

I. ATHANASSIADIS

S. MÉRIMANIS

**Les Flanades. Enquêtes d'opinion pour la  
revitalisation d'un centre commercial à Sarcelles**

*Les cahiers de l'analyse des données*, tome 12, n° 1 (1987),  
p. 63-90

[http://www.numdam.org/item?id=CAD\\_1987\\_\\_12\\_1\\_63\\_0](http://www.numdam.org/item?id=CAD_1987__12_1_63_0)

© Les cahiers de l'analyse des données, Dunod, 1987, tous droits réservés.

L'accès aux archives de la revue « Les cahiers de l'analyse des données » implique l'accord avec les conditions générales d'utilisation (<http://www.numdam.org/conditions>). Toute utilisation commerciale ou impression systématique est constitutive d'une infraction pénale. Toute copie ou impression de ce fichier doit contenir la présente mention de copyright.

NUMDAM

Article numérisé dans le cadre du programme  
Numérisation de documents anciens mathématiques

<http://www.numdam.org/>

# LES FLANADES. ENQUETES D'OPINION POUR LA REVITALISATION D'UN CENTRE COMMERCIAL A SARCELLES

## [FLANADES]

*I. Athanassiadis (1)*

*S. Mérimanis (2)*

### 0 Introduction

**0.1 Un centre commercial désert.** L'enquête qui est à l'origine de la présente étude a été entreprise par la municipalité de Sarcelles à la suite d'un événement assez particulier. La compagnie qui a construit la partie nouvelle de la commune (appelée encore aujourd'hui "Grand Ensemble" malgré ses 40 000 habitants) y aménagea un rectangle assez réduit qu'elle a baptisé "centre commercial régional des Flanades" et où coexistent des logements (vastes et chers) des bureaux (plusieurs dizaines de milliers de m<sup>2</sup>) et des locaux commerciaux (au rez-de-chaussée et en sous-sol).

Cette opération s'est soldée par un cuisant échec et le Grand Ensemble s'est trouvé, moins de cinq ans après l'ouverture des Flanades, avec un "centre" inhospitalier et presque désert.

C'est ainsi que des négociations ont été entreprises (entre les élus locaux et la compagnie propriétaire) en vue d'un aménagement viable du quartier et le slogan "revitalisation des Flanades" a été fabriqué pour les besoins de la cause. Pour ne pas être conduit aux mêmes déboires, l'idée d'une consultation de la population est née de façon assez naturelle.

---

(1) Docteur en statistique, chargé de cours à l'université de Corfou (Grèce)

(2) Docteur en statistique, chargé d'études au département recherche du CFPC (centre de formation des personnels communaux )

**0.2 Une enquête publicitaire:** L'enquête pour la consultation a été confiée par la municipalité à un bureau d'études privé qui a proposé une méthode à échantillon non représentatif construit de la façon la plus simple: on envoie des questionnaires à tout le monde et on étudie les réponses de ceux qui ont bien voulu répondre. Le bureau d'études possède affirme-t-il une "formule de redressement", secrète pour le commanditaire. Cette méthode a séduit la municipalité qui y voyait un moyen de sensibiliser la population sur la revitalisation des Flanades.

Un questionnaire a donc été élaboré conjointement par le bureau d'études et des employés municipaux. Dans le questionnaire s'est ajouté le thème du "nouveau centre-ville" qui devrait réunir les deux parties de la commune. En effet, le Grand Ensemble est séparé de la partie ancienne de la commune (appelée généralement "Village" et qui avec ses prolongements, abrite moins du quart de la population de la commune) par un no man's land large de plus d'un kilomètre ; un projet urbanistique de principe existe depuis longtemps pour le combler en y construisant un grand quartier d'habitation avec des équipements d'intérêt local et régional.

**0.3 Les questions - les thèmes.** Le questionnaire comprend 25 questions numérotées dont plusieurs sont multiples de diverses façons ce qui comme on le verra (§§ 0.2, 2.2) conduit à des difficultés de codage et d'interprétation et porte le nombre de questions à 40. Il est subdivisé en 3 parties d'où en fait ressortent quatre grands thèmes: les achats, loisirs, futur centre ville et, naturellement, les Flanades. Ces thèmes seront utilisés pour l'étude par bandes (§ 1).

Les questions sont d'autre part de trois sortes:

Questions de comportement (quel marché fréquentez-vous régulièrement?, allez-vous aux Flanades?), questions d'opinion (donnez-nous votre sentiment sur les équipements suivants, vos deux principaux souhaits en matière de loisirs à Sarcelles) et questions de situation. Ces dernières sont en somme assez maigres (quartier d'habitation, métier, date d'installation dans la commune).

- Le thème "achats" comporte uniquement des questions de comportement: fréquentation des différents marchés et grands magasins de la commune ou des communes environnantes et pour les divers produits nécessaires à la maison (aliments, vêtements, ameublement, électro-ménager). Six questions en tout pour lesquelles deux réponses sont possibles simultanément (fréquentation de deux marchés) sauf pour la question concernant les gros achats alimentaires (ce qui paraît inexplicable).

- Le thème "loisirs" est traité en quatre questions dont une d'opinion; toutes acceptent deux séries de réponses (hommes-femmes) sauf sur les activités de loisirs en semaine ce qui est encore inexplicable.

- Le thème "futur centre ville" n'a que deux questions d'opinion. L'une porte sur des équipements d'intérêt local (mairie, équipements culturels, dispensaire, espaces verts), l'autre sur des équipements régionaux (sous-préfecture, centre culturel régional, hôpital, hypermarché, "infrastructure" de loisirs très attractives) susceptibles d'y être construits. Les possibilités de réponse étant indépendantes, il s'agit en fait de 9

questions formulées toutes de façon identique: très favorable, favorable, hostile, sans opinion.

- Le thème "Flanades" comprend 12 questions aussi bien de comportement (y allez-vous ou non, qu'est-ce qui vous y attire ?) que d'opinion sur l'installation de divers équipements ou services.

- La dernière page est blanche et les habitants sont invités à y insérer des sujets de leurs préoccupations ou des propositions éventuelles.

**0.4 Représentativité de l'échantillon.** Ce questionnaire a été distribué dans toutes les boîtes à lettres des ménages (16 000 environ) et soutenu par une vaste campagne publicitaire organisée par la mairie. 3 500 exemplaires ont été retournés remplis. Le choix de répondre ayant été laissé à l'initiative de la population, l'échantillon obtenu ne peut en aucun cas être considéré comme représentatif.

On remarquera d'autre part que l'unité est la famille sans que ce soit dit explicitement, à l'exclusion de tout adulte qui pourrait cohabiter avec d'autre dans le ménage (ascendants, enfants, adultes etc.). Naturellement ceux-ci pouvaient remplir des questionnaires s'ils le désiraient. Plusieurs questions cependant proposent deux séries de possibilités de réponse; une pour les hommes, une pour les femmes, sans prévoir le cas où l'un des deux n'existe pas dans le logement. D'autre part les jeunes de 14-19 ans pouvaient répondre indépendamment.

Le champ couvert par l'enquête reste par conséquent assez imprécis d'autant qu'aucune indication sur l'âge ne figure sur le questionnaire. On pourrait le définir comme l'ensemble des familles traditionnelles (couples avec ou sans enfants) et de célibataires de plus de 19 ans sans précision d'une éventuelle cohabitation. Ceci ne permet guère de comparer le nombre de questionnaires remplis avec le nombre de ménages existants dans la ville.

Etant dans l'impossibilité pratique pour réaliser cette étude de prendre en compte l'ensemble de ces questionnaires nous avons changé de méthode.

Un échantillon représentatif des questionnaires remplis a été tiré par sondage systématique après les avoir divisés en deux strates en prenant comme base la question libre. En effet, dans la page blanche des 2 000 questionnaires environ où celle-ci a été utilisée une multitude de thèmes apparaissent ce qui conduit à des effectifs très réduits. Cependant leur intérêt est évident puisqu'on peut supposer que si ces thèmes étaient proposés par le questionnaire il y aurait beaucoup plus de réponses les concernant.

Nous avons donc pris en compte le 1/3 des questionnaires dans lesquels d'autres thèmes ont été évoqués et le 1/5 du reste. L'échantillon ainsi construit comprend 882 "familles".

**0.5 La démarche.** L'étude a été réalisée en deux étapes comme suit. Après un codage très analytique et donc lourd et la mise de côté de quelques dizaines de questionnaires (à grand nombre de non-réponse), une analyse par bandes (§ 1) nous a permis d'améliorer le codage (§ 2) et prendre en compte tous les questionnaires pour une analyse générale effectuée à partir du tableau logique (§ 3).

Les effets les plus importants du codage initial sont les suivants:

Les questions qui permettaient de choisir deux réponses (marché fréquenté, activités de loisirs et profession) parmi les possibilités présentées ont été codées en prenant en compte toutes les combinaisons possibles; soit (en tenant compte des choix à 0 ou 1 seule réponse)  $C_{K+1}^2 + 1$ . Le résultat est un nombre très élevé de modalités. Pour les deux questions qui combinent cette formulation avec la possibilité "homme-femme" la solution adoptée est de les considérer comme acceptant 4 possibilités, en créant ainsi une variable "familiale" (activités de loisirs).

L'analyse du contenu de la question ouverte a conduit à 32 thèmes (dont quelques uns existent déjà dans le questionnaire) que nous avons considéré comme autant de variables distinctes à deux modalités chacune. Le résultat est un nombre impressionnant de non réponse.

