

SOCIOVISION

GRAND LYON

Synthèse des enseignements de la « maquette territoriale » de l'aire urbaine de Lyon

Août 2004

SOCIOVISION
Cofremca

16, rue d'Athènes 75009 Paris France Tél : 33 (0)1 49 70 60 00 Fax : 33 (0)1 42 81 45 67

cofremca@sociovision.fr

1- Rappel de la méthodologie

Sociovision Cofremca réalise depuis trente ans un sondage renouvelé annuellement auprès d'un échantillon représentatif de 2300 Français. Comme en 1984 et 1998 Sociovision a isolé les répondants de la Région Rhône-Alpes (en cumulant deux ans d'enquête pour disposer d'une base suffisante) et a redressé leurs caractéristiques sociodémographiques sur la structure démographique de l'aire urbaine de Lyon, puis sur celle du Grand Lyon. L'intérêt et la limite de l'exercice sont de montrer comment l'évolution démographique (l'âge, la qualification et le métier, la taille des communes habitées) induit des modifications de sensibilités et de comportements de l'ensemble de l'agglomération et de ses composantes. C'est une simulation statistique qui permet de montrer des changements de fond, mais qui ne prétend pas tout dire sur les Lyonnais et leur culture.

2- Vision « grand angle » des évolutions socioculturelles en France pendant la dernière décennie

Sur la très longue durée, la montée en puissance de la capacité des personnes à prendre leur autonomie, à **auto-déterminer leurs choix de vie** est sans nul doute la dynamique majeure du changement : faciliter la vie en réduisant les contraintes, trouver sa voie personnelle, sont les mots-clés. Les Lyonnais comme les Français prennent leurs distances avec les conformismes d'antan, valorisent l'expression authentique, et tout ce qui permet d'exercer son autonomie dans un monde plus incertain et plus complexe.

Après les années 80 où nous avons constaté un regain de la vitalité (se fixer des défis, gagner de l'argent plus vite, créer sa propre entreprise), les années 90 ont vu au contraire un recul des valeurs de compétition. Dans un contexte de crise économique, on a eu plutôt le sentiment que les Français faisaient le gros dos, se protégeaient des mauvaises nouvelles, fixaient la barre moins haut pour se garder leurs petits bonheurs. On a pu parler du « syndrome Amélie Poulain ». Le besoin d'autonomie continuait de s'exprimer, mais la tonalité générale nous semblait **la recherche d'harmonie et de cadrage** qui, au plan sociétal et collectif, s'exprimait par exemple par la demande de responsabilité sociale des grandes entreprises, par le rejet de l'exclusion, par une demande accrue de signification long terme de l'action politique, etc.

Depuis le début des années 2000, nos observations des populations caractéristiques de l'innovation sociale nous portent à penser que la « modernité » devient moins homogène, comme si, à partir d'un tronc commun de sensibilité en hausse, diverses voies cherchaient à s'expérimenter, constituant des bifurcations possibles :

- Une voie centrée sur la **recherche d'harmonie**, d'équilibre, de qualité de vie, découverte depuis 1993 et en progression depuis lors. Demande de civilité, d'esthétique de la vie quotidienne, de tolérance... Elle s'incarne aussi dans la relativisation du travail dans la vie et dans une relation critique, mais « basse tension » avec l'entreprise. C'est la dominante des milieux intellectuels et cadres.
- Une voie en direction de l'**exploration** de nouvelles frontières, du défrichage, de la rupture. Cette voie, apparue en 1998 dans nos analyses, a été symbolisée par le mouvement « entrepreneute », spectaculaire dans la net-économie. Elle a défriché de nouveaux modes de fonctionnement, de nouveaux principes d'efficacité au travail, quelle qu'ait été la durabilité des entreprises où ils ont été expérimentés. Elle a favorisé l'expérimentation de nouvelles formes de vie en famille ou dans la ville. Ces représentants sont plus nombreux dans les villes de plus de 100.000 habitants, les jeunes, les instruits à revenus moyens ou irréguliers.

- Une voie orientée vers la **transgression**, la subversion, basée sur les émotions fortes, l'envie de faire bouger les choses, voire un certain attrait pour la violence et ses différentes formes d'expression. Cette voie avait été analysée une première fois en 2000 et reprend une nette vigueur cette année. Elle est personnifiée par ceux que nous qualifions de « néo-barbares » : des personnes très toniques, mais qui trouvent difficilement leur place dans la vie et au travail, et qui faute de pouvoir « faire » ont souvent aussi envie de « défaire ». On trouve bien sûr ces « toniques frustrés » parmi les jeunes des « cités », mais aussi parmi des jeunes fonctionnaires ou jeunes cadres.

