



Les français et les villes & villages fleuris



Un label au service
de la qualité de vie

Résultats de l'enquête
CNVVF/IPSOS - Juin 2011



Edito

Le Conseil national des Villes et Villages Fleuris a lancé en 2009 une réflexion de fond dans le but de faire évoluer à la fois le processus de labellisation et les outils de communication.

Ce vaste chantier concerne le réseau départemental et régional qui anime le label, mais aussi, bien sûr, les nombreuses communes labellisées ou en attente de l'être. Il s'appuie sur une méthode de concertation avec tous les acteurs, sans négliger l'écoute du grand public.

Grâce à cette démarche, le CNVVF veut se donner les moyens d'apprécier au mieux les perceptions, les besoins et les attentes à la fois des structures départementales et régionales en charge du label, mais aussi les attentes des communes et de leurs habitants.

C'est cette dernière phase d'analyse auprès du grand public que nous vous présentons ici. Elle a été menée par la société d'études IPSOS, avec le soutien technique de l'agence conseil Marque et Management, auprès d'un panel de 1000 personnes qui habitent tout aussi bien dans les communes labellisées que non labellisées.

Les résultats de cette étude illustrent la notoriété du label Villes et Villages Fleuris et viennent conforter son potentiel de développement. Ils nous encouragent à moderniser et professionnaliser encore plus la démarche de labellisation en y associant nos multiples partenaires.

Paul Roncière

Préfet (h)

Président du Conseil national
des Villes et Villages Fleuris

Sommaire :

Présentation de l'enquête et méthode.....	4
Le baromètre de la qualité de vie des communes.....	5
Le végétal, meilleur levier pour la qualité de vie dans les communes.....	6
Une meilleure qualité de vie dans les Villes et Villages Fleuris.....	7
Villes et Villages Fleuris, un label très connu.....	8
Villes et Villages Fleuris, un label très qualitatif.....	9
Villes et Villages Fleuris, un label largement plébiscité.....	10
Villes et Villages Fleuris, un label incitatif.....	11

Présentation de l'enquête :

A l'occasion des cinquante ans du label, le Conseil national des Villes et Villages Fleuris a décidé d'engager une réflexion sur l'évolution de sa marque avant de mettre en œuvre sa stratégie de communication.

Une première étude réalisée en 2010 avec Marque et Management auprès des acteurs du label (communes, intercommunalités, départements et régions) a permis de mettre en évidence la perception et les attentes des collectivités vis-à-vis du label. Entre tradition et modernité, le réseau souhaite que la démarche soit clarifiée et mieux positionnée. Fort de ces premiers résultats, le CNVVF avait projeté dès le départ une analyse complémentaire auprès du grand public afin de croiser les regards des collectivités et de leurs habitants.

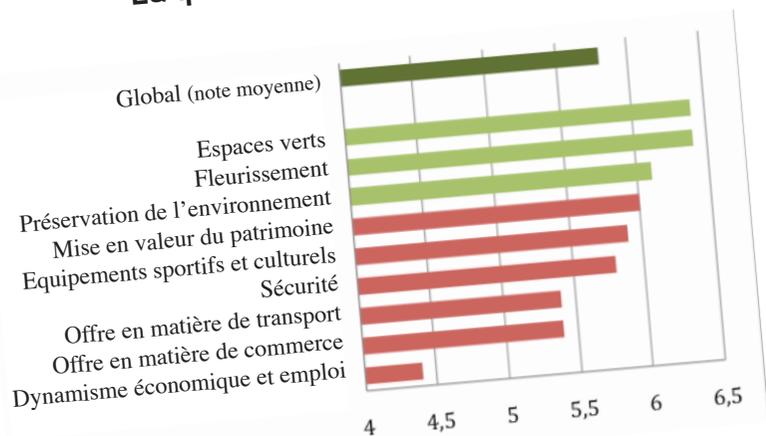


Méthode :

Le sondage a été réalisé par la société d'étude IPSOS pour le Conseil national des Villes et Villages Fleuris, avec l'appui technique de Marque et Management, sur la base d'un échantillon de 999 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Parmi cet ensemble d'individus, 471 personnes vivent dans des communes labellisées et 528 vivent dans des communes non labellisées. Cette enquête a été réalisée par internet, du 17 au 22 juin 2011, via l'Access Panel d'Ipsos selon une méthode des quotas basée sur le sexe, l'âge, la profession du chef de famille, la région, la catégorie d'agglomération et le nombre de fleurs pour les communes labellisées.

