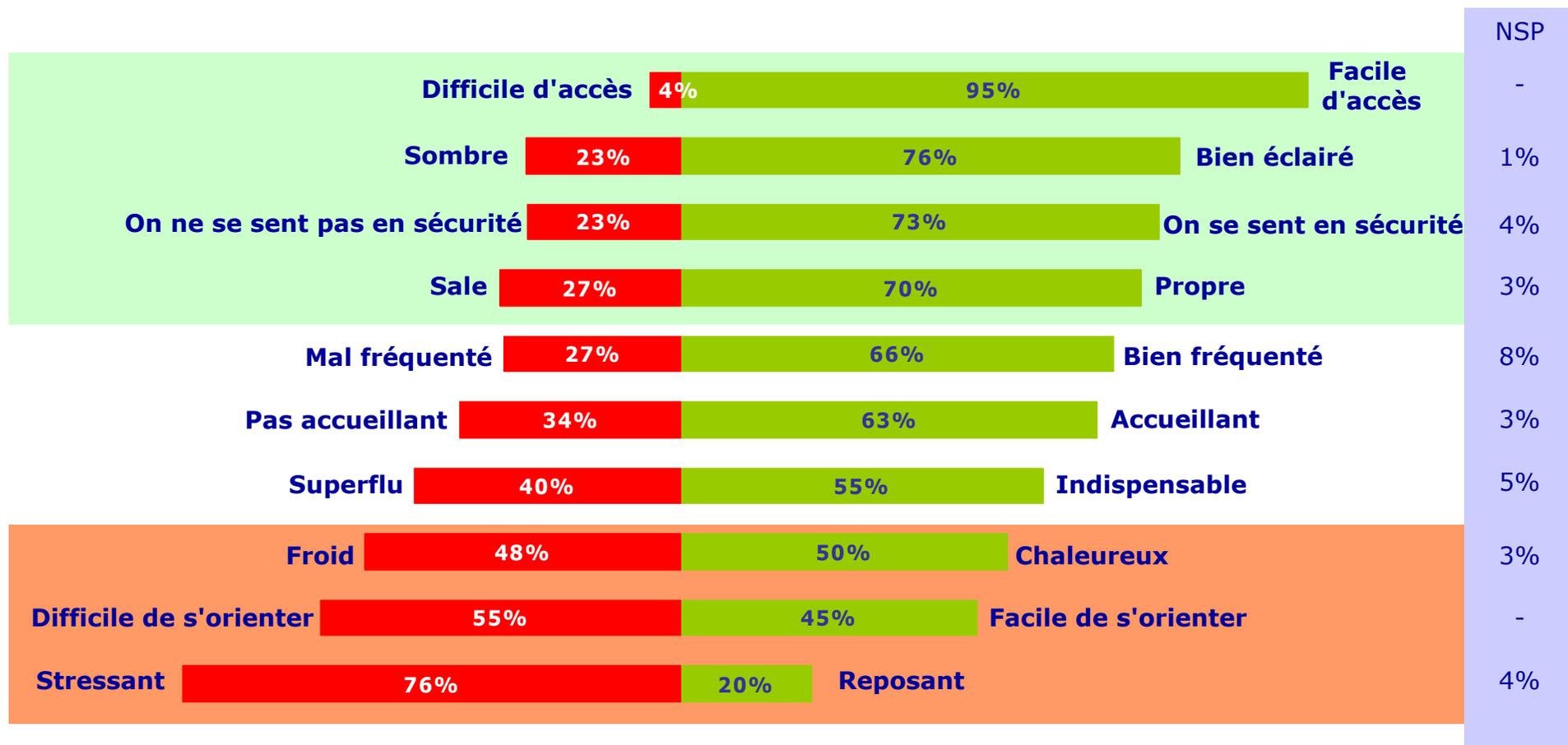


Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Un espace difficilement appropriable

Question 9 : Selon l'image que vous avez du Forum des Halles (on parle de la partie souterraine, sans inclure les espaces du métro et du RER), vous diriez que ce Forum vous semble plutôt... ?

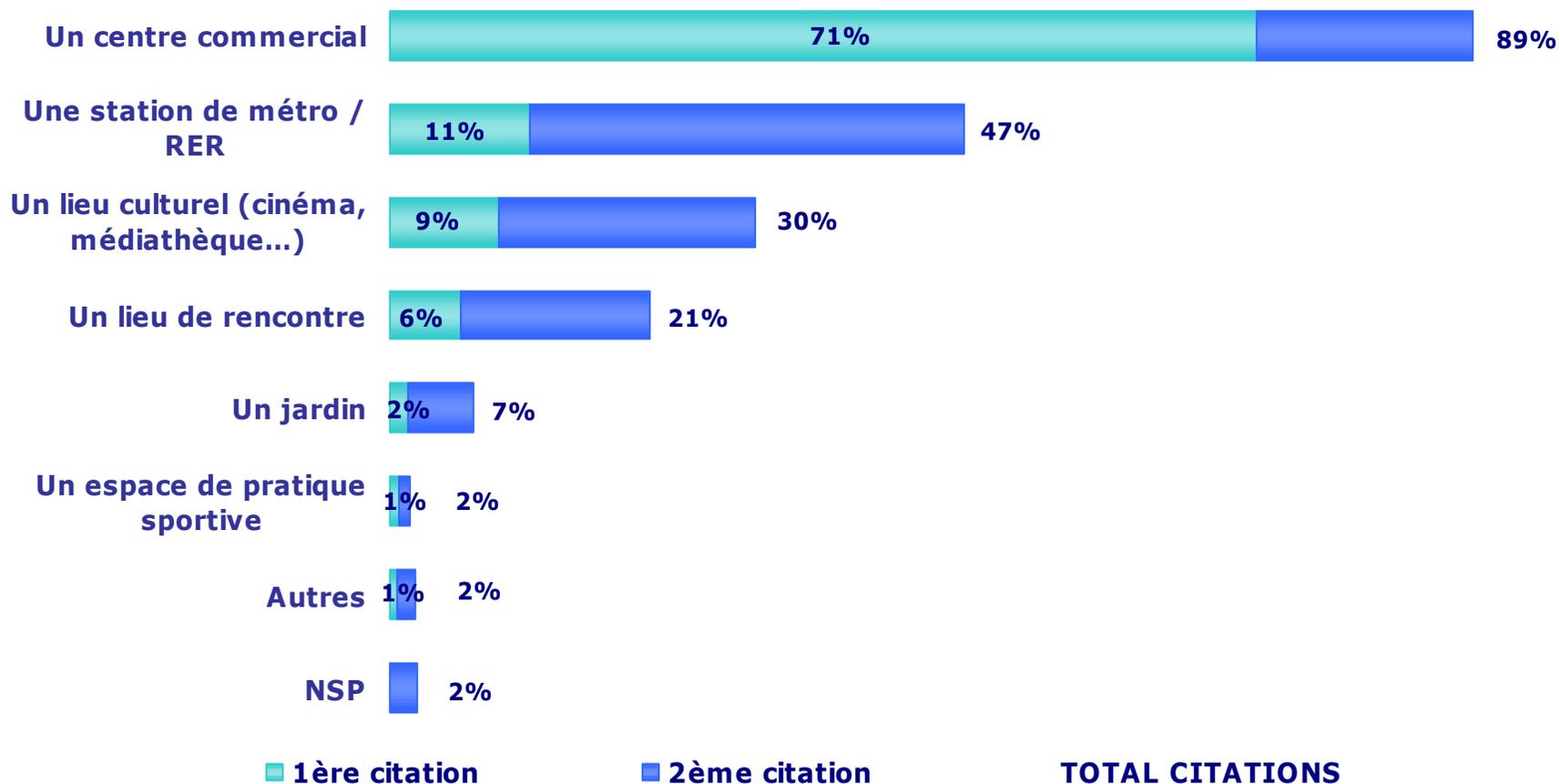


Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Un dénominateur fort qui s'agrémente de tonalités 'transport', culturelles ou conviviales