Le tableau logique construit ainsi a les caractéristiques suivantes:

$$\text{cardI} = 793, \text{card Q} = 69, \text{cardJ} = 333.$$

## 1 Analyse par bandes

Après avoir codifié les réponses fournies en (0.1) nous avons construit un tableau carré de dimensions 333 x 333.

Nous avons ensuite distingué quatre groupes de variables, selon l'homogénéité de leur nature qui ont constitué les quatre bandes de Burt, donnant lieu à quatre analyses: la bande achats, la bande loisirs, la bande centre ville, la bande Flanades. L'élément du reste de chaque bande est composé des non réponses aux questions propres de la bande et, s'il y en a, des modalités d'un poids très faible.

Chaque analyse par bande est suivie de deux classifications ascendantes hiérarchiques, l'une sur les modalités principales et l'autre sur l'ensemble des modalités. Mais cette fois-ci l'élément du reste n'est pas intervenu dans l'analyse des correspondances préalables.

Par la suite nous présentons les résultats de la bande relative au thème des achats qui paraît le plus intéressant du point de vue des résultats (voir aussi le § 3.2).

**1.1 Les achats.** Les six questions totalisent 70 modalités dont plusieurs à effectifs très réduits et même vides. Toutes ayant été rassemblées dans l'élément du "reste". Il est resté 52 modalités principales. Le tableau analysé a donc les caractéristiques suivantes:  $\text{cardI} = 333, \text{cardJ} = 53$ . On doit noter tout de suite que si les familles ayant participé à l'enquête effectuent leurs achats quotidiens aux commerces de leur quartier ou fréquentent le marché forain le plus proche il n'en est pas de même pour les marchés plus importants. Ainsi plus de la moitié effectuent leurs gros achats alimentaires (ACA) ou vestimentaires (modalités à l'initiale V) en dehors de la commune. Cette proportion devient 60% pour l'électro-ménager et 80% pour



l'ameublement. On ne s'étonnera pas par conséquent de retrouver ce comportement sur les axes factoriels.

Les inerties expliquées par les premiers axes sont

$$\begin{array}{ll} T1 = 18,1 & \text{mais le calcul par rapport au tableau de Burt donne } T'1 = 5,7 \\ T2 = 8,3 & T'2 = 3,1 \\ T3 = 5,9 & T'3 = 1,9 \end{array}$$

Le premier axe oppose les achats effectués au Village ( $F1 > 0$ ) aux achats dans la nouvelle partie de la ville ( $F1 < 0$ ) mais cette opposition se réalise avec les modalités des achats de proximité (quotidiens et fréquentation des marchés forains). En fait il traduit la coupure de la commune déjà remarquée. Cette coupure n'est pas seulement géographique comme en témoignent les autres modalités qui participent à sa formation.

Ainsi du côté positif de l'axe en dehors des modalités relatives aux achats effectués uniquement au Village et dans un autre quartier de la commune, on trouve des modalités comme DAT2 et DAT3 (installés avant 1955 ou depuis toujours), HPR9, FPR9 (retraités femmes ou hommes), FLA5 (aucune fréquentation aux Flanades) et un certain nombre de modalités "sans opinion" ou non réponse relatives aux questions concernant les Flanades. On trouve également les trois quartiers du Nord de la commune: Chauffour-Chardonnerette (CAR1), le Village (CAR2) et Chantepie-les Rosiers (CAR3).

Beaucoup plus intéressants du point de vue de l'enquête sont les deux axes interprétés dont le sens est très clair sur le plan (2,3) (Fig. 1). Sur ce plan on distingue trois groupes de modalités que nous retrouverons dans la classification. En fait il s'agit de trois sortes de comportements bien séparés:

Le groupe des achats hors Sarcelles: du côté positif du second axe dont plusieurs modalités sont assez proches de l'origine en raison de leur très grand poids (achats de vêtements, électro-ménager, ameublement hors Sarcelles, gros achats alimentaires à Garges ou ailleurs... etc.). les autres modalités sont les femmes employées, les hommes cadres moyens ou enseignants et une fréquentation réduite des Flanades en raison de la mauvaise ambiance ou du fait que les petits commerces ne sont pas attirants; on trouve aussi les modalités ACF4 et SAF4 (inutile d'aménager des locaux culturels ou des locaux administratifs aux Flanades).

Dans la partie ( $F2 < 0$ ) du plan les modalités relatives aux achats à Lochères (la nouvelle partie de la ville) sont disposées le long du troisième axe et séparées en deux groupes: achats aux Flanades du côté  $F3 > 0$  et achats dans le reste de Lochères du côté  $F3 < 0$ .

Les modalités situées dans les groupes de Flanades ACA3 (gros achats alimentaires et d'entretien aux Flanades), VFH, VFM (achats vestimentaires aux Flanades et hors Sarcelles ou au marché), AFH (achats d'ameublement aux Flanades

ou hors Sarcelles, (achats d'électro-ménager aux Flanades uniquement ou Flanades et hors Sarcelles) montrent qu'elle est considérée par une partie de la population comme un centre commercial non seulement de proximité. Naturellement les quartiers d'habitation sont les Flanades mais aussi les quartiers proches de celle-ci: Cholettes et les Vignes Blanches .

Le groupe achats au Grand Ensemble (en dehors des Flanades) est plutôt constitué par les modalités d'achats de proximité dans cette partie de la commune mais aussi VGE (achats de vêtements uniquement au grand ensemble) ou ACA2 (gros achats alimentaires dans le quartier). Les modalités de situation sont quartier mairie Annexe-Joliot Curie, FPR7 (ouvrière) et pas d'opinion sur le réaménagement des Flanades .

La classification a confirmé tous ces résultats (figure 2) et fait ressortir en plus une classe qui sépare, au plus bas niveau interprété, la classe "achats aux Flanades" de ce que nous pouvons appeler "proposition pour la restructuration des Flanades" et dont le sens se précisera à l'étude de la bande relative au thème des Flanades.

Figure 2 : Bande achat, classification de toutes les modalités

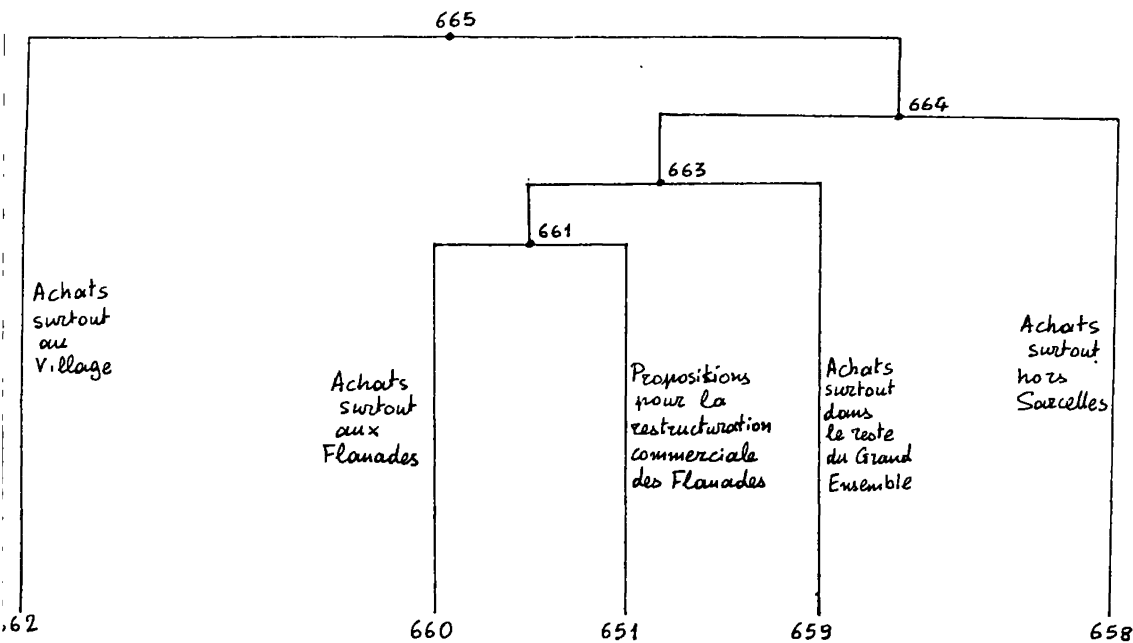
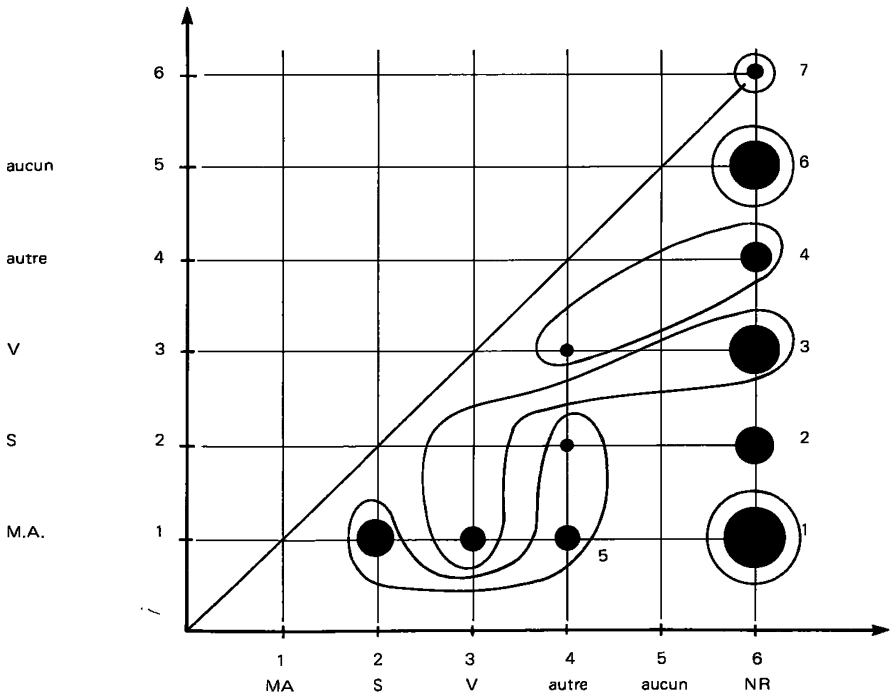