La trame de l'enquête a été constituée sur la base de trois principaux volets. Le premier interroge les Français sur la qualité de vie dans leur commune de résidence. **Ce volet est un baromètre de la qualité de vie sans que soit évoqué le label des Villes et Villages Fleuris.** Il permet également d'identifier les éléments de qualité de vie plébiscités par les habitants. Le second volet répond à l'intention du CNVVF de **mesurer la notoriété et l'image du label** auprès du grand public et le dernier volet, **d'apprécier la valeur incitative du label et les attentes du public.**

La qualité de vie notée de 1 à 10



Question posée :

Parlons de la qualité de vie dans votre commune de résidence. Pouvez-vous donner une note de 0 à 10 pour chacun des domaines suivants ?

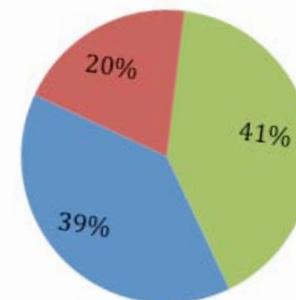
5,8/10
c'est la note globale donnée par les Français sur la qualité de vie dans leur commune de résidence.

Cette note recouvre des disparités entre les différents éléments qui participent à la qualité de vie et reste donc dans la moyenne.

Les domaines liés à l'aménagement végétal des communes améliorent la note. Les espaces verts, les parcs, les jardins et le fleurissement obtiennent 6,4/10. Dans un contexte marqué par la crise, le dynamisme économique et l'emploi est un

Évolution de la qualité de vie ces 5 dernières années

■ S'est améliorée ■ Est restée inchangée ■ S'est dégradée



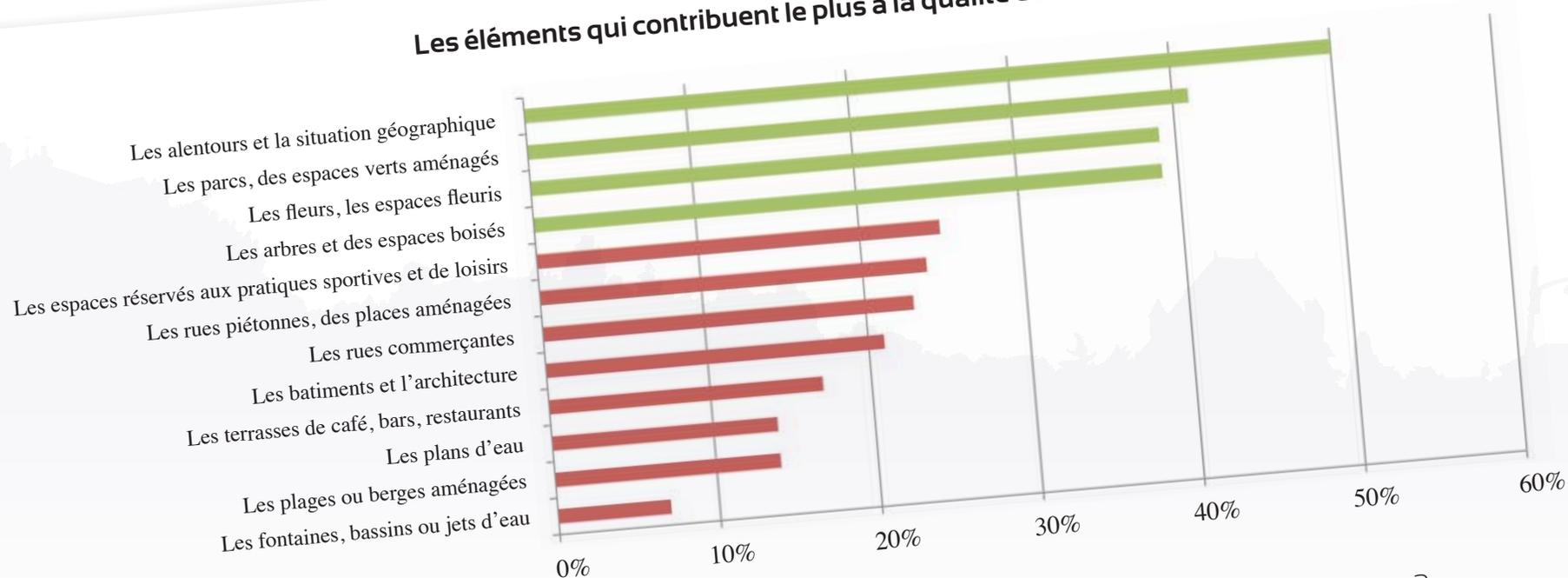
Question posée :