Question 8 : Pour vous, les Halles au global (c'est à dire les espaces intérieurs et extérieurs), c'est surtout... ? Et ensuite ?



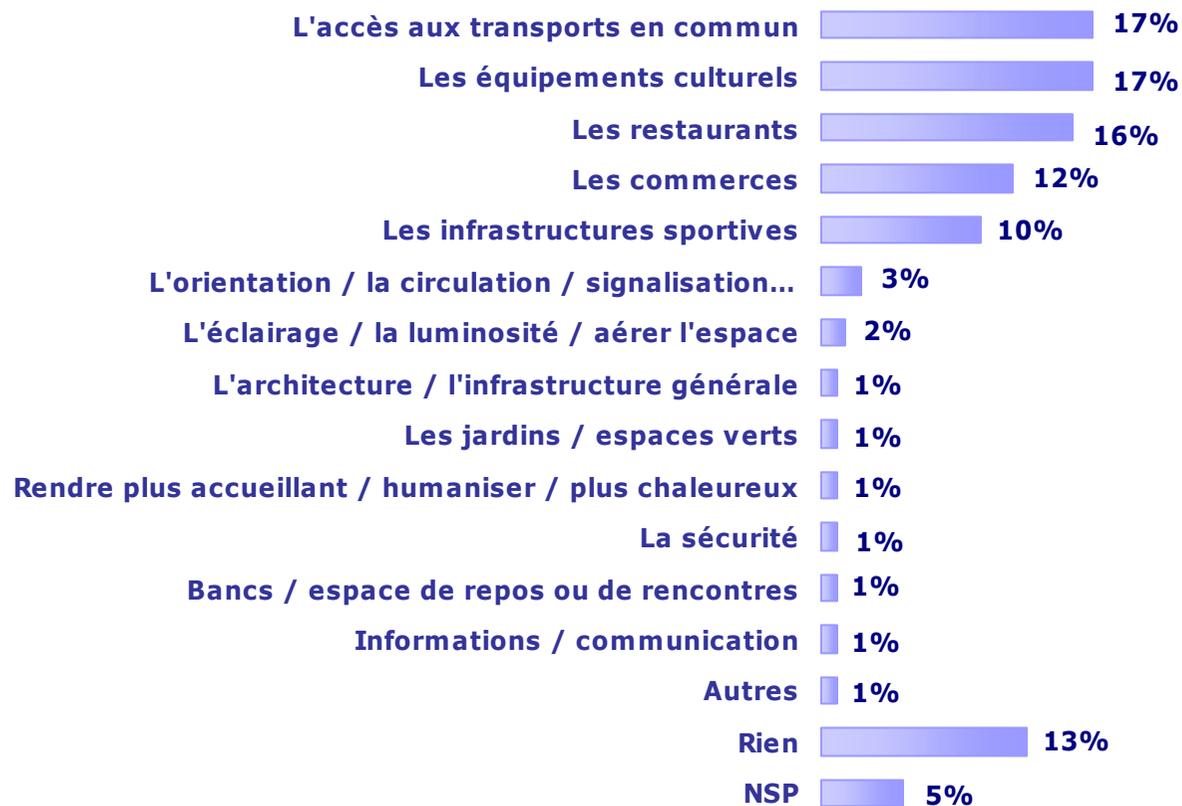
Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Attentes d'améliorations (1/2)

Question 10 : Par ordre de priorité, quels sont selon vous les 2 espaces du Forum des Halles qui devraient être améliorés ?

En premier



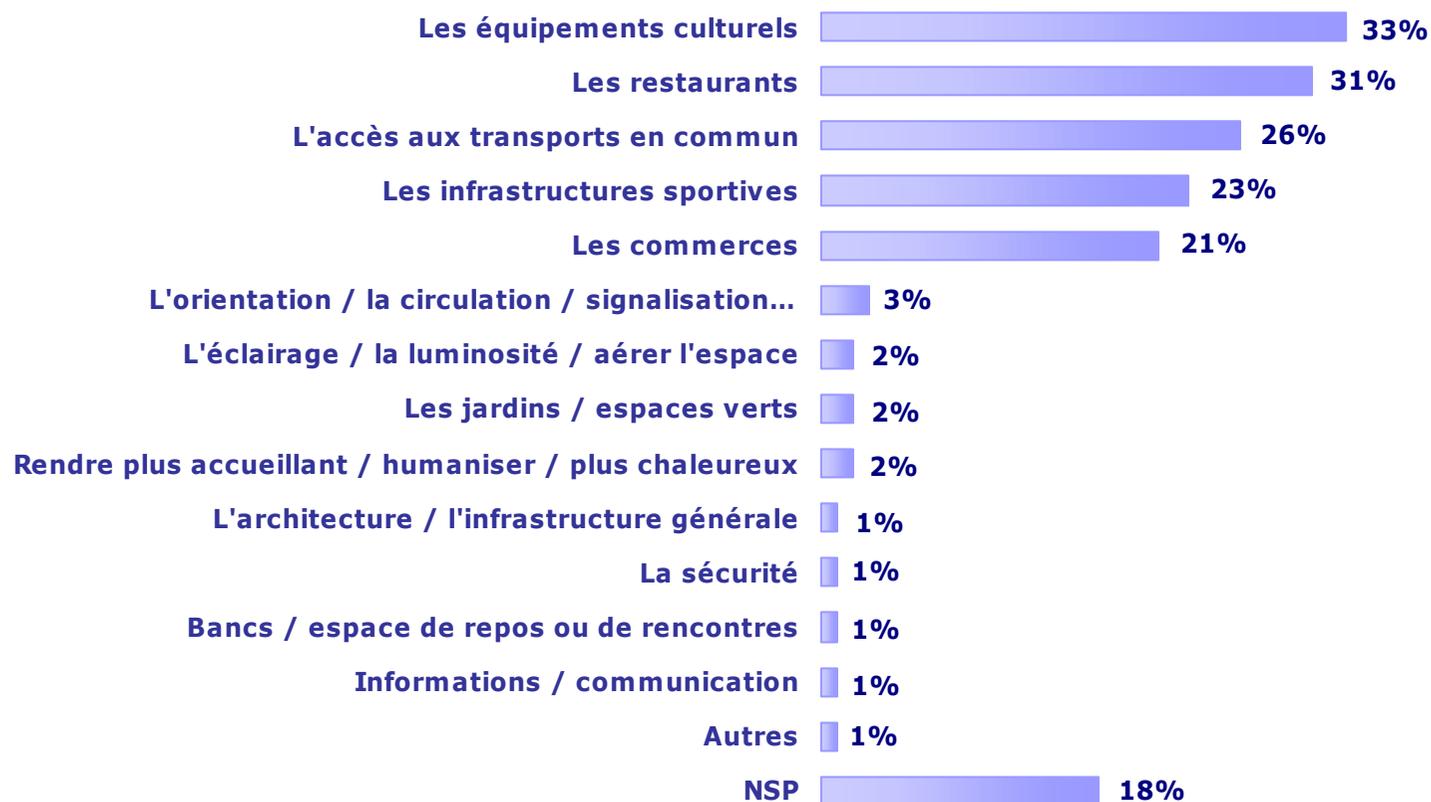
Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Attentes d'améliorations (2/2)