Nous verrons que **c'est la dominante « harmonie » qui reste plus que jamais la façon naturelle de la socioculture lyonnaise de faire amitié avec l'innovation et la modernité**. Pour autant, les trois voies sont représentées dans le tissu social lyonnais, représentant chacune des risques et des opportunités dont il reste à tirer le meilleur parti.

3 – Le profil global de l'aire urbaine et du Grand Lyon

■ Les trois évolutions démographiques les plus significatives : vieillissement, gentrification, métropolisation

- Depuis cinq ans, les moins de 35 ans sont relativement moins nombreux dans l'aire urbaine de Lyon, où les plus de 60 ans sont passés de 14% à 22% de la population.
- La population ouvrière a décliné de 17% à 13%, au bénéfice des groupes les plus instruits : cadres, professions intermédiaires, étudiants....
- Lyon-Villeurbanne a augmenté son poids relatif, au détriment des grandes communes de la périphérie immédiate. C'est particulièrement net pour le Grand Lyon : sur ce périmètre, les deux communes-centre pèsent aujourd'hui 39% contre 28% il y a cinq ans.

■ Caractéristiques socioculturelles induites par la composition démographique : un profil proche des villes de plus de 100.000 habitants, des spécificités qui contribuent à la « culture lyonnaise »

Le vieillissement relatif à un effet modérateur de la recherche d'innovation

Sur les cinq ans de la comparaison, on assiste plutôt à une maturation des acquis des années 90 qu'à un défrichage de la mutation actuelle, telle qu'elle est décrite précédemment :

- Baisse des dimensions contestataires
- Hausse des valeurs de consommation
- Pugnacité moyenne, les valeurs d'harmonie avant celles de compétition
- Renforcement d'une spécificité lyonnaise, **la recherche d'esthétique et d'équilibre de la vie quotidienne** : une ville, des fêtes qui doivent avoir de l'allure, une politique qui « tire vers le haut », qui fasse partager des émotions collectives, qui lutte contre l'exclusion

- Mais on constate aussi une **montée de l'inquiétude et de la nostalgie**, une recherche d'enracinement protecteur. L'aptitude à se connecter sur autrui, caractéristique « moderne », se modère à Lyon : l'autrui avec lequel on souhaite communiquer est un autrui familier.

Au total, le Grand Lyon conserve un profil plus esthète que combatif, une ouverture plus intellectuelle qu'expérimentale, avec des poches d'inquiétude et de repli.

Un profil qui ne distingue pas fortement (sauf sur les deux derniers points) le Grand Lyon des villes de plus de 100.000 habitants, mais qui n'est pas non plus très caractéristique de ce qu'on aurait pu penser être celui d'une agglomération « phare ». Paris est encore moins tournée vers les valeurs de compétition que Lyon, mais plus ouverte à l'étranger et moins sensible aux menaces du futur et à la violence. Le profil moyen des villes de plus de 100.000 habitants semble plus expérimentaliste, plus dans les valeurs de compétition. Lyon se modernise à sa façon.

■ Quelques modifications de profils liées aux évolutions démographiques

- **Les femmes**, depuis cinq ans, semblent moins porter des dimensions d'expression et de contestation des normes traditionnelles. On pourrait penser qu'elles n'en ont plus besoin, mais on constate aussi une évolution vers le repli nostalgique, les cercles de connaissance familiaux. Comme si la vie (sans doute l'emploi) était plus dure, elles sont toujours plus « modernes » que les hommes, mais moins investies dans le changement.
- **Les moins de 25 ans** ne sont plus du tout comme naguère des contestataires-nés. Ils portent deux types de sensibilités qui les distinguent de la moyenne lyonnaise : le goût de la compétition, un désir de se dépasser, de prouver sa valeur, et une forte « connectivité » : une aptitude à se brancher qui en fait **un laboratoire naturel de l'ouverture à de nouvelles frontières, géographiques et mentales**. Ils ont un profil plus « avancé » que la moyenne de leur classe d'âge en France. Avec un fort besoin de trouver un sens émotionnel à leur vie, une capacité à s'auto-piloter (la vie est une création continue, on fait avec l'incertitude), ils bousculent la sociabilité prudente de Lyon, et font vivre de multiples réseaux informels. Les 25-35 ans leur ressemblent, un peu plus stables sans doute. **L'ensemble des moins de 35 ans** (un peu plus de 40% du Grand Lyon) est une génération qui **laisse la nostalgie à ses aînés, et témoigne d'une grande aisance à entrer en relation sans heurt** : un gage pour la vitalité de la vie sociale à Lyon, si on sait les y associer.