Figure 3: Regroupement des modalités de la variable "marché fréquenté régulièrement "

- 1 . M.A. Marché de la mairie annexe
- 2 . S. Marché des Sablons
- 3 . V. Marché du Village
- 4 . Autre Fréquentation d'un autre marché
- 5 . Aucun Pas de fréquentation de marché forain
- 6 . N.R. Non- réponse

AMR1 : Marché de la mairie annexe uniquement	277
AMR2 : Marché des Sablons uniquement	94
AMR3 : Marché du village ou marché du village	168
AMR4 : Marché hors Sarcelles uniquement ou marché du village et marché hors Sarcelles	41
AMR5 : Marché des Sablons et de la mairie annexe ou un des deux marchés et un autre hors Sarcelles	130
AMR6 : Aucun marché	159
AMR0 : Non réponse	13



## 2 Recodage variables synthétiques

**2.1 Le thème achats.** Le codage analytique retenu pour les questions à deux possibilités de réponse (§ 0.2.2) a conduit à un très grand nombre de modalités (11 à 16) dont plusieurs à effectif très réduit et même, parfois, nul. L'utilisation des résultats de l'analyse de la bande achats (§ 1.1) a permis de les regrouper (5 à 7). Le critère est la proximité sur les plans factoriels et l'appartenance à la même classe pour la CAH de la bande, conservant, toutefois, les modalités à effectif très élevé (en particulier les gros achats effectués en dehors de la commune).

La transformation de la variable AMR (marché fréquenté régulièrement) dont le nombre des modalités est réduit à 7 (au lieu de 122 initialement puisque "aucun marché" ne peut pas être couplé) expliquera cette démarche, illustrée par le graphique 3.

Sur ce graphique la surface des cercles est proportionnelle à l'effectif des modalités initiales: la question acceptant deux réponses, parmi les 5 possibilités proposées, les coordonnées de chaque cercle sont les possibilités choisies, par exemple le cercle (2,1) représente l'effectif des personnes qui fréquentent régulièrement le marché des Sablons et celui de la mairie annexe.

la "non réponse" est une possibilité supplémentaire puisque on peut ne fréquenter qu'un marché seulement. On remarquera que c'est justement le cas pour la majorité des répondants.

Il est évident que le graphique est symétrique par rapport à la bissectrice les deux réponses n'étant pas ordonnées.

D'une façon générale on notera que :

Toutes les modalités relatives aux achats du Village sont regroupées pour toutes les variables sauf pour les achats quotidiens pour lesquels l'importance du Grand Ensemble et des Flanades est assez grande (1-er axe de l'analyse). Il en est de même avec les Flanades surtout pour les achats importants (sauf Flanades et Village) qui traduit l'acceptation relative des Flanades comme centre commercial important (3-ème axe). Les achats hors Sarcelles d'effectif très élevé lorsqu'il s'agit de gros achats de la maison traduisant ici la pauvreté en commerces de la commune et ont été laissés tels quels (2-ème axe). Ce sont surtout ces modalités qui sont à l'origine du 2-ème axe (côté positif). Le marché forain fréquenté et les achats quotidiens sont généralement de proximité d'où l'importance du grand ensemble (2-ème axe négatif). Ce sont donc les modalités comprenant le grand ensemble (où est concentrée la plus grande partie de la population de la commune) qui présentent les effectifs les plus élevés.

**2.2 La variable ménage (MEN).** La scission de certaines questions en deux séries de réponses hommes-femmes (§ 0.3), crée une certaine ambiguïté puisqu'on passe du niveau famille au niveau individu (c'est-à-dire personne). On sait d'autre part que de nombreuses familles ne comportent qu'un adulte homme ou femme avec éventuellement des enfants (à Sarcelles 15 à 20% des ménages sont constitués d'une femme seule avec ou sans enfant).

Pour redresser cette situation une variable synthétique a été introduite que nous appellerons par la suite "composition du ménage" (nom codé MEN) en prenant en compte les quatre questions auxquelles une réponse séparée homme-femme est réclamée (profession, loisirs pratiques, propositions sur les loisirs, vie associative): si dans aucune des questions une réponse dans la colonne réservée n'apparaît on suppose que la famille est constituée d'un homme seul; dans le cas contraire il s'agit d'une femme seule. Si au moins dans une des quatre questions les deux colonnes sont remplies, on considère que la famille est constituée par un couple et l'homme est le "chef de famille". Le cas, théoriquement possible, pour la variable ainsi construite de non réponse, n'apparaît pas.

La notion de "chef de famille" permet de redéfinir les quatre questions concernées comme suit: chacune d'elle donne naissance à deux variables, une relative au chef de famille (qui peut être homme ou femme) et une relative au conjoint (qui est toujours une femme par définition); dans ce dernier cas une modalité supplémentaire "conjoint inexistant" a été introduite ce qui diminue notablement le nombre de non réponse à toutes ces questions.

Ces transformations ne nous ont pas permis d'éliminer le déséquilibre introduit par l'utilisation de deux unités (le ménage, l'individu); elles nous fournissent cependant quelques informations qui nuancent les résultats. On constate ainsi que presque la moitié des ménages (44%) sont constitués d'un homme ou d'une femme seule).

#### Composition du ménage (MEN)

MEN1 : Homme seul	191	22%
MEN2 : Femme seule	192	22%
MEN3 : Couple	499	56%

Si pour les hommes on peut supposer qu'ils ont remplis le questionnaire sans demander à leur épouse, pour les femmes une autre explication est possible: les "femmes seules" s'intéressent plus que d'autres catégories d'habitants à l'aménagement de la ville. Mais c'est surtout suivant les catégories professionnelles que les Sarcellois ont montré un intérêt inégal envers le questionnaire. On remarquera tout d'abord que la nomenclature utilisée est assez différente de celle de l'INSEE: (pas de catégorie "services", les enseignants sont compris parmi les cadres moyens tandis que les professeurs du secondaire sont considérés par l'INSEE comme des cadres supérieurs). D'autre part l'absence d'une possibilité "inactif" dans la grille proposée amène ceux qui se trouvent dans cette situation de laisser la question sans réponse. On constate donc que l'effectif des non réponse à la variable SP2 (profession des conjointes) atteint 31% (sur le total des 499 conjointes), tandis que pour les "chefs de ménage" n'est que 7,3%.

Le plus important est cependant le fait qu'en examinant la profession individuelle des 1 381 répondants (c'est-à-dire en comptant deux personnes pour chacun des 499 couples) on constatera que les ouvriers sont nettement sous représentés tandis que les cadres moyens sont la catégorie à l'effectif le plus élevé:

Non réponse	222
Petits commerçants et patrons	44
Professions libérales, cadres supérieurs	71
Cadres moyens, enseignants	381
Employés	338
Ouvriers	134
Autres actifs (armée, police)	58
Retraités	133
Total	1381

Au recensement de 1975 les cadres moyens représentaient 18% de la population active de la commune et les ouvriers 27%. Parmi les répondants ces catégories représentent 37% et 13% respectivement des actifs (à l'exclusion des non réponses et des retraités). Même avec la différence de définition l'écart est très important, et peut être expliqué par le fait que la catégorie assez vague de "cadre moyen" comprend un certain nombre de nouveaux métiers exercés par des personnes qui veulent être toujours présentes. Quant aux ouvriers, de par leur condition, du moins pour les étrangers, leur maîtrise de la langue, sont peu disposés à répondre aux questionnaires. Il reste que l'échantillon des répondants est dominé par ces catégories professionnelles intermédiaires (d'après la nouvelle nomenclature de l'INSEE).

L'importance de cette situation apparaîtra de façon flagrante puisque comme on verra ci-dessous l'hostilité envers les aménagements proposés dépend de la position des répondant sur l'échelle sociale.

**2.3 Attirance ou répulsion des Flanades.** Il s'agit de deux groupes de trois questions chacun, qui sollicitent l'opinion sur certaines caractéristiques du centre commercial. La formulation introduit une ambiguïté, aggravée par le nombre élevé de non réponse, induit lui-même par la formulation. Pour la répulsion par exemple nous avons une phrase d'introduction "qu'est-ce qui vous rebute le plus aux Flanades" suivie des trois questions à trois (1) modalités chacune (oui, non, sans opinion) portant sur trois comportements envers les Flanades :

C'est trop cher

Manque d'animation

Je ne me sens pas à l'aise.

On remarquera que le terme "rebuté le plus" implique que la réponse "oui" ne doit figurer qu'à une seule question. Evidemment il n'en est rien et l'ensemble prend le sens d'une question à trois possibilités de réponse.