Diriez-vous que, ces 5 dernières années, la qualité de vie dans votre commune de résidence s'est plutôt améliorée, est restée inchangée, s'est plutôt dégradée ?

sujet d'insatisfaction (4,4/10). Des crispations sont également perceptibles sur l'offre en matière de commerce et de transport public (5,4/10).

Si le contexte économique tend à faire baisser la note globale, **la qualité de vie s'est plutôt améliorée pour 41% des Français**, dans leur commune de résidence ces cinq dernières années.

Les éléments qui contribuent le plus à la qualité de vie



Question posée :

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui contribuent le plus à la qualité de vie dans votre commune ?



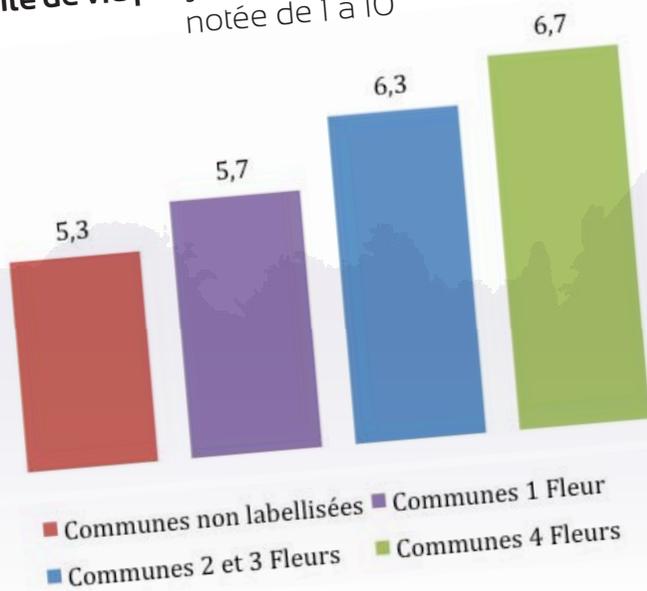
La question posée pour identifier les éléments qui contribuent le plus à la qualité de vie des habitants des communes met en avant une nette disparité entre les éléments végétaux et minéraux. Il apparaît que les paysages environnants et la situation géographique (accès aux grands espaces de loisirs, climat) ainsi que les éléments végétaux présents au sein de

la commune et qui constituent le paysage communal (les parcs, les espaces verts aménagés, les arbres, les espaces boisés et les espaces fleuris) arrivent en tête des éléments qui participent le plus à la qualité de vie des habitants au sein de leur commune de résidence. Apparaissent plus en retrait les éléments constitués par le minéral.

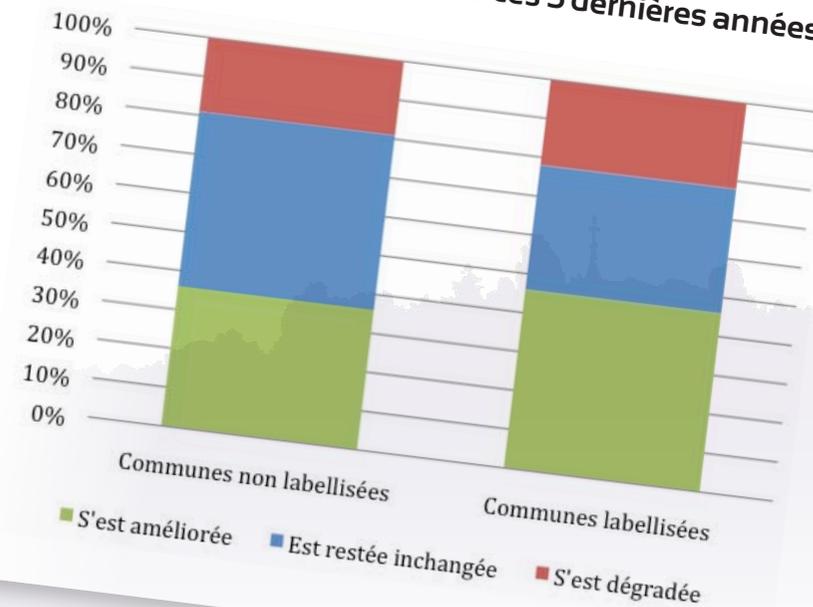
Une meilleure qualité de vie dans les Villes et Villages Fleuris