- **Les 40-59 ans** ont plus évolué que la moyenne du Grand Lyon : génération charnière, ils portent des dimensions de solidarité et de générosité sociale, expriment de façon moderne la modération et l'équilibre lyonnais, porteurs à la fois d'ouverture et de besoin de cadrage. Ils ne sont pas en réaction contre la génération montante.
- **Les 60 ans et plus, en revanche, forment un groupe social qui présente des risques aggravés de repli et de fermeture.** Il doit être aidé à trouver ses repères et à participer à une offre de vie collective sur laquelle ils pourraient imprimer leur marque. Ils expriment un besoin exacerbé de racines et de sécurité.

Les habitants des communes de différentes tailles

- **Les habitants des petites communes** (moins de 20.000 habitants) forment 22% du Grand Lyon. C'est un profil stable, plus tonique que la moyenne de l'agglomération, mais particulièrement inquiet de l'avenir et qui se referme sur ses racines et ce qui lui est familier. Leurs attentes sont très différentes de celles des habitants de l'hyper centre et l'enjeu est de leur donner envie de participer à une vie et à un projet où ils pourraient se reconnaître.
- **Les habitants des communes de 20.000 à 100.000 habitants** ne partagent pas l'inquiétude des précédents, mais on a, entre les cinq années d'enquête, le sentiment d'une perte de dynamique : moins d'ouverture à l'expérimentation, moins de confiance dans la possibilité de tirer parti de l'incertitude, moins d'hédonisme et de propension à la fête. En revanche un fort besoin de libération des contraintes de la vie. Alors que nous découvrons il y a cinq ans ces grandes villes de la périphérie comme les ressources de modernisation de l'agglomération, ces communes, dont certaines ont perdu de la population, semblent aujourd'hui dépassées par le renouvellement de Lyon-Villeurbanne.
- **Les habitants de Lyon-Villeurbanne** sont devenus, et c'est un phénomène récent, le groupe globalement le plus porteur de modernisation. Mais c'est une population hétérogène, et sans doute de plus en plus : d'un côté les « gagnants de la modernité », explorateurs de nouveaux modes de vie, de l'autre des traditionnels nostalgiques de communautés enracinées dans le terroir. Les plus « modernes » expriment un besoin de sens émotionnel (une ville qui fasse rêver, des moments collectifs forts, des projets qui expriment un avenir maîtrisé). C'est à la fois une caractéristique ancienne (l'art de vivre dans un beau cadre), et un mode d'expression plus ouvert, plus demandeur d'innovation. Ces « modernes », très actifs sur le plan de la consommation, très expressifs, risquent de sembler monopoliser une ville faite pour eux : comment associer ceux qui ne s'y retrouvent pas ?

Les catégories socioprofessionnelles présentent le même phénomène de radicalisation :

- **Les ouvriers**, de moins en moins nombreux, représentent plutôt un pôle de tradition qui, sans doute, évolue comme l'ensemble des Français mais en tension. Leur tonus contestataire manque de moyens d'expression et ils préfèrent se limiter à des cercles familiers. Ils partagent le besoin lyonnais d'esthétique de la vie quotidienne, le goût de la consommation, et se veulent capables d'avancer, de rebondir. La difficulté est de les faire participer à l'expression de la vie collective.
- **Les employés** forment un groupe moins leader de l'innovation socioculturelle que par le passé. Leur pugnacité semble en baisse, la vie a été sans doute plus dure pour eux, ils expérimentent moins. Mais c'est une population fortement expressive, à l'aise dans la modernité, très porteuses de valeurs d'esthétique et d'émotion qui sont le versant moderne de l'art de vivre lyonnais.
- **Les cadres**, à l'image des deux communes-centre, sont à la fois plus dans l'innovation et plus dans la recherche de racines : ils sont moins homogènes. Ils conservent certaines caractéristiques de la modernité tempérée à la lyonnaise : éloignement du standing-frime, souci de rationalité et de cadrage, une consommation de qualité, une ouverture assez modérée à la féminisation. Mais ils développent, pour les plus « en phase » surtout, des valeurs de cosmopolitisme, un souci de personnalisation de la vie (et de la ville), une faculté de contact sans affrontement. Une certaine nostalgie chez les moins « modernes », mais peu de sensibilité à la violence dans l'ensemble.

