

An aerial photograph of a French village. In the foreground, a large church with a green-tiled roof and multiple arched windows is visible. The village is surrounded by lush green vineyards and rolling hills under a clear blue sky.

La France des EXTRA

URBAINS

La société française vit une nouvelle révolution : la place du travail a évolué, la carte de France s'est transformée, les choix de modes de vie priment de plus en plus sur les choix professionnels, les vies s'allongent, la mobilité physique et plus encore virtuelle n'a jamais été aussi grande...

Tous ces changements ont contribué à réaménager le territoire, arrachant les Français à un vieux monde sédentaire dominé par la production. Une France extra-urbaine s'est reconstruite à côté de la ville, dynamique et entreprenante, redessinant les contours d'une nouvelle France.

La société des modes de vie

+25 ans

L'augmentation de l'espérance de vie au XXe siècle, aujourd'hui de 78 ans pour les hommes et 85 ans pour les femmes (source : INSEE 2010).

12 %

La part qu'occupe le travail dans notre temps de vie éveillée. Au début du XXe siècle, il représentait 40% de ce temps (source : Nouveau portrait de la France, J. Viard).

45 km

Le nombre de kilomètres parcourus en moyenne par les Français chaque jour. Au début du siècle dernier, ce nombre était de 5 km (source : Nouveau portrait de la France, J. Viard).

80 %

Le pourcentage de femmes qui ont un revenu salarié. En 1968, il était seulement de 48% (source : INSEE).

Ces chiffres en disent long sur les bouleversements de la société et l'avènement d'une civilisation où la vie longue est devenue banale. La France est entrée dans une époque et une économie de « l'à côté du travail structurant ». Multipliés par quatre, les temps libres y sont devenus producteurs des liens sociaux, de richesse, de mobilité, d'organisation des territoires. Au même titre que peut l'être le travail...

L'homme, ayant plus de temps libre à consacrer à lui-même, est donc devenu mobile, zappeur, en partie virtuel dans des rythmes bien plus irréguliers que la vie ne pouvait en réserver par le passé. Cette nouvelle société est une société de la mobilité des individus dans l'ensemble de leurs champs d'activités et d'existence.

L'avènement des sociétés mobiles



Les mobilités nous ont arrachés à un vieux monde sédentaire dominé par la production, souvent issu lui-même de l'exode rural et des migrations de la révolution industrielle.

Ces mobilités sont devenues la trame même de nos existences et des liens sociaux (...). Nous avons une société réorganisée par le déplacement ou l'individu mobile (...) gagne des possibilités et un savoir faire pour jouer avec ses territoires.

La société des modes de vie est celle d'une urbanité mobile qui se développe hors de la densité urbaine. Avec une conséquence : l'apparition de la ville-nuage.



La ville-nuage

L'espace urbain a augmenté de 19% en une décennie. Les villes occupent désormais 22% du territoire. Mais derrière ces chiffres se cache une autre réalité. C'est à la campagne que la croissance démographique est la plus importante et non plus dans « l'urbain central ».

La France connaît une accélération du nombre et de la taille des petites agglomérations

En vingt ans, 231 communes rurales ont vu leur population atteindre le seuil de 2 000 habitants agglomérés et sont donc devenues urbaines.

La superficie des petites unités urbaines est celle qui le plus augmenté (+ 9 700 km²). Elles expliquent plus de la moitié de la croissance de l'espace urbain, alors que 16% de la population urbaine y vit.

La densité des territoires urbains diminue

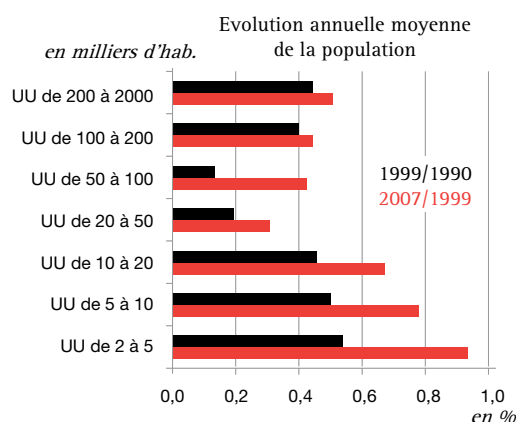
On compte en moyenne 400 habitants au km² dans l'espace urbain, contre 600 jusqu'en 1962. Cette diminution s'explique par l'extension des surfaces urbanisées, souvent sous la forme d'un habitat pavillonnaire avec jardin, et un étalement urbain le long des routes.

L'espace rural et les petites unités urbaines gagnent plus d'habitants

Entre 1999 et 2007, la population urbaine a augmenté de 4,6%, la population rurale de 9%.

Le dynamisme démographique est également fort dans les unités urbaines de moins de 50 000 habitants (*graphique*).