(1) On peut se demander sur l'attirance du nombre "3" pour les rédacteurs du questionnaire.

Pour faire ressortir ce sens nous avons procédé à des regroupements basés sur le nombre de "oui" à partir du produit des trois questions (qui conduit à 64 modalités si on prend en compte les non réponses). Le résultat est le suivant.

#### Ce qui rebute aux Flanades (FRB)

FRB0 : Non réponses 14

FRB1 : Trop cher 79

FRB2 : Manque d'animation 63

FRB3 : Pas à l'aise 36

FRB4 : Trop cher et manque d'animation 120

FRB5 : Manque d'animation et pas à l'aise 138

FRB6 : Trop cher et pas à l'aise 47

FRB7 : Trop cher, manque d'animation et pas à l'aise 334

FRB8 : Ne dit pas être rebuté 51

#### Ce qui attire aux Flanades (FAT)

FAT0 : Non réponse 14

FAT1 : Les petits commerces 82

FAT2 : Suma et Prisunic 331

FAT3 : L'environnement et les loisirs 24

FAT4 : Les petits commerces et le Prisunic et Suma 182

- FAT5 : L'environnement - loisirs et Suma Prisunic 47  
 FAT6 : L'environnement et les petits commerces 15  
 FAT7 : L'environnements - loisirs, les petits commerces et Suma-Prisunic 50  
 FAT8 : Ne dit pas être attiré 130

On constatera que le nombre de non réponse (c'est-à-dire l'effectif des personnes qui ont laissé en blanc les trois questions initiales) et celui des "sans opinion" (FRB8 et FAT8) est très bas; mais aussi et surtout, le fait qu'une proportion élevée de répondants (38%) déclarent être rebutés "de tout" et l'attrance exercée par le Prisunic puisque 331 personnes (38% également) considèrent que c'est la seule chose qui les attire.

**2.4 La question ouverte.** L'analyse du contenu des 562 questionnaires où cette question était utilisée a donné 32 groupes d'expressions qui sont en général des critiques sur l'état actuel des Flanades ou de Lochères (donc des manques à corriger) ou des propositions pour l'aménagement futur. Parfois, il s'agit d'une formulation différente de sujets traités dans les questions fermées. Le codage initial considère ces groupes comme autant de questions à deux possibilités de réponse.

Pour éliminer l'alourdissement apporté par le grand nombre de thèmes qui conduit à des effectifs réduits et un grand nombre de non réponse lorsqu'on les considère comme des variables indépendantes (§ 0.5) un codage plus synthétique a été effectué: la "question" est considérée comme une variable que nous nommerons "autres préoccupations des Sarcellois" (nom codé QV). Les 32 thèmes introduits seront autant de modalités auxquelles nous avons ajouté une modalité supplémentaire pour prendre en compte les questionnaires dont la page correspondante est vide (320); c'est une sorte de non réponse dont le sens est "n'introduit pas de nouveaux thèmes" (nom codé QV00).

Cette variable, par définition, ne peut se rattacher à aucun des thèmes définis ci-dessus. De surcroît elle prend une importance particulière parce qu'elle est débarrassée de l'effet de formulation qui comme on verra régit les réponses aux questions fermées. Si, toutefois, on regarde de plus près on constatera que la plupart de ses modalités peuvent être regroupées en deux grandes classes.

- La plus importante concerne les possibilités de loisirs. Elle comprend une dizaine d'expressions formulées généralement comme une critique ou comme une proposition pour l'amélioration de la situation. Manque de loisirs pour enfants, jeunes ou vieux (modalité QV17, QV18, QV19 totalisant 115 références), spectacles meilleurs ou moins chers (38), plus de sports (56). Certains se réfèrent directement à Flanades: manque de restaurants, café, etc. (30). On doit ajouter la critique sur les espaces verts considérés insuffisants, ou mal aménagés par 117 personnes (QV14 qui a l'effectif le plus élevé).

- La deuxième catégorie rassemble les expressions qui critiquent l'aménagement de la ville en général (7 modalités) et des Flanades en particulier (4 modalités). On se plaint de l'insuffisance des parkings (67 personnes), de l'entretien, de l'éclairage ou la propreté des rues (102), de la circulation ou du bruit (33) ou on demande de meilleurs transports en commun (68 références). Pour ce qui concerne les Flanades on trouve sa construction mauvaise (57 personnes), qu'elle manque de petits commerces (71 personnes) ou de façon plus explicite on déclare "non à la grande surface, oui aux petits commerces" (67 références). D'autres, par contre considèrent que Flanades a besoin d'une grande surface (50) ou d'un grand magasin genre Tati (61 références).

Nous remarquons que ces dernières expressions reprennent ou précisent des possibilités de réponse existant dans le questionnaire (variable FSC et FTM en particulier). D'autre part on constatera que les opinions sont assez divergentes pour ce qui concerne les Flanades.

- Une troisième classe moins importante comprend des considérations générales sur la vie en ville qui ne sont pas dépourvues d'intérêt : insécurité, délinquance juvénile (44 personnes), trop d'étrangers ou nomades (22 références), manque d'emploi (35 personnes).

- Quelques expressions enfin se réfèrent à des équipements particuliers généralement prévus dans le questionnaire comme le besoin d'un hôpital ou dispensaire (33) ou des services administratifs (18).

### 3 Analyse générale

**3.0 Le tableau analysé et l'espace interprété.** Les transformations présentées au § 2 ont permis de réduire le nombre de variables et de modalités et construire un tableau logique dont les caractéristiques sont : card I = 882, card Q = 37, card J = 249.

Dans la suite nous analyserons ce tableau. L'analyse factorielle a été effectuée en mettant comme éléments supplémentaires les modalités de non réponse, les modalités redondantes (conjointe inexistante) et quelques modalités à effectifs très réduits: 7 de la variable QV (question ouverte), 3 de SP2 (profession de la conjointe) et FAT6 (attiré par les loisirs et les petits commerces).

L'application des formules [TAUX-QUEST.] nous permet de calculer les inerties des 6 premiers axes interprétés comme suit.

Les premières analyses factorielles ont montré que les questions peuvent être regroupées en 4 thèmes. Ceci était en quelque sorte prévisible dans la mesure où les questions concernant Flanades sont de deux sortes:

- celles relatives à la fréquentation du centre commercial

- celles relatives à son aménagement futur.

La première catégorie est proche du thème achats, mais les questions sont beaucoup plus précises:

FAT : ce qui vous attire à Flanades

FRB : ce qui vous rebute

FFR : régularité de fréquentation (jamais, de temps en temps, souvent, très souvent).

Les Flanades étant la raison d'être du questionnaire, on comprendra que ces trois questions sont liées à celles du thème achats qui sont elles, d'information (on ne demande pas pour les autres marchés, s'ils rebutent ou attirent). Ce thème sera appelé par la suite **fréquentation des marchés**.

La seconde catégorie comprend 5 questions relatives à l'aménagement futur des Flanades et sont donc proches par le sens au thème "nouveau centre". Les trois sont formulées de la même façon avec une nuance cependant: très utile, utile, inutile, sans opinion (tandis que pour le nouveau centre on demande si le répondant est très favorable, favorable, hostile, sans opinion). Les trois sont précédées de l'expression: "pour que les Flanades deviennent attirantes". Il s'agit de FAC (aménager des locaux pour l'animation culturelle), FEM (aménager des locaux pour des emplois, services), FPA (utiliser les grandes places pour des activités). Les deux dernières questions supposent que le répondant est déjà favorable à l'aménagement et sont plus précises: type de surface commerciale(FSC), type de marchandise à y trouver de préférence (FTM); leur formulation est donc différente.

Le regroupement de ces questions avec le thème du nouveau centre sera dans la suite le thème d'**aménagement futur**. L'espace se constituera autour de ces deux thèmes qui apparaissent indépendants à l'exception d'une relation due à la formulation des questions. D'une façon générale, la formulation des questions est à l'origine des cinq premiers axes: on trouve ainsi un espace à quatre dimensions (1, 2, 4, 5) créé par les modalités des 12 variables du thème d'aménagement futur formulées de façon quasi identique. Le thème de fréquentation des marchés est à l'origine du plan (1,6). Ici, c'est un effet de la disposition géographique mais la liaison des deux thèmes sur le premier axe est encore due à un ensemble de modalités "sans opinion" se retrouvant dans les deux thèmes. Le 3-ème axe est créé par une variable. La "constitution des ménages" (MEN), ce qui est encore un effet de formulation puisque un groupe de ces questions (profession, loisirs) étaient adressées à deux personnes du ménage (homme, femme). Un grand nombre de questionnaires (la moitié environ) se trouvent ainsi contenant plus d'informations et, en même temps, un changement d'unité s'opère puisque c'est la personne et non le ménage, qui est sollicitée.

L'importance de la formulation nous conduit d'une façon générale à interpréter les plans factoriels en utilisant les autres variables, en particulier pour ce qui concerne le thème d'aménagement futur.



Dans la suite, nous examinerons les plans (1,2), (4,5) et (1,6) qui présentent mieux l'espace interprété. Pour ce qui concerne l'opinion sur l'aménagement futur et ce qu'on doit mettre aux Flanades, ce sont surtout les plans (1,2) et (4,5) qui nous fourniront les éléments de réponse (§§ 3.1 à 3.3). Une typologie de l'ensemble des répondants enfin nous aidera à attribuer des effectifs aux diverses opinions mises en évidence par l'analyse factorielle (§ 3.4).