4- Les questions posées par les dynamiques de changement constatées

■ Trois principaux constats

- **Le Grand Lyon évolue en conservant son caractère mesuré et esthétique,** son ouverture plus intellectuelle qu'expérimentale : moins de valeurs de dépassement et de compétition que dans les grandes villes, mais plus qu'à Paris. Moins d'ouverture à l'étranger que dans les grandes villes et Paris, mais les cadres, professions intermédiaires et les baby-boomers (c'est-à-dire des groupes passerelles) sont les porteurs d'ouverture sur l'étranger. En considérant les trois voies de modernisation évoquées précédemment, le Grand Lyon emprunte surtout celle de **la recherche d'équilibre et d'harmonie.**
- **Un tissu social plus contrasté, des minorités plus isolées.** Des jeunes mutants, très flexibles, se socialisant en tribus, opportunistes, vivant dans l'instant, la vibration émotionnelle, dans l'évasion et le virtuel, et des plus de 60 ans et des ouvriers plutôt dans le repli identitaire. Des milieux à bas revenus économiques face à une montée des valeurs et des expressions d'une consommation hédoniste. Des employés et des habitants de la première couronne moins porteurs de changement qu'auparavant, face à des cadres et des villes centres plus bénéficiaires des dynamiques en cours. **Un risque de polarisation et de tension du tissu social.**
- **Une modernisation des sensibilités qui va s'accélérer et renforcer les contrastes.** Si l'on répartit la population du Grand Lyon en trois groupes sur l'axe tradition / innovation :
 - 30% sont plutôt réfractaires au changement (contre 22% des Français) : des milieux traditionnels conservateurs ou populaires à bas revenus. Des personnes qu'il faut aider à garder confiance dans les vertus du renouvellement des fonctionnements sociaux et dans les opportunités de bénéficier des changements de leur ville.
 - 27% sont dans la « modernité installée » (contre 38% des Français). Une bourgeoisie moderne, des consommateurs populaires. Des Français tranquilles qu'il faut rassurer sur la préservation de leurs acquis, et rendre accueillants à l'innovation.

- 43% empruntent les voies de l'expérimentation (contre 40% des Français). Des intellectuels sur le pôle « harmonie », mais aussi des expérimentalistes et des personnes « nouveau standing » sur le pôle « exploration », et des toniques frustrés sur le pôle « bousculer ». Ces deux derniers pôles d'une modernité très différente de la tradition lyonnaise représentent plus de 30% des habitants du Grand Lyon. **Un ferment de transformation de la culture lyonnaise.**

■ Continuité et innovation socioculturelle au sein du Grand Lyon, comment aborder les paradoxes manifestes ?

Le renouvellement de la « maquette territoriale » du Grand Lyon fait apparaître des continuités qu'on peut souhaiter voir perdurer ou qu'on souhaiterait infléchir. Ceci est fonction de regards et de choix d'enjeux prioritaires dont la légitimité n'est pas à soumettre à un jugement de valeur. La notion de paradoxe suppose souvent un regard préformé : par exemple Paris, censée être la ville lumière et le centre directeur de l'économie de la « Région Capitale » abrite une population particulièrement peu en phase avec les sensibilités de compétition et les motivations de dépassement jugées adaptées à une concurrence de plus en plus aiguë. Est-ce une faiblesse dangereuse, suffit-il d'une minorité « achieveuse » pour tonifier l'ensemble ou s'agit-il d'un autre modèle de développement qui peut porter ses fruits ? Nous nous bornons ici à éclairer les paradoxes qui ont émergé au cours de ce travail.

Le paradoxe du développement économique et de l'art de vivre.

Comme Paris, la socioculture lyonnaise n'est guère caractérisée par les valeurs de compétition : la dominante est plutôt la recherche d'harmonie. Cela ne veut pas dire qu'il n'y ait pas des réserves de pugnacité à Lyon :

- Selon notre redressement statistique, 50% des habitants du Grand Lyon disent « je me fixe à moi-même des buts difficiles que je m'efforce d'atteindre » (53% dans les villes françaises de plus de 200.000 ha.). Cet item est plus élevé dans les deux communes-centre (57%), mais très faible dans la périphérie immédiate (38%). Il existe ainsi dans le Grand Lyon des lieux haute et basse vitalité, en forte évolution, et la problématique serait d'éviter des pertes trop importantes de dynamisme, comme on le voit en périphérie du centre.