La qualité de vie perçue selon le niveau de labellisation notée de 1 à 10



Évolution de la qualité de vie ces 5 dernières années



6,7/10
c'est la note moyenne de perception de la qualité de vie dans les communes 4 Fleurs.

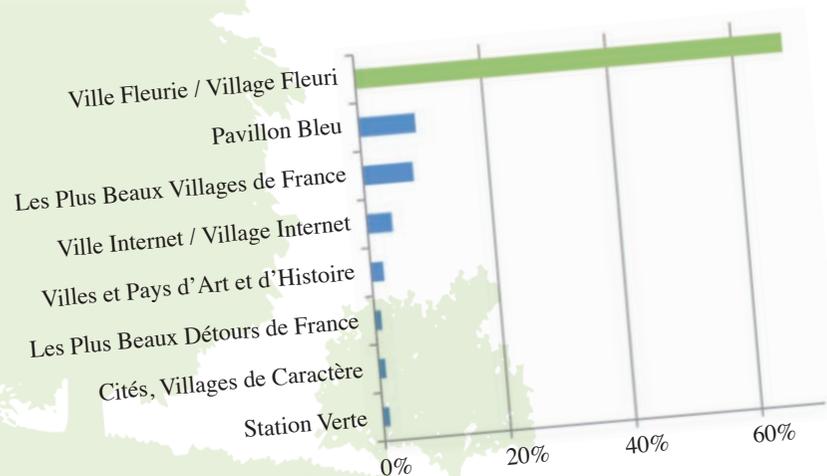
Le niveau de qualité de vie perçue croît avec le nombre de fleurs qui récompense la commune, **de 5,7/10 pour les communes « 1 fleur » à 6,7/10 pour les communes « 4 fleurs ».**

L'effet du label est par ailleurs significatif sur la perception de l'évolution de la qualité de vie. **46% des habitants des communes labellisées ont le sentiment que la qualité de vie s'est améliorée** dans leurs communes ces 5 dernières années, contre seulement 36% des habitants des villes non labellisées.

Dans les communes 4 fleurs, ce sont près de 50% des habitants qui jugent que la qualité de vie s'est améliorée.



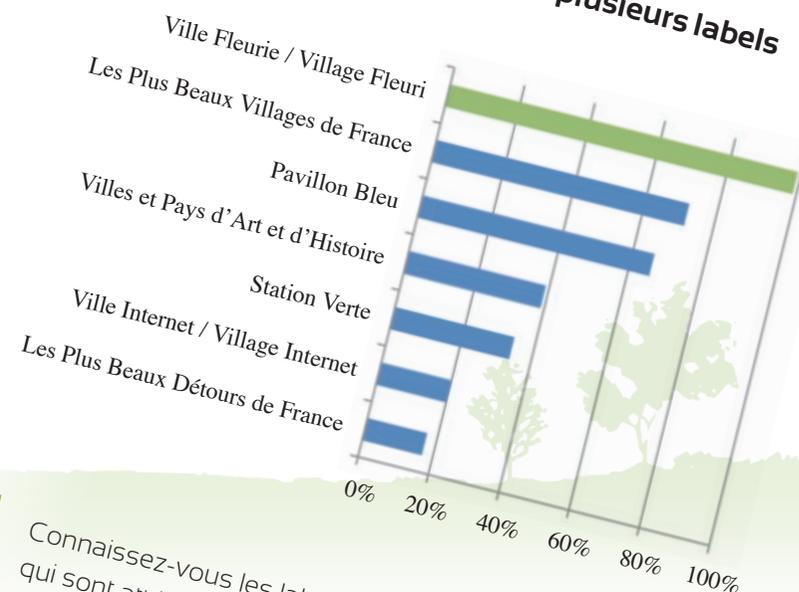
Citations spontanées de labels de communes



Question posée :

Pouvez-vous citer tous les labels, récompenses ou distinctions qui sont attribués à des villes ou des villages en France ?