**3.1 Opinions particulières - plan (1,2).** Comme on peut le voir sur le graphique simplifié ci-joint, le plan (1,2) est créé par trois groupes de modalités d'effectif généralement faible:

- les habitants du Village (QUA2) ou de Chardonnerettes (QUA1) qui achètent tout au Village, parfois uniquement; ils sont retraités (SP18, SP28), ne vont jamais à Flanades parce qu'ils ne s'y sentent pas à l'aise. Premier axe:

- les modalités "hostiles" ou "inutiles" des 12 variables du thème "aménagement futur" pour lesquelles cette possibilité est prévue. Leurs effectifs sont souvent très faibles (de 20 à 80). Second axe.

- les modalités "sans opinion" des variables pour lesquelles cette possibilité existe: il s'agit des mêmes 12 variables relatives à l'aménagement futur et trois variables relatives à la fréquentation des Flanades, FRB8 (dit ne pas être rebuté), FAT8 (dit ne pas être attiré), FFR3 (on y va de temps en temps).

Du côté négatif du premier axe et plus près de l'origine, on trouve toutes les autres modalités du thème "fréquentation des marchés" et en particulier les modalités FFR1 et FFR3 (on va très souvent ou souvent à Flanades). Ceci nous permet de définir le premier axe comme l'axe de fréquentation des Flanades.

Le plus intéressant est cependant une sorte d'échelle créée par la variable FRB (est rebuté des Flanades par) dont les modalités se rangent comme suit par ordre croissant de fréquentation: (figure 4).

FRB3 pas à l'aise uniquement

FRB8 dit ne pas être rebuté

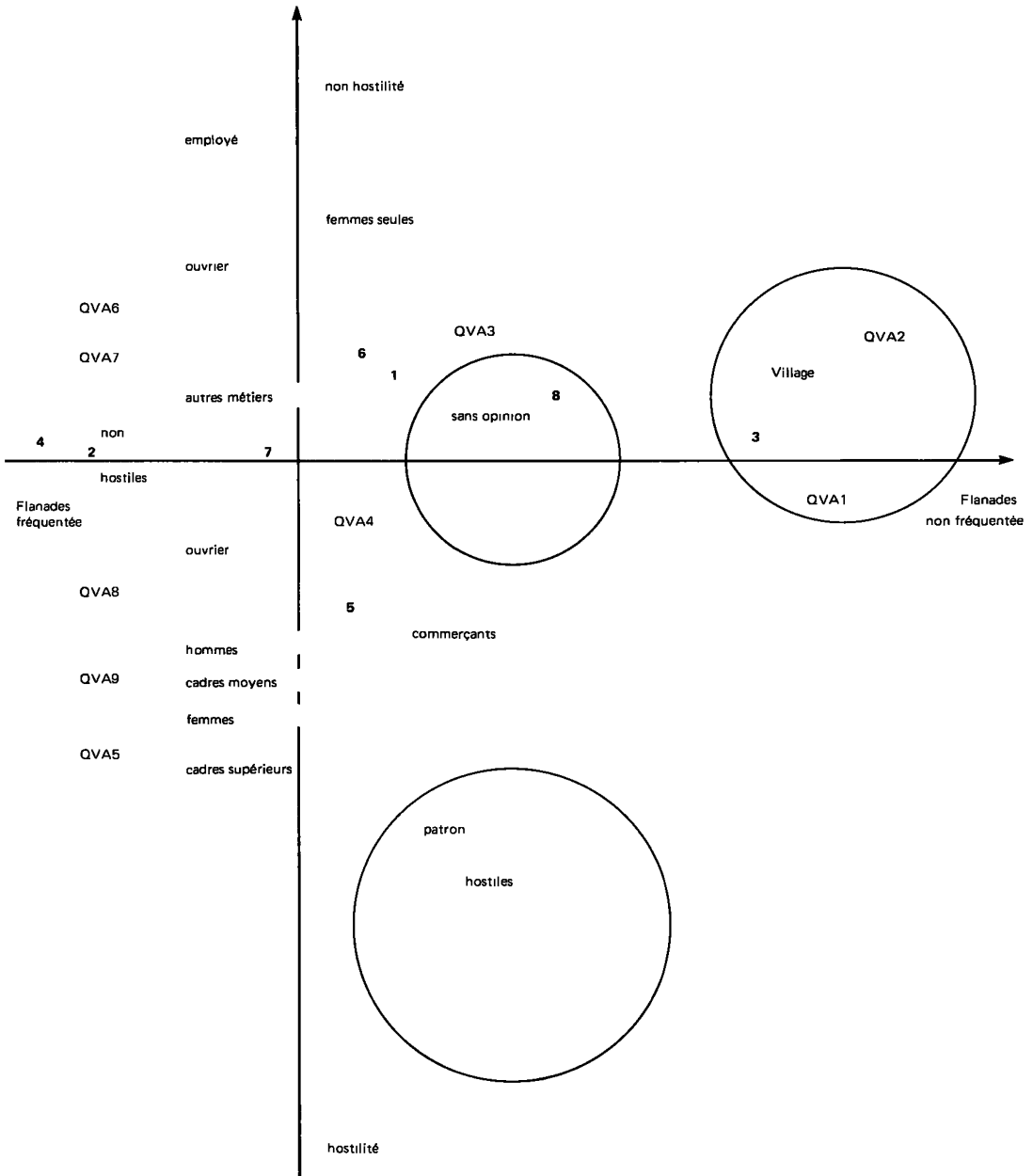
FRB1 & FRB6 trop cher uniquement ou trop cher et pas à l'aise

FRB7 rebuté de tout

FRB2 & FRB4 manque d'animation uniquement ou trop cher et manque d'animation.

Dire qu'on ne se sent pas à l'aise correspond au rejet sans appel de ceux qui n'y vont jamais parce qu'ils sont habitués au Village. Ne pas dire qu'on est rebuté de quelque chose est déjà une opinion plus nuancée et associer le "pas à l'aise" à "trop cher" est encore plus conciliant puisque cela suppose qu'on y va de temps en temps.

Figure 4: Analyse générale;plan(1,2). Les opinions particulières



6 FRB6 rebuté par (modalités en page )  
 graphique 4 Plan (1,2) de l'analyse générale

Etre rebuté de tout devient ainsi le comportement des habitants (338 personnes soit 38% du total des répondants) qui fréquentent le centre commercial et parlent en connaissance de cause; ils ne rejettent donc pas Flanades. Par opposition on peut conclure qu'être rebuté par le manque d'animation (qui correspond à une fréquentation assidue des Flanades) signifie qu'on se sent quand même à l'aise.

De la même façon le second axe s'interprétera comme celui de la non hostilité pour l'aménagement futur. Ne pas exprimer d'opinion apparaît ici aussi comme une opinion moins mauvaise que l'hostilité. On constatera ainsi que la grande majorité des répondants n'est pas hostile à l'aménagement futur (représenté par la densité des hachures sur le graphique).

Les deux variables de la profession (SP1, SP2) achèvent l'interprétation de cet axe en lui donnant un sens sociologique complété par QUA (quartier d'habitation) liée avec la profession. Les modalités de ces trois variables sont rangées presque en ligne droite le long de l'axe ce qui nous donne par ordre croissant d'hostilité:

Employé chef, employée, autre actif, ouvrière, cadre moyen chef, cadre moyen conjointe, cadre supérieur, patron. En somme les classes populaires sont plus favorables à l'aménagement futur tandis que les cadres moyens (qui comme on a vu dominant l'échantillon) ont une opinion intermédiaire.

On ne s'étonnera pas par conséquent de constater que les habitants de QUA7 et QUA6 (Sablons et mairie annexe - Joliot Curie) les deux quartiers les plus populaires ne sont pas hostiles à l'aménagement futur tandis que QUA5 (Cholettes) est très proche à la fois de la région "hostile" et des Flanades, mais c'est là où habitent les cadres supérieurs et les patrons.