Notre sentiment est que **la vitalité lyonnaise ne prend pas naturellement des formes d'affrontement, et se mobilise plutôt sur des enjeux de personnalisation.** Autre exemple, 67 % (et 74% à Lyon-Villeurbanne) disent « Il m'arrive de faire quelque chose simplement pour me prouver que je peux le faire ». La culture cadre et intellectuelle, dominante à Lyon, allie à cet enjeu une certaine méfiance à l'égard des slogans justifiant la mondialisation économique. Ils sont au contraire des supporters instinctifs de la problématique du développement durable. On a vu que les Lyonnais sont particulièrement esthètes :

- 78% disent « je souffre de voir tant de choses laides se construire » (82% à Lyon-Villeurbanne contre 74% dans les villes françaises de plus de 200.000 ha.). 82% disent que leur logement doit « avant tout avoir bonne allure et être présentable » (71% dans les grandes villes françaises)
- 90% disent « la vie à la campagne est plus satisfaisante qu'à la ville » (95% à Lyon-Villeurbanne, contre 78% dans les grandes villes françaises).

Les Lyonnais seraient-ils passésistes ? Il y en a sans doute, puisqu'on a vu la nostalgie comme un trait culturel d'un grand nombre, mais non partagé par les jeunes. Nous dirions plutôt que ce sont des esthètes de la vie quotidienne. Le développement économique est moins attirant pour les réalisations prestigieuses qu'il autorise, que pour l'élévation du niveau de qualité du tissu urbain, des services collectifs et de l'aménité sociale, des espaces verts, etc. Ce qui mobiliserait le plus aisément la vitalité des Lyonnais, c'est **un projet de développement durable**, en continuité de la valeur d'équilibre traditionnelle de la psychologie lyonnaise. Pour preuve, 18% seulement affirment « je me moque complètement de ce que deviendra la planète dans 200 ans » contre 33% des Français, et 83% pensent « nous sommes en train de saboter le monde dans lequel nous vivons ».

Le paradoxe de l'enracinement et de l'internationalisation

- 72% des habitants du Grand Lyon disent « chez moi, c'est chez moi, je n'aime pas qu'on y mette les pieds (contre 66% dans les villes françaises de plus de 200.000 ha.) et 77% dans les communes centre.
- 31% des habitants du Grand Lyon disent « parler une langue étrangère » (contre 44% dans les villes de plus de 200.000 ha.).
- C'est à Lyon-Villeurbanne qu'on dit le plus souvent « je me sens plus français qu'européen » 78%, contre 68% en moyenne du Grand Lyon et 53% des Français. Et c'est aussi dans les communes-centre qu'on dit le moins « la présence d'étrangers appartenant à une autre culture est une chance pour la diversité et l'avenir de la France » (52% contre 59% en moyenne du Grand Lyon, et 62% des Français). Il y a un paradoxe, si l'on considère que c'est à Lyon-Villeurbanne qu'on dit le plus souvent « Les Français ont beaucoup à apprendre des autres pays, cultures et modes de vie » : 74% contre 69% en moyenne du Grand Lyon, comme en France. Cela semble indiquer que, même dans les communes-centre, **les valeurs d'ouverture sont fortement sélectives.**
- 36% disent « je trouve sympathique que des étrangers installés en France puissent continuer à vivre un peu de la même manière que chez eux » (contre 44% dans les villes françaises de plus de 200.000 ha.).

Si l'on considère le nombre de personnes issues de l'immigration ou celui des étudiants étrangers, tout ceci ne caractérise pas une sociologie très ouverte à l'accueil et soucieuse de rayonnement international. 66% des habitants du Grand Lyon pensent « il y a trop d'étrangers en France), contre 59% des Français. En ce qui concerne les communes-centre on voit le poids qu'y pèsent les milieux de la « tradition », très attachées à leurs racines. L'enjeu est sans doute de **rendre plus visible la contribution des étrangers au rayonnement et au développement de l'agglomération**, et de leur donner des opportunités de le vivre concrètement, notamment dans les moments festifs.