Notoriété en visualisant plusieurs labels



Question posée :

Connaissez-vous les labels suivants qui sont attribués à certaines communes de France ? (L'intitulé et le logo de chaque label ont été présentés)



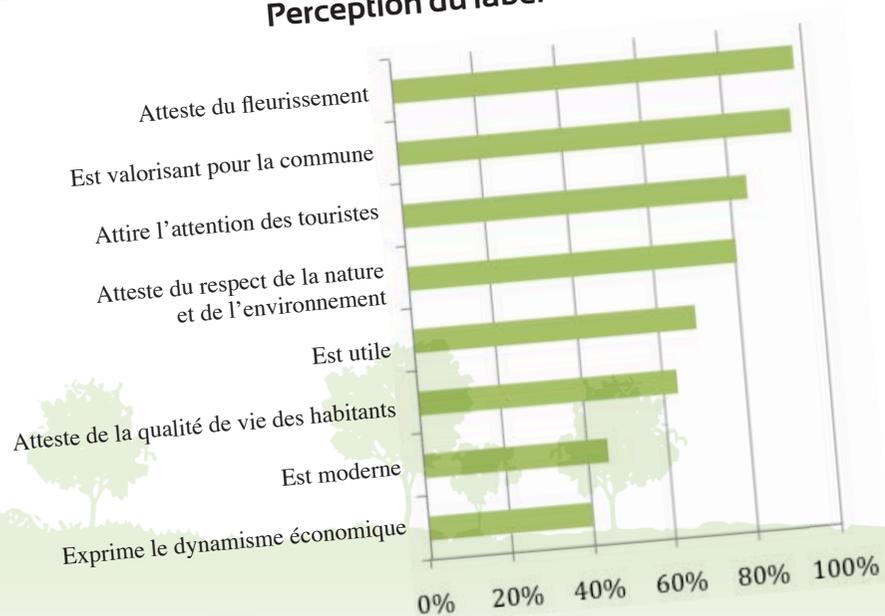
67%
des français citent spontanément en n°1 le label Villes et Villages Fleuris

En réponse assistée (présentation du visuel des labels), la notoriété est extrêmement forte, **99% des sondés reconnaissent le panneau Ville Fleurie ou Village Fleuri**. 85% peuvent citer des communes labellisées Ville Fleurie ou Village Fleuri.

Les habitants savent globalement si leur commune est labellisée. 63% de ceux qui vivent dans une commune labellisée le savent et 56% de ceux qui vivent dans une commune non labellisée savent qu'elle n'est pas labellisée.

Le taux de bonnes réponses est beaucoup plus important dans les petites communes rurales. Plus rares sont les habitants des communes labellisées qui connaissent le nombre exact de fleurs dont dispose leur commune (41%).

Perception du label



Question posée :

Quelle est votre perception du label Villes et Villages Fleuris ?
(Question posée à ceux qui connaissent le label, soit 99% de l'échantillon).

Question posée :

Pour une commune, le fait de devenir Ville Fleurie ou Village Fleuri a-t-il selon vous un impact sur les domaines suivant ?

Impact du label



Si le label induit spontanément l'embellissement des communes, il atteste également du respect de l'environnement et de l'attractivité territoriale.

Le label atteste du fleurissement pour 98% des personnes interrogées. Pour la majorité des sondés, le label a un impact très important sur la beauté de la commune, sur le respect de l'environnement et sur la qualité de vie. Le panneau évoque spontanément la beauté à 28% des sondés et un environnement agréable pour 21%.