Source : INSEE Première, août 2011



Une nouvelle population : les extra-urbains

On pourrait appeler extra-urbains les habitants qui ont fait le choix de quitter l'urbain central comme lieu résidentiel. Urbains, ils le sont toujours, bien sûr, mais ils habitent ailleurs. Ils sont les habitants de la ville-nuage, mais aussi de la toile TGV.

Jean Viard

EXTRA

URBAINS

L'archipel des extra-urbains

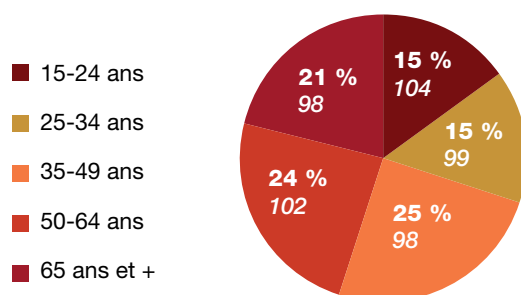
La ville-nuage des extra-urbains a pris le pas sur la France rurale et agraire (...). Les extra-urbains vivent d'abord comme des urbains, aussi bien par les kilomètres parcourus, les consommations, l'éducation des enfants, que par leur inscription dans un monde du travail de bi-actifs ou leurs usages intensifs d'internet et des portables.

Jean Viard



Des Français
comme les autres !

La structure d'âge des extra-urbains
est similaire au reste de la France



En italique, indice vs pop. française

A travail équivalent... revenu
équivalent

56% des résidents d'agglomérations de moins de 50 000 habitants sont actifs (ind. 102).

Deux personnes sont actives dans 44% des cas (ind. 107).

70% des foyers ont un revenu net moyen compris entre 1 500 et 5 300 € (ind. 101). 21% gagnent entre 3 000 et 5 300 €.

Salaire net moyen par ménage, France 2008 = 2 519 €

Un rapport à la consommation et
un taux d'équipement en tout point
commun au reste des Français

67% sont équipés d'un ordinateur de bureau (ind.102), 68% d'un lecteur blu-ray (ind. 100), 80% d'un mobile (ind. 98), 72% ont un accès Internet (ind. 97).

33% sont méga-consommateurs (ind. 99), pour 41% l'argent aide à profiter des bons côtés de la vie (ind. 99), 39% aiment faire du lèche-vitrines (ind. 95).

Sources : Simm-TGI 2011



EXTRA

URBAINS



L'univers extra-urbain se différencie sur deux points, la famille et les enfants

51 %

Le taux de foyers « extra-urbains » composés de + de 3 personnes (ind. 117).

66 %

Le pourcentage qui répond « Ce que je veux surtout c'est avoir des enfants et les élever » (ind. 107).

50 %

Le taux de fréquentation de la restauration rapide (ind. 102). Ce taux atteint 108 pour les McDo.

42 %

Le taux d'équipement en matière de consoles de jeux (ind. 106).

Lieu de vie familiale par excellence, le logement est donc particulièrement valorisé

Sur les 27 millions de logements que compte la France, plus de quinze millions sont des maisons individuelles, dont 89 % avec jardin. Là est la clé. Les maisons sont devenues les lieux privilégiés où se déploient les sphères virtuelles d'information et de culture (Internet, musique, télévision, livres...). Les espaces extérieurs, eux, se sont extraordinairement développés : jardins, terrasses, piscines.

Logiquement, les sujets de consommation des extra-urbains illustrent cette nouvelle réalité.

- **Cuisiner** : 45% considèrent la cuisine comme la pièce la plus importante du foyer (ind. 120).
- **Décorer** : 26% sont des méga-consommateurs de déco (ind. 110).
- **Jardiner** : 62% ont acheté des plantes au cours des 12 derniers mois (ind.113).
- **Bricoler** : 19% considèrent le bricolage comme un poste de dépense important, 30% ont dépensé plus de 300 € sur un an (ind.137).

Une famille-tribu réinventée

74 % des extra-urbains déclarent que la famille est leur activité préférée. Autrement dit, dans la culture extra-urbaine, il y a une recherche de convivialité et de famille qui correspond bien aux quête de notre époque.

Jean Viard

EXTRA

URBAINS

Une opportunité pour la communication extérieure

Les extra-urbains sont sous-consommateurs de médias traditionnels

Parce que le logement est le haut lieu de leurs relations sociales et qu'ils y investissent à la fois du temps et de l'argent pour l'aménager, les extra-urbains accordent un peu moins de temps à la consommation médias.

Consommation médias des extra-urbains	% de moyens et gros exposés	Indice vs pop. urbaine
Télévision	57%	98
Presse	58%	94
Radio	53%	101
Internet	44%	93
Cinéma	28%	74

Moyens et gros exposés = ex. TV + 2h30 par jour ; ex. radio + 0h45 par jour.