Question 10 : Par ordre de priorité, quels sont selon vous les 2 espaces du Forum des Halles qui devraient être améliorés ?

Total citations



Base : 519 personnes (ensemble) - Forum



Partie 4 : Typologies d'usagers



Le jardin des Halles



4 groupes constitués

La typologie effectuée a permis de réaliser une partition de l'univers des usagers du jardin des Halles en 4 groupes :

	Nom du groupe	Poids du groupe
Groupe 1	Les promeneurs	21%
Groupe 2	Les 'instants verts'	22%
Groupe 3	Les shoppers	31%
Groupe 4	Les riverains	27%

Les tableaux descriptifs suivant présentent les résultats des groupes significativement supérieurs à l'ensemble.



Note méthodologique : format de tableaux

GRUPE 1 ' LES PROMENEURS ' : 21%

Caractéristiques :

	% Groupe 1	% Ensemble	% en pénétration
PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE			
Motivation : me promener	46%	35%	27%
Motivation : rencontrer des amis	26%	16%	33%
Durée : 2 heures et plus	13%	8%	34%
Provenance : lieu de résidence	50%	42%	24%
Destination : lieu de résidence	35%	25%	29%
Fréquentent le jardin 1 fois par semaine	25%	13%	41%
Fréquentent le jardin occasionnellement	20%	14%	29%
Viennent en transports en commun	88%	50%	36%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une très bonne image du jardin	54%	22%	51%
Les Halles c'est surtout un lieu de rencontre	40%	20%	41%
Considèrent le jardin comme 'bien fréquenté'	78%	70%	23%
Lieux préférés : 1- la place R. Cassin, de ... , la grosse tête	69%	55%	26%
Lieux préférés : 2- les squares pour ...	22%	14%	32%
Lieux à développer : 1- des espaces ... et d'animation	44%	26%	34%
Lieux à développer : 2- des ... plus grands et adolescents	32%	21%	31%
PROFIL SOCIO DEMO			
16-24 ans	42%	34%	25%
Homme	66%	54%	25%
CSP Interviewé : ou	11%	6%	41%
Foyers de 4 personnes et plus	41%	29%	29%
Lieu de résidence local (75005 à 75011)	14%	9%	32%
Lieu de résidence : extra-muros	65%	46%	29%

EXEMPLE



Note méthodologique : lecture des tableaux

GRUPE 1 ' LES PROMENEURS ' : 21%

Poids du groupe parmi l'ensemble des usagers

Caractéristiques :

PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE

Motivation : me promener

% Groupe 1	% Ensemble	% en pénétration
46%	35%	27%

Question sur laquelle ce groupe affiche un score significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble des usagers

**Score du groupe
(base = 108 pers.)**

Poids de ce groupe par rapport à l'ensemble pour l'item

Score de l'ensemble des usagers (base = 527 pers.)



Note méthodologique : diapositive de synthèse

GRUPE 1 ' LES PROMENEURS ' : 21%

Caractéristiques :

PROFIL SOCIO DEMOGRAPHIQUE

	% Groupe 1	% Ensemble	% en pénétration
16-24 ans	42%	34%	25%
Homme	66%	54%	25%
CSP Interviewé : ouvrier	11%	6%	41%
Foyers de 4 personnes et plus	41%	29%	29%
Lieu de résidence local (75005 à 75011)	14%	9%	32%
Lieu de résidence : extra-muros	65%	46%	29%



Descriptif du groupe 1 : Les promeneurs

LES PROMENEURS
21%

Qui sont-ils ?

- Actifs
- Jeunes
- Foyers de 4 personnes ou +
- Centre Paris ou Banlieue



DEVISE :
 « L'idéal pour flâner »

Usages et pratiques du Jardin

Le jardin apparaît comme un lieu de sociabilité fort.

La promenade et la rencontre d'amis constituent les motivations significatives de ce groupe.

La place Cassin, en tant que lieu de rassemblement et les squares pour enfants, pour l'espace 'rencontre' et 'repos' qu'ils représentent, en sont les lieux préférés.

Attitudes générales

Excellente image du jardin et de ses caractéristiques.

Ils considèrent particulièrement que le jardin est bien fréquenté

Attentes de développement

Des espaces de rencontre et d'animation

Des squares de jeux pour grands enfants et adolescents (= lieux de rencontre et de repos durant les horaires scolaires)

Étude Profils des usagers des Halles – MAIRIE DE PARIS – Octobre 2006 1



Descriptif du groupe 1 : Les promeneurs

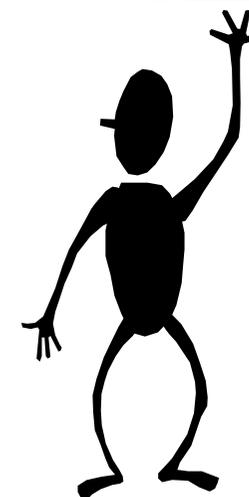
LES PROMENEURS

21%

Qui sont-ils ?

- Actifs
- Jeunes
- Foyers de 4 personnes ou +
- Centre Paris ou Banlieue

DEVISE :
« L'idéal pour flâner »



Usages et pratiques du Jardin

Le jardin apparaît comme un lieu de sociabilité fort.

La promenade et la rencontre d'amis constituent les motivations significatives de ce groupe.

La place Cassin (en tant que lieu de rassemblement) et les squares pour enfants (pour l'espace 'rencontre' et 'repos' qu'ils représentent) en sont les lieux préférés.

Attitudes générales

Excellente image du jardin et de ses caractéristiques.