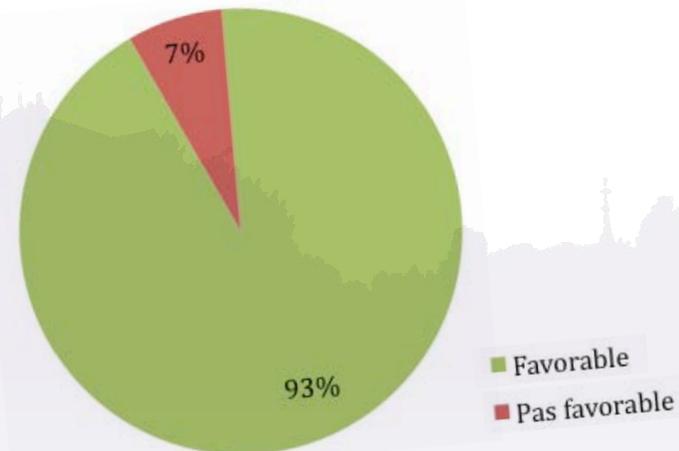
Les valeurs induites par le label sont bien le respect de l'environnement, la valorisation du patrimoine et le tourisme.

80% estiment que le label atteste du respect de la nature et de l'environnement et 96% pensent qu'il est valorisant pour la commune.

71% estiment qu'il a un impact sur l'image du maire et de l'équipe municipale.



Un label qui fait consensus



Question posée :

Seriez-vous favorable à ce que votre commune de résidence entreprenne une démarche pour devenir une Ville ou un Village Fleuri ?
(Question posée aux habitants des communes non labellisées, soit 53% de l'échantillon).

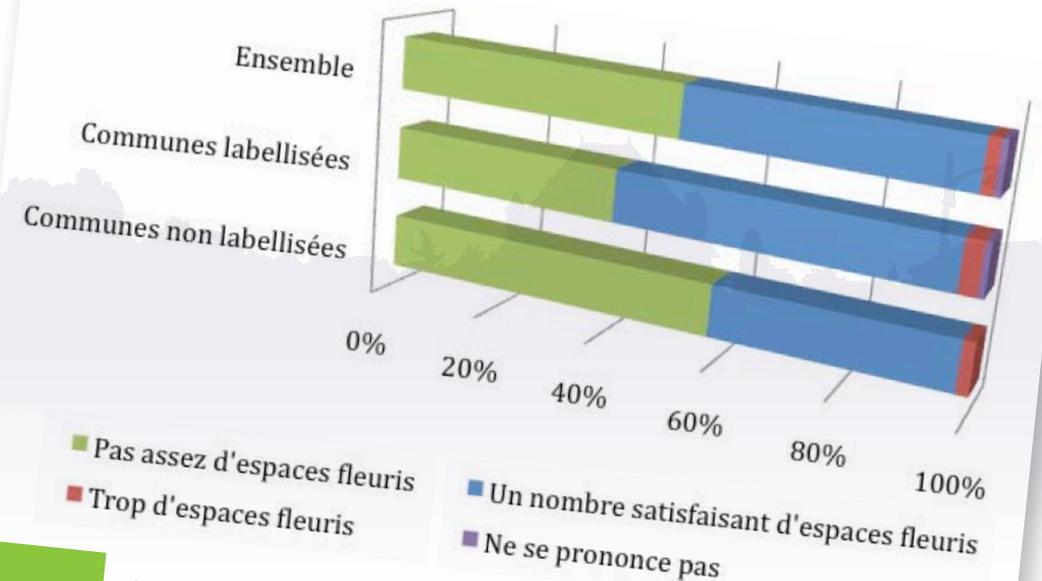


93%
des habitants
des communes
non labellisées
sont favorables à ce
que leur commune
rentre dans la démarche
de labellisation.

50% des habitants déplorent qu'il n'y ait pas assez d'espaces fleuris dans leur commune.

Les attentes en terme de fleurissement sont plus fortes dans les communes non labellisées. 58% des habitants de communes non labellisées estiment qu'il n'y a pas assez d'espaces fleuris dans leur commune contre 40% dans les communes non labellisées.

Un label qui répond aux attentes en matière de fleurissement de l'espace public

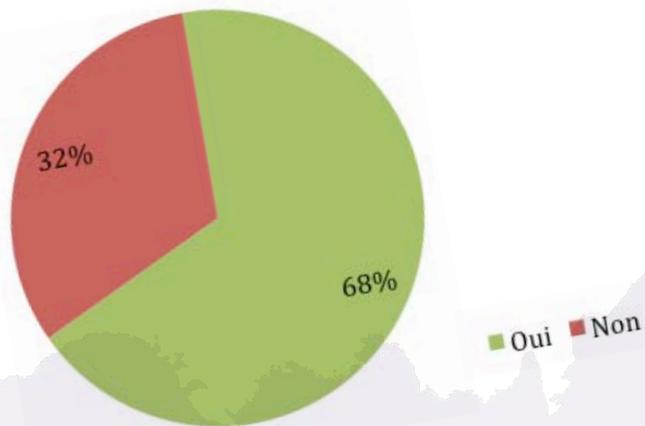


Question posée :

Diriez-vous qu'il y a trop, pas assez ou un nombre satisfaisant d'espaces fleuris dans votre commune ?