Source : Simm-TGI 2011

Une formidable exposition à la communication extérieure



La société mobile est mieux que jamais incarnée par les extra-urbains : 32% parcourent plus de 15 000 km par an en voiture (ind. 160), 29% se déplacent plus d'une heure par jour (ind. 107), 25% parcourent plus de 20 km pour se rendre au travail (ind. 168).

Ces chiffres témoignent de l'indéniable potentiel d'exposition des extra-urbains à la communication extérieure.

Et Clear Channel, fort d'un maillage du territoire inégalé, est le seul acteur du marché à pouvoir couvrir cette population grâce à des offres exclusives : ExtraCité et Affluence 4.

Clear Channel en action



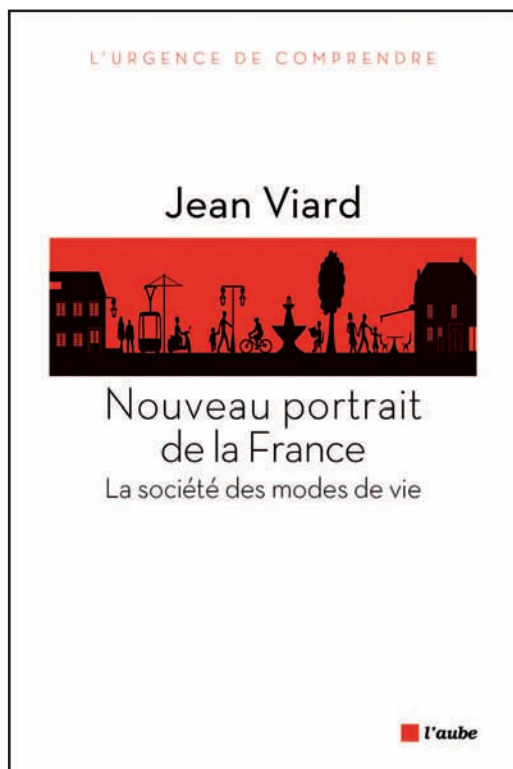
ExtraCité est l'offre nationale de couverture des extra-urbains proposée par Clear Channel. Elle s'appuie sur 618 « bassins de vie Insee » couverts par 6 000 faces 2m², garantissant près de 6 millions d'audience (audience 15+) et 80 millions de contacts.

Affluence 4 est l'offre locale constituée de 6 000 faces 4m² réparties dans 214 réseaux situés sur les communes péri-urbaines des grandes agglomérations. Elle est conçue pour communiquer localement, 2 semaines durant, auprès des extra-urbains.

EXTRA

URBAINS

En savoir plus sur les extra-urbains



Jean Viard est sociologue et directeur de recherches CNRS au CEVIPOF, Centre de recherches politiques de Sciences Po. Il est l'auteur notamment de *Éloge de la mobilité* (2008) et de *Fragments d'identité française* (2010), chez le même éditeur.

Extrait du livre

La ville-nuage des extra-urbains a pris le pas sur la France rurale et agraire. Certes l'Est et le Nord, le centre du Massif central, l'intérieur de la Bretagne restent un peu à l'écart du mouvement. L'ancienne diagonale du vide, trouvaille de Roger Brunet, opère encore. Mais cela ne doit pas cacher le mouvement d'ensemble : l'augmentation constante de la population française se diffuse maintenant sur l'essentiel du territoire avec une prime aux littoraux, à la périphérie de Paris et à des villes à fortes qualités patrimoniales. L'archipel des extra-urbains progresse et se mélange avec la France paysanne pour peu à peu coproduire une France verte qui se rassemble lentement, et difficilement, dans une même communion avec ce qui pousse, ce qui vit, ce qui fait nature et campagne. En contrecoup, l'exode rural est terminé. L'hémorragie paysanne continue, mais la dépopulation des campagnes est quasiment partout stoppée par la ville-nuage qui s'y installe ; de nombreux cantons se repeuplent, parfois fortement. Aussi le peuple des champs change-t-il. Hier majoritairement ouvrier et paysan, il est aujourd'hui plutôt cadre et retraité, surtout vers le Sud.

(pages 153-154)

Autres ouvrages de référence

Alain Bourdin, *L'urbanisme d'après crise*

Bertrand Hervieu, Jean Viard, *L'archipel paysan. La fin de la république agricole*

Philippe Laget, *Les chiffres d'une planète de fous... ou de l'urgence d'un développement durable*

EXTRA

URBAINS



 **Clear Channel**

4, place des Ailes – 92641 Boulogne-Billancourt cedex

Tél : 01 41 86 86 86

www.clearchannel.fr