Ils considèrent particulièrement que le jardin est bien fréquenté

Attentes de développement

Des espaces de rencontre et d'animation

Des squares de jeux pour grands enfants et adolescents (= lieux de rencontre et de repos durant les horaires scolaires)



Descriptif du groupe 1 : Les promeneurs

GRUPE 1 ' LES PROMENEURS ' : 21%

Caractéristiques :

PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE	% Groupe 1	% Ensemble	% en pénétration
Motivation : me promener	46%	35%	27%
Motivation : rencontrer des amis	26%	16%	33%
Motivation : visiter le site (tourisme)	8%	5%	35%
Durée : 2 heures et plus	13%	8%	34%
Provenance : lieu de résidence	50%	42%	24%
Destination : lieu de résidence	35%	25%	29%
Horaires de visite : après-midi	40%	33%	25%
Fréquentent le jardin 1 fois par semaine	25%	13%	41%
Fréquentent le jardin occasionnellement (moins d'une fois par mois)	20%	14%	29%
Viennent en transports en commun	88%	50%	36%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une très bonne image du jardin	54%	22%	51%
Les Halles c'est surtout : 1- un lieu de rencontre	40%	20%	41%
Les Halles c'est surtout : 2- un lieu culturel	32%	22%	30%
Considèrent le jardin comme 'bien fréquenté'	78%	70%	23%
Lieux préférés : 1- la place R. Cassin, devant St Eustache, la grosse tête	69%	55%	26%
Lieux préférés : 2- les grandes allées	34%	27%	26%
Lieux préférés : 3- les squares pour enfants	22%	14%	32%
Lieux à développer : 1- des espaces de rencontre et d'animation	44%	26%	34%
Lieux à développer : 2- des jeux pour enfants plus grands et adolescents	32%	21%	31%
Lieux à développer : 3- des toilettes	5%	2%	50%



Descriptif du groupe 1 : Les promeneurs

GROUPE 1 ' LES PROMENEURS ' : 21%

Caractéristiques :

PROFIL SOCIO DEMOGRAPHIQUE

	% Groupe 1	% Ensemble	% en pénétration
16-24 ans	42%	34%	25%
Homme	66%	54%	25%
CSP Interviewé : ouvrier	11%	6%	41%
Foyers de 4 personnes et plus	41%	29%	29%
Lieu de résidence local (75005 à 75011)	14%	9%	32%
Lieu de résidence : extra-muros	65%	46%	29%

LES 'INSTANTS VERTS'

22%

Qui sont-ils ?

- Actifs
- CSP moyens
- Foyers sans enfants – de 15 ans



DEVISE :
« Un bol d'air pur et de nature »

Usages et pratiques du Jardin

Le jardin apparaît comme un havre de paix et de repos. Lieu de déjeuner ou de détente, il représente l'objet d'une pause nature au milieu d'une journée de travail/ d'études.

Les espaces préférés sont surtout les pelouses.

Attitudes générales

Bonne image des Halles.

Ils valorisent particulièrement l'aspect accueillant du jardin

Le site des Halles s'ancre pourtant davantage dans ses facettes 'zone commerciale' et 'transports en commun'

Attentes de développement

Des espaces de repos tranquilles

Des endroits pour s'asseoir

Des bassins et fontaines



Descriptif du groupe 2 : Les 'Instants verts'

GRUPE 2 ' LES INSTANTS VERTS ' : 22%

Caractéristiques :

	% Groupe 2	% Ensemble	% en pénétration
PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE			
Motivation : me reposer, lire, m'asseoir	55%	34%	35%
Motivation : pique-niquer / déjeuner	28%	13%	48%
Durée : entre ½ heure et moins d'une heure	38%	23%	36%
Provenance : travail / études	62%	23%	60%
Destination : travail / études	38%	15%	54%
Horaires de visite : 12/14h	35%	20%	39%
Fréquentent le jardin 2/3 fois par semaine	39%	18%	45%
Viennent à pied	92%	53%	38%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une bonne image du jardin (conforme à l'ensemble)	89%	88%	22%
Les Halles c'est surtout 1- un centre commercial	76%	62%	27%
Les Halles c'est surtout 2- une station de métro/RER	41%	33%	27%
Considèrent le jardin comme accueillant	89%	82%	23%
Lieux préférés : les pelouses	56%	48%	26%
Lieux à développer : 1- des lieux de repos tranquilles	63%	54%	25%
Lieux à développer : 2- des endroits pour s'asseoir	52%	36%	31%
Lieux à développer : 3- des bassins et fontaines	52%	37%	30%
PROFIL SOCIO DEMOGRAPHIQUE			
CSP interviewé : employé	24%	16%	31%
Foyers sans enfants de moins de 15 ans	79%	72%	24%

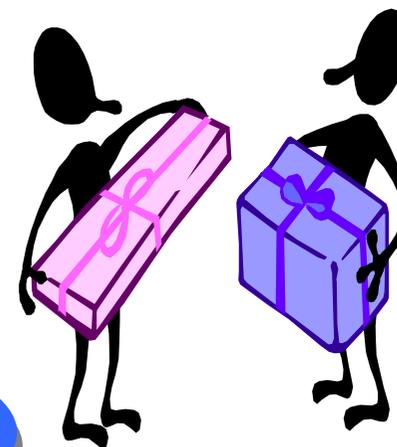
LES SHOPPERS

31%

Qui sont-ils ?

- Etudiants
- Jeunes
- Vivant à Paris mais loin des Halles
- Ou vivant en banlieue

DEVISE :
« Un détour entre 2
magasins »



Usages et pratiques du Jardin

Le jardin apparaît comme un point de rencontre avec des amis.

Systematiquement associé à une activité shopping préalable ou ultérieure, le jardin occupe une place mineure dans la perception du site des Halles.

Ce sont les pelouses qui sont préférées dans cet espace jardin.

Attitudes générales

Assez bonne image du jardin. Ils éprouvent plus de difficultés à se repérer (liées à leur faible fréquence de visite) et estiment le jardin moins bien fréquenté.

Attentes de développement

Des lieux de repos tranquilles



Descriptif du groupe 3 : Les Shoppers

GRUPE 3 ` LES SHOPPERS ` : 31%

Caractéristiques :

PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE

	% Groupe 3	% Ensemble	% en pénétration
Motivation : rencontrer des amis	22%	16%	43%
Motivation : aller au Forum, au cinéma, dans un magasin	5%	3%	57%
Durée : entre 5 et 30 minutes	59%	44%	42%
Provenance : commerces	30%	17%	54%
Provenance : transports en commun	13%	7%	57%
Destination : commerces	36%	22%	51%
Destination : transports en commun	6%	3%	56%
Fréquentent occasionnellement ou rarement	50%	32%	48%
Viennent en transport en commun	92%	50%	58%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une assez bonne image du jardin	87%	66%	41%
Les Halles c'est surtout : 1- un centre commercial	69%	62%	35%
Les Halles c'est surtout : 2- une station de métro/RER	44%	33%	41%
Considèrent le jardin mal fréquenté	29%	23%	39%
Considèrent moins le jardin comme chaleureux	66%	72%	29%
Se perdent dans le jardin	23%	19%	38%
Lieux préférés : les pelouses	69%	48%	45%
Lieux à développer : des lieux de repos tranquilles	67%	54%	39%
PROFIL SOCIO DEMOGRAPHIQUE			
16-24 ans	49%	34%	44%
Age moyen	31 ans	36 ans	/
CSP Interviewé : étudiants, lycéens, collégiens	39%	25%	49%
Lieu de résidence : arrondissements éloignés (75012 à 75020)	31%	19%	52%
Lieu de résidence : extra-muros	62%	46%	42%

LES RIVERAINS

27%

Qui sont-ils ?