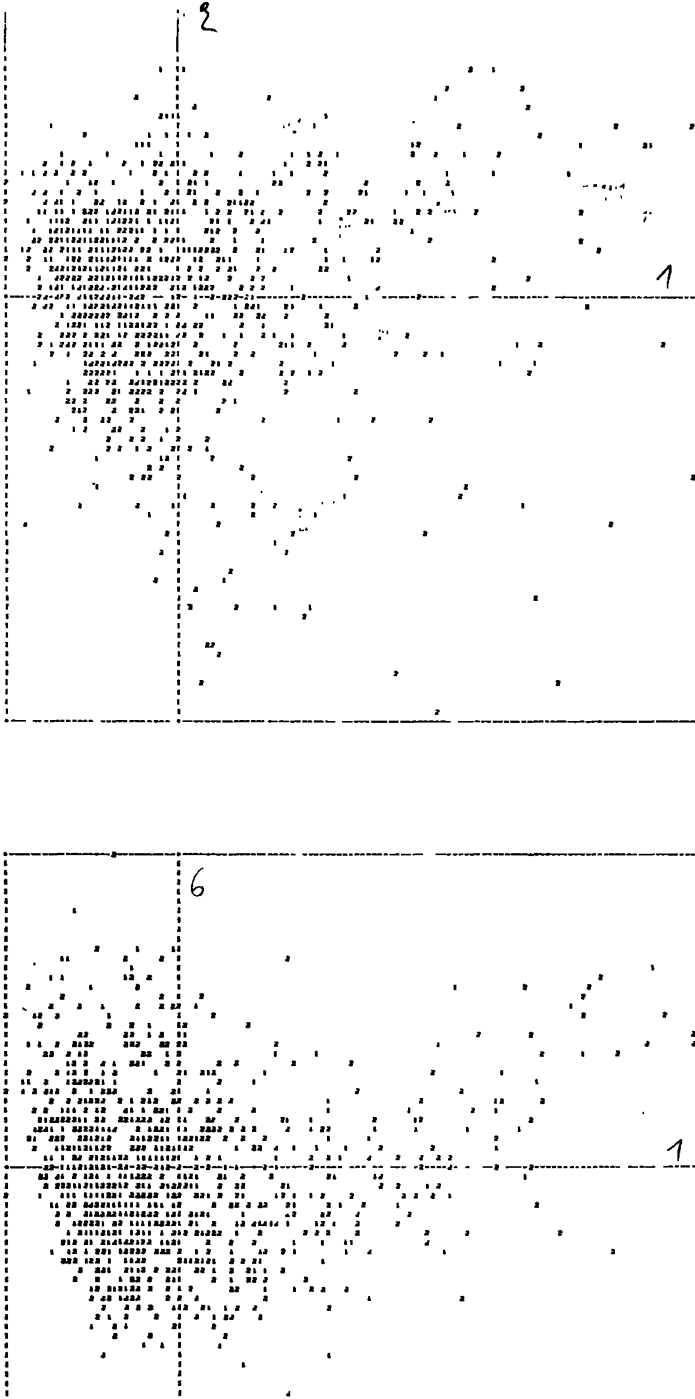
Un dernier résultat intéressant est obtenu par la position de MEN2 (femme seule) qui montre cette catégorie de la population plus favorable à tout ce qui concerne l'aménagement de la commune. La projection des individus sur le plan (1,2) met en évidence son sens "opinions particulières" (figure 5).

**3.2 La fréquentation des marchés - plan (1,6).** Nous avons vu que le premier axe est une échelle de fréquentation des Flanades. Le sixième est lui aussi construit à partir des variables du thème fréquentation des marchés. Il oppose les modalités du thème qui définissent un groupe de personnes achetant tout à ce centre commercial (que nous appellerons par la suite premier groupe) à ceux qui font leurs achats quotidiens (AQ06) en dehors de la commune (4-ème groupe de modalités). En particulier les gros achats alimentaires s'effectuent à Paris (ACA6).

Entre les deux groupes on distinguera:

- le 2-ème groupe de modalités relatives aux achats dans Lochères mais pas aux Flanades: grand ensemble uniquement pour les achats quotidiens (AQ04), marché forain des Sablons (AMR2), gros achats alimentaires dans un quartier de Lochères (ACA1).

Figure 5: Nuage des individus(plan(1,2) et plan(1,6))



- le 3-ème groupe qui comprend les modalités concernant les achats hors Sarcelles de produits durables (électro-ménager, ameublement, gros achats alimentaires) qu'on ne trouve pas en général dans le marché du quartier; elles ont des effectifs très élevés (jusqu'à 695 personnes pour l'ameublement).

Un léger effet Guttman nous permettra d'interpréter le plan dans son ensemble. Les modalités du thème "fréquentation des marchés" forment une chaîne autour de l'origine dont la branche de droite ( $F1 > 0$ ) est composée d'un cinquième groupe de modalités relatif aux achats dans le Village déjà décrit sur le plan (1,2).

Il existe donc une liaison fonctionnelle entre les variables du thème et quelques variables d'identification. Ainsi le quartier d'habitation est lié avec les achats quotidiens et la fréquentation des marchés forains. La courbe prend un sens géographique qui souligne la coupure de la commune. On ne s'étonnera pas par conséquent de constater que la modalité QUA9 (habitants des Flanades) est située dans le premier groupe (tous les achats se font à Flanades) et qu'ils y vont "très souvent" (FFR1). La proximité de QUA3 (Chantepie) au groupe 4 est moins évidente mais il s'agit d'un quartier construit après 1975 et ses habitants n'ont peut être pas encore perdu des habitudes acquises.

Cependant la position des modalités de FAT et FRB (ce qui attire et ce qui rebute aux Flanades) nous permet de constater que la signification géographique ne suffit pas pour expliquer cette configuration. On remarquera ainsi que dans le premier groupe de modalités figure FAT7 (attiré par tout) et FRB2 (rebuté par le manque d'animation), cette affirmation devient en quelque sorte l'opinion de ceux qui parlent en connaissance de cause. FAT3 (attiré par les loisirs) en bas du 6-ème axe représente le comportement des personnes qui ont résolu leurs problèmes d'achat autrement (hors Sarcelles); c'est ici qu'est situé FRB7 (rebuté par tout). Par contre la modalité FAT2 (attiré uniquement par le Prisunic) est située dans le 3-ème groupe (gros achats hors Sarcelles). Elle représente le comportement de ceux qui font leurs gros achats alimentaires ailleurs parce qu'ils n'y a pas de supermarchés à Sarcelles. Il s'agit de la modalité avec l'effectif le plus élevé (331). FAT0 (non réponse) se trouve naturellement parmi les modalités du 5-ème groupe (achats au Village) puisqu'il s'agit de personnes qui ne vont jamais aux Flanades (FFR4).

La fréquentation des divers marchés forains de Sarcelles ou les supermarchés des communes limitrophes ne reflète pas uniquement des considérations de proximité (les distances sont assez courtes) mais aussi de ce qu'on trouve ou qu'on s'attend à trouver au centre de la commune et même l'idée qu'on se fait de ce centre: (pas à l'aise pour les habitants du Village, attente des loisirs).

Et le sixième axe prend un sens qu'on pourrait appeler "ce qu'on attend des Flanades", en opposant ceux qui s'attendent à des loisirs et (ou) des petits commerces (FAT1, FAT3, FAT6) et sont rebutés de tout ( $F6 < 0$ ) à ceux qui sont attirés par tout (FAT7) mais critiquent le manque d'animation (FRB2, FRB4) du côté de ( $F6 > 0$ ). Au milieu, naturellement, les modalités relatives à l'attrance du Prisunic (FAT5, FAT7) choisies par la majorité des répondants, une sorte d'échelle de comportement, se crée ainsi qui ne semble pas liée à l'opinion sur l'aménagement futur. En effet, les modalités du thème ne participent pas à la création du plan à l'exception des "sans opinion",



situées à l'intérieur de la courbe, mais le 6-ème axe nous amène à entrevoir des différences d'opinion qui se clarifient sur le plan (4,5).

**3.3 Deux conceptions pour l'aménagement des Flanades - plan (4,5).** Le quatrième axe détaille les opinions non hostiles à l'aménagement futur. Du côté négatif les modalités "très favorable" pour ce qui concerne le nouveau centre ou "très utile" lorsqu'il s'agit des Flanades; plus près de l'origine les modalités "favorable" ou "utile" et du côté de F4+ les modalités "sans opinion" des 12 variables du thème.

Le cinquième axe oppose les opinions positives ("très favorable" côté F5+ au favorable ou utile f5-). On retrouve avec des coordonnées élevées sur le cinquième axe les modalités "hostile" ou "inutile" mais avec des contributions assez basses.

Cette configuration du plan semble être un effet de formulation mais elle reflète également le fait que les répondants expriment une opinion sur l'ensemble des questions (Flanades ou nouveau centre) sans détailler les divers équipements proposés. D'autre part les opinions non positives (hostile ou sans opinion) ont des effectifs généralement réduits qui les font apparaître comme un comportement particulier. Le plan (4,5) présente ainsi essentiellement une opposition entre les deux opinions à connotation positive et c'est à partir des autres variables qu'il sera possible de préciser cette différence.

On remarquera donc que la plupart des autres modalités se rangent suivant la bissectrice entre les deux groupes de modalités du thème d'aménagement futur.