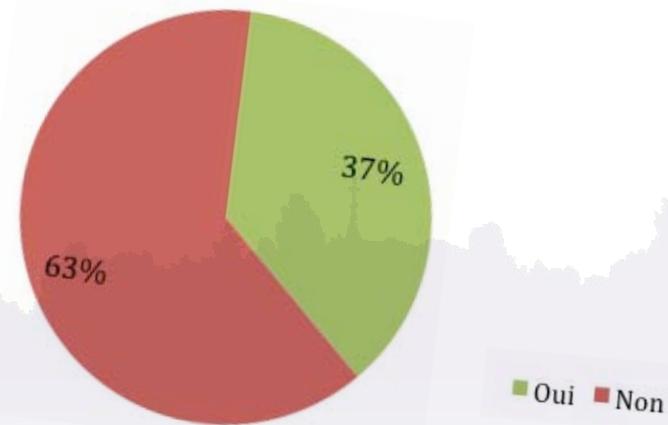
Un label qui mobilise



Question posée :

Si votre commune de résidence venait à faire partie des Villes et Villages Fleuris, cela vous inciterait-il à participer à la démarche en achetant des fleurs et des végétaux et à fleurir votre jardin, votre balcon ou votre fenêtre ?
 (Question posée aux habitants des communes non labellisées, soit 53% de l'échantillon).

Un label qui influence le choix d'une destination de vacances



Question posée :

Le fait qu'une commune soit labellisée Ville ou Village Fleuris peut-il avoir une influence dans votre choix de destination pour des vacances ou un week-end en France ?



68%
 des habitants des communes non labellisées se disent prêts à participer à la démarche en fleurissant leur jardin, balcon, fenêtre.

37% des personnes interrogées estiment que le fait qu'une commune soit labellisée constitue un élément pouvant déterminer le choix de leur séjour touristique.





Le Conseil national des Villes et Villages Fleuris (CNVVF)

Association loi 1901, le Conseil national des Villes et Villages Fleuris a été créé pour inciter les communes et les collectivités territoriales à améliorer leur environnement, préserver et valoriser leur patrimoine et espaces naturels, dans le double but de favoriser l'accueil des touristes et la qualité de vie des habitants. Pour accomplir sa mission, l'association utilise plusieurs outils de communication et de promotion, le principal d'entre eux étant le label Villes et Villages Fleuris dont il est le garant.

Son Conseil d'Administration est composé de représentants du secteur public (ministères, collectivités locales, organismes publics) et de représentants des secteurs professionnels du tourisme, de l'horticulture et du paysage.

www.cnvfvf.fr



IPSOS

Ipsos est le cinquième groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 67 pays, il emploie 9 500 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes Etudes Publicitaires et Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Etudes Medias (audience, contenus et technologie), Opinion et recherche sociale, Recueil et Traitement des Informations.

www.ipsos.fr



Marque & Management

Agence conseil en accompagnement stratégique et opérationnel (management, marketing, communication). Marque & Management conseille les institutions, les collectivités, les entreprises. Pour qu'elles soient plus fortes, plus considérées et plus attractives, leur management peut et doit s'appuyer sur la marque. La marque est un levier de management. Par ses valeurs, son identité, sa portée, la marque peut fédérer et dynamiser l'ensemble des publics, internes comme externes, citoyens comme consommateurs.

www.marqueetmanagement.com



CONSEIL NATIONAL DES VILLES ET VILLAGES FLEURIS

Télédoc 311 - 6, rue Louise Weiss - 75703 PARIS Cedex 13
Tél. : 01 44 97 06 41 - Fax : 01 44 97 06 81 - e-mail : message@cnvfvf.fr

www.villes-et-villages-fleuris.com

Imprimé sur papier
garantissant une gestion
des forêts respectueuse
de l'environnement