- Aisés
- Plus de 35 ans
- Riverains du jardin

DEVISE :
« Mon jardin de tous les jours »



Usages et pratiques du Jardin

Le jardin apparaît comme inscrit dans les comportements quotidiens de ce groupe d'usagers, qu'il soit un simple lieu de passage, un lieu de détente et de loisirs ou un espace de promenade d'animaux domestiques.

Les Halles représentent alors surtout un jardin et un espace de jeux.

Attitudes générales

Bonne image du jardin qu'ils considèrent comme indispensable et dans lequel ils n'éprouvent aucune difficulté à se repérer. Le sentiment d'insécurité et la faiblesse de l'accueil apparaissent toutefois plus fortement dans ce groupe

Attentes de développement

Des espaces de jeux pour enfants et plus grands

Des espaces de promenade

Des espaces canins



Descriptif du groupe 4 : Les riverains

GRUPE 4 ` LES RIVERAINS ` : 27%

Caractéristiques :

PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE

	% Groupe 4	% Ensemble	% en pénétration
Motivation : jeux et sports (enfants, pétanque, sport)	22%	9%	69%
Motivation : je ne fais que passer / traverser	29%	20%	39%
Motivation : promener mon chien	27%	8%	95%
Durée : Moins de 5 minutes	20%	11%	48%
Durée : 2 heures et plus	12%	8%	42%
Provenance : lieu de résidence	81%	42%	51%
Destination : lieu de résidence	41%	25%	44%
Destination : jardin	20%	12%	46%
Horaires de visite : matinée (8-12h)	46%	24%	51%
Fréquentent très régulièrement le jardin : une ou plusieurs fois par jour	66%	25%	70%
Viennent à pied	96%	53%	48%

PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE

Ont une bonne image du jardin (conforme à l'ensemble)	86%	88%	26%
Les Halles c'est surtout : 1- un jardin	73%	51%	38%
Les halles c'est surtout : 2- un espace de jeux	14%	6%	66%
Se sentent dans le jardin pas en sécurité	22%	16%	36%
Considèrent le jardin peu accueillant	21%	17%	35%
Considèrent le jardin comme indispensable	91%	85%	29%
Considèrent qu'il est facile de se repérer dans le jardin	85%	79%	13%
Lieux préférés : 1- le jardin d'aventure / jardin des éléphants	26%	13%	51%
Lieux préférés : 2- les squares pour enfants	21%	14%	38%
Lieux à développer : 1- espaces de jeux (enfants et adolescents, pétanque)	61%	46%	36%
Lieux à développer : 2- allées pour se promener	31%	25%	34%
Lieux à développer : 3- rendre les pelouses accessibles aux chiens/espaces clos pour chien	4%	1%	100%



Descriptif du groupe 4 : Les riverains

PROFIL SOCIO-DEMOGRAPHIQUE	% Groupe 4	% Ensemble	% en pénétration
35 ans et plus	72%	46%	41%
Moyenne d'âge	46 ans	36 ans	/
Femme	55%	46%	32%
CSP interviewé : Aisée	37%	28%	35%
CSP interviewé : Retraité + inactifs (autre que étudiants et scolaires)	21%	10%	53%
CSP chef de famille : Aisée	44%	36%	32%
CSP chef de famille : Retraité	16%	11%	40%
Lieu de résidence 75001 à 75005	81%	26%	84%



Synthèse de la typologie

GROUPE 1 : Les promeneurs

Les promeneurs se caractérisent par un usage du jardin des Halles qui se concentre autour de la promenade et de la rencontre d'amis. Parmi ces promeneurs sont présents également les touristes du site. Ces promeneurs sont des usagers réguliers (une fois par semaine) ou occasionnels (moins d'une fois par mois). Le jardin constitue la destination de leur déplacement, qui prend source au lieu de résidence de l'utilisateur et auquel ce dernier retourne après avoir réalisé ses activités dans le jardin des Halles. Résidant principalement en banlieue de Paris ou dans les arrondissements à moyenne distance (75005 à 75012), les promeneurs accèdent au jardin grâce aux transports en commun. Ces promeneurs s'avèrent être principalement des hommes et des jeunes (moins de 25 ans).

L'image qu'ils ont du jardin des Halles est excellente et ils valorisent particulièrement la bonne fréquentation du site.

Globalement le site des halles, et de manière significative pour les promeneurs, se révèle être un lieu de rencontre et un lieu culturel (cinéma, médiathèque...).

Les espaces qu'ils affectionnent s'attachent tout particulièrement à la place Cassin face à l'église Saint-Eustache (haut lieu de rendez-vous), aux grandes allées (propices à la ballade) et squares pour enfants (espaces de repos et de détente lorsque les enfants n'y sont pas).

Les axes de développement envisagés se centrent sur davantage d'espaces de rencontre et d'animation, les espaces pour enfants et des toilettes : il s'agit en somme de promouvoir les pôles d'attraction du site et d'améliorer sa praticité.



Synthèse de la typologie

GROUPE 2 : Les 'instants verts'

Les 'instants verts' correspondent à des usagers fréquents du jardin des Halles. Véritable coin de nature, il constitue l'occasion d'une pause 'nature' et de repos. Particulièrement présents entre 12 et 14h et pour une durée de moins d'une heure, ces 'instants verts' sont ainsi essentiellement des personnes qui font une coupure, une pause dans leur journée de travail ou d'études (déjeuner ou repos); ils viennent à pied au jardin pour se ressourcer et profiter des bienfaits et de l'apaisement apportés par les espaces naturels (arbres, pelouses, oiseaux, ambiance détendue). Les pelouses représentent leur lieu préféré sur le site.

Ils ont une bonne image du jardin et apprécient nettement sa dimension accueillante.

Toutefois, pour eux, les Halles au global restent surtout associées à l'espace commercial souterrain et au pôle transports en commun.

Les axes d'amélioration reposent sur le développement de zones de tranquillité et de repos, incarnés notamment par des éléments d'attrait et de sérénité tels que bassins et fontaines.



Synthèse de la typologie

GROUPE 3 : Les shoppers

Les shoppers représentent certes une catégorie d'utilisateurs du jardin, mais dont l'objectif principal n'est pas corrélé à la visite du jardin. Ils s'y rendent le plus souvent pour retrouver des amis et n'y passent que peu de temps (entre 5 minutes et une 1/2 heure).

Leur présence dans le jardin est fortement reliée à la visite des commerces du Forum ou alentours (en amont ou en aval du jardin) et à l'usage des transports en commun (utilisés pour venir et/ou repartir des Halles).

Les shoppers sont essentiellement des jeunes (moins de 25 ans), étudiants, vivant en banlieue ou dans les arrondissements de Paris les plus éloignés des Halles et leur visite dans le jardin est assez occasionnelle, voire rare.