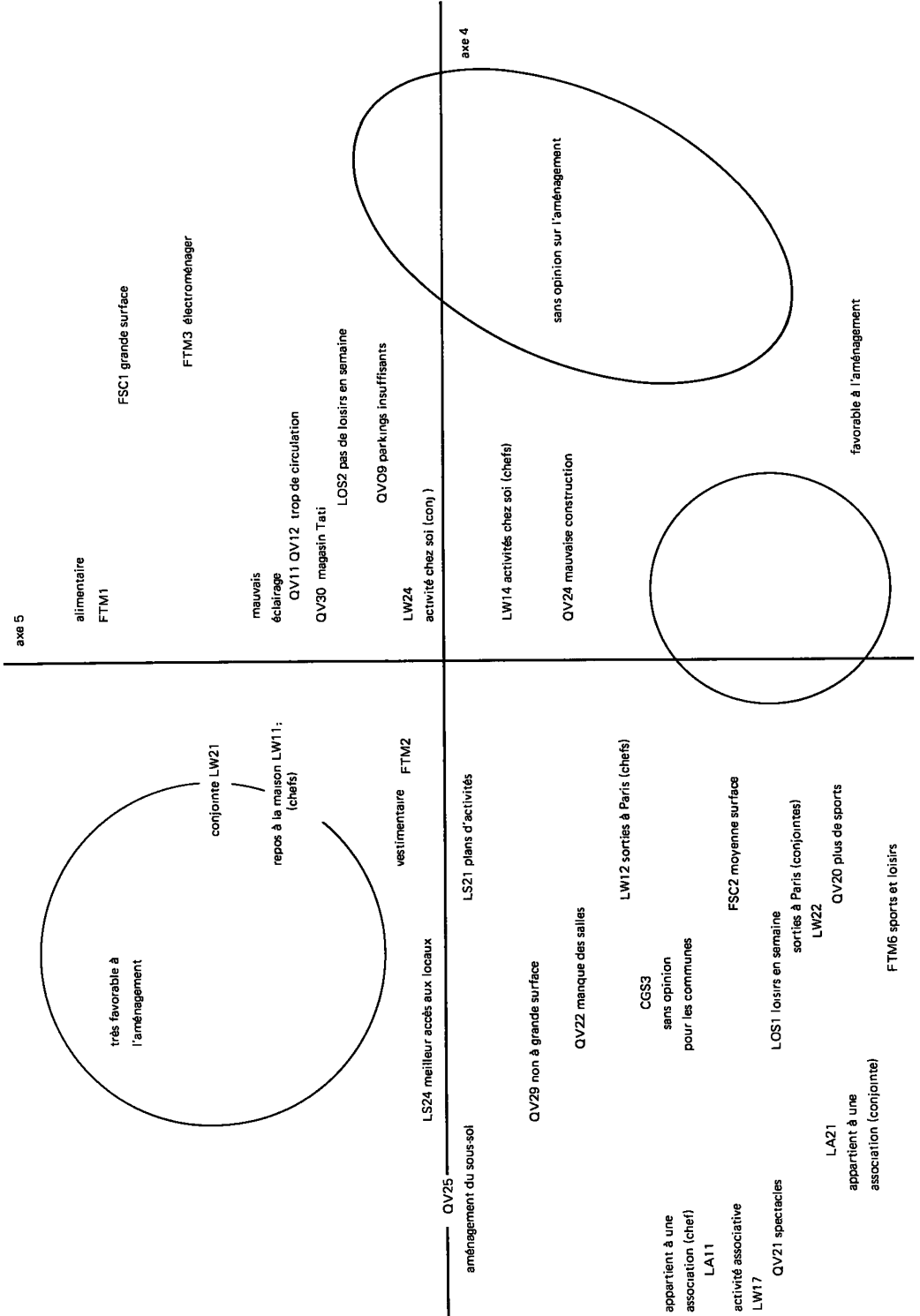
Dans le quadrangle (F4-, F5-) un ensemble de modalités relatives aux loisirs et aux petits commerces, loisirs en semaine (LOS1), adhérence à une association (LA11, LA21, LW17, LW27), sorties à Paris (LW12), attiré par les petits commerces des Flanades (FAT1), hostilité à une grande surface (CGS3), ou préférence à une moyenne surface

pour Flanades (FSC2) ou demande de sports et loisirs (FTM6). La plupart des expressions utilisées à la question ouverte relative aux loisirs et petits commerces sont également dans cette réponse: loisirs pour les jeunes (QV18), meilleurs et moins chers spectacles (QV21), non à une grande surface (QV29), plus de sports (QV20).

De l'autre côté (F4+, F5+) on trouve les modalités plus ou moins opposées à celles-ci, grande surface pour les futures Flanades (FSC1), précisée alimentaire ou électro-ménager par les réponses à la question correspondante (FTM1 et FTM2), pas de loisirs en semaine (LOS2) tandis que les loisirs pratiqués sont le repos à la maison (LW11, LW21), ou activités chez soi (LW24, LW14). Les modalités de la question ouverte sont QV11 (meilleur entretien, mauvais éclairage) QV12 (trop de circulation, bruit, limitation de vitesse), parkings insuffisants (QV09), demande d'un grand magasin genre Tati (QV30).

Il s'agit en réalité de deux conceptions différentes pour ce qui est un centre commercial. Une conception utilitaire exprimée par des personnes qui ne pratiquent pas de loisirs et pour lesquelles la ville doit être calme et bien arrangée et l'autre plus tournée vers les activités avec des magasins à la dimension humaine exprimée par des

Figure 7: Les opinions positives ; plan(4,5)





personnes elles mêmes plus dynamiques puisque leurs loisirs sont autre chose que le repos. Les deux conceptions ne sont pas forcément opposées et représentent ensemble l'opinion des habitants pour l'aménagement futur. On peut être favorable ou très favorable et avoir l'une ou l'autre des deux conceptions.

Nous ajouterons que la profession, malgré les contributions peu élevées nous donne une précision supplémentaire. Les cadres moyens (SP14, SP24) demandent plutôt des loisirs et petits commerces tandis que les employés et ouvriers (SP125, SP15, SP16, SP26) ont une conception plus utilitaire du centre commercial. Ceci pouvait être attendu d'après les autres plans interprétés mais la position des modalités SP18 et SP28 dans la région "très favorable" l'est moins puisque on a déjà vu les retraités se désintéresser complètement des Flanades. Nous pouvons conclure que les anciens habitants de Sarcelles se déclarent prêts à changer de comportement si le centre commercial est réaménagé.

Il en est de même avec le nouveau quartier de Chantepie (QUA3) dont les habitants espèrent peut être que l'aménagement futur leur permettra de ne plus faire leurs courses hors Sarcelles. On notera pour terminer que ce quartier fait en réalité partie du projet initial pour le futur centre de la commune.

**3.4 Typologie des répondants.** La classification ascendante hiérarchique nous permet d'évaluer l'importance des diverses opinions et comportements mis en évidence par l'analyse factorielle. Nous l'avons effectuée à partir de l'espace des 15 premiers axes et retenu une partition en 13 classes représentée sur la figure 8.

Au plus haut niveau la classe 1763 qui comprend les 882 individus-ménages se subdivise en deux classes le long du premier axe (1762 et 1761). La classe 1762 (208 personnes ou ménages) regroupe les répondants à comportement particulier c'est-à-dire les habitants du Village (classe 1759 avec 162 personnes) et les opinions hostiles (classe 1753) avec 46 personnes puisqu'ils cochent "hostiles" ou "inutile" aux questions sur l'aménagement futur. Parmi ceux-là 8 personnes (classe 1686) se distinguent n'ayant pas d'opinion sur le type de commerce à réaliser aux Flanades (FSC3) et habitent Chauffour-Chardonnerettes (QUA1) où ils se sont installés avant 1975 (DAT1, DAT2) tandis que le reste (classe 1742) habitent plutôt Cholettes (QUA5).

La classe 1759 comprend les anciens habitants de la commune qui ont été installés au Village ou à Chauffour avant 1955 (QUA1, QUA, DAT1, DAT2). D'une façon générale achètent tout au Village ou en dehors de Sarcelles (AQ01, AMR3, ACA3, AME3, AEL3, ACV3).

La séparation au niveau le plus bas retenu se fait encore sur des caractéristiques d'identification ou de fréquentation des marchés: classe 1751: 40 personnes ou couples, en général retraités (SP18, SP28) qui ne vont jamais aux Flanades (FFR4) et donc n'ont pas parfois d'opinion lorsqu'il s'agit de l'aménagement du centre commercial.

Les 222 ménages de la classe 1749 vont aux Flanades de temps en temps (FFR3) il leur arrive d'acheter des appareils électro-ménagers.

La classe 1761 (674 personnes ou couples) regroupe tous les répondant dont l'opinion est non hostile à l'aménagement futur. Le dipôle qui forme cette classe (1758, 1760) contribue pour près de moitié à la création du 3-ème axe qui explique 60% de l'inertie de chacune. Vu la signification de cet axe on interprétera cette séparation comme suit:

- 1760 comprend les personnes "seules"(conjoint inexistant) au nombre de 357 dont l'opinion non hostile peut être une absence d'opinion. En effet le dipôle qui forme cette classe est lié au 4-ème axe (COD = 400) ce qui permet de définir la classe 1737 ( 76 personnes) comme celle de "sans opinion". Les modalités qui contribuent à sa création sont toutes celles codées "44" du thème d'aménagement futur et en particulier CCR4 (centre culturel régional au centre ville),FEM4 (aménager des locaux d'emplois pour rendre Flanades attirantes) et CEC4 (aménagement d'équipements culturels au futur centre ville).

La classe 1756 (281 personnes) se sépare successivement en quatre classes le long des axes (4, 5, 6).

Il s'agit donc des opinions positives (très favorables ou favorables) relativement à l'aménagement futur. Ils n'appartiennent pas à une association (LA22) demandent plus de choix dans les activités (LS11) et sont très favorables pour l'aménagement d'un hôtel de ville dans le nouveau centre (CHV1).

Au niveau le plus bas, les quatre classes se distinguent suivant les variables du thème loisirs et des réponses à la question ouverte.