Le paradoxe de la modération et de l'innovation

- 64% des habitants du grand Lyon disent « j'ai une grande confiance dans mes capacités à créer et dans mon imagination » (contre 59% dans les villes françaises de plus de 200.000 ha.).
- Mais 34%, contre 45% dans ces grandes villes, disent dans le Grand Lyon « j'aime être informé très vite des nouveaux produits et services qui apparaissent afin de pouvoir en profiter ».
- Et 32% seulement pensent que « les évolutions actuelles de la société et de l'économie sont une chance pour moi » contre 42% dans les villes françaises de plus de 200.000 ha. On voit ici la polarisation du Grand Lyon : 19% dans des villes telles que Pierre Bénite ou Feysin, 42% dans des villes telles que Vaux-en-Velin ou Vénissieux, 40% dans les communes-centre.

Consommateurs avisés, les Lyonnais ne sont pas spontanément en phase avec des discours publicitaires qui valoriseraient la nouveauté comme une valeur en soi. Par ailleurs beaucoup manifestent une forte inquiétude sur l'évolution de la société. Mais ils sont plus nombreux (64% contre 53% des Français) à dire « j'aurais envie de vivre dans 10 ans dans une société où la ville, les transports, le travail seraient complètement différents ». De même 40% des Lyonnais contre 31% des Français disent « une discussion via un ordinateur peut être plus riche que si on était face à face ». **L'innovation vraiment pertinente, c'est celle qui facilite et enrichit la vie quotidienne.**

Le paradoxe de la discrétion et de la fête

- 71% des habitants du Grand Lyon disent « une des choses que je crains le plus dans la vie est de m'ennuyer, de rester sans distraction (64% des Français, 67% dans les villes de plus de 200.000 habitants).
- 70% disent j'aime me fabriquer des ambiances agréables qui ont une influence sur mon humeur (59% des Français, 74% dans les villes de plus de 200.000 habitants).

- 65% disent « j'aime partager de grands élans de communion avec un grand nombre de gens » (70% dans les grandes communes du Grand Lyon, mais moins dans les communes de 20.000 à 100.000 : 53%).

On a vu les habitants du Grand Lyon assez peu ouverts aux différences culturelles, caractérisés par des dimensions de consommation plus utile que frimeuse, mais demandeurs d'émotion et d'évasion mentale. On verra ci-dessous qu'ils sont fortement demandeurs de convivialité et capables de citoyenneté active. **La fête est manifestement un moment privilégié de ressourcement mais aussi d'expérimentation de la sortie de soi-même.**

Le paradoxe de la participation sociale et de l'action politique

- 51% des habitants du Grand Lyon disent « j'ai envie de m'impliquer pour qu'il y ait plus de vie, de convivialité, de plaisir à vivre dans mon quartier, dans ma commune » (49% des Français et dans les villes françaises de plus de 200.000 ha, 61% à Lyon-Villeurbanne). Particulièrement dans les communes-centre (84% contre 73% en moyenne Grand Lyon et 63% des Français), on témoigne d'empathie pour quelqu'un qui mendie dans la rue en se disant que « ce n'est pas forcément un raté mais quelqu'un comme moi, qui a eu moins de chance ».
- 72% disent « notre société aurait vraiment besoin d'un but commun auquel cela vaudrait la peine de se consacrer » (66% des Français, 69% dans les villes françaises de plus de 200.000 ha., 80% à Lyon-Villeurbanne).
- Mais 71% disent avoir « l'impression qu'aucun homme politique ne s'occupe vraiment des problèmes des gens comme moi » contre 66% des Français. Au sein du Grand Lyon, c'est un item qui est contrasté selon la taille des communes : il est le plus élevé dans les petites communes (80%) et dans les communes de 100.000 à 200.000 habitants (92%). En revanche, il est plus faible à Lyon-Villeurbanne (63%). Plutôt que portant directement sur la personnalité du maire, on peut y voir, dans le cadre d'un stéréotype contemporain de mise en question du politique, un indicateur de malaise : le sentiment que les institutions échouent à améliorer la vie concrète des gens.

La vitalité de la vie associative à Lyon témoigne d'une citoyenneté de proximité. Il y a sans doute des réserves en jachère : 73% des habitants du Grand Lyon disent ressentir « je fais partie d'un ensemble et que, par de petites actions, je peux avoir une influence sur ce qui se passe » (contre 69% des Français) : **l'association aux décisions de proximité est manifestement pour les Lyonnais, comme ailleurs, la voie pour réconcilier les Français avec les institutions politiques.**