Ils ont une assez bonne perception du jardin mais évaluent de façon plus négative que les autres profils les différents attributs d'image. Ainsi, ils sont plus nombreux à juger le jardin mal fréquenté et peu chaleureux. Leur manque de familiarité avec le site génère également une plus grande difficulté à s'orienter dans le jardin.

Étant principalement motivés par le shopping, ce profil considère les Halles surtout comme un centre commercial et une station de métro/RER.

Leur pratique du jardin se 'limitant' à un lieu de rencontre, ils valorisent l'espace de repos (pelouses) et se prononcent en faveur de davantage de lieux de repos tranquilles.



Synthèse de la typologie

GROUPE 4 : Les riverains

Les riverains sont essentiellement des habitants du quartier / des arrondissements limitrophes, qui jouissent des bienfaits du jardin en 'voisins'. Le jardin est totalement inscrit dans leurs habitudes et pratiques quotidiennes, que ce soit en tant que lieu de passage ou en tant qu'espace de détente ou d'activités ludiques et sportives.

En effet, les riverains sont les usagers les plus fréquents des 4 profils d'usagers, avec une visite quotidienne, voire plus souvent. Le temps qu'ils y passent est fonction de l'activité : ainsi les passants et "promeneurs de chien" ne restent que 5 minutes alors que les personnes accompagnant les enfants au square, s'y installent pour plus de 2 heures.

En tant que riverains, ils se rendent à pied au jardin et proviennent le plus souvent de leur domicile (auquel ils retournent après leur visite).

Ils développent une bonne image du jardin qui, auprès de cette cible, détient une réelle identité de jardin public, distincte du Forum et de la zone d'échanges intermodaux. En tant que tel, le jardin représente un espace de vie et de détente de proximité, totalement intégré et approprié dans la vie quotidienne (lieu de jeux des enfants, de promenade des chiens, de footing, etc...) Il constitue ainsi un élément indispensable de leur vie et de la vie du quartier.

Les seuls 'reproches' s'inscrivent dans un léger déficit du sentiment de sécurité et de la dimension accueillante du site. Mais à l'inverse, ils n'éprouvent aucune difficulté à s'orienter dans ce lieu familier. Ils apprécieraient le développement et l'accroissement de zones ludiques et de détente (aires de jeux et allées de promenade).

En terme sociodémographiques, les riverains présentent un profil plus féminin, plus âgé que les autres groupes et davantage typé CSP aisé ou retraité/ inactifs (autre qu'étudiants).



Le Forum des Halles



5 groupes constitués

La typologie effectuée a permis de réaliser une partition de l'univers des usagers du Forum des Halles en 5 groupes :

	Nom du groupe	Poids du groupe
Groupe 1	Les shoppers hédonistes	25%
Groupe 2	Les fanatiques	17%
Groupe 3	Les shoppers critiques	22%
Groupe 4	Les passants	17%
Groupe 5	Les culturophiles	19%

Les tableaux descriptifs suivant présentent les résultats des groupes significativement supérieurs à l'ensemble.



Descriptif du groupe 1 : Les shoppers hédonistes

LES SHOPPERS HEDONISTES

25%

Qui sont-ils ?

- Femmes
- Jeunes



DEVISE :

« Le plaisir du shopping »

Usages et pratiques du Forum

Shopping détente

Se faire plaisir

Fréquence de visite occasionnelle

Attitudes générales

Assez bonne image du Forum

Valorisation de nombreux éléments d'ambiance (éclairage, accueil, chaleur, propreté, sentiment de sécurité) et la facilité d'accès

Attentes de développement

Aucune



Descriptif du groupe 1 : Les shoppers hédonistes

GRUPE 1 ' LES SHOPPERS HEDONISTES ' : 25%

Caractéristiques :

PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE	% Groupe 1	% Ensemble	% en pénétration
Motivation : faire des courses, du shopping	95%	62%	38%
Motivation : me promener	29%	20%	36%
Durée : entre 30 minutes et 2 heures	68%	53%	54%
Provenance : travail / études	37%	26%	35%
Destination : commerces du Forum des Halles	45%	32%	36%
Horaires de visite : après-midi	34%	27%	32%
Fréquentent le Forum entre 1 et plusieurs fois par mois	43%	29%	37%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une assez bonne image du Forum des Halles	65%	66%	37%
Les Halles c'est surtout un centre commercial	95%	89%	27%
Valorisent la dimension chaleureuse	72%	50%	36%
Se sentent en sécurité	85%	73%	29%
Considèrent le site comme bien fréquenté	81%	66%	31%
Considèrent le site comme bien éclairé	87%	76%	29%
Trouvent le Forum propre	79%	70%	28%
Valorisent le dimension accueillante	89%	63%	35%
Plébiscitent la facilité d'accès au site	99%	95%	26%
Attentes d'amélioration : NSP	26%	18%	37%
PROFIL SOCIO DEMOGRAPHIQUE			
16-24 ans	37%	31%	30%
Femmes	62%	54%	29%



Descriptif du groupe 2 : Les fanatiques

LES FANATIQUES

17%

Qui sont-ils ?

- Jeunes adultes
- CSP moyen/ modeste
- Foyers de 4 personnes ou +



DEVISE :

« Le Forum, j'adooore »

Usages et pratiques du Forum

Espace plus appréhendé dans la diversité des usages possibles

Activités diversifiées : commerces, convivialité, culture...

Forte fréquence de visite (très régulière) : le site leur paraît tout à fait indispensable

Aucun lieu ne concentre particulièrement leur préférence

Attitudes générales

Excellente image du Forum

Valorisation de l'ensemble des traits d'image d'ambiance et de fonctionnalités

Attentes de développement

Aucune



Descriptif du groupe 2 : Les fanatiques

GRUPE 2 ` LES FANATIQUES ` : 17%

Caractéristiques :

PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE	% Groupe 2	% Ensemble	% en pénétration
Motivation : faire des courses, du shopping (conforme à l'ensemble)	63%	62%	17%
Motivation : me promener (conforme à l'ensemble)	24%	20%	21%
Motivation : rencontrer des amis (conforme à l'ensemble)	23%	20%	20%
Provenance : lieu de résidence (conforme à l'ensemble)	57%	54%	18%
Provenance : travail / études (conforme à l'ensemble)	25%	26%	16%
Destination : commerces du Forum des Halles (conforme à l'ensemble)	34%	32%	18%
Destination : lieu de résidence (conforme à l'ensemble)	22%	19%	19%
Fréquentent très régulièrement le Forum	71%	60%	20%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une excellente image du Forum des Halles	100%	18%	95%
Les Halles c'est surtout : 1- un centre commercial (conforme à l'ensemble)	93%	89%	18%
Les halles c'est surtout : 2- un lieu culturel (cinéma, médiathèque...)	41%	30%	23%
Les halles c'est moins une station de métro/RER	31%	47%	11%
Valorisent le côté chaleureux du site	80%	50%	27%
Minimisent le côté stressant du site	58%	76%	13%
Fort sentiment de sécurité	89%	73%	21%
Considèrent le site comme bien fréquenté	89%	66%	23%
Considèrent le Forum comme bien éclairé	91%	76%	20%
Estiment le site propre	89%	70%	21%
Apprécient la dimension accueillante du Forum	90%	63%	24%
Jugent le site indispensable	71%	55%	22%
Parviennent plus facilement à s'orienter	56%	45%	21%
Attentes d'amélioration : rien	21%	13%	27%



Descriptif du groupe 2 : Les fanatiques

PROFIL SOCIO-DEMOGRAPHIQUE

	% Groupe 2	% Ensemble	% en pénétration
Moyenne d'âge jeune	31 ans	34 ans	/
Foyer de 4 personnes et plus	39%	31%	21%
CSP interviewé : employée	27%	16%	28%
CSP chef de famille : employée	25%	17%	26%%
CSP chef de famille : ouvrier	19%	11%	29%

LES SHOPPERS CRITIQUES

22%

Qui sont-ils ?