- 1750 (59) moyenne surface (FSC2)

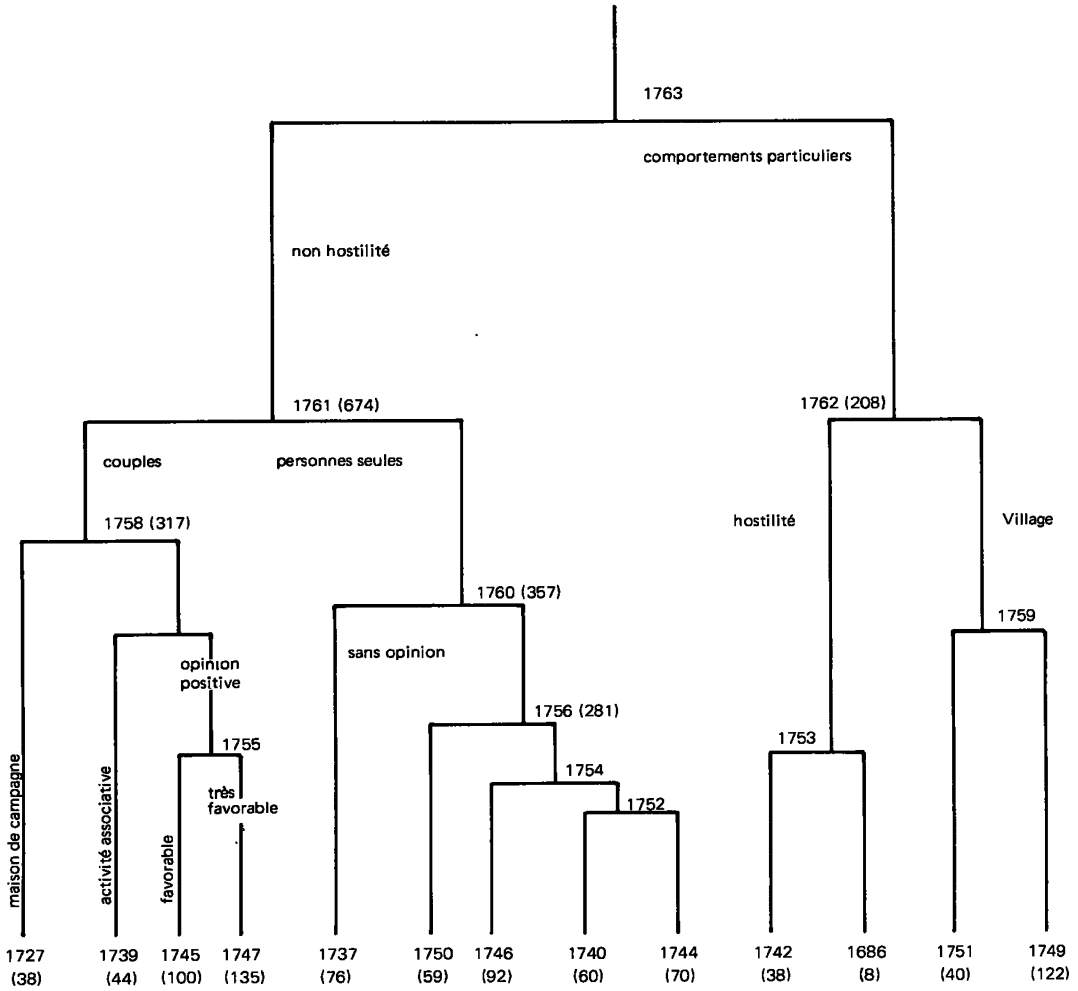
- 1746 (92) dit ne pas être attiré, ils trouvent très utile l'aménagement des locaux pour l'animation culturelle aux Flanades (FAC1), ils font des sorties à Paris (LS22) et rapportent à la question ouverte qu'il manque de salles et de loisirs pour les femmes (QV18, QV22).

La classe 1752 se caractérise par la demande d'une meilleure information (LS25) et est séparée en deux classes suivant l'attraction des Flanades.

- 1740 (60 hommes seuls) ils vont très souvent aux Flanades (FFR1) mais ils trouvent que c'est trop cher et manque d'animation (FRB4) tandis qu'ils sont attirés par les petits commerces et le Prisunic-Suma (FAT4) .

- 1744 (70 femmes seules) elles sont attirées par Suma uniquement et demandent des produits d'ameublement pour l'aménagement des Flanades.

Figure 8: C.A.H. des individus; les classes d'opinion



On voit que les "ménages d'une personne" ont des comportements et opinions très diverses mais ils sont en général non hostiles à l'aménagement futur et se distinguent sur le détail de ce qu'ils aimeraient trouver dans le centre commercial revitalisé suivant leurs activités qui sont souvent multiples. On remarquera que les "femmes seules" ont une opinion plus utilitariste.

La classe 1758 est, elle, constituée en majorité des couples (317) qui ont en général des opinions positives (très favorable ou favorable) pour l'aménagement futur. Elle se subdivise successivement en quatre classes.

La classe 1727 (38) est caractérisée par les ménages qui déclarent avoir une maison de campagne (LW13, LW23).

Les 44 ménages de la classe 1739 ont une activité associative (LW17, LW27) et demandent plus de sport (QV20).

La dernière classe qui comprend 235 ménages soit 26% du total des répondants (classe 1755) représente la conception utilitariste pour le centre commercial et est séparée au niveau le plus bas en deux classes:

- 1745 (100 ménages) favorables à l'aménagement futur
- 1747 (135 ménages) opinion très favorable.

S'il faut conclure pour donner une réponse simple au commanditaire nous pouvons remarquer que le groupe hostile à l'aménagement futur est très minoritaire (46 personnes-ménages). Tous les autres répondants sont favorables ou très favorables et trouvent utiles ou très utiles les propositions pour la revitalisation des Flanades en dehors d'une autre minorité (76 personnes) qui sans être hostiles déclarent ne pas avoir d'opinion là-dessus. En particulier les habitants du village (162 personnes ou ménages) ne sont pas hostiles ou sont favorables (les plus âgés) même si en raison de leurs habitudes ou de la coupure de la ville ne fréquentent pas les Flanades.

Par contre les opinions sur ce que le centre commercial doit être sont partagées et on voit se dessiner deux conceptions. L'une, utilitariste est exprimée en général par les ménages et des femmes seules à qui suffisent des supermarchés pour faire leurs courses à l'aise. L'autre conception, exprimée par les ménages à une activité associative ou les personnes seules voient dans le centre commercial un endroit plus dynamique où on peut avoir des activités de loisirs.

Le centre commercial doit satisfaire ces deux conceptions exprimées par la quasi totalité des habitants, du moins ceux qui ont été sensibilisés par l'enquête.

#### 4 En guise de conclusion

Lorsque ce questionnaire avait été lancé, les Flanades étaient un ensemble important de locaux commerciaux et de bureaux mais en grande partie vide. Un scandale financier avait même fait un certain bruit: des prête-noms touchaient des subventions de l'entreprise propriétaire des locaux pour ouvrir des commerces qui

faisaient faillite quelques temps après. La municipalité de gauche à l'époque avait une volonté affirmée de "revitaliser" le centre de la ville en transformant l'ensemble en un centre commercial populaire à l'image de la commune. Le but du questionnaire était en grande partie publicitaire (il a été envoyé à tous les ménages) et devrait justifier des (décisions arrêtées dans leurs grandes lignes (1). On voulait cependant transformer les Flanades en un centre qui dépasserait les limites de Sarcelles, en particulier vers les communes du Nord-Ouest dont la population est plus aisée.

Le centre commercial est construit depuis quelques années et intègre ces deux tendances. Il existe une "grande surface" mais aussi des boutiques de vêtements pour tout le monde (de mode pour les jeunes et un dépositaire de Yves Saint-Laurent pour les autres) plusieurs restaurants pour toutes les bourses (self-services bon marché et de petits restaurants spécialisés) et tous les services de la mairie qui reçoivent du public (dénommé centre administratif). En fait toutes les opinions non hostiles ont été satisfaites et le "centre commercial des Flanades" est un grand succès qui rayonne dans toutes les communes des alentours. Le changement politique de la mairie est en train de satisfaire les "hostiles" puisque la nouvelle municipalité a décidé de ne pas faire le nouveau centre-ville qui réunirait les deux morceaux de la commune (en remplaçant les bâtiments par un ensemble d'équipements de loisirs déjà amorcé avant les élections de 1983 par l'aménagement d'un lac). Dans la foulée, le dispensaire, très demandé par la population, et qui devrait se situer dans cette partie est également supprimé mais, sur le terrain prévu, une clinique privée s'installera pour augmenter sa capacité actuelle. La vocation du lieu ne sera par conséquent pas affectée!

S'il faut conclure pour donner une réponse simple au commanditaire nous pouvons remarquer que le groupe hostile à l'aménagement futur est très minoritaire (46 personnes-ménages). Tous les autres répondants sont favorables ou très favorables et trouvent utiles ou très utiles les propositions pour la revitalisation des Flanades en dehors d'une autre minorité (76 personnes) qui sans être hostiles déclarent ne pas avoir d'opinion là-dessus. En particulier les habitants du village (162 personnes ou ménages) ne sont pas hostiles ou sont favorables (les plus âgés) même si en raison de leurs habitudes ou de la coupure de la ville ne fréquentent pas les Flanades.

Par contre les opinions sur ce que le centre commercial doit être sont partagées et on voit se dessiner deux conceptions. L'une, utilitariste est exprimée en général par les ménages et des femmes seules à qui suffisent des supermarchés pour faire leurs courses à l'aise. L'autre conception, exprimée par les ménages a une activité associative ou les personnes seules voient dans le centre commercial un endroit plus dynamique où on peut avoir des activités de loisirs.

Le centre commercial doit satisfaire ces deux conceptions exprimées par la quasi totalité des habitants, du moins ceux qui ont été sensibilisés par l'enquête.

(1) De l'avis d'un des responsables qui s'était occupé de l'affaire les réponses devaient être contenues dans les questions et c'est ce que le bureau d'études qui a eu la commande a voulu faire.