- 45 ans et +
- CSP interviewé : retraité
- Foyers de 2 personnes
- Foyers sans enfants de moins de 15 ans



DEVISE :
« Peut mieux faire »

Usages et pratiques du Forum

Fréquence de visite occasionnelle
Pratique exclusive de la dimension commerciale
Valorisation des espaces plus culturels

Attitudes générales

Image plus négative du Forum
Dévalorisation de l'ensemble des traits d'image, d'ambiance et de fonctionnalités du Forum

Attentes de développement

Equipements culturels
Commerces



Descriptif du groupe 3 : Les shoppers critiques

GRUPE 3 ` LES SHOPPERS CRITIQUES ` : 22%

Caractéristiques :

PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE	% Groupe 3	% Ensemble	% en pénétration
Motivation : faire des courses, du shopping	86%	62%	30%
Provenance : lieu de résidence	68%	54%	28%
Destination : commerces du Forum des Halles	56%	32%	38%
Durée : entre 1h et 2h	45%	29%	34%
Lieu d'enquête : Niveaux -1 et -2	38%	26%	32%
Fréquentent occasionnellement le Forum	49%	27%	39%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une image plus négative du Forum des Halles (mauvaise image)	27%	15%	39%
Les Halles c'est surtout : 1- un centre commercial	97%	89%	24%
Les halles c'est surtout : 2- une station de métro/RER	59%	47%	28%
Considèrent le Forum comme froid	94%	48%	43%
Estiment le Forum stressant	96%	76%	28%
Ne se sentent pas en sécurité	32%	23%	30%
Considèrent le site comme moins bien fréquenté	58%	66%	19%
Considèrent le Forum comme sombre	54%	23%	50%
Considèrent le site sale	47%	27%	37%
Déprécient fortement la dimension accueillante du site (pas accueillant)	81%	34%	52%
Jugent le site superflu	53%	40%	29%
Jugent un peu plus difficile d'accès	8%	4%	39%
Eprouvent des difficultés à s'orienter	80%	55%	32%
Attentes d'amélioration: 1- équipements culturels	43%	33%	29%
Attentes d'amélioration : 2- commerces	27%	21%	28%



Descriptif du groupe 3 : Les shoppers critiques

PROFIL SOCIO-DEMOGRAPHIQUE

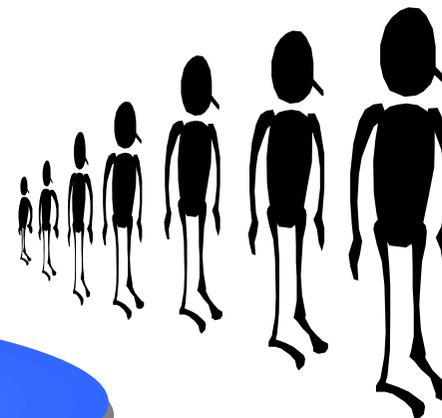
	% Groupe 3	% Ensemble	% en pénétration
45 ans et plus	30%	22%	30%
Moyenne d'âge plus élevée	36 ans	34 ans	/
Foyer sans enfants de moins de 15 ans	82%	74%	24%
Foyer de 2 personnes	33%	25%	29%
CSP interviewé : retraité	10%	5%	44%

LES PASSANTS

17%

Qui sont-ils ?

- CSP interviewé : aisée
- CSP chef de famille : aisée



DEVISE :
« Je ne fais que passer »

Usages et pratiques du Forum

Lieux de passage quotidiens pour se rendre au travail ou rentrer à son domicile

Le Forum n'est finalement entrevu qu'à travers le prisme des transports en commun.

La durée passée dans le Forum et les trajets réalisés génèrent une image assez défavorable du site.

Attitudes générales

Image négative du Forum

Dévalorisation de l'ensemble des traits d'image, d'ambiance et de fonctionnalités du Forum

Attentes de développement

L'accès aux transports en commun



Descriptif du groupe 4 : Les passants

GRUPE 4 ` LES PASSANTS ` : 17%

Caractéristiques :

PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE	% Groupe 4	% Ensemble	% en pénétration
Motivation : rencontrer des amis	33%	20%	28%
Motivation : transports en commun	16%	7%	39%
Motivation : je ne fais que passer/traverser	11%	5%	40%
Motivation : aller au travail	11%	7%	29%
Provenance : travail/études	44%	26%	29%
Provenance : transports en commun	6%	3%	36%
Destination : lieu de résidence	35%	19%	31%
Destination : transports en commun	10%	6%	29%
Durée de visite : moins de 5 minutes	18%	5%	64%
Durée de visite : entre 5 minutes et ½ heure	32%	20%	27%
Horaires de fréquentation : 17h/22h	43%	24%	31%
Fréquentent régulièrement le Forum : plusieurs par jour ou par semaine	44%	28%	27%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une image plutôt négative du Forum des Halles (mauvaise image)	47%	15%	54%
Les Halles c'est moins un centre commercial	81%	89%	16%
Les halles c'est surtout une station de métro/RER	62%	47%	23%
Considèrent le Forum comme froid	81%	48%	29%
Estiment le Forum stressant	92%	76%	21%
Ne se sentent pas en sécurité	54%	23%	40%
Considèrent le site comme mal fréquenté	67%	27%	44%
Considèrent le site sale	47%	27%	30%
Déprécient fortement la dimension accueillante du site (pas accueillant)	63%	34%	32%
Jugent le site moins indispensable	45%	55%	14%
Jugent un peu plus difficile d'accès	10%	4%	39%



Descriptif du groupe 4 : Les passants

	% Groupe 4	% Ensemble	% en pénétration
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE - suite			
Attentes d'amélioration : l'accès aux transports en commun	36%	26%	23%
PROFIL SOCIO-DEMOGRAPHIQUE			
CSP Interviewé : Aisée	34%	25%	24%
CSP chef de famille : Aisée	44%	35%	21%



Descriptif du groupe 5 : Les culturophiles

LES CULTUROPHILES

19%

Qui sont-ils ?

- 25-34 ans
- CSP interviewé : employée
- CSP chef de famille : employée



DEVISE :

« le Forum, ce n'est pas que des boutiques ! »

Usages et pratiques du Forum

Usage des équipements sportifs, culturels et conviviaux du Forum

Régularité et durée longue des visites

Attitudes générales

Image très positive du Forum

Valorisation de l'ensemble des éléments d'ambiance (chaleureux/ moins stressant/ propre/ bien éclairé...)

Attentes de développement

Infrastructures sportives



Descriptif du groupe 5 : Les culturophiles

GRUPE 5 ' LES CULTUROPHILES ' : 19%

Caractéristiques :

	% Groupe 5	% Ensemble	% en pénétration
PROFIL DE PRATIQUE ET D'USAGE			
Motivation : activités culturelles (cinéma, médiathèque)	38%	12%	63%
Motivation : rencontrer des amis	29%	20%	28%
Motivation moindre : faire des courses, du shopping	21%	62%	7%
Provenance : lieu de résidence	73%	54%	26%
Provenance : équipement sportif dans le Forum	2%	1%	67%
Provenance : jardin des Halles	2%	0%	100%
Destination : équipement culturel dans le Forum	17%	5%	65%
Durée de visite : 2 heures et plus	44%	21%	40%
Lieu d'enquête : Place Carrée / Nouveau Forum	44%	33%	26%
Fréquentent régulièrement le Forum des Halles	29%	16%	34%
Viennent en transports en commun	94%	85%	21%
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE			
Ont une bonne image du Forum des Halles	98%	83%	22%
Les Halles c'est surtout : 1- un lieu culturel	42%	30%	27%
Les halles c'est surtout : 2- un lieu de rencontre	31%	21%	28%
Les Halles c'est surtout : 3- un espace de pratique sportive	4%	2%	50%
Considèrent le Forum comme chaleureux	77%	50%	30%
Trouvent moins stressant que les autres profils	55%	76%	14%
Se sentent en sécurité	88%	73%	23%
Considèrent le site comme bien fréquenté	82%	66%	24%
Trouvent le site bien éclairé	87%	76%	22%
Jugent le site propre	87%	70%	24%
Estiment le forum accueillant	91%	63%	27%
Trouvent facile de s'orienter	56%	45%	24%



Descriptif du groupe 5 : Les culturophiles

	% Groupe 5	% Ensemble	% en pénétration
PROFIL D'ATTITUDE ET D'IMAGE - suite			
Attentes d'amélioration : les infrastructures sportives	32%	23%	27%
PROFIL SOCIO-DEMOGRAPHIQUE			
25-34 ans	36%	30%	24%
CSP Interviewé : employée	25%	16%	29%
CSP chef de famille : employée	23%	17%	27%



Synthèse de la typologie

GROUPE 1 : Les shoppers hédonistes

C'est par le prisme du plaisir consumériste que peut être définie la relation des shoppers hédonistes, principalement des femmes et des jeunes (moins de 25 ans), au Forum.

Pour eux, le shopping s'agrément d'une dimension promenade, ballade et non pas d'un shopping rationalisé.

Avec une durée de visite assez longue (entre 30 minutes et 2 heures), le Forum s'intègre bien dans la continuité travail/études en offrant un espace de shopping pratique. Ainsi leur fréquence de visite est régulière.

Eu égard à l'attractivité commerciale forte et variée offerte par le Forum, ces shoppers construisent ainsi une image positive du Forum.

En toute cohérence et grâce à leur bonne connaissance des lieux, ils sont sensibles aux éléments constitutifs d'un shopping agréable : la sécurité, endroit propre et accueillant, facilité d'accès...

Les Halles représentent avant tout et exclusivement un centre commercial.

Les attentes d'amélioration correspondent aux résultats d'ensemble (équipements culturels, restaurants...).



Synthèse de la typologie

GROUPE 2 : Les fanatiques

Les fanatiques sont les usagers les plus enthousiastes envers le Forum, ils en constituent des fréquentateurs très réguliers.

Leurs usages et pratiques évoluent sur un large spectre et ne font pas apparaître de différences significatives avec les résultats d'ensemble. Ils exploitent ainsi le Forum pour ces attraits commerciaux, conviviaux et culturels.

Ils développent ainsi une excellente image du Forum qu'ils envisagent surtout comme un lieu d'activité et moins comme un lieu de passage (station de métro/RER moins associé).

Ils revendiquent fortement l'existence et la nécessité du site et valorisent fortement les différents éléments d'ambiance et d'image (propreté, éclairage, fréquentation, sécurité, accueil...).

Leur niveau de satisfaction est tellement élevé qu'aucune attente d'amélioration n'émerge.



Synthèse de la typologie

GROUPE 3 : Les shoppers critiques

Les shoppers critiques s'avèrent être des usagers plus âgés que les autres profils. Ils fréquentent le Forum occasionnellement (moins d'une fois par mois) et ce, uniquement pour faire du shopping. Ainsi, ces usagers ont principalement été enquêtés sur les niveaux -1 et -2 du Forum.

Ils développent une image plutôt négative du Forum et associent le site, certes à un centre commercial, mais également à une station de métro/RER (avec toutes les connotations négatives que cela peut induire).

Ils transposent ainsi une vision de 'hall de gare' à l'ensemble du Forum : mal éclairé, mal fréquenté, difficulté d'orientation, sale, stressant, etc...

Autant d'éléments qui créent un attachement faible au site.

Leurs attentes s'ancrent sur le développement d'activités culturelles, pôle non encore investi aujourd'hui ce profil.



Synthèse de la typologie

GROUPE 4 : Les passants

Les passants sont des actifs issus de CSP aisée.

Le Forum est principalement envisagé comme un lieu transitoire, de circulation entre travail et transports en commun.

D'où des horaires de passage, des durées de visite et une fréquentation très régulière fortement corrélées à ce constat (moins de 5 minutes / visite quotidienne / entre 17h et 22h).

Ils construisent une image plutôt négative du Forum qu'il associe principalement à une station de métro/RER.

Le Forum n'est ainsi entrevu par eux qu'à travers le prisme d'une 'gare' ; ils déprécient les dimensions chaleurs, accueil, sécurité, reposant, fréquentation, etc...

Le site du Forum leur semble également moins indispensable, car ils ne perçoivent que peu la valeur intrinsèque du site (centre commercial).

En toute cohérence, leurs attentes se focalisent sur l'amélioration de l'accès aux transports en commun.



Synthèse de la typologie

GROUPE 5 : Les culturophiles

Les culturophiles sont plutôt des jeunes actifs, de CSP moyenne.

Ils exploitent davantage les facettes culturelles et conviviales du Forum des Halles et semblent moins motivés par la dimension shopping/courses. Ils ont ainsi été principalement enquêtés dans la zone 'Place Carrée / nouveau Forum'.

De par ces activités, leur durée de visite est importante (supérieure à 2 heures) et régulière.

Ils ont une image très positive du Forum des Halles et valorisent l'ensemble des éléments d'ambiance et de bien-être (chaleur / propre / bien fréquenté...).

En parfaite cohérence avec leur attrait pour les pôles culturels et sportifs du site, les individus qui présentent ce profil développent des attentes d'améliorations envers les infrastructures sportives.



Merci de votre attention !